

대형 소매업체와 공급업체 간의 협력 강화 방안

박 연 우 (CMS 상무이사)

〈목 차〉

유통 시장 개방에 따른 주요 변화	유통업체와 제조업체의 대응 추세
정부의 정책 방향	해외 소매업체의 동향
유통업계의 변화 방향	공존을 위한 협력 강화
유통 주체별 변화 요인	향후 과제
유통 주체별 역할 변화	주요 고려 사항

유통시장개방에 따른 변화

- 유통업에 대한 사회적 인지도 상승
- 정부의 유통 인프라 구축 노력과 각종 규제 완화
 - 물류 인프라 구축
 - 유통 정보화의 진전
- 해외 유통업체의 진출에 따른 선진 기법 전파
- 소비자 주권
- 유통업체 간의 구조 조정
- 유통업체의 영향력 증가(체인화/전국망 구축)

- 유통업의 질적 개선
 - 가격, 구색, 서비스, 편의성, 정보 제공

정부의 정책방향

- 정책기조
 - 업계의 자율적 경영 여건 조성
 - 유통 업체간 조화로운 발전 도모
 - 유통 산업 발전 기반의 강화
- 유통산업시책
 - 유통 구조의 선진화
 - 유통 환경 개선
 - 유통 정보화의 확산
 - 산업의 물류비 절감 대책 마련
 - 유통 산업의 국제화 추진

유통업계의 변화 방향

- 유통업체의 다양화와 구조 조정 → 강자 생존
- 업체별 / 채널별 정체성, 역할 분화
- 소비자 정보의 정확도, 활용도 증가
- 유통업체의 소비자에 대한 관심과 배려 증가
- 공급업체별 비교 우위 경쟁 가속화
- 유통업체와 공급업체의 새로운 공존 구도 출현
 - 소비자 개발 활동
 - 제반 비용 합리화 활동
 - 차별화 활동

유통주체별 변화요인

- 소비자
 - 다양한 정보와 선택적 / 합리적 구매
 - 소비자 주권 의식
- 유통업체
 - 경쟁 시대
 - 생계형 → 사업형으로 변화
 - 새로운 가치의 추가
- 제조업체
 - 유통비용의 증가 (고비용 구조)
 - 다국적 기업과 경쟁 구조

유통주체별 역할 변화

- 전통적 역할
- 변화된 역할

유통업체와 제조업체의 대응 추세

- 구조 및 운영 세계화(선진화) 노력
- 독자 노력에 대한 한계점 인식
- 핵심 가치와 역량에 집중 투자 및 육성
- 상호 상생의 모색/공동 비전 달성 노력
- 인력에 대한 투자

- 시장의 조기선점

해외 소매업체의 동향

- 개개 점포별 상품 기획 관리 - 고객동선, 제품진열, 판촉, 서비스
- 고도의 정보 시스템 구축 및 활용 - 상품 이동, 재고, 판매 현황 파악 및 관리
- 물류 네트워크 구성 및 Cross-Docking 구현
- 핵심 Vendor와 전략적 제휴 : 대표상품 집중육성
- Collaborative Business Process/work
 - System Link, 연간사업전략공유
 - 정보공유(이윤, 판매, 재고, 소비자 정보 등)
 - 원가절감을 위한 공동노력(주문, 재고관리 혁신)
 - 상품기획/개발/관리공유
 - Win-Win 추구
- 업무 다각화 및 해외진출

공존을 위한 협력 분야

- 소비자 정보의 개발 및 발전적 활용(Demand-side)
 - : Category Management
 - 소비자 정보의 공유와 연구
 - 합리적 접근 방법 개발, 발전
- 제반 비용의 합리화 활동(Supply-side)
 - : C PFR, ABC Costing
 - 무엇을, 언제, 어디에, 어떻게, 얼마나에 공동 노력
 - 이익의 공유
- 차별화 활동(전략/방향 공유)

- : Cause-Related Promotion
- 소비자에 대한 가치 서비스 창출
- 사회 구성원으로서의 활동과 봉사

공존을 위한 협력 분야

- 분기별/반기별 주요 전략, Plan 공유
 - : Business Building Meeting
 - 서로의 전략, 정보 공유
 - 유통변화를 예측하면서
- 사례
 - : 마그넷, 한국물류, 엘지유통 등