



농촌 커뮤니티 비즈니스가 지역민의 생활만족도에 미치는 영향 - 실행도의 매개 효과 -

The Effects of Rural Community Business and It's Performance and Relationship with Residents' Life Satisfaction - Mediating the Effects of Performance -

정상숙^a · 엄성준^b · 조성결^c · 리신호^{d,†}

Jeong, Sang Sook · Eom, Seong Jun · Jo, Seung Geul · Rhee, Shin Ho

ABSTRACT

The purpose of this study was to examine the relationships between the community business, performance and the life satisfaction of local residents and to investigate the mediating effects that community business performance has on the life satisfaction of local residents. The results of the study investigating the effect of community business, performance and the residents' life satisfaction mediating effect of performance are summarized as follows: First, there were differences with the economical, environmental, and performance factors pertaining to the participants' age while there were no differences concerning the social-cultural factors and the life satisfaction of local residents. Second, the higher the impact a community business has, the higher the life satisfaction of the local residents have. In addition, the higher the performance in community business, the more ready local residents are to be inclined to be satisfied. Third, economical and environmental factors have direct effects on the life satisfaction of local residents, but also indirectly effect the performance of local residents. In addition, the level of performance that a community business plays has a mediating role in the life satisfaction of local residents.

Keywords: Community business; life satisfaction; performance; local resident

1. 서 론

지난 수십 년 동안 농촌 지역은 심각한 경기침체와 정체로 어려움을 겪고 있으며 이로 인한 경제적 기회와 사회 서비스의 부족은 심각한 이농현상을 초래하였다 (Varady, 1983).

낮은 인구밀도와 독특한 경제활동패턴 등 도시와는 다른 고유한 특징을 가진 농촌지역이 지속해서 발전하기 위해서는 지역공동체의 보편적 이익을 추구하는 커뮤니티 비즈니스 (Community Business: CB)가 대안으로 제시되고 있다 (Chang,

2010). 커뮤니티 비즈니스 (CB)는 지역사회와 생태계에 미치는 영향력을 고려함은 물론 농촌지역의 독특한 농촌경제 패턴, 사회적, 환경적 조건을 반영한 지역 중심의 사업으로 지역민과 지역공동체의 의견과 지역개발 대안에 대한 주민의 태도를 반영한 내발적 발전을 목적으로 한다 (Kim et al., 2013; Chang, 2010). 따라서 농촌주민의 요구에 부응하는 경제, 사회 문화, 환경 등의 요인을 통합하는 구조적 요인을 탐색하고 지역사회 맥락을 고려한 새로운 농촌 활성화 정책인 커뮤니티 비즈니스에 대한 연구의 필요성이 제기된다.

이에 대한 정부의 대안 중 하나가 정부차원의 농촌 지역개발사업이었다 (Kim, 2010a). 1960년대 시작된 농촌 지역개발사업은 새마을 운동을 통해 전국적으로 확산되면서 농촌의 정주환경 개선과 소득증대를 위한 사업들이 시행되었다. 1980-90년대의 농촌 지역개발사업은 정주권 개발사업, 소·도움 육성사업, 도서종합개발사업 등과 같은 지역개발사업의 시행으로 농촌의 정주환경 개선 측면에서는 소기의 목적을 달성하였다 (Hur and Lee, 2010). 그러나 정부의 농촌정책은 농촌의 지역적 특성을 반영하지 못했고 변화하는 세계 농촌의 정책변화에 대처하지 못했다. 따라서 정부는 농촌지역사업에 대한 새로운 대안을 제시할 시점에 이르렀다. 지역민과

^a Instructor, Dept. of Agricultural and Rural Engineering, Chungbuk National Univ.

^b Instructor, Dept. of Agricultural and Rural Engineering, Chungbuk National Univ.

^c Graduate Student, Dept. of Agricultural and Rural Engineering, Chungbuk National Univ.

^d Professor, Dept. of Agricultural and Rural Engineering, Chungbuk National Univ.

† Corresponding author

Tel.: +81-43-261-2574 Fax: 82-43-271-5922

E-mail: rhee2574@chun.ac.kr

Received: July 23, 2019

Revised: August 12, 2019

Accepted: August 19, 2019

지역공동체의 자발적 참여, 지역민의 발전과 성장 및 지방정부 중심의 통합된 농촌 지역개발 (Gore, Powell, and Wells, 2006)을 반영한 커뮤니티 비즈니스 (CB)에 대한 정부와 지방정부의 관심이 증가하고 있다.

커뮤니티 비즈니스 (CB)는 농촌 지역공동체를 중심으로 농촌 지역의 일자리 창출과 부가가치 향상, 지역민의 다양한 사회문제 해결, 무분별한 개발로 인한 환경 파괴의 최소화 등 농촌지역의 삶의 질 향상과 경제 활성화를 위한 대안으로 제시되고 있다 (Kim et al., 2011; Pavel and Moldovan, 2019). 농촌 커뮤니티 비즈니스 (CB)는 지역을 단위로 농업생산을 중심으로 가공, 유통 및 농업인과 지역 상공업자와의 연대를 통해 지역 가치를 창출하는 것을 목적으로 한다. 즉 농촌의 경제, 사회문화 및 환경의 개선을 통해 지역공동체의 삶의 질을 향상시키는 것이 목적이다 (An, 2013). 특히 한국형 커뮤니티 비즈니스 (CB)는 영리성과 공익성이 양립하지만 영리성을 중시하고 지역주민과 공동체의 만족도가 중요한 가치이다 (Kim et al., 2013; Reimer, 2006). 따라서 커뮤니티 비즈니스가 농촌 지역주민의 만족도에 미치는 영향에 대한 연구가 필요한 실정이다.

이에 본 연구는 농촌 커뮤니티 비즈니스가 지역민의 만족도에 미치는 영향과 실행도의 매개효과를 알아보려 하였다. 본 연구는 도출된 연구결과를 바탕으로 농촌 커뮤니티 비즈니스의 성장·발전을 위한 가능성을 제시하고 농촌 지역의 삶의 질 향상과 농촌경제 활성화를 위한 대안을 제시하고자 하였다.

II. 이론적 배경

1. 커뮤니티 비즈니스 (Community Business)

가. 커뮤니티 비즈니스의 개념

커뮤니티 비즈니스는 지역민이나 지역공동체가 직면한 다양한 문제를 지역민 스스로 지역의 유휴자원을 활용하여 문제를 해결하는 조직체 또는 사업의 형태로 정의할 수 있다 (Kim, 2011). 또한 비즈니스 기법을 이용하여 지역민이나 지역공동체가 주체가 되어 지역 내의 유휴자원을 활용하여 지역의 다양한 문제를 해결하고 지역민의 삶의 질 향상, 지역 활성화를 목표로 이윤 추구보다는 공익성을 추구하는 조직체 또는 사업부분으로 정의하였다 (Atsushi, 2007). 커뮤니티 비즈니스의 개념은 다음과 같은 전제조건을 바탕으로 정의된다 (Kim et al., 2011). 첫째, 지역민이나 지역공동체의 자발적인 참여를 전제로 한다. 둘째, 해당 지역에 존재하는 유휴자원을 활용하여 비즈니스화 한다. 셋째, 유휴자원을 바탕으로 지역

이나 지역사회의 요구를 반영하여 다양한 상품과 서비스를 개발 및 판매하는 사업이다.

커뮤니티 비즈니스 (Community Business)에서 비즈니스 (Business)는 영리를 추구하는 경제활동을 강조함으로써 사업성과 수익성 모두를 포함하는 영리활동 또는 경제적 수단으로 정의하고 있다 (Kim, 2008a). 이와 같이 커뮤니티 비즈니스 (CB)는 지역민과 지역공동체의 당면과제를 해결하는 것이 목적이므로 영리성과 공동성을 동시에 추구하고 있다. 커뮤니티 비즈니스는 지역공동체가 중심이 되어 농·특산물 판매, 지역민의 삶의 질 향상, 폐기물 재활용, 지역민 대상의 취업교육 등 지역의 당면과제를 해결하고자 하는 공익성과 일자리 창출 고용 확대를 통한 지역경제 활성화를 도모하는 영리성 등을 동시에 추구하는 것이다.

한국 농촌은 고령화, 과소화, 농업생산 축소, 국가 위주 사업을 통한 공동체 관리 등으로 인해 지역공동체의 기능이 약화되고 있다. 이에 농촌 지역공동체의 기능을 활성화하기 위해 지역민과 지역공동체가 자발적으로 지역의 당면 문제를 해결할 수 있도록 지원과 지지가 필요하다. 농촌지역의 커뮤니티는 도시와 달리 몇 가지 독특한 기능을 가진다. 첫째, 농업생산을 보완하는 기능, 둘째, 지역자원을 관리하는 기능. 셋째, 생활면에서 상호부조를 하는 기능 등을 가진다 (Kim et al., 2013). 고령화, 농산물에 대한 시장개방, 주민자치 기능의 강화 등 빠르게 변화하는 농촌 지역공동체의 특성을 고려한 커뮤니티 재생을 위한 다양한 노력이 필요하다 (Kim, 2013).

따라서 한국적 커뮤니티 비즈니스 (CB)는 농촌 지역공동체가 주축이 되어 농촌 지역의 현안을 해결하고 농촌지역의 유휴자원을 활용하여 지역민의 일자리 창출, 고용증대를 통해 농촌지역의 활성화를 도모하는 것으로 공익성보다는 영리성 추구에 중점을 둔 농촌 지역사업이다.

나. 커뮤니티 비즈니스 (Community Business)의 구성요소

커뮤니티 비즈니스 (CB)는 농업생산을 전제로 생산된 농·특산물의 가공, 유통, 판매와 같은 6차 산업을 활성화하고 관광이나 도·농교류 확산을 도모하며 지역에 거주하는 농·공·상이 연대하여 쇠퇴하고 있는 농촌 지역경제를 활성화하는 것이다 (Kim et al., 2013). 이에 커뮤니티 비즈니스 (CB)의 주요 구성요인 주체, 자원, 사업 및 지원방식에 대해 살펴볼 필요가 있다.

첫째, 커뮤니티 비즈니스 (CB)는 지역민과 지역공동체의 자발적인 참여가 전제되어야 한다. 지역민이나 지역공동체는 지역의 현안을 공유하고 문제를 해결하고자 노력하는 조직체이다. 다수의 구성원이 참여하는 조직체가 커뮤니티 비즈니스에 매우 유리하다고 볼 수 있다. 둘째, 커뮤니티 비즈니스

(CB)는 지역 내에 존재하는 지역자원을 활용하는 것으로 한다. 지역자원은 농림수산자원, 자연자원, 기술, 신뢰, 자본 등과 같이 활용되고 있는 자원뿐만 아니라 잠재적 가치가 있는 유희자원을 의미한다. 셋째, 지역민과 지역공동체의 삶의 질 향상에 대한 요구를 해결하기 위해 상품 개발 및 판매하는 사업이다. 이 사업은 일자리 창출을 통해 소득증대, 생활 및 복지 향상, 도·농간의 상생의 관점에서 도농교류확대에 중점을 두고 실시한다. 넷째, 농촌 커뮤니티 비즈니스의 성공을 위해 다양한 외부의 지원이 필요하다. 지역민과 지역공동체가 주축이 된 사업으로 중간지원조직의 역할이 매우 중요하다 (Simms, Freshwater, and Ward, 2014). Kim et al. (2013)는 중간지원조직의 형태를 법인, 비영리 단체, 대학 부설기관과 같은 조직체와 함께 우수한 능력을 갖춘 개인 즉 은퇴자 활용에 대한 대안을 제시하였다. 중간지원의 역할은 커뮤니티 비즈니스의 창업 및 경영에 대한 전반적인 지도, 정보제공, 보조금 및 융자 관련 자금에 대한 중개, 출자 등 다양한 지원체계를 제시하고 있다. 즉 농촌지역민의 역량 부족으로 인한 문제점을 외부의 지원을 활용함으로써 해결점을 찾고자 하였다.

다. 커뮤니티 비즈니스 (Community Business)의 발달

지역단위 중심으로 지역민이나 지역공동체가 문제를 해결하는 방식인 커뮤니티 비즈니스의 특성상 국가나 지역마다 문제해결 방안이나 접근방식이 매우 다르다 (Slijepcevic, 2018). 경제의 세계화, 시장경제의 실패, 관 주도, 하향식 지역개발정책 극복, 지역공동체의 쇠퇴 등을 배경으로 등장한 외국의 커뮤니티 비즈니스 (CB) (Ham and Kim, 2010)와 달리 한국은 지역경제의 침체, 지역간 격차 확대, 지역민의 이윤추구, 지역경제 활성화를 위한 방안으로 커뮤니티 비즈니스 (CB)가 활성화되고 있다 (Kim, 2010a). 이에 한국의 커뮤니티 비즈니스의 발달단계를 3단계로 나누어 살펴볼 필요가 있다.

1) 소개단계: 2006-2007년

세계 경제의 불황은 해외자본 유치와 국내 기업 활동의 위축을 초래하여 고용감소와 소득감소로 인해 지역경제가 위축되는 원인이 되었다. 학자들을 중심으로 지역사회 활성화 대안으로 커뮤니티 비즈니스가 한국에 소개되었다. 커뮤니티 비즈니스 실행효과는 지역 내 고용창출, 지역 유희자원을 활용한 경제소득 창출, 지역공동체에 대한 공감대 형성, 역할분담을 통한 동기부여와 자아실현의 욕구 충족 등으로 기대하고 있다. 특히 참여 주체인 지역민과 지역공동체의 경제적 이익과 지역사회가 직면한 사회문화적 요인과 환경요인과 같은 문제를 해결하는 공익적인 측면 모두에 긍정적인 효과를 기대하고 여러 나라의 사례를 소개하였다 (Kim et al., 2011).

2) 적용단계: 2008-2009년

커뮤니티 비즈니스가 한국에 적용되는 시기로 희망제작소를 중심으로 실제 현장에 적용되었다. 또한 커뮤니티 비즈니스에 대한 실제 적용뿐만 아니라 다양한 주제에 대한 연구들이 이루어졌다 (Kim and Park, 2009; Kim, 2008b). 특히 완주군과 희망제작소 (2008)는 일본의 커뮤니티 비즈니스의 동향과 함께 성공적인 커뮤니티 비즈니스를 위한 다양한 전략들을 소개하였다. 조직형태와 마케팅, 정부의 역할, 리더의 육성과 역할, 중간지원조직인 NGO의 역할 등. 또한 Kim and Park (2009)은 농촌체험관광사업을 커뮤니티 비즈니스로 규정하고 사례연구를 통해 커뮤니티 비즈니스의 성공요인을 도출하였다. 성공요인은 마을주민의 참여, 차별화된 체험 프로그램, 컴퓨터 활용, 주민의 평생학습, 외부네트워크 활용, 자본 등이라고 하였다. 이 시기는 커뮤니티 비즈니스의 현장 적용과 연구를 통해 커뮤니티 비즈니스의 활용 가능성을 입증하는 시기라고 할 수 있다.

3) 정부 차원의 추진단계: 2010년 이후

이 시기는 정부가 일자리 창출을 위한 대안으로 커뮤니티 비즈니스를 각 농촌지역에 적극적으로 시행하는 단계로 한국적 시각에서 커뮤니티 비즈니스를 재해석하는 시기라고 할 수 있다. Countryside Agency (2005) 커뮤니티 비즈니스와 유사한 개념인 사회적 기업의 한계점을 파악하여 이를 바탕으로 농촌지역에서의 사회적 기업 육성을 위한 현행제도의 개선을 제시하였다. Countryside Agency (2005)의 연구결과를 바탕으로 농어촌 중심의 사회적 기업의 실패를 파악하여 농어촌에 적합한 모델을 제시하였다.

라. 커뮤니티 비즈니스 (Community Business) 관련 선행연구

고령화, 과소화, 농업생산 축소, 지역공동체 기능의 약화 등 농촌 존립 자체를 위협하는 상황에서 지역민과 지역공동체 중심의 농촌지역 활성화 사업인 커뮤니티 비즈니스 (CB)와 관련된 선행연구를 살펴봄으로써 커뮤니티 비즈니스 (CB)의 활성화 방안을 찾고자 한다.

커뮤니티 비즈니스 (CB)에 관한 선행연구는 대부분 커뮤니티 비즈니스의 성공, 발전 방향, 활성화, 필요성과 당위성, 국가간 비교 분석에 대한 연구가 주로 이루어지고 있다. 농촌 커뮤니티 비즈니스의 필요성과 당위성에 관한 연구 (Kim, 2010b; Lee et al., 2015; Won et al., 2015; Cho, Choi, and Kim, 2011), 성공 요인에 관한 연구 (Kim and Park, 2009; Kim et al., 2013; Park, 2011; Lee et al., 2013a; Joo, 2012) 및 활성화에 관한 연구 (Kim, 2011; Lee et al., 2013b; Samsung Economic Institute, 2009; Choi and Bae, 2001)가 주로 이루어졌다. 그러

나 커뮤니티 비즈니스가 지역민의 만족도에 미치는 영향에 관한 연구 (Song, 2012)는 매우 부족한 실정이다. 특히 커뮤니티 비즈니스가 지역민의 만족도에 미치는 영향은 거의 연구되지 않은 상태로 이에 대한 연구가 필요한 실정이다. 커뮤니티 비즈니스 (CB)에 대한 선행연구를 구체적으로 살펴보면 다음과 같다.

Cho, Choi, and Kim (2011)은 커뮤니티 비즈니스의 일자리 창출에 대한 가능성과 정책적 정당성에 관한 연구를 실시하였다. 이 연구에서 도출된 커뮤니티 비즈니스의 정책적 정당성을 확보하기 위해서는 주민의 자발적 참여, 지역 내의 다양한 조직간 연계, 지역자원의 활용이 필요하다고 하였다. 즉 커뮤니티 비즈니스의 정책적 정당성 확보 과정은 주민의 자발적 참여가 중심이 되어야 하며 이 과정에서 중앙정부 역할은 제도적 및 행정적 지원과 부처간의 협력체계를 구축하여 지역사업의 지원자로서의 역할을 해야 함을 강조하였다. 또한 지방정부는 지역에 적합한 사업을 선정할 수 있도록 돕고 조례정비를 통해 커뮤니티 비즈니스를 지원해야 함도 강조하였다. 이 연구는 커뮤니티 비즈니스가 성공하기 위한 방안으로 지역공동체, 중앙정부, 지방정부의 역할수행에 대한 방법을 제시하였다.

Kim (2010a)는 커뮤니티 비즈니스와 사회적 기업과의 차이점에 대해 고찰하여 정부의 획일적인 사회적 기업에 대한 인증제나 육성정책에 대한 차별화의 필요성을 몇 가지로 구분하여 제시하였다. 커뮤니티 비즈니스는 일반 주민 주축이 된 지역공동체 활성화 사업인 반면 사회적 기업은 취약계층에 대한 일자리제공 사업이 목표이다. 조직의 규모면에서 커뮤니티 비즈니스는 사회적 기업 이전 단계이고 사회적 기업은 커뮤니티 비즈니스가 발전된 단계이다. 구성원의 요구 단계 측면에서 커뮤니티 비즈니스는 자기실현의 단계인 반면 사회적 기업은 안전의 욕구 및 생리적 욕구단계라고 하였다. 구성원과의 관계에서 커뮤니티 비즈니스는 공동체 의식을 공유한 반면 사회적 기업의 익명성이 강조되고 있다. 두 사업의 차이점을 고찰하여 정부의 획일적인 정책을 지양하고 사업의 특성에 적합한 지원이 이루어지도록 하는 방안을 제시하였다.

Choi and Bae (2001)은 커뮤니티 비즈니스 (CB)의 현황과 운영에 대한 실태조사를 통해 커뮤니티 비즈니스의 문제점과 개선방안을 제시하였다. 커뮤니티 비즈니스를 실행하는 과정에서 발생하는 문제점으로는 정부 정책의 획일성과 중복성, 인건비 위주의 지원방식의 문제, 사업 실행 전 사전조사에 대한 미비, 획일적인 프로그램 등으로 조사되었다. 본 연구를 통해 도출된 문제점에 대한 해결방안을 모색하고자 하였다. 이에 커뮤니티 비즈니스의 활성화를 위해 중요한 요인으로는 지역의 자원 활용, 중간지원조직의 역할 강화, 네트워크 구축,

주민참여, 주민 교육프로그램 등이 있다고 하였다.

Kim and Park (2009)은 농촌관광을 커뮤니티 비즈니스로 규정하고 여러 커뮤니티 비즈니스 모델을 분석한 후 한국 농촌 실정에 적합한 모델 (SLEN)을 선정한 후 사례연구를 실시하였다. 사례분석을 통해 커뮤니티 비즈니스의 성공요인과 지속가능한 농촌관광의 모델을 생성하였다. 농촌관광의 성공요인은 주민 참여, 차별화된 체험프로그램, 컴퓨터 활용, 지역민의 학습, 외부네트워크 활용 등으로 나타난 반면 자금은 성공요인이 아님이 확인되었다. 또한 SLEN 모델의 주요 구성요인은 투자, 프로세스, 지속가능한 결과로 나타났다. 투자는 인적, 재무적, 사회적 및 장소 자본이었고, 프로세스는 지역공동체의 팀워크, 창의성, 컴퓨터 활용능력, 네트워크로 나타났다. 커뮤니티 비즈니스가 지속적으로 유지될 수 있는 요인이 투자수익, 지역발전, 가계수입이었다. 이 연구결과는 커뮤니티 비즈니스의 목적에 부합하는 결과를 입증하였다.

III. 연구방법

1. 연구 대상

본 연구는 경상남도, 경상북도, 전라북도, 충청남도 및 충청북도 등 14개 마을 대상으로 농촌포럼현장에 참여한 지역

Table 1 Participants' socio-demographic variables (N=232)

	Classification	Numbers	Frequencies (%)
Gender	men	113	48.7
	women	119	51.3
Age	less than 40 year	36	15.5
	more than 40 year- less than 50 year	46	19.8
	more than 50 year- less than 60 year	60	25.9
	more than 60year- less than 70 year	68	29.3
	over 70 years	22	9.5
Education level	less than high school graduate	87	37.5
	high school graduate	59	25.4
	community college graduate	30	12.9
	university graduate	39	16.8
	the graduate course and finish graduate school	17	7.3

Table 2 Reliability of sub-variables of community business

Sub-variables	Item numbers	Numbers	Cronbach's α
Economic factor	1, 2, 3, 4	4	.76
Social-cultural factor	5, 6, 7*, 8*	4	.62
Environmental factor	9, 10, 11, 12*, 13*	5	.64
Total	13		.83

*items reversing score

Table 3 Reliability of performance and life satisfaction in community business

Sub-variables	Item numbers	Numbers	Cronbach's α
Performance	Physical factors	1, 2, 12	.60
	Hand-on program	5, 7, 7, 8	.73
	Operating management	3, 4, 9, 10, 11, 13, 14, 15	.81
	Total	15	.87
Life satisfaction	1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8	8	.90

주민 350명을 대상으로 실시되었다. 지역 경제 활성화와 지역 현안을 해결하기 위해 모인 지역민을 연구 대상으로 선정하여 본 연구의 타당도와 신뢰도를 높이고자 하였다. 연구대상의 표집방법은 편의표집을 사용하여 자료를 수집하였다. 자료수집기간을 2019년 1월 15일부터 2019년 4월 30일까지 연구자가 지역민들에게 연구목적을 설명하고 연구동의서를 받은 후 설문지를 배부하고 회수하였다. 회수된 설문지 중 불성실한 응답을 한 설문지를 제외한 나머지 232가 본 연구에 사용되었다. 연구대상의 사회 인구학적 배경은 다음과 같다 (Table 1).

Table 1에 제시된 바와 같이 본 연구 대상의 사회인구학적 배경을 살펴보면 남성이 113명 (48.7%)이고 여성은 119명 (51.3%)이었다. 연령은 60세이상-70세미만이 68명 (29.3%)로 가장 많았고, 50세이상-60세미만 60명 (25.9%), 40세이상-50세미만 46명 (19.8%), 40세 미만 36명 (19.8%), 70세이상 22명 (9.5%) 순으로 나타났다. 학력은 고등학교 졸업미만이 87명 (37.5%)으로 가장 많았고 고등학교 졸업 59명 (25.4%), 4년제 대학 졸업 39명 (16.8%), 전문대학 졸업 30명 (12.9%), 대학원 재학 및 졸업 17명 (7.3) 순으로 나타났다.

2. 연구 도구

가. 커뮤니티 비즈니스의 경제, 사회문화적 및 환경적 효과

본 연구는 커뮤니티 비즈니스가 농촌지역사업의 경제적, 사회문화적, 환경적 요인에 대한 지역민의 인식정도를 평가하기 위해 사용한 측정도구는 Kim and Park (2009)이 사용한 설문지를 수정, 보완하여 총 13개 문항으로 구성하였다. 본

척도는 '전혀아니다' 1점부터 '매우그렇다' 5점으로 구성되었고 4, 7, 8, 12, 13 문항 등 5문항은 역채점하여 사용하였다. 설문지의 점수가 높을수록 커뮤니티 비즈니스의 경제적, 사회적, 환경적 효과가 높다는 것을 의미한다. 경제적 요인의 신뢰도는 .76이었고, 사회문화적 요인 .62, 환경적 요인은 .64이었다 (Table 2).

나. 커뮤니티 비즈니스의 실행도 및 생활만족도

커뮤니티 비즈니스의 실행도와 생활만족도를 평가하기 위해 Jung (2012)이 사용한 설문지를 수정, 보완하여 사용하였다. 커뮤니티 비즈니스의 실행도는 물리적 요인, 체험프로그램, 운영관리의 3개의 하위변인으로 총 15문항으로 구성하였고 '전혀아니다' 1점부터 '매우 그렇다' 5점으로 점수가 높을수록 실행도가 높다는 것을 의미한다. 만족도 설문지는 총 8문제로 구성되었고 '전혀아니다' 1점부터 '매우그렇다' 5점으로 점수가 높을수록 생활만족도가 높다는 것을 의미한다. 본 연구의 실행도의 신뢰도는 .87이었고, 생활만족도 .90이었다 (Table 3).

3. 연구모델

본 연구는 커뮤니티 비즈니스 (CB), 실행도, 생활만족도간의 관계를 알아보고자 커뮤니티 비즈니스 (CB), 실행도, 만족도에 관한 이론적 고찰과 선행연구 검토를 통해 변인간의 인과관계를 파악한 후 다음과 같은 연구모델을 설정하였다 (Fig. 1).

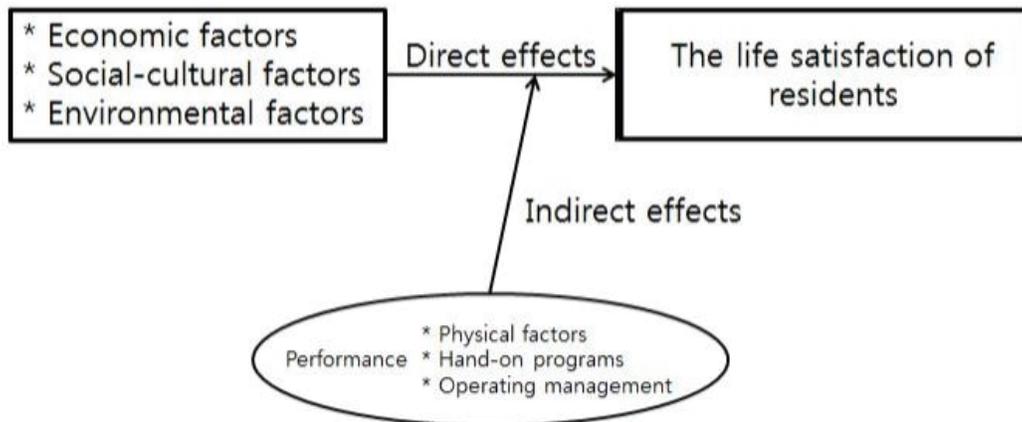


Fig. 1 The model of the effects of rural community business and its performance on the life satisfaction of residents

4. 자료 분석

본 연구는 커뮤니티 비즈니스 (CB)가 지역민의 생활만족도에 미치는 영향과 실행도가 지역민의 생활만족도에 미치는 매개효과를 알아보기 위해 SPSS 22를 사용하여 다음과 같이 자료를 분석하였다.

첫째, 연구대상의 사회인구학적 배경을 분석하기 위해 빈도, 백분율, 평균, 표준편차를 산출하고, 각 측정도구의 문항간 내적일치도를 검증하기 위해 Cronbach's α 값을 산출하였다. 둘째, 연구대상의 사회인구학적 변인에 따른 커뮤니티 비즈니스 (CB), 실행도, 생활만족도 간의 차이를 확인하기 위해 t-test와 일원변량분석 (ANOVA)을 실시한 후 집단간 차이를 검증하기 위해 사후검증 (Scheffe)을 실시하였다. 셋째, 커뮤니티 비즈니스, 실행도, 생활만족도 간의 상관계수를 산출하고 다중회귀분석을 실시하였다, 또한 매개변인의 직접 및 간접효과에 대한 유의성 검증을 위해 Sobel test를 실시하여 다중 독립변수와 종속변수 간의 매개변인의 영향을 검증하였다.

IV. 연구결과

1. 연구대상의 사회인구학적 변인에 따른 커뮤니티 비즈니스 (CB), 실행도, 생활만족도의 차이

연구대상의 사회인구학적 변인인 연령과 학력에 따라 커뮤니티 비즈니스 (CB)의 하위요인인 경제적 요인, 사회문화적 요인, 환경적 요인, 실행도, 생활만족도에 차이가 있는지 알아보기 위해 일원변량분석 (ANOVA)을 실시하였다. 또한 집단간 차이를 알아보기 위해 사후검증 (Scheffe)을 실시하였다 (Table 5 and Table 6).

Table 5에 제시된 바와 같이 연령에 따른 경제적 요인은 50세이상-60세미만이 평균 3.13 (SD=.59)로 가장 높았고, 60세이상-70세미만의 평균 3.07 (SD=.65), 40세미만의 평균 3.06 (SD=.69), 40세이상-50세미만의 평균 2.95 (SD=.63), 70세이상 2.64 (SD=.72)순으로 나타났다. 경제적 효과는 연령에 따라 통계적으로 유의미한 차이가 나타났다 (F=2.498, p<.05). 집단간 차이를 알아보기 위해 사후검증을 실시한 결과 70세 이상보다 50세이상-60세미만이 더 높게 나타났다. 연령에 따

Table 5 Differences in the sub-factors of community business, performance, and life satisfaction according to age (N=232)

variables	classification					F	p	Scheffe
	less than 40 year a	more than 40 year- less than 50 year b	more than 50 year- less than 60 year c	more than 60 year- less than 70 year d	over 70 years e			
	M(SD)	M(SD)	M(SD)	M(SD)	M(SD)			
economic	3.06(.71)	2.95(.63)	3.13(.59)	3.07(.65)	2.64(.72)	2.498	.044	e<c
social-cultural	3.07(.69)	3.01(.70)	3.14(.53)	3.03(.51)	2.72(.57)	2.104	.081	
environmental	3.18(.66)	3.02(.55)	3.19(.54)	3.29(.53)	2.80(.73)	3.754	.006	e<d
performance	3.01(.54)	2.94(.42)	3.13(.57)	3.17(.55)	2.82(.63)	2.582	.038	
life satisfaction	3.05(.68)	2.90(.57)	3.03(.63)	3.13(.60)	3.00(.59)	1.971	.100	

*P<.05, **P<.01

Table 6 Differences in the sub-factors of community business, performance, and life satisfaction according education background (N=232)

variables	classification					F	p
	less than high school graduate	high school graduate	community college graduate	university graduate	graduate course and finish graduate school		
	M(SD)	M(SD)	M(SD)	M(SD)	M(SD)		
economic	2.91(.70)	3.03(.65)	3.10(.75)	3.17(.55)	3.06(.38)	1.269	.283
social-cultural	2.96(.61)	2.94(.58)	3.18(.73)	3.22(.48)	3.00(.48)	2.465	.048
environmental	3.07(.57)	3.07(.57)	3.32(.71)	3.27(.56)	3.21(.56)	1.682	.155
performance	3.01(.56)	3.05(.53)	3.10(.56)	3.16(.57)	3.03(.39)	.556	.695
life satisfaction	2.76(.42)	2.56(.42)	2.54(.39)	2.66(.46)	2.70(.43)	2.756	.029

*p<.05

른 사회문화적 요인은 50세이상-60세미만이 평균 3.14 (SD=.53)로 가장 높았고, 40세미만의 평균 3.07 (SD=.69), 60세이상-70세미만의 평균 3.03 (SD=.51), 40세이상-50세미만의 평균 3.01 (SD=.70), 70세이상 2.72 (SD=.57) 순으로 나타났다. 사회문화적 요인은 연령에 따라 통계적으로 유의한 차이가 나타나지 않았다. 연령에 따른 환경적 요인은 60세이상-70세미만의 평균 3.29 (SD=.53)로 가장 높았고, 50세이상-60세미만이 평균 3.19 (SD=.54), 40세미만의 평균 3.18 (SD=.66), 40세이상-50세미만의 평균 3.02 (SD=.55), 70세이상 2.80 (SD=.73)순으로 나타났다. 환경적 요인은 연령에 따라 통계적으로 유의미한 차이가 나타났다 (F=3.754, p<.01). 이에 집단간 차이를 알아보기 위해 사후검증을 실시한 결과 70세이상보다 60세이상-70세미만의 그룹이 더 높게 나타났다. 연령에 따른 실행도는 60세이상-70세미만의 평균 3.17 (SD=.55)로 가장 높았고, 50세이상-60세미만이 평균 3.13 (SD=.57), 40세미만의 평균 3.01 (SD=.54), 40세이상-50세미만의 평균 2.94 (SD=.42), 70세이상 2.82 (SD=.63)순으로 나타났다. 실행도는 연령에 따라 통계적으로 유의미한 차이가 나타났다 (F=2.582, p<.05). 집단간 차이는 나타나지 않았다. 연령에 따른 실행도는 50세이상-60세미만이 평균 3.07 (SD=.52)로 가장 높았고, 60세이상-70세미만의 평균 3.04 (SD=.53), 40세이상-50세미만의 평균 2.95 (SD=.63), 70세이상 2.64 (SD=.72), 40세미만의 평균 2.99 (SD=.58)순으로 나타났다. 마지막으로 생활만족도는 60세이상-70세미만이 평균 3.13 (SD=.60)로 가장 높았고, 40세미만의 평균 3.05 (SD=.68), 50세이상-60세미만이 평균 3.03 (SD=.63), 70세이상 평균 3.00 (SD=.59), 40세이상-50세미만의 평균 2.90 (SD=.57) 순으로 나타난 반면 통계적으로는 유의미한 차이가 나타나지 않았다.

Table 6에 나타난 바와 같이 학력에 따른 경제적 요인은 4년제 졸업 평균 3.17 (SD=.55)로 가장 높았고, 전문대학졸업

평균 3.10 (SD=.75), 대학원 재학 및 졸업 평균 3.06 (SD=.38), 고등학교 졸업 평균 3.03 (SD=.65), 고졸미만 평균 2.91 (SD=.70) 순으로 나타났으나 통계적으로 유의한 차이는 나타나지 않았다. 사회문화적 요인은 4년제 대학졸업 평균 3.22 (.48)로 가장 높았고 전문대학 졸업 평균 3.18 (SD=.73), 대학원 재학 및 졸업 평균 3.00 (SD=.48), 고졸미만 평균 2.96 (SD=.61), 고등학교졸업 평균 2.94 (SD=.58) 순으로 나타났고 통계적으로 유의미한 차이가 나타났다 (F=2.465, p<.05). 환경적 요인은 전문대학 졸업 평균 3.32 (SD=.71)로 가장 높았고 4년제 대학졸업 평균 3.27 (SD=.56), 대학원 재학 및 졸업 3.21 (SD=.56), 고등학교 졸업과 고졸미만이 각각 3.07 (SD=.57) 순으로 나타났다. 실행도는 4년제 대학졸업 평균 3.16 (SD=.57)로 가장 높았고 전문대학 졸업 평균 3.10 (SD=.56), 고등학교 졸업 평균 3.05 (SD=.53), 대학원 재학 및 졸업 평균 3.03 (SD=.39), 고졸미만 평균 3.01 (SD=.56) 순으로 나타났으나 통계적으로 유의한 차이가 나타나지 않았다. 생활만족도는 고졸미만 평균 2.76 (SD=.42)으로 가장 높았고 대학원 재학 및 졸업 평균 2.70 (SD=.43), 4년제 대학 평균 2.66 (SD=.46), 고등학교 졸업 평균 2.56 (SD=.42), 전문대학 졸업 평균 2.54 (SD=.39)순으로 나타났고 통계적으로 유의한 차이가 나타났다 (F=2.756, p<.05).

2. 커뮤니티 비즈니스(CB), 실행도, 생활만족도 간의 기술통계 및 상관관계 분석

커뮤니티 비즈니스 (CB), 실행도, 생활만족도의 차이를 알아보기 위해 하위영역별 기술통계와 상관 분석을 실시하였다. 본 연구는 변인간의 상관관계를 통해 다중공선상의 문제를 살펴보았다. 각 변인간의 상관분석을 살펴본 결과는 다음과 같다. 이를 구체적으로 살펴보면 다음과 같다 (Table 7).

Table 7에 제시된 바와 같이 커뮤니티 비즈니스 (CB)의 하위요인을 살펴본 결과 경제적 요인은 평균이 3.02 (SD=.66)이

Table 7 Descriptive statistics and Correlation between community business factors, performance, and life satisfaction (N=232)

variables	1	2	3	4	5
1. economic factor	1	.519**	.502**	.335**	.308**
2. social- cultural factor		1	.630**	.265**	.170*
3. environmental factor			1	.396**	.222**
4. performance				1	.490**
5. life satisfaction					1
	Mean	Standard deviation	Minimum	Maximum	Skewness
economic factor	3.02	.66	1.00	5.00	.45
social- cultural factor	3.03	.60	1.00	5.00	.36
environmental factor	3.15	.59	1.00	5.00	.16
performance	3.06	.55	1.00	4.80	.69
life satisfaction	3.03	.61	1.33	5.00	.44

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

Table 8 The effect of community business and performance on the life satisfaction of residents (N=232)

DV	IV	B	β	t	VIF
Residents' life satisfaction	performance	.489	.436	7.250***	.785
	community business	.151	.162	2.684**	.689
R ² =.264 AdjR ² =.257 F=40.036, p<.001					

p<.01, *p<.001

었고, 사회문화적 요인의 평균 3.02 (SD=.60), 환경적 요인의 평균 3.15 (SD=.59)이었다. 실행도는 평균이 3.06 (SD=.55)이었고 생활만족도 평균 3.03 (SD=.61)이었다. 본 연구는 표본의 정규성을 알아보기 위해 왜도를 살펴본 결과 왜도가 .16-.71로 절대값이 안정적으로 나타나 정규성에 문제가 없는 것으로 나타났다 (Kline, 2006).

Table 8에 나타난 바와 같이 커뮤니티 비즈니스 (CB), 실행도, 생활만족도간의 상관관계를 살펴보면 다음과 같다. 경제적 요인은 사회문화적 요인 (r=.519, p<.01). 환경적 요인 (r=.502, p<.01), 실행도 (r=.335, p<.01) 생활만족도 (r=.308, p<.01)순으로 정적 상관관계가 나타났다. 사회문화적 요인은 환경적 요인 (r=.630, p<.01), 실행도 (r=.265, p<.01). 만족도 (r=.170, p<.05)순으로 정적 상관관계가 나타났다. 환경적 요인은 중요도 (r=.396, p<.01), 만족도 (r=.222, p<.01)순으로 정적 상관이 나타났다. 실행도는 생활만족도 (r=.490, p<.01)와 정적 상관이 나타났다.

3. 커뮤니티 비즈니스 (CB)와 실행도가 지역민의 생활만족도에 미치는 영향

커뮤니티 비즈니스와 실행도가 지역민의 생활만족도에 미치는 영향을 분석한 결과 커뮤니티 비즈니스와 실행도가 지역민의 생활만족도에 통계적으로 유의미한 영향을 미치는 것

으로 나타났다 (F=41.036, p<.001). Table 8에 따르면 표준화 계수 (β)에 의한 상대적 영향력을 살펴보면 본 회귀식의 설명력은 26%이었고 실행도 (β=.436, p<.001), 커뮤니티 비즈니스 (β=.162, p<.01) 순으로 지역민의 생활만족도에 영향을 미치는 것으로 나타났다. 독립변수의 다중공선성을 살펴본 결과 VIF계수와 공차한계가 1에 가까워 다중공선성의 문제가 없는 것으로 나타났다 (Lee, 2009a).

4. 커뮤니티 비즈니스 (CB)가 지역민의 생활만족도에 미치는 영향에서 실행도의 매개효과 검증

본 연구는 커뮤니티 비즈니스 (CB)가 지역민의 생활만족도에 미치는 영향에서 사업의 실행도의 매개효과를 검증하고자 Baron and Kenny (1986)의 다중 독립변수의 매개효과 검증을 실시하였다. 다중 독립변수의 매개효과 검증을 실시하기 전 다음과 같은 조건을 충족시키기 위해 다음과 같은 단계를 확인하였다. 첫째, 각 독립변수에 매개변수를 회귀시키는데, 이 과정에서 얻은 회귀식에서 독립변수가 매개변수에 유의한 영향을 미쳐야 한다. 둘째, 각 독립변수에 대해 종속변수를 회귀시키는데, 이 과정에서 얻은 회귀식에서 독립변수가 종속변수에 유의한 영향을 미쳐야 한다. 셋째, 독립변수와 매개변수를 동시에 투입하여 종속변수를 회귀시킬 때 이 단계에서 매개변수는 종속변수에 유의한 영향을 미쳐야 한다. 이러

Table 9 The predictive model between community business and performance for the life satisfaction of residents

	Model 1: dependent (performance)			Model 2: dependent (life satisfaction)			Model 3: dependent (life satisfaction)		
	B	SE	p	B	SE	p	B	SE	p
constant	1,74	3,199	.000	2,074	.224	.000	1,155	.245	.000
economic	.160	.061	.009**	.141	.069	.049*	.176	.065	.008**
social-cultural	-.036	.074	.627	-.117	.083	.162	-.025	.079	.751
environmental	.299	.074	.000***	.288	.083	.001**	-.036	.081	.661
performance							.502	.071	.000***
R ²	.182			.101			.266		
F	16,935			8,532			20,532		
p	.000***			.000***			.000***		

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

Table 10 Mediating the effects of performance in the impact of community business on the life satisfaction of residents

mediating paths	indirect effect	t	p
economic factor → performance → life satisfaction	0,080	2,459	0,013*
social-cultural factor → performance → life satisfaction	-0,018	-0,485	0,627
environmental factor → performance → life satisfaction	0,150	3,534	0,000***

한 분석절차를 거쳐 Table 9와 같은 결과를 산출하였다.

가. 커뮤니티 비즈니스 (CB)가 지역민의 생활만족도에 미치는 영향에서 실행도의 매개효과 검증

Table 9와 같이 모형 1에서 커뮤니티 비즈니스는 실행도를 유의하게 예측하는 것으로 나타났으며, 이 회귀모형의 F값은 16.935 (p<.001)로 나타나 통계적으로 유의함을 확인하였으며, 경제적 효과, 사회문화적 효과 및 환경적 효과는 실행도를 18% 설명하는 것으로 나타났다. 따라서 매개효과 분석을 위한 첫 번째 조건을 충족하는 것으로 나타났다 (Baron and Kenny, 1986).

모형 2에서도 커뮤니티 비즈니스가 지역민의 생활만족도를 통계적으로 유의하게 예측하는 것으로 확인되었다. 회귀모형의 F값이 8.532 (p<.001)으로 나타나 통계적 유의성이 확인되었으며, 경제적 효과, 사회문화적 효과 및 환경적 효과는 실행도를 10% 설명하는 것으로 나타났다. 따라서 매개효과 분석을 위한 두 번째 조건을 충족하는 것으로 나타났다 (Baron and Kenny, 1986). 또한 모형 3에서도 커뮤니티 비즈니스와 실행도, 생활만족도 간의 예측모형의 F값이 20.532 (p<.001)으로 나타나 통계적 유의성이 확인되었으며, 지역민의 생활만족도에 대한 설명력은 27%로 나타났다.

매개효과검증 결과 독립변수인 경제적 요인과 환경적 요인이 매개변인으로 가는 경로와 매개변인이 종속변수로 가는 경로가 모두 통계적으로 유의하므로 매개변인이 부분매개 역

할을 하고 있는 것으로 나타났다. 반면 사회문화적 요인은 매개효과가 나타나지 않았고 통계적으로도 유의미하지 않았다 (Table 10).

V. 결 론

본 연구는 커뮤니티 비즈니스, 실행도, 지역민의 생활만족도 간의 관계를 알아보고 커뮤니티 비즈니스가 지역민의 생활만족도에 미치는 영향은 어떠한지, 커뮤니티 비즈니스의 실행도가 지역민의 생활만족도에 미치는 매개효과를 알아보고자 하였다. 본 연구는 연구결과를 바탕으로 커뮤니티 비즈니스의 경제, 사회문화, 환경적 요인 중 지역민의 생활만족도에 미치는 상대적 영향력을 알아보고 지역민의 요구를 반영하여 농촌 커뮤니티 비즈니스의 성장·발전을 위한 가능성을 제시하고 지역민의 삶의 질 향상과 지역 활성화를 위한 방안을 제시하고자 하였다. 연구결과를 살펴보면 다음과 같다.

첫째, 연구대상의 연령과 학력에 따라 커뮤니티 비즈니스, 실행도, 지역민의 생활만족도에 차이가 있는지를 분석한 결과, 50대이상-70대이하의 연령에서 경제적 요인, 환경적 요인 및 실행도에서 차이가 가장 높게 나타난 반면 사회문화적 요인과 생활만족도에서는 연령에 따른 차이가 나타나지 않았다. 이러한 결과는 한국 농촌의 고령화 현상으로 노동생산 인력의 연령이 고령화되었음을 보여주고 있다. 따라서 고령화로

인한 농촌의 인재부족에 대한 대안으로 중간지원조직의 역할을 활용하는 커뮤니티 비즈니스의 필요성을 시사하고 있다.

둘째, 커뮤니티 비즈니스가 지역민의 생활만족도에 미치는 영향에 대해 살펴본 결과 커뮤니티 비즈니스의 효과가 높을수록 지역민의 생활만족도가 높을 것으로 확인되었다. 이러한 결과는 산림휴양시설사업의 실시가 이 사업의 실시 전보다 주민의 생활만족도가 높았다는 Lee (2009b)의 연구결과와 일치한다. 또한, 커뮤니티 비즈니스의 실행도가 지역민의 생활만족도에 미치는 영향은 커뮤니티 비즈니스의 실행도가 높을수록 지역민의 생활만족도가 높은 것으로 나타났다. 이는 지역민과 지역공동체가 스스로 커뮤니티 비즈니스를 실행할 때 지역민의 생활만족도를 높이는 기능을 한다는 An (2013)과 Woods (2005)의 연구결과와 일치하고 있다. 또한 Willams, Penrose, and Hawkes (1998)도 공유된 의사결정을 기반으로 한 관광개발과 지역자원을 활용한 관광사업이 전통적인 계획 모델보다 주민의 만족도가 높은 경우 성공할 확률이 높은 것으로 보고하였다. 지역공동체의 만족도가 커뮤니티 비즈니스 성공의 중요한 지표로 확인되었음에도 불구하고 (Nunkoo and Ramkisson, 2011) 이에 대한 연구가 거의 없는 실정으로 향후 연구는 커뮤니티 비즈니스와 지역민의 생활만족도를 통합한 연구의 필요성이 시사되고 있다.

셋째, 커뮤니티 비즈니스가 지역민의 생활만족도에 미치는 영향에서 실행도의 매개효과를 살펴본 결과 경제적 요인과 환경적 요인은 지역민의 생활만족도에 직접적인 영향을 미치는 동시에 실행도가 매개로 간접적인 영향을 미치는 것으로 나타났다. 이러한 의미는 커뮤니티 비즈니스와 지역민의 생활만족도 간의 관계에서 실행도가 직·간접적인 영향을 미치는 부분매개 역할을 한다는 것을 의미한다. 반면 사회문화적 요인은 지역민의 생활만족도에 직접적인 영향을 미치지 않았고 실행도를 매개로 한 간접적인 영향도 나타나지 않았다. 본 연구는 커뮤니티 비즈니스에 대한 지역민과 지역공동체의 참여와 실행도가 높을수록 마을사업의 경제적 요인과 환경적 요인에 중요한 성공요인임을 확인하였다. 따라서 커뮤니티 비즈니스, 실행도, 지역민과 지역공동체의 만족도 간의 상호관계의 본질을 이해하기 위한 지침을 제공할 필요가 있다. 그러므로 정책입안자나 정부는 커뮤니티 비즈니스와 관련된 정책과 계획을 수립할 때 커뮤니티 비즈니스에 대한 지역민과 지역공동체의 만족도를 향상시키는 것을 목표로 해야 한다. 또한 커뮤니티 비즈니스의 혜택이 지역사회 전체 영역 즉 경제, 사회문화, 환경적 측면 등 모든 영역에 기여할 수 있도록 해야 한다. 무엇보다도 농촌 커뮤니티 비즈니스 활성화를 위해 지역공동체의 효과성, 신뢰성 및 역량을 높이기 위한 노력을 해야 함을 시사하고 있다.

감사의 글

본 연구는 2017학년도 충북대학교 연구년제 지원에 의하여 연구되었습니다 (This work was conducted during the research year of Chungbuk National University in 2017).

REFERENCES

1. An, S. Y., 2013. A study on the factors influencing to resident satisfaction in rural village making: Focusing on the rural village comprehensive. Kyungnam National University Graduate Doctoral Dissertation (in Korean).
2. Atsushi, I., 2007. Machizukura with citizens: Community Business Section (Choi Sun-ju Station). Hanul Academy (in Korean).
3. Baron, R. M., and D. A. Kenny, 1986. The moderator-mediator variable distinction in social psychological research: Conceptual, strategic and statistical considerations. *Journal of Personality and Social Psychology* 51(6): 1177-1182. doi:10.1037//0022-3514.51.6.1173.
4. Chang, C. Y., 2010. Resident attitudes toward community development alternatives (Unpublished). Utah State University Doctoral Dissertation.
5. Cho., K. W., J. S. Choi, and S. Y. Kim, 2011. A study on the political legitimacy of the community business. *Journal of Urban Administration* 24(1): 263-281 (in Korean).
6. Choi, Y. C., and J. H. Bae, 2001. Strategies for promoting community business in Korea. Presentation Paper for the 2011 Winter Conference of the Korean Association of Public Administration (in Korean).
7. Countryside Agency, 2005. Integrated rural development: An approach to modernizing rural delivery to achieve sustainable development. Chetenham, UK, The Countryside Agency Publications, 33.
8. Gore, T., R. Powell, and P. Wells, 2006. The contribution of rural community businesses to integrated rural development: Local services for local people. *Sociologies Rurales* 80: 30-52.
9. Ham, U. K., and Y. S. Kim, 2010. Community business. Samsung Research Institute (in Korean).
10. Hur, J. Y., and S. K. Lee, 2010. A study on the characteristics of residents' participation for the comprehensive rural

- village development project-with reference to the Gyeongbuk rural village development projects. *Journal of the Korean Regional Development Association* 21(3): 45-70 (in Korean).
11. Joo, S. H., 2012. Analysis of success factors for the self-governing community business: Focused on the community business of Wanju county. *Journal of Comparative Government of Korea* 16(3): 281-310 (in Korean).
 12. Jung, C. S., 2012. A study on attribute satisfaction from different types of rural experiential tourism. Kyonggi University Thesis.
 13. Kim, J. H., 2008. A study on the roles of intermediate for community business vitalization. Korea Rural Economic Institute (in Korean).
 14. Kim, J. B., 2008. A study on community business support for Urban Regeneration. The Institute of Land Research (in Korean).
 15. Kim, Y. S., and J. A. Park, 2009. A case study on the success factors of Korean community business. *Rural Society* 19(2): 167-296 (in Korean).
 16. Kim, Y. H., 2010. Constructing the concept of community business: Differentiating form social enterprise. *Korean Society and Public Administration* 21(1): 275-299 (in Korean).
 17. Kim, H. M., 2010. A study on the institutionalization of community business organization in Japan. *Local Administration Research Institute* 24(3): 171-195 (in Korean).
 18. Kim, S. G., 2011. The concept and policy direction of community business. *Local Government Review* 5: 17-23 (in Korean).
 19. Kim, T. G., M. H. Park, Y. D. Kim, Y. L. Kim, J. N. Hep, J. S. Hep, and J. E. Lim, 2011. Development plan for community business in the agriculture (Year 1 of 3). Korea Rural Economic Institute (in Korean).
 20. Kim, P. D., 2013. The creation of a village in which the inhabitants are the main body. *Autonomous Power Generation* 2: 22-29 (in Korean).
 21. Kim, T. G., J. S. Kim, J. N. Heo, and C. Y. Yang, 2013. Promotion strategy for community business (Year 3 of 3). Korea Rural Economic Institute (in Korean).
 22. Kline, D., 2006. Limnology and oceanography: Methods. *The American Society* 4: 184-192.
 23. Lee, H. S., 2009. The analysis of Amos 16.0. Gyeonggi: Bobmunsa.
 24. Lee, H. J., 2009. Changes in rural policy paradigm and rural development project in Korea-A study based in integrated rural village development project. *The Korea Rural Sociological Society* 19(1): 7-47.
 25. Lee, M. K., S. I. Ryu, S. P. Lee, and H. K. Kang, 2013. Introduction of CB policy in Korea and community business policy in Japan. *Korean Society and Public Administration* 13(9): 130-142 (in Korean).
 26. Lee, H. S., S. H. Lee, T. G. Kim, and S. H. Yoon, 2013. Success factors of community business in rural areas: A case study on farm-enterprise joint business. Korea Rural Economic Institute (in Korean).
 27. Lee, J. E., J. W. Lee, and S. J. Lee, 2015. A study on the influence of sense of community on civil participation in community business. *Journal of Local Government Studies* 27(2): 29-55 (in Korean).
 28. Nunkoo, R., and H. Ramkissoon, 2011. Residents' satisfaction with community attributes and support for tourism. *Journal of Hospitality & Tourism Research* 35(2): 174-213. doi:10.1177/1096348010384600.
 29. Park, J. A., 2011. Case study on success model of sustainable community business-Focusing on the rural experience tourism village. Soongsil University Graduate School Doctoral Dissertation (in Korean).
 30. Pavel, A., and O. Moldovan, 2019. Determining local economic development in the rural areas of Romania: Exploring the role of exogenous factors. *Sustainability* 11: 1-24. doi:10.3390/su11010282.
 31. Reimer, B., 2006. The rural context of community development in Canada. *Journal of Rural and Community Development* 1(2): 155-175.
 32. Samsung Economic Institute, 2009. Community business and revitalization of local economy. Issue Paper (in Korean).
 33. Simms, A., D. Freshwater, and J. Ward, 2014. The rural economic capacity index: A benchmarking tool to support community-based economic development. *Economic Development Quarterly* 28: 351-363. doi:10.1177/0891242413512672.
 34. Slijepcevic, S., 2018. The impact of the economic crisis and obstacles to investments at local level. *Transylv. Rev. Adm. Sci.* 55(E): 62-79. doi:10.24193/tras.55E.5.
 35. Song, D. B., 2012. A study on policy satisfaction and demand toward local government community business

- support. *The Korean Association for Comparative Government* 16(2): 27-43 (in Korean).
36. Varady, D. P., 1983. Rural geography: Processes, responses and experiences in rural restructuring. *Journal of the American Planning Association* 49(2): 184-199.
37. Williams, P. W., R. W. Penrose, and S. Hawkes, 1998. Shared decision-making in tourism land. *Annals of Tourism Research* 25(4): 860-889 doi:10.1016/s0160-7383(98)00037-1.
38. Won, G. Y., H. S. Kim, O. S. Kwon, and S. E. Bae, 2015. Case study of characteristics of community business-The durae enterprise in Chungnam province. *Journal of Rural Guidance and Development* 22(4): 405-421 (in Korean).
39. Woods, M., 2005. *Rural geography: Processes, responses and experiences in rural re structuring*. London: SAGE Publication.