

산업용품 유통합리화를 위한 유통단지조성에 관한 연구*

설봉식**
이경원***
김웅진****

목 차

- I. 서 론
- II. 산업용품의 유통현황 및 문제점
- III. 산업용품 유통구조의 개선방안
- IV. 유통단지조성과 그 기대효과
- V. 결 론

I. 서 론

소비자 욕구변화와 신업태의 등장, 유통시장의 개방으로 외국 유통업체의 국내진출 등 유통환경의 급격한 변화로 인하여 우리나라의 유통업은 일대 전환기를 맞고 있다. 그동안 우리나라의 유통산업은 비생산적인 업종으로 분류되어 이에 대한 정책부재와 지원미흡 등으로 외국유통업체와의 경쟁에서 열세에 놓여 있는 상황이다.

* 이 논문은 (사)한국유통학회의 한국산업용품상업협동조합협의회 외부용역에 의하여 연구된 것임.

** (사)한국유통학회 회장, 중앙대 산업경영대학원장

*** (주)유통산업전략연구소 소장

**** 협성대학교 유통정보학과 교수

이중에서도 특히 산업용품유통은 유통산업에서 차지하는 비중이 크고 다른 제품의 품질에 지대한 영향을 주고 있지만 이에대한 인식부족과 규모의 영세성 및 비전문성으로 품질 및 가격경쟁에 많은 어려움을 주고 있고, 산업용품의 유통자체는 물론 제조업 등 다른 부문까지 많은 지장을 초래하고 있는 실정이다.

본 연구에서는 산업용품의 유통현황 및 문제점을 살펴보고 유통구조 개선방안으로 유통단지조성 및 유통단지조성시 기대되는 효과를 고찰하여 보고자 하였다.

II. 산업용품의 유통현황 및 문제점

1. 산업용품유통의 개념과 기능

산업용품(industrial goods)이란 「다른 제품이나 서비스를 생산하거나 그 사업을 운영하기 위하여 기업 또는 조직체(기관)에 의해 구매되는 제품으로 품질 및 전문성이 크게 요구되는 중간재(中間財)」를 말한다.

산업용품의 범주에는 ① 반제품, ② 주요 설비 및 부속설비, ③ 부품 혹은 구성부품, ④ 완성품의 일부가 되지 않으나, 사업을 운영하는 데 사용되는 소모품, ⑤ 부품가공을 위한 절삭공구류, ⑥ 생산 및 보수에 소용되는 편의 공구류, ⑦ 포장, 운반 등 물류기능에 소용되는 공구류 등이 포함된다.

산업용품이 소비용품과의 차이점¹⁾은 우선 소비용품의 구매자는 개인이나 가계로 구매형태는 소비목적으로 소량다빈도로 이루어지며 구매자의 개성이나 습관, 소득, 연령, 가족의 생활습관 등에 따라 차이가 있다. 이에 반하여 산업용품의 구매자는 주로 기업이나 조직체이며, 생산목적으로 구매가 이루어지기 때문에 한번 구매시 다량구매를 하게 된다. 일반적으로 구매자는 전문적인 기술 소유자인 경우가 많으며, 개인이 구매하는 것이 아니라 기업이나 조직체의 조직을 통하여 구매가 이루어지게 된다.

산업용품의 유통은 다른 제품이나 서비스를 생산하기 위하여 품질 및 전문성이 크게 요구되는 중간재로 기업 혹은 조직체에 의하여 생산되는 제품을 중간생산자에게 연결하여 부가가치를 창출하기 위하여 도매·소매 등 소유권의 이전 활동인 상적유통과 포장·하역·보관·포장 등의 물적 유통 및 그에 부수적인 기능을 수행하는 제반활동이라 할 수 있다.²⁾

1) 심우현, 산업용품 유통 효율화에 관한 연구, 조선대학교 교육대학원 석사논문, 1993, pp.12~13.

2) 안광호의 2인, 유통관리, 학현사, 1995. pp.159~161.

이러한 산업용품을 취급하는 유통업은 제조업, 건설업, 전기, 가스, 운송업 등에서 필요한 부품, 반제품, 치공구, 소모품 등을 공급하는 도매업종으로 다음과 같은 특징을 가지고 있다.

첫째, 산업용품유통업은 주로 제조업에 원활한 산업용품의 공급을 할 수 있도록 공단 단지 인근의 배후도시에 소규모 점포로 산재하여 집단을 형성하고 있으며, 제조업의 생산활동이 원활히 이루어질 수 있도록 지원하는 역할을 하고 있다.

둘째, 산업용품유통업은 제조업의 경쟁력 향상을 위하여 우수한 품질의 산업용품을 공급하여야 하며, 소비재와는 달리 산업용품의 품질은 그 생산과정에 영향을 미칠 뿐만 아니라 제조업에서 생산되는 제품에도 막대한 지장을 초래하므로 품질경쟁에서 우위확보뿐 아니라, 산업용품의 가격경쟁력은 바로 제조업에서 생산된 제품의 가격경쟁력에도 막대한 영향을 미치고 있다.

셋째, 산업용품유통업에서 취급하는 산업용품은 품목 수가 많고, 고도의 전문 기술을 필요로 하므로 산업용품이 적기에 공급되지 못하면 그 자체만의 생산에 영향을 미칠 뿐 아니라 생산공장 전체가 가동되지 못하는 경우도 있어, 그 중요성이 아주 크다.

2. 산업용품의 시장규모와 업체현황

2.1 산업용품의 시장규모

2.1.1 산업용품의 판매처 현황

산업용품유통업체가 주로 판매하는 고객별 비중은 제조업 48%, 도매상 19%, 소매상 15%, 일반 수리업체, 건물관리업체 및 개인에 판매되는 비중이 18% 수준으로 최종소비자에게 판매되는 비율이 66%, 도매 및 소매업체에 판매되는 비율이 34%로 산업용품이 단순히 제조업에만 공급되는 것이 아니라 수리업체 등 서비스부문에다 고객이 분포되어 있다.

<표 1> 산업용품 거래처별 판매비율

(단위: %)

구분	제조	도매	소매	일반	계
비중	48	19	15	18	100

2.1.2 지역별 산업용품 연간 매출현황

산업용품의 시장규모는 지역별 점포당 매출액과 점포수를 기준으로 총합계를 산출해 본 결과 수도권이 67.3%(서울: 53.9%, 인천/경기: 13.4%), 영남권이 29.3%(부산/경남: 14.5%, 대구 14.8%), 호남권이 2%, 충청권이 1.2%로 나타나 산업용품 시장의 대부분이 수도권에 편중되어 있다.

<표 2> 지역별 산업용품 판매현황

(단위: 백만원, %)

구 분	년매출액/점포당	점 포 수	합 계	비 중
전 체	1,012	31,250	31,648,400	100.0
서 울	948	18,000	17,064,000	53.9
인천/경기	1,515	2,800	4,242,000	13.4
부산/경남	1,144	4,000	4,576,000	14.5
대구/경북	1,462	3,200	4,678,400	14.8
광주/전남북	322	2,000	644,000	2.0
대전/충남북	369	1,000	369,000	1.2
강원/제주	300	250	75,000	0.2

자료: 중소기업협동조합중앙회에서 조사한 자료와 (사)한국유통학회에서 조사한 자료를 종합하여 분석정리한 자료임

2.1.3 산업용품 총시장규모

산업용품의 매출규모는 유통업체 판매액이나 제조업체원가를 중심으로 산출해 보면 연간 약 20조원으로 추정된다.

가. 산업용품 유통업체 판매액을 기준으로 한 산정

- ① 판매처별 비율: <표 1> 참조
- ② 참조판매처별 총매출액: 31,648,400백만원: <표 2> 참조
- ③ 산출 근거
 - ㉞ 제조업 및 일반소비자는 그 자체를 최종 매출로 계산
 - ㉟ 소매업에 판매된 것은 이중으로 계산된 것으로 추정
 - ㊱ 도매업에 판매된 것은 이중으로 계산된 것으로 간주 및 소매업에 15%가 재판매되는 것으로 추정

*** 산출식 ****

- 이중으로 계산된 것: 도매(19%) + 소매(15%)
- 도매 19%중 15%는 소매점으로 판매되는 것으로 계산
 $19\% \times 15\% = 2.85\%$
- ∴ 이중으로 계산된 것은 $19\% + 15\% + 2.85\% = 36.85\%$
 $31,648,400\text{백만원} \times (1 - 0.3685) = 19,985,964.6\text{백만원}$

나. 제조업체 원가를 기준으로 한 산정

한국산업용품상협동조합협의회의 조사에 의한 제조업의 제조원가중 간접재료비(소모재료비와 소모공구·기구·비품비 등 → 산업용품)가 차지하는 비중은 평균 8%로 추정되고 있다. 제조업에서 산업용품이 차지하는 비중은 업종별로 크게 차이를 보이고 있으나 수작업 비중이 큰 공산품 제조의 경우에는 11% 수준으로 나타나고 있으며, 기술집약적인 첨단제품의 경우에는 3~4% 수준이며 기타 제품은 8% 수준으로 조사되었다.

또한 산업용품의 수요는 공업의 발달 수준과도 관련이 있는 데 초기 산업시대에는 산업용품의 비중이 높아 11%이상이며, 중기 산업시대에는 7~8%, 고도 산업시대에는 3~4% 차지하는 것으로 추정된다. 이는 고도 산업시대로 갈수록 첨단제품 위주의 상품을 개발하기 때문인 것으로 보여진다. 한국은행의 1995년도 기업경영분석에서 조사된 제조업의 제조원가(약 200조원)의 8%와 서비스센터, 건물관리 등 기타 서비스업종에 판매되는 산업용품 매출액(표 1 참조)의 18%를 합하면 약 21조원의 시장으로 추정된다.

$$(200,000,000\text{백만원} \times 8\%) + (31,648,400\text{백만원} \times 18\%) = 21,696,712\text{백만원}$$

이상과 같이 산업용품유통업체 판매액을 기준으로 한 산정과 제조업체 원가를 기준으로 한 산정에서 산업용품시장의 규모를 추정해 보면 연간 약 20조원의 시장규모로 추정된다.

2.2 산업용품유통업체 현황

전국에서 산업용품을 취급하는 업체수는 약 31,250업체로 추정된다. 이중 68.7%인 20,800업체(서울: 18,000업체, 인천·경기: 2,800업체)가 수도권에 분포되어 있으며, 영남권에는 23%인 약 7,200업체(부산·경남: 4,000업체, 대구· 경북: 3,200업체), 호남권 및 충청권에 9.6% 수준인 3,000개(광주·전라도: 2,000업체, 대전·충청도: 1,000업체)업체가 있는 것외에 강원·제주지역에 250업체가 분포되어 영업하고 있다.

<표 3> 지역별 업체 분포수

(단위: 점포수, %)

구 분	서 울	인 천 경 기	부 산 경 남	대 구 경 북	대 전 충남북	광 주 전남북	강 원 제 주	계
점포수	18,000	2,800	4,000	3,200	1,000	2,000	250	31,250
비 율	57.6	9.0	13.0	10.0	3.2	6.4	0.8	100

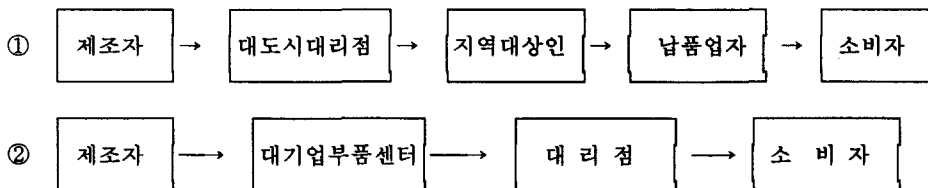
산업용품유통업은 상품의 특수성으로 인하여 집단을 형성하여 이루어지고 있으며, 이들 유통업체는 대부분 도심지에 위치해 있다. 따라서 교통유발 및 체증의 큰 원인이 되고 있으며, 소비자에게 큰 불편과 영업에 어려움을 주고 있는 것은 물론, 물류비의 상승으로 유통업체의 이익을 감소시키고 나아가 전체 산업의 경쟁력 제고에 걸림돌이 되고 있다.

3. 산업용품의 유통현황

3.1 산업용품의 유통경로

산업용품의 일반적인 유통경로는 <그림 1>과 같은 경로를 가지고 있다. <그림 2>에서와 같이 제조업체에서 직접 구매하여 사용시 유통비용의 절감을 가져올 수 있으나, 산업용품의 특수성으로 인하여 일반유통경로와는 달리 복잡한 경로를 구성하고 있으며, 산업용품의 특성상 결합수요(joint demand)의 형태를 띠고 있어 구매자의 전문성을 가중시키는 결과를 발생시키고 있다.

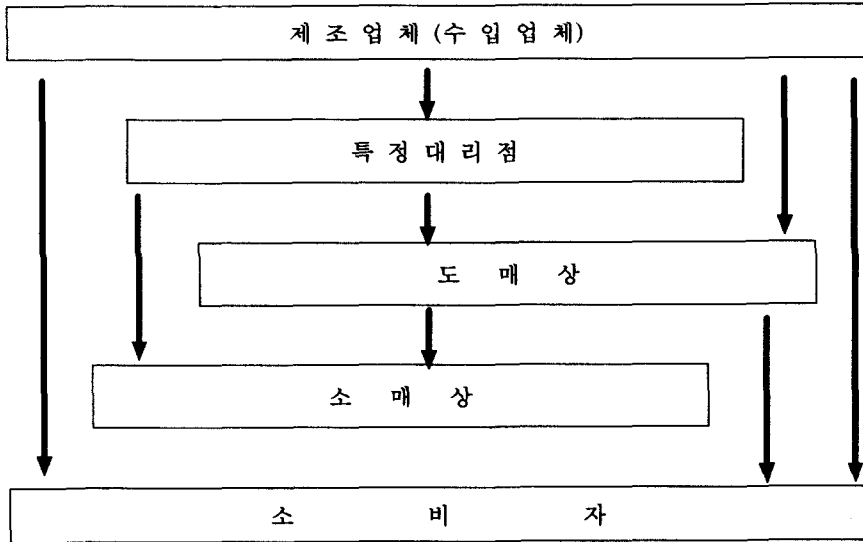
<그림 1> 산업용품의 유통경로



산업용품의 유통경로는 소량다빈도의 구매가 이루어지고 있어 중간상의 역할이 어느 업종보다도 중요하며, 산업용품유통업은 소비재 유통처럼 진열해 놓고 소비자가 구매하는 형태가 아니라 전문적인 기술을 판매하는 형태로 유통업

의 전문성이 크게 기대되고 있으나 전문성의 부족 및 교육부재로 기술영업을 하기가 어려운 상황이다.

<그림 2> 산업용품의 유통경로



지역별 유통단계는 조사결과 <표 4>와 같이 3.1단계로 나타났으며, 이러한 유통단계는 일반적인 소비재 유통단계와 비슷한 단계로 산업용품의 특성상 유통단계가 다소 길다. 산업용품의 소비자는 공단 등에 집단으로 모여 있는 점을 감안하면 유통단계를 1단계는 축소할 수 있을 것이다.

<표 4> 지역별 유통단계

(단위: 단계)

구	분	유통 단계
전	국	3.1
지	서	3.0
	인	3.1
	대	3.1
	대	3.2
	광	3.0
	부	3.0

자료: 중소기업협동조합중앙회, 중소기업 산업용품 유통업 실태조사, 1995. 9.

3.2 산업용품의 주요 구입처

중소기업협동조합중앙회의 조사자료에 의하면 산업용품유통업체가 주로 취급하는 산업용품의 주요 구입처는 산업용품을 직접생산하는 제조업체로부터가 53.8%, 대기업 부품센터 또는 대기업형 특정 대리점으로부터가 22.7%, 중간 도매상 12.9%, 수입업체 10.7%가 구입이 이루어지고 있다.

<표 5> 산업용품의 주요 구입처

(단위: %)

구 분		제조업체	특정 대리점	중간 도매상	수입업체
전 체		53.8	22.7	12.9	10.7
지 역 별	서 울	57.3	20.8	9.1	12.7
	인 천	59.5	23.3	13.3	3.9
	부 산	57.7	20.9	10.9	10.5
	대 구	38.0	32.9	16.5	12.6
	대 전	55.9	16.1	17.5	10.5
	광 주	52.6	20.7	13.2	13.5

자료: 중소기업협동조합중앙회, 전게서.

3.3 산업용품의 구매 및 판매경로³⁾

3.3.1 구매경로

산업용품유통업체들이 산업용품을 구입하는 지역은 수도권인 서울과 경기지역에서의 구입이 70.4%를 차지하고 있어 전국에 산재되어 있는 산업용품유통업체들이 대부분 수도권지역에서 구매가 이루어지고 있다.

지역별로 보면 <표 6>에서 보는 바와 같이 지방에 산재한 산업용품유통업체가 수도권인 서울과 경기지역에서 구입하는 비율을 보면 대전지역 산업용품업체 71.9%, 광주 61.6%, 부산 51.7%, 대구 38.3%를 차지하고 있어 물류비 부담의 증가와 교통체증을 유발시키고 있다.

수입되는 산업용품의 유통경로는 대부분 부산항을 거쳐 수입되어 서울의 구로상가나 영등포지역, 청계천상가 등에 위치한 도매상을 거쳐서 다시 부산으

3) 중소기업협동조합중앙회, 중소산업용품유통업 실태조사, 1995. 9. pp.39~40.

로 유입되고 있다. 이러한 유통구조상 지방도매상의 역할이 미흡은 불필요한 물류비를 부담시키고 결과적으로 산업 전체 분야에 경쟁력의 약화를 초래하고 있다.

3.3.2 판매경로

산업용품유통업체들이 상품을 판매하는 지역은 수도권에 40.3%, 중부권에 14.0%, 호남권에 14.2%, 영남권에 31.5%로 지방의 판매비중이 높다. 이를 지역별로 보면 서울지역 소재 산업용품유통업체들의 서울지역 판매비중이 51.9%로 나머지 절반은 지방에 판매하고 있으며, 인천지역 소재 산업용품유통업체는 경인지역에 48.4%를 판매하고 나머지 52.8%는 원거리인 다른 지방에 판매하고 있어 판매처가 지방에 위치함으로써 물류비 증가의 원인이 되고 있다.

<표 6> 산업용품의 지역별 구입 및 판매 현황

(단위: %)

구 분		서 울	경 기	중 부 권	호 남 권	영 남 권	
전 국	구 입 처	51.8	18.6	3.9	1.9	23.7	
	판 매 처	22.3	18.0	14.0	14.2	31.5	
지역별	서 울	구 입 처	64.6	28.4	2.3	0.5	4.2
		판 매 처	51.9	36.9	5.6	2.3	3.2
	인 천	구 입 처	62.6	29.8	2.0	-	5.6
		판 매 처	48.0	48.4	3.2	-	0.4
	부 산	구 입 처	36.9	14.8	2.4	0.5	45.3
		판 매 처	2.1	1.4	2.2	3.8	90.5
	대 구	구 입 처	34.3	4.0	4.6	-	57.1
		판 매 처	3.4	0.8	3.9	1.9	90.1
	광 주	구 입 처	49.1	12.5	2.5	12.6	23.3
		판 매 처	0.8	0.7	1.1	96.0	1.5
	대 전	구 입 처	57.6	14.3	12.3	0.5	15.3
		판 매 처	2.6	1.5	87.3	5.0	3.8

자료: 중소기업협동조합중앙회, 전게서.

4. 산업용품유통의 문제점

산업용품유통업체들은 대부분 교통 및 주차난이 심각한 도심지에 산재하고 있어, 물류비 가중은 물론 산업용품 생산업체, 소비자 및 운송업체 등 전체 산업의 물류비를 증대시키고 있어 국가경제 발전에 저해요인이 되고 있다.

또한 상적유통은 도매기능의 미흡으로 생필품의 재래시장 수준을 면하지 못하고 있으며, 특히 품질이 우선되어야 하는 산업용품의 본질에 대한 통제기능도 미흡하므로 이로 인해 산업용품의 품질관리는 물론 재생산하는 품질에도 막대한 영향을 주고 있어 국가적인 경제적 손실을 초래하고 있다.

산업용품유통이 갖는 문제점은 다음과 같다.

4.1 영세성 및 저생산성

산업용품유통업체들은 영세한 규모로 운영되고 있어 현대적 경영기법 도입이 어려우며, 전문적인 기술이 요구되는 기술업이 되지 못하고 있다. 따라서 이에 대한 교육이 강화되어야 함에도 불구하고 교육이 거의 실시되지 못하고 있다.

즉 산업용품유통업체들은 가족위주의 생계유지형 유통형태로 영위되고 있어 점포의 열악한 환경으로 전문인력 확보가 어렵고 종사자의 전문성 부족으로 기술영업이 미비하여 생산성이 저하되고 있다. 또한 좁은 점포, 높은 임대료, 물류비의 상승은 이들 산업용품유통상의 유통마진 축소를 가져와 경영난 가중으로 인한 제품가격의 상승이 수요자에게 전가되어 제품가격의 상승 요인이 되고 있다. 이에 대한 대안으로 중국 및 동남아에서 생산된 저품질의 수입품이 좋은 수입품 취급이 늘어나고 있으며 이로 인해 산업용품 생산업체의 부도증가 및 제품의 품질 저하로 인하여 품질 경쟁의 저해 요인으로 작용하고 있다.

산업용품유통업체들은 점포 및 창고 등의 확장을 기대하고 있으나 자금조달 능력 부족으로 경영의 어려움을 느끼고 있으며, 아울러 정보기기의 도입에 대한 필요성을 크게 느끼고 있지만 도입과 활용이 매우 저조한 실정이다. 이로 인하여 점포의 생산성 저하를 가져오고 고객서비스의 향상을 어렵게 하고 있다.

또한 비체계적인 유통구조로 인하여 유통단계가 길며, 불필요한 유통단계로 유통비용을 증가시키고 있으며, 좁은 면적으로 한 지역에 밀집되어 있어 점포 및 창고의 확장이 어렵다. 더우기 조합의 연쇄화사업의 역할이 미약함으로 인하여 공동구매가 이루어지지 않아 공동구매력을 기대할 수 없으며, 품질의 통제기능 미흡으로 품질향상이 어렵고 생산업체도 계획적인 생산이 어려운 상황으로 제조업에 대한 지원서비스 역할을 수행하면서도 정부지원을 거의 받지 못하고 있어 영세성을 면치 못하고 있다.

4.2 과도한 물류비

산업용품 취급점포는 주로 교통혼잡지역 및 인구밀집지역에 산재하고 있어 차량진입이 어려움은 물론 운송비를 증가시키고 있다. 교통혼잡지역에 위치하

면서 인도에서의 하역작업은 주변의 교통불편을 가중시킬 뿐만 아니라, 산업용품의 특성상 무겁고 부피가 크면서도 하역기를 사용하지 못하고 인력에 의존하고 있어 업무가 비생산적이고 종업원의 불만 및 상품의 품질안전도 우려되고 있다.

또한 도매상의 낙후로 인하여 지방의 산업용품유통업체들의 구매비중이 수도권에 치중되어 있어 물류비 상승을 가중시키고 있다.

4.3 고객만족 영업 미흡

산업용품상이 소규모로 산재되어 있어 수요자는 일괄구매(one stop shopping)가 어렵고 필요한 산업용품을 구매시 많은 곳을 방문하여야 하므로 시간의 소비가 많다. 또한 도심지에 위치하고 있어 교통이 혼잡하고 주차시설 미비로 고객의 방문을 어렵게 하고 있다.

여기에 전문영업인의 부족으로 기술영업이 어려우며, 교육의 부재로 친절한 영업도 어려운 상황이어서 고객에 만족을 주는 영업활동이 미흡하다.

Ⅲ. 산업용품 유통구조의 개선방안

산업용품의 유통구조를 개선하기 위한 최선의 방안은 유통단지 조성이다. 이 방안은 지방도시의 도매기능을 육성하고 유통경로를 단축시킬 수 있는 방법이다.⁴⁾

유통단지조성을 통하여 동종 또는 유사업종의 유통시설을 단지화하면 입주업체의 협업화와 공동구매, 공동가공처리, 공동수배송, 공동교육, 기술지도 등의 실시는 물론 물류정보센터의 운영으로 정보의 공유가 가능해 지게 된다.

또한 유통단지가 건설되면 화물적재효율이 향상되고 이를통해 도심지 교통난 해소되어 물류비 절감에 큰 기여를 할 수 있다. 즉 차량운행의 횡수가 크게 축소되어 교통량이 감소하고 공차비율이 낮아지므로써 화물적재효율이 향상될 수 있을 것이다.

산업용품유통업은 상품의 특성상 다품종소량으로 상품을 취급하여야 하므로 소비자의 구매의 효율성을 제고하기 위해서는 한 곳에서 일괄구매할 수 있도록 상품을 구성함으로써 구매시간의 단축 및 원하는 상품을 손쉽게 구입할 수 있게 한다면 생산성이 크게 향상될 수 있을 것이다.

4) 산업연구원, 부산산업용재 전문유통단지 조성방안, 1995. p.41.

유통단지를 조성하는 경우 그 유용성을 유통업체, 생산업체 그리고 수요자(생산자) 측면으로 구분하여 살펴보면 다음과 같다.

1) 유통업체 측면

- 유통단계를 단축시켜 유통비용을 절감할 수 있다.
- 공동구매를 통한 구매력강화로 가격경쟁력을 제고할 수 있다.
- 공동배송을 통해 체계적이고 효율적인 배송이 가능하며, 화물수송차량의 실차율 증대와 중복운행 방지 등으로 수송업무의 효율화를 통해 물류비를 절감할 수 있다.
- 물류정보센터의 운영으로 정보공유 강화로 고객만족 영업이 가능하다.
- 도심지의 교통혼잡을 줄일 수 있고 시간적 및 공간적인 편리성을 제공할 수 있다.
- 공단배후지에 유통단지 조성시 운송거리의 단축으로 물류비를 절감할 수 있다.
- 품질관리를 강화할 수 있어 제품의 품질을 향상할 수 있다.
- 공동교육을 통한 전문인력 육성으로 생산성을 증대할 수 있다.
- 산업용품의 유통업체의 난립을 방지할 수 있다.
- 중소기업의 공동 브랜드 개발이 가능하다
- 폭넓은 산업용품 구색을 통한 일괄구매로 구매의 편리성 제고된다.
- 재고관리의 기능을 유통업체가 대행해 주므로써 제조업자와 수요처의 재고비용을 절감할 수 있다.
- 제조업지배형 유통체제를 통한 독과점의 횡포 및 억제를 통해 부당한 이윤을 취하는 것을 방지할 수 있다.
- 판매시점관리시스템(Point Of Sales), 부가가치통신망(Value Added Network)등 유통정보기기가 도입되는 유통단지 개설은 제조업체의 바코드(Bar code)가 확대되며, 소매업체의 판매시점관리시스템의 보급확대로 중소기업의 유통정보화를 촉진할 수 있다. 더 나가서는 유통정보 기기 산업의 발전에도 큰 기여를 할 수 있다.

2) 생산업체

- 판매경로의 단축으로 판매비가 감소된다.
- 계획생산을 할 수 있다.
- 유통업에 대한 전문적인 기술지원이 가능하다.
- 소비자의 욕구파악으로 고객만족 경영을 통한 경쟁력을 제고할 수 있다.

- 생산에만 전념할 수 있으므로 품질향상을 통한 경쟁력이 제고된다.
- 자체적인 영업망 확보가 어려운 중소기업의 경우 유통단지의 영업망을 통하여 중소기업의 판로의 안전성이 확보된다.

3) 수요자(소비자)

- 상품구색을 강화할 수 있으므로 원하는 품목을 일괄구매할 수 있다.
- 필요한 산업용품 현황을 정확히 파악할 수 있어 구매활동이 용이하다.
- 긴급 물량발생시 조달이 용이하다.
- JIT(Just In Time)가 실현 가능함으로써 재고비용을 경감할 수 있다.
- 시간적 및 공간적인 측면에서 편리성이 증대되어 구매비용이 절감된다.

산업용품유통단지가 조성됨에 따라 나타나는 효과는 다음과 같이 4가지 측면에서 살펴볼 수 있다.⁵⁾

1) 개별 산업용품유통업체에 미치는 영향

공동구매, 물류공동화, 공동마케팅 등 집적효과에 의한 임대료, 물류비, 관리비, 인건비 등에 대한 비용절감을 가져올 것이다. 또한 산업용품의 품질통제 및 고객서비스 향상 및 공동 교육 등을 통한 전문성이 향상되고 점포 분위기 개선 등 근무환경이 개선될 것이다.

2) 산업용품 유통업체에 미치는 영향

유통단지의 조성은 유통단계의 축소를 가져오고 경로상 구조개선에 의한 유통업체의 경쟁력이 대폭 강화될 것이다. 또한 조직화·체인화를 통한 산업용품유통업체의 파워 증진으로 원가절감을 가져오고 인근지역에 상권이 확대되는 효과가 있을 것이다.

3) 지역경제에 미치는 영향

유통단지의 조성은 도심교통을 완화하고 이로인하여 도심환경이 개선되고 도시기능의 활성화로 새로운 수요확대를 가져올 것이다.

5) 산업연구원, 전게서, p.91.

4) 국민경제에 미치는 영향

유통단지의 조성은 궁극적으로 제조업의 국제경쟁력을 강화를 가져오고 균형있는 지역개발 및 수도권 집중의 완화는 물론 지역간 경제력의 차이를 축소하게 될 것이다.

IV. 유통단지조성과 그 기대효과

유통단지조성시 기대되는 효과를 정량적인 효과와 정성적인 효과로 구분하여 분석하여 보면 다음과 같다.

1. 정량적인 효과분석

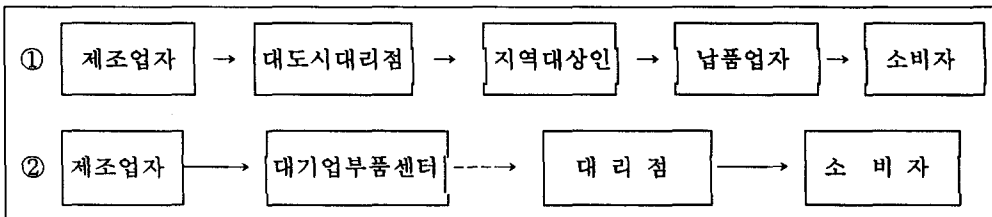
1.1 상적유통면에서의 기대효과

1.1.1 유통단계 축소

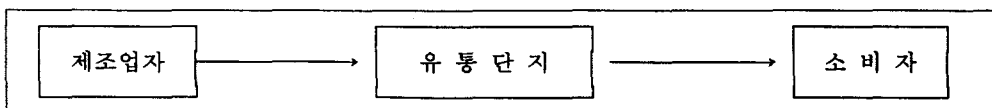
상적유통면에서 유통구조개선시 현행 유통경로 단계 3.1단계에서 <그림 3>과 같이 유통단계의 축소가 가능할 것으로 예상된다.

<그림 3> 산업용품유통 단계

개선전 유통경로



개선후 유통경로



유통경로중 도매단계의 경우 5~10%의 마진이 형성되는 것으로 조사되어 유통단지를 통해 50%의 거래가 이루어진다고 가정했을 때 최소한 5천억원의 절감효과가 기대된다.

* 산출근거 (1)	
① 매출액중 70%가 유통단지를 통해 거래시	
20조 x 0.7 x 0.05 = 7천억원	
② 매출액중 60%가 유통단지를 통해 거래시	
20조 x 0.6 x 0.05 = 6천억원	
③ 매출액중 50%가 유통단지를 통해 거래시	
20조 x 0.5 x 0.05 = 5천억원	

1.1.2 공동구매를 통한 구매력(buying power) 강화

유통단지는 공동구매를 할 수 있는 기능을 가져야 한다. 제조업체들은 리베트(rebate) 제도를 도입하여 많은 양을 구매시에는 구매액에 따라 3~5%의 리베트를 제공하고 있다. 따라서 유통단지를 통해 최소 50%의 거래가 이루어지고 3%의 리베트 적용을 가정했을 때 최소 3천억원의 절감효과가 기대된다.

* 산출근거 (2)	
① 매출액의 70%가 유통단지를 통해 거래시	
20조 x 0.7 x 0.03 = 4천2백억원	
② 매출액의 60%가 유통단지를 통해 거래시	
20조 x 0.6 x 0.03 = 3천6백억원	
③ 매출액의 50%가 유통단지를 통해 거래시	
20조 x 0.5 x 0.03 = 3천억원	

1.1.3 현금결제시 할인

대금결제는 일반적으로 3개월 어음이 통례로 대부분 어음결제가 이루어지고 있는 실정이다. 제조업은 결제의 원활화를 위하여 조기 현금입금시 현금할인하여 주고 있으며, 이때 현금할인 비율은 은행금리보다 높게 책정하여 지급하는 것이 관례로 되어있다. 현재 정부로부터 공동구매자금을 지원받을 수 있으므로 이경우 일반대출의 은행금리를 적용해 보면 3개월 결제에서 2개월 단축하여 1개월내에 결제는 무리가 없을 것으로 판단된다 (년리 12%기준).

그러므로 조기결제에 따른 2%의 절감효과가 있다. 여기에 정부지원자금의

이자율(년 6% 기준)을 감안하면 1%의 원가절감효과가 발생하여 유통단지를 통해 50%의 거래가 이루어지는 것으로 가정했을 때 최소 1천억원의 절감효과가 기대된다.

* 산출근거 (3)	
① 매출중 70%가 유통단지를 통해 거래시	$20\text{조} \times 0.7 \times 0.01 = 1\text{천}4\text{백}억\text{원}$
② 매출중 60%가 유통단지를 통해 거래시	$20\text{조} \times 0.6 \times 0.01 = 1\text{천}2\text{백}억\text{원}$
③ 매출중 50%가 유통단지를 통해 거래시	$20\text{조} \times 0.5 \times 0.01 = 1\text{천}억\text{원}$

이상과 같이 상적유통의 개선효과는 산출근거 (1), (2), (3)을 합제한 결과와 같으며, 절감내역을 종합해 보면 상적유통의 개선을 통해 절감될 수 있는 금액은 표 7 참조> 연간 최소 9,000억원, 최대 1조2천6백억원의 절감효과를 기대할 수 있다.

<표 7> 상적유통 개선을 통한 절감내역

(단위: 억원)

구 분		유통단지를 통해	유통단지를 통해	유통단지를 통해
		70% 거래시	60% 거래시	50% 거래시
유통단계 축소	비 중	3.5	3	2.5
	금 액	7,000	6,000	5,000
구매력 강화	비 중	2.1	1.8	1.5
	금 액	4,200	3,600	3,000
현금결제시 할 인	비 중	0.7	0.6	0.5
	금 액	1,400	1,200	1,000
계	비 중	6.3	5.4	4.5
	금 액	12,600	10,800	9,000

1.2 물적유통면에서의 기대효과

1.2.1 도매기능의 분산을 통한 운송비 절감

지방의 경우 지방의 물동량중 70%이상인 서울의 구로상가나 청계천상가 등

에서 산업용품을 공급받고 있다. 그것도 일괄구매가 아닌 유통업체별로 구매가 이루어지고 있으므로 운반비의 비중이 크게 증대되고 있는 실정이다.

이에 대한 개선방안으로 산업용품유통단지를 조성하면 운반비를 최소한 30% 정도는 절감할 수 있을 것으로 판단된다. 산업용품유통업체들은 지방에서 소요되는 물량의 평균 51.9%를 수도권에서 구입하고 있으며, 수도권 이외의 타 상권에서 구입하는 물량은 부산 2.9%, 대구 4.6%, 광주 25.8%, 대전이 20.3%로 수도권 이외의 타 지역에서 구입하는 물량은 평균 물량 단위로 11.6%에 해당되고 있어 자체상권 이외에서 구매되는 물량은 총 거래량의 71.3%에 이르고 있다.

이러한 문제점을 산업용품유통단지를 조성하여 지방에 도매기능을 강화할 때 구매시 공동배송을 통해 운반비의 60%이상을 절감할 수 있을 것이며, 아울러 산업용품유통단지는 주로 공단의 배후지역에 위치하고 있어 이동거리의 단축을 통해 많은 운반비의 절감을 기대할 수 있을 것으로 판단된다.

* 산출근거 (4)	
① 유통단지를 통해 70%거래시	$20\text{조} \times 14.8 \times 0.6 \times 0.7 \times 0.3 = 5,320\text{억원}$
② 유통단지를 통해 60%거래시	$20\text{조} \times 14.8 \times 0.6 \times 0.6 \times 0.3 = 3,200\text{억원}$
③ 유통단지를 통해 50%거래시	$20\text{조} \times 14.8 \times 0.6 \times 0.5 \times 0.3 = 2,660\text{억원}$

1.2.2 하역비 등 물류비 절감

물류비중 하역비 등 기타 비용이 차지하는 비중이 40%수준에 이르고 있다. 유통단지 조성시 하역기를 통한 하역, 물류담당인원의 감소 및 생산성 제고를 통해 30%이상의 물류비 절감이 기대되며 유통단지를 통해 50% 거래가 이루어지는 것으로 가정했을 때 최소 1,776억원의 절감효과가 기대된다.

* 산출근거 (5)	
① 유통단지를 통해 70%거래시	$20\text{조} \times 14.8 \times 0.4 \times 0.7 \times 0.3 = 2,480\text{억원}$
② 유통단지를 통해 60%거래시	$20\text{조} \times 14.8 \times 0.4 \times 0.6 \times 0.3 = 2,120\text{억원}$
③ 유통단지를 통해 50%거래시	$20\text{조} \times 14.8 \times 0.4 \times 0.5 \times 0.3 = 1,776\text{억원}$

1.2.3 재고비용 절감

창고기능을 매장에서 하고 있어 효율적인 상품진열이 어려울 뿐만아니라 재고파악 미흡으로 상품이 있으면서도 판매하지 못하는 경우와 있으면서도 재고파악이 되지못해 팔수 있는 기회를 놓치는 기회손실(opportunity loss)의 경우도 없지 않다.

또한 현재 좁은 매장에 평균재고일수가 45일로 나타나고 있어 재고비용의 부담이 큰 것으로 나타나고 있다.

산업용품단지가 조성될 경우 재고일수를 1개월이상 단축시킬 수 있을 것으로 판단되며 이 경우 다음과 같은 재고관리비용 절감효과를 기대할 수 있다.(금리 년 12% 기준)

* 산출근거 (6)	
① 유통단지를 통해 70%거래시	$20\text{조} \times 0.7 \times 0.01 = 1\text{천}4\text{백}억\text{원}$
② 유통단지를 통해 60%거래시	$20\text{조} \times 0.6 \times 0.01 = 1\text{천}2\text{백}억\text{원}$
③ 유통단지를 통해 50%거래시	$20\text{조} \times 0.5 \times 0.01 = 1\text{천}억\text{원}$

이상에서 살펴 본 바와같이 유통단지 조성시 공동배송, 공동보관 등을 통한 물류비의 절감효과는 산출근거 (4), (5), (6)의 합계 금액인 최소 5,436억원, 최대 9,200억원의 절감효과가 기대된다. 세부적인 내역은 <표 8>과 같다.

<표 8> 물적유통 개선을 통한 절감내역

(단위: 억원, %)

구 분		유통단지를 통해	유통단지를 통해	유통단지를 통해
		70% 거래시	60% 거래시	50% 거래시
운 송 비	비 중	3.11	2.66	2.22
	금 액	6,220	5,320	4,440
하역비 등 물 류 비	비 중	1.24	1.06	0.89
	금 액	2,480	2,120	1,776
재 고 비	비 중	0.7	0.6	0.5
	금 액	1,400	1,200	1,000
계	비 중	4.60	3.26	2.72
	금 액	9,200	6,520	5,436

2. 정성적인 효과분석

2.1 유통구조 개선 및 유통기능 강화

유통단지를 조성하면 산업용품상의 전문화 및 집단화로 경영합리화 도모할 수 있고, 유통기능의 효율성 제고로 유통시간의 단축 및 유통단계의 축소 등으로 유통비용의 절감은 물론 부품가격의 안정을 도모할 수 있다.

또한 대량거래를 통한 공동구매력강화로 가격경쟁력 강화는 물론 조합원의 공동사업을 통한 신용력 증대와 함께 효율적인 유통시스템 도입으로 적정재고 조절이 가능해진다.

2.2 도심 교통난 해소와 도시환경 개선 및 물류비 절감

유통단지의 조성은 공동배송을 통한 도심내 교통체증 완화와 도심의 무질서한 주변환경의 개선으로 쾌적한 도시미관 증진 등 도시 정비기능의 강화를 가져온다.

또한 도심지역의 인구과밀 및 경제력집중을 해소하고 물류비용의 절감을 통한 가격경쟁력의 제고는 물론 공동배송을 통한 차량적재율 향상으로 운행대수 감소로 업무의 효율화 증대와 자체차량의 소유를 최소화 할 수 있어 투자비용이 절감된다.

2.3 지역별경제 활성화

유통단지, 화물터미널, 집배송단지 등이 상호 연관된 대단위 현대적 물류센터의 조성으로 유통의 단순화, 구심화를 도모하여 지역경제발전 촉진하고, 시간 단축을 통한 경제성 제고 및 생활의 질에 있어 개선을 가져온다.

2.4 소비자의 효용증대

취급품목의 단순화, 다양화로 소비자의 구매욕구를 충족하고, 저렴한 가격의 안정적인 부품공급을 통하여 제조업의 생산성 향상 및 경쟁력 강화에 기여하게 된다. 제조업의 원가절감을 통하여 소비재등 전 산업의 가격경쟁력 강화 및 주차장 및 편의시설 확충으로 소비자의 편의 도모에 기여하게 된다.

또한 고객의 욕구파악을 통한 고객만족경영이 가능해지고, 쾌적한 유통환경 조성으로 소비자에게 구매의 용이성 제공하게 된다.

2.5 품질향상 및 경영지도

유통단지조성시 품질검사 강화로 제품의 질을 개선하고, 전문기술인력 양성을 통한 전문성, 생산성 강화를 유도할 수 있으며, 생산성 향상으로 경쟁력을 강화할 수 있다.

2.6 사장재고 감소

공동창고 및 공동전산화를 통해 효율적인 재고관리로 사장재고를 최소화할 수 있다.

V. 결 론

유통시장 개방으로 수입품의 증가와 도심지에 위치한 산업용품 유통업체의 물류비 급증 등 유통환경의 변화는 산업용품의 경쟁력 약화로 전체 산업에 미치는 영향이 크게 증대되고 있으나 산업용품 유통의 중요성이 인식되지 못하고 있다.

산업용품유통이란 「다른 제품이나 서비스를 생산하기 위한 중간재로 품질 및 전문성이 크게 요구되는 제품으로 기업 혹은 조직체에 의하여 생산되는 제품을 중간생산자에게 연결하여 부가가치를 창출하는 상적유통과 물적유통 및 그에 따른 부수적인 기능을 수행하는 제반활동」을 말한다.

이러한 산업용품유통업체를 담당하는 전국의 총 점포수는 31,250개 업체로 추정되며, 주로 교통이 혼잡한 도심지에 위치하고 있어 상거래의 어려움 및 물류비의 부담을 가중시키고 유통업체의 수익성을 크게 악화시키고 있다. 산업용품의 시장규모는 산업용품유통업의 매출액과 제조업의 원가계산을 통한 분석결과 연간 20조원 정도의 시장으로 추정되고 있다.

산업용품유통의 문제점은 영세한 구조로 운영되고 있어 현대적 경영기법의 도입이 어렵고, 낮은 생산성을 보이고 있다. 또한 취급점포는 주로 교통혼잡지역 및 인구밀집지역에 산재하고 있어 운송비의 증가와 인도에서의 작업으로 교통불편을 가중시킬 뿐 아니라 지방 산업용품유통업체들의 구매비중이 수도권에 치중하여 물류비 상승을 가져오고 있다. 이러한 소규모 산재는 소비자 입장에서 볼 때 많은 곳을 방문하여야 하므로 많은 시간의 소비와 고객만족을 위한 영업을 기대하기 어려운 실정이다.

산업용품유통의 경로를 보면 3.1단계로 상품의 특성상 유통구조의 불합리성

으로 인하여 긴 유통구조를 형성하고 있으나, 이러한 유통구조는 유통단지 조성을 통하여 유통단계를 축소할 수 있고, 대량물량인 경우에는 유통단지를 거치지 않고 직접 소비자에게 운반되는 상물분리(商物分離)⁶⁾도 가능하게 되어 물류비 절감 효과도 기대할 수 있다.

산업용품유통단지의 조성은 지방도시의 도매기능을 활성화하고 유통경로의 단축을 통한 유통비용 절감의 물론 물류관리의 효율화를 통한 물류비의 절감을 통해 가격경쟁력 제고에 획기적인 기여할 수 있을 것으로 기대된다.

산업용품유통단지가 조성되면 품질관리를 할 수 있는 역할을 강화함으로써 품질관리를 통한 양질의 상품을 공급할 수 있게 되므로써 제품의 품질도 향상시킬 수 있다. 또한 유통업체들에 대한 영업 및 기술교육을 통하여 상품의 효용성을 크게 증대시켜 전상품의 품질 향상에도 큰 기여를 할 것으로 기대된다.

이밖에도 조잡한 제품을 배제할 수 있으므로 작업능률의 향상 및 재생산과정에서도 상품의 품질 향상은 물론 유통단계 축소, 대량구매를 통한 공동구매력 강화, 정부지원금을 활용한 공동구매자금 활용 및 공동배송, 공동보관시설 활용, 하역작업의 기계화 등을 통해 연간 1조 4,436억~2조 1,800억원의 물류비절감 효과를 기대할 수 있을 것이다.

산업용품을 위한 유통단지의 조성은 비용절감을 통하여 자체 가격경쟁에도 큰 기여를 하지만 재생산과정에서 산업용품절감액의 2배이상 경비절감효과(3조원~4조원)를 가져오는 등 그 효과가 지대하므로 조속한 시일내에 유통단지조성을 통한 유통구조의 개선이 이루어져야 할 것이다.

6) 상물분리: 상적유통인 소유권이전을 위한 도·소매의 거래활동과 상품의 이동의 효율성을 제고시키는 물적활동을 분리시키는 것이다. 예를들면 거래활동은 제조업체 → 도매 → 소매 → 소비자의 단계를 거쳐 유통이 이루어지지만, 상품의 이관은 제조업체 → 소매 → 소비자 또는 제조업체 → 소비자로 이루어져 상적유통과 물적유통을 분리하는 기능으로 물류비 절감효과를 기대할 수 있다.

참 고 문 헌

- 안광호 외 2인, 유통관리, 학현사, 1995.
심우현, 산업용품 유통 효율화에 관한 연구, 조선대학교 대학원 석사학위
논문, 1993.
중소기업협동조합중앙회, 중소기업용품 유통업 실태조사, 1995.
산업연구원, 부산산업용재 전문유통단지 조성방안, 1995.

Abstract

Our country's distribution business is on the luring point by opening the market to foreign countries from this year. It can be said that industrial goods are intermediate goods for the production of other goods or service So it requires quality and specialty than any other things.

But the lack of understanding, small scale and classification by non-productive industry by government bring about a difficulty to the distribution itself and other fields.

Industrial goods have a long distribution channel. This distribution structure can be reduce the channel by establishment of distribution complex.

Establishment of distribution complex will strengthen the role of quality management and go far toward quality improvement.

This study examine the distribution status of industrial goods, problems and study the establishment of complex and expected affect.