

대한민국 농업박람회 방문객의 프로그램 만족도 분석 및 행사평가

안흥균¹ · 유용권^{2,3*}

¹한국 AIPH, ²목포대학교 원예과학과, ³목포대학교 자연자원개발연구소

The Appraisal and Analysis of Visitors' Program Satisfaction in Korea Agriculture Exposition

Hong-Gyun Ahn¹ and Yong-Kweon Yoo^{2,3*}

¹AIPH Korea, Gwangju 62361, Korea

²Department of Horticultural Science, Mokpo National University, Muan 58554, Korea

³Institute of Natural Resource Development, Mokpo National University, Muan 58554, Korea

Abstract

This study was carried out to analyze the visitors' program satisfaction, and to propose the direction of improvement in Korea Agriculture Exposition. The survey was conducted among 593 visitors during the exposition period from October 18 until October 27. Among visitors, female visitors were 19.4% more than male, the rate of 40s and 50s was high to 53.5%, farmers was most frequent to 26.5%, and residents in Gwangju and Jeonnam were the majority with 84%. The visitors with family as companion form were most frequent to 44.2%, the rate of first visiting was highest to 37.9% in number of visiting, and exposition held information was obtained most frequently to 49.9% by word of mouth. In survey of program contents, visitors preferred the subtropical garden the most among exhibition hall, and 65.9% of visitors were satisfied about guide. The rate of satisfaction was 71.6%, and 32.7% of visitors responded that it did not participate in experience program because there was no guide. In survey of satisfaction in agricultural products purchase, 73.9% of visitors purchased agricultural products, and 86.3% of purchaser were satisfied. The 65.1% of purchaser responded that they bought because of belief about agricultural products, and purchase amount between 10000 and 20000 won was the highest with 33.6%. On the other hand, 41.3% of visitors did not purchase because they do not need. The visitors' overall satisfaction of in Korea Agriculture Exposition was high to 82.6%, and the most unsatisfactory part appeared to drinking water facilities and parking lot. In survey of development possibility of agriculture through Korea Agriculture Exposition, 86.2% of visitors were positive, and the rate of revisiting intention highly appeared to 80.4%.

Key words : Development possibility, Exhibition hall, Experience program, Program contents, Purchase of agricultural products, Revisiting intention

I. 서론

박람회는 일정한 주제에 맞추어 인류가 이룩한 업적과 미래의 전망을 한 장소에서 전시하여 비교함으로써 이전까지 축적한 인류 사회의 지식과 기술을 나누고, 인류가 직면하고 있는 문제의 해결 방안과 비전을 제시하여 인류 번영에 이바지하는 경제문화 올림픽이라고 할 수 있다(Shin and Jin, 2008). 또한 과학, 예술, 산업 등 인간의 다양한 활동 성과를 일정한 주제를 통해 종합적으로 기획·전시하여 대중에게 보여주는 행사로 산업진흥, 무역확대, 기술발전, 국가 간 이해증진은 물론 생활의 편리함과 풍요를 도모하는 중

합행사라고 하였다(Cho, 2005). 우리나라는 1995년 지방자치제가 도입된 이후 지역경제의 활성화를 일환으로 많은 지자체에서 박람회 개최를 추진하여 왔고, 다양한 주제의 박람회가 개최되면서 관심이 증가되고 있다(Lee et al., 2011).

박람회는 국가뿐만 아니라 지역 경제발전에 높은 부가가치를 창출해주는 비즈니스 관광 사업으로써 효과가 있으며(Hong and Park, 2006; Song and Lee, 2010), 지역의 관광산업 외에 레저, 식음료, 숙박, 유희, 교통 등 타 산업부문에서도 긍정적인 경제적 파급 효과가 나타난다(Ahn et al., 2007; Kim and Kim, 2002). 기업들은 적은 비용으로 신제품 홍보와 기업의 이미지 제고뿐만 아니라 새로운 시장을 개척하는 등 마케팅의 수단으로 적극 활용하며(Jung and Choi, 2008), 제품 개발과 기술혁신을 위한 정보 수집과 교류의 장으로 이용되는 기능이 있다(Roh and Kim, 2006).

Received on February 3, 2016. Revised on March 7, 2016.

Accepted on March 14, 2016.

*Corresponding author: yooyong@mokpo.ac.kr

국내에서 개최된 주요 농업관련 박람회로는 순천만국제정원박람회, 안면도국제꽃박람회, 고양국제꽃박람회, 광주봄꽃박람회, 대구꽃박람회, 제천한방바이오파크박람회, 친환경유기농무역박람회, 귀농귀촌도시농업박람회, 대한민국 국제농기계자재박람회, 대한민국 농업박람회 등이 있다. 이 중에서 대한민국 농업박람회는 원예, 한약, 유기농, 농기자재 등 모든 농업 분야를 총괄한 내용으로 개최되는 박람회로서 2003년부터 매년 전라남도가 주최하여 개최하고 있다.

현대인들은 생활과 경제수준의 향상으로 건강에 대한 관심이 높아짐에 따라 안전 먹거리의 중요성이 부각되고, 농업의 가치와 문화를 이해하고자 하는 경향이 나타나고 있다(Yun, 2012). 이에 대한민국 농업박람회는 친환경농업기술 및 친환경농산물의 안전성과 우수성 홍보, 농산물의 부가가치를 향상시키기 위한 기능성 및 가공 제품 전시, 녹색 성장산업인 농업의 무한한 발전가능성 제시, 농업인과 도시민의 농업문화 가치 공유를 통한 공감대 형성의 장으로서 역할을 하고 있다(Agriculture Expo, 2013).

그러나 박람회는 충분한 준비기간의 미확보, 국내외 홍보 부족, 지역 연계프로그램 개발 미흡, 주민의 참여 부족, 편의시설 및 이벤트 행사 부족 등 행사 준비 및 진행단계에서의 미흡 등이 개선되어야 할 문제점으로 지적되고 있다(Lee, 2003).

따라서 본 연구에서는 전라남도에서 개최하는 대한민국 농업박람회를 방문하는 관람객을 대상으로 박람회 프로그램의 내용과 만족도를 분석하여 문제점을 구명하고, 이를 토대로 발전방안을 제시하고자 하였다.

II. 연구방법

본 연구는 10월 18일부터 10월 27일까지 개최된 제11회 대한민국 농업박람회를 방문한 관람객 593명을 대상으로 실시하였다. 자료 수집은 6명의 설문요원이 10일 동안 설문의 목적을 설명한 후 인터뷰 및 자답식 설문기법에 의한 기재방식을 병행하여 조사하였다. 설문지의 설문 내용들은 박람회 또는 축제와 관련된 학술 논문이나 정부 또는 지자체 등의 공공기관에서 발행한 간행물을 참고하여 박람회 성격에 맞게 변형하여 설문 문항을 도출하였다.

설문항목은 총 20개였으며, 인구통계적 특성을 조사하기 위한 기본 항목으로는 성별, 나이, 직업, 거주지역 등과 동반형태, 방문횟수, 정보획득매체 등 7항목을 조사하였다. 박람회의 내용과 프로그램에 대한 만족도를 알아보기와 관람 후 전시관 선호도, 안내 만족도, 체험프로그램 만족도와 비참여 이유, 농산물 구매여부, 농산물 구매자 만족도, 농산물 구매동기, 농산물 구매 금액, 농산물 비구매 이유, 박람회 전체적인 만족도, 불만족 분야, 발전 가능성, 재방문

의사 등 13개 항목을 조사하였다. 또한 설문 분석내용과 대한민국 농업박람회 백서(Jeollanamdo, 2014)를 기초로 하여 대한민국 농업박람회의 발전방향을 제시하였다.

III. 결과 및 고찰

1. 인구 통계적 특성

대한민국 농업박람회 관람객 593명을 대상으로 설문 조사를 실시하였고, 이들의 인구통계적 특성, 동반형태, 방문횟수, 정보획득매체를 조사한 결과는 Table 1에 나타나 있다. 남성과 여성의 비율을 분석한 결과, 남성 관람객 239명(40.3%), 여성 관람객 354명(59.7%)으로 여성이 남성보다 115명(19.4%)이 더 많았다. Ahn and Yoo(2011)의 연구에서도 톨립축제에 남성보다 여성의 비율이 높았고, 제천한방바이오텍스포에서도 설문 응답자가 남성보다 여성의 비율이 높게 나타났다(Shin et al., 2012). 이러한 결과는 농업분야에서도 여성이 증가하고 있으며, 여성의 사회 진출 등 적극적인 활동이 늘어나고 있음을 보여주는 사회현상과도 관련이 있는 것으로 보인다. 또한 농업박람회를 통해 농업에 대한 이해와 유기농 등 건강한 식생활 추구에 대한 관심도가 남성에 비해 여성이 더 적극적이므로 여성을 위한 세심한 홍보 마케팅이 필요할 것으로 판단되었다.

연령별 분포비율은 설문 응답자중 51세~60세 응답자가 188명(31.7%), 41세~50세 응답자가 131명(22.1%)으로 40대와 50대의 비율이 319명(53.8%)으로 절반이 넘었다. 반면 10세 이하는 2명(0.3%)과 11세~20세 이하는 34명(5.7%)으로 20세 미만은 농업박람회에 대한 인지도가 높지 않은 것으로 조사되었다. 고양국제꽃박람회에서도 설문 응답자 중 40세 이상이 51.5%로 가장 많았으며, 반면에 19세 이하가 12.5%로 가장 낮게 나타났다(Kim and Youn, 2013). 중장년층은 농산물구매 등 긍정적인 측면도 많지만 상대적으로 청소년이 적다는 조사결과는 향후 박람회가 보완해야 할 중요한 과제이기도 하다. 미래를 열어가는 청소년들의 무관심은 박람회의 지속가능성에도 문제가 생긴다는 인식하에 보다 청소년이 관심을 가질만한 프로그램 개발과 체험 등의 홍보가 필요하다.

직업별 구성 비율에서 농업인 157명(26.5%), 직장인 135명(22.8%), 주부 124명(20.9%) 순으로 나타났으며, 농업박람회라는 특수성 때문에 농업인 가장 많은 것으로 판단된다. 도시주부들의 박람회 방문은 농업과 농촌 사회운동뿐만 아니라 안전한 먹거리와 연결될 수 있다는 점에서 매우 중요하므로 도시주부들의 관람을 더 늘려가는 전략이 필요하다.

거주지별 구성 비율은 광주·전남에 거주하는 방문객이 498명(84.0%)으로 가장 많은 것으로 조사되었는데, 이는 박람회 주최 지

Table 1. Demographic characteristic, companion form, number of visiting, and process of visitors' information acquisition.

	Variance	Frequency	Rate (%)
Gender	Female	354	59.7
	Male	239	40.3
	Total	593	100.0
Age	~10	2	0.3
	11~20	34	5.7
	21~30	78	13.2
	31~40	73	12.3
	41~50	131	22.1
	51~60	188	31.7
	61~70	65	11.0
	71~80	21	3.5
	81~	1	0.2
	Total	593	100.0
Occupation	Farmer	157	26.5
	Office worker	135	22.8
	Housewife	124	20.9
	Student	90	15.2
	Self-employed	53	8.9
	The others	34	5.7
	Total	593	100.0
Residential district	Gwangju and Chonnam	498	84.0
	Seoul, Incheon, Gyeonggido	42	7.0
	Jeollabukdo	29	4.9
	Chungcheongdo	12	2.0
	Gangwondo	4	0.7
	Gyeongsangdo	4	0.7
	The others	4	0.7
Total	593	100.0	
Companion form	Group	226	38.1
	Family	262	44.2
	Friend and sweetheart	63	10.6
	Alone	31	5.2
	The others	11	1.9
Total	593	100.0	
Number of visiting	First	225	38.0
	Second	187	31.5
	Third	75	12.7
	Fourth	37	6.2
	Fifth or more	69	11.6
Total	593	100.0	
Process of information acquisition	Word of mouth	296	49.9
	TV and radio	133	22.4
	Placard and pamphlet	87	14.7
	Internet and SNS	33	5.6
	The others	44	7.4
Total	593	100.0	

역임을 감안하더라도 지나치게 편중된 것으로 타 지역 방문객 유치 를 위해 더 노력해야 할 것으로 보인다. 수도권 지역인 서울, 인천, 경기도 지역이 42명(7.0%) 방문한 것은 농업박람회가 향후 전국으 로 확대될 수 있는 가능성이 보인다고 할 수 있다. 대한민국 농업박 람회의 전국화를 위해서는 전국의 농업기술원, 농협중앙회, 농림 축산식품부, 지자체 및 관련단체 등이 참여하는 박람회로 확대시켜 야 한다.

방문객의 동반형태를 살펴보면 가족과 함께 방문했다고 답한 경우가 262명(44.2%)으로 가장 많았고, 그 다음은 단체 226명 (38.1%), 친구·연인 63명(10.6%), 혼자서 31명 (5.2%), 기타 11 명(1.9%) 순으로 나타났다. 본 연구에서와 같이 장성백양단풍축제 (Jeong et al., 2007), 하동야생차문화축제(Jeong and Roh, 2004), 신안튤립축제(Ahn and Yoo, 2011), 고양국제꽃박람회(Kim and Youn, 2013)에서도 가족단위의 방문객 비율이 높았는데, 이는 주 5일 근무와 가족 단위의 여가문화가 확산되고 있기 때문인 것으로 생각된다. 앞으로도 가족동반 방문객은 증가될 것으로 보여지며, 가족들을 위한 다양한 프로그램 개발이 필요하다고 판단되었다.

2002년부터 매년 개최되고 있는 대한민국 농업박람회의 방문횟 수를 묻는 조사에서는 처음 방문했다는 방문객이 225명(37.9%)으 로 가장 많았으며, 두 번째라는 방문객은 187명(31.5%), 3회 방문 75명(12.6%), 4회 방문 37명(6.2%)으로 조사되었으며 5회 이상 재방문객도 69명(11.6%)으로 조사되어 지속적인 관심을 갖는 방 문객이 많음을 알 수 있었다.

대한민국 농업박람회 개최정보 취득은 ‘구전에 의해 알게 되었 다’가 296명(49.9%), ‘TV와 라디오 광고’는 133명(22.4%)으로 나타났다. 그 다음은 현수막과 팸플렛 87명(14.7%), 인터넷과 SNS 33명(5.6%), 기타 44명(7.4%)순으로 조사되었다. 이러한 결 과는 순천만국제정원박람회(Kim and Song, 2014), 대구약령시 한방축제(Sim and Lee, 2010), 고양국제꽃박람회(Kim and Youn, 2013), 신안튤립축제(Ahn and Yoo, 2011)에서도 구전에 의한 개 최 정보취득의 비율이 높았는데, 개최 정보를 취득함에 있어서 구 전정보 취득이 우수하다는 것이 본 박람회 설문으로도 알 수 있었 다. 그러나 현대인의 필수품인 인터넷이나 SNS 같은 스마트 홍보 가 저조하여 개선의 노력이 필요할 것으로 생각되었다.

2. 박람회 행사내용 및 만족도 분석

1) 전시관별 선호도 조사

제11회 대한민국 농업박람회에서는 총 10개의 전시관이 운영 되었는데, 방문객을 대상으로 가장 좋았던 전시관에 대해 조사하 였다. 전시관 중에서 아열대식물원이 169명(28.5%)으로 가장 좋 았다고 응답하였고, 그 다음으로 농업예술관 92명(15.5%), 산업

곤충관 56명(9.4%), 명품농산물관 56명(9.4%), 생명농업관 52명(8.8%), 유기농업관 48명(8.1%), 농업미래관 41명(6.9%), 녹색식품관 32명(5.4%), 녹색축산물관 24명(4.1%), 농기계관 23명(3.9%) 순으로 조사되었다(Table 2). 아열대식물원은 열대산 관엽식물, 과수류, 식용작물, 공중식물, 다육식물, 향기식물, 토피오리, 관상 화훼류를 이용하여 정원을 장식한 전시관으로 다양하고 아름다운 식물과 다른 전시관에서는 볼 수 없는 신비한 식물들을 볼 수 있어서 가장 인기가 있었던 것으로 판단된다.

2) 박람회 행사장 내 안내에 대한 만족도

박람회에서 안내 홍보물, 안내 시설, 안내요원 등에 대한 전반적인 만족도를 조사하였는데, ‘만족’ 246명(41.5%), ‘매우 만족’ 145명(24.5)으로 만족하는 비율이 66.0%로 조사되었으며, ‘보통’이라고 응답한 관람객은 176명(29.7%), ‘불만족’ 19명(3.2%), ‘매우 불만족’ 7명(1.2%) 순으로 조사되었다(Table 3). 만족비율이 상대적으로 높았던 원인은 도우미 자원봉사단을 운영하여 대화장 안내자료 배포 및 행사장 전반에 대한 정보제공, 전시관 안내 표지판 설치 및 관람순서의 동선 표시로 자세하면서 친절하게 안내했던

Table 2. The visitors' preference of exhibition halls in Korea Agriculture Expo.

	Evaluation items	Frequency	Rate (%)
Exhibition halls	Subtropical garden	169	28.5
	Agricultural art hall	92	15.5
	Industrial insects hall	56	9.4
	Brand-name agricultural products hall	56	9.4
	Bio-agricultural hall	52	8.8
	Organic agricultural hall	48	8.1
	Agricultural future hall	41	6.9
	Green food hall	32	5.4
	Green livestock hall	24	4.1
	Agricultural equipment hall	23	3.9
	Total	593	100

Table 3. The visitors' satisfaction related to guidance in Korea Agriculture Expo.

	Evaluation items	Frequency	Rate (%)
Guidance satisfaction	Very satisfaction	145	24.4
	Satisfaction	246	41.5
	Moderate	176	29.7
	Dissatisfaction	19	3.2
	Very dissatisfaction	7	1.2
		Total	593

결과로 보인다.

3) 체험 프로그램의 만족도와 비참여 이유 분석

대한민국 농업박람회는 널뛰기와 투호 등 전통놀이, 허수아비와 바람개비 만들기, 옷놀이, 토피어리 만들기, 우유가공품 만들기, 컨츄리인형 만들기, 천연비누 만들기, 감파기 수확체험 등의 체험 프로그램이 있었다. 그러나 설문에 많은 응답자들이 체험 프로그램이 시행되고 있는지조차도 모르고 있었다. 체험 프로그램에 참여한 180명을 대상으로 만족도를 조사했는데, 방문객 중에서 ‘만족한다’ 80명(44.4%), ‘매우 만족한다’ 49명(27.2%), ‘보통이었다’ 34명(18.9%), ‘불만족 한다’ 9명(5.0%), ‘매우 불만족’ 8명(4.4%) 순으로 나타났다(Table 4). 전반적으로 만족하는 비율이 71.6%로 높게 나타났는데, 이는 다양한 농업관련 체험 프로그램이 방문객들의 호기심을 자극했고, 가족이 함께 전통놀이 체험을 하면서 자녀에게 교육적인 효과를 주었기 때문인 것으로 분석되었다.

체험 프로그램에 참여하지 않은 응답자 413명을 대상으로 비참여에 대한 이유를 분석한 결과, ‘안내가 없었다’고 응답한 사람이 135명(32.7%)으로 가장 높았으며, ‘시간이 없어서’ 114명(27.6%), ‘필요하지 않아서’ 95명(23.0%), ‘흥미가 없어서’ 63명(15.3%) 순으로 조사되었다(Table 5). 박람회장에 체험코너가 2곳으로 분산되어 있었고, 각 전시장에서의 체험코너를 별도로 운영하면서 광고가 부족하여 방문객들이 체험 프로그램을 접하기가 어려웠을 것

Table 4. The visitors' satisfaction of experience program in Korea Agriculture Expo.

	Evaluation items	Frequency	Rate (%)
Satisfaction of experience program	Very satisfaction	49	27.2
	Satisfaction	80	44.4
	Moderate	34	18.9
	Dissatisfaction	9	5.0
	Very dissatisfaction	8	4.4
	Total	180	99.9

Table 5. The visitors' non-participation reason of experience program in Korea Agriculture Expo.

	Evaluation items	Frequency	Rate (%)
Visitors' non-participation reason of experience program	Lack guidance	135	32.7
	Not have time	114	27.6
	Not need	95	23.0
	Lack of interest	63	15.3
	The others	6	1.4
		Total	413

으로 판단되었다. 따라서 홍보 팸플렛이나 안내판을 활용하여 좀 더 적극적인 홍보가 필요할 것으로 판단되었다. 또한 흥미가 없고, 필요하지 않아서가 38.3%로 조사되었는데, 흥미있는 체험 프로그램들을 사전 조사하거나 이벤트 전문가들의 자문을 구하여 개선할 필요가 있었다.

4) 농산물 만족도 분석

대한민국 농업박람회 방문객을 대상으로 농산물 판매관에서 판매하고 있는 농산물에 대한 구입여부와 구입에 따른 만족도, 구매

Table 6. The visitors' satisfaction related to agricultural products purchase in Korea Agriculture Expo.

Evaluation items		Frequency	Rate (%)
Purchase or not	Purchase	438	73.9
	Non-purchase	155	25.1
	Total	378	100.0
Purchaser's satisfaction	Very satisfaction	160	36.5
	Satisfaction	218	49.8
	Moderate	56	12.8
	Dissatisfaction	1	0.2
	Very dissatisfaction	3	0.7
Total		438	100.0
Purchase motive	Reliable	285	65.1
	Look good	92	21.0
	To give a present	27	6.2
	Because of cheap	19	4.3
	Because of suggestion	8	1.8
	The others	7	1.6
	Total	438	100.0
Purchase amount	Less than 10,000 won	50	11.4
	10,000~20,000 won	147	33.6
	20,000~40,000 won	126	28.8
	40,000~60,000 won	43	9.8
	60,000~80,000 won	29	6.6
	80,000~100,000 won	25	5.7
	Over 100,000 won	18	4.1
	Total	438	100.0
Non-purchasing reason	Expensive	22	14.2
	Incredible	20	12.9
	Because of big bulk	36	23.2
	No payment with card	13	8.4
	No need	64	41.3
Total		155	100.0

동기, 구매금액, 비구매 이유 등을 조사하였다(Table 6). 농산물 구입여부에 관한 항목에서 ‘구입하였다’ 438명(73.9%), ‘구입하지 않았다’ 155명(26.1%)으로 조사되었는데, 구례산수유꽃축제는 축제상품 구입비율이 44.8%로 나타나(Kang and Mun, 2006) 상대적으로 농업박람회에서의 농산물 구입비율이 높았다. 농산물 구매력이 높다는 것은 농업이 주를 이루고 있는 지역의 경제에 긍정적인 효과를 줄 뿐만 아니라 박람회의 중요성이 더욱 커지는 동기가 된다. 따라서 방문객의 구매력 확대를 위한 다양한 방법을 도입할 필요가 있다.

농산물을 구매한 응답자 438명을 대상으로 구입 농산물에 대한 만족도를 조사했는데, ‘만족한다’ 218명(49.8%), ‘매우 만족한다’ 160명(36.5%)로 나타나 86.3%가 만족한 것으로 조사되었다. 반면 ‘보통’ 56명(12.8%), ‘불만족’ 1명(0.2%), ‘매우 불만족’ 3명(0.7%)으로 조사되었다.

농산물을 구입한 동기를 묻는 조사에서는 ‘믿을 수 있어서’라는 응답이 285명(65.1%)으로 가장 높았으며, 그 다음으로 ‘총계 보여서’ 92명(21.0%)으로 나타나 농산물 구매는 신뢰가 가장 중요함을 알 수 있었다. 다음으로는 ‘선물하고 싶어서’가 27명(6.2%), ‘저렴해서’ 19명(4.3%), ‘권유에 의해서’ 8명(1.8%), 기타 7명(1.6%)으로 각각 조사되었다. 농업박람회에서 판매하는 농산물은 친환경 농산물이라는 믿음을 갖고 있었기 때문에 구매한 것으로 판단되며, 이러한 신뢰를 계속 지켜 나가기 위해서는 더욱 세심한 관리와 점검이 필요하다.

농산물 구매금액을 알아본 설문에서는 1~2만원 구매가 147명(33.6%)으로 가장 비율이 높았으며, 2~4만원은 126명(28.8%)으로 나타나 1~4만원 정도의 농산물을 구매한 방문자가 62.4%로 비중이 높았다. 10만원 이상 구매한 응답자도 18명(4.1%)이 있었다. 평균 구매 금액은 23,900원 정도였는데, 이는 2009 안면도국제꽃박람회에서의 평균 구매금액 9,156원(Lee, 2003)보다 훨씬 높은 수준임을 알 수 있었다. 이와 같이 방문객들의 높은 구매 동기와 금액은 향후 농업박람회 전망을 밝게 해 주는 중요한 요소이라고 할 수 있다.

농산물 구매하지 않은 방문객 155명을 대상으로 비구매 이유를 조사하였는데, ‘필요하지 않아서’가 64명(41.3%)으로 가장 비율이 높았으며, 그 다음으로는 ‘부피가 너무 커서’ 36명(23.2%), ‘가격이 비싸서’ 22명(14.2%), ‘믿을 수 없어서’ 20명(12.9%), ‘카드 결제가 안되어서’ 13명(8.4%)으로 조사되었다. 박람회방문객의 농산물 구매력을 높이기 위해서는 신뢰도를 향상을 위한 홍보가 필요하며, 카드 사용이나 택배 서비스 시도 등 쉽게 구매할 수 있도록 판매 방법을 개선할 필요가 있다.

5) 전반적인 박람회 만족도 분석

대한민국 농업박람회에 참여한 관람객 593명을 대상으로 박람

회의 전반적인 만족도를 조사한 결과, ‘만족한다’ 284명(47.9%), ‘매우 만족한다’ 206명(34.7%)으로 나타나 490명(82.6%)이 만족한다고 응답하여 높은 비율을 보여 주었다(Table 7). 반면에 ‘보통’ 90명(15.2%), ‘불만족’ 4명(0.7%), ‘매우 불만족’ 9명(1.5%)으로 조사되었다. 방문객의 만족도는 축제에서 제공되는 다양한 서비스, 음식, 프로그램, 전시 시설과 내용 등에 대한 평가라고 할 수 있는데(Lounsbury and Polik, 1992; Noe and Uysal, 1977), 순천만국제정원박람회에서 서비스 품질, 전시관 시설, 레저 활동 등이 방문객의 만족도에 영향을 미쳤다고 하였다(Park, 2014). 본 연구에서 농업박람회의 경우에도 농산물 구매, 체험프로그램, 안내 등에 대한 만족도가 높게 나타나 박람회 전체적인 만족도가 높게 나타난 것으로 판단되었다.

박람회장에서 가장 불만족하게 느낀 점이 무엇인가를 묻는 설문에서 85명(14.3%)이 주차시설이라고 답했다. 이는 박람회 전시장이 언덕에 위치해 있고, 주차장을 임시로 사용하기 때문에 비만 오면 노면이 좋지 못한 관계로 불편함을 호소하는 관람객이 많았고, 주차장에서 전시장까지의 이동거리가 길었기 때문인 것으로 판단된다(Table 8). 그 다음으로는 음용수 83명(14.0%)으로 음용수 시설을 찾기 어려워 자유롭게 물을마실 수 없다는 지적이었다. 또한

Table 7. The visitors' overall satisfaction of in Korea Agriculture Expo.

	Evaluation items	Frequency	Rate (%)
Overall satisfaction	Very satisfaction	206	34.7
	Satisfaction	284	47.9
	Moderate	90	15.2
	Dissatisfaction	4	0.7
	Very dissatisfaction	9	1.5
	Total	593	100.0

Table 8. The visitors' dissatisfaction parts in Korea Agriculture Expo.

	Evaluation items	Frequency	Rate (%)
Dissatisfaction parts	Parking lot	85	14.3
	Drinking water facilities	83	14.0
	Lavatory	65	11.0
	Rest facilities	60	10.1
	Food town	49	8.3
	Wastebasket	42	7.1
	Order	39	6.6
	Watching the exhibition hall	35	5.9
	Traffic problem	31	5.2
	The others	104	17.5
Total	593	100.0	

화장실 65명(11.0%), 휴게시설 60명(10.1%), 먹거리 49명(8.3%), 쓰레기통 42명(7.1%), 무질서 39명(6.6%), 교통 35명(5.9%) 순으로 조사되었다. 따라서 화장실이나 휴게시설 등과 같은 편의 시설을 확충해야 할 필요가 있다고 판단되었다.

6) 박람회를 통한 농업의 발전 가능성에 대한 분석

박람회를 통해서 농업에 대한 신뢰와 발전 가능성에 대하여 응답자 중에서 316명(53.3%)이 ‘긍정적이다’로 응답하여 가장 비율이 높았다(Table 9). 그 다음으로는 ‘매우 긍정적이다’가 195명(32.9%)으로 나타나 발전가능성을 긍정적으로 보는 응답자가 511명(86.2%)으로 높게 나타났다. 반면에 ‘중간정도이다’ 59명(9.9%), ‘매우 부정적이다’ 14명(2.4%), ‘부정적이다’ 9명(1.5%) 순으로 분석 되었다.

7) 박람회 재방문 의사 분석

박람회를 다시 방문할 의사가 있는지에 대한 설문 문항에 대해 ‘재방문 하겠다’는 답변이 477명(80.4%)로 가장 높게 나타났다(Table 10). 그 다음으로는 ‘생각해 보겠다’ 97명(16.4%), ‘오지 않겠다’ 19명(3.2%)순으로 조사되었다. ‘생각해 보겠다’고 답한 관람객들은 본 박람회에 불만족하거나 필요성을 못 느낀 사람들로써, 이들 방문객들이 다시 방문할 수 있도록 박람회의 내용을 좀 더 개선할 필요가 있다. 박람회에 대한 만족도는 재방문 의사에 유의한 영향을 미치는데(Park, 2014), 재방문 의사는 박람회를 평가하는 의미가 있고, 방문객에 대한 단순한 고객차원을 넘어 잠재적인

Table 9. The visitors' response about trust and development possibility of agriculture in Korea Agriculture Expo.

	Evaluation items	Frequency	Rate (%)
Trust and development possibility of agriculture	Very positive	195	32.9
	Positive	316	53.3
	Neutral	59	9.9
	Negative	9	1.5
	Very negative	14	2.4
Total	593	100.0	

Table 10. The visitors' revisiting intention in Korea Agriculture Expo.

	Evaluation items	Frequency	Rate (%)
Revisiting intention	Revisit	477	80.4
	Under consideration	97	16.4
	No revisit	19	3.2
	Total	593	100.0

수요시장 확보의 중요한 변수가 된다(Kim, 2006). 본 연구에서 농업박람회 대해 82.%의 방문객이 만족한다고 했는데(Table 2), 이들 대부분이 재방문 의사를 지닌 것으로 분석되었다.

3. 대한민국 농업박람회의 발전방안

대한민국 농업박람회의 방문객을 대상으로 조사한 박람회 내용과 만족도 분석 및 전라남도에서 발간한 백서(Jeollanamdo, 2014)를 기초로 하여 다음과 같은 발전방안을 제시하고자 한다.

첫째, 대한민국 농업박람회가 지속적으로 발전하기 위해서는 박람회를 주관하는 부서로 전라남도 본청 직속 재단법인의 설립이 필요하다. 현재는 전라남도농업기술원의 인력과 조직으로 운영하고 있는데, 이는 박람회 준비로 농업기술원 본연의 기능인 연구가 소홀해짐에 따라 전남 농업인들의 민원과 농업 발전 연구가 침해되고 있다. 재단법인 출범으로 영구적인 박람회 발전계획 수립하여 체계적으로 운영해 나가는 것이 바람직하다.

둘째, 매년 개최되는 농업박람회의 수준을 향상시키고, 국제원예생산자협회(AIPH, 2015)를 통한 국제공인 농업박람회를 개최하기 위해 지자체는 물론 국제 사회와의 교류, 정보교환, 국제공인 기구의 박람회 승인 같은 절차가 필요하다. 현재 농업박람회는 전라남도 농업만을 위한 지역 한계 박람회라는 점에서 개선이 필요하다. 전국의 관련기관, 단체 등이 참여하고 국제 사회의 참여를 유도해 나아가는 기획 및 계획 수립을 해야 한다.

셋째, 농업박람회의 지속적인 발전을 위해 농업의 역사를 보관하고 전시하는 농업역사박물관, 농업을 직접 체험하고 학습할 수 있는 농업 학습실, 미래의 스마트와 정밀 농업을 전시하는 첨단 농업정보관 등의 전시관이 추가되어야 한다.

넷째, 안전한 먹거리를 공급하는 농업의 중요성을 홍보하는 프로그램 개발이 필요하며, 소비자의 신뢰를 잃지 않도록 지속적으로 관리 감독하는 역할을 수행해야 한다. 또한 친환경 농산물을 이용하여 음식으로 판매하는 “친환경 농산물식당” 같은 곳을 운영하는 것도 좋은 방법이라고 할 수 있다.

다섯째, 대한민국 농업박람회가 도농교류의 장이 되어 농촌 경관을 관광하고 농촌을 체험할 수 있도록 해야 한다. 도시민의 업무와 학업 등에서 오는 각종 스트레스와 정서불안, 오염된 도시환경에서 발생하는 건강문제 등(Kim et al., 2013)을 해결하기 위해 농업과 농촌이 쾌적한 휴식 및 레크레이션의 공간을 제공하는 치유농업의 산실이 되어야 한다.

여섯째, 박람회장 내에 귀농귀촌 가구와 기존 농부와의 교류와 공감의 장을 마련하는 것이 필요하다. 귀농귀촌 가구는 지속적으로 증가하여 2014년에 44,886 가구가 귀농 귀촌하였는데(Statistics Korea, 2014), 귀농귀촌은 도시의 인구집중 완화 및 농촌인구의 증

가, 농촌 경제의 활성화 등의 순기능이 있다(Woo, 2014). 따라서 대한민국 농업박람회에서 귀농귀촌을 원하는 도시민에게 다양한 정보를 제공해 주고, 농업과 농촌의 실태를 파악할 수 있도록 도와주어야 한다.

일곱째, 농업박람회의 주인공이라 할 수 있는 농민들의 자발적 참여와 농업인 위주의 프로그램을 확대해야 한다. 농민들이 주인 의식을 가지고 참여할 수 있는 방법과 이를 격려할 계획을 수립하여 박람회 기간만큼이라도 농민이 행복한 박람회가 되어야 한다. 농업박람회를 통해 농민들에게 고마움과 격려를 보내는 시간이 필요하다.

여덟째, 박람회를 통해 지역 관광산업을 활성화할 수 있는 프로그램 개발이 필요하다. 박람회는 국가와 지역의 경제발전을 창출하는 신종 비즈니스 관광 산업으로 부각되고 있는데, 안면도국제꽃박람회의 경우에도 지역 경제뿐만 아니라 관광산업활성화에 크게 기여했다고 하였다(Kim, 2003). 따라서 대한민국 농업박람회에서도 방문객들이 지역의 유명 관광지를 관람할 수 있도록 부대행사를 기획할 필요가 있다.

아홉째, 대한민국 농업박람회가 친환경 생명농업의 본 고장인 전라남도의 랜드마크가 되기 위한 노력이 요구된다. 농업에 대한 지역민의 철학을 담아내고, 자긍심이 될 수 있도록 기획하며, 농업의 부가가치가 국가 원동력이자 기간산업이 될 수 있다는 사례를 심도 있게 전시해 메가 브랜드로 육성해야 한다.

IV. 적요

본 연구는 대한민국 농업박람회의 방문객을 대상으로 프로그램 내용에 대한 만족도를 조사하여 분석하였고, 박람회의 발전방향을 제시하고자 실시하였다. 설문조사는 10월 18일부터 10월 27일까지 개최기간 동안 방문객 593명을 대상으로 실시하였다. 방문객은 남성보다 여성이 19.4% 더 많았고, 40대와 50대의 비율이 53.8%를 차지하였으며, 농업인이 26.5%로 가장 많았고, 광주와 전남 지역 거주자가 84%로 대부분을 차지하였다. 동반형태로는 가족과 함께 온 방문객이 44.2%로 가장 많았으며, 방문횟수는 처음 방문한 경우가 37.9%로 가장 높았으며, 구전에 의해서 개최 정보를 취득하는 경우 49.9%로 가장 높았다. 프로그램 내용에 대한 설문에서 방문객들은 전시관 중에서 아열대식물원을 가장 선호하였으며, 안내는 65.9%가 만족하는 것으로 나타났다. 체험 프로그램은 71.6%가 만족하였으며, 체험 프로그램에 참여하지 않은 이유로는 32.7%가 안내가 없어서라고 응답하였다. 농산물 구입에 관한 만족도 조사에서 방문객 73.9%가 농산물을 구입하였고, 86.3%가 만족한다고 하였으며, 65.1%가 믿을 수 있어서 구입했다고 응답하였으

며, 구매금액은 1~2만원대가 33.6%로 가장 많았다. 반면에 농산물을 구입하지 않은 이유는 ‘필요없어서’가 41.3%로 가장 높았다. 대한민국 농업박람회에 대한 전체적인 만족도는 82.6%로 높았으며, 가장 불만족스러운 부분은 주차시설과 음용수 시설로 나타났다. 박람회를 통한 농업의 발전 가능성에 대한 설문에서 86.2%가 긍정적이라고 하였으며, 재방문의사도 80.4%로 높게 나타났다.

V. References

- Agriculture Expo. 2013. The 11th Korea Agriculture Expo. www.koreaagriexpo.or.kr/9th/sub01/index0211.php.
- Ahn, H.G. and Y.K. Yoo. 2011. The appraisal and investigation of visitors' satisfaction in Shinan Tulip Festival. *J. Korean Soc. People Plants Environ.* 14(2):109-115.
- Ahn, K.M., C. Lee, and H.S. Joo. 2007. Analysis of regional economic impact in 2006 World Flower Exhibition Goyang. *Journal of Hospitality and Tourism Studies* 24:1-13.
- Cho, Y.S. 2005. A study on determinants of the expenses for shopping and souvenirs: A case study of trade exhibition participants. *Journal of Convention Sciences* 10:101-113.
- Hong, Y.H. and H.S. Park. 2006. A study on the visitor's perception of the importance attribute of the trade exhibition. *Event & Convention Research* 2(3):73-91.
- International Association of Horticultural Producers (AIPH). 2015. Marketing and exhibitions. <http://aiph.org/marketing-and-exhibitions>.
- Jeollanamdo. 2014. The white paper for Korea Agriculture Expo(V). Hosan Design, Gwnagju, Korea.
- Jeong, G.H., Y.H. Roh, and Y.D. Cho. 2007. Satisfaction of Jangsung Bakyang Maple Festival. *J. Korean Soc. People Plants Environ.* 10(2):8-14.
- Jeong, G.H. and Y.H. Roh. 2004. The appraisal of Hadong Mountain Dew Tea Festival. *J. Korean Soc. People Plants Environ.* 7(1): 11-20.
- Jung, M.H. and B.H. Choi. 2008. The exhibition objectives and overall satisfaction of exhibitors; The case of BISFE 2006. *Tourism Study* 23(2):305-320.
- Kang, S. H. and K.J. Mun. 2006. A study on the influence of festival visitor's satisfaction on revisit. *Event & Convention Research* 2(2):5-18.
- Kim, B.M. and K.H. Song. 2014. The analysis on satisfaction and re-visiting factors in Suncheon Bay Garden Expo. *Northeast Asia Tourism Research* 10(1):77-93.
- Kim, D.W. and H.S. Kim. 2002. Estimating the multiplier effect of the world ceramic exposition 2001 Korea on a local economy. *Journal of Culture & Tourism* 4(2):97-120.
- Kim, J.H., W.T. Kim, and Y.H. Yoon. 2013. Beneficial effect of green landscape on relieving stress of citizen in urban area. *Korean J. Environ. Ecol.* 27(4):516-523.
- Kim, J.S. 2006. Impact of local visitors' motivation on visitors' satisfaction and revisiting. MS thesis, Dong-A university, Busan, Korea.
- Kim, J.T. 2003. A study on the factors for the determination of satisfaction and behavioral intent of exhibition tourists. *Journal of culture & Tourism* 5(2):21-44.
- Kim, Y.E. and H.W. Youn. 2013. A study quality determinants affecting satisfaction and intention of revisit in local exhibitions: Focused on International Horticulture Goyang Korea 2012. *Journal of the Korean Data Analysis Society* 15(3):1605-1619.
- Lee, J.S., C.K. Lee, Y.J. Choi. 2011. Examining the role of emotional and functional values in festival evaluation. *Journal of Travel Research* 50(6):685-696.
- Lee, M.H. 2003. A study on the effort to district economy of Anmyeon Island Flower Exhibition. MS thesis, Hannam University, Daejeon, Korea.
- Lee, T.J. 2003. Evaluation and developmental alternatives for international cultural event: 2003 Gyeongju World Culture Expo case. *The Korean Journal of Local Government Studies* 7(4): 339-360.
- Lounsbury, J.W. and J.R. Polik. 1992. Leisure needs and vacation satisfaction. *Leisure Science* 14(2):105-119.
- Noe, F.P. and M. Uysal. 1977. Evaluation of outdoor recreational settings: A problem of measuring user satisfaction. *Journal of Retailing and Consumer Service* 4(4):223-230.
- Park, M.H. 2014. The effect of the International Garden Exposition Suncheon Bay Korea 2013 attractive attributes on the tourist's satisfaction and revisit intension. MS thesis, Honam University, Gwangju, Korea.
- Roh, Y.H. and H.K. Kim. 2006. Perceived value, attitude of activities intended for industrial exhibition fairs. *Journal of Tourism Sciences* 30(6):361-379.
- Shin, C.Y. and Y.H. Jin. 2008. The study on development ideas of domestic expo. *Event & Convention Research* 4(1):85-103.
- Shin, C.Y., H.J. Song, and C.K. Lee. 2012. A study on the structural relationships among festival quality, perception of festival theme, perceived value, and satisfaction- Case of 2011 Jechon International Oriental Medicine Expo. *Tourism Study* 26(6):205-225.
- Sim, K.W. and J.H. Lee. 2010. A study on service quality of local festival influencing visitor's satisfaction and loyalty: A case of Daegu Yangyeongsi Herb Medicine Festival. *The Journal of Korean Institute of Forest Recreation* 14(1):31-39.
- Song, K.H. and S.H. Lee. 2010. A preference analysis on the International Garden Exposition Suncheon Bay, Korea 2013. *Northeast Asia Tourism Research* 6(1):57-75.
- Statistics Korea. 2014. The statistics of return to farm and rural. http://kosis.kr/statisticsList/statisticsList_01List.jsp?vwcd=MT_ZTITLE&parentId=A.
- Woo, S.H. 2014. A study on determinant factors of returning to farm and satisfaction. PhD dissertation, Yeungnam University, Daegu, Korea.
- Yun, G.H. 2012. The effect of the participation motivation, satisfaction and behavioral intention of agriculture expo; Focusing on the Korea Agriculture Expo. MS thesis, Honam University, Gwangju, Korea.