

03

[2017 상반기 시민사회 지원 작은 연구사업(연구과제) 성과보고회]

충남 농산물 전자상거래 현황과 활성화 방안

서 혜 림 (로컬스토리 미디어협동조합)

충남 농산물 전자상거래 현황과 활성화 방안



1. 연구 배경 및 목적

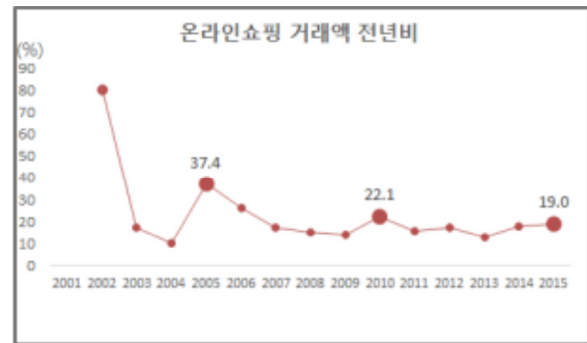
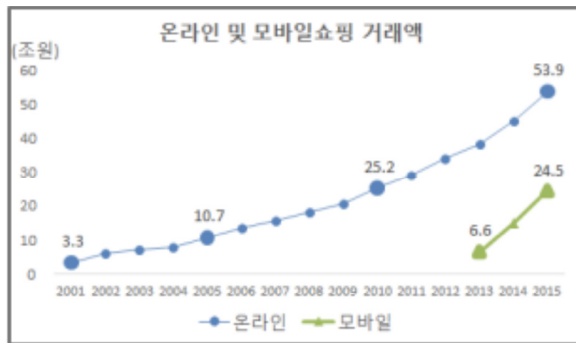
‘충남지역에서 농업에 종사하는
사람들이 어떻게 하면 전자상거래를 이용해
더 높은 소득을 올릴 수 있을까?’

충남 지역 농산물 전자상거래
활성화 방법을 찾아보자.

2. 연구내용

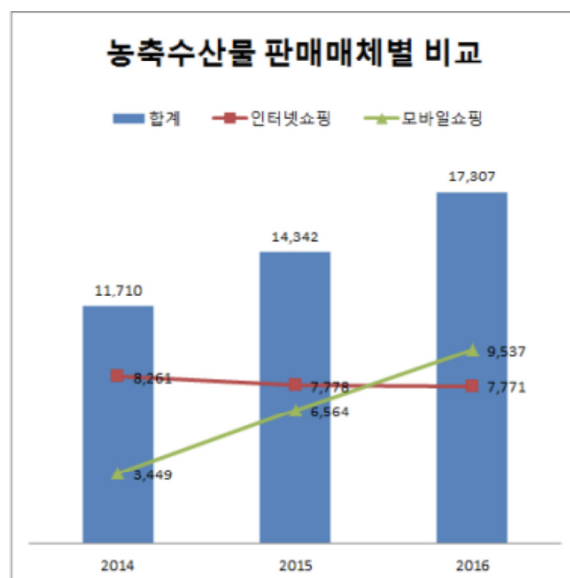
농축수산물 온라인 쇼핑 거래규모

1) 농축수산물 온라인쇼핑 거래 규모

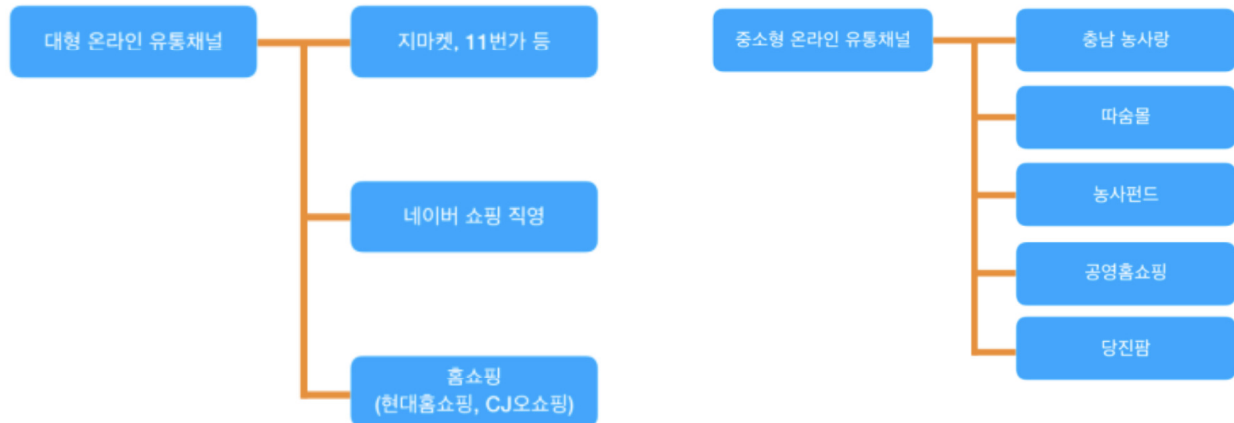




<그래픽 출처 : 통계청 2017년 9월 동향 기준>



2) 농축수산물 관련 온라인 쇼핑몰 현황



(2) 중소형 온라인 유통채널

충남 농사랑
nongsarang.co.kr

충청남도 농축산물 온라인 쇼핑몰로 2016년 11월 현재 (주)상정 이상에서 위탁운영하고 있음

농사랑에 입점한 품목은 육산 등 대형 유통채널을 비롯한 스토어 값 등에 동시에 노출되도록 하고 있음

'농사랑 블로그 마케팅 참여 희망 경영체 모집', '농산물 수출상담회'와 같은 서비스를 제공하는 등 다양한 판촉 행사를 진행하고 있음

농사펀드
farmingfund.co.kr

크라우드펀딩 방식의 농산물 유통 채널

투자자는 농부가 올린 농사계획을 보고 투자하고 이 투자금은 농부의 영농자금에 되어 밭을 지고 고도 농사를 지을 수 있도록 함

따숨몰
ddasummall.co.kr

충청남도 사회적경제 쇼핑몰로 사회적기업을 비롯한 협동조합, 마을기업, 자활기업 등에서 생산한 농축산 가공품을 비롯한 공산물 등을 판매 중

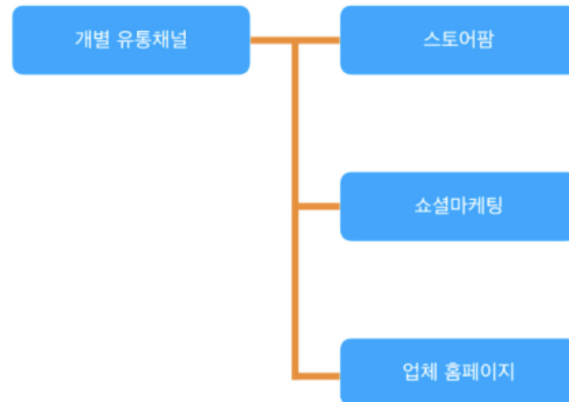
따숨몰 상품을 구매한 공공기관은 운송구매 실적에 포함되며 구매실적 증빙서류 지원서비스를 제공함

공영홈쇼핑
immall.co.kr

공영홈쇼핑 팜송(에이블팜송)에 제품이 노출됨과 동시에 네이버 쇼핑 등에 자동으로 업로드되는 것이 특징

2017년 현재 판매 수수료는 23%로 책정되어 있으며 2018년 4월 부터 20%로 수수료 인하 예정

(2) 개별 유통채널



(2) 개별 유통채널

스토어팜

농장에서 직접 운영하는 경우도 있지만 소규모 유통업체에서 여러 품목을 갖춰놓고 판매하는 경우가 대부분임

네이버페이 결제 시스템과 연동되어 스마트폰 등에서 결제가 용이하며 타 오픈마켓에 비해 상대적으로 수수료가 낮은 편임 (최대 5.85%)

네이버 광고와 연계하여 네이버 포털 상에 노출이 용이함



소셜 마케팅

페이스북, 카카오톡스토리, 네이버밴드 등 소셜채널을 이용하여 소비자들과 직거래를 하는 방식

판매자의 스토리텔링 방법에 따라 매출 실적이 크게 차이가 남

유사한 커뮤니티(페이스북 그룹)가 많아짐에 따라 판매를 위한 절차가 까다로워지는 추세임

생산자가 또 다른 소비자가 되어 서로 물물교환 및 공유경제 개념을 확산하고 있음

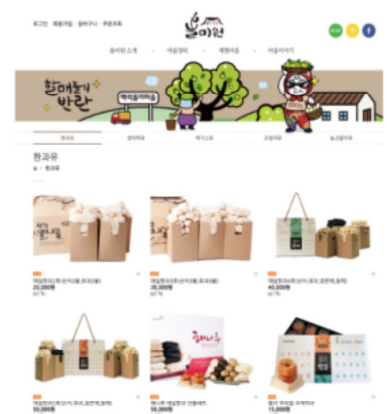
자연스러운 물물교환 후기가 또 다른 소비자 구매하는 동기가 됨



자체 쇼핑몰

카드 수수료 등을 제외하고는 별도의 비용이 들지 않지만 자체 쇼핑몰 노출 및 마케팅을 위한 별도의 광고비가 소요됨.

쇼핑몰을 구축하기 위한 초기자본이 투자되어야 하며 신제품 출시 시 제품 사진촬영 및 상세페이지 제작 등에 추가적인 비용이 소요됨.



3. 연구결과

- 1) 모바일 쇼핑 급격한 증가... 농민, 농업업체 관계자 체감 못해
- 2) 다양해진 온라인 쇼핑 채널... 수수료는 입점 장애
- 3) 늘어나는 콘텐츠 제작 비용
- 4) 온라인 쇼핑에 적합한 상품 개발 부재

4. 향후과제

- 1) 충남 단위 온라인 쇼핑 규모 파악 어려워
- 2) 콘텐츠 제작 중심 온라인 쇼핑 활성화 정책 필요