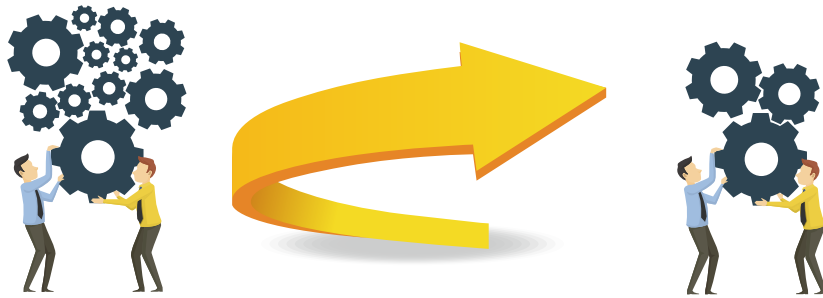


1. 개요



555만명에 달하는 소상공인들에게 중간 유통단계를 없애서 원가 경쟁력을 추가로 부여하여 수입증대와 고객 확보에 도움을 주고 간접적으로 부가가치를 창출한다.

접근이 어려운 소상공인 전체에 접근하기 위하여 전국에 분포되어있는 재래시장부터 공략한다.

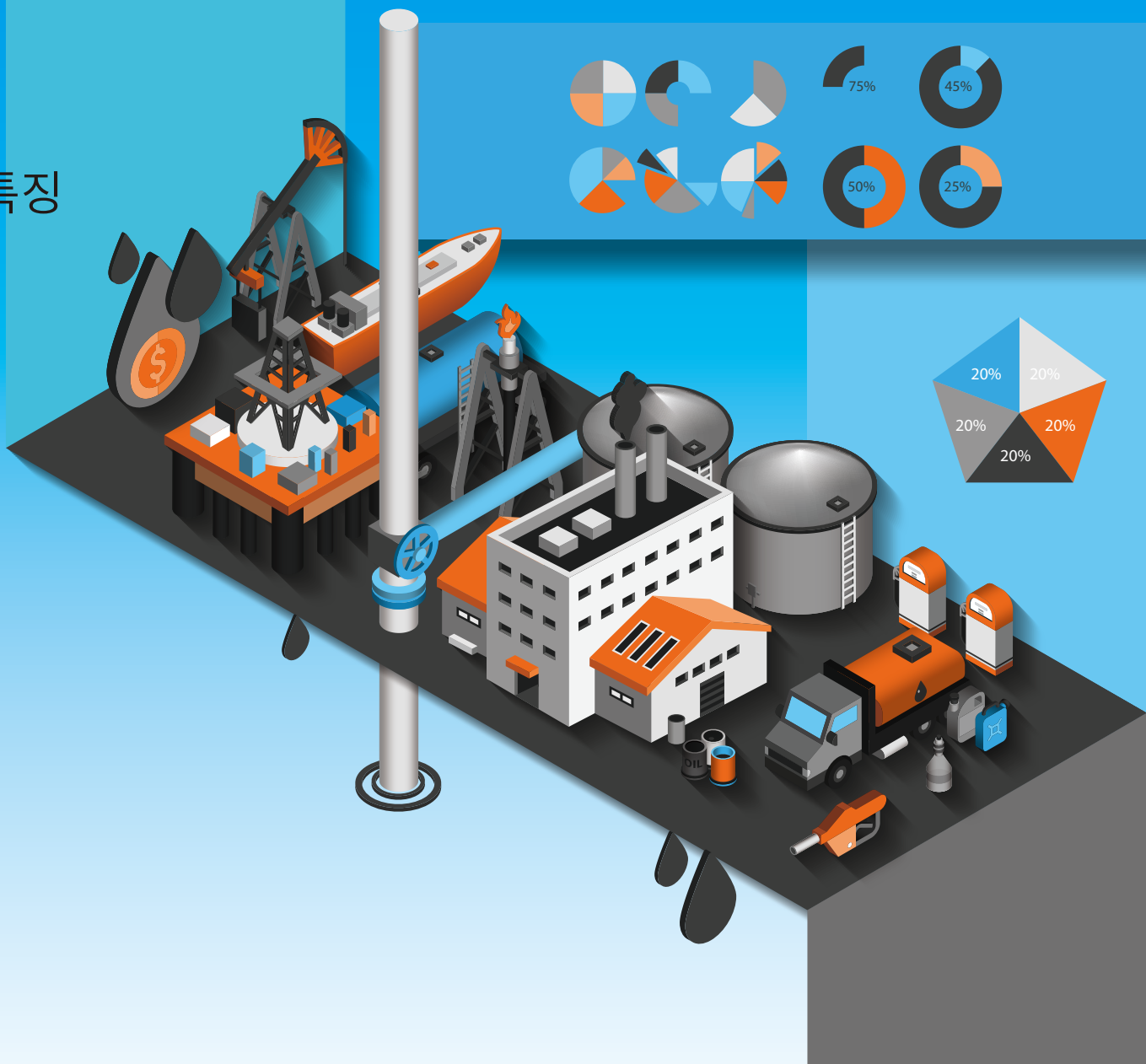
상인들이 판매 중인 농수축임산물은 기존 6단계 이상의 유통과정을 거치게 되는데 이를 산지-상인-소비자로 이어지는 최소한의 유통단계로 축소한다. 이를 위해 도매시장을 거치지 않고 산지에서 소비지 상인에게 직접 공급할 수 있도록 한다.

농수축임산물을 제외한 2차 가공품의 유통마진을 최소화하여 상인들에게 20% 이상의 원가 인하요인을 만들어준다.

산지와 소비지의 수많은 거래를 효율적으로 수행하기 위해 지방의원들과 유기적인 협력을 한다.



2. 특징



수십 년간 관행화된 복잡한 유통단계를 줄이기 위한 각종 장치가 마련되어 있으며 이를 효율적으로 진행하기 위해 각 지방의 의원들과의 협력체계가 만들어지고 있다.

전체 수익모델을 시작단계-응용단계-지원단계로 나누어 순차적으로 수익사업이 진행되도록 설계되었다.

3. 시작단계

농수축임산물의 직거래를 위해 산지 의원들이 양질의 생산물 공급을 주도하고 소비지 의원들이 인접한 시장의 연대구매를 주도하여 지속적인 공급과 수요가 이어지도록 준비한다.

2019년 5월 물류와 관리가 용이한 마늘, 양파부터 직거래를 시도하여 점차 취급 품목을 늘려 나가 최종적으로는 신선 채소까지 매일 거래가 가능하도록 한다.

농수축임산물의 연간 총 유통거래규모 : 40조원

2021년 점유 목표 : 전체 40조원 중 15%

중개수수료 : 2~4%

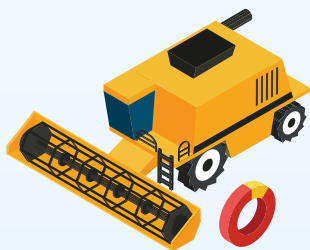
농수축임산물을 제외한 기타 가공품은 전국 시장과 지역별 공동브랜드를 만들어 소비자 인지도 향상과 가격 인하를 유도한다.

전통시장공동브랜드는 원산지, 품질, 환불등을 보증하는 상품으로 소비자의 불만족시 1차는 판매한 상인이, 2차는 해당 시장의 상인회가, 3차로 시민단체인 상생네트워크가 품질과 환불을 보장한다.

기타 가공품의 연간 총 유통거래규모 : 50조원

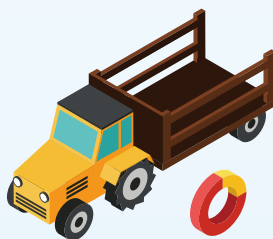
2021년 점유 목표 : 전체 50조원 중 10%

중개수수료 : 2~4%



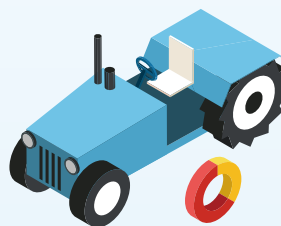
COMBINES

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing. Pellentesque venenatis.



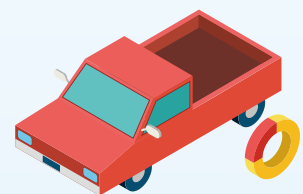
TRACTORS

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing. Pellentesque venenatis.



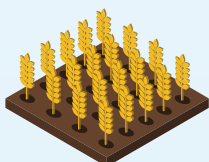
TRACTORS

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing. Pellentesque venenatis.



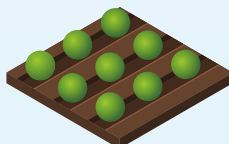
CARS

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing. Pellentesque venenatis.



Lorem Ipsum

Lorem ipsum dolor sit amet, adipiscing elit. Integer tristique sem.



Lorem Ipsum

Lorem ipsum dolor sit amet, adipiscing elit. Integer tristique sem.



Lorem Ipsum

Lorem ipsum dolor sit amet, adipiscing elit. Integer tristique sem.



Lorem Ipsum

Lorem ipsum dolor sit amet, adipiscing elit. Integer tristique sem.



Lorem Ipsum

Lorem ipsum dolor sit amet, adipiscing elit. Integer tristique sem.



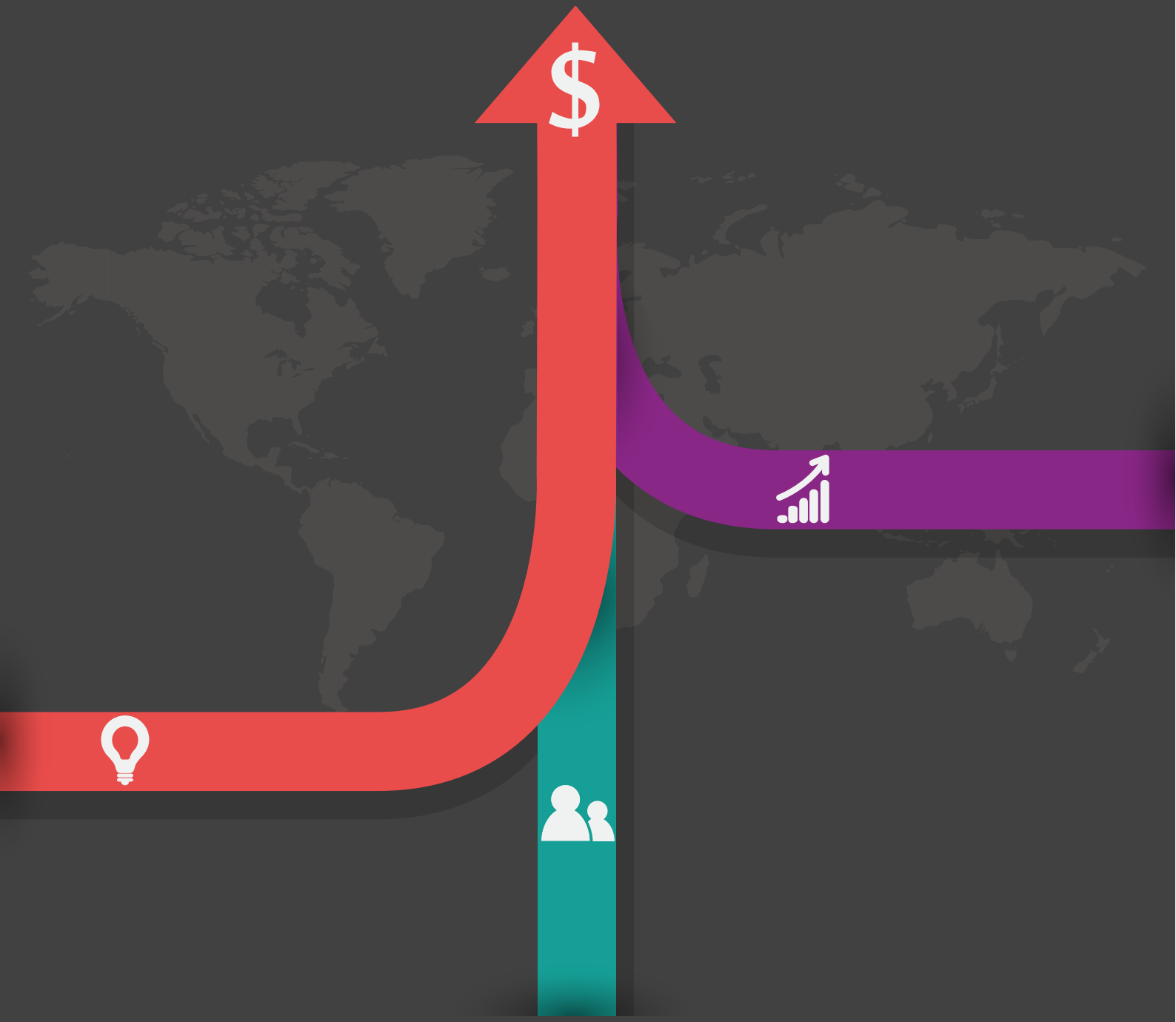
Lorem Ipsum

Lorem ipsum dolor sit amet, adipiscing elit. Integer tristique sem.

4. 응용단계

산지 직거래와 공동브랜드 추진으로 확보되는 상인들에게 2차적인 혜택을 부여하면서 만들 수 있는 수익사업이다.

DIRECT MARKETING



4. 응용단계 (보험 서비스)

현재 국내에는 생명보험사 27개와 손해보험사 13개가 무한 경쟁을 하고 있다. 고객 확보를 위해 이들은 막대한 사업비를 지출하고 있으며 이는 고객의 보험료 인상으로 이어지고 있다.



이들 사업비의 일부를 소상공인 보험료 할인에 할당해주고 당사가 보상을 받는 형식이다.

4. 응용단계 (제휴 서비스)



주로 장, 노년층인 소상공인에게 흔한 질병인 관절, 척추, 안과, 치과 치료에 의료법인과의 제휴를 통해 저렴한 치료비를 부담하도록 한다.

이 밖의 제휴 서비스에는 통신, 택배, 법률등 여러가지가 있다. 특히 2019년 하반기부터 진행될 소상공인 대상 전기트럭 보급 사업은 정부 지원금에 지자체 지원금을 더해서 상인들에게 더 많은 혜택을 주면서도 당사에 큰 수익을 기대하고 있다.

4. 응용단계 (프랜차이즈)

FRANCHISE BUSINESS

LOREM IPSUM DOLOR SIT AMET, CONSECTETUR ADIPISCING ELIT. CERTE,
NISI VOLUPTATEM TANTI AESTIMARETIS. URGENT TAMEN ET NIHIL

소비자들이 새롭게 시장을 찾아오게 만들고 시장내에서 유동인구가 적은 골목을 활성화 시키기위해 진행하는 시장 내 프랜차이즈 사업은 산지 직거래를 통해 저렴하게 원가를 구성하고 프랜차이즈 사업 진행에 많은 비용이 투입되는 광고, 가맹점 모집비용을 배제하여 가장 맛있고 저렴한 프랜차이즈로 단기간 성장이 가능하다. 이 과정에서 프랜차이즈 가맹점주는 해당 시장에서 전업을 고민 중인 상인이 1순위가 되고 인테리어와 지방세 감면등을 지자체에서 지원받을 수 있다.



4. 응용단계 (광고 서비스)



현재 외식업체에서 비용이 많이 나가는 부분 중 하나가 배달주문업체(배달의민족,요기요,배달통)의 수수료이며 이들의 횡포도 많다. 또한 재래시장은 정보화가 전혀 되어 있지 않아 가장 효과적인 광고 방식인 할인쿠폰 발행이 불가능한 상황이다.

시작단계를 거치면서 확보된 상점 정보를 통해 수수료 부담이 적은 배달주문 서비스와 할인쿠폰을 발행하는 서비스를 한다.

5. 지원단계

응용단계를 거치면서 소상공인들이 합류하고 매스컴에 반복 노출을 통해 소비자들도 대거 합류를 시작하는 시기부터 이루어질 수 있는 수익모델이다.



5. 지원단계 (시장 앱)

전국 각 시장별 홈페이지와 앱, 각 상점의 위탁관리 업무 전반



5. 지원단계 (블록 체인)



5. 지원단계 (해외 사업)

INTERNACIONAL TRADE SEA TRACKING



한국의 시범 서비스를 각국 현지에 적용하기 위해 비용을 지불하고 각 현지 법인 간의 중개 무역

5. 지원단계 (물류 지원)



자체 물류가 불가능한 생산자 조직에 대한 물류 지원 서비스가 수익을 발생

5. 지원단계 (시장 설비)



facility

아케이드 개보수, 프랜차이즈 인테리어, 태양광 설비등 건설 관련 수익,
전기트럭 보급

5. 지원단계 (광고지원 서비스)

시장이 위치한 지역의 현수막 광고를 유치 및 점포 홍보를 위한 각종 홍보물 제작

