

과제구분	기본연구	수행시기		전반기	
중장기 Code		RIMS Code		2007B0011000085	
연구과제 및 세부과제		연구분야 (Code)	수행 기간	연구실	책임자
농가 농업정보 시스템 지원		농업경영 LS0201	'04 ~	작물경영연구과	모영문
1) 강원도 전자상거래 농업인 활성화 방안 연구		농업경영 LS0201	'04 ~'08	작물경영연구과	모영문
색인용어	전자상거래, 포탈사이트, 쇼핑몰, 홈페이지				

ABSTRACT

This study was carried out to activate homepage operation of the e-commerce farmer in Gang-Won province with analyzing a questions collected from homepage operation farmers. The results were follow as:

1. The rate of activating homepage operation farmer in Gangwon province was 63%(the number of total homepage operation farmer 752)
2. The farm's purposes of homepage operation showed 70.4% in marketing and 23.5% in PR of homepage and advertisement of agricultural products.
3. With operating a e-commerce homepage, the difficulties showed 44.2% in the deficiency of special and technical knowledge about homepage management, 43.3% in PR of homepage and advertisement of agricultural products.
4. The roles of GWARES for activating homepage operation of the e-commerce farmer showed 33.7 in PR of homepage operation and 29.7% in consulting support policy
5. The portal site "FARMWORLD" developed in 2008 could be used in unifying the management of the homepage operation, co-ownership the information and PR of the homepage operation farmer, etc.

1. 연구목표

IT산업의 급속한 발전과 세계 최강 인터넷 국가로 자리매김한 우리나라는 정보산업뿐만 아니라 최근 농산물에 대한 소비패턴의 급속한 변화와 맞물려 가상공간에서의 상행위인 전자상거래와 같은 유통구조의 도입으로 농업분야에서도 유통, 물류 등의 거래 형태를 혁명적으로 변화시켜왔으며 기존에 상거래에서는 불가능했던 새로운 상거래 패러다임을 형성하고 있다(이와 최, 2004). 특히 농업분야에서 전자상거래는 농림부(농림수산정보센터)에서 '99년부터 농업인에게 개발 보급하기 시작(최, 2004)한 전자상거래 농업인 홈페이지를 시작으로 농촌진흥청, 산림청 및 각 지자체별로 홈페이지를 개발 보급하여 왔다(표 1).

표 1. 농업인 홈페이지 개발현황('08)

구분	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	계	
강원	농림부	17	19	43	76	46	33	-	-	-	234	
	농진청	0	1	0	12	17	5	12	11	13	80	
	산림청	-	-	-	18	10	13	11	7	0	59	
	지자체	0	24	55	18	15	26	22	53	24	16	253
	기 타	12	19	25	11	5	12	13	11	9	9	126
	계	29	63	123	135	93	89	58	82	46	34	752
전 국	229	1,251	1,540	1,795	975	1,197	1,050	140	170	-	8,347	
비율(%)	12.7	5.0	8.0	7.5	9.5	7.4	5.5	58.6	27.1	-	9.0	

우리도의 경우 자체조사결과 1999년도부터 2008년도까지 752개소의 홈페이지가 제작되어 전국 8,347개소 대비 9% 정도의 비중을 차지하고 있으며, 개발 지원 기관별로는 지자체에서 253, 농림부 234, 개인제작 등 기타 126, 농진청 80, 산림청 59개소 순으로 조사되고 있다. 농업인 전자상거래 홈페이지는 중앙정부 및 지자체별 기관주도로 개발 보급하여 왔으나 농림부는 2005년, 농진청의 경우도 2008년을 기점으로 향후 개발보급사업이 중단될 예정으로 있다.

표 2. 시군별 농업인 홈페이지 운영 현황('08)

구분	개인(개소)		마을(개소)		계		활성화비율 (%)
	운영	활성화	운영	활성화	운영	활성화	
춘천	24	9	5	5	29	14	48
원주	109	74	7	7	116	81	70
강릉	51	24	8	8	59	32	54
속초	8	2	8	8	16	10	63
삼척	20	7	6	6	26	13	50
동해	4	1	1	1	5	2	40
태백	9	3	1	1	10	4	40
정선	21	10	10	10	31	20	65
영월	68	41	7	7	75	48	64
평창	34	30	10	8	44	38	86
홍천	46	17	6	6	52	23	44
횡성	50	38	10	8	60	46	77
철원	26	15	11	8	37	23	62
화천	26	15	10	9	36	24	67
양구	23	8	14	6	37	14	38
인제	37	24	8	7	45	31	69
고성	11	8	8	6	19	14	74
양양	36	25	7	4	43	29	67
계	603	339	137	115	740	466	63

현재 개발 보급 대비 운영활성화가 되어 있는 농업인 홈페이지는 앞의 표 2에서 보는 바와 같이 63% 정도로 비교적 높은 수준은 아니며, 이중에서도 전자상거래 홈페이지 운영을 통해 성공한 농업인은 그리 많지 않은 편이다. 이러한 근본적 원인은 농업인의 경우 홈페이지 운영농가의 새로운 환경에 대한 적응 능력 및 체계적인 교육의 미흡, 홈페이지 운영관리 및 홍보 광고 등 운영 능력 미숙, 개인별 전자상거래에 대한 관심 및 마인드 부족 등을 꼽을 수 있으며, 홈페이지를 개발 보급한 기관의 경우 개발 보급과 아울러 사후 관리 및 지원의 미비점 등을 꼽을 수 있다.

따라서 본 연구에서는 강원도내 전자상거래 홈페이지 운영 농업인의 운영활성화를 위하여 홈페이지 운영 농업인을 대상으로 설문조사 분석을 통하여 애로사항을 조사 분석하고 이에 따른 농업인 운영 활성화 시스템을 개발함과 아울러 시군에서 운영되고 있는 쇼핑몰의 운영실태 분석을 통하여 문제점 및 개선방안을 제시하고자 수행하였다.

2. 재료 및 방법

가. 블로그 홈페이지를 활용한 농터사이트 홍보 방안 연구

전자상거래 홈페이지 운영 농업인의 활성화를 위하여 농가홍보 및 홈페이지 운영 등의 애로사항을 조사 분석하고자 도내 전자상거래 홈페이지 운영농업인 270명을 대상으로 미리 작성된 설문지(붙임 1)를 배포하여 회수된 112부를 빈도 분석하였다.

조사 분석된 결과를 바탕으로 농업인 포털 사이트 개발에 적용하였다.

포털사이트 개발환경은 Windows XP 운영체제를 기반으로 홈페이지 통합관리CMS솔루션(원-매니저 솔루션)을 기반으로 포토샵 CS3, 나모웹 에디터, 플래쉬 MX, ASP 등을 사용하였다. 농업인 포털사이트 “농터”는 우리원에서 운영하고 있는 전자상거래농업인컨설팅 홈페이지, 농촌관광마을 홍보홈페이지, 농산물 홍보쇼핑몰과 2004년부터 개발 보급한 품목별연구모임 홈페이지(7개소), 2007년 개발 보급한 팜로그를 연계하여 농업인 전용 포털사이트를 개발하고자 하였다.

나. 도내 전자상거래 쇼핑몰 운영실태 및 개선방안 연구

도내 시군별 운영중인 흥천 미팜 등 쇼핑몰 3개소를 대상으로 미리 작성된 조사표(붙임 2)에 의거 쇼핑몰 운영현황 및 매출규모, 광고실태, 쇼핑몰 편의 제공성 등을 조사하여 문제점 및 개선내용을 분석하였다

3. 결과 및 고찰

가. 블로그 홈페이지를 활용한 농터사이트 홍보 방안 연구

1) 홈페이지 운영 농업인 설문조사

전자상거래 홈페이지 운영목적에 대한 조사 결과는 표 3과 같다.

응답자 98명 중 70.4%가 농산물 판매라고 하였으며 농장 홍보 또는 광고가 23.5%를 차

지하였다. 농산물 판매라는 응답이 높은 이유는 최근 직거래 방식의 유통구조 마인드 변화에 의한 응답결과로 판단되며 홈페이지 운영 농장 홍보 또는 광고의 비중을 두고 있는 농업인의 경우 홈페이지 운영 경력이 오래된 농가로 사료되었다.

표 3. 홈페이지 운영 목적

구 분	빈도(명)	비율(%)	비고
농장 홍보 또는 광고	23	23.5	
농산물 판매	69	70.4	
고객 관리	1	1.0	
영농정보 공유	2	2.0	
영농체험장 운영으로 방문객 유치	3	3.1	
계	98	100	

홈페이지 운영상 애로사항에 대한 응답결과는 표 4와 같다. 응답자 104명 중에서 홈페이지 운영 관리의 기술적·전문적 지식부족에 대한 응답이 44.2%로 가장 높았으며 홈페이지의 대외 홍보 및 광고 활동이 43.3% 순이었다. 이러한 결과를 미루어 보아 홈페이지 운영 관리에 대한 기술적·전문적 지식을 습득할 수 있는 지속적이며 체계적인 교육 프로그램 운영 지원이 필요할 것으로 판단되었으며, 농업인 운영 홈페이지를 대외적으로 홍보 및 광고 할 수 있는 제도적 장치가 필요할 것으로 사료되었다.

표 4. 홈페이지 운영상 애로사항

구 분	빈도(명)	비율(%)	비고
홈페이지 운영시스템의 기능 불편 및 제약	6	5.8	
홈페이지 운영 관리의 기술적·전문적 지식 부족	46	44.2	
홈페이지 고객 관리	4	3.8	
농산물 주문·배송 관리	3	2.9	
홈페이지의 대외 홍보 및 광고 활동	45	43.3	
계	104	100	

농업인의 연간 홈페이지 광고비용에 대한 응답결과는 표 5와 같다. 응답자 69명중 연간 광고비용이 10~50만원 사이가 24.6%로 가장 많았으며 50~100만원 사이가 21.7%를 차지하였다. 23.2%는 홈페이지 광고 비용이 없거나, 10만원 미만이 18.8%로 전체 42.0%정도 차지하였는데 이는 홈페이지를 통한 매출이 이루어지지 않은 농가의 경우 광고효과에 대한 불확실성과 광고비의 부담 때문인 것으로 사료된다.

표 5. 연간 홈페이지 광고비용

구 분	빈도(명)	비율(%)	비고
없다	16	23.2	
10만원 미만	13	18.8	
10만원 이상 ~ 50만원 미만	17	24.6	
50만원 이상 ~ 100만원 미만	15	21.7	
100만원 이상 ~ 500만원 미만	6	8.7	
500만원 이상	2	2.9	
계	69	100	

한편 광고와 달리 비용지출이 없는 홈페이지 홍보를 위한 활동 장소에 대한 응답결과는 표 6과 같다. 응답자 104명 중 지인 또는 고객 등을 통한 입소문 홍보가 43%로 가장 높게 나타났으며 카페, 블로그 및 미니홈페이지 등 커뮤니티 홈페이지 활동이 18.3% 였으며 홍보 활동이 없다는 응답도 28.0%로 비교적 높게 나타났다.

표 6. 홈페이지 홍보를 위한 활동 장소

구 분	빈도(명)	비율(%)	비고
없다	26	28.0	
지인 또는 고객 등을 통한 입소문	40	43.0	
TV, 라디오 등 공중파 매체의 프로그램 출연	3	3.2	
신문, 잡지 등 언론 매체의 기사보도	1	1.1	
인터넷 포털사이트, 신문등의 1면 기사 노출	6	6.5	
카페, 블로그 및 미니홈페이지 등 커뮤니티 홈페이지 활동	17	18.3	
계	104	100	

홈페이지 운영 지원 관련 농업기술원의 역할에 대한 응답결과는 표 7과 같다.

응답자 101명중 농업인 홈페이지 운영활성화를 위한 대외 홍보 지원이 33.7%로 가장 높았으며 전자상거래 운영활성화를 위한 전반적인 컨설팅 지원이 29.7%를 차지하였다. 이러한 결과는 표 4의 결과에서 홈페이지 운영 애로사항과 같은 맥락으로 해석되었다.

표 7. 홈페이지 운영 지원 관련 농업기술원의 역할

구 분	빈도(명)	비율(%)	비고
없다.	4	4.0	
홈페이지 운영과 관련 기술적 지원	18	17.8	
전자상거래 유통, 마케팅 등 정보화 교육 지원	12	11.9	
농업인 홈페이지 운영활성화를 위한 대외 홍보 지원	34	33.7	
전자상거래 운영활성화를 위한 전반적인 컨설팅 지원	30	29.7	
전자상거래 관련 영농정보 제공 지원	3	3.0	
계	101	100	

한편 농업인 홍보 및 커뮤니티 활성화를 위해 개발 보급할 예정인 농업인 전용 포털사이트의 공간 필요성 및 농업인 전용 블로그 활용 의사에 대한 응답결과는 표 8과 같다. 응답자 108명중 94.4%가 각각 포털사이트의 필요성과 블로그를 활용 할 필요가 있다고 응답하였다.

표 8. 농업인 전용 포털사이트의 공간 필요성 및 농업인 전용 블로그 활용 의사

구 분	포털사이트의 필요성		블로그 활용의사		비고
	빈도(명)	비율(%)	빈도(명)	비율(%)	
있다	102	94.4	102	94.4	
없다	6	5.6	6	5.6	
계	108	100	108	100	

향후 개발하여 운영할 예정인 농업인 전용 포털사이트의 형태에 대한 방향성에 대한 질문에 대한 응답은 표 9와 같다. 응답자 100명중 쇼핑몰 형 49.0%, 카페형 27.0%, 블로그형 16.0%, 미니홈페이지형 8.0% 순으로 나타났다.

표 9. 농업인 전용 포털사이트의 형태

구 분	빈도(명)	비율(%)	비고
블로그 형	16	16.0	
카페 형	27	27.0	
미니홈페이지 형	8	8.0	
쇼핑몰 형	49	49.0	
계	100	100	

2) 농터사이트 개발 운영

홈페이지 운영 농업인의 활성화를 위하여 설문조사 결과를 반영하여 우리원에서 개발 운영해 오고 있는 농업인 지원 사이트 등을 통합하여 다음과 같이 전자상거래 농업인 홈페이지 홍보 및 커뮤니티 강화형 포털 사이트의 개발을 추진하였다.

◦ 개발 목표('07 수립)

- 기존 개발된 농업인 지원 홈페이지(컨설팅홈페이지 등 15개소) 통합 관리
- 신규 블로그 홈페이지 연계를 통한 농업인 참여 커뮤니티 형성
- 정보공유, 농산품 홍보 및 전자상거래 농업인 홈페이지 홍보 극대화

◦ 추진상황 ('08 개발과제)

- 실명인증 : 회원정책 수립 및 홈페이지 개발완료 후 적용
- 개인정보보안 : 실명인증 적용으로 개인정보 최소화(회원정책)
 - ※ 회원운영정책에 따른 통합관리솔루션내 프로그램 보완
- 서버환경개선 : '09년 예산반영 (웹서버 1대, 백업서버 1대 구입 예정)
- 솔루션 보완 : 통합관리솔루션 원-매니저 기능보강,
 - 홍보쇼핑몰 등 기타 서비스 홈페이지들과 DB연동
- 홍보지원 : 농터사이트(farmlworld.kr)의 대외 홍보 자체예산 반영

◦ 농터 서비스 연계 시스템 구성 계획도 (그림 1)



그림 1.

(07)

농업인 포털사이트는 ‘농업인의 터 또는 농업인의 쉼터’란 의미로 “농터”라 명명하였으며 농업인이 사이트 접근시 주소를 쉽게 기억하고 입력할 수 있도록 2단계 도메인을 적용하였으며 도메인명을 “farmworld.kr” 또는 ”농터.kr”로 명명하였다

- 사이트명 : 농터(농업인의 터 또는 농업인의 쉼터의 뜻으로 농업인 포털사이트의 의미)
- 접속주소 : http://farmworld.kr(2단계 도메인 적용), 농터.kr

표 10와 그림 2는 농터사이트로 통합되어 연계될 URL 적용 사이트의 DB 연계 내용이다. 농터 사이트의 핵심은 ‘07년도에 개발한 블로그 시스템인 팜로그(blog.farmworld.kr)를 통하여 농업인 참여형 정보 창출이 이루어진다는 점이다. 농업인이 개인 블로그인 팜로그를 개설 운영하면서 정보를 창출 또는 공유를 함으로써 홈페이지 운영에 대한 자연스런 지식을 습득

할 수 있도록 하였으며, 또한 팜로그에 농업인이 상품을 등록 홍보할 수 있는 기능이 있으며 이는 농산물 홍보관(shop.farmworld.kr)으로 연계되어 농업인 상품을 대외적으로 홍보할 수 있는 기능으로 연계되도록 구현하였다.

표 10. 사이트 별 농터사이트와의 DB 연계 내용

사이트	농터 연계 내용	비고
팜로그 (blog.farmworld.kr)	<ul style="list-style-type: none"> - 회원 가입 및 로그인 - 상품, 팜스토리, 포스트 등 ※ 상품등록은 농산물홍보 쇼핑몰과도 DB연계 	※ 우수농업인 농터 메인 노출
전자상거래컨설팅지원 (con.farmworld.kr)	<ul style="list-style-type: none"> - 회원 가입 및 로그인 - 공지사항 등 새로운 지원소식 	※ 무료게시판 → One-manager 솔루션 통합관리
품목별연구모임 (unit.farmworld.kr)	<ul style="list-style-type: none"> - 회원가입 및 로그인 - 각 연구모임별(7개소) 업데이트 내용 	※ 2차 도메인 사용
농산물홍보관 (shop.farmworld.kr)	<ul style="list-style-type: none"> - 회원가입 및 로그인 - 팜로그 등록 농산물 상품 등록 정렬 및 검색 기능 - 각 상품은 해당 농업인 전자결재 홈페이지 연계 	※ 기존솔루션→ One-manager 솔루션 통합관리 ※ 2차 도메인 사용
농업기술정보 (agri.farmworld.kr)	<ul style="list-style-type: none"> - 농업기술원 홈페이지내 기관소식, 영농기술, 재배기술 정보 	
기타	<ul style="list-style-type: none"> - 녹색관광 홈페이지 플래쉬 제작 시군별, 마을별, 테마별 링크 	

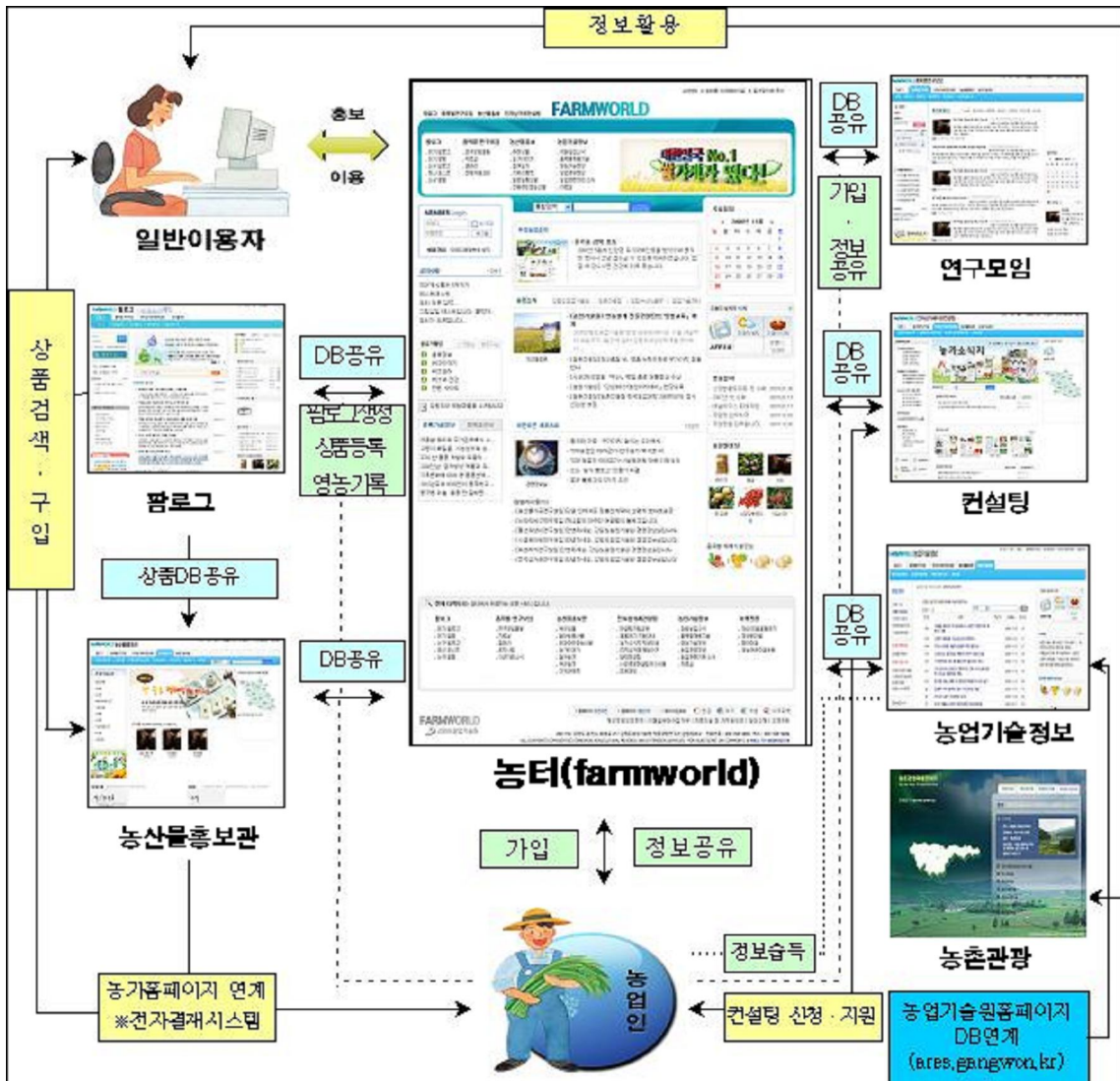


그림 2. DB 연계 및 구성도

한편 농터 포털사이트의 메인화면은 그림 3과 같은데 메이저 포털사이트에서 기존에 널리 쓰이고 있는 방식으로 화면구성을 하였으며, 농업기술원 홈페이지와 연계된 정보의 제공 및 농업인이 팜로그를 통해 작성된 정보 등이 화면에 노출되도록 구현하였다. 또한 농업인들이 직접 팜로그를 통해 등록한 상품정보를 팜로그 소비자가 쉽게 접근할 수 있도록 하였으며 소비자는 메인에 노출된 상품을 통해 농산물 홍보관(shop.farmworld.kr)로 접근 전체 상품을 검색할 수 있으며, 또한 농업인 개인 블로그인 팜로그를 통해 농업인에 대한 정보와 농업인이 운영하고 있는 전자결제시스템이 있는 개인 홈페이지로 이동할 수 있도록 하였다. 특히 팜로그는 개인 홈페이지가 없는 농업인들도 직접 개설하여 운영할 수 있기 때문에 일반 농업인에게도 전자상거래의 기회를 넓힐 수 있다는 장점이 있다.

농터로고	농터 메인(이벤트 광고판) 콘텐츠 메뉴					팜로그로고										
	팜로그	연구모임	컨설팅	쇼핑몰	녹색관광		자유게시판									
회원가입 및 로그인영역	농장명 : 연락처 : 홈페이지 : http://..... 상 품 : 농가소개 : ○○농원은..... (우수활동농업인 전면광고 홍보 또는 이벤트 공간)					날씨정보										
내팜로그가기						농업기술원(뉴스) 진흥청뉴스 센터 소식 ◦ 금주의 주요 병해충 ◦ 농업인 정보화교육 ◦	◦ Q&A ◦ 팜로그사용 안내 ◦ ◦ ◦ ◦									
공지사항영역 ◦ 시스템상황 ◦ 팜로그공지 ◦ 연구모임공지 ◦ 컨설팅공지 ◦ 쇼핑몰공지 ◦ 녹색관광공지																
금주의농산물	팜로그 포스트 연구모임포스트 ◦ 팜로그 포스트 ◦ 오늘 토마토를 심었어요 ◦ ◦					상품 체험 상품 상품 이미지 이미지 상품 상품 이미지 이미지 2×2 단										
◦ ○○농장 상품이미지	영농일기 포스트(팜로그 갤러리 포스트) 사진이미지 사진이미지 사진이미지 사진이미지					배너광장 농업기술원 										
농산물가격정보 <table border="1"> <tr><td>농산물</td><td>가격</td></tr> <tr><td>배추</td><td>1000원</td></tr> <tr><td>무</td><td>1200원</td></tr> <tr><td>옥수수</td><td>10000원</td></tr> <tr><td>감자</td><td>12000원</td></tr> </table>	농산물	가격	배추	1000원	무	1200원	옥수수	10000원	감자	12000원	전자상거래 정보 영농기술 ◦ 농산물 통신판매..... ◦ 택배배송은..... ◦ 홈페이지 고객관리.....					
농산물	가격															
배추	1000원															
무	1200원															
옥수수	10000원															
감자	12000원															
바로가기 콘텐츠 정리 팜로그, 포토갤러리, 농업뉴스, 전자상거래, 연구모임, 녹색관광 등																
기술원로고	저작권, 개인정보정책 등															

그림 3. 농터 사이트 메인 페이지 구성

FARMWORLD

팜로그

- 인기 팜로그
- 인기 열매
- 신규 팜로그
- 최신 포스트
- 신규 열매

품목별 연구모임

- 연구모임활동
- 자료실
- 갤러리
- 전체카테고리

농산물정보

- 수련산물
- 농가이미지
- 협매농가
- 기획이벤트
- 일반농특산물
- 친환경인증농산물

농업기술정보

- 강원농업소식
- 품목영재배기술
- 영농기술정보
- 농업경영정보
- 농업관련기관 소식
- 자료실



MEMBER Login

아이디 ID 저장

비밀번호 로그인

회원가입 | 아이디비밀번호 찾기

로그인

주요일정

« 2008년 11월 »

일	월	화	수	목	금	토	일
							1
2	3	4	5	6	7	8	
9	10	11	12	13	14	15	
16	17	18	19	20	21	22	
23	24	25	26	27	28	29	
30							

우리농장소개

유기농 삼색 포도
2001년 5월에 친환경 유기패배인증을 받았으며 농지만 있어서 그날 잡수실 수 있도록 재배하였습니다. 겉질 채 잡수시면 건강에 더욱 좋습니다.

농업소식 | 강원도농업기술원 | 농촌진흥청 | 농림수산식품부 | 농업기술센터

· [농업기술원] 영농설계 전문컨설턴트 양성교육 개최
2009강원도 농업기술원(원장 김승훈)에서는 11월 24일부터 26일까지 3일간에 걸쳐 강원도여성정책개발센터에서 ...

· [농촌진흥청]희고품질 배, 명품 브랜드화로 부가가치 상승한다

· [시군센터]영월 「두산」 백합 품종 대량생산 수상

· [농업기술원] 「강원BEST농업아카데미」 현장교육

· [농촌진흥청]농촌진흥청 한국농업대학 2009년도 정식 산업생 모집

따끈따끈 새소식 | 더보기

· 들국화 가공... 부가가치 높이는 조미료씨

· 역대농업인 따라잡기-한우농가 백식환 씨

· 역대 농업인 따라잡기-시설투자료 재배 이희식씨

· 또는 '농가 블로그' 만들기 비결

· 좋은 블로그의 5가지 조건

원예기술정보 | 병해충정보

겨울철 토마토 무가운재배시 ...
고형지 매질질, 기능성으로 승...
우리 난 품종 개발로 로열티 ...
고려인삼, 입지향상 개발과 유...
기후변화에 따라 품종선택 ...
식이섬유와 비타민이 풍부하고 ...
종구종 마늘, 통통 단 잘하면...

농산물정보

순면모, 쌀, 1112, 참깨, 소양방토마토, 의암사과

품목별 재배기술정보

농업기술정보

전체 지역도리 | 농터에서 제공하는 모든 서비스입니다.

팜로그	품목별 연구모임	농산물정보관	전자상거래컨설팅	농업기술정보	농특관광
· 인기 팜로그 · 인기 열매 · 신규 팜로그 · 최신 포스트 · 신규 열매	· 연구모임활동 · 자료실 · 갤러리 · 공지사항 · 시군지회소식	· 수련산물 · 일반농특산물 · 친환경인증농산물 · 농가이미지 · 협매농가 · 수련농가 · 기획이벤트	· 컨설팅지원교육 · 홈페이지 지원안내 · 농가소식지 지원안내 · 전자상거래 재원수거 · 판매컨설팅 · 시군경영컨설팅우수사례 · 정보마달	· 강원농업소식 · 품목영재배기술 · 영농기술정보 · 농업경영정보 · 농업관련기관 소식 · 자료실	· 도내 마을농어이치 · 정보화마을 · 테마마을 · 새농어촌건설운동

FARMWORLD | 강원도농업기술원

200-150 강원도 춘천시 홍일로 217 강원도농업기술원 작물경영연구과 경영정보실 | 전화번호 : 033-258-9665 팩스 : 033-258-9669

ALL CONTENTS COPYRIGHT(C) GANGWON AGRICULTURAL RESEARCH AND EXTENSION SERVICES. FOR QUESTIONS OR COMMENTS, E-MAIL TO WEBMASTER

그림 4. 농터 사이트 메인화면

농업인 포털사이트인 농터의 사이트 맵은 표 11과 같다. 표 9에서 농업인들이 원하는 형태의 사이트를 최대한 반영하여 농업인 포털사이트 농터를 '07년도 개발한 블로그형 커뮤니티 사이트 팜로그와 '04년부터 개발하여온 품목별 연구모임 홈페이지(7개소)를 카페형 연구모임 사이트로 전환하고, '02년도에 개발 운영해오던 홍보쇼핑몰을 쇼핑몰형 농산물 홍보관으로 전환하여 7개 콘텐츠에 58항목으로 구성하였다.

표. 11 농터 사이트 맵(Site map)

팜로그 (blog.farmworld.kr)	컨설팅 (con.farmworld.kr)	연구모임 (unit.farmworld.kr)	농산물홍보관 (shop.farmworld.kr)
메인페이지	메인페이지	메인페이지	메인페이지
랜덤블로그	컨설팅지원교육	연구모임활동	추천상품
로그인페이지	-컨설팅지원 교육안내	영농기술정보	인기상품
블로그 공지사항	-컨설팅 1:1 교육	새앨범	최신상품
블로그 이벤트	-컨설팅 단체교육	일정안내	농가소식
블로그만들기	-컨설팅 교육자료실	품목별 기술정보	홍보쇼핑몰 공지사항
블로그카테고리	홈페이지지원사업		카테고리별 상품정렬
인기앨범	-지원안내		농장탐방기 게시판
인기블로그	-수정사례		이용가이드
새앨범	-신청하기		짬한 농산물
새블로그	농가소식지지원사업		
새포스트	-지원안내		
최근등록사진포스트	-소식지보기		
우리농장소개	-신청하기		
팜로그리스트	-시안확인		
농장생산물	광역컨설팅		
팜스토리(작업일지)	시군경영컨설팅우수사례		
인기태그	정보마당		
카운터	-컨설팅관련소식 -행사, 교육안내 -공지사항 -시군별농업인 -관련사이트		
고객센터 (help.farmworld.kr)	농업기술정보 (agri.farmworld.kr)	녹색관광 (gtour.farmworld.kr)	
메인페이지	기관별소식	gtour.org ⇒ URL ·업무상 관련정보 수집 애로 ·도내 농촌관광마을 홍보용 플래쉬 홈페이지로 전환 ※ 게시판형 → 플래쉬형	
자주찾는 도움말	-농업기술원		
회원정보-아이디, 비밀번호 찾기, 회원정보 변경	-농촌진흥청		
이용약관	-농림수산식품부		
개인정보 취급방침	-시군농업기술센터		
책임의 한계와 법적고지	영농기술정보		
이메일주소 무단수집거부	-주간농사정보		
고객제안(서비스장애/오류신고)	-원예기술지원정보		
이메일문의	-병해충발생정보		
이용가이드	-가축질병및예방		
공지사항	품목별재배기술정보		
이벤트			

나. 도내 전자상거래 쇼핑몰 운영실태 및 개선방안 연구

1) 쇼핑몰 일반현황 및 운영 현황

시군별 운영 중인 농산물 전자상거래 쇼핑몰의 일반 현황은 표 12와 같다.

개설 연도는 2004~2006년도 사이에 개설 운영하고 있었으며 A 쇼핑몰의 경우 입점 농가는 76농가 판매품목은 200종, 일평균 방문자수는 200여명, 등록회원은 4,185명이었으며 연 매출액이 74,000천원/년 이었다. 조사 쇼핑몰 중 가장 오래된 B 쇼핑몰은 입점농가 25농가, 판매품목수는 150여종, 일평균 방문자수는 100명, 등록회원은 550명으로 연 매출액은 45,000천원이었으며, C 쇼핑몰의 경우 입점 농가 14농가, 판매 품목은 50종, 일평균 방문자수는 20명, 등록회원은 300명으로 연간 매출액은 6,000천원이었다.

표 12. 일반현황('08)

쇼핑몰	개설연도	입점농가수	판매품목수	일평균방문자수	등록회원수	매출액(천원/년)
A	2005	76	200	200	4,185	74,000
B	2004	25	150	100	550	45,000
C	2006	14	50	20	300	6,000

쇼핑몰별 운영방법은 시군별 결성된 연구모임(또는 회)에서 자체적으로 운영하고 있었으며 A쇼핑몰의 경우 쇼핑몰을 해당 농업기술센터에서 전담 관리하고 있었으며 B와 C 쇼핑몰은 농업기술센터와 연구회에서 협의체를 구성하여 전담하여 운영하고 있었다.

쇼핑몰별 관리인원은 각 1명이 전담하여 운영하고 있었으며, 쇼핑몰의 관리·운영에 대한 운영자 교육은 하지 않고 있었다. 쇼핑몰 유지보수 비용은 C 쇼핑몰을 제외하고는 비용 책정하여 관리하고 있었다(표 13).

표 13. 운영현황('08)

쇼핑몰	운영방법	전담부서	관리인원	운영자교육	협의체구성	유지보수비용책정
A	자체	시군센터	1	×	○	○
B	자체	협의체	1	×	○	○
C	자체	협의체	1	×	○	×

일평균 방문자수 및 등록회원수 대비 1인 구매액과 그에 따른 입점농가의 수익을 비교 분석한 결과는 표 14와 같다.

전체 매출액이 74,00천원/년으로 가장 높았던 A 쇼핑몰의 경우 일평균 방문자수 대비 1인 연중 1회 방문시 1,014원의 구매가 발생하는 하는 것으로 나타났으며 반면에 B 쇼핑몰은 연매출액 대비 1인 1회 구매액이 1,233원으로 가장 높았으며 C 쇼핑몰은 821원으로 나타났다. 각각의 쇼핑몰의 등록회원 대비 B 쇼핑몰이 81,818원/1인/년으로 가장 구매액이 높았으며 A쇼핑몰 17,682원, C쇼핑몰 2,000원 순으로 나타났다. 쇼핑몰별 연간 매출액 기

준 농가별 매출액은 B 쇼핑몰이 1,800천원으로 가장 높았으며 A 쇼핑몰은 974천원, C 쇼핑몰은 429천원 순이었다.

표 14. 일평균방문자수, 등록회원수 대비 1인 구매액 및 입점농가 수익 비교

쇼핑몰	전체 매출액 (천원/년)	방문자수 대비 (원/1인/1일/년)	등록회원 대비 (원/1인/년)	농가별 수익 (천원/농가/년)		
				매출액	수수료(%)	수익
A	74,000	1,014	17,682	974	-	-
B	45,000	1,233	81,818	1,800	10	1,620
C	6,000	821	2,000	429	10	386.1

※ B쇼핑몰 : 일평균 5건 발생 - 건당 40,548원(기타 쇼핑몰 구매건수 미제공)

2) 온-오프라인 광고실태

쇼핑몰별 온-오프라인 광고실태는 표 15와 같다.

현재 온-오프라인 광고를 수행하고 있지 않은 C 쇼핑몰을 제외하고 A와 B 쇼핑몰은 온-오프라인 광고를 하고 있었다. A쇼핑몰은 연중 온라인 광고를 실시하고 있는 반면 B 쇼핑몰은 명절과 집중출하기에 한시적 광고를 하고 있었으며 광고종류는 키워드 광고를 실시하고 있었다. 또한 오프라인 광고는 A 쇼핑몰에서 적극 활용하고 있었으며 상대적으로 A쇼핑몰이 온-오프라인 광고에 비용을 적극 지불하고 있었다.

표 15. 쇼핑몰별 온-오프라인 광고실태

쇼핑몰	온라인				오프라인	
	광고기간	광고방법	광고종류	비용(천원/년)	광고종류	비용(천원/년)
A	연중	직접	키워드(cpc) , 블로그	18,000	신문보도, 옥외광고, 지역축제	2,800
B	명절, 집중출하기	대행사위탁	키워드(cpc)	10,000	신문보도	-
C	-	-	-	-	-	-

3) 쇼핑몰별 입점농업인 및 소비자 편의 제공성

쇼핑몰별 운영환경에 대한 조사 결과는 표 16 및 17과 같다

입점 농업인을 위한 편의 제공성은 16표에서 보는 바와 같이 상품주문 형태, 주문방법, 주문내역 농가통보방식, 전문택배업체와의 계약 등은 쇼핑몰 별 대동소이 하였다. 배송비는 B 쇼핑몰을 제외하고는 지원이 없는 것으로 조사되었으며 농가정산은 월 1회 실시하고 있었다.

표 16. 농업인 편의 제공성

쇼핑몰	상품주문 형태	상품주문 방법	주문내역 농가통보방식	배송비 지원	전문택배 업체와 계약	농가정산
A	쇼핑몰+농장 병행	온라인, 전화 팩스, 이메일, 기타	문자, 전화, 팩시밀리	없음	○	-
B	쇼핑몰	온라인, 전화	문자, 전화, 팩시밀리	있음	○	월 1회
C	쇼핑몰	온라인	전화	없음	○	월 1회

쇼핑몰 별 소비자 편의 제공성은 표 17과 같으며 상품정보의 검색기준은 A 쇼핑몰은 품목순, B 쇼핑몰은 가나나 순, C 쇼핑몰은 가나다순, 가격순, 매출액 기준으로 제공하고 있었으며 상품정보의 메인페이지 전시는 A 쇼핑몰은 계절·기획 상품, B 쇼핑몰은 고객만족상품, C 쇼핑몰은 계절·기획·고객만족 상품을 모두 전시하고 있었다. 메인페이지 업데이트는 A와 B 쇼핑몰은 부정기적으로 실시하고 있었으며 C 쇼핑몰의 경우는 월 1회 실시하고 있었다. 주문에 따른 배송추적정보, 리콜규정, 영수증 발행 등을 각 쇼핑몰에서 제공하고 있었으며 세금계산서 발행은 A와 C 쇼핑몰만 실시하고 있었다. 주문에 따른 카드 수수료는 쇼핑몰별 다소 차이가 있었으며 3.2~4.1% 정도 발생하고 있었다.

표 17. 소비자 편의 제공성

쇼핑몰	상품정보			주 문					
	검색기준	메인페이지 상품 전시	메인페이지 업데이트	배송추 적정보	리콜 규정	결제방법	영수증 발행	세금계산 서발행	카드 수수료
A	품목순	계절상품, 기획상품	부정기적	○	○	신용카드, 계좌이체, 무통장입금	○	○	3.2%
B	가나나 순	고객만족 상품	부정기적	○	○	신용카드, 무통장입금	○	×	3.5%
C	가나다순, 가격 순, 매출액기준	계절상품, 기획상품, 고객만족상품	월 1회	○	○	신용카드, 계좌이체, 무통장입금	○	○	4.1%

이상의 결과로 각 쇼핑몰별 문제점 및 개선사항은 표 18과 같다

A 쇼핑몰의 경우 비교적 광고 및 홍보활동을 활발히 하고 있었으나 회원수 대비 매출규모가 미흡한 것으로 판단된다. 따라서 매출액을 증가시키기 위해서 다양한 이벤트 등을 통하여 쇼핑몰의 신뢰 구축으로 충성고객의 확보가 필요한 것으로 사료된다

B 쇼핑몰의 경우 비교적 안정적 운영상태이나 입점농가 대비 매출규모가 미흡한 것으로 나타났다. 따라서 지속적 홍보활동 강화로 쇼핑몰 가입 회원수 확보와 충성고객의 구매량의 증가를 위해 노력할 필요가 있었다.

C 쇼핑몰의 경우 홍보부족으로 인한 회원수 부족 등으로 전반적인 쇼핑몰 운영실적이 저조하였다. 따라서 우수 쇼핑몰의 벤치마킹이 필요하고 홈페이지 유지보수관리를 철저히 함과 아울러 홍보 및 광고 활동 강화로 고객 확보가 우선적으로 필요한 것으로 사료되었다.

표 18. 쇼핑몰의 문제점 및 개선사항

구분	문제점	개선사항
A	- 비교적 광고 및 홍보활동을 가장 활발히 하고 있으나 회원수 대비 매출규모 미흡	- 다양한 이벤트 등 쇼핑몰의 신뢰 구축으로 충성고객 확보 필요
B	- 비교적 안정적 운영상태이나 입점농가 대비 매출규모 미흡	- 지속적 홍보활동 강화로 회원확보 및 충성고객의 구매량 증가 필요
C	- 홍보부족으로 인한 회원수 부족 등으로 전반적인 쇼핑몰 운영실적 저조	- 우수 쇼핑몰 벤치마킹 필요 - 홈페이지 유지보수관리 철저 - 홍보 및 광고 활동 강화로 고객 확보

4. 적 요

- 강원도내 전자상거래 홈페이지 운영 농업인의 운영활성화를 위하여 본 연구를 수행한 결과,
 - 자체조사 결과 2008년 도내 전자상거래 홈페이지 운영농업인은 752개소로 전국 8,347개소 대비 9.0% 수준이었다
 - 도내 운영홈페이지 대비 평균 운영활성화 비율은 63%였으며, 황성이 77%로 가장 활발히 운영되고 있었다.
- 홈페이지 운영 농업인 270명을 대상으로 회수된 112명의 설문조사를 실시한 결과,
 - 홈페이지 운영목적은 농산물 판매라는 응답이 70.4%로 가장 높았으며 다음으로는 농장 홍보 또는 광고 라는 응답이 23.5% 순이었다.
 - 홈페이지 운영상 애로사항에 대한 질문의 응답결과는 홈페이지 운영관리의 기술적·전문적 지식 부족 44.2%, 홈페이지의 대외 홍보 및 광고 활동 43.3%였다
 - 연간 홈페이지 광고비용은 10만원 이상 ~ 50만원 미만의 응답결과가 24.6%였으며, 없다 라는 응답이 23.2%, 50만원 이상 ~ 100만원 미만이 21.7% 순으로 높았다.
 - 홈페이지 홍보를 위한 활동장소에 대한 질문의 응답은 지인 또는 고객 등을 통한 입소문은 43.0%가 응답하였다.
 - 홈페이지 운영 지원 관련해서 농업기술원의 역할에 대한 응답은 농업인 홈페이지 운영 활성화를 위한 대외 홍보 지원 33.7%, 전자상거래 운영활성화를 위한 전반적인 컨설팅 지원이 29.7%로 순이었다.
 - 농업인 전용 포털사이트의 공간 필요성 및 농업인 전용 블로그 활용 의사에 대한 질문 응답은 공히 94.4%였다.
 - 또한 농업인 전용 포털사이트의 형태는 쇼핑몰형 49.0%, 카페형 27.0%, 블로그형 16.0%, 미니홈페이지형 8.0%으로 쇼핑몰형을 선호하는 경향이였다.
- 농업인 홍보 및 정보공유를 위한 포털사이트 “농터” 개발은
 - 기존 개발된 농업인 지원 홈페이지(팜로그 등 15개소)를 통합관리하고
 - 블로그 홈페이지(팜로그)를 연계하여 농업인 참여 커뮤니티를 형성, 정보공유 및 농산물

홍보 등을 목적으로 하였다

◦ 쇼핑몰 운영실태에 따른 개선방안은

- 쇼핑몰별 매출규모는 입점농가 대비 비교적 낮은 편이었다
- 방문객 및 회원수 대비 평균 구매액이 낮아 충성고객 확보가 필요하였다
- 홍보 및 광고활동을 통한 회원확보와 쇼핑몰의 신뢰감 구축으로 충성고객 확보가 필요할 것으로 판단되었다.

5. 인용문헌

이택선, 최영찬. 2004. 농산물 전자상거래의 고객만족도 측정. 한국농촌지도학회지 11(1):125~137
 최영만. 2004. 농산물 전자상거래 활성화 방안에 관한 연구. 농업경영정책연구 31(4):550~ 567.

6. 연구결과 활용

연도(연차)	활용구분	제 목
2004	영농활용	◦품목별 연구모임 운영 활성화 및 정보교류를 위한 홈페이지 개발(중앙, 자체)
2005	기초자료	◦전자상거래 연구모임 홈페이지 개발
2007	영농활용	◦농업인 참여 블로그를 연계한 통합 사이트 개발 운영으로 정보교류 촉진 및 홍보 강화(자체)
2008	영농활용	◦농업인 전용 포털사이트 「농터」를 통한 농산물 홍보
	시책건의	◦농업인 전용 포털사이트 「농터」홍보시스템 지원

7. 연구원 편성

구분	소속	직급	성명	수행업무	참여년도				
					04	05	06	07	08
책임 연구자	작물경영연구과 경영정보실	농업 연구사	모영문	세부과제 총괄	○	○	○	○	○
공동 연구자	"	농업 연구사	한중수	연구과제방향 제시	○	○	○	○	○
공동 연구자	"	농업 연구사	김용복	연구 데이터 분석			○	○	○
공동 연구자	"	농업 연구사	사종구	연구과제방향 제시	○	○	○	○	○
연구 보조원	"	계약직	안옥희	연구모임홈페이지 및 팜로그, 농터사이트 개발	○	○	○	○	○
연구 보조원	"	계약직	김희진	연구모임홈페이지 및 농터 사이트 개발	○	○	○	○	○
연구 보조원	"	계약직	최희숙	데이터 정리 및 통계분석				○	○

[부록 1]

전자상거래 홈페이지 운영 농업인 의견 설문서

안녕하십니까?

강원도농업기술원 작물경영연구과 경영정보연구실에 근무하고 있는 지방농업연구사 모영문 이라고 합니다.

본 설문지는

농림부(아피스), 농진청(하이팜) 또는 시군농업기술센터로부터 지원받았거나 자체제작 홈페이지를 운영하고 계신 분들께 발송되었습니다.

‘08년 현재 우리도의 홈페이지 운영 농업인은 272여 개소로 홈페이지 운영을 잘하고 있으신 분들도 계시지만 대부분 홈페이지 개발로만 끝친 분들도 계시는 거로 알고 있기에 이러한 원인에 대한 요인을 분석하고 전자상거래 농업인 홈페이지 운영활성화를 위한 방안을 모색하고자 설문을 드리오니 바쁘시더라도 아래의 문답에 평소 느끼시고 생각하신 바를 성실히 답변 해주시기를 부탁드립니다.

본 설문지의 작성이 끝나신 분들은

동봉된 봉투와 우표를 이용하여 7일 이내로 반송해주시면 대단히 감사하겠습니다.

※ 문의처 : 강원도농업기술원 작물경영연구과 경영정보연구실

Tel : 033)258-9663

FAX : 033)258-9669

2008년 월

강원도농업기술원

※ 귀하께서 입력하신 정보는 개인정보가 들어가 있지 않아 비밀보장이 엄수되며 무기명으로 통계처리 되오니 성실히 답변해주시기 바랍니다
(반드시 가장 가까운 1개 항목에 V표로 응답해 주시기 바랍니다).

I. 영농기본 사항

1. 귀하의 영농형태는 무엇입니까?
 - ① 논농사 위주
 - ② 밭농사 위주
 - ③ 시설재배 위주
 - ④ 축산 위주
 - ⑤ 복합영농

2. 귀하의 영농작목 중 가장 비중이 높은 작목은 무엇입니까?
 - ① 쌀
 - ② 잡곡류(옥수수, 콩 등)
 - ③ 서 류(감자, 고구마 등)
 - ④ 채소류(배추, 무, 고추, 파프리카 등)
 - ⑤ 과채류(딸기, 토마토, 오이, 호박, 수박 등)
 - ⑥ 과수류(사과, 배, 포도, 복숭아 등)
 - ⑦ 화훼류(백합, 장미, 허브 등)
 - ⑧ 특·약용류(참깨, 들깨, 인삼, 당귀 등)
 - ⑨ 산채류(더덕, 도라지, 취나물 등)
 - ⑩ 축산류

3. 귀하의 영농경력은 얼마나 되었습니까?
 - ① 3년 미만
 - ② 3년 이상 ~ 5년 미만
 - ③ 5년 이상 ~ 10년 미만
 - ④ 10년 이상 ~ 15년 미만
 - ⑤ 15년 이상 ~ 20년 미만
 - ⑥ 20년 이상 ~ 25년 미만
 - ⑦ 25년 이상

II. 홈페이지 운영

4. 귀하께서 홈페이지를 제작하시게 된 동기는 무엇입니까?
 - ① 기관에서 제작지원 하기 때문에
 - ② 주변(농가)에서 홈페이지를 제작하기 때문에
 - ③ 주변(지인, 공무원) 등의 권유로

- ④ 생산 농산물을 판매하기 위한 수단이 필요해서
- ⑤ 생산자와 소비자간 유통경로의 단순화(직거래)가 필요해서
- ⑥ 정보화 교육 등에 의한 새로운 지식 습득으로
- ⑦ 농가 및 농산물을 대외 홍보하기 위한 수단이 필요해서

5. 귀하의 홈페이지 운영 목적은 무엇입니까? (1개 선택)

- ① 농장 홍보 또는 광고
- ② 농산물 판매
- ③ 고객 관리
- ④ 영농정보 공유

6. 귀하께서 운영하시는 홈페이지 내 전자결재시스템이 있습니까?

- ① 있다(☞ 6-1로 이동)
- ② 없다(☞ 6-2로 이동)

6-1. 농산물 구매 소비자가 귀하께 주문하는 가장 많은 방식은 무엇입니까?

- ① 전자결재시스템 주문
- ② 전화 주문
- ③ 이메일 주문
- ④ 홈페이지 게시판 주문

6-2. 농산물 구매 소비자가 귀하께 주문하는 가장 많은 방식은 무엇입니까?

- ① 전화 주문
- ② 이메일 주문
- ③ 홈페이지 게시판 주문

7. 귀하께서 운영하고 있는 홈페이지의 현재 운영 상태는 어떠하십니까?

- ① 개발만 하고 전혀 관리를 못하고 있다.
- ② 개발 후 현재까지 고객들과 활발히 교류하며 잘 사용하고 있다.
- ③ 개발 후 현재까지 운영하고 있으나 고객들과 교류는 적다

8. 귀하께서 운영하는 홈페이지의 광고를 위한 주된 장소는 어디입니까?

(광고 : 대형업체에게 비용 지불한 경우)

- ① 없다 (없다를 선택하신 분은 **9번 문항**으로 가세요)
- ② 인터넷 포털사이트(검색어 또는 배너 광고)
- ③ TV, 라디오 등 공중파 방송매체
- ④ 신문, 잡지 등 언론 매체
- ⑤ 버스, 건물 등 옥외광고
- ⑥ 명함, 전단지 등 인쇄물

8-1. 위 항목에서 선택하신 곳 중 귀하께서 운영하는 홈페이지의 연간 광고비용은 얼마입니까?

- ① 없다.
- ② 10만원 미만
- ③ 10만원 이상 ~ 50만원 미만
- ④ 50만원 이상 ~ 100만원 미만
- ⑤ 100만원 이상 ~ 500만원 미만
- ⑥ 500만원 이상

8-2. 위 항목에서 선택하신 곳 중 귀하께서 운영하는 홈페이지는 최근 3년 평균 몇 회 광고를 하셨습니까?

- ① 없다.
- ② 10회 미만
- ③ 10회 이상 ~ 20회 미만
- ④ 20회 이상 ~ 50회 미만
- ⑤ 50회 이상 ~ 100회 미만
- ⑥ 100회 이상

9. 귀하께서 운영하는 홈페이지의 홍보를 위한 활동 장소는 어디입니까?

(홍보 : 비용지불이 필요하지 않은 경우)

- ① 없다.
- ② 지인 또는 고객 등을 통한 입소문
- ③ TV, 라디오 등 공중파 매체의 프로그램 출연
- ④ 신문, 잡지 등 언론 매체의 기사보도
- ⑤ 인터넷 포털사이트, 신문 등의 1면 기사 노출
- ⑥ 카페, 블로그 및 미니홈페이지 등 커뮤니티 홈페이지 활동

10. 귀하께서는 전자상거래 홈페이지를 운영하시면서 느끼신 가장 큰 애로사항이 무엇입니까?

- ① 홈페이지 운영시스템의 기능 불편 및 제약
- ② 홈페이지 운영 관리의 기술적·전문적 지식 부족
- ③ 홈페이지 고객 관리
- ④ 농산물 주문·배송 관리
- ⑤ 홈페이지의 대외 홍보 및 광고 활동

III. 정보활동 등

11. 귀하께서 직접 개설 운영하고 있는 인터넷 활동 공간은 무엇입니까?

- ① 없다 (없다를 선택하신 분은 12번 항목으로 가세요)
- ② 블로그
- ③ 미니홈페이지
- ④ 카페
- ⑤ 위 2, 3, 4 항목 중 2개 이상

11-1. 위 11번 항목에서 활동공간이 있다면 1주일간 정보 제공건수는 몇 건입니까?

- ① 없다
- ② 5건 미만
- ③ 5건 이상 ~ 10건 미만
- ④ 10건 이상 ~ 20건 미만
- ⑤ 20건 이상

11-2. 위 11번 항목의 귀하께서 운영하시는 인터넷 활동 공간의 주된 정보제공 방식은 무엇입니까?

- ① 직접 작성 게시
- ② 타 사이트 게시물 스크랩
- ③ 위 1, 2번 항목 둘 다 병행

11-3. 위 11번 항목에서 인터넷 활동공간의 개설 운영의 주된 목적은 무엇입니까?

- ① 농장 및 상품 홍보
- ② 개인 관심사 등 게시
- ③ 영농정보(영농일기 등) 공유
- ④ 고객과의 커뮤니케이션 강화
- ⑤ 동호회, 모임 등의 활동

12. 귀하의 홈페이지 운영과 관련 가장 필요한 농업기술원의 역할은 무엇입니까?

- ① 없다
- ② 홈페이지 운영과 관련 기술적 지원
- ③ 전자상거래 유통, 마케팅 등 정보화 교육 지원
- ④ 농업인 홈페이지 운영활성화를 위한 대외 홍보 지원
- ⑤ 전자상거래 운영활성화를 위한 전반적인 컨설팅 지원
- ⑥ 전자상거래 관련 영농정보 제공 지원

13. 농업인들께서 홍보를 할 수 있고 정보를 쉽게 공유할 수 있는 농업인 전용 포털 사이트의 공간이 필요하다고 생각하십니까?

- ① 예
- ② 아니오

[부록 2]

도내전자상거래 쇼핑몰 운영실태 및 개선방안 연구 설문서

[쇼핑몰 운영업체용] 안녕하십니까?

농산물전자상거래 활성화로 농가의 신 유통채널 창출과 매출증대로 농가소득을 향상시키고자 농업기술원에서는 농산물쇼핑몰 운영전략 및 온라인 마케팅 활성화방안 연구를 수행하고 있습니다.

본 설문조사는 FTA 협상 등으로 수입농산물이 증가되는 가운데 어려워진 농업여건에서 광역, 기초자치단체 및 농업인이 운영하는 쇼핑몰을 활성화하여 농가 경영개선에 도움을 주고자 실시하고 있으며,

설문의 데이터는 연구목적 이외 타 용도로 사용하지 않음을 밝혀두니 바쁘시더라도 설문에 성심껏 답변하여 주셨으면 감사하겠습니다.

강원도농업기술원

조사자 : 모영문

Tel : 033-258-9663, Fax : 258-9669

농가설문 사례품 수령증

품 명 :

상기물품을 농업경영 연구사업 농가설문 조사 사례품으로 정히 인수함

주 소 :

성 명 : (인)

1. 귀 기관의 농산물 쇼핑몰 현황은?

구 분	내 용	구 분	내 용
쇼핑몰 명		서버규격	①CPU: ②Memory: ③HDD:
쇼핑몰 주소		서버보안 프로그램	
쇼핑몰 이름		정보보안 프로그램	
구축시기(년)		결제프로그램	
제공통신속도	Mbps	기 타	
구축방법	① 외주용역(H/W, S/W 통합도입) ② 자체개발(솔루션만 개발)		
서버위치	① 자체전산실 ② IDC센터 ③외주용역업체 ④ 기타()		
웹(Web)호스팅 유무	① 한다 ② 안한다 *호스팅을 하고 있다면 서버용량과 임대료는 ? 서버디스크 임대 용량: Mbyte, 호스팅 비용: 원/월		
년간매출액(천원)		일평균 방문자수(명)	
일평균거래건수	건	일평균거래물량(KG)	
입점농가수(호)		등록 회원수(명)	
거래 품목수(개)		판매상품유형	①농산물 ②가공식품③공산품 ④기타
Off-line과 판매병행여부	①병행 ②병행하지 않음		

2. 담당자(공무원) 현황?

구 분	내 용	구 분	내 용
성 명		쇼핑몰업무 이해정도	①상 ②중 ③하
연락처(HP, Tel)		쇼핑몰 관련교육 이수현황	일/누적일수
소속부서		농업농촌의 이해정도	①상 ②중 ③하
직급		담당업무경력(년)	
쇼핑몰운영업무비율(%)	5 %(쇼핑몰운영/전체업무)		
업무와 관련된 자격증 보유실태는?			

3. 쇼핑몰 구축 및 운영비용 현황?

구분		내용			
구축비용(천원)	H/W(서버)	S/W			부대비용
		솔루션 구입	컨텐츠 제작	계	
□ 유지보수 내역	<p>○ 연간 유지보수 비용 : 천원</p> <p>○ 유지보수 비용이 독립예산으로 책정 되었다(① 있다 ② 없다)</p> <p>○ 예산집행 방법은? ①통합집행(용역) ②사안별 개별집행</p> <p>○ 웹 호스팅 할 경우 예산을 별도 집행하는가?(① 한다 ② 안한다)</p>				
	<p>○ 예산과목이 H/W, S/W 유지보수로 분리되었는가?</p> <p>① 분리됨 ②분리되지 않음</p>				
	<p>- 분리되었다면 H/W, S/W별 유지보수 비용은 ?</p> <p>H/W: 천원, S/W: 천원</p>				
운영 비용	계				
	통신비(년)	천원, 통신회사: ①정부망 ②KT ③DACOM ④기타			
	도메인비용	보유도메인: 개, (천원)	소모품 교체비(천원)		
	인건비	명, 천원	입점농가 교육비(천원)		
	광고홍보비	회, 천원	기타 운영비 (천원)		
	오프라인행사비				
	기타				

※ 인건비는 쇼핑몰운영을 위해 기관에서 비정규직으로 채용한 인원(외주업체인원은 제외)

4. 쇼핑몰 운영방법은 ?

구 분	내 용
운영방법	① 위탁운영 ② 자체운영
위탁운영	<p>○ 위탁운영 한다면 유지보수 업체의 근무형태는? ①원격관리, ②상주인력배치, ③정기적 방문점검 ④병행()</p> <p>○ 위탁운영의 경우 상주인력배치 조건은 ? ①상주인원: 명, ②월간 방문횟수 : 회</p> <p>○ 위탁운영 업체의 기술자 보유인력에 제한 조건은 ? ① 중급기술자이상의 PM: 명 ②초급기술자: 명 ③제한없음</p> <p>○ 위탁운영 업체의 기술자 보유인력 현황은 ? ①상품기획(MD) 명 ②프로그래머 명 ③웹 디자이너 명 ④ 웹 마스터 명</p>
자체운영	<p>○ 전담부서 :</p> <p>○ 전담배정인원 ①일반직 명, ②전산직 명, ③일용직 명</p>

5. 업그레이드 비용 현황은?

(단위 : 천원)

구 분	도입연도	1차 갱신			2차 갱신		
		년도	내역	비용	년도	내역	비용
서버(H/W)							
컨텐츠 보완							
소프트웨어							
-정보보안 프로그램							
-결제프로그램							
-기타							
회선							

※ 유지보수비용으로 구입설치 및 컨텐츠 보완은 제외

6. 쇼핑몰 구축 동기의 우선순위를 10점 만점형태로 표시하여 주시기 바랍니다 ?

구 분	우선순위(0~10)										
①지역 농산물 판매개척	0	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦	⑧	⑨	⑩
②농산물 홍보	0	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦	⑧	⑨	⑩
③판로촉진	0	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦	⑧	⑨	⑩
④농가홍보	0	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦	⑧	⑨	⑩
⑤수익사업	0	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦	⑧	⑨	⑩
⑥기타()	0	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦	⑧	⑨	⑩

7. 쇼핑몰에 등록된 상품의 종류와 수량은? (가급적 DB 자료)

8. 쇼핑몰에 상품의 입점 방법은 ?

- ① 생산자 신청 후 심사 후 등록 ②기초자치단체장 추천 등록 ③운영주체 스스로 상품 발굴
④ 병행가능 표시(①, ②, ③) ⑤기타

9. 쇼핑몰 입점상품에 대한 선정기준의 중요도를 10점 만점형태로 표시하여 주세요?

구 분	중 요 도(0~10)										
①품질()	0	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦	⑧	⑨	⑩
②상품화가능성()	0	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦	⑧	⑨	⑩
③배송용이성()	0	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦	⑧	⑨	⑩
④농가운영능력()	0	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦	⑧	⑨	⑩
⑤가격()	0	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦	⑧	⑨	⑩
⑥상품인지도()	0	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦	⑧	⑨	⑩

9-1. 아래의 우선순위 항목()에 10점 만점형태로 점수를 부여하여 주시기 바랍니다.

구 분	우 선 순 위 기 준 (10점 만점 형태)
품 질	GAP(), 친환경 인증(), 품질인증(), 지자체인증(), 기타()
상 품 화	자체브랜드 보유 유무(), 자체박스보유 유무(), 자체상표등록유무()
배 송	신선도유지(), 파손 및 변질 우려(), 배송가능 농산물(유통기한)()
농가운영능력	정보화수준(), 고객관리능력(), 참여도(), 리더십()
가 격	고가가격(), 저가(), 보통가격()
품 목	가공식품(), 신선농산물(), 과수(), 수산물(), 화훼류(), 공산품(), 식량작물()

※ 자체상표등록 유무는 강원도지사인증 등

14. 쇼핑몰에서 상품주문은 어떻게 이루어지고 있습니까?

- ① 쇼핑몰에서만 주문 ② 쇼핑몰+농장에서 병행 주문가능 ③기타(농가홈페이지)

15. 쇼핑몰에서 상품주문 방법을 모두 표시하여 주세요?

- ① 온라인(쇼핑몰 주문양식) ②전화 ③팩스 ③ 이메일 ④기타 방법

16. 쇼핑몰에서 주문내역 확인과 배송 방법은?

- ① 쇼핑몰 운영자 확인 후 → 개별농가 통보 → 개별농가에서 배송
② 개별농가 직접 확인 → 개별배송

17. 쇼핑몰에서 소비자가 주문한 상품내역을 농가에게 통보하는 기능을 모두 표시하여 주세요 ?

- ①문자로 제공 ②메일로 제공 ③전화통보 ④팩시밀리 ⑤기타 ⑥통보안함

18. 쇼핑몰에서 상품결제 방법은 ?

- 제공하고 있는 결제가능 방법을 모두 표시하여 주시기 바랍니다.
① 신용카드 ② 계좌이체 ③ 가상계좌 ④ 휴대폰 ⑤ 무통장 입금 ⑥ 기타
○ 현금결제에 대하여 거래내역에 대한 영수증을 발행해주고 있습니까?
① 발행해준다 ② 발행 안한다
○ 결제내역에 대한 세금계산서를 발행해주고 있습니까?
① 발행해준다 ② 발행 안한다
○ 카드 결제 시 회사별 수수료 : %

19. 쇼핑몰에서 주문 후 배송방법은?

- ① 집하배송(오프라인매장이나 물류창고 집하 후 배송) ② 개별농가 배송 ③ 병행

20. 쇼핑몰에서 상품의 배송추적 정보를 제공하고 있는가?

- ① 한다 ② 안한다

21. 배송비 지원 내역에 관한 질문입니다 ? (지원기관 :)

- 배송비를 지원합니까? ① 지원한다 ② 지원하지 않는다.
○ 배송비 지원 대상은 ? ① 개별농가 ② 작목반 ③ 기타
○ 배송비를 지원한다면 지원 금액과 기준은 ?
- 총예산액 : 원/년, 농가당 최대 지원액 원/년, 건당 원
○ 지원 시기는 ? ① 작목별 성출하기 ② 년중 ③ 이벤트 기간 ④ 기타
○ 배송비 지원시 구비서류는? ① 배송장 ②배송을 증빙할 수 있는 서류

29. 쇼핑몰의 메인 페이지에서 상품을 전시하는 기준은 무엇인가?(모두표시)

- ①매출액 ②계절상품 ③신규상품 ④가격 ⑤기획상품 ⑥고객만족상품 ⑦기타()

30. 쇼핑몰의 메인 페이지의 업데이트 주기는?

- ①주 1회 ②월 1회 ③ 분기 1회 ④ 반년 1회 ⑤ 부정기적으로(특별상품 주 출하기시)

31. 쇼핑몰 메인페이지에서 제공하는 정보의 종류는?

- ① 약관 ②개인정보보호정책 ③통신판매업신고 ④ 정보제공책임자 ⑤기타

32. 온라인 광고를 실시하였거나 실시하고 있습니까? ① 그렇다 ② 그렇지 않다.

32-1. 온라인 광고를 실시했다면 시기와 비용은?

광고기간	광고방법	광고종류	비용	비 고

※ 광고방법 : ①직접 ②대행사 위탁 ③ 기획사

※ 광고종류: ①키워드(cpc) ② 배너광고 ③ 스폰서 광고 ④블로그 ⑤카페 ⑥UCC ⑦PCC

33. 키워드 검색광고 결과의 쇼핑몰 마케팅 전략에 대한 반영유무는?

구 분	키워드 변경	순서변경	상품배열	인기페이지 전면배치	선호제품에 대한 이벤트 실시	묶음판매	기타
반영							
반영하지않음							

34. 부가가치제공소구형 광고 실시 여부는 ?

구분	마일리지 제공	사은품 제공	묶음판매	특별이벤트	농장체험	기타
실시함						
시 기						
회/년						
비용/회						
실시 않음						

35. 가격혜택소구형 광고 실시 여부는 ?

구분	가격할인	공동구매	상품추천	연중특수전	제품추가	혼합(가격+제품)
실시함						
시기						
회/년						
비용/회						
실시않음						

36. 오프라인에서 쇼핑몰에 대한 광고와 관련된 질문입니다.

광고방법 구분	신문 보도	리후렛	버스나 지하철광고	홍보 책자	소비지 판촉	지역축제(지자 체와 협약)	기타
실시함							
시기							
회/년							
비용/회							
매체(장소)							
실시않음							

37. 쇼핑몰 운영시 이벤트 디스플레이(기획, 히트, 신규 등) 기준은(모두표시)?

- ①계절상품 ②매출액 ③특별수요(명절, 입학식, 어버이날 등)상품 ④기타

38. 오픈 마켓과 제휴했다면 해당업체와 제휴내용을 모두 표시하여 주세요?

(, ,)

- ① 배너교환 ②공동구매 ③수수료인하 ④고객정보교환 ⑤ 수익배당 ⑥기타

39. 오프라인과 연계 판매 방법은?

- ①기업체 방문 ②유관기관 협력 ③소비지 판매촉진 ④ 기타

40. 연차별 Y+1 매출액, 광고비, 품목수, 농가참여수, 품목별 매출액 내역은?

구 분	구축년도	2004	2005	2006
고정비용(구축비, 천원)				
연 유지보수비(천원)				
[운영비]				
교육비				
통신비				
카달로그 제작비				
CPC 광고비				
판촉 행사비				
컨텐츠 개선비				
기 타				
소 계				
매출액(천원)				
방문자수(명)				
회원수(명)				
거래건수(건)				
방문빈도당 매출액(천원)				

41. 최근 2년간 월별 품목별 매출액 실적은? (단위: 천원)

구 분	'06.7	8	9	10	11	12	'07.1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	'08.1	2	3	4	5	6	7	8
식량작물																										
특용작물																										
채소류																										
과일류																										
화훼류																										
축산류																										
버섯																										
잠업																										
가공식품																										
기타																										

42. 농산물전자상거래 활성화를 위한 쇼핑몰운영 개선방안은?

구 분	문제점	개선방안
운영 측면		
판매상품 측면		
농가지도(품질)		
배송 측면		
광고(홍보) 측면		
가격설정 측면		
기타		

※ 설문에 응답하여 주셔서 감사드리며 쇼핑몰 활성화를 위한 귀하의 고견이 있으면 말씀해 주시기 바랍니다.