

모바일 웹앱 환경에서의 농산물 홍보용 허브 플랫폼 연구

김석훈^{O*}, 김예진*, 김효은*, 박지영*, 안지영*, 연진경*, 이은선*, 이중인**, 임광혁***

^{O*}수원여자대학교 디지털미디어과

** (주)리얼타임테크

***배재대학교 전자상거래학과

e-mail: shkim@swc.ac.kr*, khim@pcu.ac.kr**

A Study of farm produce public relations Hub platform for Mobile WebApp

SeokHun Kim^{O*}, Ye-Jin Kim*, Hyo-Eun Kim*, Ji-Young Park*,

Ji-Young Ahn*, Jin-Kyung Yeon*, Eun-Sun Lee*, Lee Jungin**, KwangHyuk Im***

^{O*}Dept. of Digital Media, Suwon Women's College

**RealTimeTech Co.Ltd

***Dept. of Electronic Commerce, Paichai University

● 요약 ●

본 논문에서는 정보화에 취약한 농가의 약점을 보완할 수 있는 정보포털 시스템을 설계하여 중소규모의 농가 쇼핑몰, 블로그 등을 스토리텔링과 결합하여 온라인으로 홍보가 가능하도록 하였다. 농산물 홍보용 허브 플랫폼은 농가들이 운영하는 수없이 많은 쇼핑몰과 농특산물을 홍보하기 위한 마케팅채널과 직접 자신의 농산물을 소개할 수 있는 채널을 구축하여 소비자와 생산자 실시간 온라인 대화채널 구축을 통한 소통 공간 조성 및 신뢰성을 확보할 수 있다.

키워드: 농산물(farm produce), 웹앱(WebApp), 농산물 쇼핑몰(farm produce shopping malls)

I. 서론

매년 농산물의 사이버 거래액 증가하지만, 그 이익이 1차 생산자에게 돌아가는 비중은 상대적으로 적고, 소비자는 믿을 수 있는 상품이 현저히 적어 재구매가 이루어지는 문제가 발생하고 있다.

그로 인해 농가들의 마케팅 능력 결여로 인한 매출감소를 해소시키고 농가들의 자생력을 키우기 위한 정보제공포털 시스템과 농가들이 운영하는 수없이 많은 쇼핑몰과 농특산물을 홍보하기 위한 마케팅채널과 직접 자신의 농산물을 소개할 수 있는 채널을 구축함으로써 농가들이 비용을 들이지 않고도 인터넷으로 홍보할 수 있는 시스템 필요성이 대두되었다.

또한, 우수 농업인, 우수 농특산물, 고품매 농산물 등을 집중적으로 홍보하여 농업의 우수성을 알리기 위한 대외적 홍보 채널의 필요성이 더욱 대두되고 있다.

본 논문에서는 농산물 생산자들의 시장과 소비자에 대한 인식과 대처 방안을 분석하여 정보화에 취약한 농가의 약점을 보완할 수 있는 정보포털 시스템을 설계하였다.

II. 시스템 설계

2.1 농산물 매출 증대를 위한 연구

농산물 생산자들은 자기 자신만의 유기농산물전문판매장을 개설하고자 하는 의사가 적극적이고, 동시에 인터넷 농산물 쇼핑몰을 통한 직거래 활성화를 갖고 있다.

또한, 농가들은 친환경농산물의 소비촉진을 위하여 개별농가별로는 브랜드화를 가장 적합한 수단으로 간주하고 있고, 친환경농산물 홍보채널을 강력히 원하고 있다[1].

2.2 시스템 설계 환경

본 논문의 농산물 홍보용 허브 플랫폼은 웹 정보포털 시스템 기능이 가능하도록 설계하였다.

그림 1과 같이 우수 농업인 쇼핑몰을 연계하여 허브 시스템에 등록시킨 후 웹페이지에서 모바일 웹 환경으로 연동하도록 하여 소비자들이 우수 농산물을 구매할 수 있도록 설계하였다.

시스템 개발 환경은 농산물 웹 허브 플랫폼은 Apache 서버 환

경에서 PHP와 MySQL을 이용하여 설계하였고, 모바일 허브 플랫폼은 JDK-7u25, android SDK r07, eclipse helios wind32용 개발툴을 사용하여 Android 2.3을 사용하였다.



그림 1. 시스템 환경

2.3 농산물 플랫폼 설계

본 논문에서 설계한 농산물 플랫폼 레이아웃 및 기능은 농산물 클릭 및 추천수를 통한 순위집계와 포인트 적립, SNS 연동 및 SMS 푸쉬 메시지 기능이 가능하도록 그림 2와 같이 설계하였다.



그림 2. 농산물 플랫폼 환경

III. 결론

본 논문에서 설계한 모바일 웹앱 환경에서의 농산물 홍보용 허브 플랫폼은 농산물 사이버 거래 현황에 맞춰 전국 도 및 시,군 단위의 사이버 농업인들의 쇼핑물 홍보채널을 구축할 수 있다.

또한, 농가들이 운영하는 수없이 많은 쇼핑물과 농특산물을 홍보하기 위한 마케팅채널과 직접 자신의 농산물을 소개할 수 있는 채널을 구축함으로써 농가들이 비용을 들이지 않고도 인터넷으로 홍보할 수 있다.

향후 연구방향으로는 농산물의 소비 실태와 생산자의 대응방식을 정확히 분석하여 개별농가의 친환경농산물 브랜드화 홍보 및 오프라인에서 형성된 소비자와의 신뢰 형성 유지를 위한 온라인 농산물 직거래 쇼핑물 구축의 연구가 필요하다.

참고문헌

- [1] Sung-Eun Ohi, "An Analysis on Countermove of its Farmer and Consumption in Environment-friendly agricultural Products," SDPM, Vol. 10, No. 5, pp. 105-116, 2012.
- [2] Gu Ha ra, "Operational status analysis and the activation plan of farm produce shopping malls which management by Farmer," Mokpo University, master's thesis, 2011
- [3] Kyu-Hyung Kim, "A Study on the Current Situation and Problems of Agricultural Products e-Commerce in Korea", International Commerce and Information Review, Vol. 13, No. 1, pp.29-52, 2011
- [4] Zhang, Wei Wei, "A Study on the Activating Strategy of Agricultural E-commerce", Woosuk University, master's thesis, 2011
- [5] Rudal Development Administration, "http://www.rda.go.kr"