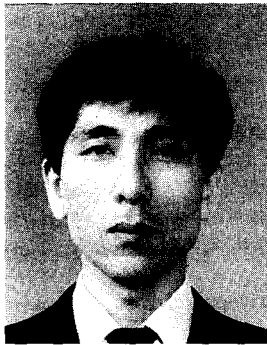


酒類物流費 節減方案 및 酒類物流의 向後 課題

1. 酒類産業의 動向



정 종 석

〈산업연구원 산업물류지원센터 수석 연구원〉

우리나라 酒類産業은 연간 5조 9천억원 규모의 시장을 형성하고 있지만 최근 경제 전반의 구조적 불황으로 그 성장속도가 크게 둔화되고 있다. 이처럼 주류시장의 성장이 한계상황에 직면함에 따라 국내 酒類市場은 대내적으로 주종간의 경쟁 및 주류업체의 市場占有率 확보 경쟁이 더욱 치열하게 전개되고 있으며, 대외적으로도 주류시장의 개방화에 따라 외국 주류의 국내 유입이 가속화되고 있어 국내 酒類業界는 그 어느 때보다 어려운 시기에 직면하고 있다.

1995년도 전체 출고량은 28,630백키로서 지난 5년간 0.012%정도 증가하는데 그치고 있는 바, 주종별 출고량의 비중을 살펴보면 <표 1>과 같이 맥주가 전체 물량의 60%에 육박하는 물량을 차지하고 있으며, 그 외 소주와 탁주가 각각 26.87%, 9.67%의 비중을 차지하고 있다. 90년대에 들어와 주류시장은 소득수준의 향상에 따라 고급주에 대한 선호 경향 등 주류 소비행태의 변화가 나타나고 있고, 또한 주종도 더욱 다양해지고 있는 추세에 있다.

1995년도의 주종별 판매동향을 보면 대중주로 확고한 위치를 확보한 맥주와 소비 고급화 추세에 따라 수요가 급증한 양주는 전년도에 비해 계속 增加趨勢에 있지만, 그 외의 주종은 오히려 감소한 것으로 나타났다. 이처럼 주류시장의 성장속도가 전반적으로 정체된 상황에서 맥주와 양주 제조업체들은 시장점유율 제고를 위한 경쟁이 치열하게 전개되고 있다. 이는 제품의 다양

■ 目 次 ■

1. 酒類産業의 動向
2. 酒類物流의 實態 및 課題
3. 酒類物流 再定立
4. 酒類物流 向後 課題

〈표 1〉

국내 주종별 소비동향

	맥주	소주	청주	위스키	포도주	탁주	기타
소비량(백 kl)	17,168	7,692	482	221	26	2,768	279
구성비	59.97%	26.87%	1.68%	0.77%	0.09%	9.67%	0.97%

화, 새로운 광고 및 판매전략의 모색 등 영업측면에서 전개되고 있는 것이다.

이상과 같은 주류시장의 환경 변화에 따라 주류업계는 매출액과 시장점유율 경쟁에 매달려 酒類流通 및 酒類物流의 합리화, 업무 및 공정개선을 통한 원가절감, 제품 및 공정기술의 확보 등 事業構造改善를 통한 근원적인 경쟁력 제고에는 다소 등한시하고 있지 않나 하는 우려가 제기되고 있다.

2. 酒類物流의 實態 및 課題

1) 企業物流費의 定義

기업의 물류비는 원재료, 재공품, 반제품, 제품, 상품, 폐기품 및 회수품 등의 제반 物資를 위치적으로 이동시킴으로써 價値를 창출하는 운송활동과 이에 수반되는 상하역활동, 이들 물자의 수요와 공급간 시간적 변환활동을 통해 가치를 얻는 보관 및 재고활동 등을 수행하는데 소비되는 경제가치 또는 지출되는 비용을 포괄하는 것으로 정의되고 있다. 그리고 운송, 보관활동을 효과적으로 수행하는데 보조적인 역할을 수행하는 포장과 물류정보 관리활동에 소요되는 비용도 물류비에 포함되는 것으로 인정되고 있다. 즉, 물자이동과 관련되는 제반 경제활동을 계획, 관리, 운영, 통제하는데 지출되는 비용이 바로 기업물류비에 해당하는 것이다. 이러한 기업물류비는 비용발생 원천을 기준으로 볼 때 기업내 물

류활동에 소비되는 자기물류비와 물류활동을 외부에 위탁함으로써 발생하는 위탁물류비로 구성된다.

2) 酒類物流費의 算定方法

주류산업의 물류비 절감방안을 모색하기 위해서는 우선 다음의 질문에 대한 답을 분명하게 제시할 수 있어야 할 것이다. 즉, '주류산업에 속하는 주류기업의 물류비는 어느 정도 수준이며, 제반 물류기능 혹은 物流領域 중에서 어느 부분에서 물류비가 가장 많이 발생하는가?' 이에 대한 해답은 어느 누구도 자신 있게 할 수 없을 것이다. 물론 주관적으로 대략적인 수치로 기업물류비를 제시할 수는 있을 것이며, 특히 후자의 경우 物類部屬의 주요 업무영역인 수배송과 보관에서 가장 큰 비중의 물류비용이 발생하는 것으로 답할 수는 있을 것이다. 그러나 어떠한 경우이든 이는 주관적인 판단에 근거한 것일 뿐 객관적인 기준에 근거한 것으로 볼 수는 없다.

현재까지 우리나라의 물류문제를 언급하고 있는 각종 문헌, 자료와 정부의 物流政策에서 가장 빈번히 인용되고 있는 '94년도 15.7%의 물류비'는 산정절차, 산정기준, 산정범위 등을 감안해 볼 때 단지 참고자료일 뿐 결코 객관적인 기업물류비의 수준으로 인정하기 어렵다. 한편 생산방식, 유통경로 등 企業環境에서 차이가 있는 업종별 물류비는 아직 제대로 파악조차 되지 못하고 있는 실정이다. 단, 기업의 물류담당자에

대한 설문조사를 통해 기업물류비와 業種別 物流費를 집계한 자료가 부분적으로 있을 뿐이다.

이처럼 주류산업을 포함하여 전체 산업에서 기업물류비가 정확하게 집계되지 못하고 있는 이유는 다음과 같다.

첫째, 표준적인 물류비 산정방법이 없는 실정이고, 또한 기업간 물류비 산정범위에서도 개념 혼란으로 인해 일치하지 못하고 있는 실정이다. 둘째, 개별 기업의 물류비는 管理會計的인 관점에서 각 기업이 처해있는 상황에 가장 적합한 방법으로 계산되어야 하지만, 이를 계산하기 위해서는 적지 않은 인원, 시간 비용 등이 소요되기 때문에 물류비 산정결과에 의한 효익과 대비해볼 때 반드시 필요한 사항이 아닐 수도 있다는 점에서 상당수의 기업들이 물류비 계산을 등한시하고 있다. 셋째, 기업 물류비는 기존 財務會計基準에 의할 경우 외부로 지출되는 극히 일부의 물류비만을 파악할 수 있을 뿐이다. 이에 따라 정부차원에서 물류회계기준을 제시하려는 노력이 몇 년전부터 추진되고는 있지만 업종간, 기업간 상이한 사업환경에 따라 표준적인 기준을 제시하는 데 어려움을 겪고 있는 실정이다. 즉, 기업에서도 서로 상이한 기준, 방법으로 상이한 범위 및 영역을 대상으로 물류비를 집계하고 있거나, 또는 재무회계자료에서 간편하게 물류비를 추정하고 있을 뿐이다. 넷째, 개별 기업에서 물류서비스의 목표를 어느 수준으로 설정하는냐에 따라 기업물류비의 발생 규모는 달라질 수 있다. 따라서 단순히 절대적 개념의 기업물류비에 의해 물류 성과를 평가하는 것은 바람직한 방안이 될 수 없으며, 물류서비스 수준 대비 물류비 수준을 평가하는 상대적 개념으로 파악되어야 한다는 점에서 물류비 계산이 활성화되지 못하고 있다. 다섯째, 물류활동 및 기능은 물류부서 이외에도 여러 부서에 관련되어 있기 때문에 活動基準原價方式(Activity Based Costing)에 의해 산정하는 것이 적합한 것으로

인정받고 있지만, 현실은 물류부서의 담당 업무에 국한하여 기업물류비를 산정하고 있는 실정이다.

3) 酒類物流費의 推定

앞서 언급한 여러 이유 때문에 기업물류비가 제대로 집계되지 못하고 있지만, 현실적으로 대기업에서조차 지속적으로 기업물류비의 수준을 정확하게 집계하고 있는 사례가 극히 드문 실정이다. 마찬가지로 주류산업 및 주류기업의 물류비 산정에서도 동일한 문제점을 지니고 있을 것으로 추정된다. 비록 設問調査에 의한 결과지만 1995년에 주류산업에 속해 있는 食品業의 물류비는 매출액 대비 17.1%로서 전업종 평균 14.3%보다 훨씬 높은 실정이다. 이를 물류기능별로 보면 운송비가 물류비의 49.7%를 차지하고 있을 뿐만 아니라, 이 비중은 전업종 평균치보다 훨씬 높은 실정이다. 그리고 보관비와 포장비가 각각 물류비의 19.3%, 16.4%로서 비교적 높은 비중을 차지하고 있다.

한편 日本의 경우 1995년에 상온품목 식료업의 물류비는 매출액 대비 8.91%이며, 냉장·냉동을 요하는 식료업은 9.51%에 불과할 뿐이다. 특기할 점은 일본 기업들의 물류비 중에서 외부지출물류비가 80% 이상을 차지하고 있다는 점이다. 이는 일본 기업들이 자사의 물류를 자체 인력 및 시설로 처리하기보다는 외부 전문기업에 위탁하는 비중이 매우 높다는 것을 의미한다. 이는 우리 기업들의 경우 자사지불물류비가 절대적인 비중을 차지하고 있는 실정과 정반대의 현상이다. 이처럼 자사지불물류비의 비중이 높은 것은 우리 주류업체들의 유통관행상 物流와 流通이 혼재해 있는 즉, 운송활동에 루트세일이 동반되어 수행되었기 때문인 것으로 이해된다.

4) 酒類物流管理의 問題點

최근 주류업계의 불황타개를 위해 주류제조업체에서 주류유통업체에 대한 사은품 및 자금지원을 강화하자 小賣店 확보를 위한 都賣商(전국 1천2백여 개소)들의 판로확보경쟁이 치열해지고 있다. 특히 주류기업들의 시장점유율 확보를 위한 물량공세와 판매처 제한 해제가 겹쳐 주류업계의 판매경쟁, 가격파괴경쟁은 날로 격화되고 있는 실정이다.

이에 따라 주류산업에서 물류비 절감을 위한 물류합리화 문제는 상대적으로 그 중요성이 덜 부각되고, 오히려 소비자 기호의 고급화·다양화 추세에 보조를 맞추고 또한 최근의 競爭深化를 극복하기 위한 수단으로 품목의 다양화, 관련 내지 비관련 주종으로 사업영역을 확대하는 데 초점을 맞추고 있는 실정이다. 뿐만 아니라 이러한 품종 및 주종의 다양화·고급화가 소비자의 기호분석, 목표시장의 분석 등 체계적인 시장분석이 이루어지지 않은 상황에서 추진되었기 때문에 과도한 광고비 지출, 비계획적인 물량공세에 의한 價格破壞로 이익기반 잠식 등 비합리적인 영업활동이 보편화되고 이에 따라 원가 부담이 과중되는 악순환이 반복되고 있는 실정이다.

현재 주류업계에서의 물류문제는 수배송, 보관, 상하역, 포장, 유통가공 및 정보관리 등 기능별 물류문제의 해소에 초점을 두고 있다. 여기서 물류문제에 대한 접근방식은 사업전략과 연계된 戰略的 觀點에서 해결하기보다는 현장에서 경험하게 되는 수배송차량관리, 물류거점관리, 파렛트관리, 보관관리 등 물류의 애로사항 및 개선방안을 운영적 관점에서 해결하고 있는 실정이다. 물론 이러한 물류개선 노력마저도 최근 들어 주류업계의 불황으로 인해 경쟁상품간, 주종간 판매경쟁이 치열해짐에 따라 뒷전에 밀려나 있는 경향이 있으며, 이에 따라 종합적이고 체계적인 물류개선 방안은 제대로 수립되지도 못하고 있는 실정이다.

이에 따라 국내 주류산업은 물류비의 상승, 물

류서비스 수준의 저하라는 구조적 난관에 직면해 있는 상황으로 간주할 수 있다. 물론 다른 업종에서도 물류비의 과다 지출이 경쟁력 약화를 초래하고 있는 주요 원인의 하나로 부각되고 있지만, 특히 주류산업의 경우 경제 전반의 구조적 불황과 맞물려 二重苦의 어려움을 겪고 있는 것으로 볼 수 있다. 이처럼 주류 품종 및 주종의 다양화, 시장수요가 연계되지 않은 공급물량의 확대 등은 현 물류시스템의 관리능력과 유리된 상태에서 추진된 것이기 때문에 물류비의 상승과 함께 물류서비스의 수준 저하는 당연한 결과로 보여진다.

3. 酒類物流 再定立

1) 酒類物流의 定義

주류 물류(logistics)는 주류 생산을 위한 원재료 구매에서부터 生産工程에서 완제품을 최종 소비자에게 전달하기까지의 물자 흐름과 관련하여 구매, 생산, 판매 등의 모든 영역에서 발생하는 모든 기능활동을 포함한다. 이는 가장 포괄적인 개념의 물류로서 원재료의 수송, 재공품의 이동, 완제품의 수배송 등의 운송, 보관 및 재고관리, 포장, 물류가공, 상하역, 정보관리 등의 제반 활동이 연계되어 있는 것이다. 최근까지만 해도 서로 다른 프로토콜(protocol)로 물류(logistics, physical distribution)를 논의하다 보니 약간의 혼란이 있었던 것 또한 사실이다. 그러나 각종 문헌자료에서 논의되고 있는 내용을 감안해 볼 때 최근의 物流은 물류(physical distribution)가 아닌 물류(logistics)로서의 개념 정립이 이루어져 가고 있는 것으로 보인다.

하지만 물류효율 개선을 위한 각종 실행 방안은 아직도 물류(physical distribution) 수준에서 논의되고 있는 실정이다. 이에는 여러 이유가 있지만 대체로 요약해 보면 첫째는 企業物流費

주요 발생원을 販賣物流에서 찾고 있기 때문이고, 둘째는 구매, 생산 및 판매를 연계하는 물류시스템의 도입 및 운영 수준에 도달하기에는 아직 물류관리의 수준이 낮아져 있기 때문이다.

2) 酒類物流의 領域

주류산업의 특성상 주류 물류는 주류 유통과 연계해 파악해야 할 것이다. 주류산업은 商流와 物流가 혼재되어 있으며, 정확하게는 상류가 중심이 되고 물류는 상류에 종속되어 있는 상황이다. 이와 같은 현상은 주류 유통에서 도매상의 입지가 지난 수십년간 관행적, 제도적으로 고착되어 있기 때문에 주류 제조업체의 물류시스템 구축에 있어서 운신의 폭이 좁은 것이 사실이다.

뿐만 아니라 상류 및 물류의 정보시스템 구축에 대한 투자도 미흡하여 상류와 물류가 적절히 연계된 활동이 이루어지지 못하고 있는 실정이다.

이에 따라 현실적으로 물류의 효율화를 통한 물류비 절감과 물류서비스의 극대화를 추진하기 위해서는 현재의 상류구조를 주어진 것으로 간주하고, 物流體系를 이에 적합하게 접목시키는 방안을 제시할 수 있을 것이다. 물론 이를 위한 최적의 實行 方案은 물류정보시스템을 도입하여 주문처리, 결제처리, 계약서 처리등의 상류부와 배송관리, 보관관리, 주문관리 등의 물류부문이 정보시스템에 의해 상호연계되어 실시간으로 처리될 수 있도록 하고, 동시에 주류시장의 변화를 실시간으로 자동 분석할 수 있는 ECR시스템을 구축하는 것이다.

이러한 물류정보시스템에 의해 현재와 같이 개별화 되어 있는 물류활동을 종합화, 통합화할 수 있는 계기가 되며, 이를 통해 원료공급업체, 주류제조업체, 주류유통업체간의 Supply Chain Management의 실현을 조기에 정착시킬 수 있을 것이다.

3) 酒類物流環境의 變化

주류제품은 최근 들어 경쟁심화와 소비자 중심의 市場構造 등으로 인해 PLC(제품수명주기)가 점차 단축되고 있고, 심한 경우 손익분기점에 도달하기도 전에 시장에서 사라지는 품목이 많아지고 있는 실정이다. 이는 주류시장의 경쟁이 치열해짐에 따라 신제품의 성공을 위하여 막대한 광고와 함께 맛과 품질면에서도 소비자의 요구를 충족시켜야 하기 때문이다. 특히 시장개방에 따라 경쟁에서 살아남기 위해서는 품종의 다양화를 통한 競爭力 確保가 중요한 경쟁 원천으로 인식되고 있는 현 상황에서 과거와 비교할 수 없을 정도로 다양한 유형의 신제품이 등장할 것으로 전망되고 있다. 이러한 사업환경에서 주류업체의 물류시스템은 競爭戰略과 연계되어야 하며, 또한 소비자의 만족과 관련된 제반 요구사항에서 물류적인 관점에서 지원할 수 있는 체제가 구성되어야 한다.

4) 酒類物流의 目標 및 운영 方向

물류시스템의 성과는 물류적인 관점에서 평가하는 것이 아닌 경영 전체의 관점에서 이익 및 비용기반에서 평가되어야 한다. 즉, 물류시스템은 이익을 창출하는 주기능이 아니라 지원 내지 보조기능으로서 고려되어야 한다. 물론 지원 내지 보조기능에 해당하는 물류의 效率化를 등한시 할 경우 전체의 이익창출에 치명적인 障礙要因으로 부각할 수 있다는 점을 감안해야 할 것이다. 물론 물류시스템의 목표도 동일한 맥락에서 전개되어야 할 것이다.

주류물류비 절감을 위한 판매물류시스템의 계획 및 운영은 다음의 몇가지 사항을 감안해야 할 것이다.

첫째는 주류유통을 위시하여 유통업 전반에

걸쳐 확산되고 있는 유통구조의 변화에 대응할 수 있는 유연성을 갖추어야 한다는 것이다. 둘째는 앞서 언급한 바와 같이 소비자 기호의 고급화·다양화에 따라 수시로 변하는 주종간의 구성비율과 주요 주류제품의 시장점유율 변화에 즉각 반응할 수 있어야 한다는 것이다.

4. 酒類物流의 向後 課題

1) 새로운 競爭要因으로서의 物流

주류업계에서 가장 중요시하는 물류관리 대상 업무로는 물류비의 절감문제, 물류서비스의 향상, 물류센터의 설치 및 운영, 물류정보시스템의 구축 등을 들고 있다. 여기서 물류비의 절감과 물류서비스의 향상은 서로 上衝(trade-off) 關係에 있기 때문에 업체가 처해 있는 시장경쟁에 의해 조정되어야 할 사항이다. 그러나 거의 모든 주류업체들은 물류서비스 수준의 향상보다는 물류비 절감은 더욱 중요한 문제로 고려하고 있는 실정이다. 이는 우리 주류업계가 아직 물류가 지닌 중요한 속성을 정확하게 이해하지 못하고 있기 때문인 것으로 판단된다.

기업 경쟁이 지나온 역사를 고려해 볼 때 당초 기업경쟁 요소는 原價(cost)에 있었다. 그러나 글로벌 경영환경에서 어느 기업이나 저원가 생산이 가능한 지역으로 이동이 용이해졌기 때문에 원가절감에 의한 가격경쟁력은 다른 기업과의 경쟁에서 차별적 우위를 가질 수 없게 되었다.

이처럼 기업간의 원가경쟁이 대등해짐에 따라 기업과 소비자에게 새로운 경쟁 요소를 모색케 하였고, 그 결과 원가를 대신하여 品質이 새로운 경쟁 요소로 부각되었다. 그러나 품질을 바탕으로 한 경쟁력은 고객의 다양한 욕구 변화에 신속하게 대응하는 데 미흡하였고, 이에 따라 최근에는 다품종 상품과 서비스를 탄력있게 제공할

수 있는 柔軟性이 중요한 경쟁 요인으로 등장한 바 있다. 그러나 오늘날 고객 욕구는 과거와 비교할 수 없을 정도로 극도로 다양하게 전개되고 있으며, 그 변화속도는 더욱 가속화되고 있다. 이처럼 가속화되고 있는 고객 욕구를 충족시키기 위해 제조에서 유통에 이르기까지 가치사슬(value chain) 흐름을 신속하게 진행시키는 것은 顧客의 時間 慾求에 부응할 수 있는 최상의 방법이고, 따라서 時間(time)은 1990년대 후반 시장경쟁에서 우월한 위치를 누리기 위한 주요한 競爭手段으로 부각되고 있다. 앞으로는 시간을 자원으로 보고 전략적으로 활용할 수 있는 기업만이 경쟁에서 성공할 수 있는 것으로 간주되고 있으며, 여기서 물류는 시간경쟁을 실행할 수 있는 방안으로서 중요한 위치를 차지하고 있는 것으로 이해해야 한다.

2) 時間競爭手段으로서의 物流

물류는 앞서 언급한 바와 같이 새로운 경쟁요인으로 부각되고 있는 '시간'과 관련해서 볼 때 生産에서 販賣에 이르기까지 시간을 압축(compression)하는데 중요한 역할을 담당한다. 따라서 物流管理의 초점을 단순히 물류비 절감에만 맞출 경우 오히려 물류서비스의 질적인 저하를 가져올 수 있고, 이에 따라 시간경쟁의 우위를 확보하기 어렵게 된다. 특히 소비자의 욕구변화가 신속하고 시장경쟁이 치열한 주류산업의 경우 물류비 절감을 통한 성과는 장기적으로 볼 때 결코 유리한 결과로 나타나지 않을 수도 있다는 것을 고려해야 할 것이다. 시간경쟁수단으로서의 물류를 실행할 수 있는 한 예는 물류센터의 도입 및 운영에서 단순히 운송비의 절감에 초점을 맞춘 물류거점계획(입지, 규모 및 센터수의 의사결정)은 소비자의 관점에서 운송시간의 迅速性, 信賴性 등을 제공할 수 있는 계획으로 추진되는 것이다.

3) 物流 目標 및 成果尺度의 多樣化

주류의 경우 소비자의 기호변화에 민감하면서도 신속한 반응을 해야 하는 품목이기 때문에 주류생산과 판매 부분의 긴밀한 연계가 시장 변화에 신속히 반응할 수 있는 최상의 방안이다. 따라서 酒類産業의 물류시스템은 단순히 주류라는 물자의 원활한 수배송체계를 구축함으로써 물류비를 절감하는 목표도 중요하지만, 전략적인 관점에서 시간경쟁에서 우위를 확보할 수 있도록 물류시스템의 목표가 多面化되어야 할 것이다. 즉, 수배송시간의 신속성, 고품질, 반품율, 오송율, 물류품질 등 비용 이외의 측면의 물류 목표가 설정되어야 한다.

개별기업마다 관리 특성과 경영전략의 方向 및 目標이 다른 상황에서 단순히 기업물류비 수준과 물류서비스 능력으로 물류성적을 평가하는 것은 곤란하며, 전체 사업전략의 관점에서 물류성적을 진단해야 한다. 물류시스템의 합리화라는 局所的 合理化는 개발, 생산, 판매, 정보 등 직접적으로 연계되어 있는 다른 부문들과 서로 다른 목표 및 방향에 의해 갈등을 유발할 가능성이 높으며, 이에 따라 기업 전체의 경영 합리화가 오히려 약화되어 기업의 궁극적 목표인 투자 수익률을 악화시킬 수도 있다. 따라서 물류부문의 목표와 성과측정은 반드시 전체 사업전략과 연계하여 수행되어야 하며, 또한 개발, 생산, 판매 등의 다른 부문의 전략과도 一貫性이 유지되어야 한다.

4) 漣繫化·綜合化를 위한 物流

흔히 물류부서의 담당자는 물류의 독립화를 요구하고 있지만, 이는 결코 바람직하지 않다. 물류 그 자체는 경영활동의 목표가 아니라 經營 目標을 달성하는데 이용되는 수단에 불과할 뿐이다. 즉, 물류기능은 앞서 언급한 바와 같이 반

드시 개발, 생산 및 판매기능을 緩衝(buffering)하는 기능에 머물러서는 안되고 오히려 경영의 기본 기능인 이들을 밀접하게 통합할 수 있도록 설계되어야 한다. 현재의 주류 시장은 소비자의 니즈(needs)변화가 심하고 경쟁이 치열하기 때문에 시장의 변화를 즉각 인지하고 이를 개발, 생산에 반영할 수 있도록 연결고리를 상시적으로 가동할 수 있어야 한다. 이러한 측면에서 볼 때 섬유산업에서 주로 적용되고 있는 迅速反應(QR)시스템, 식품산업에서 태동한 ECR(efficient consumer response)시스템 등이 생산과 판매를 연계하고 있는 사례에 해당한다. 물류는 이들 시스템에서 중요한 역할을 수행하고 있으며, 광의의 개념으로 보면 이들 시스템 자체가 물류시스템으로 볼 수도 있다.

이처럼 다수의 경영 기능을 통합하기 위해서는 필수적으로 정보시스템이 개입되어야 할 것이다. 아직 도입 실적이 미흡한 바코드시스템과 EDI(전자문서거래)시스템의 도입을 적극 추진하여 저변확대를 통한 네트워크 효과를 제고하고, 앞으로 Internet과 연계하여 電子商去來(EC)를 추진할 수 있는 기반을 조성해야 한다. 현 시점에서 볼 때 물류정보시스템은 향후에 구매, 조달, 개발, 생산, 판매 등의 기능과도 연계된 CALS로 진행되는 데 가장 핵심적인 역할을 맡을 것으로 보인다. 이러한 물류정보시스템은 기업내부의 제반 경영기능을 연계시키고, 더 나아가 Inbound와 Outbound측면의 거래 기업과 물류적으로 연계 내지 통합하는 공급체인(supply chain)을 형성하는데 필수적인 요소이다. 이러한 관점에서 물류는 관련 기능과의 綜合化·漣繫化가 무엇보다 중요한 것으로 간주되어야 한다.

5) 物流 外部化에 의한 物流合理化

물류관리시설 및 인력을 内部 資源化하는 것

은 물류성과 제고 측면에서 볼 때 결코 바람직한 사항은 아닌 것으로 보여진다. 즉, 수요의 계절적 변동, 일시적 수요폭증 등에 대응하기 위해 잉여자원을 확보하고 있는 것은 물류비 절감에 역행하는 것이기 때문이다. 물론 루트판매 등 물류활동 이외의 활동을 위해 충분한 물류자원을 보유하고 있을 수도 있지만, 점차 치열해지고 있는 시장경쟁을 감안해 볼 때 언젠가는 재조정이 반드시 있어야 할 것이다.

앞서 일본의 사례에서도 알 수 있듯이 物流先進企業들은 물류정보시스템만 자체 운영하고 물류 시설 및 인력을 외부의 물류전문기업에서 보완하는 위탁방식으로 운영하는 것이 장기적으

로 보다 바람직하다. 그러나 국내에서 아직 신뢰할만한 물류전문기업이 활성화되지 못하고 있는 것이 사실이다. 화물운송기업의 경우 일부 기업을 제외하고는 영세기업으로 고품질의 운송서비스를 제공할 수 있는 능력을 갖추지 못하고 있으며, 창고업의 경우도 보관기능만을 수행하는 극히 낙후된 수준에 머물고 있을 뿐이다. 그러나 최근 물류난이 심각해지고, 물류의 중요성이 부각됨에 따라 다양하면서 신속한 물류서비스를 준비중인 物流專門企業이 등장하고 있고, 이러한 현상은 앞으로 더욱 확산될 것으로 전망되고 있다.

대한주류공업협회는 이번 맥주3사의 협회가입으로 명실공히 우리나라 주류산업을 대표하는 전국 규모의 주류업단체로 재탄생하게 되었습니다.

본회는 주류산업의 대변기구로서의 역할과 책임을 다하기 위해 다각적인 주류산업 발전 방향을 모색하고 있습니다. 이의 일환으로 본회가 발간하고 있는 주류공업지를 주류산업관련 전문지로 정착시키기위하여 주류산업에 관련된 모든 정보를 광범위하게 게재코자 합니다. 앞으로 주류산업에 관심이 있는 독자 여러분의 폭넓은 참여를 위하여 시론, 경영전략, 주류산업기술 전반, 올바른 음주문화정착등 주류산업관련 제반 원고를 수집, 게재코자 하니 많은 투고를 부탁드립니다.

게재된 원고는 소정의 원고료를 지불해 드립니다.

- 문의처 : 협회 기획조사부(780-6413)
- 주 소 : 서울 영등포구 여의도동 10. 대한주류공업협회

- 편집자주