

시니어 세대 농촌관광객 시장세분화와 특성 분석*

- 이단계 군집분석을 중심으로 -

김경희** · 이돈각^b

^a농촌진흥청 국립농업과학원 농업연구사 (전북 완주군 이서면 농생명로 166)

^b농촌진흥청 국립농업과학원 전문연구원 (전북 완주군 이서면 농생명로 166)

Market Segmentation and Characteristics Analysis of Senior Rural Tourists

- Focusing on Two-Stage Cluster Analysis -

Kyung-Hee Kim^a · Don-Gak Lee^b

^aResearcher, National Institute of Agricultural Sciences, Rural Development Administration, Korea

^bPost Doc. Researcher, National Institute of Agricultural Sciences, Rural Development Administration, Korea

Abstract

This study segmented the market of senior rural tourists and analyzed their characteristics. A two-stage cluster analysis was used to analyze the types of senior rural tourists, and the difference in general characteristics and behavioral intention by segmented market was identified. In this study, data from the fact-finding survey on rural tourism 2022 were used, and 487 cases of senior with rural tourism experience in the past year were used for analysis. A total of three types of senior rural tourists were derived based on the motivation for rural tourism, annual expenditure for rural tourism, experience living in rural areas, and relationship with rural area. The segmentation market of senior rural tourists was found to be 'rural attachment type', 'rural curiosity type', and 'rural indifference type'. The results of this study suggest that the general characteristics and behavioral intentions of senior rural tourists differ according to the segment. The results of this study will be useful information in establishing effective marketing strategies targeting senior rural tourists.

Key words: senior, rural tourism, market segmentation, two-stage cluster analysis

1. 서론

세계적으로 인구 고령화가 빠르게 진행되는 가운데 우리나라도 출생률이 급감하고 평균수명이 증가하며 이러한 현상은 사회 전반은 물론 관광 분야에도 영향을 미치고 있다(장병권, 2023). 시니어 산업은 시장규모가 지속적으로 증가하고 있으며, 특히 관광은 시니어의 삶의 질 향상과 활력있는 생활에 도움을 주기 때문에 앞으로도 수요가 증가될 것으로 전망되고 있다(조

아람, & 이훈영, 2017). 이처럼 시니어 관광객은 관광시장의 중요한 잠재소비자로 인식되고 있지만 이들에 대한 이해는 아직 부족하다(차광섭, 정철, & 김남조, 2012). 노년기의 여행은 신체활동과 심리적 안정, 다양한 상호작용 등으로 노인에게 심리적, 신체적으로 긍정적인 영향을 미친다(김진원, & 이금룡, 2020).

2022년 기준 국민의 연간 농촌관광 경험률은 35.2%이며, 방문 동기로는 일상탈출과 휴식, 치유를 위한 동기가 가장 높게

주요어: 시니어, 농촌관광, 시장세분화, 이단계 군집분석

* 본 연구는 농촌진흥청 국립농업과학원 농업과학기술 연구개발사업(PJ01721101)의 지원에 의해 이루어진 것임

** 교신저자(김경희) 전화: 063-238-2630, e-mail: khkim08@korea.kr

나타나고 있다(농촌진흥청, 2023). 많은 연구에서 농촌지역 방문하는 관광객의 프로필과 관련하여 중산층과 노년층이라는 것을 제시하기도 하였다(Sharpley, 1996). 시니어 농촌관광 시장을 효과적으로 활성화하기 위해서는 이들의 니즈를 반영한 관광상품 개발과 마케팅 전략이 중요하다.

시장세분화는 특정 상품이나 서비스에 대해 세분화된 특성을 가진 그룹으로 유형화하는 것이다(Kara, & Kaynak, 1997). 시니어 관광객의 욕구는 젊은층과 다르며 시니어 사이에서도 개인의 특성에 따라 농촌관광 행동 특성은 다양하게 나타날 수 있다. 기존의 시장세분화 연구는 주로 연속형 변인을 활용해 선택속성, 동기 등의 기준에 따라 세분화를 하고 이를 바탕으로 특성을 분석하였기 때문에 세분시장을 깊이 있게 파악하는데 한계가 있다. 농촌관광 시장에서도 과거보다는 보다 경험 횟수도 늘고 있고 추구하는 바나 특징도 다양화되고 있어 보다 구체적인 시장 분석과 마케팅 전략이 필요하다(윤유식, 박덕병, & 이민수, 2009). 따라서 본 연구는 대용량 자료이거나 범주형 변인을 포함하고 있을 때 적절한 군집분석 기법인 이단계 군집 분석을 적용하였다. 이는 시니어 세대 농촌관광객 세분시장을 설명하는 유용한 방법이 될 수 있다(Rundle-Thiele, Kubacki, Tkaczynski, & Parkinson, 2015).

본 연구는 시니어 세대 농촌관광객의 특성을 고려하여 집단을 세분화하고, 세분시장별로 어떤 특징이 있는지를 분석하여 시니어 농촌관광 세분시장에 대한 기초자료를 제공하고자 한다. 본 연구는 학술적으로 시니어 세대 농촌관광객의 다양한 특성을 동시에 고려하여 시니어 세대 농촌관광객의 세분시장에 대한 이해를 높이기 위한 이론적 토대가 될 수 있을 것이다. 또한 시니어 농촌관광 개발을 위한 정책개발자 및 실무자에게 효과적인 마케팅 전략을 수립하기 위한 시사점을 제공해 줄 수 있을 것이다.

2. 이론적 배경

2.1. 시니어 세대와 관광

세계보건기구는 세계적으로 노인인구가 2030년까지 14억 명으로 증가해 전 세계 인구 6명 중 1명이 노인인구가 될 것으로 전망한다. 또한 노인의 정신 장애가 14%에 도달하며, 정신 건강 증진 및 예방을 통하여 건강한 노화를 지원하는 종합 정신 건강 실행 계획 2013-2030을 발표하였다(WHO, 2023). 은퇴 후 노

년기를 맞이하는 노인층은 잘 늙어가기, 성공적인 노화, 삶의 질을 위해 여행을 우선순위로 삼으며, 시간이나 경제력, 참여 의향이 높다(Patterson, 2006; Patterson, & Baldetas, 2020).

관광은 시니어들의 일상생활을 수행하기 위한 기능적 능력을 최적화하고 신체적, 문화적, 사회적 참여 및 긍정적인 감정을 통해 삶의 질을 유지함으로써 건강 수명을 연장하도록 도울 수 있다(Hu et al., 2023). 여행 경험과 여행 빈도는 사망위험을 감소시키며(Qiao, Ding, Xiang, Prideaux, & Xu, 2022), 관광이 건강한 생활방식의 일부로서 건강한 노화에 기여한다(Hu et al., 2023). 즉, 시니어들의 삶의 만족은 여가생활 만족도에 의해 결정되며, 여가생활은 관광 경험에 영향을 받는다(Kim, Woo, & Uysal, 2015). 활동적인 노화를 건강한 노인과 허약한 노인 모두가 “좋은 건강”과 “기능을 유지”하는 것으로 인식한다. 활동적인 노화는 여가 및 사회활동, 정신적 활동, 사회적 관계 등으로, 삶의 질과 성공적인 노화에 영향을 미친다(Bowling, 2008).

시니어 관광은 건강 목적의 여행에 중점을 두며, 여행의 긍정적 영향은 생활방식에 기여하고(Patterson, Balderas-Cejudo, & Pegg, 2021), 휴가 경험은 삶의 질과 삶에 대한 새로운 관점(Lee, & Tideswell, 2005)을 제공한다. Alén, Nicolau, Losada, & Domínguez(2014)의 연구에서 시니어 여행자들은 장기 체류 경향이 있으며, 연령, 여행 목적, 기후, 숙소 유형 등의 다양한 요인에 의해 결정된다. Bulut, & Nazli(2023)은 경제력이 높은 노인 관광객들이 새로운 경험을 원하며 자주 여행하고 장거리 여행을 선호하는 특성을 밝혔다. 이러한 연구는 노인 관광객의 다양한 여행 선호도 및 특성을 이해하는 데 도움이 된다.

Cai, & Li(2009)의 연구에서 농촌관광객은 목적지와의 거리에 따라 성별, 나이, 체류시간, 숙소, 지출, 행사, 쇼핑, 식사 등에 영향을 받는 것으로 나타났다. 김기원, & 이금림(2020)은 농촌 관광 체험프로그램이 노인의 사회적 활동 및 삶의 만족을 높이는데 긍정적임을 밝혔다. Dong, Wang, Morais, & Brooks (2013)은 농촌관광객의 특성을 이해하기 위해 미국의 농촌지역을 방문한 여행자들을 조사하였다. 농촌관광객은 주로 자연경관을 즐기기 위해 농촌을 방문하며, 농촌지역에서의 조용한 환경과 자연경관을 선호한다. 여행 동기는 개인적 성장과 탈출, 자연과 농촌체험, 기분전환, 사회적 유대감, 가족의 즐거움 등으로 나타났다. 이러한 연구는 농촌관광의 특성과 농촌관광객의 선호도를 이해하는 기초 자료를 제공하고 있다.

시니어 관광이 건강 및 긍정적인 노화에 미치는 영향연구(Jang, Bai, & Wu, 2009; Lee, & Tideswell, 2005; Qiao, Ding,

Xiang, Prideaux, & Xu, 2022; Patterson, Balderas-Cejudo, & Pegg, 2021)를 통하여 여행 경험이 노인의 건강에 긍정적인 효과가 있음을 밝혔다. 여행 자체가 행복의 변화 요인이 될 수 없지만, 삶의 질 변화에 기여할 수 있는 여행 활동은 심리적 웰빙에 영향을 미친다(Milman, 1998). 시니어의 여행 및 관광 활동이 삶의 질에 미치는 중단연구(김진원, & 이금룡, 2020; Iwasaki, & Smale, 1998)를 통해서도 여행동기 및 활동이 노인의 삶의 질 향상에 긍정적인 영향(Hu et al., 2023; Nimrod, 2007; Wei, & Milman, 2002)을 미치는 것으로 나타났다.

선행연구에서 시니어에게 관광은 건강한 노화와 삶의 질 향상에 긍정적인 영향을 미치는 중요한 요소이며, 삶의 만족과 심리에 긍정적인 영향을 제공하고, 건강한 생활방식 일부임을 시사한다. 그러므로 시니어 관광은 변화되는 노년층의 기호와 선호, 특성, 요구 등에 대한 올바른 이해를 바탕으로 체계적으로 개발하여 제공되어야 한다.

2.2. 농촌관광객 시장세분화

농촌관광은 다양한 환경이나 국가, 문화에 따라 다른 의미가 있으나, 아름다운 풍경이 있는 혼잡하지 않은 시골 환경에서 쉼, 편안함 및 일탈 등의 휴식 환경을 제공한다(Pesonen, & Komppula, 2010). 농촌관광 활성화를 위해 선행연구에서 농촌관광객의 다양한 동기와 특성을 바탕으로 시장을 세분화하였다(Cleaver, Muller, Ruys, & Wei, 1999; Dong, Wang, Morais, & Brooks, 2013; Frochot, 2005; Rid, Ezeudji, & Pröbstl-Haider, 2014). 특히, Bayat et al.(2019)은 이란의 사만 지역 농촌관광객이 공간과 환경, 지역 상품 구매, 농촌과 학습, 야외 휴양, 탈출과 휴식, 지역 애착, 영성, 평화 및 평온 순의 동기가 있음을 밝히며, 동기에 따라 세분화하였다. 그 결과, 농촌관광객은 “지역 애착과 평화”, “농촌과 휴식”, “환경과 야외 레크리에이션”으로

구분되었다. 차광섭, 정철, & 김남조(2012)는 시니어 여행자의 여가라이프스타일을 이용하여, 여행자 집단특성이 “여가무관심형”, “일과 가족지향형”, “소극적여가형”, “합리적개성 추구형”, “능동적 관계지향형”으로 도출하여 시장을 세분화하였다.

Carneiro, Eusebio, Kastenholz, & Alvelos(2013)의 연구에서 노인 관광객의 동기는 오락, 문화, 사회화 및 참신함이며, 이를 바탕으로 “수동적 시니어”, “사회 문화적 시니어”, “활동적 시니어”로 세분화하였다. Eusebio, Carneiro, Kastenholz, & Alvelos(2017)는 농촌 지역에서 관광활동을 기반으로 “활동적인 방문자”, “수동적 성격 관찰자”, “비활성, 여름 가족 휴양자”로 세분화하였다. Littrell, Paige, & Song(2004)은 미국 백인 50세 이상의 여행자 중심으로 관광활동과 쇼핑 행동을 통합적으로 분석하였다. “활동적인 야외/문화 관광객”, “문화 관광객”, “보통 관광객”으로 세분화 되었으며, 노인들의 관광에서 여행 활동에 대한 선호도와 여행 중 쇼핑이 중요함을 도출하였다.

Park, & Yoon(2009)은 농촌관광객의 동기가 휴식, 사회성, 가족결속, 학습, 새로움, 흥분임을 밝혔으며, “가족결속”, “수동 관광객”, “모든 것을 원하는”, “학습과 흥분”으로 세분화하여, 농촌관광객에 대한 이해를 높였다. 김경희, 황대용, & 이해영(2021)은 농촌 치유관광객의 방문 목적과 참여를 바탕으로 농촌 힐링 관광객을 “고관여 일상탈출 동기 집단”, “고관여 스트레스 해소 동기 집단”, “저관여 일상탈출 동기 집단”, “고관여 색다른 경험 동기 집단”으로 세분화하여, 농촌 치유관광객의 특성에 맞는 서비스와 마케팅 전략을 수립하였다.

이상의 선행연구들을 종합해보면 농촌관광의 동기나 활동, 혜택 등에 따라 관광객의 유형이 구분되며 시장이 세분화됨을 알 수 있다<표 1>. 따라서 시니어 세대를 대상으로 농촌관광 활성화를 위해서는 시니어 세대에 맞는 특성을 고려한 시장세분화가 요구된다.

<표 1> 농촌관광객 시장세분화 관련 선행연구

연구자	대상	분석방법 및 세분시장
차광섭, 정철, & 김남조(2012)	60세 이상 관광객 (국민여행실태조사)	노인 여행자의 여가라이프스타일에 근거하여, K-mean 군집분석 결과 “여가 무관심형”, “일과 가족지향형”, “소극적 여가형”, “합리적 개성추구형”, “능동적 관계지향형”으로 구분됨
김경희, 황대용, & 이해영(2021)	농촌 치유관광객	농촌 힐링 관광지 방문 목적과 참여를 바탕으로, 이단계 군집분석 결과 “고관여 일상탈출 동기 집단”, “고관여 스트레스 해소동기 집단”, “저관여 일상탈출 동기 집단”, “고관여 색다른 경험 동기 집단”으로 구분됨
Frochot (2005)	스코틀랜드의 농촌관광객	농촌관광 시 휴가 선택의 이점 요인을 기반으로, K-mean 군집분석 결과 “활동”, “휴식”, “관찰자”, “시골 사람들”로 구분됨
Littrell, Paige, & Song(2004)	미국 백인 50세 이상 여행자	노인 관광객들의 관광요인을 기반으로, K-mean 군집분석 결과 “활동적인 야외/문화 관광객”, “문화 관광객”, “보통 관광객”으로 구분함
Park, & Yoon (2009)	한국의 농촌관광마을 관광객	농촌관광객의 방문 동기를 기반으로, K-mean 군집분석 결과 “가족 결속”, “수동관광객”, “모든 것을 원하는”, “학습과 흥분”으로 구분됨

연구자	대상	분석방법 및 세분시장
Pesonen, & Komppula (2010)	핀란드의 웹사이트 방문객들	농촌관광객들의 여행 동기를 기반으로, K-mean 군집분석 결과 "일상에서 벗어나 휴식을 취하고 싶다", "평범하다", "로맨스 느낌이 날 것 같다", "할 수 있을 것 같다"로 구분함
Carneiro, Eusébio, Kastenholz, & Alvelos(2013)	포르투갈 관광 프로그램 참여 노인	관광 프로그램 참여 동기에 근거하여, K-mean 군집분석 결과 "수동적 시니어", "사회 문화적 시니어", "액티브시니어"로 구분됨
Dong, Wang, Morais, & Brooks(2013)	미국 펜실베이니아 거주자와 비거주자	농촌관광지 방문자의 여행 동기에 근거하여, K-mean 군집분석 결과 "체험적 여행자", "시골의 탐험가", "무관심한 여행자"로 구분됨
Rid, Ezeudui, & Pröbstl-Haider (2014)	감비아의 관광객	농촌관광 참여 동기를 기반으로 계층적 군집분석과 K-mean 군집분석 결과 "문화유산 및 자연관찰", "다중 경험추구자", "다중 경험 및 해변 탐색자", "태양 및 해변 탐색자"로 구분됨
Eusébio, Carneiro, Kastenholz, & Alvelos(2017)	전국 농촌지역의 포르투갈 방문객	농촌관광 수행활동을 기반으로 계층적 군집분석과 K-mean 군집분석 결과 "활동적인 방문자", "수동적 성격 관찰자", "불규칙 이용 및 여름 가족 휴양자"로 구분됨
Bayat, Rastegar, Salvati, Darabi, Ahmadi Fard, & Taji(2019)	이란 사만 지역 농촌 관광객	농촌관광객들의 여행 동기에 근거하여 계층적 군집분석과 K-mean 군집분석 결과 "지역 애착과 평화", "농촌", "휴식 및 평화", "환경 및 야외 레크리에이션"으로 구분됨

3. 연구방법

3.1. 자료수집

본 연구는 농촌진흥청에서 실시하는 '2022 농촌관광 실태조사(국민부문)' 자료를 활용하여 분석하였다. 농촌관광 실태조사(국민부문)는 구조화된 설문지를 이용하여 가구방문 면접조사로 실시되었다. 조사기간은 2023년 7월 24일부터 9월 22일 사이에 이루어졌으며, 조사대상 기간은 2022년 일 년간의 농촌관광 경험을 조사하였다. 조사 모집단은 15세 이상 국민이며 표본 추출틀은 2021년 인구총조사의 전체 조사구 중 섬, 기술시설, 특수사회시설을 제외한 아파트 조사구와 일반조사구 리스트이다. 표본추출은 권역별 및 시도별, 동부/읍면부, 일반아파트 조사구의 층화 기준에 따라 30개 표본을 기본 배분(세종시, 제주시는 50개 표본 추가 배분)한 후 제공된 비례배분을 적용하였다. 조사완료 표본은 5,229명이며, 본 연구를 위해 2022년 일 년간 농촌관광을 경험한 60세 이상의 응답자 487명을 대상으로 분석하였다.

3.2. 측정도구

본 연구에서는 시니어 세대 농촌관광객을 대상으로 한 이단계 군집분석을 위해 범주형 변인인 '농촌관광 동기', '농촌지역 거주경험', '관계를 맺는 농촌지역 유무'를 적용하였으며, 연속형 변인인 '연간 농촌관광 지출액'을 적용하였다. 농촌관광객의 동기 변인은 선행연구(Park, & Yoon, 2009)를 참고로 명목변인으로 측정하였으며, 일상탈출/휴식, 유대관계 증진(가족 외), 즐길거리·즐거움을 찾아서, 새로운 경험, 지식 습득, 품격/생활

여유, 자녀 교육, 가족 화합, 농촌 자연경관 감상, 지역 농·특산물 구입을 보기에 포함하였다. 연간 농촌관광 지출액은 교통비, 식비, 숙박비, 프로그램 참가/체험비, 농·특산물 구입비, 기타 비용 등을 포함하여 개방형으로 질문하였다.

3.3. 분석방법

본 연구는 이단계 군집분석을 이용하여 시니어 세대 농촌관광객을 시장세분화하고 특성을 분석하고자 한다. 전통적인 군집분석은 연속형 변인을 이용하나 군집분석에 이용되는 변인에 범주형 변인이 포함되어 있을 경우 이단계 군집분석을 적용한다(윤유식, 박덕병, & 이민수, 2009; Norusis, 2003). 또한 이단계 군집분석은 데이터의 규모가 큰 경우에도 적용할 수 있다(Tkaczynski et al., 2010).

본 연구에서는 시니어 세대 농촌관광객을 유형화하고 보다 깊이 있게 이해하기 위해 범주형 변인과 연속형 변인을 함께 사용할 수 있는 이단계 군집분석 방법을 적용하였다. BIC (Schwarz's Bayesian Inference Criterion)값을 기준으로 범위 내에서 군집수를 자동으로 결정하게 하였으며, 이상치(Outlier)를 처리하기 위해 잡음처리사용(use noise handling)을 지정하였다. 범주형 변인과 연속형 변인이 함께 투입되었으므로 군집간의 거리 측정을 위한 방법으로는 로그우도거리(Log-likelihood Distance)를 활용하였다. BIC 기준에 의해 분석한 결과 최종적으로 3개의 군집이 자동 추출되었다. 도출된 시니어 세대 농촌관광객 군집별 특성을 파악하기 위해 3개의 군집과 학력, 가구 월소득, 주택형태, 농촌관광 동기, 연간 농촌관광 횟수, 농촌관광 동행자 수, 농촌관광 활동 선호도, 타 여행대비 농촌관광 만족도, 향후 농촌 관계활동 의향 등 농촌관광객 특성 간에 차이

를 비교하기 위해 일원배치 분산분석과 교차분석을 실시하였다.

4. 연구결과

4.1. 조사대상자의 특성

조사대상자는 <표 2>에서 보는 바와 같이 여성이 275명(56.5%)의 비율이 다소 높았으며, 연령은 60대가 301명(61.8%)로 높았다. 결혼여부는 기혼자가 351명(72.1%)이며, 학력은 고등학교 졸업이 254명(52.2%), 중학교 졸업 이하가 178명(36.6%) 순으로 나타났다. 직업은 서비스판매 종사자가 136명(45.3%)로 가장 많았으며, 기술(능) 종사자 50명(18.0%), 농림어업 종사자 42명(15.1%) 순으로 나타났다. 가구당 월평균소득

은 200만원 미만인 210명(43.1%), 200만원 이상 300만원미만이 113명(23.2%) 순으로 나타났다. 농촌관광 동기는 ‘일상탈출/휴식/치유’가 154명(31.6%), ‘즐거거리 즐거움을 찾아서’가 113명(23.2%)로 나타났다.

4.2. 이단계 군집분석을 이용한 시니어 세대 농촌관광객 시장세분화

본 연구에서는 시니어 세대 농촌관광객을 대상으로 이단계 군집분석을 하기 위해 로그우도 거리(Log-likelihood distance)를 사용하여 분석하였다. BIC(Schwarz’s Bayesian Inference Criterion) 기준에 의해 자동으로 군집수를 분석한 결과 3개의 군집이 도출되었다. 이상치에 대한 잠음제거를 통해 20명이 제거된 467명으로 최종 군집이 도출되었다. <표 3>과 같이 도출

<표 2> 조사대상자의 특성

(N=487)

구분		빈도(%)	구분		빈도(%)
성별	남성	212(43.5)	결혼 여부	기혼	351(72.1)
	여성	275(56.5)		미혼	2(0.4)
연령	60대	301(61.8)	사별,이혼 등		
	70대 이상	186(38.2)			134(27.5)
학력	중학교 졸업이하	178(36.6)	직업	전문/관리직	12(4.3)
	고등학교	254(52.2)		사무종사자	10(3.6)
	전문대학	26(5.3)		서비스/판매종사자	126(45.3)
	대학교 이상	29(6.0)		농림어업종사자	42(15.1)
농촌 관광 동기	일상탈출/휴식/치유	154(31.6)	가구당 월평균 소득	기술(능)종사자	50(18.0)
	유대관계 증진(가족 외)	38(7.8)		기타/무직	38(13.7)
	즐거거리, 즐거움을 찾아서	113(23.2)		200만원 미만	210(43.1)
	새로운 경험	14(2.9)		200만원 이상 300 만원미만	113(23.2)
	지식습득	5(1.0)		300만원 이상 400만원미만	81(16.6)
	품격/생활여유	16(3.3)		400만원 이상 500만원미만	34(7.0)
	가족화합	18(3.7)		500만원 이상	49(10.1)
	농촌 자연경관감상	75(15.4)			
	지역 농·특산물 구입	53(10.9)			

<표 3> 시니어 세대 농촌관광객 이단계 군집분석 결과

항목	군집	농촌 고관계형 (n=175, 35.9%)	농촌 관심형 (n=142, 29.2%)	농촌 저관계형 (n=150, 30.8%)
농촌관광 동기		일상탈출/휴식/치유 35.7%	일상탈출/휴식/치유 33.8%	일상탈출/휴식/치유 27.9%
연간 농촌관광 지출액 ^a		247,297원	174,317원	182,233원
농촌지역 거주 경험		있음 (52.7%)	없음 (91.6%)	있음 (45.2%)
관계를 맺고 있는 농촌지역 유무		있음 (73.2%)	없음 (37.1%)	없음 (60.5%)

*p<.05, **p<.01, ***p<.001, Note. a: 총 지출액 평균 243,963원

된 3개의 군집과 농촌관광 동기, 연간 농촌관광 지출액, 농촌지역 거주 경험, 관계를 맺은 농촌지역 유무 간의 차이검증을 실시한 결과, 모두 유의한 차이가 있는 것으로 나타났다. 각 군집에 해당하는 인원은 비교적 고르게 분포되었다.

이단계 군집분석에 투입된 4개의 변인을 살펴보면, 농촌관광객의 동기는 주로 '일상탈출/휴식'이며, 연간 농촌관광 지출액은 군집별로 차이를 보이고 있다. 농촌지역 거주 경험이 있는 사람은 농촌 고관계형과 농촌 저관계형에 해당되며, 농촌 관심형은 농촌지역 거주 경험이 있는 비율이 91.6%로 높게 나타났다. 관계를 맺은 농촌지역이 있는 경우 73.2%가 농촌 고관계형에 해당되며, 없는 경우 60.5%가 농촌 저관계형에 해당되는 것으로 나타났다.

첫 번째 군집은 연간 농촌관광 지출액이 가장 높고 농촌지역 거주 경험이 있어 농촌에 대한 경험이 많고 관계를 맺은 농촌지역이 있어 '농촌 고관계형'으로 명명하였다. 두 번째 군집은 연간 농촌관광 지출액이 가장 낮고 농촌지역 거주경험이 없으며, 관계를 맺은 농촌지역이 있는 비율은 다소 낮아 '농촌 관심형'으로 명명하였다. 세 번째 군집은 연간 농촌관광 지출액은 낮은 편이며 농촌지역 거주경험이 있으나 관계를 맺은 농촌지역은 없어 '농촌 저관계형'으로 명명하였다.

4.3. 세분시장별 특성

도출된 시니어 세대 농촌관광객 세분시장별 일반적 특성 및 관광행동 특성 차이를 분석한 결과는 <표 4>와 같다. 분석결과

<표 4> 세분시장별 일반적 특성 및 관광행동 차이 n(%)

항목	군집	농촌 고관계형 (n=175, 35.9%)	농촌 관심형 (n=142, 29.2%)	농촌 저관계형 (n=150, 30.8%)
학력 ($x^2=17.826$)*	중졸이하	74(41.6)	36(20.2)	63(35.4)
	고등학교	82(32.3)	85(33.5)	76(29.9)
	전문대학	11(42.3)	8(30.8)	5(19.2)
	대학교 이상	8(27.6)	13(44.8)	6(20.7)
가구 월소득 ($x^2=25.280$)*	200만원 미만	93(44.3)	47(22.4)	63(30.0)
	200~300만원 미만	35(31.0)	42(37.2)	32(28.3)
	300~400만원 미만	21(25.9)	22(27.2)	34(42.0)
	400~500만원 미만	11(32.4)	9(26.5)	12(35.3)
주택형태 ($x^2=30.132$ ****)	500만원 이상	15(30.6)	22(44.9)	9(18.4)
	아파트	61(31.1)	66(33.7)	58(29.6)
	단독주택	90(45.9)	36(18.4)	66(33.7)
농촌지역 거주경험 ($x^2=466.030$ ****)	연립/다세대	23(26.1)	36(40.9)	24(27.3)
	있음	175(52.7)	0(0.0)	150(45.2)
관계를 맺고 있는 농촌지역 유무 ($x^2=340.573$ ****)	없음	0(0.0)	142(91.6)	0(0.0)
	있음	175(73.2)	50(20.9)	0(0.0)
농촌관광 동기 ($x^2=69.755$ ****)	없음	0(0.0)	92(37.1)	150(60.5)
	일상탈출/휴식/치유	55(35.7)	52(33.8)	43(27.9)
	유대관계 증진(가족 외)	16(42.1)	5(13.2)	13(34.2)
	즐길거리, 즐거움을 찾아서	39(34.5)	31(27.4)	40(35.4)
	새로운 경험	3(33.3)	4(44.4)	2(22.2)
	지식습득	2(40.0)	1(20.0)	2(40.0)
	품격/생활여유	5(31.3)	8(50.0)	3(18.8)
	가족화합	9(50.0)	1(5.6)	6(33.3)
	농촌 자연경관감상	33(44.0)	21(28.0)	19(25.3)
지역 농·특산물 구입	13(24.5)	19(35.8)	21(39.6)	
연간 관광활동 횟수 ($F=5.711$ ***, Mean=4.40)		5.31 ^{ab}	4.14 ^{ab}	3.38 ^a
농촌관광 동행자 수 (4.050**, Mean=3.32)		3.01	2.94	3.93

*p<.05, **p<.01, ***p<.001, Note. : Scheffe 사후검정, n(%), mean

학력, 가구 월소득, 주택형태, 농촌지역 거주경험, 관계를 맺은 농촌지역 유무, 농촌관광 동기, 연간 관광활동 횟수, 농촌관광 동행자 수에서 모두 유의한 차이가 있는 것으로 나타났다.

소득은 ‘농촌 고관계형’의 경우 중학교 졸업 이하의 비율과 전문대학 졸업의 비율이 높으며, 대학교 졸업 이상의 비율은 ‘농촌 관심형’이 가장 높게 나타났다. 가구 월소득은 200만원 미만은 ‘농촌 고관계형’이 가장 높으며, 300만원 이상 500만원 미만은 ‘농촌 저관계형’, 500만원 이상은 ‘농촌 관심형’이 가장 높게 나타났다. 주택형태는 아파트의 경우 ‘농촌 관심형’이 다소 많고, 단독주택은 ‘농촌 고관계형’이 비교적 많으며, 연립/다세대는 ‘농촌 관심형’이 다소 많게 나타났다. 농촌지역 거주경험은 ‘농촌 고관계형’과 ‘농촌 저관계형’이 농촌지역에 거주한 경향이 있으나 ‘농촌 고관계형’이 더 비율이 높으며, ‘농촌 관심형’은 농촌지역 거주 경험이 없는 것으로 나타났다. 관계를 맺고 있는 농촌지역 유무에 대해 ‘농촌 고관계형’과 ‘농촌 관심형’은 관계를 맺고 있는 농촌지역이 있었으나 ‘농촌 고관계형’의 비율이 높았으며, ‘농촌 저관계형’은 관계를 맺고 있는 농촌지역이 없는 비율이 높았다. 농촌관광 동기와 관련하여 ‘일상탈출/휴식/치유’의 비율이 전체적으로 높은 가운데 ‘농촌 고관계형’과 ‘농촌 저관계형’은 ‘즐거거리/즐거움을 찾아서’의 비율이 비교적 높았으며, ‘농촌 고관계형’은 ‘농촌 자연경관 감상’의 비율도 높게 나타났다. ‘지역 농특산물 구입’은 ‘농촌 관심형’과 ‘농촌 저관계형’에서 비교적 높게 나타났다. ‘유대관계 증진’과 ‘가족 회합’은 ‘농촌 고관계형’에서 높게 나타났다.

연간 관광활동 횟수는 ‘농촌 고관계형’이 5.31회로 가장 많았으며, ‘농촌 관심형’은 4.14회, ‘농촌 저관계형’은 3.38회로 가장 낮게 나타났다. 농촌관광 동행자 수는 ‘농촌 저관계형’이 3.93명으로 가장 많았으며, ‘농촌 고관계형’ 3.01명, ‘농촌 관심형’이 2.94명으로 가장 낮게 나타났다.

시니어 세대 농촌관광객 세분시장별 농촌관광 활동 선호도와 타 여행 대비 농촌관광 만족도, 향후 농촌 관계활동 의향 차이를 분석한 결과는 <표 5>와 같다. 농촌관광 활동 선호도 일부 항목을 제외하고는 모든 집단에서 유의한 차이가 있는 것으로 나타났다.

농촌관광 활동 선호도는 ‘맛집방문’, ‘둘레길 걷기’, ‘캠핑’에서 군집별로 유의한 차이가 있는 것으로 나타났다. ‘맛집방문’에 대한 선호도는 ‘농촌 저관계형’이 가장 높으며, ‘둘레길 걷기’는 ‘농촌 고관계형’, ‘캠핑’은 ‘농촌 저관계형’이 가장 선호도가 높은 것으로 나타났다. 타 여행대비 농촌관광 만족도와 향후 농촌 관계활동 의향이 군집별로 유의한 차이가 나타난 가운데 타 여행대비 농촌관광 만족도는 ‘농촌 고관계형’이 가장 높고 ‘농촌 저관계형’이 가장 낮게 나타났다. 향후 농촌 관계활동 의향도 ‘농촌 고관계형’이 가장 높고, ‘농촌 저관계형’이 가장 낮게 나타났다.

5. 결론 및 시사점

본 연구는 시니어 세대 농촌관광객의 특성을 반영할 수 있는 범주형 변인과 연속형 변인을 함께 사용한 이단계 군집분석을 통해 시니어 세대 농촌관광객을 시장세분화하고 군집별 특성을 분석하였다.

본 연구의 분석결과를 살펴보면, 시니어 세대 농촌관광객은 ‘농촌 고관계형’, ‘농촌 관심형’, ‘농촌 저관계형’으로 나타났다. 이러한 유형은 노인 관광객을 대상으로 유형화했던 선행연구(Carneiro, Eusebio, Kastenholz, & Alvelos, 2013), 농촌관광객을 유형화했던 선행연구(Dong, Wang, Morais, & Brooks, 2013)와 유사한 결과이다.

<표 5> 세분시장별 농촌관광 활동 선호도 및 행동의도 차이

항목	군집	농촌 고관계형 (n=175, 35.9%)	농촌 관심형 (n=142, 29.2%)	농촌 저관계형 (n=150, 30.8%)	평균	F값
농촌관광 활동 선호도	농촌체험 활동	3.81	3.89	3.95	3.88	1.403
	농촌숙박	3.86	3.75	3.97	3.86	1.725
	맛집방문	4.32	4.09	4.34	4.26	4.619**
	둘레길 걷기	4.24	3.97	4.16	4.13	4.385**
	농특산물 직거래	4.16	4.03	4.01	4.07	1.473
	캠핑	3.12	3.54	3.55	3.39	7.319***
타 여행대비 농촌관광 만족도	4.04	3.92	3.88	3.95	3.111*	
향후 농촌 관계활동 의향	3.69	3.49	3.39	3.54	4.859**	

*p<.05, **p<.01, ***p<.001, Note. : Scheffe 사후검정, mean

‘농촌 고관계형’은 농촌 거주경험과 관계를 맺고 있는 농촌 지역이 있는 비율이 높으며, 연간 관광활동 횟수와 연간 농촌관광 지출액이 가장 높은 특징이 있다. 타 여행대비 농촌관광 만족도가 가장 높고 향후 농촌 관계활동 의향도 가장 높게 나타났다. 이 유형이 선호하는 농촌관광 활동은 맛집방문, 둘레길 걷기, 농·특산물 직거래 순으로 높게 나타나고 있다. 세 가지 활동에 대한 선호도가 평균보다 높게 나타나고 있다.

‘농촌 관심형’은 농촌 거주경험이 없고, 관계를 맺고 있는 농촌지역이 있는 비율이 낮으며, 연간 관광활동 횟수는 세 군집 중 중간수준이며, 연간 농촌관광 지출액은 가장 낮은 특징이 있다. 타 여행대비 농촌관광 만족도는 세 군집 중 중간수준이며 향후 농촌 관계활동 의향도 세 군집 중 중간수준으로 나타났다. 이 유형이 선호하는 농촌관광 활동은 맛집방문, 농·특산물 직거래, 둘레길 걷기 순으로 높게 나타나고 있다. 농촌 캠핑에 대한 선호도는 평균보다 높게 나타나고 있다.

‘농촌 저관계형’은 농촌 거주 경험이 있으나 관계를 맺고 있는 농촌지역이 없으며, 연간 관광활동 횟수가 가장 적고 연간 농촌관광 지출액은 농촌 관심형보다는 약간 높지만 낮은 수준으로 나타났다. 타 여행대비 농촌관광 만족도가 가장 낮고 향후 농촌 관계활동 의향도 가장 낮게 나타났다. 이 유형이 선호하는 농촌관광 활동은 맛집방문, 둘레길 걷기, 농·특산물 직거래 순으로 높게 나타나고 있다. 이 유형 또한 농촌 캠핑에 대한 선호도가 평균보다 높게 나타나고 있다.

본 연구에서는 농촌관광객의 시장세분화에서 기존에 주로 이용되었던 동기 등의 변인들과 달리 농촌과의 관계성을 반영하고 있기 때문에 보다 실질적이고 실효성 있는 결과라고 볼 수 있다.

본 연구의 학술적 시사점을 제시하면 다음과 같다. 첫째, 본 연구는 시니어 세대 농촌관광객의 농촌과의 관계 변인(농촌지역 거주경험, 관계를 맺는 농촌지역 유무), 심리적 변인(농촌관광 동기), 농촌관광 행동특성(연간 농촌관광 지출액)을 동시에 사용하여 농촌관광객을 유형화함으로써 시니어 세대 농촌관광객 세분시장을 이해할 수 있는 이론적 근거를 제시하였다는데 학술적 의의가 있다.

시니어 농촌관광을 위한 마케팅 전략 수립을 위해서는 실효성 있는 접근이 중요하다. 이러한 측면에서 본 연구는 시니어 세대 농촌관광객을 유형화할 수 있는 실질적인 특성 변인을 이용하여 시장을 세분화하고 농촌관광 활동 선호도, 농촌관광 만족도 등의 차이를 분석함으로써 마케팅 전략의 방향을 제시하였다는데 의의가 있다. 이러한 결과는 시니어 농촌관광 시장세

분화 연구의 이론적 토대로 활용될 수 있을 것이다.

본 연구의 실무적 시사점을 제시하면 다음과 같다. 첫째, ‘농촌 고관계형’의 경우 농촌에 대한 경험과 이해가 높고 농촌과 지속적인 관계를 맺고 있는 유형이라고 할 수 있다. 연간 관광활동 횟수와 농촌관광 지출액도 높은 특징이 있다. 이 유형은 농촌관광 동기로 일상탈출/휴식/치유, 즐길거리/즐거움을 찾아서, 농촌 자연경관 감상 순으로 높게 나타나고 있다. 이 유형을 대상으로 하여서는 농촌의 고유성과 농촌다움을 경험할 수 있는 체험활동과 경관이 중요한 매력요인 된다고 볼 수 있다. 따라서 지역의 특색있는 농촌자원, 주민과의 상호작용 등을 마케팅 요소로 잘 활용하는 전략이 필요하다. 이 유형은 기본적으로 농촌에 대한 이해와 경험이 많기 때문에 보다 고유성 있고 농촌성을 지닌 관광자원을 부각시키는 마케팅 전략이 필요하다.

둘째, ‘농촌 관심형’의 경우 농촌에 대한 경험과 이해가 낮은 편이며, 관계를 맺고 있는 농촌지역의 비율도 낮은 편이지만, 타 여행대비 농촌관광 만족도는 세 군집 중 중간수준이며 향후 농촌 관계활동 의향도 세 군집 중 중간수준으로 나타나고 있다. 이 유형은 농촌관광 동기로 일상탈출/휴식/치유, 일상탈출/휴식/치유, 즐길거리/즐거움을 찾아서, 농촌 자연경관 감상 순으로 높게 나타나고 있다. 또한 아파트 거주 비율이 높고 학력과 가구 월소득이 높은 비율이 타 유형보다는 비교적 높은 특징이 있다. 이러한 유형은 농촌에 대한 경험은 낮지만 향후 농촌과 관계된 활동에서도 잠재 가능성이 있는 집단이라고 볼 수 있다. 따라서 온라인 등 비방문 관계활동 등을 통해 농촌에 대한 이해와 호감을 가질 수 있도록 하여 농촌지역 방문이나 농촌관광으로 연결될 수 있도록 하는 전략이 필요하다. 건강한 먹거리, 힐링 등 농촌에 대해 긍정적인 이미지를 구축할 수 있도록 하는 마케팅 전략이 필요하다.

셋째, ‘농촌 저관계형’의 경우 농촌 거주 경험이 있으나 관계를 맺고 있는 농촌지역이 없고 타 여행대비 농촌관광 만족도가 가장 낮고 향후 농촌 관계활동 의향도 가장 낮은 특징이 있다. 이 유형은 농촌관광 동기로 일상탈출/휴식/치유, 일상탈출/휴식/치유, 즐길거리/즐거움을 찾아서, 지역 농·특산물 구입 순으로 높게 나타나고 있으며 농촌관광 동행자 수가 가장 많은 특징이 있다. 선호하는 농촌관광 특징에서 농촌체험활동과 농촌순박, 맛집방문, 캠핑에서 평균보다 높게 나타나는 특징이 있다. 이러한 유형은 농촌 거주 경험이 있어 농촌에 대한 이해는 있으나 연간 관광활동 횟수가 가장 적고 농촌관광이나 농촌 관계 활동을 통해 쉽고 휴식, 문화를 향유할 수 있는 장소로서의 농촌에 대한 인식이 낮다고 볼 수 있다. 농촌관광 동행자 수가 가장

많은 것으로 나타나 단체를 통해 방문했을 확률도 높다고 볼 수 있다. 이러한 유형을 대상으로 하여서는 농촌체험활동과 농촌숙박, 맛집방문, 캠핑 등 농촌에서 색다른 즐길거리를 통해 농촌에 대한 긍정적인 인식을 가질 수 있도록 하고 농촌과 긍정적인 관계를 구축해 나갈 수 있도록 하는 전략이 필요하다. 이 유형은 동행자 수가 가장 많은 특징이 있어 단체 방문객을 위한 서비스 품질 향상을 통해 농촌관광에 대한 신뢰를 구축하고 지속적으로 농촌과 관계를 형성해 갈 수 있도록 하는 마케팅 전략이 필요하다.

본 연구의 결과는 시니어 세대 농촌관광객을 대상으로 한 효과적인 정책 개발과 마케팅 전략을 수립하는데 도움이 될 것이다. 본 연구는 농촌관광 실태조사 자료를 바탕으로 분석하였기 때문에 시니어 세대 농촌관광객의 다양한 심리적 변인을 포함하지는 못했다는 한계가 있다. 향후 연구에서는 시니어 세대 농촌관광객의 라이프스타일 등 다양한 변인을 포함한다면 시니어 세대 농촌관광객의 특성을 보다 다각도로 분석할 수 있을 것이다. 이는 향후 잠재적인 성장 가능성이 높은 시니어 농촌관광 시장을 효과적으로 확대하는데 도움이 될 것이다.

참고 문헌

1. 김경희, 황대용, & 이해영. (2021). 농촌 치유관광객 시장세분화 연구. *농촌지도와 개발*, 28(1), 13-23. doi:10.12653/jecd.2021.28.1.0013
2. 김진원, & 이금룡. (2020). 노인의 여행 및 관광 등이 삶의 질에 미치는 영향 중단연구. *관광레저연구*, 2(7), 49-68. doi:10.31336/JTLR.2020.7.32.7.49
3. 농촌진흥청. (2023). 2022 농촌관광 실태조사- 국민부문 -. 원주: 농촌진흥청 국립농업과학원.
4. 윤유식, 박덕병, & 이민수. (2009). 농촌관광 여행형태 유형화 및 특성분석 연구: 이단계 군집분석과 다중로짓 모델적용. *관광연구*, 23(4), 337-355.
5. 장병권. (2023). 액티브 시니어 관광자의 행동특성 연구. *관광학연구*, 47(5), 1-170. doi:10.17086/JTS.2023.47.5.159.170
6. 조아람, & 이훈영. (2017). 시니어관광객의 추구편익에 따른 시장세분화: Mixture model을 사용하여. *관광연구저널* 31(11), 33-45. doi:10.21298/IJTHR.2017.11.31.11.33
7. 차광섭, 정철, & 김남조. (2012). 여가라이프스타일을 이용한 노인여행자 시장세분화 연구. *관광레저연구*,

- 24(5), 27-46.
8. Alén, E., Nicolau, J. L., Losada, N., & Domínguez, T. (2014). Determinant factors of senior tourists' length of stay. *Annals of Tourism Research*, 49, 19-32. doi: 10.1016/j.annals.2014.08.002
9. Bayat, N., Rastegar, E., Salvati, L., Darabi, H., Ahmadi Fard, N., & Taji, M. (2019). Motivation-based market segmentation in rural tourism: The case of Sámán, Iran. *Almatourism - Journal of Tourism, Culture and Territorial Development*, 10(19), 1-24. doi:10.6092/issn.2036-5195/7453
10. Bowling, A. (2008). Enhancing later life: How older people perceive active ageing? *Aging and Mental Health*, 12(3), 293-301. doi:10.1080/13607860802120979
11. Bulut, C., & Nazli, M. (2023). Senior millionaires and their travel behaviours: The case of turkey. *Journal of Population Ageing*, 16(3), 721-740. doi:10.1007/s12062-020-09297-0
12. Cai, L. A., & Li, M. (2009). Distance segmented rural tourists. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 26(8), 751-761. doi:10.1080/10548400903356137
13. Carneiro, M. J., Eusébio, C., Kastenholz, E., & Alvelos, H. (2013). Motivations to participate in social tourism programmes: A segmentation analysis of the senior market. *Anatolia*, 24(3), 352-366. doi:10.1080/13032917.2013.767212
14. Cleaver, M., Muller, T. E., Ruys, H. F., & Wei, S. (1999). Tourism product development for the senior market, based on travel-motive research. *Tourism Recreation Research*, 24(1), 5-11. doi:10.1080/02508281.1999.11014852
15. 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. doi:10.1177/1356766712471231
16. Eusébio, C., Carneiro, M. J., Kastenholz, E., & Alvelos, H. (2017). Social tourism programmes for the senior market: A benefit segmentation analysis. *Journal of Tourism and Cultural Change*, 15(1), 59-79. doi:10.1080/14766825.2015.1117093
17. Frochot, I. (2005). A benefit segmentation of tourists in rural areas: A Scottish perspective. *Tourism Management*, 26(3), 335-346. doi:10.1016/j.tourman.2003.11.016
18. Hu, F., Wen, J., Phau, I., Ying, T., Aston, J., & Wang,

- W. (2023). The role of tourism in healthy aging: An interdisciplinary literature review and conceptual model. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 56, 356-366. doi:10.1016/j.jhtm.2023.07.013
19. Iwasaki, Y., & Smale, B. J. (1998). Longitudinal analyses of the relationships among life transitions, chronic health problems, leisure, and psychological well-being. *Leisure Sciences*, 20(1), 25-52. doi:10.1037/dev0001717
 20. Jang, S., Bai, B., Hu, C., & Wu, C. M. E. (2009). Affect, travel motivation, and travel intention: A senior market. *Journal of Hospitality & Tourism Research*, 33(1), 51-73. doi:10.1177/1096348008329666
 21. Kara, A., & Kaynak, E. (1997). Markets of a single customer: Exploiting conceptual developments in market segmentation. *European Journal of Marketing*, 31(11/12), 873-895. doi:10.1108/03090569710190587
 22. Kim, H., Woo, E., & Uysal, M. (2015). Tourism experience and quality of life among elderly tourists. *Tourism Management*, 46, 465-476. doi:10.1016/j.tourman.2014.08.002
 23. Lee, S. H., & Tideswell, C. (2005). Understanding attitudes towards leisure travel and the constraints faced by senior Koreans. *Journal of Vacation Marketing*, 11(3), 249-263. doi:10.1177/1356766705055716
 24. Littrell, M. A., Paige, R. C., & Song, K. (2004). Senior travellers: Tourism activities and shopping behaviours. *Journal of Vacation Marketing*, 10(4), 348-362. doi:10.1177/135676670401000406
 25. Milman, A. (1998). The impact of tourism and travel experience on senior travelers' psychological well-being. *Journal of Travel Research*, 37(2), 166-170. doi:10.1177/004728759803700208
 26. Nimrod, G. (2007). Retirees' leisure: Activities, benefits, and their contribution to life satisfaction. *Leisure Studies*, 26(1), 65-80. doi:10.1080/02614360500333937
 27. Norusis, M. J. (2003). *SPSS 12.0 statistical procedures companion*. Upper Saddle River, NJ: Prentice-Hall. <http://www.jstor.org/stable/27643634>
 28. Park, D. B., & Yoon, Y. S. (2009). Segmentation by motivation in rural tourism: A Korean case study. *Tourism Management*, 30(1), 99-108. doi:10.1016/j.tourman.2008.03.011
 29. Patterson, I. R. (2006). *Growing older: Tourism and leisure behaviour of older adults*. Cabi. doi:10.26493/23-35-4194.15.65-80
 30. Patterson, I., & Balderas, A. (2020). Continuing and emerging trends of senior tourism: A review of the literature. *Journal of Population Ageing*, 13, 385-399. doi: 10.1007/s12062-018-9228-4
 31. Patterson, I., Balderas-Cejudo, A., & Pegg, S. (2021). Tourism preferences of seniors and their impact on healthy ageing. *Anatolia*, 32(4), 553-564. doi:10.1080/3032917.2021.1999753
 32. Pesonen, J., & Komppula, R. (2010). Rural wellbeing tourism: Motivations and expectations. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 17(1), 150-157. doi:10.1375/jhtm.17.1.150
 33. Qiao, G., Ding, L., Xiang, K., Prideaux, B., & Xu, J. (2022). Understanding the value of tourism to seniors' health and positive aging. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 19(3), 1476. doi:10.3390/ijerph19031476
 34. Rid, W., Ezeuduji, I. O., & Pröbstl-Haider, U. (2014). Segmentation by motivation for rural tourism activities in The Gambia. *Tourism Management*, 40, 102-116. doi:10.1016/j.tourman.2013.05.006
 35. Rundle-Thiele, S., Kubacki, K., Tkaczynski, A., & Parkinson, J. (2015). Using two-step cluster analysis to identify homogeneous physical activity groups. *Marketing Intelligence & Planning*, 33(4), 522-537. doi: 10.1108/MIP-03-2014-0050
 36. Sharpley, R. (1996). *Tourism and leisure in the countryside* (2nd ed.). Huntington: ELM Publications.
 37. Tkaczynski, A., Rundle-Thiele, S., & Beaumont, N. (2010). Destination segmentation: A recommended two-step approach. *Journal of Travel Research*, 49(2), 139-152. doi:10.1108/MIP-03-2014-0050
 38. Wei, S., & Milman, A. (2002). The impact of participation in activities while on vacation on seniors' psychological well-being: A path model application. *Journal of Hospitality & Tourism Research*, 26(2), 175-185. doi:10.1177/1096348002026002006
 39. World Health Organization. (2023). *Mental health of older adults*. <https://www.who.int/news-room/fact-sheets/detail/mental-health-of-older-adults>

Received 07 March 2024; Revised 15 March 2024; Accepted 26 March 2024



Dr. Kyung-Hee Kim is a Researcher of Department of Agricultural Environment in the National Institute of Agricultural Sciences, Rural Development Administration, South Korea. Her research fields are rural healing tourism and rural tourism.

Address: (55365) Department of Agricultural Environment, National Institute of Agricultural Sciences, Rural Development Administration, 166, Nongsaengmyeong-ro, Iseo-myeon, Wanju-gun, Jeollabuk-do, Republic of Korea

E-mail: khkim08@korea.kr
phone: 82-63-238-2630



Dr. Don-Gak Lee is a Post-Doc. Researcher of Department of Agricultural Environment in the National Institute of Agricultural Sciences, Rural Development Administration, South Korea. Her research fields are rural healing tourism and forest therapy.

Address: (55365) Department of Agricultural Environment, National Institute of Agricultural Sciences, Rural Development Administration, 166, Nongsaengmyeong-ro, Iseo-myeon, Wanju-gun, Jeollabuk-do, Republic of Korea

E-mail: don0810@korea.kr
phone: 82-63-238-2640