



樂雲 한 상 원

한상물류문화연구소 소장

변화가 필요한 세상

Change of the World

세상은 빠르게 변해 간다. 지금과 같이 변화를 필요로 하는 시대는 없었다. 혹자는 변화 없이 살아갈 수 없는 시대라고 단언을 하기도 한다. 변화가 생활이 된 지금, 변화에 익숙치 못하게 살아온 세대들의 갈등도 만만치 않다.

생산된 상품이 도매점을 거쳐 소매상을 통해 소비자에게까지 이르던 유통 패턴은 이제 좌판기를 두드리는 일로 끝내고 있다. 그것도 지난 옛일로 간주되고 이제 손안에서 처리하는 m-컴머스 시대로 불리지고 있다. 휴대폰으로 해결해 주는 네트시대가 된 것이다.

이렇듯 세상 주변이 변화되어가고 있는데 유독 변하지 않고 있는 것이 있다면 그건 물류일 것이다. 물류가 변하지 못하고 답보상태에 있는 이유는 정확히 무엇일까? 단어적 어원에서 그 이유를 찾는다면 물류란 단어를 잘 못 해석하기 때문이다. 물류란 물(상품)의 흐름인 것을 이해하지 못하기 때문이다.

물류업계의 변할 줄 모르는 현실을 보면서 문득 얼마 전에 읽은 책 생각이 난다. 최인호가 쓴 소설-의주의 거상 임상옥의 이야기 '상도(商道)'. 그 마지막 부분에는 우리나라에 천주교가 들어와 박해받는 장면이 적나라하게 묘사되어 있다. 수 백년 아니 수 천년을 토속신앙과 불교 유교로 전승되어오던 우리의 종교가 어느 날 새

로운 종교로 전파되기 시작한 천주교를 쉽게 인정할 수 있었을까? 수 많은 순교자를 내며 온갖 박해와 고난 속에서 그 시작으로부터 200년을 버텨온 지금이 오늘 기독교의 모습이다.

우리는 전통적인 농경문화를 이어오고 있는 민족이다. 농경문화가 갖고 있는 문화 중 특색은 집단주의 문화라는 것이다. 농경문화는 농경지를 중심으로 군락을 이루며 살고 상호연(緣)을 맺고 살기 때문에 집단주의 문화를 갖게 된다.

물류의 어려운 현실이 농경을 이어오는 전통적인 문화 때문이라면 혹자는 지나친 편견이라고 할지도 모른다. 그러나 사실을 놓고 보면 농경문화 특히 동양권(東洋圈)의 농경문화는 성공적인 물류를 위해 필요한 요소들이 대부분 배제된 상태로 나타난다.

물류의 여건이 갖추어져 있지 못하기 때문에 물류업계가 어려움을 겪고 있다는 사실을 부인한다 하더라도 물류의 빠른 변화에 기업인 모두가 적응하지 못하고 있다는 것은 인정했으면 한다.

지구가 촌락화 된 결정적인 계기는 정보를 나누는 컴퓨터의 출현이라고들 한다. 그러한 컴퓨터는 세상을 변화시키고 있는데 변화도 너무 빠르게 변화시키고 있다. 생각(Thinking)만으로는 아침에 일어나면서 오늘 아침, 점심, 저녁을 다 먹었다고 생각할 수 있다. 컴퓨터의 황제 빌게이

츠는 생각(Thinking)의 속도만큼 현실이 변하는 시대가 오고 있다는 주장을 해 눈길을 끌었다.

기존의 상식이 뒤집어지고 세상이 변하고 있는데 우리의 물류는 왜 변하고 있지 못하는 것일까? 아직도 안티(Anti)물류를 고집하는 기업들에 충격을 가할 무엇을 찾지 않으면 안될 것 같다.

초스피드로 변해 가는 현실에서 온라인(On line) 기업이나 오프라인(Off line) 기업들에게 꼭 필요한 것을 제시하고 있는 “닷컴의 수익혁명(From.com to.profit:영진닷컴 간)”이란 책은 좋은 길잡이로 여겨진다. 그 책은 크다고 좋은 것이 아니라 작지만 수익을 내는 것이 더 중요하다는 전제 하에 향후 더 강해질 인터넷 사업의 성공을 위해 필요한 요소를 몇 가지로 요약해 제시하고 있다.

완벽한 물류, 튼튼한 관계, 브랜드 구축, 자본 및 비용구조의 개선, 판매채널의 조화, 가치와 수익을 창출할 수 있는 서비스 제공이 그 여섯 가지 요소다. 책을 지은 저자 중 한 명인 낙얼은 휴렛 팩커드의 인터넷사업부문 사장이며 또 다른 저자 피터칸은 정보기술과 사업전략가로서 인터넷 컨설턴트로 활약하고 있는 사람이다. 그들은 이론 중심이 아닌 현업에서 경험을 통해 얻은 결론을 책에 담은 것이다.

“닷컴의 수익혁명”은 주장한다. ‘인터넷은 물류의 모든 추세와 기회를 가속화 시킨다. 그래서 물류는 이제 불쌍한 고아가 아니라 전체 기업의 전략적 우선순위가 되고 있다.’ 그 실례로 HP의 재정책임자인 밥위이먼은 다음과 같이 이야기한다. ‘지난 몇 년 동안 우리는 매출 대비 재고 비율을 16.7%에서 13.8%로 줄일 수 있었습니다. 그 결과 재고 비용을 14억 달러나 절약할 수

있었습니다.’ SCM(Supply Chain Management) 정보시스템의 활용 결과다.

이제는 미국에서만 아니라 전 세계의 강자 기업이 된 월마트의 성장비결은 POS 때문이라고 입을 모은다. 월마트는 그 시스템을 처음에는 상품 공급과 재고 관리의 간소화 기반으로 활용했고 나중에는 공급자들과 함께 공동으로 수요를 예측하고 일정을 잡는 기반으로 활용했다.

미국자동차 산업이 일본과의 경쟁에서 기사회생할 수 있었던 것이 EDI를 통한 공급자들과의 협력적 관계를 통해 물류를 개선했기 때문이며 싱가포르가 전세계 10위의 교역항에서 1, 2위를 다투는 항구로 발돋움 할 수 있었던 것도 EDI 덕분이었음을 기억해야만 한다.

물류의 과감한 시도를 권하고 싶지는 않다. 왜냐하면 대부분의 기업들이 여러 경로를 통해서 물류의 중요성을 이미 알고 있고 물류를 위해서 어떻게 해야 할지도 알고 있기 때문이다. 알고 있는 것을 실천하는 용기가 부족할 뿐이다. 변화에 신속하지 못하기 때문이다.

어떻게 해야 아는 것과 생각과 행동이 일치될 수 있을까? 물류가 흐르는, 움직이는 것(動)이기 때문에 많이 움직이는 것이 그 해결 방법의 하나가 될 수 있다. 이론보다는 실체가 중요하다는 평가를 받는 물류를 위해서 경영자도 움직이고 중역도 움직이고 사원도 움직여서 잘 된 시스템을 자꾸 보는 곳이다. 국내뿐이 아니라 해외의 시스템도 자꾸 보고 느끼고 하다보면 행동으로 옮겨지게 될 것이다.

만고의 진리인 ‘백문이 불여일견(百聞以不如一見)’이 물류의 진리인 것을 알았으면 한다.

sohan@hanmir.com T.3472-7792 ☎