

# 농촌지역개발사업 지원과 농촌마을의 브랜드자산 및 농촌마을의 사회경제적 효과의 구조적 관계

## The Structural Relationships of Farm Village Development Work, Brand Equity and Social and Economic Performance

이병준, 안동섭, 백승우  
전북대학교 농업경제학과

Byung-Jun Lee(inpenda@naver.com), Dong-Seop Ahn(fire0920@naver.com),  
Seung-Woo Back(bsw@jbnu.ac.kr)

### 요약

본 연구에서는 농촌지역개발사업 지원과 농촌마을의 브랜드자산 및 농촌마을의 사회경제적 효과의 구조적 관계 간의 구조적 관계를 분석하는 것에 목적을 두었으며, 이를 위해 농촌지역개발사업 지원을 받고 있는 전라북도 농촌마을주민들을 대상으로 설문조사를 실시하였다. 수집된 설문자료는 구조방정식모형분석과 Sobel-test를 통해 구조적 관계를 분석하였다. 분석 결과, 생활환경 개선사업, 소득기반 조성사업, 농촌관광 시설사업, 지역역량교육사업 지원이 농촌마을의 브랜드자산에 유의한 정(+)의 영향을 나타내었다. 그리고 농촌마을의 브랜드자산은 농촌마을의 사회경제적 효과에 유의한 정(+)의 영향을 나타내었다. 또한, 생활환경 개선사업, 마을경관 개선사업, 소득기반 조성사업, 농촌관광 시설사업, 지역역량교육사업 지원 모두 농촌마을의 사회경제적 효과에는 유의한 영향을 미치지 않는 반면, 농촌마을의 브랜드자산을 매개로 하여 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다. 본 연구를 통해 농촌마을 지역개발전략에 있어서, 농촌마을의 브랜드자산 및 사회경제적 성과에 미치는 영향 요인을 도출하였고, 농촌지역개발사업의 적극적인 지원의 역할 및 중요성을 제시하였다는 점에서 본 연구의 의의를 찾을 수 있다.

■ 중심어 : | 농촌마을 | 농촌지역개발사업 | 브랜드자산 | 사회경제적 성과 |

### Abstract

The objective of this study is to analyze the relationships among support for farm village development work, farm village's brand equity and social and economic performance. The questionnaire was performed for 380 villagers in Jeollabuk-do Province. The surveyed data was analyzed by structural equation model analysis and Sobel test. Support for farm village development work such as living environment improvement project, income foundation creation project, rural tourism facilities project, and regional competency education project showed statistically significant positive effects on the farm village's brand equity. The farm village's brand equity also showed a statistically significant positive effect on the social and economic performance. The support for farm village development work such as living environment improvement project, village landscape improvement project, income foundation creation project, rural tourism facilities project, and regional competency education project showed no statistically significant effects on the social and economic performance. But, they showed statistically significant effects on the social and economic performance in indirect manner with the mediating effect of the farm village's brand equity. In this study, the effect factors on the farm village's brand equity and social and economic performance was verified in farm village development strategy, and then, it is meaningful to present the role and importance of support for farm village development work.

■ keyword : | Farm Village | Farm Village Development Work | Brand Equity | Social and Economic Performance |

접수일자 : 2019년 12월 16일  
수정일자 : 2020년 01월 08일

심사완료일 : 2020년 01월 08일  
교신저자 : 이병준, e-mail : inpenda@naver.com

## I. 서론

우리나라는 1970~80년대 매우 빠른 경제 성장기를 거치면서 지역개발의 대부분은 도시개발에 집중되었다. 그 결과, 농촌지역은 인구감소 및 고령화 현상으로 인해 지역의 발전이 느리고 침체되었다. 이러한 지역 불균형을 극복하고 농촌지역 발전을 위하여 정부는 농촌지역개발사업을 추진해왔다. 1980년대까지는 농촌지역개발사업이 농촌의 낙후된 인프라 수준 향상이 주목적이었으나, 그 후 1990년대 이후부터는 농촌의 다양한 가치가 재조명되면서 농촌 생활환경 개선과 같은 사회간접 자본의 제공과 더불어 농촌문화와 농촌복지 서비스 제공까지 그 사업영역이 확대되었다.

농림수산식품부는 2004년부터 농촌마을종합개발사업을 착수하였고, 농촌지역 주민들의 삶의 질 개선과 더불어 농촌공동체 발전을 위해 지역개발을 지속적으로 추진하고 있다. 여기서 농촌마을종합개발사업이란 발전 잠재력이 큰 여러 마을을 하나의 작은 소권역으로 묶어서 생활환경정비, 소득기반확충, 경관개선, 지역역량강화 등을 지원하는 사업을 의미하며, 주로 주민 참여형 상향식 사업으로 진행되고 있다. 2010년 포괄보조제도가 시행이 되면서 국내 117개 시군 대상 마을 권역단위 종합정비 사업으로 통폐합이 되어 추진이 되고 있다. 전라북도의 경우 농촌지역개발사업인 생활환경개선사업, 마을경관개선사업, 소득기반조성사업, 농촌관광시설사업, 지역역량교육사업은 2018년 기준 총 409개 소권역에서 수행 중에 있으며, 소권역마다 기본사업 유형에 차이가 있으며, 일반농산어촌개발사업, 전원마을, 농어촌테마공원, 농공단지, 기타사업 등으로 분류하여 소관부처인 농림수산식품부에서 관리되고 있다.

이러한 농촌마을개발사업을 통해서 마을 자원을 활용하여 지역의 경제적 수익을 창출하는 마을들이 생겨나고 있는데, 충청북도 괴산시의 경우 옛길을 새로 정비하여 전국적인 관광명소로 이름이 나서 마을의 브랜드 가치가 높아졌으며, 제주도 서귀포시 가시리권역의 경우도 마을주민이 주체가 되는 마을축제처럼 농촌마을 특유의 문화를 자체적으로 개척하면서 지역공동체가 활성화 되고 있다. 특히, 충청남도 청양시 칠갑산 권역 내 “알프스 마을”은 위 사업을 통해 지역주민들이 서

로 단합하여 국제규격을 갖는 현대식 축구장을 설치하고 대학생들의 MT 및 기업 임직원들의 워크숍을 개최함으로써 많은 관광객을 유치하고 있다. 또한, 겨울철에는 얼음 분수축제를 개최하고, 여름철에는 세계 조롱박 축제를 개최하여 마을의 가계소득을 높이는 등 사회경제적 성과를 창출 하여 농촌마을개발사업의 본보기가 되고 있다.

농촌지역개발사업은 하향식이 상향식 사업으로서 기존의 읍면 단위의 사업방식과는 다르게 3~5개의 마을 대상으로 권역을 구분함으로써 주민참여를 기반으로 한다는 특징을 가지고 있다.

이러한 주민참여 기반의 농촌마을 활성화의 목표 중 하나는 농촌공동체의 사회적 자본을 향상시키는 것이라 할 수 있다. 이러한 사회적 자본은 개인이 아닌 사회적 관계에서 파생되는 자본을 의미하며, 농촌지역개발사업에서 농촌주민들의 상호 협력을 유도하고, 자발적인 사업참여를 권장하는 긍정적인 역할을 하고 있다[1]. 이러한 농촌마을의 사회적 자본은 농촌마을 주민 간 협동적이며, 집단적인 관계에 있어서 문제해결을 위한 공동체적 행동을 권장한다는 점에서 농촌지역개발사업 추진에 있어 중요한 요소이다. 나아가 농촌마을의 사회적 자본은 농촌마을의 사회경제적 성과 창출이나 브랜드 자산 증대에도 긍정적인 영향을 미치는 것으로 보고되고 있다[2-4]. 이에 정부에서도 농촌지역개발 사업에서 효과적으로 주민들을 적극적으로 참여시키기 위해 농촌의 사회적 자본을 증진할 수 있는 여러 소프트웨어 사업을 포함하여 추진 중에 있다. 그러나 아직도 농촌지역개발사업에서의 주민참여는 매우 소극적이며, 수동적이다. 따라서 이러한 주민참여는 사업 추진과정에서의 여러 주민 간 갈등을 초래하고, 사업추진 이후에도 성과 부진과 같은 여러 문제점을 낳고 있다.

농촌마을이 타 지역 도시민들의 방문, 체험, 교류의 공간으로서의 기능을 유지하고 더욱 발전하기 위해서는 농촌마을의 양적 변화 뿐 아니라 질적인 변화 또한 요구되고 있으며, 농촌과 도시민의 상호 교류에 핵심역할을 할 수 있는 것이 바로 농촌 브랜드 자산 가치의 증진이라 할 수 있다[5][6]. 현대시대에 있어서 브랜드자산은 고도의 마케팅 전략의 핵심적인 도구로 평가되며, 기업의 매우 중요한 자산으로 평가된다. 따라서 브랜드

자산 가치가 상승하게 되면 기업의 가치도 함께 상승되어 기업의 수익도 함께 상승하는 효과가 나타난 된다. 이에 농촌에서도 사회경제적 성과 증대를 위한 농촌 브랜드 자산에 관한 연구가 일부 진행되어 왔지만 대부분이 농촌 관광 활성화를 위한 단편적 측면에서의 연구가 진행되어 왔으며, 농촌마을의 지역개발사업에 대한 행정지원이 농촌마을의 사회경제적 성과에 미치는 연구는 그 중요성에 비해 매우 미흡한 실정이다. 따라서 농촌마을에 대한 브랜드 자산에 대한 중요성이 증대하고 시점에서 농촌마을의 사회경제적 성과 증대에 농촌마을 브랜드 자산이 어떠한 영향을 미치는지에 대한 연구는 매우 의미가 있다고 할 수 있다.

이에 본 연구에서는 본 연구자가 종사하고 있는 전라북도 농촌지역개발사업 시행 마을 주민들을 대상으로 이들이 인지하는 농촌지역개발사업 지원, 농촌마을의 브랜드자산, 사회경제적 성과 간의 구조적 영향관계를 실증적으로 검증하고, 이러한 영향관계에 있어서 농촌마을의 브랜드자산의 매개효과를 검증하는데 그 목적이 있다. 이를 통해 농촌마을의 사회경제적 가치제고 및 성과에 미치는 정부 및 민간차원의 지원 요인은 무엇인지를 도출하고 궁극적으로 농촌마을의 사회경제적 성과에 미치는 영향에 있어서 농촌마을의 브랜드의 중요성에 대한 제언을 하고자 한다.

## II. 이론적 배경

### 1. 농촌지역개발사업

농촌지역개발사업은 생활권이 같은 3~5개 마을 정도의 소권역을 기준으로 해당 지역의 특성에 맞게 「권역발전 5개년 기본계획」을 수립하여 기초생활 환경정비, 소득기반 시설확충, 경관개선, 주민 역량강화 등의 사업을 의미하며, 농촌주민의 삶의 질 개선과 도시와 농촌의 균형적 발전을 이룩하는 것에 최종 목표가 있다[7]. 앞서 기술한 바와 같이, 농촌지역개발사업발전 잠재력이 큰 마을들을 상호 연계하여 소규모의 권역단위로 개발하며, 지역주민, 지자체 그리고 지역 내 여러 관련 전문가 등이 함께 주도적으로 참여하는 상향식 사업이다. 또한 지역의 잠재적 자원을 지역에 맞게 특성화하여 농

촌소득 증대를 통한 지역자립 기반을 구축하고, 나아가 지속가능한 발전을 꾀하기 위한 권역발전 5개년 계획을 적극적으로 추진 중에 있다[8].

농촌의 다양한 가치가 부각됨에 따라 농촌의 여러 가치를 반영하여 새로운 사업들이 농촌지역에 점차적으로 도입되고 있으며, 농업을 기반으로 한 상품개발, 그리고 농촌경관 및 농업을 소재로 한 체험 및 관광, 그 외 농촌만의 교육 서비스 등이 복합적으로 융합 사업이 진행되고 있다. 이러한 사업은 6차 산업이라 불리기도 하는데, 6차 산업의 형태를 갖춘 농촌지역이 최근 들어 농촌지역개발사업과 맞물려 매우 빠르게 확산되고 있다[9]. 이러한 농촌의 변화추세로 발맞추어 지역개발사업의 유형도 점차 다양화되면서 농산물 생산, 가공, 판매, 체험, 관광 등을 기반으로 한 소득사업, 농촌 지역의 전통과 문화를 기반으로 한 전통문화계승사업, 자연경관을 보호하고 가꾸기 위한 경관사업 등으로 분류되고 있으나 한 지역에서 한 가지 유형의 사업만을 추진하는 것이 아닌 복합적으로 도입되고 있다[8].

한편, 2000년대에 들어서 본격적으로 추진되어 온 주민주도형 농촌지역개발사업은 마을 간 또는 인근 지역 간 상호 연계성을 높이는 사업으로 점차 발전하였다. 2014년부터 현재까지는 주로 읍·면단위보다는 상위의 시·군 단위의 농촌도시와 그 배후마을을 상호 연계하는 사업이 추진 중에 있다. 이와 같이 주민주도형 농촌지역개발사업은 주로 마을 간, 지역 간 상호 연계성을 중요시하는 사업으로 발전하고 있다. 이러한 이유는 농촌지역의 산업이 매우 다양화되면서 농촌마을 단위의 한정된 자원으로 해결하지 못한 부분들은 마을단위의 소권역 및 중심지에 이르기까지 사업연계를 통하여 상호 보완을 할 수 있기 때문이다.

### 2. 브랜드 자산

브랜드 자산의 개념은 1980년대부터 활발히 연구가 수행되기 시작하여 고객의 관점에서 여러 구성요인들이 논의되어 왔다. 브랜드 자산의 개념은 일반적으로 소비자가 지각하는 품질, 소비자 태도, 소비자 선호와 애호도, 소비자 충성도와 같은 고객의 사고(mind-set)를 강조하는 것으로[10], 무형적인 제품에 대한 태도로 형성되는 가치라 할 수 있다[11]. 이처럼 개념들은 다양

하지만 브랜드 자산은 브랜드와 관련된 종합적인 가치를 의미하고[12], 특정 브랜드의 제품이나 서비스를 이용하여 느끼는 가치로 정의할 수 있다[13].

전채남(2007)[14]은 브랜드자산에 대해 소비자들이 특정 상품을 차별적으로 인식할 수 있도록 상품의 특성과 소비자의 욕구를 결합하여 창조해 낸 독특한 이름이나 상징물로서 정의하였으며, 류재숙(2009)[15]은 지역 브랜드자산에 대해 여러 마케팅의 결과로 만들어진, 관광객이 반응하는 특정 관광지만의 차별적인 성과로 타 관광지와의 경쟁에서 우위를 점할 수 있는 무형의 가치라고 정의하였다. 신현식(2012)[16]은 지역 브랜드자산을 지역 관광객의 유지를 통해 지역에 부가적인 사회경제적 이익을 제공하는 것으로 브랜드에 부가되어 현지 관광 산업이 미래에 추가 수익을 가져다 줄 주요 자산으로 브랜드 자산으로 정의하였다.

한편, 농촌마을 브랜드 자산은 특정 지역의 농산물이나 서비스를 사용함으로써 형성되는 부가적인 가치로 해석할 수 있다[17]. 따라서 브랜드자산에 대한 선행연구들을 토대로 본 연구에서는 농촌마을의 브랜드자산을 농촌마을이 농촌지역개발사업의 물질적, 행정적 지원으로 인해 얻게 되는 성과적 측면에 기반하여 다른 농촌마을과 차별되는 농촌마을의 독특한 상징, 가치, 제공 서비스를 포괄하여 농촌주민이 인지하는 무형가치의 총체라고 정의한다.

### 3. 사회경제적 효과

농촌에서의 사회적 경제적 조직이 지역사회의 문제, 특히 사회적 배제의 문제에 대응하려 선택하는 수단은 먼저 경제활동을 들 수 있다. 그러므로 사회적 경제조직과 커뮤니티 비즈니스는 농촌 지역사회에서 동일한 경우가 많다[18].

그러나 현재 농촌경제 활성화사업의 경우, 지금까지 소득증대, 일자리창출 등 경제 활성화측면에만 집중되어 있으며 통합적인 농촌개발, 즉 농촌지역 활성화라는 관점이 부족하다. 이는 기존정책이 농촌지역의 내생적이고 지속가능한 산업체계 구축 보다는 농외소득 증대나 일자리 창출 등 단편적인 목표를 추구해 왔음을 의미한다. 따라서 보다 넓은 의미에서의 농촌경제 활성화 즉, 농촌지역 활성화를 지향할 필요성이 대두되며[19],

이는 곧 농촌마을의 사회경제적 효과와 직결된다.

농촌 지역사회 발전에 관한 연구를 살펴보면 자발적 실천을 중요한 접근방법으로 거론되고 있으며, 그 연장선상에서 협동조합 등과 같은 사회적 경제 조직의 필요성이 꾸준히 제기되고 있다. 사회적 경제 조직과 커뮤니티 비즈니스가 공유하는 것은 규범적 지향과 자발적 실천이다. 농촌마을에서 지역사회 협동조합을 매개로 발전 전략을 수립하고 실천할 때, 그것은 지역사회의 인적 자산과 사회 자본을 증진한다[20]. 결과적으로 사회적 경제 조직이 농촌 주민에게 사회적 상호작용의 기회를 제공하는 만큼 농촌마을의 자발적인 발전 역량 증진의 가능성도 높아진다는 것이다.

## III. 연구방법

### 1. 조사대상

본 조사에서는 전라북도 농촌지역개발사업 시행 마을 주민을 조사대상으로 하였다. 이들 시행 마을 주민들을 대상으로 2019년 6월 첫째 주부터 넷째 주까지 4주 동안 실시하였고, 총 설문지 400부를 배포하여, 이 가운데 유효한 설문자료 총 380부를 대상으로 통계분석에 활용하였다. 설문조사 시 조사에 협조한 조사대상 주민들에게 연구의 취지에 대한 설명과 양해를 구하였으며, 자기기입법에 의하여 설문지를 작성하도록 하였다. 본 연구대상인 농촌지역개발사업 시행 마을 주민 380명의 인구통계학적 특성은 [표 1]에 제시한 바와 같다. 먼저 성별의 경우 남성이 54.7%, 여성이 45.3%로 분포하였고, 연령층은 30대가 18.7%, 40대가 38.2%, 50대가 26.8%, 60대 이상이 16.3%로 분포하였다. 학력은 고졸 이하 53.9%, 대학교 졸업이 43.2%, 대학원 졸업자가 2.9%로 나타났다. 한편, 마을 거주기간의 경우, 10년 이내 주민이 14.7%, 10년 이상~20년 이하 주민이 35.5%, 20년 이상~30년 이하 주민이 33.9%, 30년 이상 주민이 15.8%로 분포하였다.

표 1. 조사대상자의 특성

| 구분      |                 | 빈도(명) | 백분율(%) |
|---------|-----------------|-------|--------|
| 성별      | 남               | 208   | 54.7   |
|         | 여               | 172   | 45.3   |
| 연령      | 30대             | 71    | 18.7   |
|         | 40대             | 145   | 38.2   |
|         | 50대             | 102   | 26.8   |
|         | 60대 이상          | 62    | 16.3   |
| 고졸 이하   | 고졸 이하           | 205   | 53.9   |
|         | 대학              | 164   | 43.2   |
|         | 대학원 졸           | 11    | 2.9    |
| 지역 거주기간 | 10년 이내          | 56    | 14.7   |
|         | 10년 이상 ~ 20년 이하 | 135   | 35.5   |
|         | 20년 이상 ~ 30년 이하 | 129   | 33.9   |
|         | 30년 이상          | 60    | 15.8   |
| 합계      |                 | 380   | 100    |

## 2. 연구모형 및 가설

본 연구에서는 독립변수로 농촌지역개발사업 지원을, 종속변수로는 농촌마을의 사회경제적 효과를 설정하였다. 또한, 농촌지역개발사업 지원과 농촌마을의 사회경제적 효과 간의 매개효과 검증을 위해 농촌마을의 브랜드자산을 매개효과로 설정하였다.

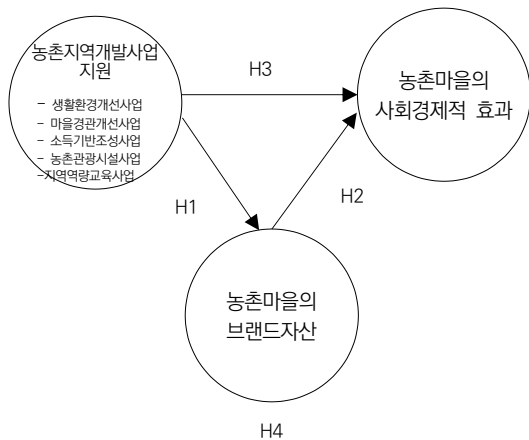


그림 1. 연구모형

본 연구에서는 앞서 선행연구와 위에 제시한 연구모형을 토대로 하여 다음과 같은 가설을 수립하였다.

H1. 농촌지역개발사업 지원은 농촌마을의 브랜드자산에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

H1-1. 생활환경 개선사업 지원은 농촌마을의 브랜드자산에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

H1-2. 관리자의 마을경관 개선사업 지원은 농촌마을의 브랜드자산에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

H1-3. 소득기반 조성사업은 농촌마을의 브랜드자산에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

H1-4. 농촌관광 시설사업 지원은 농촌마을의 브랜드자산에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

H1-5. 지역역량 교육사업 지원은 농촌마을의 브랜드자산에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

H2. 농촌마을의 브랜드자산은 농촌마을의 사회경제적 효과에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

H3. 농촌지역개발사업 지원은 농촌마을의 사회경제적 효과에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

H3-1. 생활환경 개선사업 지원은 농촌마을의 사회경제적 효과에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

H3-2. 마을경관 개선사업 지원은 농촌마을의 사회경제적 효과에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

H3-3. 소득기반 조성사업 지원은 농촌마을의 사회경제적 효과에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

H3-4. 농촌관광 시설사업 지원은 농촌마을의 사회경제적 효과에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

H3-5. 지역역량 교육사업 지원은 농촌마을의 사회경제적 효과에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

H4. 농촌지역개발사업 지원이 농촌마을의 사회경제적 효과에 미치는 영향에 있어서 농촌마을의 브랜드자산의 매개효과가 있을 것이다.

H4-1. 생활환경 개선사업 지원이 농촌마을의 사회경제적 효과에 미치는 영향에 있어서 농촌마을 브랜드자산의 매개효과가 있을 것이다.

H4-2. 마을경관 개선사업 지원이 농촌마을의 사회경제적 효과에 미치는 영향에 있어서 농촌마을 브랜드자산의 매개효과가 있을 것이다.

H4-3. 소득기반 조성사업 지원이 농촌마을의 사회경제적 효과에 미치는 영향에 있어서 농촌마을 브랜드자산의 매개효과가 있을 것이다.

H4-4. 농촌관광 시설사업 지원이 농촌마을의 사회경제적 효과에 미치는 영향에 있어서 농촌마을

브랜드자산의 매개효과가 있을 것이다.

H4-5. 지역역량 교육사업 지원이 농촌마을의 사회경제적 효과에 미치는 영향에 있어서 농촌마을 브랜드자산의 매개효과가 있을 것이다.

### 3. 측정도구

본 연구에서 사용된 측정도구인 설문지는 관련 선행 연구에서 사용된 측정도구를 본 연구의 특성을 고려하여 수정 및 보완 절차를 거쳐 최종적으로 작성하여 사용하였다. 농촌지역개발사업 지원 변인의 경우 한광재(2014)[21], 나란희(2010)의 연구[22]를 참조하여 생활환경 개선사업 지원, 마을경관 개선사업 지원, 소득기반 조성사업 지원, 농촌관광 시설사업 지원 요인 등 총 4개의 요인으로 구성하였다. 모든 문항은 Likert 5점 척도로 측정하였으며, 평균점수가 높을수록 조사대상 주민들이 인식하는 농촌지역개발사업 지원 수준이 높다고 볼 수 있다.

농촌마을의 브랜드자산 변인의 경우 윤현희(2013)[23], 최효(2019)의 연구[24]를 참조하여, 단일 요인으로 구성하였다. 모든 문항은 Likert 5점 척도로 측정하였으며, 점수가 높을수록 거주 농촌마을의 브랜드자산 수준이 높다고 볼 수 있다.

농촌마을의 사회경제적 효과를 측정하기 위한 측정도구는 김효진(2013)[25], 김희수(2018)의 연구[26]를 참조하여, 단일 요인으로 구성하였다. 구성하였다. 모든 문항은 Likert 5점 척도로 측정하였으며, 평균점수가 높을수록 거주 농촌마을의 사회경제적 효과가 높다고 볼 수 있다.

본 연구에서 사용한 측정도구의 구성내용 및 관련 선행연구를 요약하면 [표 2]에 제시한 바와 같다.

표 2. 측정도구 구성내용

| 측정도구 구성내용 |                      | 선행연구        |
|-----------|----------------------|-------------|
| 독립<br>변인  | 농촌지역<br>개발사업<br>지원   | - 생활환경 개선사업 |
|           |                      | - 마을경관 개선사업 |
|           |                      | - 소득기반 조성사업 |
|           |                      | - 농촌관광 시설사업 |
|           |                      | - 지역역량교육사업  |
| 매개<br>변인  | 농촌마을의<br>브랜드자산       | - 단일요인      |
|           |                      |             |
| 종속<br>변인  | 농촌마을의<br>사회경제적<br>효과 | - 윤현희(2013) |
|           |                      | - 최효(2019)  |
|           |                      | - 김효진(2013) |
|           |                      | - 김희수(2018) |

### 3. 분석방법

본 연구를 위해 수집된 자료의 통계 처리는 SPSS 25.0 프로그램과 AMOS 25.0 프로그램을 이용하였으며, 주요 분석 내용은 다음과 같다. 첫째, 농촌지역개발사업 지원, 농촌마을의 브랜드자산, 사회·경제적 성과 변수들의 타당도를 검증하기 위하여 확인적 요인분석(CFA)을 수행하였으며, 해당 변수들의 신뢰도를 검증하기 위하여 Cronbach's  $\alpha$ 계수를 평가하였다. 둘째, 농촌지역개발사업 지원, 농촌마을의 브랜드자산, 사회·경제적 성과 변수 간의 영향관계를 검증하기 위한 가설 검증은 구조방정식 모형분석(Structural Equation Model Analysis; SEM)을 통해 실시하였다. 셋째, 농촌지역개발사업 지원과 사회·경제적 성과 간의 영향관계에서 농촌마을 브랜드자산 변수의 매개효과 검증을 위해 Sobel test를 수행하였다. 이상의 통계적 분석에 대한 유의수준은  $\alpha=.05$ 에서 수행하였다.

## IV. 연구 결과

### 1. 측정도구의 타당성 및 신뢰성 검증

본 연구에서는 측정도구의 신뢰성을 분석하기 위해 AMOS 25.0 통계 패키지를 활용하였고, 모수의 추정을 위해 최대우도법(Maximum Likelihood Method)을 사용하여 확인적 요인분석(CFA)을 실시하였다. 먼저, 확인적 요인분석 모형에 대한 적합도를 평가하였다. 본 연구의 경우  $\chi^2$ 값,  $\chi^2/df$ , RMR, GFI, AGFI, TLI, CFI, RMSEA 등을 통해 적합도를 분석하였다.

분석결과, 확인적 요인분석의 모형적합도는 [표 3]과 같이  $\chi^2=903.562$ ,  $df=379$ ,  $p<.001$ ,  $\chi^2/df=2.384$ , RMR=.046, GFI=.933, AGFI=.920, NFI=.929, CFI=.918, RMSEA=.055로 나타났다. 따라서 모형적합도는 적절한 값을 갖는 것으로 나타났다. 또한, 본 연구모형의 잠재변인의 집중타당성을 분석하고자, 개념신뢰도(Construct Reliability; CR)와 평균분산추출지수(Average Variance Extracted; AVE)를 평가하였다.

표 3. 확인적 요인분석에 대한 모형적합도 분석

| 적합도 지수      | 추정값     |
|-------------|---------|
| $\chi^2$    | 903.562 |
| df          | 379     |
| p           | .000    |
| $\chi^2/df$ | 2.384   |
| RMR         | .046    |
| GFI         | .933    |
| AGFI        | .920    |
| NFI         | .929    |
| CFI         | .918    |
| RMSEA       | .055    |

본 연구의 각 변인들에 대한 확인적 요인분석 결과를 [표 4]에 제시하였다. 분석결과, 잠재변인들의 개념신뢰

도 즉 CR값이 농촌지역개발사업 지원 가운데 생활환경 개선사업에 대한 지원은 .836, 마을경관 개선사업에 대한 지원은 .869, 소득기반 조성사업에 대한 지원은 .842, 농촌관광 시설사업에 대한 지원은 .887, 지역역량 교육사업에 대한 지원은 .829로 나타났다. 농촌마을의 브랜드자산 변인은 .935, 농촌마을의 사회경제적 효과는 .919로 나타났다. 따라서 본 연구의 모든 변인의 개념신뢰도 CR값은 모두 0.7 이상으로서 높은 개념신뢰도를 보여주었다. 다음으로 평균분산추출지수, AVE 값을 분석한 결과, 농촌지역개발사업 가운데 생활환경 개선사업에 대한 지원은 .612, 마을경관 개선사업은 .643, 소득기반 조성사업은 .651, 농촌관광 시설사업은 .666, 지역역량 교육사업에 대한 지원은 .658로 분석되었다. 한편, 농촌마을의 브랜드자산 변인은 .733, 농촌

표 4. 확인적 요인분석 결과

| Path        | Factor Loading       | Standardized Factor Loading | Standard Error | t    | CR   | AVE  | Cronbach' $\alpha$ |           |
|-------------|----------------------|-----------------------------|----------------|------|------|------|--------------------|-----------|
| 생활환경 개선사업   | → 중앙정부의 충분한 지원       | 1.000                       | .639           |      | .836 | .612 | .832               |           |
|             | → 지방정부(시, 도)의 충분한 지원 | 1.126                       | .622           | .122 |      |      |                    | 9.264***  |
|             | → 민간기업의 충분한 지원       | 1.151                       | .645           | .121 |      |      |                    | 9.538***  |
| 마을경관 개선사업   | → 지방정부(시, 도)의 충분한 지원 | 1.000                       | .709           |      | .869 | .643 | .844               |           |
|             | → 민간기업의 충분한 지원       | 1.082                       | .762           | .086 |      |      |                    | 12.558*** |
|             | → 중앙정부의 충분한 지원       | 1.049                       | .697           | .091 |      |      |                    | 11.536*** |
| 소득기반 조성사업   | → 중앙정부의 충분한 지원       | 1.000                       | .764           |      | .842 | .651 | .863               |           |
|             | → 민간기업의 충분한 지원       | .925                        | .796           | .063 |      |      |                    | 14.807*** |
|             | → 지방정부(시, 도)의 충분한 지원 | 1.109                       | .787           | .076 |      |      |                    | 14.604*** |
| 농촌관광 시설사업   | → 중앙정부의 충분한 지원       | 1.000                       | .762           |      | .887 | .666 | .789               |           |
|             | → 지방정부(시, 도)의 충분한 지원 | .989                        | .758           | .069 |      |      |                    | 14.058*** |
|             | → 민간기업의 충분한 지원       | 1.008                       | .779           | .073 |      |      |                    | 14.588*** |
| 지역역량 교육사업   | → 중앙정부의 충분한 지원       | 1.000                       | .762           |      | .829 | .658 | .830               |           |
|             | → 민간기업의 충분한 지원       | .989                        | .758           | .069 |      |      |                    | 14.058*** |
|             | → 지방정부(시, 도)의 충분한 지원 | 1.008                       | .779           | .073 |      |      |                    | 14.588*** |
| 농촌마을의 브랜드자산 | → 마을에 대한 외부인의 인지도    | 1.000                       | .760           |      | .935 | .733 | .865               |           |
|             | → 마을에 대한 평판          | .989                        | .681           | .080 |      |      |                    | 12.300*** |
|             | → 마을에 대한 외부인의 기억     | 1.078                       | .710           | .084 |      |      |                    | 12.910*** |
|             | → 타 농촌마을과의 차별성       | 1.255                       | .788           | .086 |      |      |                    | 14.525*** |
|             | → 마을에 대한 외부인들의 인상    | 1.263                       | .796           | .086 |      |      |                    | 14.696*** |
|             | → 마을의 아름다운 자연환경      | 1.118                       | .792           | .076 |      |      |                    | 14.627*** |
|             | → 마을주민들의 서비스         | 1.118                       | .792           | .076 |      |      |                    | 14.627*** |
|             | → 마을의 편의시설           | 1.078                       | .710           | .084 |      |      |                    | 12.910*** |
|             | → 마을주민들의 친절성         | 1.109                       | .787           | .076 |      |      |                    | 14.604*** |
| 사회경제적 효과    | → 마을의 문화교류 활성화       | 1.000                       | .732           |      | .919 | .711 | .822               |           |
|             | → 주민참여 및 주민간의 소통 활발  | 1.093                       | .844           | .073 |      |      |                    | 14.928*** |
|             | → 인적 네트워크 확대         | 1.065                       | .835           | .072 |      |      |                    | 14.759*** |
|             | → 방문객과 전일인구 수 증가     | .938                        | .783           | .068 |      |      |                    | 13.797*** |
|             | → 농가소득 증대            | .998                        | .756           | .075 |      |      |                    | 13.291*** |
|             | → 마을사업을 통한 일자리 창출    | .894                        | .709           | .072 |      |      |                    | 12.418*** |
|             | → 안정적인 경제기반 조성       | 1.065                       | .835           | .072 |      |      |                    | 14.759*** |
|             | → 기존 사업에 대한 지원 증가    | .938                        | .783           | .068 |      |      |                    | 13.797*** |
|             | → 마을의 유명세 증가         | .998                        | .756           | .075 |      |      |                    | 13.291*** |
|             | → 마을의 최근 지가 상승       | 1.078                       | .710           | .084 |      |      |                    | 12.910*** |

표 5. 판별타당성 검증 결과

| 구 분        | 농촌지역개발사업     |              |              |              |              | 농촌마을<br>브랜드자산 | 사회경제적<br>효과 |
|------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|---------------|-------------|
|            | 생활환경<br>개선사업 | 마을경관<br>개선사업 | 소득기반<br>조성사업 | 농촌관광<br>시설사업 | 지역역량<br>교육사업 |               |             |
| 생활환경개선사업   | .612         | (.391)       | (.550)       | (.382)       | (.145)       | (.460)        | (.620)      |
| 마을경관개선사업   | .625***      | .643         | (.602)       | (.338)       | (.205)       | (.454)        | (.558)      |
| 소득기반조성사업   | .742***      | .776***      | .651         | (.354)       | (.126)       | (.629)        | (.440)      |
| 농촌관광시설사업   | .618***      | .581***      | .595***      | .666         | (.000)       | (.293)        | (.187)      |
| 지역역량교육사업   | .381***      | .453***      | .355***      | .012         | .658         | (.203)        | (.163)      |
| 농촌마을 브랜드자산 | .678***      | .674***      | .793***      | .541***      | .450***      | .733          | (.390)      |
| 사회경제적 효과   | .660***      | .571***      | .609***      | .532***      | .147*        | .678          | .711        |

\*p<.05, \*\*\*p<.001, 대각선 값은 평균분산추출 값, 대각선 아래 값은 상관계수, 대각선 위 괄호 안의 값은 상관계수의 제곱 값임.

마을의 사회경제적 효과는 .711로 나타나 모든 변수에 대한 AVE 값이 0.5 이상인 것으로 분석되었다. 따라서 본 연구의 변인들은 모두 집중타당성이 확보되었음을 알 수 있다.

즉, 본 연구의 모든 변인들의 Cronbach' α값은 모두 .80 이상의 높은 값을 보여주었으며, 따라서 매우 높은 신뢰도가 있음을 확인하였다.

또한, 판별타당성을 확인하기 위해 각 변수 간 상관계수의 제곱과 앞서 도출한 평균분산추출 값을 비교하였으며, 이를 [표 5]에 제시하였다. 농촌지역개발사업 요인인 생활환경개선사업, 마을경관개선사업, 소득기반 조성사업, 농촌관광시설사업, 지역역량교육사업과 농촌마을 브랜드자산 및 사회경제적 효과 간의 상관관계의 제곱은 모두 각 변수의 평균분산추출(AVE) 값보다 낮은 것으로 나타났다. 따라서 본 연구의 잠재변인들 간의 판별타당성은 크게 문제되지 않은 것을 확인할 수 있다.

## 2. 가설 검증결과

### 2.1 연구모형 검증결과

조사대상 농촌지역 주민들이 인식하는 농촌지역개발사업 지원, 농촌마을의 브랜드자산, 사회·경제적 성과 간의 영향관계를 분석을 위해 구조방정식모형(SEM) 분석을 수행하였다. 가설 검증에 앞서, 본 연구에서 설계한 연구모형에 대한 적합도를 분석하였다. 모형 적합도를 분석한 결과, [표 6]에서 보는 바와 같이,  $\chi^2=893.487$ ,  $df=375$ ,  $p<.001$ ,  $\chi^2/df=2.383$ ,

RMR=.041, NFI=.932, CFI=.909, RMSEA=.052로 평가되었으며, 따라서 본 연구에서 설계한 연구모형에 대한 적합도는 우수한 수준으로 확인되었다.

표 6. 연구모형에 대한 적합도 분석

| 적합도 지수      | 추정값     |
|-------------|---------|
| $\chi^2$    | 893.487 |
| df          | 375     |
| p           | .000    |
| $\chi^2/df$ | 2.383   |
| RMR         | .041    |
| NFI         | .932    |
| CFI         | .909    |
| RMSEA       | .052    |

### 1.2 농촌지역개발사업 지원과 농촌마을 브랜드자산의 관계 : 가설 1의 검증

[표 7]에서 보는 바와 같이, 농촌지역개발사업 지원이 농촌마을의 브랜드자산에 미치는 영향을 분석한 결과, 생활환경 개선사업에 대한 지원은 농촌마을 브랜드에 유의한 정(+)의 영향( $\beta=.247$ ,  $t=2.148$ ,  $p<.05$ )을 미치는 것으로 나타났으며, 소득기반 조성사업( $\beta=.319$ ,  $t=3.915$ ,  $p<.001$ )과 농촌관광 시설사업( $\beta=.241$ ,  $t=3.921$ ,  $p<.001$ ) 및 지역역량 교육사업( $\beta=.299$ ,  $t=3.016<.01$ ) 요인 모두 농촌마을 브랜드에 유의한 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 따라서 가설 1-1, 1-3, 1-4, 1-5는 채택되었으며, 가설 1-2는 기각되었음을 알 수 있다. 이러한 결과는 농촌마을에 있어



표 7. 연구가설 1의 검증결과

| 가설(H)  |                         | B    | $\beta$ | S.E. | t        | p    |
|--------|-------------------------|------|---------|------|----------|------|
| 가설 1-1 | 생활환경 개선사업 지원 → 농촌마을 브랜드 | .263 | .247    | .125 | 2.148*   | .035 |
| 가설 1-2 | 마을경관 개선사업 지원 → 농촌마을 브랜드 | .112 | .107    | .092 | 1.023    | .079 |
| 가설 1-3 | 소득기반 조성사업 지원 → 농촌마을 브랜드 | .332 | .319    | .069 | 3.915*** | .000 |
| 가설 1-4 | 농촌관광 시설사업 지원 → 농촌마을 브랜드 | .251 | .241    | .071 | 3.016**  | .003 |
| 가설 1-5 | 지역역량 교육사업 지원 → 농촌마을 브랜드 | .026 | .324    | .105 | .211*    | .038 |

서 생활환경 개선사업, 소득기반 조성사업, 농촌관광 시설사업, 지역역량 교육사업에 대한 정부, 지방정부 및 민간에 의한 지원은 농촌마을의 브랜드자산에 긍정적인 영향을 미칠 수 있음을 의미한다. 따라서 농촌마을의 브랜드자산 가치를 높이기 위해서는 농촌지역개발 사업에 대한 지원을 강화할 필요가 있다.

1.3 농촌마을의 브랜드자산과 농촌마을의 사회경제적 효과의 관계 : 가설 2의 검증

농촌지역개발사업 지원이 농촌마을의 브랜드자산에 미치는 영향을 분석한 결과, [표 8]에서 보는 바와 같이, 농촌마을의 브랜드자산은 농촌마을의 사회경제적 효과에 유의한 정(+)의 영향( $\beta=.863$   $t=9.158$ ,  $p<.001$ )을 미치는 것으로 나타났다. 따라서 가설 2는 채택되었음을 알 수 있다. 이러한 결과는 농촌마을의 사회경제적 효과 향상을 위해서는 농촌마을의 브랜드자산 가치가 선행되어야 함을 의미하고 있다.

표 8. 연구가설 2의 검증결과

| 가설(H) |                        | B     | $\beta$ | S.E. | t        | p    |
|-------|------------------------|-------|---------|------|----------|------|
| 가설 2  | 농촌마을의 브랜드자산 → 사회경제적 효과 | 1.017 | .863    | .128 | 9.158*** | .000 |

\*\*\* $p<.001$

표 9. 연구가설 3의 검증결과

| 가설(H)  |                         | B     | $\beta$ | S.E. | t      | p    |
|--------|-------------------------|-------|---------|------|--------|------|
| 가설 3-1 | 생활환경 개선사업 지원 → 사회경제적 효과 | .091  | .060    | .143 | .624   | .534 |
| 가설 3-2 | 마을경관 개선사업 지원 → 사회경제적 효과 | .028  | .022    | .115 | .241   | .810 |
| 가설 3-3 | 소득기반 조성사업 지원 → 사회경제적 효과 | -.095 | -.086   | .076 | -1.272 | .204 |
| 가설 3-4 | 농촌관광 시설사업 지원 → 사회경제적 효과 | .026  | .019    | .105 | .211   | .832 |
| 가설 3-5 | 지역역량교육사업 지원 → 사회경제적 효과  | .026  | .019    | .105 | .211   | .832 |

1.4 농촌지역개발사업 지원과 농촌마을의 사회경제적 효과의 관계 : 가설 3의 검증

농촌지역개발사업 지원이 농촌마을의 사회경제적 효과에 미치는 영향을 분석한 결과, [표 9]에서 보는 바와 같이, 생활환경 개선사업, 마을경관 개선사업, 소득기반 조성사업, 농촌관광 시설사업, 지역역량교육사업 등 요인 모두 농촌마을의 사회경제적 효과에 직접적으로 유의한 영향은 미치지 않은 것으로 나타났다. 따라서 가설 3-1, 3-2, 3-3, 3-4, 3-5는 모두 기각되었음을 알 수 있다. 이러한 연구결과는 농촌지역개발사업의 지원이 이루어진다고 해서 직접적으로 농촌마을의 사회경제적 효과가 나타나는 것은 아님을 의미하고 있다.

1.5 농촌마을의 브랜드자산의 매개효과 : 가설 4

농촌지역개발사업 지원이 농촌마을의 사회경제적 효과에 미치는 영향에 있어서 농촌마을의 브랜드자산의 역할을 규명하기 위하여 본 연구에서는 Sobel test를 통해 매개효과를 분석하였으며, 그 결과를 [표 10]에 제

표 10. 농촌지역개발사업 지원과 농촌마을의 사회경제적 효과 간 관계에서 농촌마을의 브랜드자산의 매개효과

| 변수 간 경로 |                                    | $\beta$ | z        | p    |
|---------|------------------------------------|---------|----------|------|
| H 4-1   | 생활환경 개선사업 → 농촌마을의 브랜드자산 → 사회경제적 효과 | .213    | 3.015*   | .012 |
| H 4-2   | 마을경관 개선사업 → 농촌마을의 브랜드자산 → 사회경제적 효과 | .297    | 4.078**  | .003 |
| H 4-3   | 소득기반 조성사업 → 농촌마을의 브랜드자산 → 사회경제적 효과 | .278    | 4.618*** | .000 |
| H 4-4   | 농촌관광 시설사업 → 농촌마을의 브랜드자산 → 사회경제적 효과 | .273    | 4.606*** | .000 |
| H 4-4   | 지역역량교육사업 → 농촌마을의 브랜드자산 → 사회경제적 효과  | .270    | 4.587*** | .000 |

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

시하였다.

분석결과, 농촌지역개발사업 요인 가운데 먼저, 생활환경 개선사업 요인과 농촌마을의 사회경제적 효과에 미치는 영향에 있어서 농촌마을의 브랜드자산의 매개효과 경우 표에서 보는 바와 같이, 생활환경 개선사업 → 농촌마을의 브랜드자산 → 농촌마을의 사회경제적 효과 경로( $\beta=.213$ )는  $Z=3.015(p<.05)$ 에서 유의한 매개효과가 있는 것으로 나타났다. 다음으로 농촌지역개발사업 요인 가운데 마을경관 개선사업 요인이 농촌마을의 사회경제적 효과에 미치는 영향에 있어서 농촌마을의 브랜드자산의 매개효과 경우 표에서 보는 바와 같이, 마을경관 개선사업 → 농촌마을의 브랜드자산 → 농촌마을의 사회경제적 효과 경로( $\beta=.297$ )는  $Z=4.078(p<.01)$ 에서 유의한 매개효과가 있는 것으로 나타났다. 다음으로 농촌지역개발사업 지원 요인 가운데 소득기반 조성사업 요인이 농촌마을의 사회경제적 효과에 미치는 영향에 있어서 농촌마을의 브랜드자산의 매개효과 경우 표에서 보는 바와 같이, 소득기반 조성사업 → 농촌마을의 브랜드자산 → 농촌마을의 사회경제적 효과 경로( $\beta=.278$ )는  $Z=4.618(p<.001)$ 에서 유의한 매개효과가 있는 것으로 나타났다. 다음으로 농촌지역개발사업 지원 요인 가운데 농촌관광 시설사업 요인이 농촌마을의 사회경제적 효과에 미치는 영향에 있어서 농촌마을의 브랜드자산의 매개효과 경우 표에서 보는 바와 같이, 농촌관광 시설사업 → 농촌마을의 브랜드자산 → 농촌마을의 사회경제적 효과 경로( $\beta=.273$ )는  $Z=4.606(p<.001)$ 에서 유의한 매개효과가 있는 것으로 나타났다. 마지막으로, 농촌지역개발사업 지원 요인 가운데 지역역량교육사업 요인이 농촌마을의 사회경제적 효과에 미치는 영향에 있어서 농촌마을의

브랜드자산의 매개효과 경우 표에서 보는 바와 같이, 지역역량교육사업 → 농촌마을의 브랜드자산 → 농촌마을의 사회경제적 효과 경로는( $\beta=.270$ )는  $Z=4.587(p<.001)$ 에서 유의한 매개효과가 있는 것으로 나타났다.

농촌지역개발사업 지원인, 생활환경 개선사업, 마을경관 개선사업, 소득기반 조성사업 그리고 농촌관광 시설사업 요인은 현 농촌마을의 사회경제적 효과에 직접적으로 유의한 영향은 미치지 않는 것으로 나타났으나, 앞서 농촌마을의 브랜드자산의 매개효과 검증을 통해 농촌마을의 브랜드자산의 매개효과를 통해 농촌지역개발사업 지원이 농촌마을의 사회경제적 효과에 긍정적인 영향을 미칠 수 있음을 확인할 수 있었다.

즉, 농촌지역개발사업 지원 요인인 생활환경 개선사업, 마을경관 개선사업, 소득기반 조성사업, 농촌관광 시설사업, 지역역량교육사업 요인 모두가 현 농촌마을의 사회경제적 효과에 미치는 영향에 있어서 농촌마을의 브랜드자산의 간접효과를 통해서 농촌지역개발사업 지원 → 농촌마을의 브랜드자산 → 농촌마을의 사회경제적 효과의 구조적 관계가 성립함을 알 수 있다.

그러므로 가설 4-1, 4-2, 4-3, 4-4, 4-5는 모두 채택되었다.

본 연구의 결과를 통해 주요한 시사점을 알 수 있었다. 즉, 정부, 지방자치정부, 그리고 민간에 의한 농촌지역개발사업 지원이 강화된다고 해도 농촌마을의 사회경제적 효과에 있어서 의미있는 향상을 가져오지는 못한다. 그러나 농촌지역개발사업 지원에 따라 외부인들이 바라보는 농촌마을의 브랜드자산 가치가 높아진다면, 궁극적으로는 농촌마을의 사회경제적 효과를 높일 수 있는 효과를 보일 수 있음을 의미하고 있다. 따라서

농촌마을에 있어서 농촌지역개발사업 지원과 더불어 농촌마을의 브랜드자산 가치를 높이는 노력이 매우 중요한 요인임을 확인할 수 있다.

## V. 결론 및 제언

본 연구는 전라북도 농촌지역개발사업 시행 마을 주민들을 대상으로 농촌지역개발사업 지원과 농촌마을의 브랜드자산 및 농촌마을의 사회경제적 효과와의 관계를 규명하는 연구이다. 농촌마을 지역주민들이 인식하는 농촌지역개발사업 지원과 농촌마을의 브랜드자산이 농촌마을의 사회경제적 효과에는 어떠한 영향을 미치는지를 분석하였다. 또한, 농촌지역개발사업 지원 요인과 농촌마을의 사회경제적 효과와의 인과관계에 있어서 농촌마을의 브랜드자산이 어떠한 역할을 하는지를 분석하였다. 본 연구의 표본집단은 전라북도 농촌지역개발사업 시행 마을 주민 380명이며, 이들을 대상으로 설문조사를 실시하였다. 유효한 설문 응답에 대한 통계적 자료 처리는 SPSS 25.0 통계 패키지 및 AMOS 25.0 통계 패키지를 사용하여 수행하였다. 본 연구의 주요 결과는 다음과 같이 제시할 수 있다.

첫째, 농촌지역개발사업 지원이 농촌마을의 브랜드자산에 미치는 영향을 분석한 결과, 마을경관 개선사업을 제외한 생활환경 개선사업, 소득기반 조성사업, 농촌관광 시설사업, 지역역량교육사업 요인 모두 농촌마을의 브랜드자산에 유의한 정(+)의 영향을 미치는 것으로 분석되었다. 즉, 농촌지역개발사업 지원 요인인 생활환경 개선사업, 소득기반 조성사업, 농촌관광 시설사업, 지역역량교육사업에 대한 지원은 농촌마을의 브랜드자산에 긍정적인 영향을 미치고 있음을 알 수 있다. 따라서 농촌마을의 브랜드자산을 높이기 위해서는 농촌지역개발사업 적극적인 지원이 요구된다. 농촌지역개발사업이 시행되고 적극적인 지원에 따라 해당 농촌마을의 인지도가 향상되고, 이미지가 개선되는 등 브랜드 가치가 향상된다는 정유경(2015)의 연구[27]결과와 본 연구결과는 맥을 함께 한다고 볼 수 있다. 또한, 농어촌 지역경제 다각화 전략에 관한 연구에서 농촌마을 생활환경 및 소득개선을 통해 농촌마을의 브랜드자산 가치를 높

인다는 이동필 등(2010)의 연구[28] 또한 본 연구의 결과를 뒷받침하고 있음을 알 수 있다.

둘째, 농촌마을의 브랜드자산이 농촌마을의 사회경제적 효과에 미치는 영향을 분석한 결과, 농촌마을의 브랜드자산은 농촌마을의 사회경제적 효과에 유의한 정(+)의 영향을 미치는 것으로 분석되었다. 즉, 농촌마을에 대한 이미지나 인지도 같은 브랜드자산 가치는 농촌마을의 사회경제적 효과에 긍정적인 영향을 미치고 있음을 알 수 있다. 따라서 농촌마을의 인지도가 향상되고, 이미지가 개선에 따라 외부 방문객 유입 및 농촌마을의 사회적 경제적 효과를 실증적으로 제시한 이동필 등(2010)의 연구[28] 및 정유경(2015)의 연구[27]와 유사한 경향을 보이고 있다.

셋째, 농촌지역개발사업 지원이 농촌마을의 사회경제적 효과에 미치는 영향을 분석한 결과, 생활환경 개선사업, 마을경관 개선사업, 소득기반 조성사업, 농촌관광 시설사업, 지역역량교육사업 모두 농촌마을의 사회경제적 효과에 직접적으로 유의한 영향은 미치지 않는 것으로 분석되었다. 즉, 농촌지역개발사업이 시행되고 적절한 지원이 이루어진다고 해서 농촌마을의 사회경제적 효과가 갑자기 크게 높아지는 것은 아님을 알 수 있다. 기존의 선행연구에서는 마을 관광협의체가 농촌관광 활성화에 미치는 영향 검증을 통해 농촌지역개발사업 지원과 농촌마을의 사회경제적 효과 간에는 상호 관련이 있음을 예측한 이익수(2019)의 연구[29] 등이 있으나, 본 연구의 결과와는 상반된 결과를 보이고 있다. 이는 단순히 농촌지역개발사업 지원만으로 농촌마을의 성과로 나타나기에는 그 영향이 제한적일 수 있음을 의미한다. 따라서 추후 이와 관련한 보다 깊이 있는 연구가 수행될 필요가 있을 것으로 사료된다.

넷째, 농촌지역개발사업 지원이 농촌마을의 사회경제적 효과에 미치는 영향에 대한 농촌마을의 브랜드자산의 매개효과를 분석한 결과, 생활환경 개선사업, 마을경관 개선사업, 소득기반 조성사업, 농촌관광 시설사업, 지역역량교육사업 모두 농촌지역개발사업 지원과 농촌마을의 사회경제적 효과 간의 인과관계에 있어서 매개효과가 나타났으며, 간접효과를 통해 유의한 것으로 나타났다. 이는 앞서 선행연구에서 나타났듯이, 농촌지역개발사업 지원은 농촌마을의 브랜드자산에 긍정적 영

향을 미치고, 농촌마을의 브랜드자산은 농촌마을의 사회경제적 성과에 긍정적 영향을 미친다는 결과를 통해 유추해 볼 때, 농촌지역개발사업 지원이 농촌마을의 브랜드자산을 높임으로써 궁극적으로 농촌마을의 사회경제적 효과에 긍정적인 효과를 가져오는 것으로 추측해 볼 수 있다.

본 연구에서는 전라북도 농촌지역개발사업 시행 마을 주민들을 대상으로 농촌지역개발사업 지원이 농촌마을의 브랜드자산 및 농촌마을의 사회경제적 효과 간의 구조적 관계를 실증적으로 규명하고자 하였다. 궁극적으로 생활환경 개선사업, 마을경관 개선사업, 소득기반 조성사업, 농촌관광 시설사업, 지역역량교육사업 등과 같은 농촌지역개발사업이 착수되고 적극적인 지원이 이루어질 경우, 농촌마을의 인지도 및 이미지 개선을 통해 브랜드자산 가치가 향상되고, 나아가 이러한 브랜드자산 가치 향상에 의해 농촌마을의 사회경제적 효과에 긍정적 영향을 가져오게 됨을 본 연구를 통해 확인하였다. 특히, 본 연구에서는 농촌지역개발사업 지원이 선행되더라도 농촌마을의 브랜드자산 가치가 향상되지 못하면 궁극적으로 농촌마을의 사회경제적 효과 증진에 효과적이지 못함을 확인하였는데, 이는 농촌마을에 대한 인지도 및 이미지 개선을 통해 브랜드자산 가치가 농촌마을의 사회경제적 효과 증진에 있어서 필수적인 요인 가운데 하나라는 것을 뜻한다.

한편, 본 연구에서는 농촌마을의 개발성과의 중요성이 확대되고 있는 점을 감안할 때, 기존 농촌마을개발을 농촌지역개발사업 지원에 적용하여 실증적으로 연구하는 것은 매우 가치가 있다고 평가할 수 있다. 또한, 농촌마을에 대한 농촌지역개발사업과 농촌마을의 사회경제적 효과를 대상으로 수행한 본 연구는 농촌마을농촌마을에 대한 브랜드자산과 관련하여 많은 시사점을 제공할 수 있을 것이다. 그러나 본 연구는 국내 일부 지역인 전라북도에 농촌지역개발사업 시행 마을 주민들 380명만을 대상으로 도출된 결과이다. 따라서 본 연구의 결과를 모든 농촌마을에 적용될 수 있는 결과로 일반화하는 데에는 한계가 있다. 그러므로 후속연구에서는 일부 전라북도 지역에 국한된 본 연구의 범위를 확대하여 타 지방 농촌지역개발사업 농촌마을 주민들까지 포함한 포괄적인 연구가 필요할 것이다.

참 고 문 헌

- [1] 류석춘, *사회적 자본 이론과 쟁점*, 도서출판그린, 2003.
- [2] 박희봉, 김명환, “우리나라 지역사회의 사회적 자본 증진에 관한 연구,” *한국정치학회보*, 제34권, 제4호, pp.219-237, 2001.
- [3] 류재숙, 임재필, “관광마케팅커뮤니케이션이 관광지 브랜드자산에 미치는 영향,” *한국콘텐츠학회논문지*, 제12권, 제2호, pp.439-452, 2012.
- [4] 이민재, 이연주, 서원석, “지자체의 관광자원 브랜드 자산이 브랜드 충성도에 미치는 영향에 대한 탐색적 연구: 지자체의 관광자원 브랜드를 대상으로,” *한국콘텐츠학회논문지*, 제12권, 제10호, pp.499-509, 2012.
- [5] 문효진, “제천시 도시브랜드 자산과 도시평판, 관광의 도와의 관계 연구,” *한국콘텐츠학회논문지*, 제19권, 제3호, pp.548-556, 2019.
- [6] 권지혜, 박승훈, “도시브랜드 형성요인에 관한 개념연구,” *한국콘텐츠학회논문지*, 제18권, 제4호, pp.202-213, 2018.
- [7] 이병준, *농촌마을종합개발사업 커뮤니티센터 운영개선 방안 연구*, 전북대학교 대학원, 석사학위논문, 2105.
- [8] 전미리, *농촌지역개발사업에서 사회적 자본(통합성, 연계성) 인식수준이 주민의 참여의도에 미치는 영향*, 서울시립대학교 대학원, 박사학위논문, 2019.
- [9] 송미령, 성주인, “마을개발사업의 성과와 주민참여의 관계 분석,” *한국지역개발학회지*, 제17권, 제4호, pp.293-319, 2005.
- [10] W. G. Kim, S. B. Jin, and H. B. Kim, “Multidimensional customer-based brand equity and its consequences in mid-priced hotels,” *Journal of Hospitality & Tourism Research*, Vol.32, No.2, pp.235-254, 2008.
- [11] 유재하, *브랜드자산의 구성요소에 관한 연구: 소비자 와 브랜드 간의 감성-관계를 중심으로*, 성균관대학교 대학원, 박사학위논문, 2004.
- [12] W. Lassar, B. Mittal, and A. Sharma, “Measuring customer-based brand equity,” *Journal of Consumer Marketing*, Vol.12, No.4, pp.11-19, 1995.
- [13] P. H. Farquhar, “Managing brand equity,”

Marketing Research, Vol.1, No.1, pp.24-33, 1989.

- [14] 전채남, *통합적 마케팅커뮤니케이션(IMC)이 브랜드 자산에 미치는 영향에 관한 연구*, 영남대학교 대학원, 박사학위논문, 2007.
- [15] 류재숙, *관광마케팅커뮤니케이션과 관광지 브랜드자산 구성요소의 구조적관계 연구: 관광객이 인식한 IMC의 차이 비교를 중심으로*, 경희대학교 대학원, 박사학위논문, 2009.
- [16] 신현식, *지역축제 스토리텔링이 지역브랜드자산에 미치는 영향 연구*, 경기대학교 대학원, 박사학위논문, 2012.
- [17] 권기백, 김신애, 권기대, “한국전통문화도시의 정체성 및 지역브랜드 자산 비교연구,” *브랜드디자인학연구*, 제17권, 제1호, pp.5-22, 2019.
- [18] 박용순, “사회적 자본과 지역사회 통합과의 관계,” *관광학연구*, 제38권, 제5호, pp.207-228, 2014.
- [19] 김정섭, 정유리, 유은영, *농촌지역사회발전 접근방법의 유형과 실천과제*, 한국농촌경제연구원 기본연구보고서, 2017.
- [20] G. T. Payne, C. B. Moore, S. E. Griffis, and C. W. Autry, “Multi-level challenges and opportunities in social capital research,” *Journal of Management*, Vol.37, No.2, pp.491-520, 2011.
- [21] 한광재, *주민참여형 지역개발사업의 주민만족도에 관한 연구*, 세한대학교 대학원, 석사학위논문, 2014.
- [22] 나란희, *농촌전통테마마을사업에 대한 주민의식과 성과분석*, 상지대학교 대학원, 석사학위논문, 2010.
- [23] 윤현희, *농촌관광마을의 브랜드자산이 장소에착과 친환경 행동의도에 미치는 영향*, 경기대학교 관광전문대학원, 박사학위논문, 2013.
- [24] 최효, *농촌관광 체험, 서비스 품질, 브랜드자산, 지각된 가치, 충성도 관계연구*, 전주대학교 대학원, 박사학위논문, 2019.
- [25] 김효진, *농산어촌 유학사업의 사회경제적 효과분석* 임실군 대리마을 농촌유학 시설 사례를 중심으로, 고려대학교 생명환경과대학원, 석사학위논문, 2013.
- [26] 김희수, *농촌관광 운영형태에 따른 사회적 경제 활성화 모델 연구- 사업운영 형태별 선진사례를 중심으로*, 서울시립대학교 대학원, 석사학위논문, 2018.
- [27] 정유경, “통합마케팅커뮤니케이션과 마을브랜드화의 연계성에 관한 연구 - 마을주도형 6차산업을 중심으로,”

브랜드디자인학연구, 제13권, 제2호, pp.239-248, 2015.

- [28] 이동필, 김정섭, 홍준표, 김선배, 정강환, 박운호, *농어촌 지역경제 다각화 전략*, 한국농촌경제연구원 기본연구보고서, 2010.
- [29] 이익수, “마을 관광협의체가 농촌관광 활성화에 미치는 영향에 대한 비교연구,” *한국콘텐츠학회논문지*, 제19권, 제1호, pp.187-195, 2019.

저 자 소 개

이 병 준(Byung-Jun Lee)

정회원



- 2007년 2월 : 전주대학교 사회체육학과(학사)
- 2015년 2월 : 전북대학교 농업경제학과(석사)
- 2017년 8월 : 전북대학교 농업경제학과(박사수료)

〈관심분야〉 : 농촌마을개발, 농업통계, 사회경제

안 동 섭(Dong-Seop Ahn)

정회원



- 2009년 2월 : 원광대학교 경영학과(학사)
- 2016년 2월 : 전북대학교 농업경제학과(석사)
- 2018년 2월 : 전북대학교 농업경제학과(박사수료)

〈관심분야〉 : 지역개발, 도시재생, 농촌개발

백 승 우(Seoung-Woo Back)

정회원



- 1994년 2월 : 전북대학교 농업경제학과(학사)
- 1996년 2월 : 전북대학교 농업경제학과(석사)
- 2002년 8월 : 전북대학교 농업경제학과(박사)
- 현재 : 전북대학교 농업경제학과 교수

〈관심분야〉 : 농촌경제, 협동조합, 농산물식품산업