농산물 인터넷 쇼핑몰 성공 및 제약요인에 관한 연구

Success and Restrain Factors of Internet Shopping Mall of Agricultural Products

최 훈*, 이승현 **

choihoon@dsu.ac.kr, shleemis@daum.net

* 동신대학교 경영학과 부교수, **경영학과 강사

전남 나주시 대호동 동신대학교, 061-330-3665

키워드 : 농산물 인터넷 쇼핑몰, 성공 및 제약요인, 정보통신, 마케팅

- Abstract -

급속한 산업화 과정에서 농촌은 도시에 비해 여러면에서 낙후되고, 소득정체와 인구감소 및 노령화 등으로 침체가 심화되어 농촌의 내부자본이나 정부보조만으로 농촌이 자생력을 갖을 수 없는 상황이 되었다. 또한, WTO 체제 출범과 FTA 협상이후 농산물 수출국으로부터 개방 압력이 높아지고, 농가부채 규모의 증대, 농가소득 정체, 농외소득 성장의 한계가 맞물려 도·농간의 소득격차가 심화되고 있으며, 정부의 가격 지지 축소로 농축산물의 가격 불안이 심화되고 있다. 이런한 상황에서 정보통신의 발달로 유통의 한 축으로 인터넷 쇼핑몰이 도입되었는데, 곧바로 쇼핑몰의 이익 창출로 이어져 급속도로 발전하고 있는데, 농산물 분야도 예외가 아니다. 하지만, 농산물과 농업인의 특성은 기존의 여느 기업체와는 다른 양상을 보이고 있다. 그런데도, 농산물 인터넷 쇼핑몰에 대한 구축과 마케팅 방안은 차별성을 두지 못하고 있는 상황에서 급속도로 성장하다가 운영상의 미비점과 이익의 미발생으로 인해 대다수의 쇼핑몰이 제기능을 발휘하지 못하게 되었다. 따라서, 본 연구에서는 농산물 인터넷 쇼핑몰에 대한 성공 및 제약요인들을 알아보기 위해, 모집단을 전남지역을 대상으로 운영자 집단 51명과 중단자 집단 43명을 설문조사하여, 각 요인을 추출하고 회귀분석을 실시하였다. 성공요인과 제약요인을 통해 농산물 인터넷 쇼핑몰 구축과 운영(마케팅 등)에 대한 정부 및 농업인들의 대처방안을 제안하고자 한다.