



농산물 전자상거래 활성화를 위한 포장개발 전략

Agricultural Product E-Commerce and Packaging

김수일 / 김수일포장개발연구소 소장

1. 개요

택배산업은 30kg 이내의 서류, 선물, 개인용품, 판매상품, 기업화물 등 소량, 소형의 각종 포장화물을 보내는 사람의 문전에서 인수하여 운송업자의 책임 하에 받을 사람에게 인도하기 까지 집화, 포장, 운송, 배달 등 물류 서비스를 일관되게 제공하는 Door to Door Service이다.

포장기술의 발달과 배송시스템의 진전에 힘입어 농산물 운송의 장벽이 점차 낮아지고 있다. 신선도를 생명으로 하는 농산물까지 생산농가에서 직접 전국 각지의 가정 등으로 배달되는가 하면, 일부 유통업체에서는 해외에서 김치 등을 주문할 경우 해외까지 배송해 주는 서비스가 등장하는 등 과거에는 생각하기 어려웠던 일들이 이미 일상화되었다.

농산물 운송의 변화가 가장 두드러지는 품목으로 딸기를 들 수 있는데 선도 유지기간이 짧음에다 작은 충격에도 쉽게 물러지는 특성 때문에 운송이 까다로운 품목이었지만 최근 들어 딸기를 전자상거래로 판매하는 농가들이 늘고 있는

데다가, 인터넷 쇼핑몰에서도 딸기가 판매되면서 이 같은 장벽을 허물어 국내 대표적인 한 인터넷 복합쇼핑몰에선 지난해 다른 공산품들을 제치고 딸기가 인기상품 10위에 오르기도 했다.

이처럼 농산물 운송의 영역이 확대되는 것은 택배사업이 활성화되면서 난과나 에어백 등 농산물 보호를 위한 포장기술이 발달하고, 배송시스템의 개선으로 유통에 소요되는 시간이 줄고 있기 때문이다. 또 젊은 소비자층을 중심으로 시간과 비용이 절약되는 인터넷 장보기가 점차 선호되면서, 관련 산업의 경쟁이 갈수록 치열해지는 것도 농산물 운송의 영역이 넓어지는 계기가 되고 있다.

반면 택배유통 중 내용물의 압상과 파손 등으로 인한クレ임이 발생되고 있으나 택배업체들이 자기들의 잘못을 인정하기 보다는 대부분 포장 잘못으로 원인을 돌려 보상을 회피하고 있어 결과적으로 농산물을 판매한 농가들만 리콜과 배상에 시달리고 있는 등 택배로 인한 문제점이 많이 발생하고 있다. 이러한 이유로 유통단계 축소를 통한 농가소득 향상을 위한 정책추진에 택배포장

개발과 개선이 중요한 요소로 부각되고 있다.

본 연구에서는 농산물 택배유통 중 발생하는 클레임의 사례분석과 클레임예방을 하기 위한 포장개발방법에 대하여 대안을 제시하고자 한다.

2. 택배회사 현황

2008년 국내 택배시장 규모는 3조원대로 추정되며 물량은 9억7900만개로 전년 대비 10% 성장에 그쳐 전년도 31% 성장에 비하면 무려 20~21%가 하락한 수치이다. 이로 인하여 지난해 국내 택배시장은 물동량 급감과 수익률 정체로 신세계그룹 세덱스택배의 매각과 동원그룹의 동원택배 파산 등으로 한바탕 흥역을 치른 한 해였다.

업계는 올해 택배시장의 성장세는 지난해보다 약간 둔화된 9~11%에 머물 것으로 내다보고 있으며 추정물량은 11억5000~11억7000상자

수준에 이를 것으로 보고 있다(아주경제, 2009. 02. 17). 대표적인 택배회사로 현대택배, 대한통운, CJGLS, 한진, 로젠택배, 우체국, 웨미리, KGB 등이 있으며 그 중에 현대택배가 택배업계에서 1위를 달리고 있다.

택배의 배송과정은 회사마다 약간의 차이가 있으나 농가에서 소비자까지 배송단계는 5~8 단계로 다양하며 단계가 복잡할 수록 택배클레임 발생 확률은 높아지게 된다.

3. 농산물 택배관련 클레임 사례

3-1. 품질훼손에 따른 클레임 사례

1) 배송지연에 따른 품질훼손

강원 삼척에 사는 김모 씨는 얼마 전 택배를 통해 대구의 소비자에게 버섯을 보냈다가 큰 낭패를 당했다.

김 씨는 내용물이 버섯이므로 반드시 다음날

[표 1] 택배물품의 크기 분류기준 및 요금체계 기준

| 구분 | 최소형 | 소형 | 중형 | 대형 |
|-----------|---------|----------|----------|----------|
| 중량 | 1kg 이하 | 10kg 이하 | 20kg 이하 | 30kg 이하 |
| 규격(세변의 합) | 60cm 이하 | 120cm 이하 | 140cm 이하 | 160cm 이하 |

○ 도서 지역은 타 권역 요금 외에 @4,500원/Box(도선료) 추가 ○ 택배요금 적용기준은 중량과 규격 중 큰 쪽을 적용한다.
○ 권역구분 : 수도권, 충청권, 강원권, 영남권, 호남권, 제주권 ○ 택배불가 품목: 수박, 참외, 홍시, 유리병, 변질이 쉬운 물품 등

[표 2] 국내 택배사업자 매출액 및 점유율 추정

| 구분 | 등기소포 전체시장 | 한진 | 대한통운 | 현대택배 | 우체국 택배 | CJ GLS | 중·소 택배업체 |
|-----|--------------|-------|-------|-------|-----------|--------|-------------|
| 매출액 | 26,763 | 2,199 | 2,100 | 2,323 | 1,429 | 1,941 | 16,771 |
| 점유율 | 100% | 8.2% | 7.8% | 8.7% | 5.3% | 7.3% | 62.7% |

주 : 물류신문에서 집계한 주요 택배사의 매출액과 우정사업본부 전체 등기소포 매출액 중 방문접수 매출액만을 기반으로 추정된 결과임.
(출처 : 택배시장의 동향과 시사점 : 우체국택배에 미치는 영향, 우정정보, 15p, 2006.09.15)



[표 3] 2007년 국내 택배업체 물동량

| 택배업체 | 물동량 |
|---------|-------------|
| 현대택배 | 1억 3000만 박스 |
| 대한통운 | 1억 2000만 박스 |
| CJ GLS | 1억 1400만 박스 |
| 한진 | 1억 박스 |
| 로젠택배 | 6290만 박스 |
| 동원택배 | 4200만 박스 |
| 세덱스 | 4000만 박스 |
| KGB택배 | 2800만 박스 |
| 동부익스프레스 | 2100만 박스 |

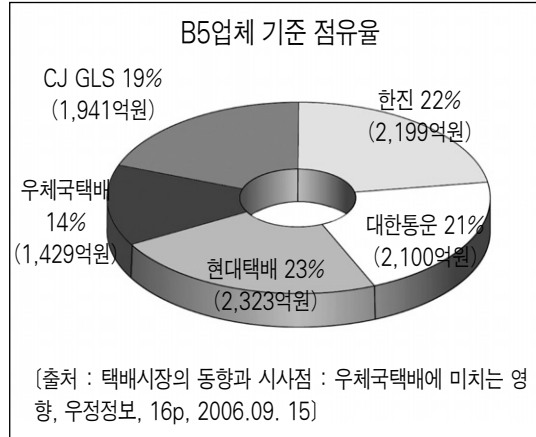
[출처 : 아시아경제, 2008. 04. 24]

까지 배송이 완료돼야 한다고 강조했고, 택배회사 측에서도 다음날까지 배송이 가능하다고 했다. 하지만 버섯은 예정일보다 3일이나 지나 도착했고, 그 결과 대부분이 상해 버렸다. 김 씨는 택배회사에 손해배상을 요구했지만 택배회사의 삼척지점과 대구지점이 서로 책임을 미루며 배상을 해주지 않고 있어 속을 끓이고 있는 상태다(농민신문, 2007. 11. 09).

2) 외부충격(압상)에 의한 품질훼손

① 대구시 수성구에 사는 주부 김모 씨(38)는 추석 전날 택배로 배달된 배 상자를 열어보고 깜짝 놀랐다. 절반 이상의 배가 서로 부딪혀 깨진 데다 그 부위가 시커멓게 썩어 역한 냄새가 진동했다. 김 씨는 택배회사 콜센터에 항의전화를 했지만 추석연휴로 콜센터는 계속 통화 중 신호만 울렸다. 연휴가 끝나고 전화를 걸어 항의하자 “배달은 담당지점 책임이니 그쪽에서 배상해 줄 것”이라고 대답해 해당 지점에 전화를 했지만 통화 자체가 안된다고 분통을 터뜨렸다(농민신문, 2007. 10. 05).

[그림 1] 상위 5개 업체 택배시장 점유율

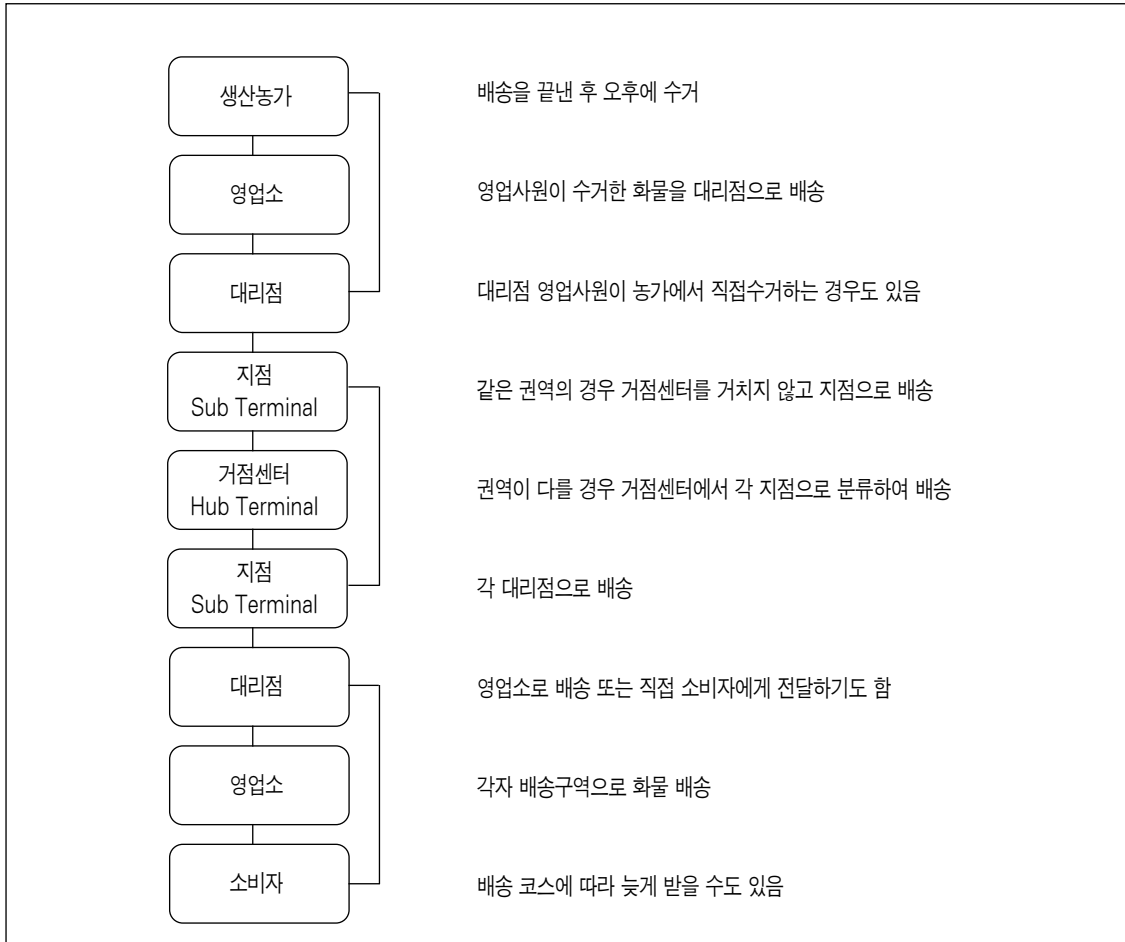


② 황준연 농협나주연합사업단장은 “택배회사들이 상·하차 때 배 상자를 던져 파손되거나 이로 인해 썩은 사례가 70여건이나 된다”며 “리콜을 하면 배를 다시 보내주고 나중에 택배회사로부터 보상을 받고 있으나 파손을 줄일 뚜렷한 대책이 없는 실정”이라고 하소연 했다(농민신문, 2007. 10. 05).

③ 경북 상주시 팔음산포도작목반 등의 포도 농가들은 추석 이후 쏟아지는 고객들의 항의에 몸살을 앓고 있다. 택배로 보낸 포도가 물러 터지고 썩어 먹을 수가 없다며 리콜을 요청해 상당수의 농가가 재배송 하거나 돈을 물어주는 사례가 속출했기 때문이다. 이충북 팔음산포도작목반장은 “작목반 소속 300여농가가 택배 포도 품질에 문제가 생겨 고객들로부터 엄청난항의와 배상 요구에 시달리고 있다”고 말했다(농민신문, 2007. 10. 05).

④ “말도 마십시오. 서울의 한 소방서에 사과와 포도를 택배로 보냈는데 상자가 망가져 포도송이가 다터졌다는 겁니다. 보상요구에 1주일

[그림 2] 화물의 택배배송 단계



넘게 시달려 다른 일을 하지 못했습니다. 그래서 올해는 추석특수를 아예 포기했지요.”

안덕식 단산포도작목반장은 추석 택배라는 말에 고개부터 절레절레 흔들었다(농민신문, 2008. 09. 19).

⑤ 충남 연기군 조치원농협의 원동오 지도과장은 “조치원 복숭아 맛에 반한 외지인이 택배로 주문하는 사례가 부쩍 늘어 지난해 1,000만원어

치넘게 주문이 들어왔지만 택배과정에서 손상되는 경우가 10~20%에 달해 올해부터는 조합에서 직접 거래하지 않고 군청에서 운영하는 전자상거래를 이용하도록 하고 있다”고 말했다(농민신문, 2006. 09. 01).

3) 봉지터짐으로 인한 품질훼손

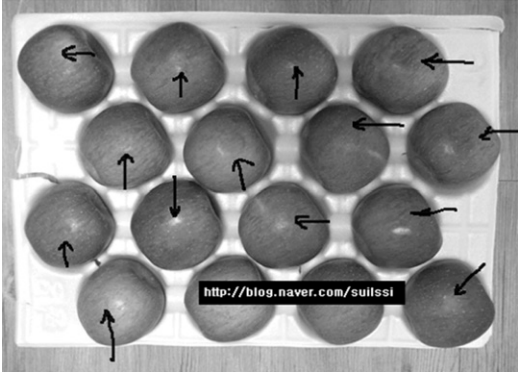

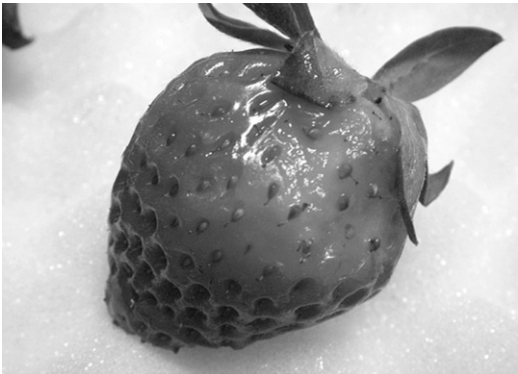
① 2007년 4월 초 지방에 계신 부모님이 보내 준 건강식품을 택배로 받은 김혜란 씨. 그녀가 보



[표 4] 택배 클레임 사례 분석

| 현 상 | 문제점 및 대책 |
|---|---|
| <p>점착력이 약하여 봉지가 터지기 직전...ㅋㅋㅋ</p> <p>http://blog.naver.com/suilssi</p> | <ul style="list-style-type: none"> · 문제점 : 쌀봉지 터짐 현상 택배유통중 쌀 3kg 스탠딩 파우치가 충격을 받아 밀지가 터져 클레임 발생 · 대책 : 밀지의 두께를 보강하고 층간 점착력을 향상시킬 수 있는 가공방법 검토할 것 |
| <p>난좌가 찢어지고 물거니고... 꼭 알루미늄 한것? 같아요</p> <p>http://blog.naver.com/suilssi</p> | <ul style="list-style-type: none"> · 문제점 : 난좌 파손 천혜향(감귤의 일종) 선물세트 포장으로 난좌를 사용하였으나 유통 중 충격으로 파손이 발생 · 대책 : 스티로폼(EPS) 재질은 완충성은 있으나 힘이 부족하여 택배유통 중에 파손될 가능성이 있으므로 원가 상승은 되지만 PP 재질 난좌를 사용하는 것을 검토할 것 |
| <p>무지막지한 택배의 힘으로 단감이 터졌어요</p> <p>http://blog.naver.com/suilssi</p> | <ul style="list-style-type: none"> · 문제점 : 단감 파손 단감이 택배유통 중에 충격을 받아 1줄 5개가 터지고 압상을 받음 · 대책 : 단감의 경우 과육이 단단하여 택배유통에서 큰 문제가 없을 수 있지만 외부충격으로부터 보호할 수 있는 완충재 사용이 필요하며 Tray를 이용한 날개 포장방법을 검토할 것 |

[표 4] 택배 클레임 사례 분석

| 현 상 | 문제점 및 대책 |
|---|---|
|  | <ul style="list-style-type: none"> · 문제점 : 사과 압상 15kg용 사과가 택배유통 중에 외부충격으로 인하여 70%의 사과가 압상을 받아 상품 가치를 상실함 · 대책 : 난좌를 사용하고 사과 날개에 완충포장(그물망, 팬캡)을 실시하고 층간에는 완충포장재로 골판지 및 망(발포 PE) 패드를 사용하여 충격완화를 위한 방법을 강구할 것 |
|  | <ul style="list-style-type: none"> · 문제점 : 배 압상 7.5kg용 배가 택배유통 중에 흔들리고 충격을 받아 배가 상품성을 완전히 상실하였음 · 대책 : 선물세트 골판지상자의 규격이 너무 크고 난좌의 강도가 부족하여 유통중에 난좌가 파손되어 문제를 더 일으켰음. 칸막이 사용 및 상자 내에서 배를 고정할 수 있는 방법 강구할 것 |
|  | <ul style="list-style-type: none"> · 문제점 : 딸기 과육 붕괴 딸기는 조직이 연약하여 택배유통이 불가능함에도 불구하고 완충포장을 실시하여 택배유통하고 있으며 70% 이상이 상품성을 잃어버림 · 대책 : 용기 속에서 딸기의 흔들림을 방지하고 꽃받침 등에 의한 과육손상을 방지하기 위한 완충포장 실시, 포장용 과다로 원가절감 방안 강구할 것 |



[표 5] 물류서비스 이용 실태 현황

| 택배 종류 | 거래량 | 성 별 | 연 령 | 수취형태 | 구매물품 | 가 격 대 |
|-----------------|--------------------|---------------|----------------|-----------------|---------------|-----------------|
| 화물택배 연 33.7회 | 개인간의 거래 6.2회/년 | 여성 38.7회/년 | 20대 40회/년 | 자택, 사무실 90% | 식료품 47.2% | 5~10만원 37.8% |
| 이륜택배 연 1.4회 | 기업간의 거래 27.5회/년 | 남성 29.4/년 | 40대 30.2회/년 | 택배영업소 우체국 7% | 의류 24% | 3~5만원 31% |
| - | - | - | 30대 52.9회/년 | - | 생활용품 19.8% | 10~20만원 16% |

[출처 : <http://blog.naver.com/milimeili/20012624748>]

여준 택배 상자에는 곰팡이가 피고 끈적끈적한 액체가 묻어 있거나 심지어 내용물이 쏟아진 비닐 포장 건강식품이 들어 있었다. 배송 과정에서 포장의 일부가 터져 다른 포장의 겉까지 부패된 듯했다. 하지만 그녀는 택배 상자에 무슨 일이 있었는지 알 수가 없었다. 처음 배송을 의뢰할 당시 어떤 상태였는지도 확인할 도리가 없었다.

한 달이 지난 뒤, 딸의 집을 방문한 친정어머니에게 자초지종을 물어보았다. 어머니는 건강식품이 담겨 있는 택배 상자를 보고는 놀라움을 금치 못했다. 비닐 포장의 상태에도 문제가 있거니와 당신이 보낸 상자과 전혀 다른 상자에 담겨 배송되었기 때문이다. 의문에 사로잡힌 김씨는 직접 회사에 전화를 걸었다. 회사 측은 상자가 운송 중 파손되어 내용물이 일부 사라졌고, 남은 것을 모아 재포장해서 발송했다고 답했다. 김씨는 비닐 포장이 터진 채로 배송된 것보다 그 사실에 대한 설명 없이 물건만 가져다준 택배 회사의 처사가 더 불쾌하다고 했다([이영돈 PD의 리얼추적 스토리] - 소비자 고발 그리고 불편한 진실).

② ‘소비자 고발’ 취재진이 직접 택배를 보내 사고율이 얼마나 되는지 실상을 알아보았다. 강

한 충격을 가해야 깨지는 과실주용 유리병에 포도 주스를 담은뒤, 일명 ‘뽕뽕이’라고 불리는 포장용 완충재로 꼼꼼히 감싸 상자에 담았다. 상자를 테이프로 봉한 뒤 택배 회사 8곳을 통해 서울에서 전주로 보냈다. 그러나 택배를 보내는 일 역시 쉽지 않았다. 대부분의 회사에서 방문 시간을 약속하지 않았고, 약속한 곳도 시간을 지키지 않아 하루 종일 택배 기사를 기다려야 했다. 택배 회사 8곳 모두 다음날 도착을 약속 했다. 그런데 다음날 총 8개 중 6개만 전주에 도착했다.

내용물은 어떨까?

6개 중 3개는 처음 보낸 그대로 안전하게 도착했지만, 하나는 내용물이 새서 상자가 찢고 찢어진 상태로 배달됐고, 또 하나는 새로운 상자에 담겨 있었다. 심지어 뚜껑에 송장을 붙여 상자 없이 유리병만 배달된 것도 있었다. 하지만 재포장 사실을 알린 회사는 없었다.

도착하지 않은 2개는 어떻게 되었을까?

확인해본 결과, 그 중 하나는 파손된 채 보낸 곳으로 반송되었다. 나머지 하나는 반송하지도 않고, 수신자에게 배송하지도 않은 채 택배 회사에서 보관 중이었다([이영돈 PD의 리얼추적 스토리] - 소비자 고발 그리고 불편한 진실).

3-2. 상품분실에 따른 클레임

5년째 택배를 이용하는 사과농가 김상섭 씨(43·충북 충주시)는“묶음배송 시 송장이 불지 않은 하단 상자가 통째로 없어지는 분실사고가 끊이지 않고 있다”며“포장상자의 난좌를 이중으로 해 소비자 리콜에 대응하고 있는 실정”이라고 불만을 터뜨렸다(농민신문, 2007. 10. 05).

강원 횡성읍에서 에덴양봉원을 운영하는 운상복 씨(38)는“통상 2일 걸리던 배송기간이 추석 때는 빨라도 3일, 심지어 6일까지 걸렸다”면서“17만원 상당의 한우 사골 선물세트 중 2건이 당일 배송이 되지 않아 내용물이 상하는 피해를 입었다”고 토로했다(농민신문, 2007. 10. 05).

4. 클레임 대처 요령

최근 택배를 이용해 농산물을 소비자에게 보내는 일이 일상화되고 있지만 택배업체의 잘못으로 인한 피해 사례도 함께 늘고 있다. 수확철과 같은 시기에는 특히 택배 이용이 늘어나는데 농산물 특성상 배송기간이나 취급 상태에 따른 클레임 대처요령을 정리해 보면 다음과 같다.

한국소비자원의 관계자는 “택배를 이용할 때는 운송물의 파손이나 배송지연 등으로 인해 피해가 발생할 경우를 예상해 택배표준약관을 사용하는 업체가 유리하다”며 “표준약관을 사용하지 않는 업체를 이용할 때는 택배 회사의 손해배상책임 내용을 꼼꼼히 확인해야 한다”고 말했다. 택배표준약관에는 운송물이 멸실·훼손된 경우 사업자는 운송장에 기재된 운송물에 해당하는 금액을 기준으로 산정한 손해액을 소비자에게 배상하도록 돼 있으며, 배송이 지연된 경우

에도 운송장에 기재된 운임액의 2배 이내에서 소비자에게 배상하도록 돼 있다.

소비자에게 보낸 농산물이 훼손되거나 분실됐을 때는 택배 회사에 즉시 알려야 한다. 그렇지 않으면 피해 발생 원인과 책임 소재를 가리기가 더 어려워진다.

공정거래위원회의 택배 표준약관에 따르면 소비자의 이의 제기 기간은 물건을 받은 날로부터 14일 이내에 사고접수를 하여야 한다.

단, 상법에 따르면 사업자가 재포장 사실을 고객에게 알리지 않은 채 배송한 경우, 고객은 5년 이내에 이의를 제기해 보상을 받을 수 있다.

물품의 파손·훼손과 관련된 분쟁은 포장하기 전에 발생한 것인지, 운송중에 발생한 것인지에 대한 판단과 운송 중 발생했다면 파손품의 가치를 얼마로 인정할 것인지가 중요한 사항이다.

특히 물품 인수시 이상없이 수령했다는 점을 책임회피 이유로 들고 있으나 운송물에 즉시 발견할 수 없는 이상이 발생하였을 경우 수령한 날로부터 14일 이내에 문제 제기를 하면 운송인에게 책임을 물을 수 있게 돼 있다.

다만 박스 외관의 손상없이 내용물만 훼손되었다는 점에서 포장이 부실했거나 내용물이 취약한 상태였을 가능성도 있으므로 파손된 결과만으로 운송 과실을 단정 짓기는 어렵다.

그러나 화물자동차 운수사업법과 상법(제135조)에는 운송물의 훼손에 대해서는 운송인이 과실 없음을 증명하지 못하면 손해배상 책임을 면하지 못하도록 규정돼 있어 일단 운송을 의뢰받았다면 운송인에게 상당한 책임이 부과된다고 보아야 한다.



클레임 발생 예방법은 다음과 같다.

1) 운송장의 주요 내용은 반드시 고객이 직접 작성한다.

소비자들은 대개 운송장 작성을 택배 기사에게 미룬다. 하지만 운송장은 일종의 계약서 역할을 한다. 계약서에 계약 당사자가 서명하는 것이 원칙이듯 택배 운송장의 주요 내용, 즉 보내는 사람과 받는 사람의 주소나 연락처, 물품 종류와 예상 가격 등은 반드시 소비자가 직접 작성해야 한다. 만약 사고가 발생할 경우, 이 운송장을 토대로 보상을 받을 수 있는 기준이 정해진다는 점을 명심하고 발송이 완료될 때 까지 운송장을 보관하여야 한다.

2) 깨지지 않도록 철저히 포장하고 포장 상태를 택배 기사에게 확인시킨다.

아무리 조심스럽게 운송한다 해도 사고는 발생하게 마련이다. 소비자는 파손 우려가 있는 물건은 깨지지 않도록 겹겹이 포장해야 한다. 또 방문한 택배직원에게 포장 상태를 확인시키는 것이 좋다. 사고가 발생할 경우, 책임 소재의 기준이 될 수 있기 때문이다. 만약 직원이 추가 포장을 요구할 경우 되도록 따르는 것이 좋다.

3) 발송 후 받는 사람에게 알린다.

요즘은 웬만하면 발송 다음 날이면 운송물을 받을 수 있다. 하지만 만약의 경우에 대비해 농산물을 택배로 보낸 뒤 받을 사람에게 수령 예정일을 알리는게 좋다. 그래야 피해가 발생했을 때 원인을 파악하기 쉽다.

4) 크기가 작은 것을 보낼 때는 손에 잡힐만한 크기의 상자에 2중 포장을 하여야 하며 너무 작은 경우 분류작업이나 상하차시에 누락되거나 분실의 가능성이 아주 높다.

5. 국내 물류서비스 이용 실태조사

2005년 대한상공회의소가 100개 제조·유통 기업과 7대 도시민 500명을 대상으로 실시한 '물류 서비스 이용 실태조사'에 따르면, 연평균 35.1회 택배를 이용하는 것으로 나타났다. 특히 화물택배(화물자동차 택배서비스)는 1년에 33.7회 이용하며 상대적으로 가격이 높은 이륜택배(오토바이 퀵서비스)는 연 1.4회 정도만 이용하는 것으로 조사됐다. 화물택배는 쇼핑 등을 통한 기업과의 거래(B2C)가 연 27.5회, 개인간의 거래(C2C)는 연 6.2회로 나타났다.

〈물류신문〉 조사에서도 빅5의 물동량 가운데 80% 가량이 B2C 거래인 것으로 나타났다. 특이한 것은 TV홈쇼핑, 인터넷 쇼핑물 구매가 많은 여성(연38.7회)이 남성(연 29.4회)보다 택배를 자주 이용한다는 것이다. 이용빈도는 남성에 비해 31% 이상 높아 화물택배의 최대 고객은 온라인 거래를 즐기는 여성이라는 점이 확인됐다. 하지만 이륜택배는 여성(연 1회)보다 남성(연 1.6회)이 좀더 많이 이용하는 것으로 나타났다. 연령별로는 30대가 연 52.9회로 월등히 높은 이용빈도를 보였다. 이어 20대 연 40.1회, 40대 연 30.2회, 50대 연 21회 순이었다.

택배물량의 발송은 전화로 76.4% , 인터넷으로 16.8%가 주문하고, 수취는 자택이나 사무실 90%, 택배영업소나 우체국 7% 등에서 행해지는 것으로 나타났다. 택배업체들이 서비스 개선을 위해 편의점, 주유소 등에 수취 및 발송 취급점을 운영하고 있지만 이용도는 미미한 수준에 그치고 있는 것이다. 특히 편의점에서 발송 및 수취한다는 응답은 각각 2.2%, 0.4%에 불과했

다. 또 소비자들은 “홈쇼핑, 인터넷 쇼핑의 물품 구매” 50.9%, “식료품 등의 원격지 물품배달” 25%, “선물 수배송” 22.2% 등에 택배를 주로 이용하는 것으로 나타났다. 개인택배를 통해 오는 물품은 “식료품 47.2%, 의류 24%, 생활용품 19.8%” 순으로 나타났다.

택비 이용 물품의 가격대는 5~10만원 37.8%, 3~5만원 31% 10~20만원 16%순이었다. 한편 소비자들은 택배를 발송할 때 매체광고 33.6%, 영업소와의 거리 22.2%, 외부평판 20%, 기존 거래업체 16.2% 등을 주로 고려한다고 대답했다. 반면 가격 대비 서비스를 고려한다는 응답은 8%에 불과했다.

택배서비스에 대한 만족도는 대체로 높은 편인 것으로 나타났다. 5점 만점을 기준으로 했을 때, 접수시 만족도가 3.71로 가장 높았으며 배송추적에 대한 만족도는 3.35로 가장 낮은 것으로 조사됐다. 택배 서비스 전반적으로는 편리성이 3.76으로 만족도가 가장 높았다.

6. 택배 포장개발 전략

1) 택배전용 포장용기 개발

농산물 택배용 포장재의 경우 일반유통(도매시장)용 포장재에 간단하게 골판지패드를 아래 위에 깔아서 택배배송을 하는 경우가 대부분인데 이는 5~8회 환적되는 택배특성을 감안하지 못한 것으로 품질저하의 직접적인 원인이 되고 있다. 따라서 품목별 택배 유통에 적합한 포장재(트레이, 상자, 완충재)의 설계와 개발이 이루어져야 한다.

2) 택배물류 시스템 개선

현재의 택배시스템은 공산품 택배배송에 적합

한 시스템으로 농산물의 특성을 감안한 택배시스템 개발이 필요하다. 따라서 냉장 및 냉동 차량 운행, 택배 물품을 적재할 수 있는 선반 설치, 배송지연에 따른 품질열화를 억제할 수 있는 배송시스템을 개발하여야 하며 제일 바람직한 것은 농산물 전용 택배회사가 설립되어 클레임 발생을 억제하여야 한다.

3) 택배비 절감을 위한 품목 개발

농산물 택배에서 택배비 부담은 생산자나 소비자모두에게 부담스러운 문제로 이를 해결하기 위해 일부 지자체의 경우 택배비 지원사업을 실시하고 있으나 근본적인 해결방법은 될수 없다. 대부분 1개 품목으로만 구성되어 있는 것을 세트개념(예를 들면 쌀+감자+과일)의 아이템을 개발하여 안전하고 신선한거리를 편리하게 공급할 수 있는 택배품목을 개발하여야 한다.

4) 소비특성을 감안한 유통전략 수립

우리나라 전체 가구수 1600만개 중 독신가구 수는 20%인 320만 가구가 넘어서고 있어서 소포장이 인기가 높아지고 있다. 그러나 농산물의 경우 1개의 품목으로 2~3만원대의 제품을 만들려고 하다 보니 많은 양을 포장하여야 하며 결국 구매한 농산물을 버리는 경우가 많이 발생하고 있다. 이를 방지하기 위하여 품목별 소비특성을 감안하여 포장단위를 최소화하고 품목을 다양하게 세트상품화로 개발하여야 한다.

전자상거래 활성화를 위한 포장개발 전략을 달성하기 위해서는 품목별 택배전용 포장재(용기)에 대한 연구개발이 절실히 요구되고 있으며 연구비 조달의 경우 생산자 단체(농협, 유통회사, 영농조합 등)에서 부담하기 어려운 현실을 감안할 때 정부의 과감한 연구비 투자가 필요한 시점이다. [K]