



인터넷 비즈니스와 새로운 공급체인 사고

고려대학교 경영학과 교수
경영학박사 朴明爽

☞ 칼럼筆陣 ☞

- 朴明爽 [고려대학교 경영학과 교수·경영학박사] 35·38號
- 安憲榮 [본지 편집인·한국포장물류연구소 소장] 36·39號
- 田 滂 [충남대학교 임산공학과 교수 농학박사] 37·40號

1. 인터넷의 활동범위

인터넷은 인류 역사상 가장 빠른 속도로 확산된 미디어로서 유통은 물론 금융, 주식거래, 경매, 오락, 택배 서비스 등 산업 전반에 폭넓게 이용되어 21세기 산업발전의 원동력이 되고 있다. 특히 유통채널의 확대라는 초기 개념에서 제품의 개발에서 제조, 생산, 유통, 소비까지 이어지는 일련의 기업활동이 인터넷과 접목되는 경영활동의 개념으로 발전을 거듭하고 있다.

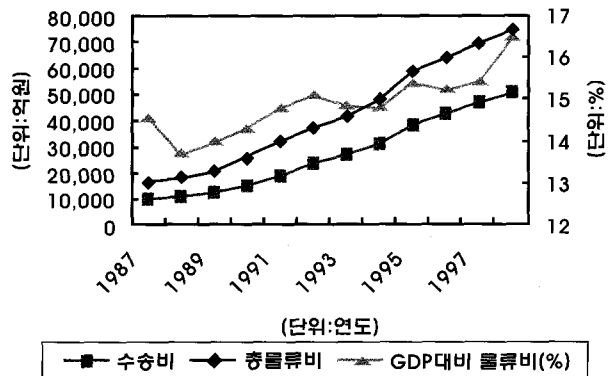
이러한 발전의 원동력으로는 정보기술의 발달을 첫번째로 꼽을 수 있다. 정보기술의 발달은 대규모의 정보를 공간과 시간의 제약 없이 거의 실시간에 가까운 속도로 교환할 수 있는 수단을 제공하였다. 특히 인터넷의 발달은 소비자가 상품에 대한 정보를 쉽고, 빠르게 얻을 수 있는 새로운 채널을 제공하였고, 이를 통해 소비자는 원하는 상품을 보다 싼 가격에 구매할 수 있게 되었다.

이처럼 인터넷 비즈니스는 새로운 개념과 혁신적인 정보기술을 통해 구현된 비즈니스의 한 형태로 각광 받고 있다. 그러나 그 이면에는 인터넷이라는 새로운 환경에서 나타나는 보안, 지불, 인증 등과 같은 새로운 문제들을 내포하고 있다. 또한 실물의 흐름과 관련된 부분에서도 기존 비즈니스가 갖고 있던 비효율적인 요소로 인한 운영상의 문제를 그대로 가지고 있다. 이러한 문제들 중 최근 들어 가장 부각되고 있는 문제가 바로 물류이다.

2. amazon.com의 위기는 물류시스템 부재에서

인터넷 비즈니스의 대표적 기업인 amazon.com은 인터넷상에 무점포 가상서점을 구축하여 서적 유통 구조에 있어서 혁신적인 변화를 가져왔다. 그러나 amazon.com은 온라인상에서 일어나는 거래를 효과적으로 지원해 줄 수 있는 효율적인 물류시스템의 부재로 인한 한계에 부딪혀 위기 상황을 맞게 되었다. 이는 amazon.com이 비록 정보의 흐름, 돈의 흐름이라는 상적유통의 개념에서는 혁신적이었지만, 공급자로부터 수요자에게 물리적으로 상품을 전달하는 물적유통이라는 부분에서는 혁신적 상적유통에 상응하는 효과적 대안이 없었기 때문이다. 즉 인터넷 비즈니스의 성공을 위해서는 상적유통 뿐만 아니라 물적유통에 대한 새로운 개념을 요구한다는 사실을 간과한 결과이다.

물류비 및 수송비



통계청이 지난 8월에 발표한 자료에 따르면 2000년 6월말 국내 B2C 업체는 1700여 개에 달하고 있다. 이들이 총 매출액은 1400억원에 이르며, 앤더슨 컨설팅이 예측한 자료에 따

르면 2003년에는 2조 6000억원 대에 이를 것으로 전망하고 있다. 그러나 국내 인터넷 비즈니스 산업이 예상대로 성장하기 위한 길은 그리 순탄하지만은 않을 전망이다. 현재 국내 인터넷 업체의 운영비 중 물류비의 비중이 33.4%에 이른다. 물류비의 문제는 단지 인터넷 산업에 국한되는 문제만은 아니다. 앞의 그림은 과거 10년 동안 국내 물류비 및 수송비의 추이를 보여주고 있다. 1998년 GDP대비 물류비가 차지하는 비중은 16.5%로 1988년 13.7%에 비해 2.8%나 증가하였다. 이는 미국의 10.7%, 일본의 9.5%와 비교할 때 약 1.5배에 해당하는 수치로, 제품의 생산원가를 상승시켜 국가경쟁력을 약화시키는 주요 요인으로 작용하고 있다.

3. 공급체인에 대한 새 인식 절실

인터넷의 등장으로 인한 비즈니스환경의 변화와 물류비에 대한 부담은 이 시대의 기업가들에게 공급체인에 대한 새로운 사고를 요구하고 있다. 소비자는 인터넷을 통해 생산자에게 직접 주문을 할 수 있게 되었다.

이에 따라 생산업체는 고객의 주문정보를 직접적으로 받아 볼 수 있게 되면서 최소한의 재고를 유지하면서 고객의 요구에 맞춰 소량씩 생산하게 된다. 배송 방식에 있어서도 기존의 각 단계별 유통경로를 통해 소비자에게 제품을 전달하는 방식에서 생산지 혹은 배송센터에서 소비자에게 직접 전달하는 방식을 택하게 된다.

이러한 변화는 기존에 비해 잦은 배송을 요구하고, 결과적으로 주문처리 비용과 배송비의 증가를 초래하고 있다. 이러한 상황에서 인터넷 비즈니스에서 경쟁력을 갖추기 위해서는 고객의 소량주문을 효과적으로 처리할 수 있는 물류시스템의 구축이 절실히 요구된다.

인터넷 비즈니스는 정보의 흐름에 있어서 빠른 속도로 발전하고 있는 반면 물류시스템의 발전속도는 이에 미치지 못하여 현재 정보의 흐름과 실물의 흐름간의 괴리가 심화되고 있다. 그럼 정보와 물자 흐름의 균형을 맞추기 위한 방법은 무엇일까? 그것은 정보기술을 이용하여 실물의 흐름을 기계화, 자동화하는 것이다. 일찍이 물류시스템의 기계화, 자동화를 이룬 일본의 경우 그 물류비 비중이 미국보다 낮고 우리나라에 비해 58%의 수준이라는 사실은 우리에게 선진 물류시스템 구축의 중요성에 대해 커다란 시사점을 제공해 준다.

4. 물류시스템 구축은 포장표준화가 시발점

이러한 선진 물류시스템의 구축을 위해서는 물류표준화 등의 인프라 구축이 선행되어야 한다. 물류표준화의 시발점이 되는 부분이 포장이다. 물류 시스템의 기계화와 자동화의 성공을 위해서 포장의 표준화, 포장공정의 기계화자동화, 포장의 규격화를 위한 제품 설계, 포장의 강도 및 바코드부착을 위한 포장재질의 개발, 그리고 포장설계의 전산화 등 포장부문에 대한 선진기반기술이 도입되어야 한다. 산업자원부가 올해 산업별 비전과 발전방안을 수립하는데 있어 포장분야를 신 산업미래산업에 포함한 사실은 포장산업의 혁신과 물류분야의 육성을 같은 맥락에서 보고 있음을 의미한다.

5. 물류합리화만이 핵심경쟁 수단

최근 들어 인터넷 기업뿐 아니라 기존의 오프라인 업체들도 물류를 비즈니스를 위한 핵심 경쟁수단으로 인식하면서, 이에 대한 전략적 시도들이 이어지고 있다. B2C 전자상거래 업체 한솔CSclub의 경우 사이버 물류서비스인 로지스클럽을 운영하면서 자사의 핵심역량의 하나로서 물류시스템을 채택하고 있다. 이는 고객이 구매한 제품을 고객이 원하는 시간에 고객이 원하는 장소로 보다 정확하게 저렴한 비용으로 배달할 수 있는 기업만이 인터넷 비즈니스시대에 살아남을 수 있다는 사실을 이미 기업들이 인식하고 있음을 보여준다. 이러한 기업차원의 물류에 대한 관심은 이제 국가적인 차원에서도 큰 주목을 받고 있다. 정부가 추진하고 있는 물류 기지 확충, 물류 표준화 및 공동화 등이 모두 이와 같은 맥락에서 이루어지고 있는 것이다.

기업은 물론 국가적 차원에서 인터넷 비즈니스라는 새로운 패러다임으로 나아가기 위해서는 정보와 자금의 흐름의 중요성뿐만 아니라 물류의 전략적 중요성을 인식하고 이를 적극적으로 개선해 나가는 노력이 필요하다. 조달, 생산, 판매, 회수에 걸치는 전과정에서 실물의 움직임을 효율적으로 관리할 수 있는 시스템이 구축되었을 때 비로서 기업과 국가의 경쟁력은 새로운 패러다임 속에서 진정한 빛을 발휘하게 될 것이다.