

농지시장 정보 이용고객의 정보매체 선택 결정요인 분석

이향미, 윤석환
한국농어촌공사 농어촌연구원
e-mail : yihyangmi@kekr.or.kr

Determinants of Information Media Selection by Customers Using Farmland Market Information

Hyang-Mi Yi, Seuk-Hwan Youn
Rural Research Institute, Korea Rural Community Corporation

요약

농지시장의 정확한 정보 제공은 신규 농산업에 진입하는 영농의향자 및 영농규모 확대 의향 농가의 경영효율성에 기여할 수 있을 것이다. 따라서 본 연구에서는 다중로짓모형(multinomial logit model)을 이용해 농지시장 이용 고객들의 농지가격과 임차료 정보제공 매체 선택 모형을 구축하였다. 분석결과, 농지시장 정보매체 선택은 경영주의 인구통계학적 특징, 영농특징, 정보매체 특징이 다양하게 영향을 미치고 있다. 따라서 향후 농지시장 정보 제공은 이러한 경영주의 특징과 영농특징을 고려해 적절한 정보매체를 통해 제공될 경우 이용자들의 관련 정보이용 효율성을 증진시킬 수 있을 것이다.

1. 서론

농업인의 농지 소유는 매년 1.8%씩 감소해 현재 자작농은 56.2%에 불과하다(2015년 기준). 그리고 비농업인의 농지 소유는 43.8%로 농업인과 그 차이가 12.4%p에 불과하다. 한편 우리나라 전체 농지의 80.6%만 실제 농업인이 경작하고 있으며, 19.4%는 비농업인이 주말채점 등의 목적으로 소유하고 있다.

이러한 비농업인 소유의 농지를 농업용으로 이용하기 위해서는 농업인들의 임차 수요가 증가할 수밖에 없다. 실제로 우리나라 임차농지 비율은 1990년 37.4%에서 2019년에는 47.2%로 증가하였다. 즉 현재 전체 농지의 약 1/2는 임차를 통해 경작되고 있음을 알 수 있다.

하지만 이러한 농지시장의 정보는 신규 농업인과 기존 농업인간 농지정보 비대칭성으로 인해 체계적이고 효율적인 영농계획 수립이 매우 어렵다. 실제로 청년창업형 후계농업경영인의 82%는 개인적으로 농지를 거래하고 있으며, 이중 51%는 지인의 농지 특성을 잘 알기 때문에 이용이 편해서 지인을 통해 농지를 확보해 경작하고 있다(농어촌연구원, 2018). 따라서 농지시장의 정확한 정보 제공은 신규 농산업에 진입하는 영농의향자 및 영농규모 확대 의향 농가의 경영효

율성에 기여할 수 있을 것이다.

이러한 맥락에서 본 연구에서는 농지시장 정보제공 매체를 효율적으로 선택하기 위한 정책적 시사점을 모색하였다. 이를 위해 본 연구에서는 농지시장 정보 이용자들의 농지시장 정보매체 선택 행태를 분석하고자, 다중로짓모형을 이용해 농지시장 이용 고객들의 농지가격과 임차료 정보제공 매체 선택 모형을 구축하였다.

2. 선행연구 검토와 본 연구의 차별성

가장 최근에 우리나라 농지시장 정보 중 농지가격과 임차료 정보 이용실태를 파악한 연구는 이향미 외(2020)가 있다. 이 연구에서는 영농경력이 짧은 청년농업인들은 부모님의 인적네트워크, 인터넷, 무가지 정보지, 부동산 등 다양한 수단을 통해 농지가격이나 임차료 정보를 획득하고 있는 것으로 나타났다. 따라서 이 연구에서는 향후 청년농업인들을 대상으로 농지가격 정보나 임차료 정보를 수요자 맞춤형으로 제공하기 위해서는 먼저 농지가격, 임차료 수요자를 명확히 파악할 필요가 있다고 제안하였다.

한편 이정환·조재환(1996)은 논 임차료를 대상으로 농지가격 및 농업수익과의 관계를 살펴보았다. 분석결과, 농지가격이 1% 상승하면 논 임차료는 0.62% 감소해, 농지가격과 임차료 정보가 서로 연계되어 있음을 알 수 있다.

이와같이 농지가격과 임차료는 연관되어 있기 때문에, 본 연구에서는 농지가격과 임차료 정보를 동시에 제공하는 「농지가격·임차료 정보제공 사업」에서 농지시장 정보 이용자의 농지가격과 임차료 정보제공 매체 선택 결정요인을 실증 분석 하였다.

3. 연구 방법 및 이용한 자료

3.1 농지시장 정보매체 선택 모형 구축

이용자들의 매체선택은 다양한 사회적, 업무적, 개인적, 기술적 특성에 의해 영향을 받고 있다(Daft·Lengel, 1986). 이러한 정보매체의 선택은 이용자의 객관적 선택이 가능할 수 있고, 주관적 또는 사회적으로 형성될 수 있다(Hiltz·Johnson, 1990). 하지만 농지정보는 성격상 농지소유자와 이용자간의 정보비대칭성(information asymmetry) 때문에 정보매체를 객관적으로 선택하기 보다는 사회적 영향을 많이 받을 수밖에 없다.

이러한 맥락에서 본 연구에서는 매체선택 이론 중에서 사회적 영향이론(social influence theory)에 입각해 농지가격과 임차료 정보제공 매체선택 결정요인을 분석하였다. 다만 정보매체는 사보, 팜플렛, 이벤트, 견학 등과 같은 직접매체와 TV, 인터넷, 신문 잡지 등의 간접매체로 구분할 수 있다. 하지만 농지시장은 타 상품들과는 달리 영농지역에 위치한 농지 속성 정보에 기반하고 있다. 따라서 본 연구에서는 식 (1)과 같이 다범주 단순로지스틱 모형을 이용해 농지시장 정보매체 선택 대안으로 동네 이장 등 이웃주민과 부동산 중개소(이하 지인), 인터넷, 기타(팜플렛, TV등)로 구분하였으며, 기타 정보매체를 기준범주로 하였다.

$$\text{식 (1)} \log\left(\frac{\pi_j}{\pi_3}\right) = \alpha_j + \beta_j X, j = 1, 2$$

그리고 지인의 비율은 π_1 , 인터넷 비율은 π_2 , 기타 비율은 π_3 으로 하였으며, 기타 정보매체를 기준 범주로 하여 지인과 인터넷에 대한 로짓함수 값 $\log(\pi_i/\pi_3)$ 으로 계산하였다.

3.2 자료수집과 분석

본 연구에서는 2020년 5월 13일부터 6월 11일까지 총 368명(청년농업인 105명, 귀농인 84명, 일반농업인 92명, 예비농업인 87명)을 대상으로 농지가격과 임차료의 정보매체 이용실태를 설문조사하였다. 설문지는 응답자의 특성, 영농현황, 농지가격과 임차료 정보 필요성 및 획득상의 어려움, 농지가격과 임차료 정보매체 선택과 그 이유 등을 포함하도록 설계되

었다. 수집된 자료의 기술 통계량은 [표 1]과 같다.

[표 1] 조사 참여자의 인구통계학적 특징

구분	평균	표준편차	최솟값	최댓값
경영주 성별(남자=1, 여자=0)	0.85	0.35	0.00	1.00
연령	44.64	12.21	20.00	74.00
영농경력	9.66	10.06	0.00	42.00
재배면적	3.29	4.74	0.00	40.00
임차농지 비율	0.58	1.33	0.00	33.55
재배작물(쌀 재배=1, 기타=0)	0.49	0.50	0.00	1.00

그리고 [표 2]와 같이 현재는 농지가격과 임차료 모두 인터넷 보다는 지인을 통해 해당 정보를 얻고 있는 비율이 높다. 따라서 농지시장 정보를 현재와 같이 지인을 통해 얻게 되는 경우 정보의 인적네트워크가 부족한 농업인의 경우 정보 왜곡으로 인한 영농 피해 위험(risk)이 증가할 수 있을 것이다.

[표 2] 농지시장 정보매체 선택 현황

구분	지인	인터넷	기타
농지가격	60.69	34.53	4.78
임차료	58.89	28.25	12.86

4. 분석 결과와 시사점

[표 3]은 농지시장 정보 중 농지가격과 임차료 정보매체 선택에 통계적으로 유의하게 영향을 미치는 요인을 분석한 결과이다. 먼저 농지가격 정보매체 선택 결정요인을 살펴보면, 경영주의 연령이 젊을수록, 재배면적이 적을수록, 임차농지 비율이 높을수록 지인과 인터넷을 통한 정보매체 선택확률이 증가한다. 그리고 정보매체 이용의 편리성과 정확성을 고려할 때도 지인과 인터넷을 통한 농지가격 정보획득 확률이 증가한다.

한편 임차료 정보매체 선택 결정요인 분석결과를 살펴보면, 임차농지 비율이 높을수록 인터넷을 통한 임차료 정보획득 확률이 증가하는 것으로 나타났다. 그리고 정보획득의 편리성, 시간제약성, 정확성을 고려할 때는 지인을 통해서, 편리성과 시간제약성을 고려할 때는 인터넷을 통한 임차료 정보획득 확률이 증가하는 것으로 분석되었다.

이러한 분석결과를 요약하면, 농지시장 정보 중 농지가격과 임차료 정보획득은 경영주의 인구통계학적 특징, 영농특성, 정보매체 특징이 다양하게 영향을 미치고 있다. 따라서 향후 농지시장 정보 제공은 이러한 경영주의 특징과 영농특성

을 고려해 적절한 정보매체를 통해 제공될 경우 이용자들의 관련 정보이용 효율성을 증진시킬 수 있을 것이다.

[표 3] 농지가격 정보매체 선택 결정요인 분석 결과

변수	농지가격		임차료		
	지인/기타	인터넷/기타	지인/기타	인터넷/기타	
성별 (남자=1, 여자=0)	-14.36 (-0.02)	-14.57 (-0.02)	0.24 (0.43)	-0.26 (-0.45)	
연령(세)	-0.12*** (-3.23)	-0.17*** (-4.41)	-0.02 (-1.41)	-0.03 (-1.56)	
영농경력(년)	0.04 (1.17)	-0.00 (-0.16)	0.03 (1.49)	-0.00 (-0.29)	
재배면적(ha)	-0.18** (-2.40)	-0.13* (-1.74)	-0.04 (-1.36)	-0.01 (-0.45)	
임차농지 비율(%)	1.58* (1.77)	2.25** (2.41)	0.02 (0.04)	1.41** (2.39)	
재배작물 (쌀 재배=1, 기타=0)	-0.05 (-0.07)	-0.21 (-0.29)	0.04 (0.11)	0.06 (0.15)	
정보 획득 이유	편리성	2.10* (2.65)	1.68* (1.96)	2.84*** (5.73)	1.64*** (3.06)
	시간제한 없음	17.90 (0.03)	18.01 (0.03)	3.52*** (4.96)	2.52*** (3.39)
	정확성	2.94** (2.22)	2.28* (1.65)	1.76*** (3.19)	0.85 (1.41)
상수항	21.15 (0.03)	22.83 (0.03)	0.67 (0.64)	0.71 (0.64)	
log likelihood	-323.16		-382.28		
LR chi2(18)	130.73		91.88		

주 : ()은 t-값. * < 0.1, ** < 0.05, *** < 0.01

참고문헌

- [1] 이정환, 조재환, “농지임차료 결정요인과 요인별 영향력 : 농지가격 및 토지순수익과의 연관성 검정”, 농촌경제, 제 19권 제3호, pp.1-13, 1996.
- [2] 이항미, 윤석환, 임경안, “농지가격 및 임차료 정보 활용 실태에 관한 사례 연구”, 2020년 한국인터넷정보학회 춘계학술대회 논문집, 제21권 제1호, 2020.
- [3] 농어촌연구원, “농지가격 및 임차료 통계정보 사업화 방안”, 2020.
- [4] Daft, R. L., R. H. Lengel, Organizational Information Requirements, Media Richness and Structural Design. Management Science, No.32 N0.5, pp.554-571, 1986.
- [5] Hiltz, S. R., K. Johnson, User Satisfaction with Computer-Mediated Communication Systems, Management Science, Vol.36 No.6, pp.739-764, 1990.

본 연구는 2021년 농어촌연구원 기본연구 결과를 수정 및 보완한 것임