

축산물 상거래의 디지털 혁명

월간 식육 발행인 전국창

세계적으로 인터넷 확산 보급의 속도가 점차적으로 증가하고 있다. 모뎀선상의 전화접속 환경에서 벗어나 이제는 고속망(광케이블)을 이용하여 누구나 인터넷을 사용할 수 있는 시대가 온 것이다. 즉, 인터넷을 사용하는 네티즌의 인구가 늘어나는 것은 물론 그 네티즌들의 부흥에 알맞게 인터넷 서비스 시장도 급증하게 되었다.

현재 세계 인터넷 서비스 시장의 규모는 연평균 60% 성장을 보이고 있다. 이러한 인터넷 시장들은 각종 정보를 제공하는 사이트로부터 증권, 오락, 이벤트, 음악, 경매, 인터넷방송 등 그 규모는 엄청날 정도로 급증하고 있는 상태다.

한편, 우리나라 국내 전자상거래 현황을 살펴보면, 일부 선진국에 뒤져있지만 최근 들어 정부와 민간에서 전자상거래 확대를 위한 다양한 활동을 전개중에 있다. 여기서 우리나라 진정한

의미의 인터넷 전자상거래의 시작은 1996년 인터넷에 쇼핑몰(인터넷파크, 롯데인터넷백화점)이 개설된 후부터 시작되었으며, 전자상거래 규모는 아직 미미한 실정이나, 세계적 추세와 마찬가지로 향후 크게 증가할 것으로 전망된다.

이러한 시대적인 움직임에 대하여 우리 축산업도 많은 변화가 일어나고 있다. 이전의 단순한 회사소개 및 축산정보만 제공하고 있는 인터넷 사이트에서 벗어나 이제는 인터넷으로 축산물을 경매할 수 있는 시대가 왔다. 이것은 감히 산업혁명 이후에 있어서 다시 한번 혁명을 만나는 이른바 디지털 혁명이라고 아니할 수 없을 것이다.

2001년 완전 수입쇠고기 개방이 되면...

현재 축산업의 어려운 현실과는 달리 인터넷 보급과 정보통신의 발달로 축산업의 새로운 다크호스로 등장하고 있다. 또한 내년부터 시행되는 수입육 완전 개방을 앞두고 관련업체들 간에 축산물 전자상거래 시장 경쟁이 점점 열기를 띄고 있다.

이처럼 축산업계가 축산물 전자상거래 시장 선점 경쟁에 앞다퉈 나서고 있는 가장 중요한 이유는



연간 약 7조원 규모인 국내 축산물 시장이 시장개방으로 더욱 확대되고 특히, 수입육을 중심으로 전자상거래가 급격히 활성화될 전망이기 때문인 것이다.

지난 추석때부터...

우리 축산업에 인터넷에 대한 중요성이 강조되었던 것은 1999년 추석때부터라고 말하고 싶다. 다시 말해서 축산업에 종사하는 사람들이 인터넷이 중요하다고 본격적으로 인식하게 된 시기가 바로 작년 추석때부터라는 것이다. 그전에 다른 업종에서는 벌써 전자상거래를 통한 새로운 수익모델 창출이 한창이었고 그때 당시만 해도 기업과 기업(B-to-B, Business to Business)간의 전자상거래와 기업과 소비자(B-to-C, Business to Consumer)간의 전자상거래 등 새로운 용어가 보편화되었을 때 축산업에 종사하는 사람들은 인터넷에 대해서는 다른 세상 사람들의 이야기일 뿐 어떠한 위기의식은 커녕 아무런 관심이 없었다.

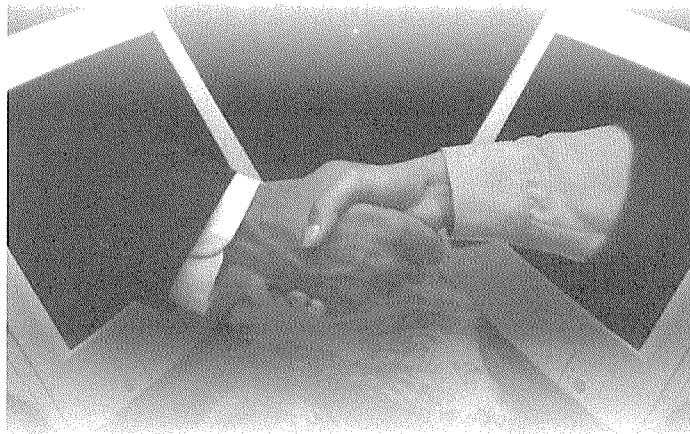
그런데 지난 추석때 모 백화점 인터넷 쇼핑물을 통해 매출을 급신장을 시켰고 매출상승의 중요한 역할을 담당했던 품목이 바로 식육선물셋트였다는 사실을 알게되자 이때부터 축산업계에 종사한 사람들은 자세하게는 모르겠지만 '컴퓨터를 통해서도 돈을 벌 수 있구나' 라는 것을 인식하게 되었다.

어서 빨리 홈페이지를 만들자.

이러한 인식은 축산업에 종사하는 사람들에게 급속히 번져 어느 정도 규모가 되는 육가공업체의 경우에는 자체 홈페이지를 개설하는데 발빠른 움직임을 보여왔으며, 기존의 홈페이지를 구축한 업체의

경우에는 전자상거래를 구축함으로써 이제는 오프라인 상태는 물론, 온라인 상태에서도 매출을 증가시켜야 한다는 계획으로 새롭게 홈페이지를 단장하는 업체도 속속히 나타났다.

그리고 하나의 육가공업체와 인터넷 쇼핑물 전문업체가 조인식을 갖는 등 인터넷에 대한 관심이 급작스럽게 높아지고 있는 가운데 축산업에서도 축산물 경매사이트는 물론, 진정한 축산포털 사이트를 추구하는 전문적인 e-비즈니스 업체가 급격히 증가하여 현재 치열한 경쟁을 하고 있는 상태다.



그러나 축산물 전자상거래 및 경매의 경우를 살펴보면..

위와같이 축산물 경매사이트는 물론, 진정한 축산포털 사이트를 추구하는 전문적인 e-비즈니스 업체가 증가하고 있는 현실에 있어서 분명한 것은 앞으로 축산물 전자상거래 구축은 멀지 않았으며, 빠른 시일 내에 축산물 전자상거래 및 사이버상에서 축산물 경매가 일반화될 것이라는 점도 조심스레 예측해 본다. 그러나 여기서 현재 과연 축산물 전자상거래가 얼마만큼 활성화되고 있는가? 라는 점

을 한번 고려해야 할 것이다.

결론적으로 본 필자는 아직까지 우리 축산업에 전자상거래는 시기상조라고 감히 말하고 싶다. 현재 축산업의 이러한 e-비즈니스 사업의 경우 다른 업종에서는 몇 년 전부터 활성화되어 새로운 벤처기업의 바람이 불었었다. 그러나 지금은 하나둘씩 사라져가고 있으며, 어느 정도 정리되어 가는 단계에 와있다는 점인데 이러한 현상은 축산업에 예외는 아닐 것이다.

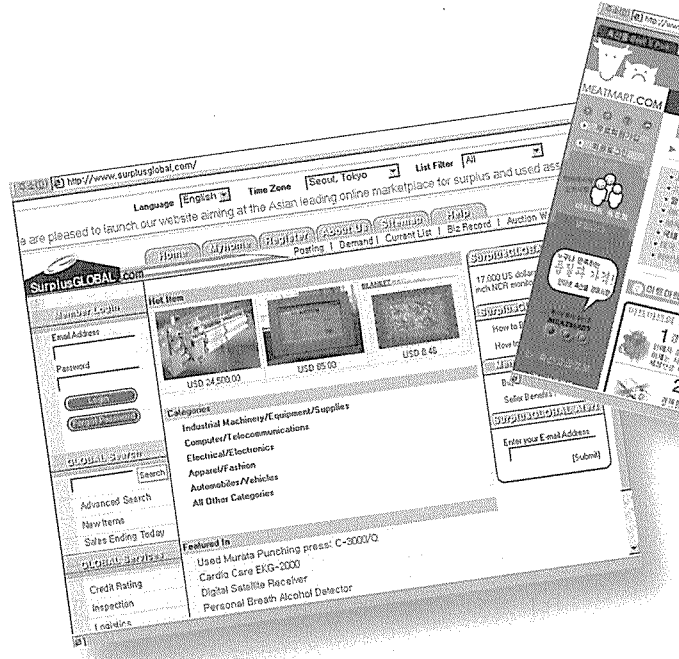
따라서 우리 축산업에 중사하는 사람들의 경우 인터넷에 관련된 관심은 많지만 현실을 볼 때, 축산물 경매 및 전자상거래가 완전히 정착화 되기 위해서는 많은 시간이 필요하다고 생각된다.

좀더 구체적으로 설명하자면...

본 필자 또한 전자상거래를 통해서 축산물을 구입해 본 적이 없다. 먼저, 축산물의 가격을 보면, 전자상거래를 통해 구입하는 가격이나 직접 가까운 단골집 정육점에서 구입하는 가격과 많은 차이가 없다.

그러나 좀더 자세하게 살펴보면, 오히려 전자상거래를 통해 구입하는 가격이 더 비싼 경우를 볼 수 있다. 그것은 왜일까? 먼저, 전자상거래를 통한 결제방식을 보면 온라인 상태에서 카드결제가 이루어질 때 거래 은행에 3~5%정도의 수수료를 지급해야 한다. 그리고 소비자의 경우 많은 물량을 구입하는 경우는 매우 드물다.

따라서 소량의 식육을 구입할 경우 전자상거래를 통해 일단, 소비자가 요청하면 물량이 적든 많은 신속하게 소비자에게 전해주어야 하는데, 이때 운송료는 물량의 상관없이 동일하게 비용이 드는 등 효율적인 측면을 바라볼 때 이상적이지는 못하다.

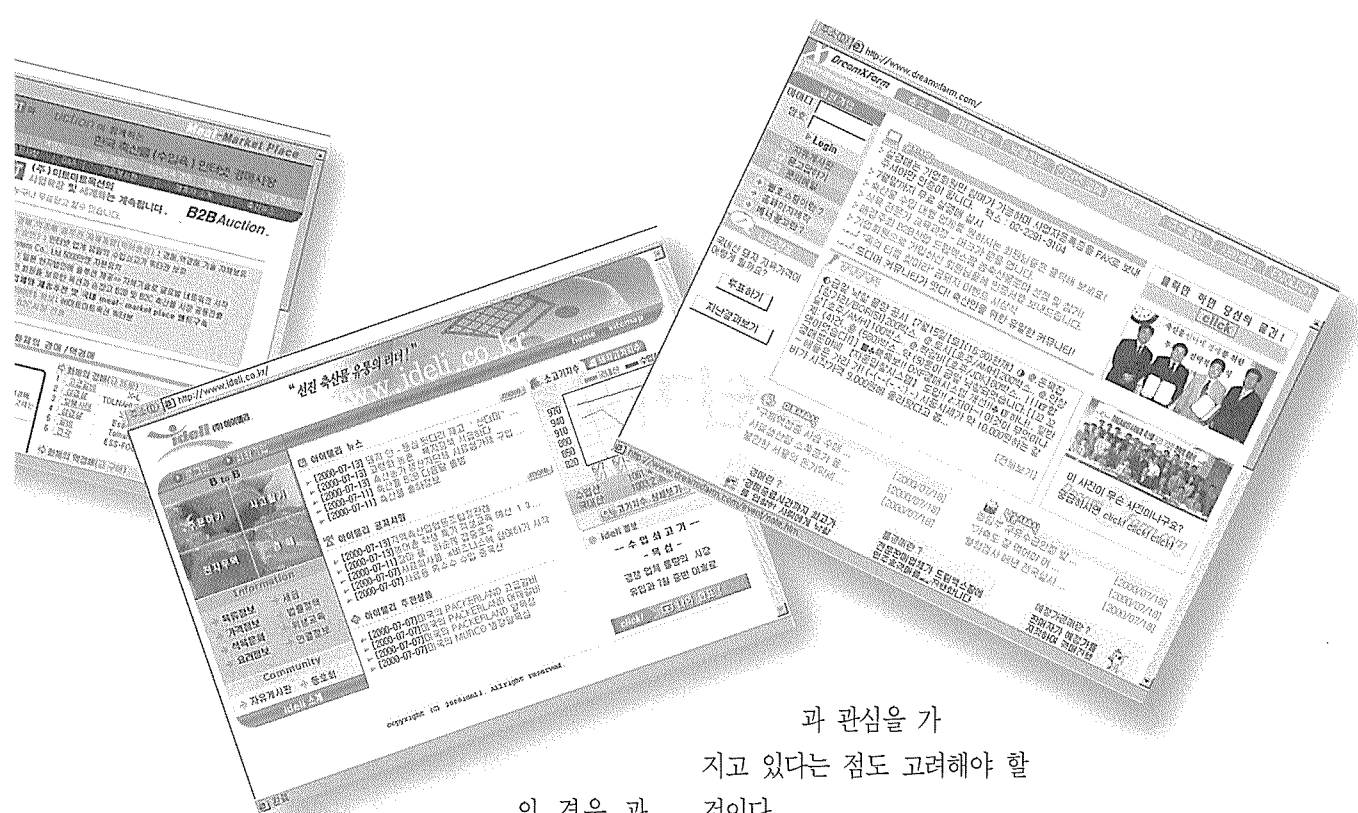


또한 이렇게 전자상거래를 통한 비용은 고스란히 소비자가 부담해야 할 것이며, 이는 결국 축산물 가격 상승요인의 주된 원인이 되는 것이다. 따라서 전자상거래의 진정한 의미인 편안한 주문, 신속한 택배 그리고 저렴하게 구입하는 것 모두가 지켜질 수 없다는 것이다. 그렇다면 어느 누가 전자상거래를 통해 축산물을 구입하겠는가? 차라리 가까운 단골 식육점에 가서 사는 것이 훨씬 낫지 않겠는가?

그리고 또 한가지 기억해야 할 것이 있다. 식육은 생물이 아닌 공산품이 아니라는 사실! 따라서 식육의 경우 저장기간의 한계성이 있고 소비자들의 경우 공산품도 그러하겠지만, 특히, 고기만큼은 직접 보고 구매해야 한다는 고정관념이 어찌하면 전자상거래 활성화가 되지 못하는 중요한 원인이라고 생각된다.

그리고 식육의 경우 다른 공산품과 달리 고객이 원하는 것이 무엇인지 정확히 알 수 있도록 주문내용을 상세화해야 할 것이다. 다시 말해서 고기의 경우 부위, 규격, 용도, 수량 등 다양하기 때문에 확실한 주문내용을 설정해야 한다는 것이다.

끝으로 대규모 육가공업체, 대형 할인점 및 백화점의 경우와는 달리 소규모 정육점 및 식육전문점



과 관심을 가지고 있다는 점도 고려해야 할 것이다.

그러나 앞으로는....

그러나 현재 우리 축산업에 새로운 바람을 일으키고 있는 축산물 전자상거래 및 경매사이트의 경우 앞으로 축산업 발전에 꼭 필요한 것이며, 이러한 방향으로 나아가야 할 것이라고 감히 말하고 싶다. 비록, 현실은 아직 거리가 먼 것처럼 느껴질지 모르지만 어쩌면 우리가 생각하는 것 이상 빠른 시일내에 우리 축산업에 전자상거래 및 인터넷 경매가 정착화될 수 있다고 본다.

그리고 마지막으로 동일한 아이템을 가지고 경쟁 및 선점하는 것도 중요하지만 보다 독창적이고 현실적인 아이템을 가지고 승부해야 할 것이다. 현재 많은 축산물 인터넷 경매 전문 사이트가 탄생하고 있고 나름대로 자신들의 세력을 입지를 굳히기 위해 최선을 다하고 있지만 언젠가는 경쟁력을 갖춘 축산물 인터넷 경매 전문사이트만 생존되는 그러한 현실이 분명히 닥쳐올 것이라는 점도 간과해서는 안될 것이다.

의 경우 과연 컴퓨터를 설치해서 시간이 나는 대로 축산에 관련된 웹서핑을 하는 사람이 과연 몇이나 있을까? 혹자의 경우 소규모 경영하는 종사자의 경우 컴퓨터 보급은 정착화되었다고 주장하는 사람이 있을지 모르겠지만 컴퓨터 사용 측면을 바라보면 부정적인 측면이 더욱 강하게 느껴진다.

그리고 이 정도의 육가공업체라면 컴퓨터는 물론, 기본적인 프로그램 및 인터넷에 관련된 모든 장비가 기본적으로 갖추어져 있을 거라고 생각되지만 실제로 살펴보면 의아할 정도로 아주 기초적인 것만 그것도 그동안 자체적으로 사용한 프로그램만 사용할 뿐 그외의 인터넷 관련 프로그램 및 설치하는 거의 전무한 상태를 보곤 한다. 이러한 상황을 고려해 볼 때 전자상거래라든지 축산물 인터넷경매를 이용하는 사람은 축산업에 있어서 극히 한계성을 지니고 있다고 생각된다.

그러나 한가지 이제는 인터넷의 중요성을 인식한 많은 정육업자들의 경우 퇴근 후 아니면 영업 마감 후 자녀들을 통해 정보를 수집할 정도로 많은 열정