

디지털 영상물류센터의 공동화 운영전략

- The Joint Logistics Operation Strategy of Digital Video Distribution Center -

지 의상 *
이 명복 *
홍 상태 *
강 경식 **

Abstract

본 연구에서는 사업주체 및 사업영역 선정을 중심으로 한국영상물 산업의 물류공동화 전략 및 방안에 대하여 고찰 해보고자 하였다. 본 연구 방법으로는 문헌자료, 보고서, 실증사례를 바탕으로 연구가 진행되었다. 본 연구에서는 영상물 물류공동화 전략 방안으로는 단기적, 장기적 전략방안으로 구분하여 고찰 하였다. 단기전으로는 하주가 운영을 하면서, 공동운영하는 방법과 장기적으로는 물류업자가 운영을 하면서, 대행위탁사업으로 전개하는 방안을 도출하였다. 본 연구의 대상은 영상물 물류공동화에 한정하여 연구가 진행되어졌다. 향후 타 업종으로 확대하여 연구할 필요가 있다.

Key Word : 영상물류, 공동물류센터

1. 서론

현재 국내 DVD 유통망은 오프라인의 경우, DVD제작사와 DVD유통사(총판대행)와 중간 도매상라인을 통한 DVD취급점포인 도소매점포(레코드점, 가전양판점, 대형할인마트, 비디오대여점 등)로 판매되는 총판유통이 주종을 이루고 있어 유통원가 및 물류비용이 12~15%를 차지할 정도로 비효율적인 유통물류시스템을 형성하고 있다. 게다가 DVD셀스루 유통시장에서 유통대행 수수료가 (총판유통마진 35%, 도매가 20%, 렌탈도매유통 30%선) 평균 30%정도에서 도매형태의 총판유통사들 상호간의 과당 경쟁으로 영상시장의 성장초기에서 가장 피해야할 가격질서의 혼란이 가중되고 있다. 또한 이러한 유통마진과 출시가격의 혼란은 곧 첨단 디지털 영상매체인 DVD라는 매력적인

* 명지대학교 산업공학과 박사과정

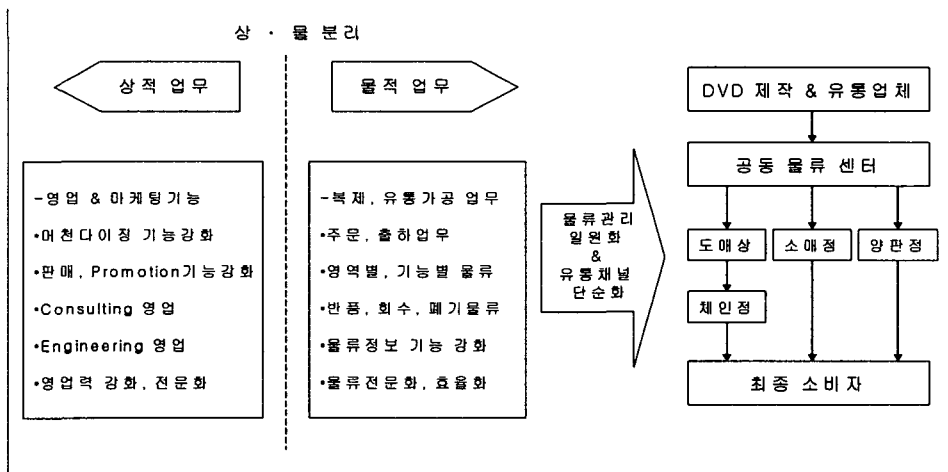
** 명지대학교 산업공학과 교수

디지털 패키지상품에 대한 소비자들의 외면을 초래할 저급 매체로 전락시킬 가능성을 그대로 내포하고 있는 점도 심각한 문제이다.

따라서 본 연구는 이러한 국내 비디오산업의 유통구조적인 측면에 대한 현황분석을 바탕으로, 특히 DVD산업의 유통시장의 메커니즘과 시장규모, 물류체제를 둘러싼 제작에서 유통소비부문에 이르기까지 유통환경변화, 유통구조상의 문제점 등에 관한 현황분석을 통해 향후 국내 디지털 영상산업의 유통구조 개선방안으로서 물류공동화 방안을 제안하고자 한다.

2. 물류공동화의 개념

물류공동화란 동종업계 또는 이종연관기업들이 전국적으로 또는 지역적으로 물류시설을 공동으로 설치하고 이용관리 함으로써 기업이 개별적으로 물류시설을 공동으로 설치하고 이용 관리함으로써 최소의 비용으로 최대의 이익을 획득 할 수 있는 물류합리화의 방법이라고 정의 하고 있다. 영상물 물류공동화 시스템은 상류와 물류의 분리에서부터 시작되며, 상거래 활동 즉 상류는 판매, 영업, 마케팅, 판촉 등은 DVD 유통업체가 시장경제의 원칙에 입각하여 경쟁하고, 물적 유통 즉, 물류는 영역별, 기능별, 포장, 보관, 하역, 수배송, 유통가공, 반품, 재고관리, 정보관리 등의 업무를 수행하는 것이 공동 물류시스템의 기본 개념이다.



출처 : 「국내영상물 공동물류시스템 구축 및 유통정보화사업 타당성 연구, 2003년」
[그림 1] 영상물 물류공동화의 개념도

3. 물류공동화 추진상의 문제점

1) 사업주체 선정의 문제점

물류공동화에 있어서 총론 찬성, 각론 반대의 물류공동화를 성립시키기 사업주체의 선정이 무엇보다 중요하다 하겠다. 「국내비디오산업 유통실태분석 및 유통구조 개선 연구 1998」 자료에 의하면 관련업체(조합, 제조, 유통사)의 35%가 필요성을 인정하고 있으며, 반대 21%정도가 반대하고 있거나, 검토 43%로 응답하고 있다.

<표 1> 참여도 설문조사

| 구분 | 물류공동센터 | 공동물류시스템 | 물류회사 | 평균 |
|----|--------|---------|-------|-----|
| 찬성 | 38.9% | 34.3% | 33.3% | 35% |
| 반대 | 19.4% | 11.4% | 33.3% | 21% |
| 검토 | 41.7% | 54.3% | 33.4% | 43% |

출처 : 「국내비디오산업 유통실태분석 및 유통구조개선연구 1998」 자료

현재 물류공동화와 협업화가 유통업계 일부에서 시행되고 있기는 하지만 서로 상이한 이해관계 때문에 기대했던 만큼 성공적이지 못한 실정을 감안 할 때, 찬성보다는 반대, 검토 74%를 차지하고 있어 사업주체 선정에 대한 명확한 제시가 무엇보다 중요하다 하겠다. 또한 참여 업체가 대부분인 메이저 제조 및 직배사인 것을 고려해 볼때 의견일치와 주도권에 대한 문제가 발생 할 우려가 예상된다. 따라서 전원참여 확대를 위해서는 협회 및 조합의 역할이 중요하며, 하주(제조 및 유통사)중심으로 사업주체를 선정 할 것인지, 협동조합의 형식으로 사업주체를 운영 할 것인지를 검토해야 한다.

2) 자금 확보의 문제

물류공동화에는 공동집배송 및 유통 정보시스템 구축 등 투자가 따른다. 이 경우 생각대로 채산이 맞을가가 큰 문제다. 메리트가 없다면 물류공동화는 성립하지 못하기 때문이다. 따라서 영상물 물류공동화 추진에 있어서 투자에 대한 문제를 해결하기 위해서도 사업주체 및 운영의 주체가 중요한 과제이다. (표 2)에서와 같이 제조 및 유통사 20개 업체가 적극적인 참여 의사를 보이고 있다.

<표 2> 영상물 제조 및 유통회사

| 구분 | 제조 및 수입직배회사 | 복제제조회사 |
|------|---|---|
| 회사명 | 1.스펙트럼DVD, 2.비트윈 3.클럼비아 트라이스타 4.위너브라더스, 5.브에나비스타 6.새롬엔터테인먼트, 7.다음미디어 8. 씨넥서스, 9. 20C FOX 10.파라마운트, 11.CJ엔터테인먼트 | 1.프리미어, 2.스타맥스, 3.우성시네마 4.아이비전, 5.유니버설, 6.베어엔터테인먼트 7.엔터원, 8.시네마서비스 9.대원C&A |
| 20개사 | 11개사 | 9개사 |

하지만 영상물 업체의 규모면에서 영세성으로 인하여 독자적으로 물류공동화를 추진한다는 것은 현실적으로 어렵다. 무엇보다도 정부기관의 지원이 절대적으로 요구된다고 하겠다. 따라서 사업 추진에 소요되는 자금의 조달, 유치, 운영 계획을 수립하여 적기에 필요한 자금을 집행할 수 있도록 투자유치 자금의 종류와 조건, 투자, 회수 기간, 상환시기, 상환능력 등의 자금 투자의 세부조건들을 검토하고 자금유치를 결정하기 위해서 사업주체의 구성이 주요과제이다.

4. 영상물 물류공동화 전략 및 향후과제

1) 단기 전략

(1) 사업운영자(하주업체)

<표 3>에서와 같이 하주(영상(DVD) 제조&유통사)가 운영하는 방식이다. 한국 영상물 물류공동화의 경우 사업초반에는 강력한 추진력이 요구되고, 안정화될 때 까지는 사업주체의 공감대가 무엇보다 중요하다고 하겠다.

(2) 사업영역(공동운영모델)

영상물 물류공동화 사업운영자 운영하에 공동으로 창고, 운송, 정보를 운영하는 모델이다. 공동창고 사용자는 시스템사용료, 토지임대사용료를 운영자에게 지불하여야 한다.

<표 3> 하주업체(안)

| | |
|-------|---------------------------|
| 구분 | 참가업체 및 기관 |
| 참여주관 | 영상(DVD)제조&유통사, 한국영상협회(조합) |
| 사업운영자 | 영상(DVD)제조&유통사 |

*:비트윈, 스택트럼, 스타맥스, 20C폭스, 엔터윈, 콜롬비아, 워너브라더스, 브에나비스타, 다음미디어, 파라마운트, 베어 등

<표 4> 공동운영 형태

| 사업영역 | 세부사업 분야 |
|------------------------------|--|
| 영상물 DVD(VHS), Video&Game소프트류 | |
| (1)창고 | 1. 보관, 하역 2. 포장 유통 가공 3. DVD복제사업. 4. 반품, 회수, 폐기 |
| (2)운송 | 5. 공동집하배송 (위탁운영) |
| (3)정보 | 6. 수발주서비스센터 운영업 7. 창고운영시스템(WMS,TMS) |

2) 장기 전략

(1) 사업운영자(물류업자)

한국영상협회(조합) 참여, 영상유통사는(제조&유통) 출자를 하고, 물류업자가 사업운영 담당하는 방법이다. 사업초기에 시행을 하게 되면, 소유와 경영의 분리로 책임의식이 분산될 소지가 있으며, 지속적인 참여유지에 문제가 된다. 단기적으로 영상물 물류공동화의 안전화에 대한 신뢰성이 입증되고, 다수 업체의 참여가 요구된다.

<표 5> 물류업자 운영(안)

| 구분 | 참가업체 및 기관 |
|-------|---------------------------------|
| 참여주관 | 물류업자, 영상(DVD)제조&유통사, 한국영상협회(조합) |
| 사업운영자 | 물류전문업체 |

2) 위탁운영 모델

물류사업을 (1)대행서비스(창고, 운송), 2)정보서비스로 이원화 위탁 운영하는 방법이다. 사용자는 시스템 사용료, 물류대행 수수료를 운영자에게 지불하여야 한다.

<표 6> 위탁운영모델

| 사업영역 | 세부사업 분야 | |
|---|---|--|
| 영상물(VHS/DVD) .Video&Game소프트류, 음반, CD (오디오), 문구& 완구류 | | |
| (1)대행서비스 | 영상물종합 공동창고 | 1. 보관, 하역, 2. 포장 유통 가공 3. DVD복제사업 4. 반품, 회수, 폐기 |
| | 영상물종합 공동운송 | 5. 공동수배송(공동집하배송) |
| (2)정보서비스 | 6. 수발주서비스센터 운영업 7. 창고운영시스템(WMS,TMS) 8. Host 센터 운영사업 | |

5. 결론 및 시사점

본 연구의 목적은 사업주체와 사업영역이 물류공동화에 미치는 요인을 도출하여 물류공동화 운영전략을 수립하고자 고찰 하였다. 본 연구 방법으로는 문헌자료, 연구보고서, 실증사례를 바탕으로 하여 사업주체와 사업영역이 물류공동화의 성공의 선결과제라는 것을 파악하고, 사업주체와 사업영역에 관한 물류공동화 전략을 제시하고자 연구에 중점을 두었다. 본 연구를 통하여 물류공동화 추진 단계에서 무엇보다도 사업주체와 사업영역이 물류공동화의 중요한 성공요소라는 것이 입증되었다. 본 연구를 통하여 영상물 물류공동화를 위한 단기 전략으로는 하주운영하면서 공동운영하는 방안, 장기적으로는 물류업자가 운영하면서, 위탁 운영하는 방안을 도출하였다. 또한 영상물 물

류공동화추진을 해서는 기업체, 조합 및 단체, 학계, 정부기관의 협조와 지원체제의 역할과 필요성을 강조하였다.

※ 참고문헌

1. 윤문규, "물류총론", 도서출판 범한, 2002.3
2. 안태호, "현대물류론", 한국물류협회 도서출판 범한, 2000.8
3. 추창업, 김웅진, "물류유통론", 형성출판사, 1997, pp.5
4. 오세영, "국내비디오물 사업 유통실태분석 및 유통구조", 문화관광부, 1998.12
5. —, 대한상공회의소, "물류공동화 추진 매뉴얼", 1995.12.
6. —, 대한상공회의소, "기업의 물류공동화 실태 및 수요조사", 1998.5
7. 이효진, "국가산업단지물류공동화 전략에 관한 연구", 명지대 박사학위 논문, 2002
8. 김형석, 오영택, "한국영상물 공동물류시스템 구축 및 유통정보화사업 타당성 연구", 문화관광부, 2003.8
9. 김형석, "DVD산업백서 2001년 報告書", 영상산업신문, 2002.12
10. 최장호, "산업경쟁력 강화를 위한 물류혁신 전략Ⅱ", 산업연구원, 2000.12
11. 권오경, 민승기, "물류산업의 기반정비에 관한 연구", 교통개발연구원 1998.
12. —, "도소매업 물류실태와 효율화 연구", 대한상공회의소, 1996.
13. 김형석, DVD산업백서 2001년 報告書, 영상산업신문, 2002年
14. Management", Supply Chain Management Review, Spring 1998, pp.14-22, Bowersox, D, J., "The strategic Benefits of Logistics Alliances",
15. David, G., E. Brito, "Effective Supply Chain Management ", Sloan Mangement Review, Summer 1996
16. James, J.C., and D.F. Stevens, "The Management of Business Logistics", 3rd., West Publising Co., 1989
17. Cooper, J.(ed). "Logistics and Distribution Planning Strategy for Management", 2nd ed., kogan page, 1994
18. Douglas keller, "Media Clture" SAMulgy Publishing co, 1995.
19. Alexander, A., "Media Economics", Hillselale, NT. 1993