

# 경기 도자기산업 안전 및 브랜드 인증제도 수행에 관한 연구

## - A Study on Ceramics Brand Certification Achievement of Kyeonggi -

김창식 \*, 양광모 \*, 전현정 \*, 강경식 \*\*

### Abstract

Is entering in age that brand becomes consumer's goods purchase standard as income level is improved, dying injunction brand is trend that governing power in the world market is expanded as international economy does single market. Therefore, do to support market public information and marketing because do it so that may improve product level because introduces and operate system brand of our ceramics by ceramics market possession of advanced nation such as the United States of America, Japan, Britain and utilizes cooperation brand of medium and small enterprises product eternal generation and improves ceramics market competitive power in inside and outside of the country.

### 1. 서론

우리도자기 및 식기류의 수출은 1988년의 1억 7천만 불을 정점으로 매년 감소추세로 98년 기준으로 5천만 불의 수출과 1천만불의 수입을 하고 있다. 따라서 본 연구는 경기관광 발전계획의 일환으로 경기도자기의 브랜드화 방안에 관한 장애요인을 조사·분석하고, 해소방안의 강구 및 구체적인 발전 전략 목표 및 정책프로그램 수립을 목적으로 하여 경기도자기의 브랜드화를 위한 제품선정기준 및 인증방안을 수립하도록 하는 것이다.

### 2. 국내 도자기 수출입 현황

도자기가 처음 수출된 1963년의 수출액 13만 불에서 '80년에는 1억불을 초과하고 있다. 이후 '85년 8천만불, '88년 1억 4천만 불을 넘어섰으나 이를 정점으로 급강하하기 시작하여 '94년에는 5천 4백만 불, '95년에는 5천2백만 불 등 현재까지 계속 감소하고 있다.

본 논문은 명지대학교 도자기센터의 지원으로 이루어 졌음

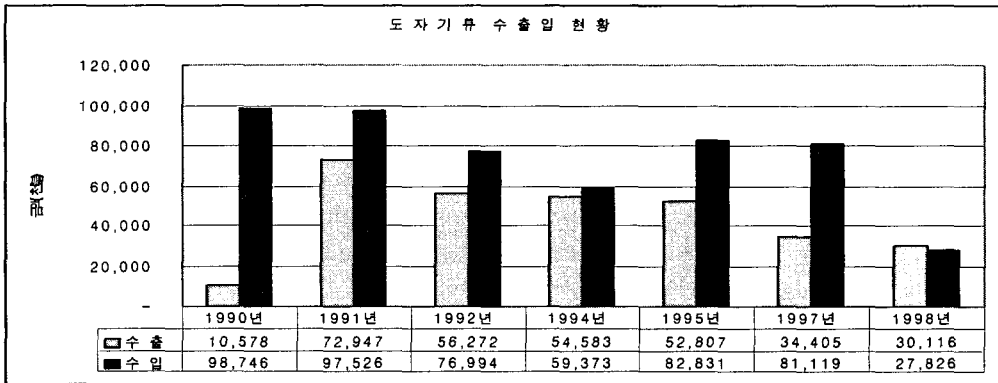
\* 명지대학교 산업시스템공학부 박사과정

\*\* 명지대학교 안전경영연구소 소장

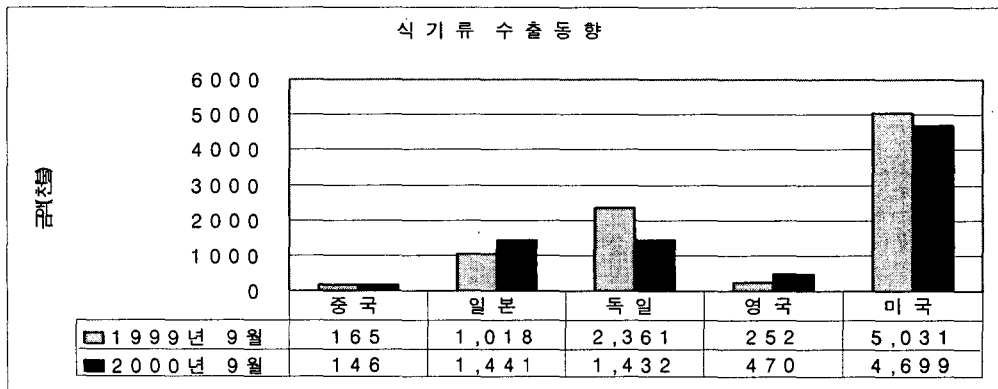
<표 1-1> 도자기류의 수출입현황 (1,000\$)

품명	1990	1991	1992	1994	1995	1997	1998
수출	105,578	72,947	56,272	54,583	52,807	34,405	30,116
수입	98,746	97,526	76,994	59,373	82,831	81,119	27,826

또한 도자기류의 수출입상황은 1990년대에 들어와 수입이 수출을 능가하고 있으며, 식기류 수출동향을 보면 '99~2000년 미국에 가장 많이 수출하였고, 수입은 디자인 기술이 뛰어난 영국과 일본제를 소비자들이 선호하며, 싼 가격의 중국제의 수입이 증가하고 있다.



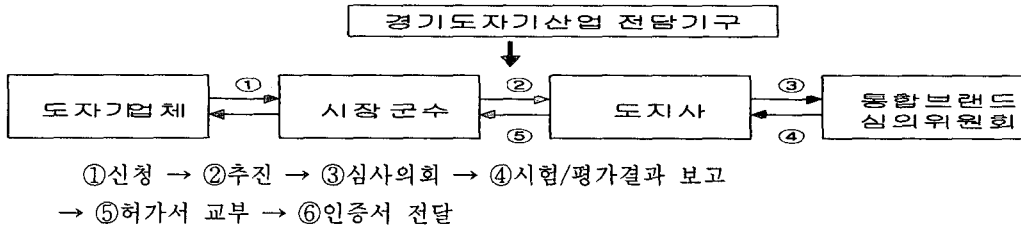
<그림 1-1> 도자기류 수출입 현황



<그림 1-1> 식기류 수출동향

### 3. 경기도자기 통합브랜드 운영 및 관리방안 설계

#### 1) 운영체계



#### 2) 시험/검사 평가

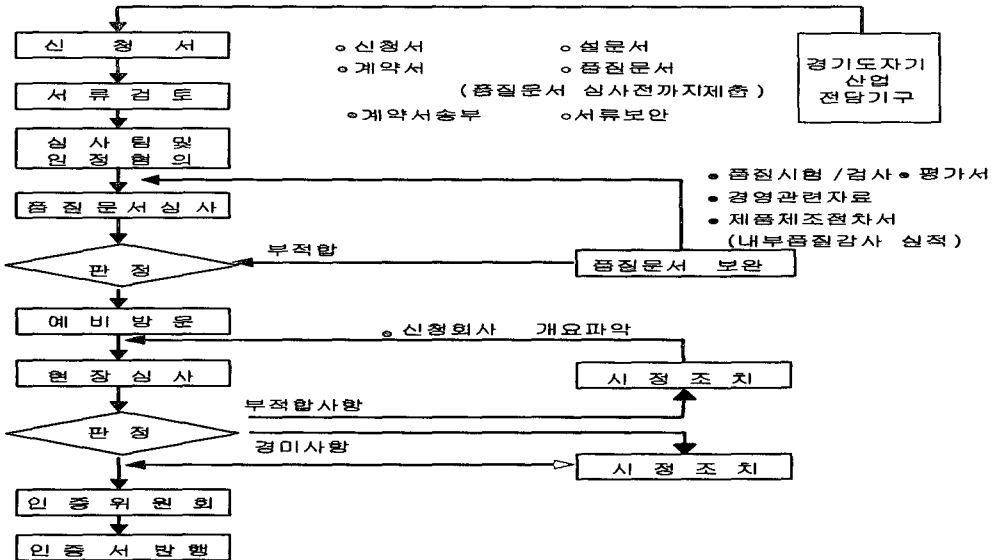
경기지역 및 기타지역에서의 경기지역 도자기 생산의 제품기준에 적절한 시험/검사 평가기준에 따른 시험/검사 결과에 따라 경기 도자기 통합 브랜드의 사용을 인증토록 한다.

#### 3) 경기도자기 통합브랜드 체계 관리

경기도자기 통합브랜드 체계관리 및 관련 행정/제도 사항을 운영하도록하기 위하여 특별기구를 운영토록 하고 이에 관련된 법적, 제도적 사항을 검토 운영토록 한다.

#### 4) 경기도자기 통합브랜드 심의위원회 운영

경기도자기 브랜드 운영체계 및 제도 설정에 따라 통합브랜드 운영과 관련된 유관기관 전문가, 도자기 전문가 및 산·학계, 소비자 전문가로 구성된 심의위원회를 20인 이내로 구성하여 운용토록 한다.

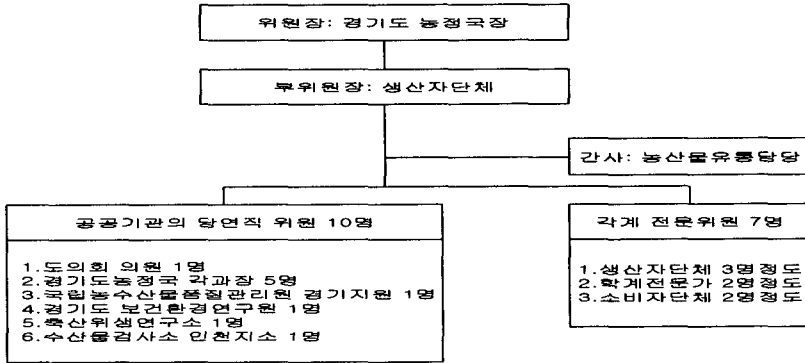


<그림 3-1> 경기도자기 시험/검사 평가에 따른 브랜드인증체계(안)

#### 4. 경기도지사인증 농특산물 통합브랜드 심의위원회 운영제도

##### 1) 심의위원회 구성

통합브랜드 운영과 관련된 기관, 생산자단체, 소비자단체 및 관련학계 전문가 20인 이내로 구성한다.



<그림 4-1> 심의위원 구성

##### 2) 심의 위원회 역할

심의위원회는 다음과 같은 역할을 담당한다.

- 도지사 인증 및 통합브랜드 사용권한 부여관련 의견제출
- 소비자 모니터링을 통해 불만사례, 개선요구사항 수립 및 반영
- 통합브랜드 운영 및 사후관리기준 개선 건의
- 필요시 통합브랜드 사용허가품목에 대한 품질조사

또한 심의위원 위촉 및 임기는 위원회위원장 1인과 부위원장 1인을 포함한 20인 이내의 위원으로 구성하고, 위원회위원장은 농정국장이 되고, 부위원장은 생산자 단체의 장중에서 위촉하며, 위원은 학식과 경험이 풍부한 자중에서 도지사가 위촉 또는 임명하고 임기는 2년으로 한다. 심의위원회 회의는 위원장은 위원회를 소집하며 그 의장이 되고, 위원회의 회의는 재적위원 과반수의 출석으로 개의하고 출석위원 과반수의 찬성으로 의결하며, 통합브랜드 운영 및 사후관리기준 개선 건의한다.

#### 5. 결 론

국제적 도자기 산업환경 및 시장을 조망해 볼 때 국가간 시장개방 확대 추세 및 소득증가에 따라 도자기 식기문화의 질적향상이 요구될 것이며, 수요도 확대될 전망이다. 따라서 도자기 산업 진흥을 위해 경기도자기 인증제도 시행과 마케팅을 추진하여 경기도자기의 국가이미지화를 구축하는 체제를 도입할 필요가 있다.