

물류의 기본적 이해

이 영 호 / 한국식품위생연구원 식품산업연구팀

I. 서 론

취라기에 살던 공룡은 현재에 존재하는 전설적인 동물이 되었다. 이는 변화하는 환경에 적응하지 못하여 결국 멸종되어 버렸기 때문이다. 생물체들도 변화하는 환경에 적응해야만이 살아남게 되는 것이다.

최근 국내시장 역시 급속한 변화가 일어나고 있으며 1996년은 우루과이 라운드 타결에 따른 유통시장의 개방과 국제적 경쟁력을 갖춘 수많은 기업들의 국내진입이 예상된다. 외국 유통전문업체 등과의 경쟁에서 살아남기 위한 국내 각 기업의 노력이 필요하게 될 것이다. 21세기는 세계화·국제화 등 세계 곳곳에서 일고 있는 자유화의 거센 물결과 함께 시장 개방확대가 되어가고 국제환경은 격변하고 있다.

소비자 기호의 다양화·개성화 그리고 산업계의 노동력 부족, 날로 심각해지는 교통체증, 토지 비용의 상승 등의 변화도 뚜렷하게 나타나고 있어서 국내 산업계는 커다란 전환기를 맞고 있다. 세계적인 기업 그리고 국내 기업들이 안고 있는 고민은 무엇인가? 최근 곳곳에서 일고 있는 가격과

등 고품질의 제품을 낮은 가격에 공급할 수 있는 능력과 다양한 서비스의 신속한 제공 능력이다. 기업들은 경쟁력 확보에 노력하고 있으며 경영 활동의 최대 주안점은 고객과 가장 가까이 있는 완제품의 물류부문이다.

90년부터 현재까지 제조업의 매출액 증가보다 물류 비용의 증가가 더 커 기업의 원가부담과 국제 경쟁력을 약화시키고 있다. 실제로 제과업계의 경우 1%선이 순이익률임을 감안한다면 물류부문은 기업의 성패를 좌우할 것이다. 소비자에게 다양한 제품을 신속한 서비스, 낮은 가격으로 어떻게 공급할 수 있는지가 경쟁에서 이길 수 있는 기본적인 관건이 될 것이다.

지난 '93년의 경우 한해동안 국가 전체 물류비로 지출된 금액은 42조에 달했으며 지난 '90년 이후 매년 21%씩 증가해 왔다. 기업의 매출액 대비 물류비는 17%선으로 추산되고 있는데 이는 미국의 7%, 일본의 11.3%에 비해 터무니없이 높은 비율이다. 그리고 화물운송비는 전체 물류비용의 40~50%정도를 차지하고 있어 운송기능은 물류의 여러분야중 가장 중요한 부분이라 할 수 있다. 따라서 본고에서는 최근 관심

대상이 되고 있는 물류센터에 기본적 개념 부터 알아보고 우리가 준비해야 할 과제 및 물류에 대해 연구를 해본다.

II. 물류의 기본적 개념

1. 물류의 의미와 범위

물류의 의미는 유통의 의미와 구분할 필요가 있다. 유통이란 어떤 한 재화를 생산자로부터 소비자에게로 사회적·물리적으로 이전시키는 흐름을 말한다. 그러므로 유통은 거래기능에서 발생하고 이러한 상거래로 구매자는 판매자에게 상품에 대한 댓가를 지불하여 그 소유권을 이전 받는다.

그러나 이것으로 유통이 끝나는 것이 아니라 상품 그 자체의 인도(引渡)가 필요한데 판매자로부터 구매자에게로 이동시키는

것이 곧 물류이다. 이러한 물류활동으로 상거래 유통이 마무리된다. 유통의 경제기능에서 '상거래'와 '물류'의 두가지 기능이 있다.

물류를 좁은의미로 생각하면 상품이 생산지에서 소비자에게로 전달되는 과정에 필요한 운송, 하역, 보관, 포장기능 등을 말할 수 있다. 많은 기업들은 더 나은 운영방식, 더 나은 서비스, 더 나은 제품을 지향하면서 자신들의 고객과 공급자, 자신들의 조직과 시설들로 인해 생기는 결함으로 엄청난 비효율성하에서 운영되고 있다. 이러한 맥락에서 물류는 어느 일부문만이 아닌 전체 분야의 합리화가 되어야 최적화를 이룰 수 있다.

그러므로 물류의 범위는 원자재의 조달, 반제품의 이동, 물류센터를 거쳐 소비자까지 전달되는 완제품의 이동 등 공급업체의 전체 시각으로 보아야 한다.

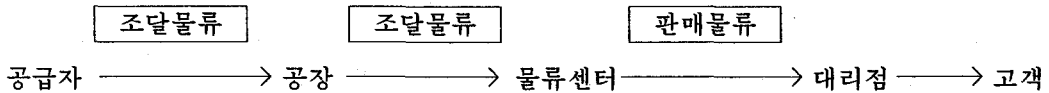


그림 1. 물류의 범위

2. 물류의 중요성

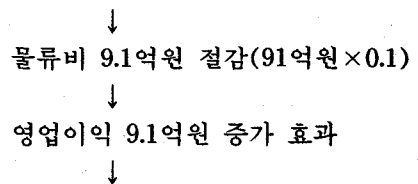
최근 WTO체제의 출범 등 경제 환경변화와 시장개방에 따라 서비스 시장의 경쟁, 유통시장 개방에 따른 수요의 고급화, 소량다빈도, 운송의 필요성 증가와 함께 인력난, 교통난과 높은지가 등은 물류비용을 급상승시키고 있다. 실제로 우리나라의 매출액 대비 물류비는 17%로 '93년 국가 전체 물류비는 42조원이었을 만큼 기업의 물류비는 심각한 실정이다. 이러한 산업체들의 물류비는 국가경제에도 상당한 영향을 미칠 것이다. 따라서 적정한 수준 및 비용 수준의 유지를 위해 각 기업들은 물류 시스템을 장기적·체계적·효율적으로 검토하여 국가경제 발전에 일익을 담당하여야 할 것이다.

예로 우리나라 제과업체의 물류비는 13% 내외이고 이익률은 1%선 정도가 된다. 물류비 절감 효과를 나타내면 다음과 같다.

예) 갑 제과회사의 연간 매출액·물류비 및 이익률은 아래와 같다.

- 매출액 : 700억원
- 물류비 : 매출액의 13%(91억원)
- 이익률 : 매출액의 1.5%(10.5억원)

물류비 10% 절감



매출액 606.6억원 증대 효과
(9.1억원 ÷ 0.015)

↓
매출액 86.7% 증대 효과

위에서와 같이 물류비 10% 절감은 매출액 86.7%의 증대와 동일한 손익효과를 가져온다. 이것은 수치상의 이론일 수도 있으나 결국 물류비 절감으로 시장 경쟁력에서의 우위 확보와 판매 경쟁력 강화를 초래할 수 있을 것이다.

3. 물류 코스트관리

물류의 활동은 기업들이 안고 있는 필연적인 활동이다. 이 활동을 최적화 즉 물류 코스트를 최소화하려는 노력은 당연한 것이다. 비록 이 활동이 직접적인 이익을 창출하지는 못하지만 앞서도 말했듯이 간접적인 효과는 분명히 크게 나타날 것이다. 물류 코스트에서 문제가 되는 것은 고객에 대한 서비스 수준의 결정이다. 물류 코스트와 고객에 대한 서비스 수준의 관계는 정(正)의 상관관계를 나타내고 있다. 고객에 대한 서비스 수준은 높고 물류 코스트는 낮을수록 좋다고 생각하는게 일반적이나 이런 조건의 수준을 만족시키기는 거의 불가능하다고 말할 수 있다.

물류 코스트와 고객에 대한 서비스 수준

의 사이에는 한쪽이 이익이 되면 다른 한쪽에 손실을 가져다 주는 제로 썸 게임(Zero Sum Game)과 같은 관계가 형성된다. 이를 물류에서는 트레이드 오프(Trade Off)라고 한다. 트레이드 오프를 이해하는 것이 물류 합리화의 시작이라 말할 수 있으며 물류 코스트를 절감하기 위하여 고객 서비스 수준을 얼마나 조절할 것인지 또는 주어진 서비스 수준하에서 물류 부서 단독으로 합리화를 할 것인가를 결정하는 것이 중요하다.

예를 들면, 창고의 수를 줄인다고 가정하자. 창고의 수가 적어짐에 따라 보관비에 따른 코스트는 절감효과가 나타날 것이다. 그러나 수송 거리와 수송 횟수 등의 증가로 인해 수송비의 증대가 커지므로 이들 코스트를 합제한 총 비용은 오히려 창고의 수를 줄일때 보다 더 많아질 수 있다.

결국 물류 코스트를 효율화하기 위해서는 한 기능, 한 부문만을 최적화 하는 것이 아니라 물류 코스트의 전체를 효율화하여야 한다는 것이다. 즉, 물류 체계간의 트레이드오프 관계를 잘 알고 각 부문을 효율적으로 조율하여야 물류 코스트의 절감 효과를 배가할 수 있다. 이러한 맥락에서 물류 코스트를 물류 영역별, 지불 형태별, 물류 기능별로 분류할 수 있고 이러한 분류는 각 부문과 전체를 효율적으로 관리할 수 있게 한다. 그림으로 나타내면 다음과 같다.

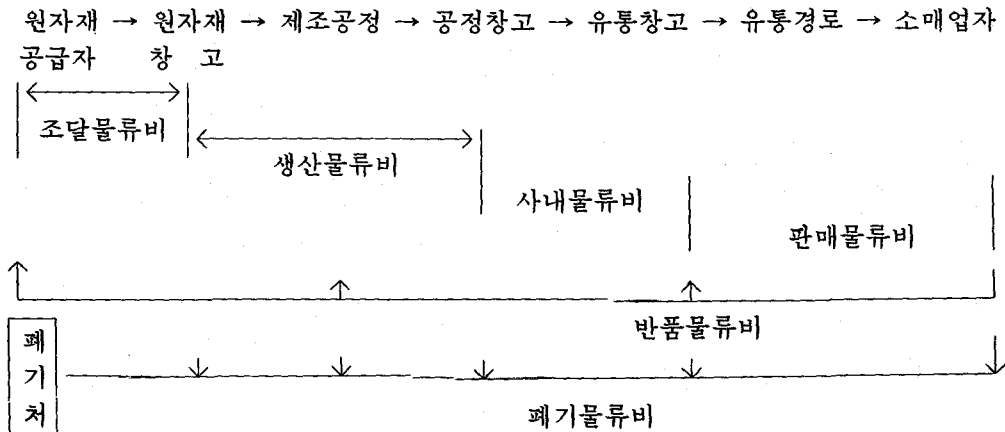


그림 2.

물류 영역별 코스트

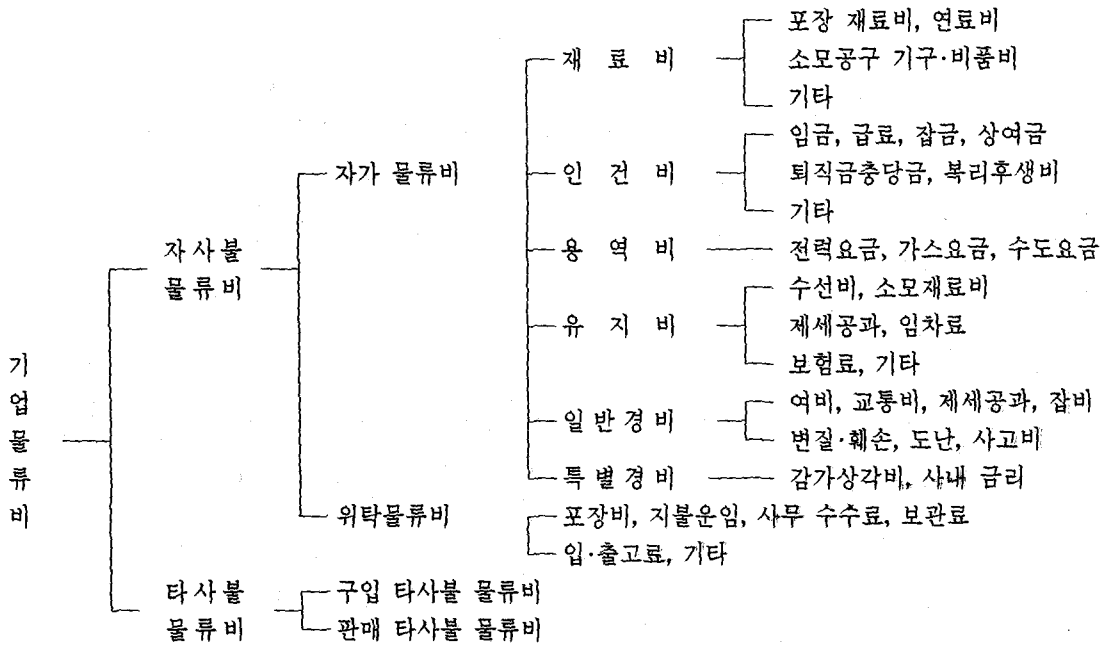


그림 3. 지불형태별 물류 코스트

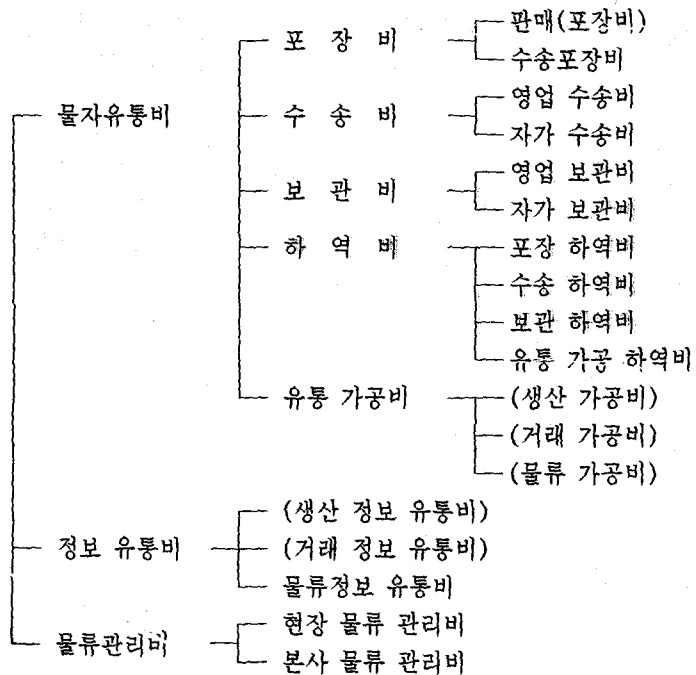


그림 4. 물류 기능별 코스트의 분류

주) 그림 2, 3, 4,는 일본 운수정 유통대책본부편(물류코스트산정기준)

물류 코스트를 위의 그림과 같이 분류함으로써 물류비에 대한 정확한 이해와 관리의 필요성을 느끼게 되고 물류 코스트 구성의 전반적인 이해와 관리를 효율적으로 하는데 큰 힘을 줄 것이다.

4. 물류정책을 위한 정부와 업체의 협력방안

교통체증이 날로 심각해지고 다품종 소량 생산 체계로 바뀔에 따라 물류 합리화를 통한 원가절감이 절실했다. 과다한 물류비용이 기업 경쟁력을 약화시키기 때문이다. 주요 국내그룹들은 그룹차원에서 식품업체등을 중심으로 물류부문 합리화와 물류단지 조성에 적극 나서고 있다. 이 주요 그룹들은 사회간접자본(SOC) 민간유치사업참여를 하고 정부는 기업의 물류사업 지원을 위해 대기업의 물류시설용 부동산 취득을 허용하고 세제지원을 하는등 대책을 마련하고 있다.

정부가 유통단지 건설촉진종합대책을 마련한 배경은 한마디로 국가경쟁력에 있다. 다시말해 최근 각 도시마다 교통량이 증가하고 유통시설이 부족해 기업의 물류비가 엄청나게 증가해 가격이 인상되었고 수출상품의 경우 국제 경쟁력을 상실하는 배경이 되었다는 현실적인 판단에서였다. 선진국의 경우 물류에 대한 정부지원은 이미 지난 60년대부터 본격 추진돼 왔는데 일본은 현재 집배송단지 77곳, 화물터미널 1천6백50곳, 창고 5천곳을 운영하고 있다. 우리나라는 이에 비해 현재 집배송단지 4곳(현재 건설중), 화물터미널 50곳, 화물창고는 4백70곳에 불과한 실정이다.

물류 효율화를 목표로 하는 행정 사이트의 정책방향은 다음과 같은 것들이 필요하다.

- (1) 에너지 효율이 높은 해로(海路) 이용을 촉진하기 위해 내항(內航) 해운의 근대화, 유통항만의 정비와 간선 교통망을 효율적 정비를 물류의 기반도 정비한다.
- (2) 트럭 터미널, 창고, 집하단지등의 기

능을 유기적으로 결합하여 미래지향적인 물류거점을 정비한다.

- (3) 도시내 물류의 대부분을 차지하고 있는 트럭이 수송을 합리화 한다. 여기에는 도시내 배송거점과 공동이용으로 공동 택배도 중요하지만 혼잡한 교통으로 인한 시간 손실을 줄이기 위해 야간시간을 이용한 시간대 배치가 요구된다.
- (4) 자동화의 기술개발과 물류정보시스템, 컨테이너, 팔레트등의 물류의 표준화를 추진한다. 식품업체의 고질적인 유통관습등으로 한 회사자체에서도 표준화는 잘 이루어 지지 않고 있다. 정책적으로 표준화가 시급하고 컨테이너와 팔레트, 트럭등도 우리나라 도로 실정에 맞는 표준화가 고려되어야 한다.
- (5) 정부행정의 일원화와 신속성, 단순성이 요구된다. 유통에서와 마찬가지로 복잡한 다단계의 관리는 경쟁력을 저하 시킨다. 예로 식품업체들을 둘러싼 행정관리를 그림으로 나타내면 다음과 같다.

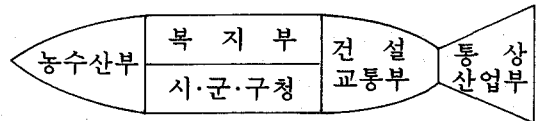


그림 5. 식품업체의 유통에 따른 관련 행정부서

소비자가 생선가공식품을 구매하려고 한다. 이때 소비자는 좀 더 신선하고 안전하고 위생적이고 구입하기 쉬운 제품을 원할 것이다. 그러나 제조업체들은 이러한 소비자의 욕구를 충족시키고자 하나 행정부처의 각각 다른 관련법령으로 업체들은 또 다른 비용이 추가되고 가공에 있어서도 생산공정의 흐름이 끊어지므로 식품의 신선도와 안전성이 저하되는 현상을 낳게되고 시장 경

쟁에서도 경쟁력이 뒤떨어질 수도 있다.

농수산부의 원료관리, 하역 수송·보관에 해당되는 건설교통부의 입지지정·토지 사용 계약·건물용도·유통도구, 통상산업부의 자동화, 공산품 규격제한, 복지부의 유통기한, 제조가공단계, 시·군·구청의 위생관리 등 분류가 되어 있어서 물류에 있어서도 비효율화를 가져올 수 있다. 행정부처간 갈등의 종합 대책이 필요하다.

Ⅲ. 물류의 기능적 요소와 관리

1. 운 송

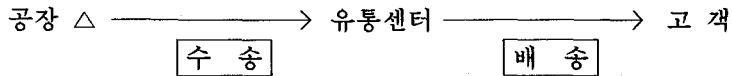


그림 6.

유통단계에 따른 수·배송 구분

(2) 운송매체의 장·단점 비교

표 1.

운송매체의 장·단점 비교

매 체	장 점	단 점
트 렉	○ 수송도중의 적재 변동이 적다. ○ 고객 직송 가능	○ 수송단위가 작아 운행 비용이 높다. ○ 교통체증 및 환경오염
철 도	○ 대량수송 경우 저렴한 운임요율이 적용된다. ○ 정확한 도착시간으로 연계 운송을 효율화 할 수 있다.	○ 대부분이 인력이 필요하다.
선 박	○ 운임이 싸다. ○ 수송물품의 크기나 중량의 제한이 거의 없다.	○ 속도기 느리다. ○ 물품 변질의 우려가 있다.
항공기	○ 빠른 수송 ○ 물품에 손상이 적다.	○ 운임 요율이 높다. ○ 공항으로부터 도착지까지 연계 수송이 필요

(3) 운송의 합리화

운송의 합리화를 위해서 수송은 우선적으로 각 공장의 제품별 생산능력과 각 지역의 수요물량을 추정하고 이를 토대로 수송 비용을 최소화하는 모형을 설정하여야 한다.

(1) 수·배송의 개념

물류비 구성의 40%~50% 정도를 차지하고 있는 화물 운송비는 물류의 여러분야중 가장 중요한 부문이라 할 수 있다. 운송은 수송과 배송기능을 총칭하고 유통단계에 따라 수송과 배송기능으로 나누어 진다.

수송이란 대형·운송매체를 통하여 대량의 물품을 장거리에 걸쳐 이동시키는 것을 의미하며 물품의 공간을 극복하는 것이다. 이때 물품의 장소적 효용이 창출된다. 또 시간의 수송이 아닌 도시내 혹은 지역내 물류센터에서 수요자에 대한 수송을 “배송”이라고 한다.

배송은 고객의 지역분포와 수요 패턴이 물류거점지 입지와 밀접한 관계를 지니게 된다. 특히 도시내에 교통체증으로 인한 배송효율의 저하등은 적절한 물류거점의 설치·운용으로 다소 해결될 수 있기 때문이다.

그러나 일관 물류의 차원에서 운송의 효율화·합리화가 전체 물류의 합리화를 가져다 줄수는 없다. 전후로 연결되는 운송 및 하역 작업의 효율성등을 종합적으로 고려해야 한다. 운송빈도의 결정에서도 소량 다빈도 운송은 재고축소 효과를 가져올 수는 있지만 반면에 차량적재 효율 저하로 인한 운송 비용 증가와 빈번한 상하차 작업으로 인한 하역비용의 증가를 초래할 수 있다.

JIT(Just-In-Time)개념의 도입이 이루어짐에 따라 소비자의 소량다빈도 운송필요성이 날로 증대되고 있다. 이에 따라 운송비용의 급격한 증가가 되고 있으나 차량 적재효율을 유지하기 위한 방안의 하나가 공동 수·배송제도이다. 국내에서도 부분적으로 차량 Pool제를 시도하고 있고 양산, 부품등에 건설되는 화물터미널은 바로 이러한 공동 수·배송을 활성화 하기 위한 수단이다. 이미 식품업계에서도 물류비용 절감과 효율화를 위해 제일제당, 미원, 동원산업, 해태제과, 빙그레등은 제품한가에 비해 부피가 큰 식품의 한계를 극복하기 위해 공동배송을 적극 추진하고 있다. 이외에도 물류비용의 절감과 고객서비스의 향상을 위해 기업들은 운송방법을 다각적으로 모색할 필요가 있다. 물류관련 SOC(사회간접자본)이 부족, 교통혼잡으로 인한 시간지체, 비용증가 등의 방지를 위하여 야간 운송방식의 시도를 검토해 보는 것도 바람직하다. 그러나 요즘 3D기피 현상으로 인력난이 심화되고 있어 야간작업의 실행이 어려운 실정이다. 설령 야간작업이 실행된다 하더라도 여기에 따르는 하역작업, 보관(창고)의 연계적인 작업절차가 이루어 지지 않고 있다. 야간 운송과 함께 야간하역, 야간창고보관이 가능하다면 엄청난 물류비 절감 효과와 고객들은 생산업자들로 부터 JIT에 의해 보급받을 수 있는 이상적인 상황에 점점 근접하게 될 것이다. 특히 판매 회전율이 높은 제품이 많은 식품의 경우 긍정적인 검토가

필요하다.

2. 하역

하역은 물류의 각 활동 부분의 양쪽에서 연결고리 역할을 하므로 하역운반의 효율성을 높이는 것은 물류시스템 전체의 합리화를 이루게 하는 촉매제가 되고 있다. 하역이란 물품의 운송과 보관의 양쪽에서 이루어지는 상·하차 및 단거리 이동 작업을 말한다.

원자재의 구매에서부터 판매까지 하역 작업은 계속해서 행하여지고 있으므로 물류비에 상당한 영향을 주고 있으므로 하역의 합리화는 물류의 합리화와 직결된다고 할 수 있다. 하역작업의 기계화, 유니트로드화 등을 실행하여 하역의 합리화를 도모할 수 있겠으나 앞에서 언급한 바와 같이 24시간 경제활동이 다른 부분과 순차적인 작업활동에 얼마나 큰 효과를 가져다 줄 지를 신중히 생각해 볼 필요가 있다.

3. 보관

창고, 유통센터등이 보관을 위한 장소라고 말할 수 있다. 과거에는 물품을 보호관리하는 저장 장소라고 인식되었으나 현재는 앞으로는 더욱 더 그 개념이 달라지고 있다. 창고 혹은 유통센터는 생산자 판매의 시간 차이를 해소하고 적절한 시기에 물품을 출하하는 재고관리로 한다. 예로 LG화학이 150억을 투입하여 96년 6월 완공예정인 청주자동물류센터는 물품을 단위로 보관출하하는 자동창고이다. 이 자동창고가 완공되면 물류작업시간을 획기적으로 단축하고 물품의 출하능력도 40~80%까지 향상을 전망하고 있다. 보관방식은 파레트 직렬쌓기, 파레트랙의 설치등이 있으나 획기적이고 효율적인 보관시설이 자동화 방법등의 연구가 필요하다. 금년 5월 정부가 자동화 설비에 대해 공제대상을 확대하겠다고 발표

한 적이 있는 바 충분한 모색을 강구하여야 한다. 또 한가지 중요한 점은 보관의 장소 즉, 유통센터의 위치 선택이다. 소비자가 밀집해 있으면서 적시적소 배송할 수 있는 장소의 선택도 중요한 과제이다.

4. 포 장

포장의 기능은 본질적으로 내용물의 보관을 위한 것이지만 다수의 경쟁 시장에서의 포장은 소비자의 충동구매를 자극하는 광고 역할 까지도 담당하고 있다. 포장의 기능은 크게 3가지로 나눌 수 있다.

첫째, “내용물의 보호”로 운송, 하역 보관 시 물품의 파손, 변형을 막기 위한 포장과 온·습도의 변화에 따른 내용물의 변질을 막기 위한 포장이다.

둘째로 물품의 운송, 하역 작업을 효율적으로 진행하기 위한 포장과 소비자가 사용하기 편한 포장 방법인 “취급의 편리성 포장”이 있다.

셋째는 식품과 같이 판매촉진을 위해 구매의욕의 자극과 색상, 문자, 그림등 특징·특이성을 나타내는 “판매의 촉진”포장이다.

이와같이 포장은 단순히 내용물을 보호하고 광고하는 기능 이외에도 여러 물적 유통의 요소와 깊이 관련되어 있다. 비용 절감의 합리화를 위해 포장 방법을 교체하여 포장비용을 줄였을 지라도 운반, 하역, 보관등에 더 큰 비용과 불편함이 발생하면 이것은 적절한 합리화는 아니라고 말할 수 있다. 따라서 물류전체의 합리화를 염두에 두고 포장방법을 개발해 나가야 할 것이다.

IV. 물류 시스템

물류 시스템이란 기업이 활동하는데 필요한 체계적 즉, 구입·생산·판매 활동에 따른 물적유통을 효율화하기 위한 것이다. 물류

시스템은 수(발)주, 재고, 출하로 이루어진 정보 시스템과 수(배)송, 하역, 보관, 포장으로 이루어진 작업 시스템을 구성하고 있다. 또한 지금까지의 물류 시스템이 상품의 판매 활동에 수반하는 물류의 범위를 넘지 않았던 것에 비하여, 보다 넓게 원자재 조달과 상품 매입에 대한 물류를 포함하여 종합적으로 컨트롤하려는 것이다.

앞으로는 기업간의 전략이 치열하게 경쟁하는 시대가 된다. 그렇게 되면 기업전략을 지원하는 역할을 물류가 담당하게 된다. 이 역할을 구체화 하는 방향은 두개의 큰 주제로 압축되는데 하나는 시장에서 파는 측과 사는 측을 결합하는 것이고, 또 하나는 기업내 생산활동과 판매활동의 결합이다.

미래를 담당하는 물류체제는 실 수요에 의한 생산과 판매와의 결합을 목표로 하고 있으므로 지금까지의 물류부분이 물류만을 생각하는 것만으로는 결품이나 과잉재고를 배제할 수 없다. 즉, 생산체제와 판매를 효과적으로 결합하는 물류시스템을 구축하여 판매, 물류, 생산이 하나의 물품공급시스템으로서 가능한 체제가 되어야 한다.

새로운 물류시스템을 추진할 때는 현재의 시장을 정확히 보고 시장이 움직이는 변화로부터 미래의 바람직한 물류시스템의 흐름을 판단하는 것이 중요하다. 그러므로 생산이나 판매 혹은 마케팅이나 물류가 각각 따로 활동해서는 결코 치열한 경쟁에서 살아남을 수 없다.

결국 물류시스템에 의한 각 기업의 판매 활동은 소비자에게 보다 많은 물품을 소비하게 하여 소비자에게 최대한의 서비스 제공을 목표로 삼는 것이다. 이렇게 하기 위해서는 기업의 물류 정보시스템과 작업 시스템의 유기적이고 합리적인 구성이 필요한데 이것이 합리적인 물류시스템이라고 할 수 있다. 물류정보시스템과 작업시스템을 그림으로 나타내면 다음과 같다.

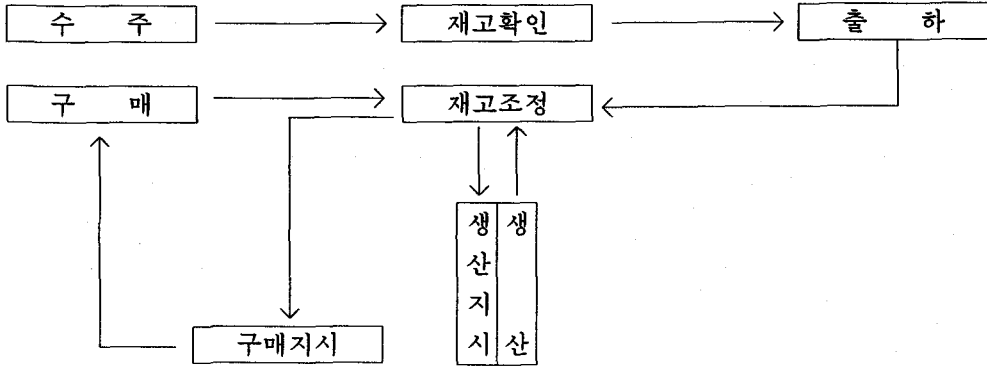


그림 6. 물류정보시스템

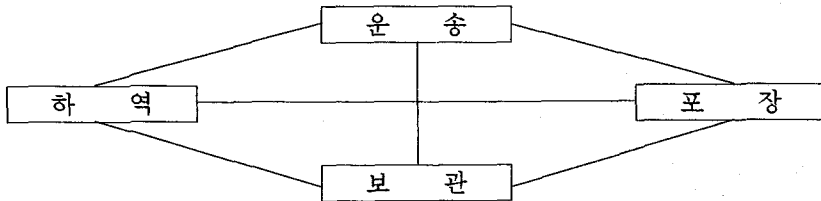


그림 7. 작업시스템

물류시스템을 종합적으로 물류로 재조정하려는 것으로 구체적목표는 다음과 같은 것들이 있을 수 있다.

첫째, 소비자에게 물품을 적절한 시기에 정확한 배송을 하고 둘째, 소비자가 주문한 물품이 품질되지 않게 하고 셋째, 창고로 효율적으로 배치하여 적절한 재고량을 유지하고 넷째, 수송·하역·보관·포장을 최적화하고 다섯째, 소비자의 적절한 서비스를 위한 적절한 물류 코스트를 유지하고 여섯째, 수주에서 출하, 회수까지 정보의 흐름을 원활히 하여 일곱번째, 소비자의 구매 정보를 신속하게 처리하여 물류 각 분야에 정보제공하여 효율화를 이루는 것이다. 이것은 한마디로 물류전체 활동을 하나의 흐름으로 보고 최적화 하여야 된다는 것이다.

물류 시스템은 시작하기 앞서 현재의 물류방식을 점검해 보아야 하는데 그림으로 보면 다음과 같다.

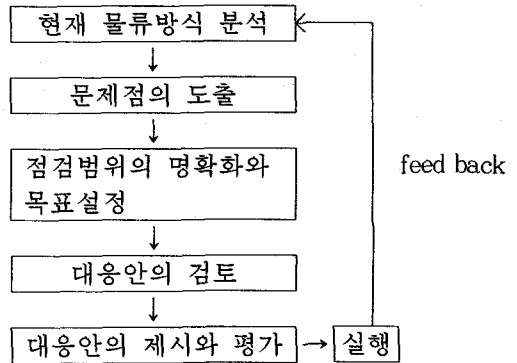


그림 8. 물류시스템의 점검

이상과 같이 식품업계에서는 특히 정확한 정보, 정확한 재고등의 물류시스템에 의한 파악이 필요하다.

물류 관리는 각 기업의 시장 경쟁력을 충분히 향상시킬 수 있는 가장 빠른 방법이

라고 볼 수 있으므로 각 업체 실정에 맞는
각별한 연구가 되어야 한다.

V. 결 론

물류에서 어느 한 부분도 소홀히 할 수
있는 곳은 없다. 단기적으로 각 기업의 생
산과 유통 물류의 방법론, 시스템, 설비에
대한 대규모 진단이 필요할 것이다.

물류의 합리화는 미래에 각 기업의 창고
수를 오히려 계속해서 줄일 수도 있을 것이
다. 그러나 현재 물류비 40~50%를 차지하
고 있는 수송은 경제성장과 국민소비 수준
의 향상등으로 그 비용이 증가할 수도 있
다. 이로인한 소비자의 서비스가 떨어지거
나 그 물류비가 소비자에게 전가될 때는 그
기업은 경쟁력 상실로 더 이상 살아남기 어
렵게 된다. 식품업계는 다른 제조업체보다
좀 더 어려운 과제를 안고 있다. 이미 타성
에 젖어버린 유통습관으로 물류표준화는 한
회사내에서도 잘 이루어지지 않고 유통기간
이 짧으면서도 안전성이 요구되는 식품이
있는 관계로 어려움이 더하다.

이제 지도자나 중역 관리자들은 눈을 떠
야 한다. 그리고 불가능해 보이는 여러가지
가정을 해야하고 멀리 미래를 볼 줄 알아야
한다. 잘못된 지도자나 중역관리자는 뜻있
고 능력있는 관리자와 기업의 성장을 저해
할 것이다.

유통, 물류 생산 담당 중역들은 국내 시
장의 개방에 따라 엄청난 힘을 가진 외국업
자들에게 도전해야 한다. 전문성을 가진
외국업자들은 낮은 가격으로 물품을 유통시
키고 낮은 비용으로 배송의 High Service를
국내 소비자에게 가져다 줄 것이다. 변화하
는 환경에 적응하지 못하는 기업은 살아 남
을 수 없다. 국내 우수한 기업들과 외국의
우수한 기업과 전쟁이 일어나고 있다.

〈참고 문헌〉

- 1993. REINVENTING THE WAREHOUSE, ROY L, HARMON
- 1995. 1 물류마케팅 전략, LG전자물류지원
담당
- 1994. 11 물류의사 결정, 문상원저
- 1995. 1 물류의 A to Z, 임정수저