

 제주발전연구원	보 도 자 료	담당	기획조정팀
	2009년 11월 17일(화요일)	연락	한승철 초빙연연구원 016-689-2283

제주특산품 유통의 효율화를 위한 공동사업 단 운영 필요

- 제주발전연구원 “제주특산품 유통기반조성에 관한 연구”에서 제언
 - 제주특산품의 원활한 유통을 위해서는 유통회사 전 단계 조직으로서 제주유통공동사업단을 구성하여 제주특산품의 유통활성화를 위한 중지를 모으고, 실천사업을 전개할 필요가 있다. 제주유통공동사업단은 제주지역 실정에 맞는 유통사업들을 발굴해내는 등 제주특산품 유통의 중추적 역할을 담당할 수 있음.
 - 둘째, 수도권 지역 효율적인 유통망과 시스템을 구축하기 위해서는 현재 개설된 유통시설에 대한 정확한 실태파악 및 네트워크 구축이 필요하다. 예를 들어 서울시농산물공사가 운영하는 있는 통합시장만 하더라도 가락도매시장, 강서도매시장, 양곡유통센터 등이 있는데, 이들 도매시장과의 원활한 유통망 구축을 위해서는 서울시농산물공사와의 업무협약(MOU)을 체결하여 협력체계를 구축할 필요가 있음
 - 셋째, 수도권 시장의 특성을 제대로 이해하고, 시장 요구에 능동적으로 대처할 수 있는 제주특산품 전문 벤더를 육성할 필요가 있다. 또한 수도권 시장

입점을 위해서는 까다로운 소비자 및 판매처의 요구에 부응하기 위해 어필할 수 있는 포장디자인 및 제품별 바코드를 만들 필요가 있으며, 수도권 지역인 서울, 인천, 경기 등지에 '제주특산품 상설매장'을 개설하여 안정적인 판로망을 구축함과 동시에 판매소비 확대를 도모해야 함

- 넷째, 제주특산품 가격의 안정과 적정수준의 유지, 가격 시세를 높이기 위해서는 공동 물류 및 공동판매 방법을 확대해나가야 하며, 이러한 공동물류·유통망 구축을 위해 도내는 물론 소비지 내 제주특산품 공동물류센터 개설하고 파렛트 단위의 일관된 수배송 시스템이 정착될 수 있도록 상하차 작업 기계화 등 물류표준화가 요구됨
- 다섯째, 제주특산품의 공동브랜드 전략이 필요함. 품목별 브랜드가 난립되어 있고 경쟁력을 찾지 못하고 있어 난립정도가 심각한 농산물브랜드는 통합하여 파워브랜드로 육성하는 정책이 반드시 추진되어야 할 것임. 또한 이른바 '파워브랜드'는 단순히 농산물에 브랜드이름만 가져다 붙인다고 해서 되는 것이 아니며, 생산준비 단계부터, 생산·수확 후 관리·시장준비를 거쳐 매장에서 소비자의 손에 들어가기 전까지 전 과정에서 우수한 품질관리가 유지된다는 전제하에 소비자 경쟁사 및 자사를 분석하고 도출된 브랜드마케팅전략을 구사하여 그 기반 위에 브랜드 이름을 붙였을 때 비로소 이루어짐
- 여섯째, 제주특산품의 유통시스템 운영이 가능하도록 행정적 컨트롤타워가 필요함.