

농촌융복합산업 활성화를 위한 중간지원조직 만족도 분석*

송경환, 엄지범
순천대학교 농업경제학과
e-mail:umjibum@snu.ac.kr

Analysis on Satisfaction of Intermediary Organizations for Activation of the Rural Convergence Industry

Kyung-Hwan Song, Ji-bum Um
Dept. of Agricultural Economics, Sunchon National University

요약

농가 소득 증대를 목적으로 농업이 제조 및 서비스업으로의 산업 확장 및 결합을 추진하는 농촌융복합산업에 진입하는 인증사업자는 매년 증가추세에 있으며, 지자체에서는 이러한 인증사업자를 지원하기 위해 중간조직을 운영하고 있다. 중간지원조직에 대한 인증사업자의 만족도를 측정하고 향후 사업의 방향성을 검토하고자 하였다. 이를 위해 전남지역을 대상으로 한 본 연구는 총 282개 사업자에 대해 분석을 실시하였다. 분석 결과, 농촌융복합산업은 사업자의 매출 향상에 도움이 되는 것으로 분석되었다. 사업별보면, 인증 및 사후관리가 만족도가 높게 나타났으며 그 중에서도 홍보물제작이 가장 높았다. 정책자금 및 융자지원은 다소 낮은 만족도를 보여 이에 대한 정책적 노력이 필요할 것으로 보인다. 현장코칭과 유통플랫폼은 3점대로 인증 및 사후관리에 비하면 낮은 만족도를 보인다.

1. 서론

박근혜정부에서 본격적으로 시작된 6차산업화 정책은 경제 활동 다각화를 통한 농가소득 증대, 농촌경제 활성화를 목표로 추진하였고, 문재인정부는 이를 지역개발정책 차원의 농촌융복합산업정책 추진으로 방향을 전환하여 ‘농촌융복합산업 육성 및 지원에 관한 법률’에 의거하여 추진되고 있다.

농촌융복합산업정책은 정책추진체계 효율화를 목적으로 지역 농촌융복합산업 육성의 거점기관으로 농촌융복합산업 지원센터를 육성하고 있다. 중간지원조직은 지역별로 차이는 있지만, 농촌융복합산업 인증, 현장코칭 및 판로지원, 제품개발 시설지원 네트워크 활성화 등의 업무를 수행한다. 이 지원센터는 사업 추진시 행정 업무를 대행하면서 지역 농촌융복합산업 육성방향을 기획하고, 주체들의 수요에 대응하여 선제적으로 지원할 수 있는 중간지원조직의 역할을 수행하고 있다. 다만, 이러한 기능은 정책과 수요자 사이에서 지역적 관심차이, 지자체와 역할 분담의 문제, 지원방식 등이 달라 성

과면에서 차이를 보일 수 있다. 또 그 성과를 높이기 위해서는 수요자 중심의 지원센터 운영이 무엇보다 필요하다.

본 연구는 이러한 배경에 의해 농촌융복합산업 중간지원조직과 지원사업에 대한 만족도를 측정하여 시사점을 제공하고자 하였다.

2. 연구방법

2.1. 측정도구

농촌융복합산업 중간지원조직에 대한 만족도를 측정하기 위해 첫째, 일반적특성, 둘째, 매출 향상 도움 정도, 셋째, 지원사업만족도로 설문지를 구성하였다. 지원사업 만족도는 인증 및 사후관리와 현장코칭, 유통플랫폼의 세가지로 나누어 조사하였다.

2.2. 자료수집

설문조사는 2020년을 기준으로 조사하였으며, 전남지역을 대상으로 총 282개 사업자에 대해 사업에 대한 만족도 등을 측정하였다. 인증경영체 운영 유형으로는 1X2X3차형이 가장 많은 62.5%, 1X2차형은 31.3%, 1X3차형은 6.3%의 분포를 보인다.

* 순천대학교 교연비 지원사업에 의해 연구되었음

3. 분석결과

3.1. 일반적 특성

인증사업자의 영농경력별로는 10년 이상 20년 미만이 36.5%로 가장 많았다. 귀농자가 과반 이상(53.9%)을 차지하고 있고, 2020년 총매출은 평균 15.6억원 가량으로 나타났다.

[표 1] 일반적 특성

구분		빈도(명)	비율(%)
영농경력	5년 미만	7	2.5
	5년 이상 10년 미만	72	25.5
	10년 이상 20년 미만	103	36.5
	20년 이상 40년 미만	89	31.6
	40년 이상	11	3.9
	합계	282	100.0
귀농여부	예	152	53.9
	아니오	130	46.1
	합계	282	100.0

3.2. 6차산업 인증의 매출향상 효과

[표 2] 6차산업 인증을 통한 서비스업 매출 향상 도움 정도

구분	빈도(명)	비율(%)
매우아니다	10	5.1
조금아니다	14	7.1
보통이다	66	33.3
조금그렇다	62	31.3
매우그렇다	46	23.2
합계	198	100.0

체험·관광·민박 서비스업에 있어 6차 산업 인증이 매출향상에 도움이 된 정도에 대해서는 보통이다(33.3%)가 가장 높은 비중을 보였다. 조금그렇다(31.3%), 매우그렇다(23.2%), 조금아니다(7.1%), 매우아니다(5.1%)로 나타나 비교적 도움이 되는 것으로 분석되었다.

부정적인 의견(매우아니다, 조금아니다)의 응답자는 그원인을 소비자가 6차산업을 몰라서가 41.7%로 나타났고, 지원사업이 없어서가 33.3% 등으로 나타나 6차산업에 대한 인지도를 올리고 사업내용을 홍보할 필요가 있음을 알 수있다.

3.3. 농촌융복합산업 중간지원조직에 대한 만족도

농촌융복합산업 중간지원조직이 미치는 영향정도에 대해 많다가 35.4%, 아주 많다가 30.8%로 긍정적인 의견이 과반 이상을 보이고 있어 중간지원조직이 미치는 영향은 큰 것으로 나타났다.

만족도는 인증 및 사후관리, 현장코칭, 유통플랫폼의 세가지로 구분하여 측정하였다.

먼저 인증 및 사후관리에 있어서, 홍보물제작이 만족도가 평균 4.39로 가장 높게 나타났다. 다음으로 상세페이지 제작, 현

관제작 등이 있으며 정책자금 및 용자지원에 대해서는 다소 낮은 3.66으로 분석되었다.

[표 3] 지원사업 만족도 인증 및 사후관리

구분	매우 불만족	불만족	보통	만족	매우 만족	평균
신규인증 및 재인증 심사	0.8	1.6	20.8	42.4	34.4	4.08
설명회 및 전문교육	0.0	1.8	32.2	33.5	32.6	3.97
HACCP 교육비 지원	0.6	1.7	29.1	29.1	39.4	4.05
인증업체 현판제작	0.4	1.2	18.1	36.2	44.0	4.22
홍보물 제작	0.0	3.1	10.0	31.3	55.6	4.39
상세페이지 제작	1.0	3.5	17.0	26.5	52.0	4.25
꾸러미 체험박스	2.0	2.7	31.8	26.4	37.2	3.94
제품사진 영상촬영	1.6	3.6	22.8	30.6	41.5	4.07
정책자금 등 용자지원	4.8	6.9	33.8	26.9	27.6	3.66

다음으로 현장코칭에 대한 만족도는, 전문위원의 컨설팅에 대해 3.95의 만족도를 보이고 있으며, 컨설팅 자부담에 대해서는 3.82로 나타났다.

[표 4] 농촌융복합산업 현장코칭에 대한 만족도

구분	매우 불만족	불만족	보통	만족	매우 만족	평균
현장코칭 자부담금	0.6	3.3	37.6	30.9	27.6	3.82
전문위원의 컨설팅	0.0	2.3	33.0	32.4	32.4	3.95

유통플랫폼에 대해서 살펴보면, 남도장터 등 온라인 마케팅이 3.82로 가장 높게 나타났고, 직거래장터가 3.81, 홈쇼핑 지원이 3.75, 안테나숍이 3.70으로 뒤를 이었다.

[표 5] 농촌융복합산업 유통플랫폼에 대한 만족도

구분	매우 불만족	불만족	보통	만족	매우 만족	평균
안테나숍	1.4	2.7	43.9	29.1	23.0	3.70
온라인마케팅	1.9	5.1	32.2	30.4	30.4	3.82
직거래장터	0.0	2.0	40.4	32.5	25.2	3.81
홈쇼핑 지원	0.9	0.9	47.0	24.8	26.5	3.75

3. 결론

농가 소득 증대를 목적으로 농업이 제조 및 서비스업으로의 산업 확장 및 결합을 추진하는 농촌융복합산업은 정부의 적극적인 노력과 현장의 부응으로 인증사업자는 매년 증가추세에 있으며 2020년 기준 1,624개소가 인증 받아 운영중에 있다. 지자체에서는 이러한 인증사업자를 지원하기 위해 중간조직을 운영하고 있는데, 전남의 경우 인증사업자가 308개소로 전국의 약 2할을 차지하고 있는 지역으로 활발한 운영이 이루어지고 있다. 중간지원조직에 대한 인증사업자의 만족도를 측정하고 향후 사업의 방향성을 검토하기 위해 설문조사를 실시하였다.

전남지역의 인증사업자의 특징은 평균 연매출 15.6억원 가량으로 10~20년 사이 경력의 농가가 많고, 귀농자가 과반을 차지하는 등 농촌 외부에서 유입된 사업자가 많은 것으로 나타났다.

6차산업은 매출향상에 도움이 되는 것으로 분석되었다. 다만 부정적인 의견에 대해서는 소비자의 인지도가 낮은 것을 원인으로 보고 있어 홍보가 필요해보인다.

농촌융복합산업 중간지원조직에 대해서는 영향정도가 매우 큰 것으로 분석되어 중간지원조직의 역할이 중요하고 이를 적극적으로 활용할 필요가 있음을 시사하고 있다.

사업별로는 인증 및 사후관리가 만족도가 높게 나타났으며 그 중에서도 홍보물제작이 가장 높았다. 정책자금 및 용자지원은 다소 낮은 만족도를 보여 이에 대한 정책적 노력이 필요할 것으로 보인다. 현장코칭과 유통플랫폼은 3점대로 인증 및 사후관리에 비하면 낮은 만족도를 보이고 있다. 다만 전문위원의 컨설팅 등을 더욱 강화하고 안테나숍이나 직거래장터 등 낮은 만족수준인 항목들을 보완한다면 중간지원조직의 만족도는 더욱 향상될 것이다.

참고문헌

- [1] 김정태. "농촌융복합산업 경영체의 성장단계별 특징", 농촌사회, 제26권2호, pp.49-86, 2016년.
- [2] 송경환 · 이상호 · 장덕기. "전남 농촌융복합산업 활성화를 위한 인증경영체 육성방안", 한국유기농업학회지, 제27권2호 pp.133-146, 2019년.
- [3] 황재희 · 이성우. "농업의 6차산업화 융복합 유형과 농가소득 증대효과", 농촌경제, 제39권4호, pp.1-28, 2016년.