

소비자의 6차산업 인지도와 만족도에 미치는 요인분석

An Analysis on the Factors Affecting Consumers' Perception and Satisfaction in the Sixth Industry

주현정

제주연구원 공공투자관리센터

Hyunjeong Joo(jejoo@jri.re.kr)

요약

농가소득 중 농외소득 비중은 40% 이상이며 6차 산업은 농외소득의 주요 원천이다. 6차 산업 활성화를 위하여 소비자의 선호를 파악하는 것이 중요하나 대다수의 연구가 생산자에 집중되어있다. 따라서 본 연구는 순위형로짓모형을 사용하여 6차 산업에 대한 소비자의 인지도와 만족도 등을 분석하였다. 분석결과 첫째, 6차 산업에 대한 인지도가 대체로 낮게 나타났으며, 성별, 지역별 인지도가 상이하게 나타났다. 둘째, 6차 산업을 알게 된 경로는 언론보도, 포털검색, SNS로 다양하게 나타났다. 셋째, 6차 산업의 인지도에 미치는 요인에는 연령, 결혼형태, 직업, 거주 지역, 소득 등 인구사회학적 변수가 통계적으로 유의하게 영향을 미치는 것으로 나타났다. 본 연구는 6차 산업 활성화를 위하여 소비자의 관점에서 6차 산업의 인지도와 만족도를 연구한 최초의 논문으로 기존 논문과 차별성이 있다.

■ 중심어 : | 6차산업 | 농외소득 | 순위형로짓모형 | 6차 산업 대국민 인지도조사 |

Abstract

The proportion of non-farm income among farm household income is over 40%, with the main source coming from the sixth industry. While it is important to understand consumers' preferences to revitalize the sixth industry, the majority of research is focused on producers. Therefore, this study used an Ordered Logit Model to analyze consumer awareness and satisfaction with the 6th industry. As a result, first, the analysis showed that awareness of the sixth industry was generally low, and that the perceptions of gender and regions were different. Second, there were various ways to learn about the sixth industry through media reports, portal searches, and SNS. Third, factors affecting the recognition of the sixth industry were shown to have statistically significant effects on demographic and sociological variables such as age, marriage type, occupation, residential area, and income. This study is the first to analyze the awareness and satisfaction of the sixth industry from the consumer's point of view focusing on its revitalization.

■ keyword : | Sixth Industry | Off-farm Income | Ordered Logit Model | A Survey on the Public Cognition of the Sixth Industry |

I. 서론

2018년도 농가소득은 연평균 4,206만원이며 이 중 농업소득은 1,292만원, 농외소득은 1,695만원으로 농외소득 비중이 농가소득의 약 40% 이상을 차지하며 농업소득을 초월하였다. 같은 기간 농가소득을 전체 가구 소득과 비교해보면 전체가구의 월평균 소득은 466만원, 근로자가구는 531.7만원, 근로자 외 가구는 371만원에 비하여 농가소득은 350.5만원에 그쳐 농가소득은 전체 가구 소득의 약 75%, 근로자가구의 66% 수준을 차지하는 것으로 나타났다¹. 소득격차는 근로자와 비근로자 간, 전체 가구와 농민 간, 근로자와 농민 간 높게 나타나고 있으며 농민의 주요 소득원인 농외소득을 위한 활동은 증대될 것으로 예상된다. 또한 농업소득은 근로자와 같이 매달 정산이 되어 월급형태로 받는 것이 아닌, 한 해의 농산물 수확량에 대한 대가를 수확기에 일시적으로 획득하므로 일반 근로자와 소득 취득 방식이 상이하다. 따라서 수확기 뿐 아니라 농한기에도 소득을 올릴 수 있는 농외활동은 가계의 자산 경영에도 도움이 된다.

농외소득을 획득할 수 있는 주요 방법은 자신이 생산한 농산물을 직접 판매하거나 농촌관광 등과 연계할 수 있도록 하는 6차 산업이 대표적인 방안이라 할 수 있다. 6차 산업은 1차 산업인 농업, 2차 산업인 제조업, 3차 산업인 관광업을 융합한 것을 일컬으며 농민은 농촌의 자원을 활용하여 농업생산 뿐만 아니라 마케팅, 유통, 판매, 관광으로까지 다양한 영역에 참여하여 소득을 올림으로써 농업 분야에서 제2의 도약기를 마련하고 있다. 4차 산업 혁명의 흐름과 함께 향후 농업에 기술을 접목하여, 6차 산업이 ICT, 인공지능 등의 4차 산업과 융합이 되면 농업은 10차 산업으로까지 도약할 가능성이 있다. 따라서 6차 산업은 농민이 농업생산 외에 농업과 연계하여 농촌관광, 지역농산물을 가공하고 마케팅과 판매를 하는 등 농업에 가치를 부여하고 부가가치를 창출하는 적극적이고 선순환적인 방법이다.

또한 농산업을 융복합화를 통해 농산업과 농촌공간

의 공동 발전을 도모하는 6차 산업은 생산자와 소비자 모두에게 긍정적인 영향을 미친다. 생산자 측면에서 6차 산업은 고령화, 수입농산물로 인한 가격경쟁력 약화 등으로 감소된 농업소득을 보상해줄 뿐 아니라, 6차 산업으로 발생한 소득은 연중 지속되어 농민의 안정적인 자산관리를 가능하게 한다. 또한 농산물에 부가가치를 창출하여 농산물의 가격 경쟁력을 향상시키고 지역농산물을 지역에서 바로 소비·판매하게 함으로써 농산물 판로확보가 가능하게 하는 등 농산물 수급 안정에도 이득을 준다.

소비자 측면에서 6차 산업은 소비자에게 지역의 안전한 농산물을 공급하고 농촌체험 등의 프로그램을 제공할 수 있다. 또한 6차 산업은 안전한 농산물에 대한 믿음과 판매되는 농산물이 어떠한 경로로 소비되는지 확인할 수 있는 식품안전적·교육적 가치가 있으며 관광산업과 연계함으로써 소비자들에게 다양한 경험을 누릴 수 있는 혜택을 제공할 수 있다. 대표적인 예로 국내에서는 한살림, 초록마을, 아이쿱생협 등이 있으며 특히 아이쿱생협은 조합원에게 생산지를 방문 및 체험할 수 있는 기회를 제공한다.

6차 산업은 생산자인 농민 뿐 아니라 소비자에게도 긍정적인 영향을 미치나 대다수의 선행연구가 6차 산업의 발전 방안이나 제도 개선을 위한 연구에 집중되어 있다. 6차 산업 역시 일반 산업과 마찬가지로 궁극적인 목적은 시장에 판매되고 소비자의 후생을 증진시킬 수 있는 용역과 서비스를 제공해야하므로 6차 산업은 소비자 지향적이어야 하고 이를 위해서는 소비자의 니즈를 파악하기 위한 기초 조사인 소비자 만족도, 이미지 조사가 중요하다. 이를 위해 어떠한 특성을 가진 국민이 6차 산업에 대한 인지도나 만족도가 높은 지에 대한 분석이 선행되어야 한다.

따라서 본 연구의 목적은 2018-2019년도 '6차 산업 대국민 인지도 조사'를 활용하여 6차 산업에 대한 소비자, 즉, 대국민 인지도, 만족도를 분석하고, 순위행로짓 모형을 이용하여 6차 산업의 인지도와 만족도에 미치는 요인을 분석한다. 분석결과는 6차 산업 활성화를 위하여 소비자 맞춤형 정책 수립에 활용할 수 있을 것이다. 본 연구는 다음과 같이 구성된다. 2장에서는 선행연구 검토, 3장에서는 연구에 사용된 자료 설명 및 기초

1 통계청 가계동향조사와 농가경제조사 참고, 가계동향조사는 가구당 월평균 가계수지(전국, 명목, 2인 이상)로 분기별 소득 자료의 평균으로 계산, 농가소득은 연평균 자료로 제시되어 월평균으로 변환 후 사용

통계량, 4장에서는 설문자료 분석 및 분석결과 제시, 5장에서는 요약 및 결론이 제시된다.

II. 선행연구 검토

6차 산업에 대한 연구는 대부분 실태조사와 발전방안 등의 정성적 분석에 초점이 맞추어져 있다. 구체적으로 6차 산업과 관련한 선행연구는 6차 산업의 현황 및 실태, 일본 등 해외사례 조사, 지역자원 및 관련 산업과 연계한 사례, 6차 산업 유형 및 성공요인 분석, 6차 산업이 농가 소득에 미치는 영향, 6차 산업의 모델 및 발전방안, 6차 산업의 참여유형 및 성과 분석 등이 있다.

6차 산업의 실태에 관한 조사로는 이현정, 김관수, 안동환(2017)[1]이 있으며, 이는 농촌진흥청의 '농업·농촌 6차산업화 기초실태조사(2015)'를 활용하여 6차 산업 농가의 실태를 파악하고 6차 산업에 참여하는 농가의 특성과 성공 여부의 결정 요인 등에 대해 조사하였다. 연구방법은 다변량 프로빗 모형을 적용하여, 6차 산업 참여 농가의 유형을 직매장, 농산물가공, 농촌체험관광, 농가식당으로 구분하고 어떠한 농가가 6차 산업에 참여하고 어떠한 요인이 6차 산업의 성공 여부를 결정하는지에 대해 조사하였다. 조경호(2016)[2]는 6차 산업의 유형을 '농업 다각화형'과 '지역 네트워크형'으로 구분하고 6차 산업의 발전 형태를 연구하였다. 연구 결과 6차 산업의 발전을 위해서는 6차 산업의 관점을 농업에서 지역이나 지역산업으로 확대할 필요가 있다고 제시하였으며 농업이 지역주민과 연계 및 지역과 공생하는 구조를 설립해야 한다고 제시하였다. 김경찬 외(2017)[3]는 6차 산업지구 제도가 정책목적에 맞게 조기 정착하여 운영될 수 있도록 2014년부터 2016년까지 지정된 13개 지구를 대상으로 시행 초기에 나타나는 문제점을 도출하고 개선방안을 제시하였다.

6차 산업이 농가소득에 기여하는 가에 대한 연구로는 박종훈 외(2014)[4]는 헤크만 선택모형(Heckman Selection Model)을 활용하여 산업 결합 유형별 소득증대 효과 분석을 통해 6차 산업의 추진 방향을 제시하였다. 연구결과 농업법인이 1차와 2차 산업의 결합, 또는 1차와 3차 산업과의 결합을 선택하는 것이 1차, 2

차, 3차 산업 모두를 융합하는 것보다 소득 창출효과가 높게 나타났다. 이와 유사한 연구로 황재희 외(2016)[5]는 6차 산업을 종합형과 단일형으로 분류하여 어떠한 방식이 소득증대에 기여하는지 연구하였다. 연구 결과 한국의 농업 구조상 단일형이 농업소득증대에 이바지하므로 이에 대한 맞춤형 정책으로 나아가야 한다고 제시하였다.

6차 산업 평가에 대한 연구는 김유열(2017)[6]이 있으며 본 연구는 전라북도 농식품 6차산업화 사업의 집행과정을 분석하고 사업을 성공적으로 추진하기 위한 효율적인 집행전략의 수립과 개선에 도움이 되는 정보를 제공하는데 목적이 있다. 연구결과 농업농촌 6차산업화 사업을 효과적으로 추진하기 위하여 지역실정에 적합한 계획수립, 추진체제정비, 자원 투입, 유관기관과의 협조체제 확보, 지역에 맞는 조례의 정비, 법제도 개선 등 농식품 6차산업화 기반조성 등이 정책집행 과정에 반영되어야 목표를 달성할 수 있다고 하였다. 6차 산업 발전 및 활성화 방안에 대해 양정임 외(2014)[7]는 농업, 농촌의 고부가가치를 통한 농업인, 농촌 주민의 소득증대, 지역경제 활성화에 기여할 수 있는 6차산업화 현장 활용을 통한 생산, 가공, 유통, 외식, 관광, 체험, 치유농업중심형에 따른 인식 및 보완, 요구 사항을 파악하여 운영, 관리의 문제점을 파악하기 위해 농가, 마을, 법인 등이 참여한 6차산업화 워크숍에서 설문조사를 실시하였다. 설문내역은 6차 산업활성화를 위해 농가 및 마을에서 가장 시급하게 해결해야할 요구사항, 부족하거나 보완이 필요한 사항, 6차 산업 발전을 위해 농업 정책에 고려해야할 사항, 인구통계학적 특성, 인식 등이 포함되었다. 한병세(2015)[8]는 여수시의 특화품목인 여수 돌산 갯김치산업의 발전 전략을 제안하기 위하여 여수시 거주 생산자 150명을 대상으로 설문조사를 수행하였다. 생산단계시 애로요인은 노동력부족, 병해충방지, 유통시설 부족 및 안정적 유통망 확보 미흡, 생산기반 열악으로 나타났으며, 발전방안으로는 농산물산지유통센터(APC)를 건립하여 산지유통의 규모화로 인한 생산의 집적화, 관리운영, 마케팅 효율성 제고를 통한 산지단계에서 농산물 부가가치 제고화, 갯 가공식품 및 산업 개발을 위한 식품산업 클러스터 구축을 제시하였다. 김태곤, 허주영(2011)[9]은 6차산업화에 관

한 일본과 중국의 동향을 분석하고 한국의 6차 산업에 대한 발전방향을 제시하였다. 연구결과 불리한 지역에서의 농가 조직화를 통한 6차산업화를 대안으로 제시하였으며 6차산업화의 창업은 주민합의에 의한 마을단위의 조직화가 선행되어야 하고, 이를 통해 농산물 가격이 하락하는 단계에서 생산비 절감이 가능하다고 하였다. 또한 단순 노동이 필요한 채소나 화훼 등의 품목을 도입하여 고용기회 확대, 농업자원을 활용한 가공품이나 특산품 개발, 직거래와 관광 등으로 비즈니스 영역을 확대하여 고부가가치를 창출해야 한다고 제시하였다. 이병오(2015)[10]는 한국 농정의 핵심인 6차 산업 정책의 바람직한 발전방향을 모색하고, 향후 추진과정에서 유의해야 할 점을 제시하였다. 정책 추진을 위하여 지역의 부존자원의 활용도를 높이고, 농가, 법인, 지역의 연대화로 효율성 증대, 차별화된 제품 개발에 집중해야한다고 제안하였다. 정도채 외(2016)[11]는 지역의 6차산업화의 올바른 추진 방향에 대해 농어업법 인조사, 농업·농촌 6차산업화 기초실태조사를 활용하여 분석하였다. 연구 결과 지역 내 협업을 통하여 지역 단위 경쟁력 확보가 필요하며, 민간 중심의 거버넌스 구축, 6차 산업 제품의 소비 기반 확충, 도농 파트너십 증대 등이 필요하다고 하였다. 김용렬, 안병일(2019)[12]는 6차산업화는 농촌활성화 및 농어민 소득 증대를 위한 중요한 정책이며 게임이론을 적용하여 어떠한 조건에서 사업 주체가 활발한지 연구하였다. 임관혁 외(2014)[13]는 6차 산업의 현황 및 주민 대상 조사를 바탕으로 6차 산업 도입 및 활성화 방안에 대한 시사점을 도출하였다. 특히 어촌지역의 6차 산업 도입 및 활성화를 위하여 강원도 강릉시를 연구 대상으로 하였다. 주민의식조사결과 어촌지역의 6차 산업 인식이 저조하였으며 6차 산업에 대한 이해와 홍보, 참여 확대가 시급하다고 제시하였다.

6차 산업과 관련한 선행연구들은 6차 산업에 대한 실태조사, 참여유형 분석, 발전방안 등 생산자 측면의 연구는 이루어졌으나, 6차 산업에 대한 소비자의 관점에 대한 평가는 미흡하였다. 본 연구는 6차 산업의 활성화를 위하여 6차 산업에 대한 국민들의 인지도와 정책 홍보 만족도를 분석하고 어떠한 요인이 인지도와 정책 홍보 만족도에 영향을 미치는 지 분석하였다는 점에서 기

존의 선행연구와 차별성이 있다.

Ⅲ. 자료 설명 및 분석 모형

1. 분석 자료 설명 및 기초통계

농림축산식품부는 6차 산업(농촌융복합산업) 활성화를 위하여 농림수산물교육문화정보원(농정원)이 대행하여 대국민 인지도를 매년 실시하고 있다. 본 연구에서는 소비자의 인지도를 파악하기 위하여 2018-2019년도 '6차 산업 대국민 인지도 조사'를 활용하였다. '6차 산업 대국민 인지도 조사'에 대한 설문내용은 성별, 연령, 지역에 따라 6차 산업 인지영역(대국민 인지도, 알게 된 경로, 이미지, 관심도, 관심분야), 호감/지지영역(지지도, 영향력, 정책홍보활동 만족도), 인증마크 관련 조사(인증마크 인지도, 이미지, 구매욕구, 선호상품), 광고 효과 조사(광고 만족도 등), 6차 산업 포털 사용자 만족도 조사, 그 외 학력, 결혼상태, 거주 가족 수 등이 포함된다[표 1].

본 설문조사 및 인지도 요인 분석을 위한 변수들의 기본 통계는 [표 2]와 같다. 2019년도 전체 응답자 1,500명 중 915명은 대국민 대상으로 한 패널조사, 585명은 사이트에 방문한 리스트에 해당한다. 조사대상의 성별은 남성이 48%, 여성이 52%로 성비가 비슷하며 연령은 30대와 40대의 비중이 높았으며 평균 연령은 만 42세 정도였다. 결혼 상태는 비혼이 37%, 기혼이 59%를 차지하였다. 직업은 농업이 1%, 자영업, 판매 및 서비스직은 15.9%, 기술직은 7%, 사무 및 기술직은 43.3%, 전문가 및 자유직은 7.9%, 주부 12.3%, 학생 4.9%를 차지한다. 거주지는 서울, 인천, 경기 38.5%, 강원도는 6.3%, 대전, 충청도, 세종시는 22.7%, 부산, 대구, 울산, 경상도 16.6%, 광주, 전라도 14.6%, 제주도가 1.3%를 차지한다. 소득은 200만원 미만은 22.7%, 200만원 이상 300만원 미만 22.3%, 300만원 이상 400만원 미만은 19.8%, 400만원 이상 600만원 미만은 20%, 600만원 이상은 15.2%를 차지한다.

표 1. 6차산업 대국민 인식조사 설문문항(리스트 조사)

항목	세부내용
1. Intro	성별/ 연령/ 거주지
2. 6차산업 대국민 인지도영역	6차산업 연상 단어, 느낌 6차산업에 대한 인지도, 알게 된 경로 6차산업과 어울리는 이미지 6차산업에 대한 전반적인 이미지 관심있는 6차산업 영역 6차산업에 대한 관심도
3. 6차산업 대국민 호감/지지 영역	농업의 6차산업 정책방향 지지도 6차산업과 관련된 정책홍보 활동의 영향력 6차산업과 관련된 정책 홍보 활동에 대한 만족도와 이유
4. 6차산업 인증마크 관련 조사	6차산업 사업자 인증 마크 인지도 6차산업 사업자 인증 상품 브랜드의 이미지 6차산업 사업자 인증 마크 선호도 6차산업 사업자 인증 마크 신뢰도 6차산업 사업자 인증 마크 구매의사 및 구매하고 싶은 상품
5. 광고 효과 조사	광고 인지도 광고 선호도 광고가 정책 홍보에 미치는 영향 6차산업 홍보용 효과적인 채널
6. 6차산업 포털 사용자 만족도 조사	포털 접속 횟수 및 경로, 목적 포털의 유용한 서비스
7. 인구통계학적 특성	최종학력/결혼상태/거주 가족 수/직업/세금 공제 전 월 평균 개인소득

출처: '2018-2019년도 6차산업 대국민 인지도 조사', 농림수산식품교육문화정보원

표 2. 응답자의 인구 사회학적 특성

단위: 명, %, (N=1,500)

구분	변수 설명	응답자 수	비중	평균	표준편차	최소값	최대값
성별	남성=1	720	48.0	1.520	0.500	1	2
	여성=2	780	52.0				
연령	20대	277	18.5	42.472	12.388	20	69
	30대	393	26.2				
	40대	342	22.8				
	50대	298	19.9				
	60대 이상	190	12.7				
	결혼상태	비혼(미혼)=1, 아니면 0	561				
	기혼=1, 아니면 0	890	59.3	0.593	0.491	0	1
	기타(이혼, 사별)=1, 아니면 0	49	3.3	0.033	0.178	0	1
직업	농업, 어업, 임업, 축산업=1, 아니면 0	17	1.1	0.011	0.106	0	1
	자영업, 판매/서비스직=1, 아니면 0	238	15.9	0.159	0.365	0	1
	기술직(운전사, 목공 및 토목 관련 종사자)=1, 아니면 0	105	7.0	0.070	0.255	0	1
	사무/기술직(사무직, 기술직, 초/중/고교사, 공무원 등)=1, 아니면 0	649.5	43.3	0.433	0.496	0	1
	전문/자유직(대학교수, 의사, 변호사, 예술가)=1, 아니면 0	118.5	7.9	0.079	0.270	0	1
	가정주부(주로 가사에만 종사하는 여성)=1, 아니면 0	185	12.3	0.123	0.329	0	1
	학생=1, 아니면 0	73	4.9	0.049	0.215	0	1
	무직=1, 아니면 0	82	5.5	0.055	0.227	0	1
	기타=1, 아니면 0	32	2.1	0.021	0.145	0	1
	거주지	서울, 인천, 경기=1, 아니면 0	577	38.5	0.385	0.487	0
강원도		94	6.3	0.063	0.242	0	1

	대전,충청남도,충청북도,세종특별자치시=1, 아니면 0	341	22.7	0.227	0.419	0	1
	부산,대구,울산,경상남도,경상북도	249	16.6	0.166	0.372	0	1
	광주,전라남도,전라북도	219	14.6	0.146	0.353	0	1
	제주특별자치도	20	1.3	0.013	0.115	0	1
소득	199만원이하=1, 아니면 0	340.5	22.7	0.227	0.419	0	1
	200만원이상-299만원이하=1, 아니면 0	334.5	22.3	0.223	0.416	0	1
	300만원이상-399만원이하=1, 아니면 0	297	19.8	0.198	0.399	0	1
	400만원이상-599만원이하=1, 아니면 0	301.5	20.1	0.201	0.401	0	1
	600만원이상=1, 아니면 0	228	15.2	0.152	0.359	0	1

2. 분석 모형

설문조사 결과 5점 척도 등 종속변수가 순차적인 결과를 나타낼 때는 순위형로짓(ordered logit) 또는 순위형프로빗(ordered probit)모형을 적용한다. 순위형로짓과 순위형프로빗 모형은 각 독립변수가 종속변수에 미치는 영향력이 순위에 관계없이 같다는 유사가정(parallel assumption)에 기반을 둔 모형이다. 만약 이 가정이 유효하지 않을 경우 일반화된 순위형로짓 또는 순위형프로빗모형(Generalized ordered logit/probit)이 대안이 될 수 있다. 이를 검증하기 위하여 Brant test를 수행했으며 검증 결과 통계적으로 유의하지 않아 순위형로짓과 순위형프로빗 모형이 더 적합하다고 나타났으며 본 연구에서는 순위형로짓 모형을 적용한다.

6차 산업에 대한 인지도와 만족도를 대변할 수 변수를 잠재변수 y^* 로 가정하면, 회귀식은 다음과 같다[14].

$$y_i^* = x_i' \beta + u_i \quad (1)$$

m개의 대안, 항목에 대하여 순차모형(ordered model)은 다음과 같다.

$$y_i = j \text{ if } \alpha_{j-1} < y_i^* \leq \alpha_j, \quad j = 1, \dots, m \quad (2)$$

$$\text{where } \alpha_0 = -\infty, \alpha_m = \infty$$

$$\begin{aligned} \Pr(y_i = j) &= \Pr(\alpha_{j-1} < y_i^* \leq \alpha_j) \\ &= \Pr(\alpha_{j-1} < x_i' \beta + u_i \leq \alpha_j) \\ &= \Pr(\alpha_{j-1} - x_i' \beta < u_i \leq \alpha_j - x_i' \beta) \\ &= F(\alpha_j - x_i' \beta) - F(\alpha_{j-1} - x_i' \beta) \end{aligned} \quad (3)$$

참고로 F는 u_i 의 누적분포함수이며, 파라미터 β 와 구간을 나누는 $\alpha_1, \dots, \alpha_{m-1}$ 은 로그우도함수 $p_{ij} = \Pr(y_i = j)$ 를 극대화하는 점에서 구할 수 있다. u_i 의 분포에 따라 순위형로짓모형과 순위형프로빗

모형을 분류할 수 있는데, 순위형로짓모형은

$$F(z) = \frac{e^z}{1 + e^z}$$

를, 순위형프로빗모형은 표준정규분포 $F(\cdot) = \Phi(\cdot)$ 를 가정한다. 순위형로짓모형에서 계수값은 계수값에 따라 종속변수가 증가 또는 감소 여부를 알려줄 뿐 정량적인 크기를 알기 어렵다. 정량적인 크기를 알기 위해서는 한계효과를 추정해야하며 이는 계수값이 변할 때 종속변수의 대체가능 항목을 선택할 확률을 말해준다. x_r 의 변화 시 대체항목인 j를 선택할 확률에 대한 한계효과는 다음과 같다.

$$\frac{\partial \Pr(y_i = j)}{\partial x_{ri}} = F'(\alpha_{j-1} - x_i' \beta) - F'(\alpha_j - x_i' \beta) \beta_r \quad (4)$$

IV. 분석 결과

1. 설문결과 분석

설문결과는 성별과 지역별 특성을 고려하여 11개의 항목(인지도, 인증마크 인식도 및 경로, 6차 산업 구매 의도, 이미지, 관심도, 정책 지지도 등)을 검토하였다. 6차 산업 인지여부에 대한 질문에 대해서 '전혀모른다'와 '모른다'에 각각 9.9%, 21.5%, '알고 있다'와 '매우 잘 알고 있다'는 각각 21.6%와 3.7%로 '모른다'에 대한 비중이 더 높게 나타났다. 인지도에 대해 '전혀모른다'와 '모른다'의 비중이 31.4%, '알고 있다'와 '매우 잘 알고 있다'는 비중이 25.3%로 6차 산업에 대한 인지도는 낮다. 패널구분 중 일반 국민을 대상으로 한 패널보다 인터넷 접속을 통한 리스트가 6차 산업에 대한 인지도가

높게 나타났다. 남성과 여성 중 남성의 6차 산업 인지 여부가 여성에 비해 더 높으며 지역 중에서는 서울, 인천, 경기 지역의 인지도가 높으며 강원과 제주의 인지도가 가장 낮다. 강원과 제주는 6차 산업에 대한 인지도는 낮았으나 관광지를 감안하면 가공, 유통, 관광, 체험, 농외소득 등 6차 산업 발전 가능성이 높다고 판단된다.

6차 산업 인지 경로에 대해 '귀하께서는 6차 산업을 어떤 경로를 통해 알게 되셨습니까?'에 대한 응답으로 50% 이상이 언론보도, 37%가 포털검색, 31%가 SNS를 제시하였다. 언론보도에 대한 경로가 높긴 하였으나 남성의 경우 여성보다 포털 검색율과 정부나 지자체 등의 홍보 자료를 통한 경로가 높았으며, 여성의 경우 주변 사람, 체험이벤트, 온라인마켓 기획전을 통한 6차 산업 인지 경로가 남성에 비해 높았다. 지역별로는 광주/전라, 대전/충청, 강원/제주에서 언론보도와 정부/지자체 등 홍보자료를 접하여 6차 산업을 알게 되는 경로가 높았으며 서울, 인천/경기는 언론보도 뿐 아니라 포털검색, SNS, 6차 산업 사이트 등을 통해 6차 산업을 알게 되는 확률이 높았다. 특히, 강원/제주는 6차 산업 사이트와 주변 사람을 통해 알게 되는 비중은 낮은 반면 체험이벤트를 통해 6차 산업을 알게 되는 경우가 많았다.

6차 산업과 어울리는 이미지, 즉 '귀하께서는 6차 산업의 다음의 이미지와 어울린다고 생각하십니까?'라는 질문에 대해서는 미래지향적인 74%, 혁신적인 71%, 현대적인 69%, 신뢰할 수 있는 67%, 대중적인 62%,

세련된 60%, 고급스러운 56%의 순서로 나타났다.

6차 산업은 미래지향적이고 혁신적인 이미지가 높아 4차 산업혁명의 용어와 함께 국민들에게 혁신적인 이미지로 나타나고 있다. 이러한 편차는 성별, 지역별로 큰 차이가 없는 것으로 나타났다.

이와 더불어 6차 산업에 대한 전반적인 이미지로는 70% 이상이 긍정적이라고 응답하였다. 지역별로는 서울(73.4%), 인천/경기(73.18%), 대전/충청(72.4%), 부산/경남/울산(72.38%), 광주/전라(70.66%), 강원/제주(67.98%), 대구/경북(66.98%) 순으로 6차 산업의 이미지가 긍정적으로 나타났다.

6차 산업 중 관심 있는 영역에 대한 질문에 가공식품 27%, 농촌관광 24%, 음식 23%, 유통 18%, 생활용품 7%로 나타났다. 남성은 농촌관광을, 여성은 가공식품에 대한 관심도가 가장 높았다. 특히 대구/경북은 가공식품 다음으로 음식에 대한 관심도가 높게 나타났고 인천/경기는 타 지역에 비하여 유통에 대한 관심도가 높았다. 강원/제주는 농촌관광에 대한 관심도가 가장 높았다. 농가에서는 영농조합 등을 통하여 꾸러미나 로컬푸드 판매가 증가하고 있으나 소비자의 관심도가 낮아 유통 및 생활용품에 대한 홍보가 필요하다.

6차 산업 정책 홍보활동에 대한 만족도는 59%로 낮게 나타났다. 패널과 리스트 중 리스트, 즉 인터넷 사용이 높은 소비자의 홍보활동에 대한 만족도가 높으며 성별 차이는 미흡한 것으로 나타났다. 지역별 정책 홍보 활동에 대한 만족도는 인천/경기, 광주/전라도의 만족

표 3. 6차 산업 인지 여부

귀하께서는 농림축산식품부에서 국정과제로 추진하고 있는 6차산업에 대하여 알고계십니까?		사례수	①전혀 모른다	②모르다	③들어본 적은 있다	④알고 있다	⑤매우 잘 알고 있다	평 균	평균 (100점)
전 체		(1500)	9.9	21.5	43.3	21.6	3.7	2.88	46.97
패널구 분	패널	(915)	11.4	25.4	45.9	16.0	1.4	2.71	42.68
	리스트	(585)	7.5	15.4	39.3	30.4	7.4	3.15	53.68
성별	남성	(720)	8.3	22.4	43.9	21.3	4.2	2.91	47.64
	여성	(780)	11.3	20.6	42.8	21.9	3.3	2.85	46.35
거주 지역	서울	(330)	10.6	17.9	36.4	28.8	6.4	3.02	50.61
	인천/경기	(247)	10.5	16.2	42.9	26.7	3.6	2.97	49.19
	대구/경북	(106)	9.4	25.5	50.9	12.3	1.9	2.72	42.92
	부산/경남/울산	(143)	10.5	19.6	43.4	22.4	4.2	2.90	47.55
	광주/전라	(219)	10.0	26.0	42.5	19.2	2.3	2.78	44.41
	대전/충청	(341)	7.6	23.8	46.6	18.8	3.2	2.86	46.55
	강원/제주	(114)	12.3	26.3	49.1	10.5	1.8	2.63	40.79

도가 높은 반면 대구/경북, 대전/충청, 강원/제주의 만족도가 낮게 나타나 지역에 맞는 홍보활동이 필요하다고 사료된다. 결론적으로 설문조사 분석 결과 6차 산업에 대한 인지도는 여성보다 남성이 높았고, 서울, 인천, 경기와 같은 대도시의 인지도가 높은 반면 강원과 제주 는 낮아 이 지역에 대한 홍보 및 마케팅이 필요하다는 것을 알 수 있다. 6차 산업을 알게 된 경로는 50%가 언론보도이며 그밖에 포털과 SNS를 통하여 6차 산업에 대해 알게 되었고, 남성은 포털 및 지자체의 홍보자료를 통해 6차 산업을 알 기회가 많았다. 특히 여성은 주변 사람이나 체험이벤트를 통하여 6차 산업을 알게 되어 여성의 6차 산업 인지도 및 참여율을 높이기 위해서는 좋은 이미지와 좋은 상품 제공을 통하여 네트워크효과를 높이도록 하고 광고 등을 활성화하여 체험이벤트의 기회를 높여야 한다. 타 지역에 비하여 강원도와 제주도 역시 체험이벤트를 통해 6차 산업을 알게 된 확률이 높았으며 이는 강원도와 제주도가 관광명소이므로 많은 젊은 관광객들의 이벤트 참여도가 높기 때문으로 추정된다.

6차 산업에 대한 이미지는 4차산업혁명과 유사한 어감 때문인지 '미래적'이고 '혁신적'이고 '현대적'이라는 응답이 높았다. 반면 고급스럽고 세련된 이미지는 낮게 나타났다. 6차 산업 상품에 대한 관심도는 가공식품과 농촌관광이므로 이 부분에 대한 상품 개발이 시급한 반면, 유통과 생활용품에 대한 홍보가 필요하다. 6차 산업의 만족도, 인지도 등은 성별, 지역별로 조금씩 차이가 있으므로 각 지역과 목표 대상에 맞는 홍보 정책

을 제시해야 한다.

2. 인지도 및 만족도 요인 분석 결과

6차 산업의 인지도에 영향을 미치는 요인을 알기 위하여 순위행로짓 분석을 실시하였다. 요인분석모델에서는 종속변수를 '인지도'와 '만족도' 두 가지로 구분하여 추정하였다. 인구사회학적 특성이 6차 산업의 인지도와 정책홍보 만족도에 대해 미치는 영향을 알아보기 위하여 설명변수로는 성별, 연령, 결혼상태, 직업, 거주지, 소득의 인구사회학적 변수가 사용되었다. 6차 산업 인지도와 정책적 만족도에 미치는 요인을 분석한 결과는 [표 5]와 같다.

추정 결과 나이, 결혼형태, 직업, 거주 지역, 소득 변수가 통계적으로 유의하게 영향을 미치는 것으로 나타났다. 인지도와 관련해서는 나이가 많을수록 6차 산업을 인지할 확률이 나이가 어린 사람에 비하여 낮은 것으로 나타났다. 이는 6차 산업의 역사가 오래되지 않아 정보 수집에 상대적으로 빠른 젊은 사람들이 6차 산업에 대해 인지할 확률이 높는데 기인한 것으로 판단된다. 결혼 상태는 미혼이나 이혼 등의 혼인 관계가 기혼에 비해 6차 산업을 인지할 확률이 낮았다. 이는 기혼 가족의 경우 가족 구성원이 많아 외부에서 정보를 더 많이 수집할 확률이 높기 때문인 것으로 판단된다. 직업과 관련해서는 전문직보다 자영업에 종사할수록 6차 산업을 인지할 확률이 높게 나타났는데, 이는 자영업이 시장 여건에 보다 민감하기 때문인 것으로 사료된다.

표 4. 홍보활동에 대한 만족도

귀하께서는 '6차산업'과 관련된 정책 홍보 활동에 대해 얼마나 만족하십니까?		사례수	①전혀 만족하지 않는다	②만족하지 않는다	③보통이다	④만족한다	⑤매우 만족한다	평균	평균 (100점)
전체		(1500)	1.8	11.1	41.4	40.5	5.1	3.36	59.02
패널구분	패널	(915)	2.1	13.4	45.1	37.0	2.3	3.24	56.01
	리스트	(585)	1.4	7.5	35.6	46.0	9.6	3.55	63.72
성별	남성	(720)	2.5	11.1	40.0	40.0	6.4	3.37	59.17
	여성	(780)	1.2	11.2	42.7	41.0	4.0	3.36	58.88
거주지역	서울	(330)	2.4	11.2	37.3	43.3	5.8	3.39	59.70
	인천/경기	(247)	.8	11.3	35.6	45.7	6.5	3.46	61.44
	대구/경북	(106)	2.8	7.5	51.9	32.1	5.7	3.30	57.55
	부산/경남/울산	(143)	3.5	7.0	44.1	37.8	7.7	3.39	59.79
	광주/전라	(219)	.5	8.2	44.7	42.0	4.6	3.42	60.50
	대전/충청	(341)	1.8	13.2	41.9	39.3	3.8	3.30	57.55
	강원/제주	(114)	1.8	18.4	44.7	33.3	1.8	3.15	53.73

표 5. 순위형로짓 분석결과-인지도와 만족도에 대한 요인 분석

구분	(1)인지도	(2)만족도
성별	0.00778	0.114
	(0.07)	(1.02)
연령	-0.0198***	-0.0170**
	(-3.73)	(-3.10)
결혼상태 미혼(미혼)	-0.445**	-0.372**
	(-3.28)	(-2.68)
결혼상태 기타(이혼, 사별)	-0.859**	-0.0610
	(-3.07)	(-0.21)
직업1 (농업, 어업, 임업, 축산업)	0.621	-0.268
	(1.39)	(-0.58)
직업2 (자영업, 판매/서비스직)	0.380**	0.389**
	(2.70)	(2.66)
직업3 (기술직)	-0.132	0.0222
	(-0.69)	(0.11)
직업4 (사무/기술직)	-0.229	-0.172
	(-1.23)	(-0.93)
직업6 (가정주부)	-0.128	0.369*
	(-0.73)	(2.09)
직업7 (학생)	-0.182	0.370
	(-0.73)	(1.45)
직업8 (무직)	-0.486*	-0.436
	(-2.11)	(-1.84)
거주지2 (강원도)	-0.620**	-0.427*
	(-3.01)	(-2.01)
거주지3 (대전, 충청도)	-0.306*	-0.280*
	(-2.35)	(-2.11)
거주지4 (부산, 대구, 경상도)	-0.400**	-0.177
	(-2.81)	(-1.22)
거주지5 (광주, 전라도)	-0.481**	-0.00372
	(-3.20)	(-0.02)
거주지6 (제주도)	-0.726	-0.882*
	(-1.79)	(-2.06)
소득	0.00123***	0.000763*
	(4.10)	(2.50)

z statistics in parentheses
* p<0.05, ** p<0.01, *** p<0.001

전문직의 6차 산업에 대한 소비를 높이기 위해서는 이들을 대상으로 한 마케팅과 홍보가 필요하다. 지역의 경우 서울, 인천, 경기도에 비하여 나머지 지역은 인지도가 낮을 확률이 높게 나타났으며 소득이 높을수록 인지도가 높을 확률이 높게 나타났다.

6차 산업의 정책 홍보에 대한 만족도는 나이가 많을수록 만족도가 낮을 확률이 높았으며 미혼의 경우도 기혼에 비하여 홍보의 만족도가 낮을 확률이 높았다. 가정주부는 전문직에 비하여 홍보의 만족도가 높을 확률이 높았으며 소득이 높을수록 홍보 만족도가 높을 확률이 높았다. 순위형로짓모형을 이용하여 계수 값을 추정할 경우 정량적 크기를 알기는 어려우므로 한계효과의 계산이 필요하며 한계 효과는 다음과 같다. 6차 산업 정책 홍보에 대한 만족도는 나이, 결혼상태, 직업, 소득 등

에 따라, 즉 인구사회학적 특성에 따라 상이하므로 다양한 계층과 지역을 위주로 정책 홍보가 이루어져야한다.

3. 한계효과

위의 추정결과를 바탕으로 각 독립변수들에 대한 한계효과를 계산하였고 다음의 [표 6][표 7]에 한계효과가 제시되어 있다. 6차 산업 인지도와 관련하여 여성이 남성에 비하여 '모른다'는 확률이 0.25% 높게 나타났고, '알고 있다'는 확률은 0.3% 낮게 나타났다. 연령이 높을수록 6차 산업에 대하여 '모른다'는 확률이 높았고 잘 알고 있다는 확률은 낮게 나타났다. 결혼 상태가 미혼인 경우 기혼 가정에 비하여 '모른다'는 확률이 5.7% 높았으며, 이혼 또는 사별 가정인 경우 기혼 가정에 비하여 '모른다'는 확률이 11%정도 높게 나타났다. 직업의 경우, 자영업자는 전문직에 비하여 6차 산업에 대해 알고 있을 확률이 5.7% 높게 나타났다. 지역의 경우 서울, 경기, 인천에 비하여 강원도, 충청도, 전라도 등 나머지 지역이 6차 산업에 대해 '모른다'를 선택할 확률이 높게 나타났다.

만족도의 경우, 전반적으로 나이, 미혼, 자영업, 판매/서비스직, 강원도, 대전 및 충청도, 제주도 지역, 소득 변수가 유의하게 나타났다. 예를 들어 결혼상태가 기혼일 경우 미혼에 비하여 '전혀 만족하지 않는다'를 선택할 확률이 0.6%가 높았으나 '매우 만족한다'를 선택할 확률은 미혼이 기혼에 비하여 1.7% 낮게 나타났다. 자영업, 판매/서비스직, 가정주부는 사무/기술직에 비하여 '전혀 만족하지 않는다'를 선택할 확률이 약 0.6% 낮게 나타났다. 이들이 '매우 만족한다'를 선택할 확률은 자영업, 판매/서비스직이 전문직에 비해 1.8% 정도 가정주부는 1.7% 높게 나타났다. 강원도는 서울 및 수도권에 비해 '전혀 만족하지 않는다'고 응답할 확률이 0.7% 증가하였으며 대전, 충청도는 서울 및 수도권에 비해 '전혀 만족하지 않는다'고 응답할 확률이 0.46% 증가한다. 제주도는 서울 및 수도권에 비해 '전혀 만족하지 않는다'고 응답할 확률은 1.4% 증가한다. 결론적으로 인지도와 만족도에 영향을 미치는 주요 독립변수는 나이, 결혼상태, 직업, 지역, 소득 등이 있었으며 이러한 인구사회학적 특성을 바탕으로 차별적인 홍보 전략이 필요하다.

표 6. 인지도에 대한 한계효과

변수명	1		2		3		4		5	
	전혀모른다	z	모른다	z	들어본 적은 있다	z	알고있다	z	매우 잘 알고 있다	z
성별	-0.00064	-(0.07)	-0.00101	-(0.07)	0.000211	(0.07)	0.001181	(0.07)	0.000254	(0.07)
연령	0.001623***	(3.66)	0.002554***	(3.68)	-0.00054**	-(2.43)	-0.003***	-(3.69)	-0.00065***	-(3.42)
결혼상태 비혼(미혼)	0.036523***	(3.23)	0.057467***	(3.25)	-0.01206**	-(2.27)	-0.06742***	-(3.26)	-0.01451***	-(3.07)
결혼상태 기타(이혼, 사별)	0.070583***	(3.03)	0.111058***	(3.03)	-0.0233**	-(2.18)	-0.13029***	-(3.06)	-0.02805***	-(2.89)
직업1 (농업, 어업, 임업, 축산업)	-0.05098	-(1.39)	-0.08022	-(1.39)	0.016832	(1.27)	0.094113	(1.39)	0.02026	(1.37)
직업2 (자영업, 판매/서비스직)	-0.03124***	-(2.67)	-0.04915***	-(2.68)	0.010313**	(2.03)	0.057663***	(2.69)	0.012413**	(2.58)
직업3 (기술직)	0.010859	(0.69)	0.017087	(0.69)	-0.00359	-(0.68)	-0.02005	-(0.69)	-0.00432	-(0.69)
직업4 (사무/기술직)	0.018825	(1.23)	0.029619	(1.23)	-0.00621	-(1.14)	-0.03475	-(1.23)	-0.00748	-(1.22)
직업6 (가정주부)	0.010512	(0.73)	0.01654	(0.73)	-0.00347	-(0.71)	-0.0194	-(0.73)	-0.00418	-(0.73)
직업7 (학생)	0.01496	(0.73)	0.023539	(0.73)	-0.00494	-(0.71)	-0.02761	-(0.73)	-0.00594	-(0.73)
직업8 (무직)	0.039949**	(2.1)	0.062857**	(2.09)	-0.01319*	-(1.73)	-0.07374**	-(2.1)	-0.01587**	-(2.04)
거주지2 (강원도)	0.050912***	(2.97)	0.080106***	(2.98)	-0.01681**	-(2.18)	-0.09398***	-(2.99)	-0.02023***	-(2.84)
거주지3 (대전, 충청도)	0.025098**	(2.33)	0.03949**	(2.34)	-0.00829	-(1.89)	-0.04633**	-(2.34)	-0.00997**	-(2.27)
거주지4 (부산, 대구, 경상도)	0.032836***	(2.78)	0.051665***	(2.79)	-0.01084**	-(2.11)	-0.06061***	-(2.79)	-0.01305***	-(2.68)
거주지5 (광주, 전라도)	0.039553***	(3.15)	0.062234***	(3.16)	-0.01306**	-(2.24)	-0.07301***	-(3.17)	-0.01572	-(3)
거주지6 (제주도)	0.059624*	(1.78)	0.093815*	(1.78)	-0.01968	-(1.56)	-0.11006*	-(1.78)	-0.02369*	-(1.75)
소득	-0.0001***	-(4)	-0.00016***	-(4.01)	3.33E-05**	(2.47)	0.000186***	(4.07)	0.00004***	(3.7)

***, **는 각각 1%, 5%, 10%에서 유의함

표 7. 만족도에 대한 한계효과

변수명	1		2		3		4		5	
	전혀모른다	z	모른다	z	들어본 적은 있다	z	알고있다	z	매우 잘 알고 있다	z
성별	-0.00187	-(1.01)	-0.01043	-(1.02)	-0.01586	-(1.02)	0.022922	(1.02)	0.005234	(1.02)
연령	0.000279***	(2.71)	0.001559***	(3.06)	0.002372***	(3.04)	-0.00343***	-(3.08)	-0.00078***	-(2.97)
결혼상태 비혼(미혼)	0.00611**	(2.41)	0.034141***	(2.65)	0.051939***	(2.64)	-0.07505***	-(2.67)	-0.01714***	-(2.6)
결혼상태 기타(이혼, 사별)	0.001001	(0.21)	0.005596	(0.21)	0.008513	(0.21)	-0.0123	-(0.21)	-0.00281	-(0.21)
직업1 (농업, 어업, 임업, 축산업)	0.004407	(0.58)	0.024624	(0.58)	0.03746	(0.58)	-0.05413	-(0.58)	-0.01236	-(0.58)

직업2 (자영업, 판매/서비스직)	-0.00638**	-(2.4)	-0.03568***	-(2.63)	-0.05427***	-(2.62)	0.078425***	(2.65)	0.017907**	(2.58)
직업3 (기술직)	-0.00036	-(0.11)	-0.00204	-(0.11)	-0.0031	-(0.11)	0.004483	(0.11)	0.001024	(0.11)
직업4 (사무/기술직)	0.002825	(0.92)	0.015784	(0.93)	0.024012	(0.93)	-0.0347	-(0.93)	-0.00792	-(0.92)
직업6 (가정주부)	-0.00606*	-(1.95)	-0.03386**	-(2.08)	-0.05151**	-(2.07)	0.074432**	(2.08)	0.016996**	(2.05)
직업7 (학생)	-0.00609	-(1.41)	-0.03401	-(1.45)	-0.05174	-(1.45)	0.074759	(1.45)	0.01707	(1.44)
직업8 (무직)	0.007171*	(1.75)	0.040068*	(1.83)	0.060955*	(1.83)	-0.08808*	-(1.84)	-0.02011*	-(1.81)
거주지2 (강원도)	0.007019	(1.9)	0.039219	(2)	0.059664	(2)	-0.08622**	-(2.01)	-0.01969*	-(1.98)
거주지3 (대전, 충청도)	0.004605*	(1.97)	0.02573**	(2.1)	0.039142**	(2.09)	-0.05656**	-(2.1)	-0.01292**	-(2.07)
거주지4 (부산, 대구, 경상도)	0.002905	(1.19)	0.016232	(1.22)	0.024694	(1.22)	-0.03568	-(1.22)	-0.00815	-(1.21)
거주지5 (광주, 전라도)	6.12E-05	(0.02)	0.000342	(0.02)	0.00052	(0.02)	-0.00075	-(0.02)	-0.00017	-(0.02)
거주지6 (제주도)	0.014495*	(1.94)	0.080996**	(2.05)	0.123217**	(2.04)	-0.17805**	-(2.06)	-0.04066**	-(2.02)
소득	-1.3E-05**	-(2.28)	-0.00007**	-(2.48)	-0.00011**	-(2.47)	0.000154**	(2.49)	3.51E-05**	(2.44)

***, **, *는 각각 1%, 5%, 10%에서 유의함

V. 요약 및 결론

농가소득 중 농외소득 비중은 40% 이상으로 증가하고 있으며 6차 산업은 대표적인 농외소득의 원천이다. 6차 산업은 생산자인 농민 뿐 아니라 소비자에게도 이러한 긍정적인 영향을 미치나 대다수의 선행연구가 6차 산업의 발전 방안을 위하여 농민이나 농업법인을 대상으로 한 실태조사 분석 등 생산자에 집중되어있다. 6차 산업은 소비자 지향적이어야 하고 이를 위해서는 소비자 만족도, 이미지 조사가 중요하다. 따라서 본 연구는 6차 산업의 활성화를 소비자 측면에서 분석하기 위하여 2018-2019년도 '6차 산업 대국민 인지도 조사'를 활용하여 6차 산업에 대한 소비자, 국민의 관심도, 인지도, 만족도를 분석하였다. 연구방법은 6차 산업에 대한 소비자 인식조사를 성별, 지역별로 분석하였고, 종속 변수가 5점 척도인 순차적 결과에 유용한 순위형로짓모형을 사용하여 6차 산업의 인지도와 만족도에 영향을 미치는 요인 및 한계효과를 분석하였다. 성별과 지역별 특성을 고려하여 11개의 항목(인지도, 인증마크 인식도 및 경로, 6차산업 구매의도, 이미지, 관심도, 정

책 지지도 등)의 설문내용을 분석하였다.

설문 조사 결과 첫째, 설문조사 분석 결과 6차 산업에 대한 인지도가 낮게 나타났으며 특히 여성보다 남성의 인지도가 높고, 서울, 인천, 경기와 같은 대도시의 인지도가 높은 반면 강원과 제주는 낮아 성별, 지역별 특성에 맞는 홍보 및 마케팅이 필요하다. 둘째, 6차 산업을 알게 된 경로는 언론보도, 포털검색, SNS로 다양하여 6차 산업의 인지도를 높이기 위해서는 다양한 경로를 통한 홍보가 필요하다. 셋째, 6차 산업의 인지도에 미치는 요인 분석 결과, 연령, 결혼형태, 직업, 거주 지역, 소득 등 인구사회학적 변수가 통계적으로 유의하게 영향을 미치는 것으로 나타났다. 따라서 6차 산업에 대한 인지도 및 홍보 효과를 높이기 위해서는 인구사회학적 특성을 고려하여 접근할 필요가 있다.

본 연구는 6차 산업 활성화를 위하여 소비자의 관점에서 6차 산업의 인지도와 만족도를 연구한 최초의 논문으로 기존 논문과 차별성에 있다. 추후 6차 산업에 대한 연구가 활발히 진행되어 정량적 자료의 축적이 시급하며 6차 산업에 대한 인지도를 높일 수 있는 홍보 및 교육 활동이 필요하다. 소비자들이 6차 산업을 대하

는 관점이 지역별, 인구사회학적 특성별로 상이하므로 지역별 소비자 특성에 맞는 정책 집행 역시 필요하다. 본 연구는 소비자의 6차 산업 인지도와 홍보 만족도를 분석함으로써 소비자의 6차 산업 참여 확대에 기여할 수 있는 정책의 기초 자료로 활용될 수 있을 것이다.

참고 문헌

- [1] 이현정, 김관수, 안동환, “농가의 6차산업화 활동 참여 유형 및 성과 결정요인 분석,” 농업경제연구, 제58권, 제3호, pp.1-24, 2017.
- [2] 조경호, “농업의 6차산업화를 위한 유형별 접근 전략에 대한 검토,” 지역과 농업, 제7호, pp.206-237, 2016.
- [3] 김경찬, 문응규, 이상수, 구승모, 이동근, 손용훈, “농촌 융복합산업(6차산업)지구 추진실태 및 개선방안,” 농촌계획, 제23권, 제3호, pp.107-120, 2017.
- [4] 박중훈, 황재희, 이성우, “농업의 6차산업화가 농가 및 농업법인의 농업 및 농외소득에 미치는 영향,” 농업계획, 제20권, 제4호, pp.193-208, 2014.
- [5] 황재희, 이성우, “농업의 6차산업화 융복합 유형과 농가 소득 증대효과,” 농촌경제, 제39권, 제4호, pp.01-28, 2016.
- [6] 김유열, “농식품 6차산업화사업의 집행과정 평가에 관한 연구-전라북도를 중심으로,” 지방자치연구, 제20집, pp.1-28, 2017.
- [7] 양정임, 이정희, 황대용, “지역농업자원의 6차 산업 활성화 방안: 전문가 실증연구를 중심으로,” Journal of the Korean Society of Rural Planning, 제20권, 제3호, pp.111-120, 2014.
- [8] 한병세, “여수 돌산(섬)의 갯 산업 발전전략에 관한 연구,” 한국도서연구, 제27권, 제1호, pp.35-55, 2015.
- [9] 김태곤, 허주녕, 농업의 6차산업화와 부가가치 창출방안, 한국농촌경제연구원, pp.1-74, 2011.
- [10] 이병오, “농업 6차산업화의 발전방향과 핵심 과제,” 차문화-산업학, 제30권, pp.67-96, 2015.
- [11] 정도재, 성주인, 심재현, “지역 단위 6차산업화의 추진 방향과 과제,” 농정포커스, 제123호, pp.1-19, 2016.
- [12] 김용렬, 안병일, “샤플리 펠류를 이용한 6차산업화에서

의 농가 간 협력조건 분석,” 농업경제연구, 제60권, 제2호, pp.63-86, 2019.

- [13] 임관혁, 구완희, 이승철, “어촌지역 6차산업에 대한 주민의식조사연구,” 한국도서연구, 제26권, 제4호, pp.87-104, 2014.
- [14] Cameron and Trivedi, *Microeconometrics Using Stata*, Stata Press, 2009.

저자 소개

주 현 정(Hyunjeong Joo)

정희원



- 2003년 2월 : 경기대학교 경제학과 (경제학사)
 - 2006년 2월 : 서울대학교 농경제사회학부 농경제학과(경제학석사)
 - 2011년 12월 : University of Kentucky(농업경제학석사)
 - 2015년 8월 : Louisiana State University(농업경제학박사)
 - 2016년 8월~현재 : 제주연구원 공공투자관리센터 센터장
- 〈관심분야〉 : 지방재정, 농업경제, 계량경제, 재정사업평가 및 성과관리