

중소 국제물류주선업체의 유엔 조달시장 물류서비스 부분 진출방안 연구

† 신석현 · 광규석*

† 한국해양대학교 물류시스템학과 박사과정, *한국해양대학교 물류시스템공학과 교수

A Study on the Small-medium Sized Freight Forwarders' Entry into UNPM -Subject to International Freight Forwarder & Delivery Service

† Seok-hyun Shin · Kyu-Seok Kwak*

† Graduate school of National Korea Maritime University, Busan, 606-791, Korea

* Dept. of Logistics Systems Engineering, National Korea Maritime University, Busan, 606-791, Korea

요 약 : 국내 국제물류주선업체가 직면한 수익성 악화, 고용 불안 및 포화 상태에 있는 국내 물류시장에 대하여 알아보고 글로벌 시장 진출을 위한 블루오션 전략으로 유엔 조달시장 현황, 참가 방법, 성공적인 진출 방안, 글로벌 진출 활성화 지원책들을 연구한다. 현재 유엔 조달 물류시장에 대한 국내의 연구 자료가 없지만, 저자가 조달 물류서비스 입찰에 참여한 경험으로 유엔 조달 물류시장 진출 방안은 유엔 벤더로 등록된 물류기업에 대한 정부의 해외진출사업 지원 확대, KOTRA 『P300 프로젝트』에 선정된 물류 선도 기업들에 제공되는 유엔 조달 지역 입찰 정보를 활용한 경쟁력 제고, 유엔 조달 물류 특성상 오지 지역 운송에 대한 글로벌 네트워크 구축, 정부의 기존 해외인턴제도와 연계한 전문 인력양성 교육 프로그램 개발이 필요하다.

핵심용어 : 국제물류주선업, 국내물류기업, 유엔 조달시장, 입찰, 유엔 조달 물류, 유엔 조달 물류 전문가 양성교육, 글로벌 네트워크, 해외마케팅

Abstract : Local freight forwarder's circle is suffering worsening profitability and insecure employment from over-competition which caused by a saturated local logistics market. It is emerging UN procurement market for local freight forwarders. However it is needed to study on successful entry, market status and supporting measures from government and research institute. Currently there are no national research data of UN procurement market in logistics sectors but as per the writer's experience and viewpoint to UN bidding, it would seem that appropriate measures should be made such as government's enhanced support for overseas advancement, price competitiveness, building global network and development of education program for trainees associated with current overseas internship program by government.

Key words : freight forwarder, local logistics company, UNPM, bid, UN procurement logistics, education program for nurturing professionals in UN procurement logistics, global network, overseas marketing

1. 서 론

국제물류주선업(구. 복합운송주선업)은 '타인의 수요에 따라 자기 명의와 계산으로 타인의 물류시설·장비 등을 이용하여 수출입 화물의 물류를 주선하는 사업'을 말한다(물류정책기본법, 2012). 이는 '컨테이너화'에 기인한 복합 일괄운송에 대한 수요와 '단일운송계약'에 근거하는 일괄운송 책임의 인수에 대한 요구로 이어지고 있으며, 그 역할은 점차 확대되는 추세이다. 실제로 국제물류주선업은 수출입 물류의 한 축을 담당하고 있으며 우리나라 물류기업은 대부분 국제물류주선업을 겸업하고 있다.

대기업의 물류 자회사 설립을 통한 시장지배와 계열 협력회

사를 통한 대량 물량 유치 등으로 국내 물류시장은 포화 상태이며 중소 규모의 포워더는 신고체로 말미암은 업체의 난립과 과당 경쟁으로 수익성 악화, 폐업, 또한 고용불안으로 물류 전문 인력 양성의 어려움에 직면하고 있다.

최근 외교통상부에서는 기업들의 해외시장개척을 지원하기 위하여 유엔 조달시장에 관한 설명회를 개최하였고, 이를 계기로 진입 장벽이 없는 유엔 조달시장은 점차 주목을 받고 있다. 제조업체가 해외로 진출하면 필연적으로 국제물류 비즈니스가 발생하게 되고 이는 포화상태인 국내 물류시장의 범위를 해외로 확장할 기회이다. 국내 중소 포워더가 새로운 유엔 조달 서비스 입찰에 따른 해외 물류시장 진출을 의미한다.

유엔 조달 물류시장이란 유엔의 주요 조달기관에서 발주하

† 주저자: 연회원, simon_shin2002@yahoo.co.kr 010)3578-1384

* 교신저자: 종신회원, kskwak@hhu.ac.kr, 010)7256-2408

(주) 이 논문은 "중소 물류주선업체의 유엔 조달시장 진출"이란 제목으로 "2012공동기술대회 한국항해항만학회에서 발표되었음.

는 구매물품과 구매서비스 중 서비스에 해당하는 품목으로 화물수송과 관련된 서비스 구매를 말한다. 주로 UNPD(조달본부)에서 발주하는 시장으로 시장규모는 약 \$14.5billion(약 16조 4억 원)로 추정되며, 조달 물류시장은 전체 상품과 서비스 구매액 중 4.6%를 차지한다(UNPD, 2011).

그러나 물류업계의 새로운 블루오션이라 할 수 있는 유엔 조달 물류 서비스 시장은 제조업 중심의 유엔 조달시장 진출과 비교하면 상대적으로 정부기관과 관련 업계의 관심으로부터 소외됐다.

이 논문은 유엔 조달시장 현황, 유엔 조달 벤더등록 절차와 진출 전략을 소개하고 유엔 조달 물류 전문 인력 양성, 정책 제언 등 실행 방안들을 제안하여 국내의 중소 국제물류 주선업체가 유엔 조달시장 물류 서비스 부분에 원활하게 진출할 수 있도록 도움을 주고자 한다.

2. 국내 물류시장과 유엔 조달 물류시장 현황

2.1 국내 물류시장 현황

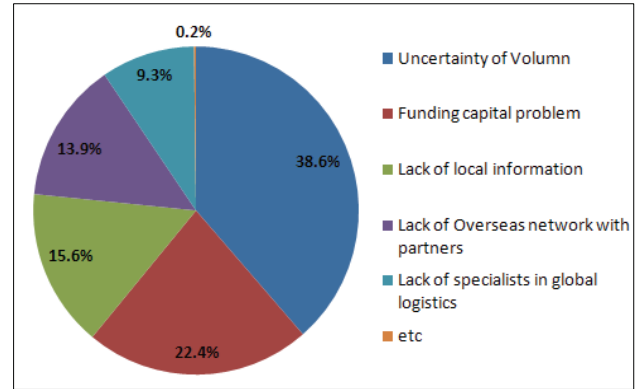
국내 물류시장에서 큰 비중을 차지하고 있는 대기업 물량은 물류 자회사를 통한 직접 핸들링과 중소 물류기업의 경쟁 입찰을 통한 재하도급으로 이루어진다. 국내 물류시장 점유는 대기업 관련 물류 자회사 및 계열 협력 물류회사, 외국계 포워드와 중소 물류 포워드 취급물량으로 구분된다.

2011년 5월, 동반성장위원회는 중소기업적합 품목을 선정하였다. 제조업분야에 한정하여 접수하였고 중소기업 측으로부터 ‘중소기업 적합업종-품목’ 총 21개 업종 230개 품목이 접수되었다. 그러나 물류서비스 분야는 중소기업 고유 진출업종으로 정의되어 있지 않다. 또한, 대기업과 상생 협력 분야에도 포함되지 않고 있다. 즉 제조업체 중심의 중소기업에 비중이 실린 정부정책으로 물류서비스 분야는 주목받지 못하고 있다.

1) 국내 물류기업의 해외 진출

대한상공회의소가 2012년 6월 실시한 ‘국내 물류기업의 해외시장 진출 현황 및 애로 실태’ 조사 결과에 따르면, 국내 물류기업의 해외 진출 비율은 22.3%에 불과하다. 중소기업은 더 큰 어려움을 겪는 것으로 나타났으며, 기업들이 겪는 가장 큰 애로 사항은 물량 확보에 대한 불확실성이다(Fig. 1).

국내 물류산업은 지속해서 성장세에 있지만, 업체당 부가가치가 점점 줄어드는 추세라고 분석하고 있다. 대기업 물류 자회사로의 물량 위탁, 제조기업 동반 진출의 어려움 등도 걸림돌이다. 중소 물류기업을 보호하고 자유경쟁을 통한 영업 물량 확보와 성장을 위하여 대기업이 물류 자회사를 설립하여 편법으로 계열사 물량을 몰아주는 것을 줄이고 대신에 전문 물류기업으로 위탁하여 중소 물류기업과 동반성장 노력이 절실하게 필요하다.



자료: The Korea Chamber of Commerce & Industry (2012.06) 대한상공회의소 ‘국내물류기업의 해외시장 진출 현황 및 애로 실태’ 조사

Fig 1. The barrier to enter overseas market by local logistics company

2) 국내의 국제물류주선업 현황

① 국제물류주선업체 등록 현황

관세청에 등록된 국제물류주선업체(포워드/화물운송주선업) 수는 2012년 현재 3천 800여 곳이다(부산일보, 2012). 「관세법」 제222조의 개정으로 지난 10월 26일부로 신고제에서 등록제로 전환되어 2012년 4월 25일까지 업체 등록을 완료하였다. 기존의 신고제에서 등록제로의 전환으로 사업자 난립에 따른 혼란과 과당경쟁을 초기에는 줄일 수 있을 것으로 기대하고 있으나 장기적으로 그 실질효과를 가져올 수 있을지는 예단하기 어렵다.

② 화물운송주선업 형태

국내의 국제물류주선업 형태는 자사이름으로 송하인과 직접 계약하여 운송을 책임지고 운송증권을 발행하는 중·소규모 형태의 무선박, 무항공기 소유자인 복합운송인으로 실제 운송인(actual carrier)과 달리 직접 운송 수단을 보유하지 않고 실제 운송인처럼 운송주체자로서 기능과 책임을 다하는 운송 계약을 체결하는 (contracting carrier) 국제물류주선업이 대부분이며, 거대 물류기업처럼 특정화물 수송을 위하여 자사선박을 보유한 실제 해상운송인형 복합운송주선업은 소수에 불과하다.

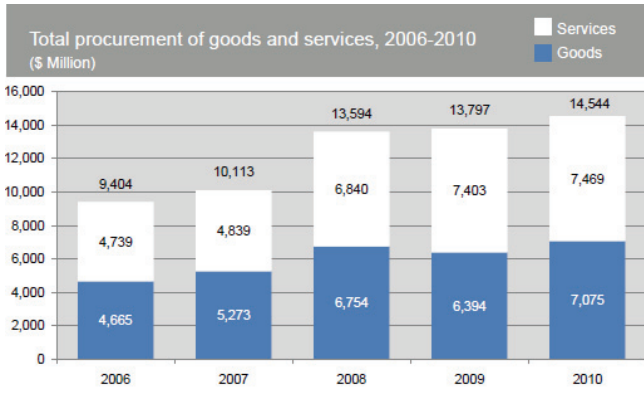
이처럼 많은 비중을 차지하고 있는 contracting carrier 업체들이 겪고 있는 애로 사항은 영업력 부족으로서, 그 원인으로 는 업체 간의 과당경쟁으로 말미암은 낮은 운임 이윤, 선사 운임 이외의 부가운임 비용 증가, 실화주의 운임결제 지연, 특수 화물 운송 관련 장비 확보, 장비 임차료 부담, 숙련된 인력부족, 과중한 리스크 등을 꼽을 수 있다.

2.2 유엔 조달시장 현황

1) 유엔 기관 전체 조달 규모

유엔 기관 전체 조달시장 규모는 2010년 기준으로 \$14.5billion(약 16조 4천억 원: 물품-약8조 원, 서비스-약8조 4

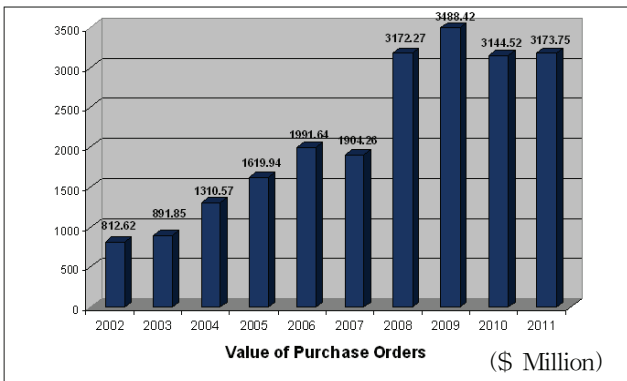
천억 원) 규모로 매년 늘어나고 있다(Fig. 2). 우리나라가 조달한 물품 규모는 약 7천400만 달러(0.51%) 수준이며 경제협력 기구(OECD)국가들에는 물론이고 인도, 페루, 중국 등에도 미치지 못하는 저조한 규모이다.



자료: <http://www.ungm.org>(2011)

Fig 2. Total Procurement of Goods and Services, 2006-2010

유엔 조달본부(UNPD)의 발주 금액은 2002년 8억 달러에서 2011년 32억 달러로 10년 사이 4배 증가하였다(Fig. 3).



자료: <http://www.un.org>(2012a)

Fig 3. Procurement Trend 2002-2011: Value of Purchase Orders

2) 유엔 조달 물류시장

전술한 바와 같이 유엔 조달 물류시장이란 유엔의 주요 조달기관에서 발주하는 구매물품과 서비스 항목 중 화물수송과 관련된 서비스 구매 입찰에 해당하며 여기서는 UNPD(유엔 조달본부)에서 발주하는 입찰을 의미한다.

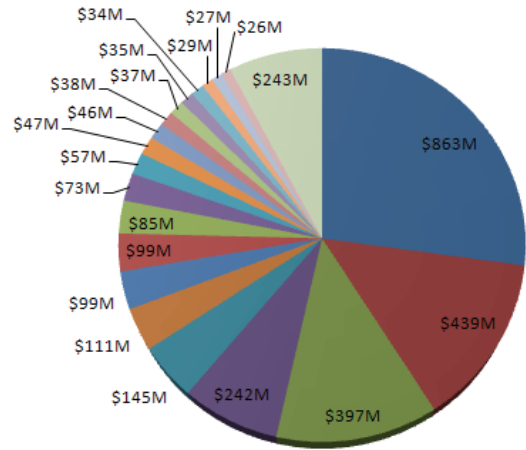
KOTRA가 국내 제조업체들을 대상으로 유엔 조달시장의 상품 부분(Goods)을 소개한 바는 있지만, 유엔 조달시장의 서비스(Services) 부분인 조달 물류시장 진출에 대한 소개는 없었으며 국제물류추진업체들에 이 시장은 아직 생소하다고 할 수 있다.

① 유엔 조달 물류시장의 규모

UNPD(조달본부)에서 발주하는 시장으로 조달 물류서비스

의 시장규모는 1억 4천5백만 달러이며, 전체 상품과 서비스 구매 중 4.6%를 차지한다(Fig. 4).

Procurement Division
Major Goods and Services Purchased in 2011 in Millions(US\$)



Air Transportation Services	\$863M	27.2%
Airchitecture, Engineering & Construction Related Services	\$439M	13.8%
Chemical & Petroleum Products	\$397M	12.5%
Food Rations/Catering Services	\$242M	7.6%
Freight Forwarding & Delivery Services	\$145M	4.6%
Rental & Lease	\$111M	3.5%
Telecommunication Quipment & Services	\$99M	3.1%
EDP Equipment and Maintenance Services	\$99M	3.1%
Maintenance & Repair Services	\$85M	2.7%
Motor Vehicles/Parts & Transportation Equipment	\$73M	2.3%
Travel and Related Services	\$57M	1.8%
Furniture	\$47M	1.5%
Security & Safety Equipment & Services	\$46M	1.4%
Computer & Information Technology Related Services	\$38M	1.2%
Motor Vehicles/Parts & Transportation Equipment	\$37M	1.2%
Building Management & Maintenance	\$35M	1.1%
Miscellaneous	\$34M	1.1%
Generator Sets	\$29M	0.9%
Radio Communication & Television Broadcasting Services	\$27M	0.9%
Electrical Apparatus; Electronic Components	\$26M	0.8%
Others	\$243M	7.7%
Total	\$3,174M	100.0%

자료: <http://www.un.org>(2012b)

Fig 4. Procurement division-Major goods and service purchased in 2011

반기문 유엔사무총장의 사무총장 재선 등 국제 사회에서 한국의 위상이 우호적인 추세에 있고, 유엔은 특성상 행정조직 기관으로 자체 생산제조나 물류서비스 인프라가 없으므로 Fig. 3과 같이 UNPD의 발주 금액이 계속 증가함에 따라 우리나라 업체들의 참여 기회는 꾸준히 증가할 것이다. 또한, 자연재해로 말미암은 구호 물자수송, 분쟁 지역에서의 평화유지군 보급품이 지속해서 조달되어야 하므로 유엔 조달 물류서비스 시장에 대한 진출기회는 앞으로도 늘어날 것으로 전망된다.

특히 유엔은 높은 신용도와 확실한 대금을 보장하는 기관으

로 국내 중소기업이 벤티 자격을 갖추어 국제자유입찰 경쟁에 도전할 때 새로운 부가가치를 창출할 수 있을 것이다.

② 유엔 조달 물류시장 참가 자격 및 절차

UNGM(United Nations Global Marketplace)은 유엔 조달 시스템을 위한 글로벌 포털로, 조달 담당자들과 공급 업체를 연결하는 시스템이다. 조달 업무의 일관성과 투명성을 높이고 하나의 공통된 공급업자 데이터베이스를 유엔의 각 기구가 이용할 수 있게 하려고 통합되었다. 이는 개발도상국과 같은 국가의 공급업체들 조달 가능성을 높여주며, 유엔회원국의 웹사이트로의 접근을 쉽게 해준다.

이 시장에 참여하기 위해서는 유엔 조달 물류시장 입찰 자격을 갖추기 위하여 벤티 등록을 먼저 해야 한다. 업체의 일반 정보, 재무 정보, 해외진출경력과 조달 공급을 희망하는 기관을 선택하고, 제품 코드화 등의 절차를 거쳐 신청서를 제출하면 약 2주에서 10주간의 평가 후 승인을 받게 된다. 승인 후 UNGM의 계정이 활성화되면 본격적으로 입찰에 참여할 수 있다.

입찰은 웹사이트에 공시되며, 이메일로 등록업체에 정보가 제공된다. 장래 수요 물품 관련 정보, 입찰 관련 업무처리 절차에 따라 진행되며 의향 요청서를 제출하여야 한다. 주요 입찰 방식으로는 ITB(Invitation to Bid: 입찰초대), RFP(Request for Proposal: 제안서요청), RFQ(Request for Quotation: 견적서요청)등이 있다. 3만 불 이하 입찰(RFQ)은 제출된 견적서 중 일반적으로 낮은 가격을 제출한 3개 기업을 조달관이 직접 선별하고, 3만 불 이상 ~ 10만 불 이하 입찰(RFP, ITB)은 사전 선정된 공급 업체 중(개도국) 제한경쟁 입찰 (Limited Competitive Bidding)을 실시하여 선별된다. 10만 불 이상은 국제경쟁 입찰이 원칙이다.

유엔 조달 물류서비스 시장 진출은 국내 국제물류주선업 업계에서는 아직 생소하고 입찰등록 절차에도 시간이 많이 소요되기 때문에 벤티 경험 있는 업체의 컨설팅이 필요하다. 그러나 벤티로 일단 등록되면 공정하게 자유 경쟁 입찰에의 참가 자격을 준다.

3) 우리나라의 유엔 조달 물류시장 참가 현황

① 벤티 등록 업체 현황

우리나라의 유엔 벤티 등록 업체 수는 총 107개 업체로 이중 물류 부분 등록 업체 수는 Table 1과 같이 아시아나 항공 등 6개 업체이다(UNPD, 2012c).

Table 1. Registered Venders of Freight Forwarders Field in South Korea

분야	회사명
항공	ASIANA AIRLINES INC. KOREAN AIR.
해상	PANTOS LOGISTICS CO., LTD.
	SAMYOUNG EXPRESS CO., LTD.
	UNIVERSAL SEA & AIR CO., LTD.
	US COM LOGISTICS INC,

자료: <http://www.un.org>(2012)

Table 2. Registered Venders in Major Asian Countries (Goods & Service)

국명	등록업체수	국명	등록업체수
인도	242	말레이시아	41
중국	190	일본	40
싱가폴	51	파키스탄	30

자료: <http://www.un.org>(2012)

2011 Procurement Volume by Country or Area 통계자료에 의하면 Table 2의 주요국가의 벤티 등록 수와 유엔 조달시장 (물품과 서비스 포함) 납품 실적은 관련이 없으며 그 실적은 중국 0.76%, 일본 0.71%, 파키스탄 0.27%, 인도 0.04%, 싱가포르 0.01%, 말레이시아 0.01% 순서이다. 일본의 벤티 등록이 다른 아시아 국가보다 저조한 원인은 유엔 조달시장 입찰에서의 가격 경쟁력이 낮고 내수시장이 발달한 특성상 유엔 조달시장에 관한 관심이 높지 않은 것으로 추정된다.

② 최종 입찰: 어워드

UNPD 공식통계에 의하면 지금까지 유엔 조달 물류서비스 시장은 아프리카 혹은 저개발국가 지역에 글로벌 네트워크를 가진 대형 물류업체인 유럽과 미국계의 물류 업체가 시장을 주도하고 있으며, 한국계 포워더가 최종 입찰 어워드(Award)에 포함된 기록이 없다.

아시아 지역은 2011년 12월 파키스탄, 10월 일본, 2004년 ~ 2010년 일본이 최종 입찰을 받은 기록이 있으나, 그 이외의 아시아 국가들은 입찰받은 실적이 전혀 없는 실정이다(UNPD, 2012d).

③ 한국 물류기업들의 유엔 조달 물류시장 입찰 실패에 대한 고찰

공식적으로 한국 물류기업이 최종 Award로 선정된 기록이 없으나, UNGM에 벤티로 등록된 (주)우주해운항공의 경우 여러 차례에 걸쳐 입찰에 참가하였으며, 지속해서 도전하고 있다. 유엔 조달 본부에 등록된 국내 벤티 물류기업은 6개 업체이고, 등록된 벤티 중에 실제로 유엔 조달 물류시장 입찰에 참여하는 기업은 극소수 기업으로 추정된다.

(주)우주해운항공 경우, 입찰에 성공하지 못하는 주된 원인을 외국 포워더와의 입찰 가격 경쟁력으로 분석하고 있다. 유엔에서 물류를 발주하는 지역은 대부분이 저개발국가의 오지 지역이고, 운송 조건은 DDP(Delivered Duty Paid: 관세지급인도조건)이기 때문에 도착항에서 오지 지역인 최종 목적지까지 효율적인 정보 수집이 어렵다. 노련하며 신뢰할 수 있는 현지 물류 파트너의 부재 또한 최종도착지까지의 정확한 비용 산출의 걸림돌이다. 그리고 최종 award가 되더라도 입찰 보증금 부담, 리스크에 대한 파트너의 사전 신용 정보 부족, 입찰 준비에서부터 입찰 신청까지 걸리는 시간보다 결과가 미비할 가능성, 해당 분야의 전문 인력 교육 미비, 조달 물류 지역의 물류 정보 획득을 위한 사전 마케팅 부족도 기업들이 직면한 애로 사항이다.

3. 유엔 조달 물류시장 진출 전략

입찰 성공을 위해서는 유엔 거점 지역에 관한 연구와 정부의 해외 네트워크 지원을 이용하여 다양한 물류 루트 개발 등이 선행되어야 하며 물류 운송 노하우를 지닌 해외 파트너와 상생 협력할 수 있는 네트워크를 구축하여야 한다.

3.1 주요 서비스 물류시장 현황

1) 주요 서비스 물류시장

유엔 조달 물류 서비스는 주로 전쟁, 분쟁 지역, 자연재해 지역, 오지 지역인 중앙아시아, 중남미, 아프리카 등 대부분 저개발 국가에 속하는 지역을 대상으로 이루어지고 있다.

지역의 특성상 운송 루트가 잘 개발되어 있지 않거나 험로인 경우가 많으며, 운송 시 물품 도난, 파손 등의 안전문제의 어려움도 산재하여 있다. 따라서 현지 실정에 정통하며 신뢰할 수 있는 해외 현지 파트너 발굴이 절대적으로 필요하다. 안전한 수송은 물론 유사시에 대비한 클레임 및 분쟁 해결을 위한 방안으로 공동입찰 참여를 적극 검토할 필요가 있다.

2) 물류 루트 및 네트워크 구축

경쟁력 있는 입찰을 위해서는 국내물류업체와 컨소시엄으로 참가하거나 관련 선사와 긴밀한 협조체계를 구축하는 것이 필요하다. 아시아 지역, 특히 우리나라에서 발주되는 물량에 대한 조달 물류시장을 목표로 하는 것이 좋을 것이다. 유엔 조달 물류시장은 입찰에 성공한 국가의 납품 제조업체가 있는 선적지로부터 주로 오지 지역인 목적지로 대부분 운송되기 때문에 글로벌 물류 네트워크가 부족한 국내의 국제물류주선업체가 입찰에 성공하기는 쉽지 않다. 그러나 유엔 조달 입찰에 성공한 국내의 제조업체가 한국에서 발주하면 자유경쟁 입찰이더라도 유엔에 등록된 국내 포워드가 해당 업체와 물류파트너로 제휴하여 제품생산, 목적지 물류 루터 정보를 조기에 파악하고, 사전시장 조사 및 마케팅을 통하여 더욱 경쟁력 있는 입찰 가격을 제시한다면 유엔 조달 물류시장 입찰에서 성공적인 입찰 award가 되는 시너지 효과를 창출할 수 있을 것이다. 등록에서 입찰까지 많은 시간이 소요되므로 포기하지 않는 장기적인 자세도 필요하다.

3) “유엔 조달 물류시장 진출” 설문 결과 및 정책 제언

국내의 중소 국제물류주선업체 300개사를 대상으로 “국제물류주선업체의 유엔 조달 물류시장 진출”에 대한 설문 조사를 시행하였다. 전화 응답과 팩스 설문조사 배포로 이루어진 설문은 70명의 응답자로부터 응답을 회수(회수율 23.3%)하였으며, 전국에 등록된 업체 중에서 연간 매출액은 상관없이 본사와 지사를 포함, 고용자 10명 이상의 업체를 대상으로 하였다.

응답기업의 30%가 유엔 조달 물류시장을 “알고 있다”고 응답하였다. “유엔 조달 물류시장에 참여할 의향”에 대해서는 “참여를 원하고 참여할 가능성이 있다.” 50%, “참여를 원하지도 않고, 가능성도 없다.” 23.8%, “참여를 원하나 가능성이 낮

다.”가 26.2%로 나타났다(Fig. 5).

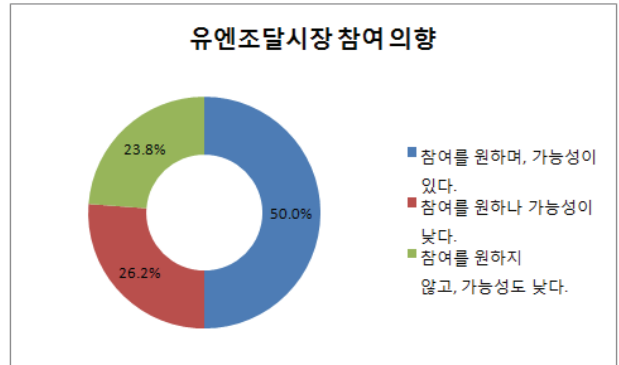


Fig 5. Intention to join in UNPD Market

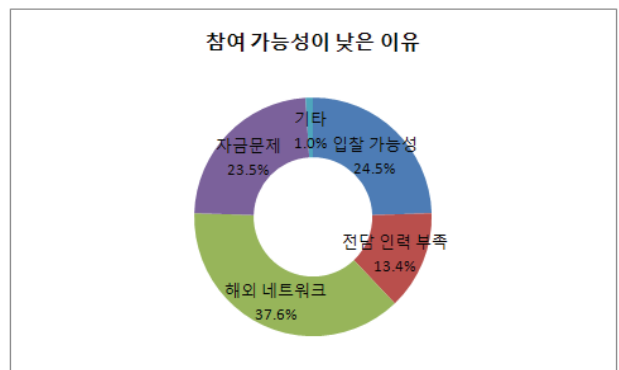


Fig 6. Reasons of law possibility to join in UNPD Market

참여를 원하나 가능성이 낮다는 응답의 이유로는 “입찰 가능성” 24.5%, “전담인력 부족” 13.4%, “해외 네트워크 문제” 37.6%, “자금 문제” 23.5%, “기타” 1%를 차지하였다(Fig. 6).

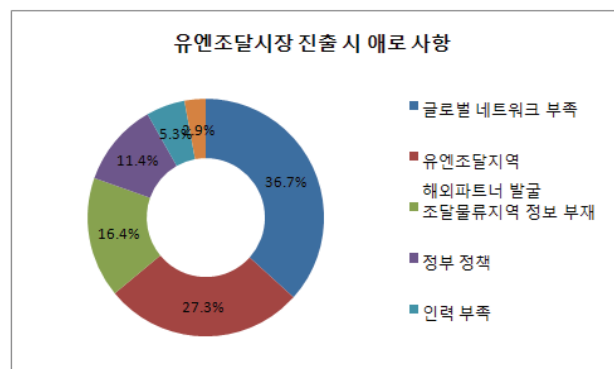


Fig 7. Facing problems to entry into UNPD Market

유엔 조달 물류시장 진출 시 애로사항으로는 “글로벌 네트워크 부족” 36.7%, “유엔 조달 지역의 해외물류 파트너 발굴” 27.3%, “유엔 조달 물류 지역에 대한 정보 부재” 16.4%, “정부의 정책 지원” 11.4%, “인력부족” 5.3%, “유엔 벤더등록 절차 및 입찰방법” 2.9%로 답했다(Fig. 7).

설문결과에 대한 정책대안으로 첫째, 유엔 조달시장 참여에

관심을 높이기 위하여 코트라가 현재 제조업체를 대상으로 개최하는 유엔 조달시장 설명회와 같이 국제물류주선업체를 관리하는 관련 정부부처나 통합물류협회가 유엔 조달시장의 물류시장 부분을 소개하고 정책적으로 홍보하는 것이 필요하다.

둘째, 유엔 조달 물류시장의 입찰 참여가 낮은 이유로 입찰 성공에 대한 불확실성 요소와 벤더 등록 및 입찰 참가를 전담할 전문 인력 부족, 해외 네트워크 부족 등을 꼽을 수 있다. 이를 해결하기 위하여 관련 정부부처가 예산을 지원하여 유엔 조달시장 입찰에 경험이 있는 컨설턴트를 활용하고 입찰 참여에 관심이 있는 물류기업을 대상으로 벤더등록을 지원하고, 해외네트워크 구축을 위하여 KMI가 유엔 조달 물류서비스 시장 거점지역에 코트라와 연계하여 가칭, 국제 물류 정보 센터를 운영하면 국내물류기업의 유엔 조달 물류시장 진출을 유도할 수 있다.

셋째, 유엔 조달시장 진출 시 애로사항으로 인력부족, 아프리카 오지 지역의 해외 물류파트너 발굴, 자금지원이다. 유엔 조달시장 진출이 쉽지 않고 끊임없는 도전과 인내가 필요하므로 정부지원으로 시행하는 해외물류인턴 파견제도를 연계하여 유엔 조달 물류 전문 인력도 병행하여 양성하는 것이 도움된다. 인턴교육의 하나로 특정한 오지 지역의 물류 정보 조사도 병행하여 국내기업의 지역의 해외물류 파트너 발굴과 유엔 시장 진출에 대한 사전 마케팅에도 도움이 된다. 또한, 유엔 조달 물류시장 진출을 위하여 인턴 파견 교육 수료 후, 현지 agent 개설을 원할 때 자금지원도 필요하다.

국제물류주선업은 "끊임없는 네트워크 경쟁" 업종이다. 국내업체 간 물량유치를 위하여 치열하게 경쟁하고 있고 포화상태인 국내 물류시장을 탈피하여 유엔 조달 물류시장으로 눈을 돌려 일정한 벤더등록 요건이 되면 완전한 자유경쟁시장에서 새로운 부가가치를 창출할 기회를 가지게 된다. 하지만 중소기업물류주선업은 글로벌 네트워크 구축, 유엔 조달 지역의 해외 파트너 발굴에 드는 자금, 인력부담 때문에 유엔 조달 물류시장 진출에 어려움을 겪고 있다. 이런 문제를 해결하기 위하여 관련 정부 부처는 유엔 조달 물류벤더로 등록된 중소기업물류주선업체의 해외 네트워크 구축을 위한 글로벌 물류 네트워크 커뮤니티(International freight forwarder conference / exhibition 등) 가입비와 마케팅 비용을 지원하고, 유엔 조달 물류 지역의 정보 제공은 물론 산·학·관·연 협의체를 구성하여 전문 인력 양성 등과 같은 적극적인 정부의 정책 지원이 필요할 것이다.

4) 유엔 조달시장 진출 사례

① 조달-상품부문 국내 입찰 성공 사례: (주)카라반이에스(카라반이에스, 2012)

2002년 설립한 조립식구조물(Prefabricated Building System) 제조 중소기업으로 국내 입찰 성공의 대표적인 사례이다. 유엔 조달시장의 입찰 성공뿐 아니라 끊임없는 제품기술 개발, 국제 인증서 취득으로 성공적인 세계 일류화 상품 및 수출 유망 중소기업으로 지정되었으며 지속해서 성장하고 있다.

혁신적인 기술 개발로 입찰 평가 항목 중 기술 부분에 중점을 두고, 축적된 유엔과의 비즈니스 경험을 바탕으로 신속하고 정확하게 입찰에 응하고 있다.

② 조달-서비스 물류부문 해외 입찰 성공 사례: Nissan trading co., Ltd.(Nissan, 2012)

1978년 4월 نيسان자동차 자회사로 시작하여, 자동차 부품 수출입, 기계, 철강, 화학, 에너지 등의 분야에서 전 세계 네트워크를 활용하여 최고의 제품과 재료 공급을 목적으로 경쟁력 있는 무역, 물류 서비스를 제공하며 본사는 일본 요코하마에 있다.

③ 유엔 조달 물류시장 서비스 부분에는 공식적으로 한국 물류기업이 최종 Award로 선정된 기록이 없으나, UNGM에 벤더로 등록된 (주)우주해운항공의 경우 여러 차례에 걸쳐 입찰에 참가하였으며, 지속해서 도전하고 있다. UNGM에 가입을 하고 UNPD에 등록을 하면 ID가 부여되기 때문에 조달 정보를 검색하거나, 등록된 이메일로 수신되는 입찰 공고를 확인하고 의향서와 견적서를 양식에 맞추어 작성하여 제출하면 입찰 참가가 이루어진다.

3.2 산·학·관·연 협력-유엔 조달 물류시장 진출 전략

2012년도 현재 국토해양부는 물류기업 지원책으로 해외 진출을 촉진하고 글로벌 물류 네트워크를 구축하기 위하여 물류기업이 해외진출사업을 발굴할 때 사업 타당성을 위해 지출하는 비용을 정부가 보조해 주는 제도와 물류산업 관련 물류인력 해외인턴 제도를 시행하고 있다.

1) 국토 해양부의 해외 인턴제도를 활용하는 유엔 조달 물류 전문가 양성

유엔 조달 물류시장 입찰은 결국 사람이 한다. 경험 있고 숙련된 전문 인력양성이 필요하다. 유엔 조달 물류시장에서는 다양한 화물수송 경험과 기술, 그리고 글로벌 네트워크를 활용하여 입찰 시에 경쟁력 있는 물류견적서를 제출할 수 있는 숙련된 프로젝트 전문 포워드가 입찰 선전에 유리하다.

따라서 산학관연 협력을 통하여 국토해양부에서 시행중인 해외의 우리기업으로 파견근무 형태인 해외 인턴 프로그램을 확대하여 유엔 조달 물류 지역 현장 탐방, 글로벌 물류 네트워크 정보 조사, 플랜트 및 프로젝트 화물 수퍼바이저 교육, 해외 agent 기회부여, 1인 물류기업 창업지원 등 해외인턴 제도와 병행하는 유엔 조달 물류 전문가 양성 프로그램을 통하여 미래의 글로벌 물류인력을 창출한다.

2) 글로벌 물류 네트워크 구축

유엔 조달 물류시장은 전 세계를 아우르는 시장이기 때문에 해외 물류 네트워크 구축은 시장진출을 위하여 선행되어야 하나, 국내 중소기업이 자체적으로 투자하여 해외 네트워크를 구축하는 것은 불가능하다.

정부는 국내 기업이 해외 진출 사업을 발굴할 때 그 사업의 타당성을 따져 비용을 보조해주는 제도를 실시하고 있는데, 이

를 확대하여 유엔 조달 물류시장진출을 준비하는 중소 포워드에도 해외 물류 agent 발굴 비용과 같은 사업비용이 지원될 수 있도록 해야 한다.

2008년 1월에 해양수산부에서 동북아 물류중심 전략지원을 위한 물류 정보의 체계적인 관리를 위해 개발한 국제 물류 정보 센터(KLIC)가 출범하였으나 현재는 운영되지 않고 대신에 KMI가 국제물류 위클리통과하여 국제 물류 정보를 제공하고 있다.

KMI 혹은 유엔기관이 앞으로 유엔 조달 물류 지역에 대한 선행 연구를 통하여 물류 정보, 운송수단, 지역의 international freight forwarder 소개 등 시장 진출에 대한 정보를 제공하는 가장 ‘유엔 조달 물류 진출지원센터’를 운영하고 또한, 한국무역보험공사(KSURE)와 협의하여 국내 물류기업이 해외의 물류 파트너의 신용조사를 요청하면 정책 지원을 통하여 해외파트너와 자금 거래 시 발생할 수 있는 리스크를 사전에 방지하도록 하는 등의 도움을 주도록 한다.

3.3 해외 물류시장 진출을 위한 지원 방안

1) 국토해양부 우수 포워드 인증제 도입

관련 부처의 해외진출 지원 사업은 중소 물류기업에게는 상당히 고무적이기는 하지만 대부분이 수도권에 본사를 둔 물류기업 중심으로 이루어지고 있다. 해외진출지원 사업은 영업력과 자금력이 상대적으로 부족한 지역기반 물류 업체도 지원, 배려하는 정책으로 바뀌어야 한다.

국토해양부가 2012년 말경 시행 예정인 우수 포워드 인증제에 유엔 벤더로 등록하고 지속해서 입찰에 참가하는 우수 중소 물류기업들을 포함하도록 하면 좋을 것이다. 또한, 이들 기업에는 해외 마케팅에 필요한 물류 네트워크 가입을 적극 유도하고 관련 비용 및 정보 제공 등의 지원을 아끼지 말아야 한다.

2) 『P300 프로젝트』 국제기구 조달 선도기업 육성사업

한국무역보험공사, KOTRA, 중소기업진흥공단과 한국수출입은행은 공동으로 우리 기업의 국제기구 조달시장 진출 지원을 위하여 “국제기구 조달 선도기업 육성사업”을 진행 중이다. 지난해에 이어 2차년도 대상 업체를 모집하며, 올해에는 처음으로 물류분야가 즉, 운송 서비스, 교통 인프라, 국제 컨설팅 등의 분야가 대상 사업에 포함되었다.

KOTRA에서는 벤더 등록, 기업별 맞춤형 입찰 정보 제공, 입찰서 작성 지원, 조달관 접촉을 통한 홍보, 파트너 발굴 등의 현지 지원을 하고 중소기업진흥공단에서는 중소기업 정책자금 우대 지원, 한국무역보험공사는 중소기업 입찰/계약이행 보증 한도 확대(2배), 한국수출입은행은 수출자금 대출 금리 우대의 내용으로 지원할 예정이다(코, 2012).

이 사업이 실제 도움이 되려면 조달 물류 전담부서를 지정하여 운송 분야 국내 벤더들에게 유엔 조달 물류 지역에 대한 믿을 만한 해외 파트너 발굴과 파트너 신용조회지원, 해당 지역의 물류동향 정보 제공, 해외 마케팅비용 지원이 필요하다.

3) 우수 물류 네트워크 커뮤니티 참가 지원

중소 물류기업이 해외의 우수 물류 네트워크 커뮤니티인 WCA Family of Logistic Networks, Global Logistics Network, Global Projects Logistics Network 등에 가입하고, 해외 물류 콘퍼런스에 참가하여 네트워크 구축에 적극 참여할 수 있도록 지원함으로써 글로벌 네트워크 구축에 도움을 주어야 한다.

우수 포워드들에게는 관련 연구기관과 협력하여 선정된 특정한 유엔 조달 물자 물류서비스 지역에 대하여는 해외 인턴 파견 비용을 지원한다. 인턴 기간 이후 이들을 지역별 물류 서비스 조사요원으로 하여 일정 기간 실제 현장 방문을 통하여 Road survey를 하고, 물류시장 현황 조사 등 지역별 물류 전문가, 국내 물류 업체의 현지 agent로 육성하여 유엔 조달 물류시장 진출에 적극 활용하여야 한다.

4. 결 론

국내물류 산업의 해외시장 진출 확대로 해외 매출액과 해외 거점 수가 늘어나는 추세기는 하지만, 이는 대부분이 대기업 물류 자회사를 활용하여 고속 성장한 물류 대기업이 중심이 되어 이룬 결과이다.

물류 대기업을 제외한 국내 물류시장은 중소 로컬 포워드 업체의 난립과 업체 간의 과당 경쟁이 성행하는 “레드오션” 시장으로 이미 포화 상태이다. 그러나 기체결한 한-EU, 한-USA FTA, 앞으로 한·중·일 FTA 협상 시작 등 환경 변화에 따라 우리 중소 물류기업의 해외 물류시장 진출 기회는 확대될 것으로 기대된다.

중소 포워드의 해외 진출에는 여러 장애 요인들이 산재하여 있으나, 끊임없는 도전과 해외파트너 발굴 등의 적극적인 참여 및 인식 전환을 통하여 국내에서의 제살깍기식 물량유치보다는 해외시장의 물량 유지를 통한 수익 창출 기회를 모색해야 한다. 해외물류시장 진출 목적으로 중소 포워드도 산학관연 협력을 통하여 새로운 자유경쟁입찰 구조인 유엔 조달 물류시장에서 신규 수익창출을 위하여 국내 제조업체의 유엔 조달시장을 적극 활용하고 또한 유엔 조달 물류서비스 분야에 적극 입찰에 참가하여 새로운 유엔 조달 물류시장에 도전할 필요가 있다.

중소 물류기업이 유엔 조달 물류서비스 시장에 진출하는 방안을 요약하면 다음과 같다.

첫째 중소 물류기업이 유엔 조달 물류시장에 진출하기 위하여 정부의 해외진출 지원 사업을 수도권 물류기업 외에 상대적으로 영업력과 자금력이 부족한 지방의 물류기업으로 확대하여야 한다. 그리고 유엔 조달 물류 벤더로 등록하고 조달 물류 입찰에 실제로 참가하고 있는 기업은 국토해양부의 우수 포워드 인증제도에 포함하여 이들 기업이 해외 마케팅에 필요한 참가비 지원과 해외시장 개척을 위한 금융지원이 필요하다.

둘째 KOTRA는 올해에 물류분야를 포함한 『P300 프로젝트』 국제기구 조달 선도 기업 육성사업의 대상기업을 선정하였다. 선정된 기업들에 유엔 조달 지역의 국가 정보 및 해외물

류와 관련한 입찰 정보를 실시간으로 제공하여 국내 기업들이 사전에 시장조사와 마케팅을 하여 입찰시장에서 경쟁력을 가지도록 한다.

셋째 유엔 조달 물류시장 진출에서 기업들이 호소하는 가장 큰 애로사항은 해외 물류 네트워크 구축에 대한 지원으로 해외 물류 네트워크에 관한 정보제공, 해외 agent 개설 보조금지원, 해외물류 파트너 발굴을 위한 세계 유수의 물류 컨퍼런스 참가비용 지원 등의 정책지원이 필요하다.

넷째 산·학·관·연이 협력하여 유엔 조달 물류시장 입찰에 필요한 유엔 조달 물류 전문 인력 양성 교육 프로그램 개발이 필요하다. 현재 국토해양부가 실시 중인 해외 인턴제도와 관련 대학에서 정부지원으로 실시 중인 장, 단기 항만물류전문인력과정(석사과정포함)과 연계하여 유엔 조달 물류 지역의 현장탐방, KMI 글로벌 물류 네트워크 정보 조사, 한국 플랜트 산업의 플랜트 화물 특성 교육 및 물류 협회의 프로세서 화물 수퍼바이저 양성 교육을 포함하는 교육 프로그램을 개발해야 한다. 교육을 수료한 후에는 관련 물류기업의 해외 agent로서 취업 기회를 부여하고, 노동부의 1인 물류기업 창업지원 등을 통하여 미래의 글로벌 물류 전문 인력들을 장기적으로 육성해야 한다.

이 논문은 유엔 조달 물류에 대한 국내의 소개 자료, 선행연구와 계량화된 자료가 전혀 없어 외국의 사례를 추적하였으나 해외 포워드의 영업비밀 상 외국의 유엔 조달 물류시장 성공사례에 관한 자료를 찾을 수 없으므로 정성적 분석에는 한계가 있다. 저자가 몸담고 있는 (주)우주해운항공은 유엔 조달 물류 부분에서는 국내 최초로 유엔 조달 벤더에 등록(2009.10.22)된 중소기업주선업체로, 유엔 조달 물류 입찰에 지속해서 참여하고 있으며 그 경험을 토대로 유엔 조달 물류시장의 진출 방안, 문제점, 정책 제언을 제시하였다. 앞으로 관련 정부기관의 글로벌 물류기업 지원 정책 변화와 관련 기관의 연구를 토대로 중소기업의 유엔 조달 물류시장 진출에 관하여 더욱 계량화된 진출전략, 유엔 조달 물류 지역 분석, 최종 입찰현황 등을 추후 논문 연구과제로 남기고자 한다.

참 고 문 헌

- [1] 대한상공회의소(2012.06), ‘국내물류기업의 해외시장 진출 현황 및 애로실태’ 조사
- [2] 물류정책기본법 제2조, 제1항, 제11호.
- [3] 부산일보 (2012.03.16), ‘화물운송주선업’신고제서 등록제로 전환.
- [4] (주)카라반이에스(2012), <http://caravanesi.kr.ec21.com>
- [5] 코트라(2012), 『P300 프로젝트』(국제기구조달선도기업육성사업) 참가기업 모집 공고, <http://www.kotra.or.kr>
- [6] Nissan trading co., ltd.(2012), <http://www.nitco.co.jp>
- [7] UNPD(2011), 2010 Annual Statistical Report on United Nations Procurement, <https://www.ungm.org>
- [8] UNGM(2012), 2011 Annual Statistical Report on United Nations Procurement—Total procurement of goods and services, 2006–2010, <https://www.ungm.org>
- [9] UNGM(2012a), Procurement Trend 2002–2011: Value of Purchase Orders, <http://www.un.org>
- [10] UNGM(2012b), Procurement Division – Major Goods and Services Purchased in 2011 in Millions(USD), <http://www.un.org>
- [11] UNPD(2012c), List of Registered Vendors by Country of Origin, <http://www.un.org>
- [12] UNPD(2012d), 2004~2012 PD PO Awards, <http://www.un.org>

원고접수일 : 2012년 7월 17일
 심사완료일 : 2012년 9월 12일
 원고채택일 : 2012년 9월 13일