

과제구분	기본연구	Code: PS0102	수행구분	전반기	연구기간	'00 ~ '02(완결)
연구과제명	전산기술의 농업적 이용에 관한 연구				연구책임자	장은하
세부과제명	전자상거래 이용방안 연구					
연구원별임무						
구분	소속	성명	담당임무			
세부과제책임자	작물경영연구과	장은하	연구총괄			
공동연구자	"	채영길	농가조사 및 분석			
	"	안용진	농가조사 및 분석			
	"	한종수	문헌수집			
색인용어	전자상거래, 인터넷, 쇼핑몰, 홈페이지, 홍보, 마케팅					

ABSTRACT

This project tried to develop system for managing internet business of farmers who have their own electronic transaction system in their home pages. The developed system for their active business are related with internet marketing and technical support for these farmers. The basic survey told us 30% of them had transaction records and their average selling was 32.7million won. The main item was food crop product goods. The developed 'Gangwon farmers's homepage integrated public information system' which aimed for efficient public relations and marketing supports have several contents and management sub-system which are composed of membership management, search menu by items and goods categories, consumer questionnaire menu. The content about individual farmers' agricultural goods targeted for farm publicity in internet which mainly contain visiting reports, famous traditional foods, and indigenous product. The developed 'electronic transaction farmers consulting homepage' composed of introduction for Gangwon cyber association, instructional web training for these farmers, reediting and update their home pages and internet publicity, farms' introduction leaflet and newsletter publish, model cases for successful consulting. These newly developed portals will help these farmers with manage their active internet business and improve operational efficiency.

1. 연구배경

최근 국내 인터넷 이용자 수가 급속히 증가함에 따라 인터넷을 통한 전자상거래가 새로운 유통채널로 부각되고 있고, 특히 농업분야에서도 농림부, 농촌진흥청, 지방자치단체 등에서 지원하여 구축한 농업인 홈페이지 운영자가 증가하고 있으나, 홈페이지 관리 및 홍보 부족과 전산기술 미흡으로 운영은 미흡한 실정이다. 따라서 본 연구는 운영에 문제가 있는 농업인 전자상거래의 운영 활성화를 위한 홍보 및 기술지원 방안을 제시하고자 수행하였다.

2. 재료 및 방법

본 연구는 농산물 전자상거래 관련 문헌조사 및 강원지역 전자상거래 홈페이지 구축농가를 방문하여 조사표에 의한 면접 청취조사를 하는 방법으로 실시하였다.

주요 조사 및 분석항목은 농산물 전자상거래 농업인의 실태와 문제, 농산물 전자상거래 선진 사례 등으로 이 조사를 통해 강원지역 농업인 전자상거래 홈페이지 활성화 방안을 제시하고자 하였다.

3. 결과 및 고찰

가. 농산물 전자상거래 농업인의 실태와 문제

도내 농산물 전자상거래 농업인은 표 1과 같이 농림부 및 농촌진흥청 홈페이지 구축지원 사업으로 홈페이지를 구축한 강원도 농업인은 2002년 현재 180여명이며, 이외에도 직접 홈페이지를 만들어 운영하는 농업인이 100여명 이상인 것으로 추산되고 있다.

표 1. 홈페이지 구축 농가수

(단위 : 명)

년 도	계		1999		2000		2001		2002	
	강원	전국	강원	전국	강원	전국	강원	전국	강원	전국
계	179	1,607	18	119	31	300	43	588	87	600
농림부제작지원	152	1,306	16	106	19	200	41	500	76	500
농촌진흥청 "	27	301	2	13	12	100	2	88	11	100

품목별 운영상황은 표 2와 같이 홈페이지를 구축 운영한 지 1년 이상 된 농가를 대상으로 조사한 결과 6개 분야의 품목을 주로 운영하고 있으나 이중 채소분야 홈페이지는 운영 정지 된 곳이 28.6%, 축산분야는 50%가 홈페이지를 폐쇄한 것으로 나타났는데. 이는 채소나 축산물은 부패하기 쉬운 상품적 특성을 가지고 있기 때문인 것으로 판단되었다.

표 2. 강원도 홈페이지 구축 농가의 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

한편 홈페이지를 구축한 후 1년 이상 운영중인 44농가 중에 매출액이 있는 농가수는 13명으로 30%만이 전자상거래로 매출을 올리고 있고, 평균매출액은 32,692천원이었다. 품목별로는 식량작물이 가장 높았고, 특용작물, 가공식품, 축산, 과실 순이었다(표 3).

표 3. 품목별 전자상거래 농가의 매출액

(단위 : 천원)

작물별	농가수 (A)	매출액 있는 농가수 (B)	비율 (B/A)	매출액	평균 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

거래방법은 표 4와 같이 아직까지는 전자상거래보다는 소비자들이 농업인 홈페이지를 보고 나서 직접 농가를 방문하거나 전화를 걸어 농산물을 확인한 후 구입하고 있었고 처음에는 인터넷으로 구입한 소비자들도 다음 구매부터는 시간이 다소 걸리는 인터넷보다는 전화를 통해 주문하는 방법을 선호하는 것으로 조사되었다.

표 4. 거래 방법별 매출액 분포

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

나. 농산물 전자상거래 선진사례

이상과 같이 농산물 전자상거래가 아직은 본궤도에 진입하고 있지 못한 것이 현실이나 일부농가는 표5와 같이 농산물 전자상거래의 여러 가지 장애요인을 극복하고 현재 인터넷 전자상거래를 통해 성공적으로 농산물을 판매하고 있는 것으로 조사되었다. 주거래 품목은 영지버섯, 벌꿀 등 고가의 기능성식품이나 시중에서 구입하기 어려운 특정 지역의 특산품이나 친환경농산물 등 다양하였으며 중요한 성공요인은 농업인이 적극적으로 홈페이지 운영 및 홍보를 하는 것에 기인되는 것으로 조사되었다.

이와 같은 성공요인을 구체적으로 조사한 결과 첫째, 적극적이고 다양한 홍보와 마케팅에 의한 고객확보, 둘째, 투명하고 친절하고 정성스런 고객관리를 통한 고객만족과 도시소비자와의 유대관계 형성, 셋째, 홈페이지의 철저한 관리와 지속적인 개선, 넷째, 고품질의 특산 농산물을 판매하고 있다는 점이 성공의 요인인 것으로 조사되었다.

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	메밀제품	20,000	품목의 특수성, 매스컴 소개
7	토종닭	20,000	친환경 농산물, 강연 등 다양한 사회활동
8	영지버섯	13,000	매스컴 소개

다. 강원지역 농업인 전자상거래 홈페이지 활성화 방안

1) 강원농업인 홈페이지 통합 홍보 웹사이트 구축 운영



그림 1. 강원농업인 홈페이지 통합 홍보 웹사이트 초기화면

이상의 결과와 같이 농산물 전자상거래가 아직은 농업인의 홈페이지 관리 및 홍보에 대한 인식부족과 전산기술 미흡으로 효율적 운영이 어렵고 소비자가 선호하는 콘텐츠 제공도 부족한 것으로 조사되어 이를 활성화하기 위해서는 농업인 홈페이지의 효율적인 홍보 및 마케팅 지원이 필요할 것으로 보고 최근에는 강원농업인 홈페이지를 통합하여 홍보몰을 구축 운영하고 있다.

콘텐츠 주요 구성내용은 회원관리, 품목 메뉴별 또는 유형별 상품검색, 설문조사 기능 등 이고, 이에 참여하고 있는 농가수는 50여 농가이며, 앞으로는 그 중 우수한 농가를 선정하여 중점적으로 농장탐방기, 강원도 관광음식 및 특산물 소개 등을 구성하여 강원도적인 특색을 갖춘 콘텐츠만을 선별하여 소비자에게 정보를 제공할 계획이다.

2) 홈페이지 구축 운영 농업인 기술 및 마케팅 지원

한편 농산물 전자상거래 활성화를 위해 지원하고 있는 전자상거래 교육이나 마케팅 지원 사업 등 농가경영컨설팅도 지금까지는 우편이나 농가방문 등의 방법을 이용하였으나 좀더 효과적으로 전자상거래 농업인들에게 사업소개를 하기 위해 표 6과 같이 웹상에 컨설팅지원사업을 소개하고 신청을 받는 시스템을 구현하였다.

주 구성메뉴로는 강원도 사이버 동호회 조직 소개, 전자상거래 농업인 교육, 홍보지원, 컨설팅 성공사례 등으로 구성하였다.

표 6. 전자상거래 농업인 컨설팅 홈페이지 주요 메뉴구성

주메뉴	하위메뉴	내 용
강원도사이버동호회	임원소개 제1~제4 지역 회원	직책, 성명, 농장명, 연락처, 주소 강원도를 4지역으로 나눠 각농가의 지역, 성명, 농장명, 주소, 연락처
농업인 교육	교육과정 안내 및 신청 교육자료 교육실적(2001~2002)	교육과목, 교육형태, 신청방법 등 전자상거래 농업인 교육 자료 교육내용, 강사, 참석 농업인 명단 등
홍보 지원	홈페이지 재구축 인터넷 홍보 홍보전단지 제작 농장소식지 제작	사업안내 및 홈페이지 재구축 사례 사업안내 및 인터넷 홍보 사례 사업안내 및 홍보전단지 제작 사례 사업안내 및 농장소식지 제작 사례
성공사례	선도농가 사례 컨설팅 성공사례	전자상거래 선도농가의 성공사례 우리원에서 지원한 농가 컨설팅 성공사례
컨설팅사업 신청		인터넷상으로 지원사업 신청
열린마당	공지사항/자유게시판	
설문조사		

※ Domain : ares.gangwon.kr/cybercon

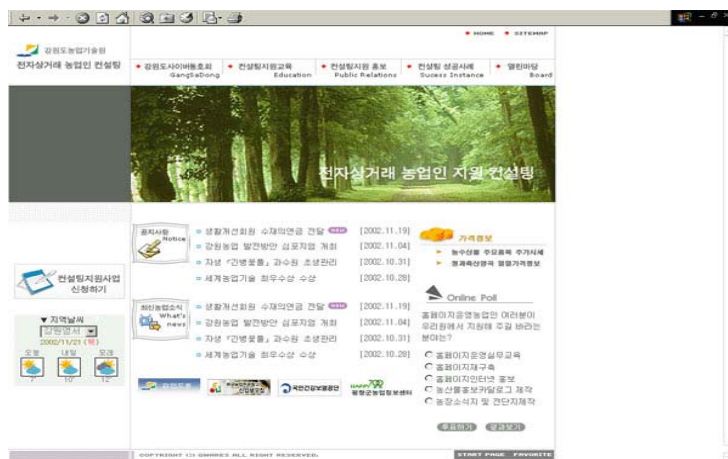


그림 2. 전자상거래 농업인 컨설팅 홈페이지 초기화면

3) 농장소식지 제작 지원을 통한 컨설팅 효과

이상과 같은 지원사업 중 가장 효과가 좋았던 것은 농장소식지 제작 지원을 통한 컨설팅으로 앞서 언급한 거래 방법별 농산물 판매실태에서처럼 처음에는 인터넷으로 구입한 소비자들도 다음 구매부터는 조금 시간이 걸리는 인터넷보다는 전화를 통해 주문하고 있다는 점에 착안하여 도시소비자들에게 농촌에 대한 향수를 불러일으키면서 상업적인 냄새가 나지 않도록 농장소식과 농산물 소개자료를 적절히 구성한 농장소식지를 1회 이상 구매했던 소비자들에게 우편으로 전하는 사업을 시범적으로 실시하였다.

본 소식지는 인쇄소에서 인쇄하는 일종의 전단지라는 상업적 광고물에 대한 거부감 없이 광고물이면서도 농촌에 대한 향수를 느끼며 반가움을 전달할 수 있는 효과가 있었다. 특히 소비자들의 농산물 주 구매시기인 명절을 겨냥하여 농장소식지를 발간한 결과 그 효과는 매우 커 표 7과 같이 농가별로 차이는 있지만 많게는 2배에서 적게는 20% 정도의 매출액 증가를 보인 것으로 조사되었다.

표 7. 농장소식지 제작 지원을 통한 컨설팅 효과

품목	발행부수	발송시기	발송 후 매출액 (1달 기준)	매출액 상승률 (전년동기 대비)
토종닭	300부	7월(복날 전)	6,000 천원	200%
영지버섯	300부	9월(추석 전)	4,000 천원	20%
유정란	200부	9월(추석 전)	3,000 천원	30%
영지버섯	50부	9월(추석 전)	400 천원	200%



그림 3. 농장소식지 사례

4. 적 요

- 가. 강원도 농산물 전자상거래 홈페이지 운영 농가 매출액은 홈페이지 조사농가 44농가 중 매출액이 있는 농가는 13명(30%)에 불과하였으며, 농가당 평균 매출액은 32,692천원으로 운영이 미흡한 것으로 조사되었다.
- 나. 따라서 이를 활성화하기 위해 구축한 강원농업인 홈페이지 통합 홍보 웹사이트 구축내용은 회원관리, 품목 메뉴별 또는 유형별 상품검색, 설문조사 기능 등이고, 이에 참여하고 있는 농가수는 50여 농가이며, 앞으로는 그 중 우수한 농가를 선정하여 중점적으로 농장탐방기, 강원도 관광음식 및 특산물 소개 등을 구성하여 강원도적인 특색을 갖춘 콘텐츠만을 선별하여 소비자에게 정보를 제공할 계획이다.
- 다. 한편 좀더 효과적으로 전자상거래 농업인들에게 교육이나 마케팅 지원 사업 등 농가경영컨설팅사업 소개를 하기 위해 웹상에 컨설팅지원사업을 소개 및 신청을 받는 시스템을 구축하였는데, 주 메뉴로는 강원도 사이버 동호회 조직 소개, 전자상거래 농업인 교육, 홍보지원, 컨설팅 성공사례 등으로 구성하였다.
- 라. 이상과 같은 지원사업 중 가장 효과가 좋았던 것은 농장소식지 제작 지원을 통한 컨설팅으로 소비자들의 농산물 주 구매시기인 명절을 겨냥하여 농장소식지를 발간한 결과 농가별로 차이는 있지만 많게는 2배에서 적게는 20% 정도의 매출액 증가를 보인 것으로 조사되었다.

5. 인용문헌

- 안인구. 1999,9. 농산물 전자상거래 현황 및 추진방안. 농업 정보기술의 이용. 농촌진흥청 이동필 외 4명. 2000,12. 농산물 전자상거래의 실태와 활성화 방안. 한국농촌경제연구원.
- 이철희 외 1명. 1999,6. 농산물 전자상거래의 현황과 발전방안. 농업의 지식산업화를 위한 정보기술이용. 한국농업정보과학회·경상대학교 부설 농업자원이용연구소 공동주관 심포지엄 회보.
- 최영찬. 1999,10. 농촌 정보화와 정보 수용 교육. 21세기 한국 농업정보화의 과제와 전략. 한국농업과학협회.

6. 연구결과 활용제목

- 홈페이지 운영 농업인 사이버 컨설팅 시스템 개발..... (2002. 영농활용)