

사업 구분	기본	수행구분	전반기	연구기간	'00 ~ '01(2년차)	
연구과제명	전산기술의 농업적 이용에 관한 연구			연구책임자	장은하	
세부과제명	전자상거래 이용방안 연구					
세부과제책임자	작물경영연구과 지방농업연구사 장 은 하 (033-258-5726)					
색인용어	전자상거래, 정보화, 인터넷, 쇼핑몰, 홈페이지					

1. 재료 및 방법

가. 연구대상 : 강원도내 농산물 전자상거래 홈페이지 운영 농업인

나. 주요연구내용

- 1) 컨설팅 실시
- 2) 운영성공사례 조사
- 3) 소비자 이용실태 조사
 - 이용품목, 이용시기, 소비자 의식 조사 등
- 4) 강원지역 농업인 사이버몰 구축 운영 및 홍보지원

2. 시험성적

가. 농산물 전자상거래 농업인의 실태와 문제

농림부 및 농촌진흥청 홈페이지 구축지원사업에 힘입어 홈페이지를 구축한 강원도 농업인은 2001년 현재 92명이고, 그밖에 농업인이 직접 홈페이지를 만들어 운영하는 곳까지 포함하면 100여명 이상으로 사료된다.

표 1. 전자상거래 홈페이지 구축 농가수

(단위 : 명)

년 도	계		1999		2000		2001	
	강원	전국	강원	전국	강원	전국	강원	전국
계	92	1,007	18	119	31	300	43	588
농림부제작지원	76	806	16	106	19	200	41	500
농촌진흥청 "	16	201	2	13	12	100	2	88

홈페이지를 구축 운영한 지 1년 이상 된 농가 중에 채소분야 홈페이지는 운영정지 된 곳이 28.6%, 축산분야 홈페이지는 폐쇄 된 곳이 50%로 나타났다. 아무래도 채소나 축산물은 부패하기 쉬운 상품적 특성을 가지고 있기 때문으로 보인다.

표 2. 강원도 홈페이지 구축 농가 품목별 운영상황

(단위 : %)

품목별	중복	운영정지	폐쇄	운영중	
				쇼핑가능	홍보위주
계	4.1	6.1	8.2	49.0	32.7
식량작물	-	-	9.1	27.3	63.6
과실	-	-	-	75.0	25.0
채소	-	28.6	-	14.3	57.1
특용작물	-	-	6.3	62.5	31.3
축산	-	-	50.0	25.0	25.0
가공식품	11.8	5.9	-	58.8	23.5

홈페이지를 구축한 지 1년 이상 되고 현재 운영중인 44농가 중에 매출액이 있는 농가수는 13명으로 30%만이 전자상거래로 매출을 올리고 있고, 농가당 매출액을 보면 32,692천원 이었다. 품목별로 보면 식량작물이 가장 높았고, 특용작물, 가공식품, 축산, 과실 순이었다.

표 3. 품목별 전자상거래 농가의 매출액

(단위 : 천원)

작물별	농가수 (A)	매출액 있는 농가수 (B)	비율 (B/A)	매출액	
				농가당 매출액	농가당 매출액
계	44	13	30 %	425,000	32,692
식량작물	8	2	25 %	105,000	52,500
과실	5	1	10 %	5,000	5,000
채소	4	-	-	-	-
특용작물	13	6	46 %	209,000	34,833
축산	2	1	50 %	20,000	20,000
가공식품	12	3	25 %	86,000	28,667

거래방법별 농산물 판매실태를 보면 아직까지는 순수한 전자상거래보다는 농업인 홈페이지를 보고 나서 소비자들이 직접 농가를 방문하거나 전화를 걸어 농산물을 재차 확인한 후에 구입하고 있고 처음에는 인터넷으로 구입한 소비자들도 다음 구매부터는 조금 시간이 걸리는 인터넷보다는 전화를 통해 주문하고 있었다.

표 4. 거래 방법별 매출액 분포

전자상거래	전화	직거래	기타
2.4 %	47.4 %	18.7 %	31.5 %

나. 농산물 전자상거래 선진사례

농산물 전자상거래의 여러 가지 장애요인을 극복하고 현재 인터넷 전자상거래를 통해 성공적으로 농산물을 판매하고 있는 농업인들이 있다. 품목으로는 영지버섯, 벌꿀 등 고가의 기능성식품이나 시중에서 흔하게 구입하기 어려운 특정 지역의 특산품이나 친환경농산물 등

다양하나 보다 중요한 성공요인으로는 농업인이 적극적으로 홈페이지 운영 및 홍보를 하는 것이었다.

표 5. 전자상거래 매출액 상위 농가 리스트 (단위 : 천원)

순위	품목	전자상거래 매출액	성공사유
1	잣	120,000	기존 우체국 판매망 이용
2	잡곡	100,000	게시판 집중 홍보
3	가시오가피	80,000	매스컴 소개
4	꿀	60,000	게시판 홍보 및 매스컴 소개
5	배	30,000	게시판 홍보 및 매스컴 소개, 친환경 농산물
6	메일제품	20,000	품목의 특수성, 매스컴 소개
7	토종닭	20,000	친환경 농산물, 강연 등 다양한 사회활동
8	영지버섯	13,000	매스컴 소개

이들 농가의 전자상거래 성공요인은 첫째, 적극적이고 다양한 홍보와 마케팅으로 고객확보, 둘째, 투명하고 친절하고 정성스런 고객관리를 통한 고객만족을 실현하며 농가와 도시 소비자간의 끈끈한 유대관계를 형성하고 있으며, 셋째, 홈페이지의 철저한 관리와 지속적인 개선, 넷째, 쉽게 구할 수 없는 고품질의 특색 있는 농산물을 판매하고 있다는 점이였다.

다. 강원지역 농업인 전자상거래 홈페이지 활성화 방안

위의 결과에서 볼 수 있듯이 농업인의 홈페이지 관리 및 홍보에 대한 인식부족과 전산기술 미흡으로 개별 농업인의 효율적 대응이 어렵고 소비자가 선호하는 콘텐츠 제공이 부족하여 농업인 홈페이지의 효율적인 홍보 및 마케팅 지원이 필요할 것으로 보고 강원농업인 홈페이지 통합 홍보·쇼핑몰을 구축하여 운영하고자 한다.

콘텐츠 주요 구성내용은 품목 메뉴별 또는 유형별 상품 검색기능, 농장탐방기, 강원도 관광음식 및 특산물 소개, 사고 팔기, 농장 관련 소식 등으로 구성하고 향후 강원도적인 특색 있는 콘텐츠를 선별하여 소비자에게 정보를 제공하고자 한다.



그림 1. 강원농업인 홈페이지 통합 홍보 웹사이트 초기 화면

3. 결과 요약

- 홈페이지 운영 농가 매출액은 홈페이지 조사농가 44농가 중 전자상거래 매출액이 있는 농가는 13명(30%)으로서 농가당 매출액은 32,692천원, 품목별로는 식량작물이 가장 높았다.
- 홈페이지 운영이 부진한 농가의 주요 원인으로서는 첫째 농촌지역의 취약한 정보화 기반, 둘째 농업인의 홈페이지 운영 및 경영마인드 부족으로 조사되었다.
- 강원농업인 홈페이지 통합 홍보 웹사이트 구축내용은 품목 메뉴별 또는 유형별 상품 검색기능, 농장탐방기, 강원도 관광음식 및 특산물 소개, 사고 팔기, 농장 관련 소식 등으로 구성하였다.

4. 결과활용계획

“홈페이지 운영 농업인 사이버 컨설팅 시스템 개발” 영농활용 건의