

流通市場開放下의 流通産業의 構造調整 方向과 課題*

— 濟州道の 流通産業을 中心으로 —

金 泰 保**

目 次

I. 序	IV. 流通市場開放下의 流通産業의 構造調整 方向과 課題
II. 濟州地域 流通産業의 現況과 構造의 特徵	V. 結
III. 流通産業의 市場開放과 그 影響 : 大型割引店の 進出과 관련하여	

I. 序

WTO체제하에서 제주경제내 전 산업은 무한경쟁시대를 맞고 있다. WTO체제하에서 공산품뿐만 아니라 농산물·금융 및 기타 서비스업 등외에 유통산업이 전면 시장개방되었다. WTO체제하에서 산업의 국내외적 경쟁은 이전보다 훨씬 더 심화될 것으로 예상되고 있어, 이들 산업 및 기업간의 경쟁은 그야말로 범세계적인 무한경쟁체제로 나아가게 하고 있다.

제주지역 유통산업은 규모나 시설, 경영전문성의 측면에서 많은 문제점을 안고 있어 유통산업의 전면적인 시장개방과 함께 적응의 위기를 맞고 있다. 제주지역 유통산업은 단순한 생계유지형 점포가 많은데, 그 규모가 영세하고 저생산성의 특징을 갖고 있을 뿐만 아니라 유통구조의 복잡성과 다단계성, 유통정보체계의 미흡, 유통기관 경영의 전근대성 및 비합리성의 특징을 갖고 있어 그 경쟁이 취약한 상태에 있다.

최근 WTO체제에 의한 유통산업의 전면개방에 따라 제주도내 유통환경 변화가 이루어지고 있다. 세계적인 다국적 유통기업들이 국내 진출을 탐색하고 있는 가운데, 전국형 국내 대형 유통업체들이 경쟁력 기반확보를 위한 노력이 맹렬히 이루어지고 있다. 그들이 진출하고자 하는 새로운 유통산업분야의 형태가 할인점이다. 신세계백화점이 이미 1993년 저가의 상품을 공급하는 새로운 유통업체로서

* 이 연구논문은 21세기 지방자치연구소의 창립기념세미나에서 발표한 것을 수정보완한 것임.

** 제주대학교 경상대학 교수

E마트라는 할인점을 낸 바 있는데, 20 - 30%의 낮은 파격적인 가격의 인하를 주무기로 하고 있다. 최근 뉴월마트, E마트 등 대형할인점이 제주지역내로 진출해옴으로써 유통산업내 무한경쟁시대를 맞고 있다.

따라서 이 글은 WTO체제하에서 유통시장의 전면적인 개방이라는 유통환경 변화에 직면해 있는 제주지역내 유통산업의 실태를 고찰하여 유통시장개방하의 유통산업의 경쟁력을 강화할 수 있는 산업구조조정 방향을 모색, 제시하고자 한다.

II. 濟州地域 流通産業의 現況과 構造的 特徵

1. 濟州地域 流通産業의 現況

유통산업은 농산물 및 공산품의 도·소매, 수송, 포장 및 기타 이와 관련된 정보 및 용역을 제공하는 것을 목적으로 하는 사업이라 정의되고 있다.¹⁾ 이 때 유통산업의 범위는 유통분야가 매우 광범위하고 복잡한 기능으로 구성되어 있어 명확히 설정하는 것이 어렵다. 그러나 유통산업의 범위를 도·소매업의 상적유통기관, 창고·보관업 등의 물적유통기관, 금융기관 등의 유통조성기관을 포함한다.²⁾

제주지역 유통산업의 현황을 보면 <표 1>에서 보는 바와 같이 사업체 수는 1993년말 현재 11,380개이며 이 중에서 도매업이 647개, 소매업이 10,614개이다. 1976년부터 1993년까지 사업체의 증가수는 연평균 4.7% 증가하였던 것으로 나타났는데 전국에서 차지하는 비중이 1.1% 수준을 나타내고 있다. 종사자수는 1993년말 현재 29,612명인데, 이 중 도매업이 5,078명이고 소매업이 21,909명이다. 1976년부터 1994년까지 종사자의 증가는 연평균 5.2% 증가하였으나 전국에서 차지하는 비중은 1.1% 수준에 불과한 것으로 나타났다.

이같은 현황은 도·소매업의 판매액면에서 보더라도 같은 여건인데, 도·소매업의 판매액을 보면 <표 2>에서 보는 바와 같이 1993년말 현재 1조 6,941억원인데 이 중 도매업이 5,724억원, 소매업 8,941억원을 판매하였던 것으로 나타났다. 1976년부터 1993년까지 도·소매업의 판매액 증가는 연평균 17.3% 증가하여 전국대비 비중이 1.1%에서 1.2%로 증가하였다. 나아가 업체당 및 1인당 판매액은 1993년말 현재 전국의 94.1%, 87.4%인데, 동기간중 평균증가율이 각각 6.2%, 5.7% 증가하여 전국대비 비율이 지속적으로 증가하여 왔다.

1) 유통근대화 촉진법 제3조

2) 한국경제연구원 「한국의 유통산업」 대한상공회의소, 1985. p. 10.

<표 1> 도·소매업 사업체수 및 종사자수 추이

구분 연도	사업체수(개)			종사자수(명)		
	제주(A)	전국(B)	A/B	제주(A)	전국(B)	A/B
1976	4,785	413,911	0.0116	9,428	787,138	0.0120
1979	5,965	445,847	0.0134	11,218	881,789	0.0127
1982	7,543	588,026	0.0128	13,972	1,189,934	0.0117
1986	8,820	706,522	0.0125	18,732	1,563,811	0.0120
1990	9,355	753,237	0.0124	20,110	1,716,533	0.0117
1993	11,380	926,168	0.0122	29,612	2,236,391	0.0134
1993/1976 평균증가율(%)	2.37 4.65	2.23 4.20		3.06 5.23	2.84 5.54	

자료: 도·소매업 통계조사보고서(통계청) 각 년도

<표 2> 도·소매업 판매액 추이

구분 연도	판매액(십억원)			업체당판매액(백만원)			종사자1인당판매액(백만원)		
	제주(A)	전국(B)	A/B	제주(A)	전국(B)	A/B	제주(A)	전국(B)	A/B
1976	61.5	5,758.9	0.0170	12.9	13.9	0.9281	6.5	7.3	0.8904
1979	96.2	11,038.4	0.0087	16.1	24.8	0.6492	8.6	12.5	0.6880
1981	202.0	19,741.5	0.0102	26.8	33.6	0.7976	14.5	16.6	0.8735
1986	422.5	43,517.8	0.0097	47.9	61.6	0.7776	22.6	27.8	0.8219
1990	563.9	63,245.1	0.0089	60.3	84.0	0.7179	28.0	36.8	0.7609
1993	1,694.1	146,415.1	0.0123	148.4	158.0	0.9417	65.4	65.4	0.8746
1993/1976 평균증가율(%)	27.54 17.32	25.42 18.82		11.53 12.07	11.36 14.03		8.80 11.52	8.95 12.60	

자료: 도·소매업 통계조사보고서(통계청) 각 년도

도매업의 성장 추이를 보면 <표 3>에서 보는 바와 같이 1982년부터 1993년까지의 기간동안 사업체수 99.3%(전국평균 151.1%), 종업원수 229.5%(전국평균 222.7%), 판매액 635.3%(전국평균 819.7%) 증가하였다. 그러나 제주지역은 도매업의 사업체수나 판매액의 평균증가율은 전국에 못 미치는 반면, 종업원수의 증가율은 전국을 훨씬 앞서고 있다. 또한 제주지역 도매업의 사업체당 매출액은 1982년의 239백만원에서 1993년에는 884백만원으로 269% 증가하였는데, 그러나 전국도매업의 경우는 1982년의 155백만원에 1993년에는 569백만원으로 267% 증가하여 제주지역 도매업은 전국평균에 비해 사업체당 매출액 규모도 크고, 성장률도 다른 지역을 앞지르고 있다는 것을 알 수 있다.

〈표 3〉 제주지역 도매업의 성장추이

지역별		구분 연도	사 업 체 수		종 업 원 수		관 매 액	
			사 업 체	성장율 (%)	종업원수	성장율 (%)	관 매 액	성장율 (%)
전 국	1982	45,568		173,156		7,086,020		
	1993	114,444	151.1	558,880	222.7	65,171,662	819.7	
제 주	1982	325		1,541		77,844		
	1993	647	99.3	5,078	229.5	572,420	635.6	

자료 : 도·소매업 통계조사보고서(통계청) 각 년도

〈표 4〉 제주지역 소매업의 성장추이

(단위 : 개, 인, 백만원, %)

지역별		구분 연도	사 업 체 수		종 사 자 수		관 매 액	
			사 업 체	성장율 (%)	종사자수	성장율 (%)	관 매 액	성장율 (%)
전 국	1982	542,458		945,778		12,655,471		
	1993	758,220	39.7	1,432,530	51.4	57,026,820	350.6	
제 주	1982	7,218		12,431		124,127		
	1993	10,164	41.3	21,909	76.2	894,138	620.3	

자료 : 통계청, 도·소매업 통계조사보고서

소매업의 성장추세를 보면 〈표 4〉에서 보는 바와 같이 1982년부터 1993년까지 사업체수가 41.3% (전국평균 39.7%), 종업원수 76.2% (전국평균 51.4%), 판매액 620.3% (전국평균 350.6%) 증가하였다. 제주지역의 경우 사업체수의 평균증가율은 전국에 못 미치는 반면, 종업원수와 판매액의 평균증가율은 전국을 훨씬 앞서고 있다. 또한 제주지역 소매업의 사업체당 매출액은 1982년 17.1백만원에서 1993년에는 89.9백만원으로 511.6% 증가하였으나 전국의 경우는 1982년의 23.3백만원에서 1993년에는 75.2백만원으로 292.7% 증가한 것으로 나타나 제주지역 소매업의 경우 사업체당 매출규모도 전국평균에 비해 컸으며, 성장률도 다른 지역을 크게 앞지르고 있는 것으로 나타났다.

이상의 결과를 종합해 볼 때 제주지역의 도·소매업은 타지역에 비해 매출면에서 앞서고 있는데, 특히 소매업의 매출액 성장률은 크게 앞지르고 있는 것으로 나타났는데 이는 관광산업의 급속한 성장파급에 의한 결과라 할 수 있다.

제주지역 도매업의 구조적 특성을 살펴보면 먼저 종사자규모별 도매업체의 현황은 〈표 5〉에서

보는 바와 같이 1993년말 현재 4인 미만이 전체의 43.1%, 4인 이상이 56.8%인 것으로 나타나 전국수준 각각 73.4%, 26.4%에 비하여 종사원 규모면에서 5인 이상의 비중이 높다는 것을 보여주고 있다. 그리고 종사자 지위별 종사자수 현황을 보면 <표 6>에서 보는 바와 같이 상시종사자가 전체의 74.2%, 경영주·가족종사자가 15.6%, 임시종사원 9.6%, 무급종업원 0.5%의 순으로 분포되어 있는데, 이는 전국수준에 비해 경영주, 가족종사자가 낮은 반면 상시종업원 비중이 높은 것으로 나타났다.

<표 5> 전국 및 제주지역 도·소매업의 종업원 규모별 분포현황

(단위 : %)

지역별 고용자	도 매 업			소 매 업		
	4인 미만	4 ~ 20명	20인 이상	4인 미만	4 ~ 20명	20인 이상
전 국	73.4	23.6	2.8	96.7	3.0	2.5
제 주	43.1	47.8	9.0	94.4	5.0	0.5

자료 : 통계청, 도·소매업 통계조사보고서

<표 6> 전국 및 제주지역 도·소매업 고용형태별 분포현황

(단위 : %)

고용형태별 고용자	도 매 업		소 매 업	
	전 국	제 주	전 국	제 주
경 영 주 · 가 족	24.3	15.6	73.0	59.2
상 시 종 업 원	67.3	74.2	22.3	33.8
임 시 종 업 원	4.4	9.4	3.1	5.2
무 급 종 업 원	3.8	0.5	1.4	1.5

자료 : 통계청, 도·소매업 통계조사보고서

제주지역 도매업체의 점포규모별 분포현황을 보면 <표 7>에서 보는 바와 같이 1993년말 현재 20㎡ 미만이 전체의 6.6%, 20 - 50㎡이 31.5%, 50 - 100㎡이 21.2%, 100㎡ 이상이 50.6%로 나타났는데, 이는 전국수준인 50㎡ 미만이 전체의 70.6%인 것에 비해 제주지역의 경우 50㎡ 이상(전체의 61.8%)의 비중이 상대적으로 높은 것으로 나타났다. 이같은 현상은 판매액규모별 분포현황에서도 그대로 나타나고 있는데 <표 8>에서 보는 바와 같이 제주지역의 경우 1993년말 현재 2천만원 미만이 전체의 5.1%, 20 - 100백만원 21.6%, 100 - 1,000백만원 50.5%, 1,000백만원 22.7%로 나타나 전국수준에 비슷하게 나타나고 있는데, 다만 1억원 이상의 비중이 상대적으로 높은 것으로 나타났다.

그러나 이 정도의 규모를 가지고 도매기능을 원활히 수행하는 데는 문제가 있는 것으로 판단되며, 사업체의 전국비중도 극히 낮다.

〈표 7〉 전국 및 제주지역 도·소매업의 점포규모별 분포현황

(단위 : %)

지역	업종 규모별	도 매 업				소 매 업			
		20㎡미만	20~50	50~100	100㎡만	20㎡미만	20~50	50~100	100㎡만
전 국		31.0	39.6	16.3	13.0	39.3	48.2	9.0	3.4
제 주		6.6	31.5	21.2	40.6	38.6	47.4	8.5	5.2

자료 : 통계청, 도·소매업 통계조사보고서

〈표 8〉 전국 및 제주지역 도·소매업의 판매액별 분포현황

(단위 : %)

판매액별	지역	도 매 업		소 매 업	
		전 국	제 주	전 국	제 주
20백만원 미만		4.2	5.1	31.1	25.1
20~100		37.7	21.6	56.9	56.7
100~1,000		49.0	50.5	11.4	16.8
1,000백만원이상		8.8	22.7	0.4	0.7

자료 : 통계청, 도·소매업 통계조사보고서

제주지역 소매업의 구조적 특성을 살펴보면 종사자규모별 소매업체 현황이 1993년말 현재 4인 미만이 전체의 94.4%, 4-20인의 경우 5.0%로 나타나 전국 수준과 비슷한 것으로 나타났다. 또한 종사자 고용형태별 종사자 현황을 보면 경영주·가족종사형태가 59.2%, 상시종사형태 33.8%, 임시종업원은 5.2%로 나타나 전국에 비해 상시종업원 고용형태가 두드러진 것으로 나타났다. 소매업의 점포규모별 분포현황은 〈표 7〉에서 보는 바와 같이 대부분 50㎡미만이 86%를 차지하여 전국수준과 비슷하게 영세한 것으로 나타났다. 이같은 여건은 판매액규모별 분포현황에서 그대로 나타나 있는데 1억원 미만이 81.8%를 차지하여 대부분 영세한 것으로 나타났다. 그리고 소매업의 업종별 분포현황을 보면 〈표 9〉에서 보는 바와 같이 1993년말 현재 음식료품 소매업이 전체 점포의 42.4%를 차지하고 있어 비중이 높는데, 이는 주택가 주변에 생업형 영세식품점이 많다는 것을 말한다.

〈표 9〉 전국 및 제주지역 도·소매업의 업종별 구성 현황

(단위 : %)

업종 \ 지역	전국	제주
음식료품 및 담배	47.7	42.5
직물·의류소매업	16.1	17.6
의약·화장품소매업	6.1	6.6
장신구·시계소매업	1.7	1.3
서적·문구소매업	6.6	5.4
자동차·자전거·연료소매업	1.4	2.0
가정용 연료소매업	2.8	1.5
가구·가전·가정용품소매업	7.6	8.2
기타 소매업	8.9	10.7
종합 소매업	1.2	1.4

자료 : 통계청, 도·소매업 통계조사보고서

소매업 가운데 종합소매업 현황을 보면 〈표 10〉에서 보는 바와 같이 슈퍼마켓의 경우 사업체수 종업원수, 판매액 면에서 그 비중이 극히 낮은 수준에 있어 제주지역 소비가 고도화, 다양화 되어 있지 않음을 보여주고 있다.

제주지역 재래시장은 1993년말 현재 31개소로서 99,757㎡의 면적에 1,263개의 점포를 보유하고 있다. 이 가운데 상설시장은 1993년말 현재 17개소, 면적 21,934㎡, 점포수 795개를 보유하고 있는데, 이 중 13개가 제주시에 집중되어 있고 나머지는 서귀포에 분포되어 있다. 정기시장은 상설시장이 없는 농어촌지역을 중심으로 분포되어 있다. 제주지역 재래시장은 현재 생활권지역 소비자들의 근린 편의시설로서 식품류의 상당부분을 공급·중개하는 중요한 역할을 담당하고 있는데, 도심지역내에 집중되어 있어 교통혼잡 등 여러 가지 문제들을 제기하고 있다. 제주지역 대부분의 재래시장, 특히 동·서문시장의 경우 점포시설 및 설비의 노후, 부대시설의 부족, 주변환경의 열악 등으로 인한 불결함 등의 문제를 안고 있다. 그리고 주변 교통체계가 혼잡하고 주차공간을 갖추고 있지 않기 때문에 교통체증을 유발하는 경우가 많다. 또한 재래시장의 대부분이 임대점포의 집합체로서 통합적인 경영내지 관리주체가 없기 때문에 영업효율이 떨어지고 있으며 입주상인들의 영세성으로 인해 규모의 경제를 획득하기 어렵고 유통전문지식 결여로 합리적 경영이 어려운 실정이다.

〈표 10〉 제주지역 소매업별 사업체수, 종업원수, 판매액

(단위: %)

구분 업태별	사업체수		종업원수		판매액	
	개	구성비(%)	개	구성비(%)	개	구성비(%)
일반소매업	9,444	99	21,255	99	853,389	97.4
종합소매업	18	0.2	194	6	-	-
백화점	1		-		-	-
수퍼마켓	17	0.2	194	1	22,411	2.6
계	10,164	100	21,909	100	894,138	100

자료: 통계청, 도·소매업 통계조사보고서

2. 流通産業의 構造的 特徵 및 問題點

지금까지 제주도 도·소매업의 현황을 보았는 바, 이를 토대로 도·소매업의 구조적 특성 및 문제점을 요약해 보면 다음과 같다. 첫째의 특징은 도·소매업의 영세성과 저생산성이다. 제주지역 도·소매업은 단순한 생계유지형 점포가 많고, 동시에 그 규모가 영세하며 점포밀도도 매우 높다는 특징을 가지고 있다. 소매업의 경우 종업원 4인 이하의 생계유지형 점포의 비중이 약 96.7%에 달하며 매장규모 20㎡(약 6평) 이하의 점포 비중도 38.6%에 달하고 있다. 또한, 도매업 경우도 종업원 4인 이하의 점포 비중이 43.1%에 달하고 있다. 제주지역 도·소매업의 경우 전국의 여건과 마찬가지로 규모의 영세성으로 인하여 제주도의 도·소매업체는 영업과정에서 상업자본을 축적하여 규모의 성장을 기하기 어려워 근대적 경영기법을 도입하는데 커다란 어려움을 겪고 있으며, 그 결과 생산성도 낮을 수밖에 없었다.³⁾ 현재와 같은 도·소매업의 영세규모구조하에서는 유통기관의 체계적 조직화, 혁신적인 경영기법기술 및 정보화기기의 도입 등을 소화해내기 어려울 것으로 보인다.

둘째, 유통구조의 복잡성과 다단계성이다. 제주지역 도·소매업의 경우 유통구조의 복잡성을 띠고 있는데, 이는 유통경로의 길이와 관계없이 그 존재형태가 매우 복잡하다는 것으로, 우리나라 유통구조의 대표적인 특성을 나타내고 있다. 또한, 유통산업구조의 다단계성은 전체 도·소매업의 특성으로서 대부분의 상품이 3~6단계의 복잡한 유통구조를 가지고 있어 다수의 생산자와 소비자가 존재해 중간상의 개입여지가 큰 것으로 나타나고 있다.⁴⁾ 이 과정에서 무자료거래가 성행하여 유통산업의 현대화에 장애요인이 되고 있다. 이와 같은 유통구조의 복잡성과 다단계성은 중간상들이 필요이상의 과도한 개입으로 총유통비용을 증대시키고 거래질서를 문란케 하는 원인이 되고 있다.

3) 김태보 「제주 서비스산업의 발전방향과 과제」 제주상공회의소 제주지역 경제연구센터, 1994. pp.65~66.

4) 한국경제연구센터 「전계서」 p.45.

셋째, 유통기관 경영의 전근대성, 비합리성이다. 제주지역 유통기관 경영의 전근대성과 비합리성은 도·소매업의 영세과다성, 제조업의 유통지배 심화, 그리고 대부분의 영세소매업이 생업형 가족경영 형태를 띠고 있기 때문이다.⁵⁾ 이로 인해 유통 종사자의 혁신의식 내지는 경쟁의식 결여, 유통에 대한 전문성 결여로 유통산업 근대화의 기반이 조성되지 못하고 있다. 따라서 이들이 유통산업에 대한 의식을 높이고 유통업 경영에 대한 전문지식을 습득할 수 있는 방안이 요구되고 있다. 유통종사자들의 전근대성은 결과적으로 유통비용을 증대시킬 뿐만 아니라 다양화, 고급화, 전문화되고 있는 소비자들의 요구에 적절히 대응하지 못함으로써 유통산업의 효율을 떨어뜨리는 직접적인 원인이 되고 있다.

넷째, 유통조성기반의 취약성이다. 유통정보체계가 미흡한데, 도·소매업의 경우 유통량, 유통방법, 전국 평균가격 등의 정보내용이 미흡할 뿐만 아니라 정보의 신속·정확한 수집 분석 배포체계나 시설이 부족한 상태이다. 또한 유통산업의 표준화, 등급화가 중요한 과제다. 특히 유통산업의 표준화 또는 등급화는 농수산물 유통부문에서 크게 낙후되어 있는데, 그 거래단위, 등급, 포장 등이 지역과 유통단계마다 각기 다르고 또 그 형태도 복잡하여 불공정거래, 유통정보 효율성 저하의 요인이 되고 있다.⁶⁾ 그리고 유통산업이 생산, 소비의 고도화와 더불어 균형있는 경제발전엔 기여하도록 하기 위해서는 기존의 재정 금융지원의 강화는 물론, 유통전담금융기관의 설치, 신용카드의 보급 확대 등 신용사회의 정착, 팩토링 금융의 활성화 등이 이루어져야 하는데 현재는 금융부문에 대한 재정 금융지원은 극히 낮은 수준이다. 또한 앞으로 예상되는 유통산업의 대형화, 전문화, 고도화에 따라 이를 담당할 유통부문 기능인력의 양성도 중요한 문제가 되고 있다.

Ⅲ. 流通産業의 市場開放과 그 影響：大型割引店의 進出과 관련하여

1. 流通産業의 市場開放과 流通環境 變化

우리나라는 그 동안 유통시장 대외개방과 외국인투자 개방계획에 따라 도·소매업의 시장개방을 지속적으로 추진하여 왔다. 국내 도·소매업은 점진적, 단계적 개방원칙하에 1981년부터 추진되었는데, 1988년에는 도·소매업진흥 5개년계획에 따라 3단계 대외개방계획을 수립하여 도·소매업 시장을 개방하였다. <표 11 참조> 3단계 개방안으로 도·소매업 모두 외국업체 1개사당 점포수 20개 이하, 점포당 매장면적 3천㎡ 미만까지 설치할 수 있도록 확대 허용하였다. 그리고 외국인 투자가 자유화된 업종은 1993년 도매업 총 89개 업종 가운데 76개 업종, 소매업 총 68개 업종 가운데 55개 업종으로 확대 허용하였다. 투자제한업종은 도·소매업 각 13개 업종이며 이 가운데 도매업

5) 김태보 「전계서」 p. 66.

6) 광주경제연구센터 「광주지역 유통산업의 현황과 근대화방안」 광주상공회의소, 1992. p. 78.

7개 업종과 소매업 2개의 업종은 별도의 인가기준에 부합할 경우 부문적으로 투자를 허용하였다.⁷⁾

〈표 11〉 도·소매업의 단계별 개방 현황

(단위 : %)

구 분	기준연도	정 책 내 용
제 1 단계	1989	- 기술도입 및 도매업투자의 자유화폭 확대 - 외국기업 국내지사의 수입판매업종 확대 - 의약품 도매업에 대한 외국인 투자 허용
제 2 단계	1991	- 소매업에 대한 외국인 투자의 선별적인 허용 * 1991. 7. 1사당 매장면적 1천㎡ 미만, 점포수 10개까 지 허용 - 소매업 기술도입의 완전자유화
제 3 단계	1993	- 유통업에 대한 투자제한 대폭 축소 * negative list공표 * 1993. 7. 1사당 매장면적 3천㎡ 미만, 점포수 20개까 지 허용 - 자유화의 전단계 수준

자료 : 상공자원부, 유통시장 개방계획 및 보완대책안, 1993.

우리나라는 그 동안 유통시장 대외개방과 외국인투자개방계획에 따라 유통시장의 개방을 지속적으로 추진해 왔다. WTO체제의 출범으로 도매업 3개 업종, 소매업 8개 업종을 개방기로 하였는데, 특히 최종양허표에 명시된 제한사항 외에는 아무런 제한이 없는 것으로 간주되어 과거 명목상으로 자유화를 실시하고 실질적으로 각종 규제나 절차 등을 통하여 외국인의 국내시장 진출을 어렵게 하였던 관행들이 철폐될 전망이다.⁸⁾ 더구나 UR타결에 따른 수입자유화, 수입규제조치의 철폐와 맞물려 큰 영향을 발휘할 것으로 전망되었다. 따라서 이들 업종 가운데 국내유통업체의 50 - 90%를 차지하는 생계유지형 도소매업체는 상당한 타격을 받을 것으로 예상되고 있다.

지난해 유통시장이 완전 개방됨으로써 세계적인 다국적 유통기업들이 국내에 본격적으로 영업하기 위해서 탐색과정을 거치고 있는데, 그들이 진출하고자 하는 새로운 유통산업의 형태가 할인점 형태이다. 이에 대응하여 신세계백화점이 이미 1993년부터 저가의 상품을 공급하는 새로운 유통업체로서 E마트라는 할인점을 낸바 있는데, 파격적인 가격의 인하를 주무기로 하고 있다. 신세계의 E마트는 시중가격보다 통상 20 - 30% 낮은 가격으로 소비자를 끌고 있는데, 1996년 11월 제주도에 개설했으로써 제주도내 기존 유통업체들에게 큰 영향을 미치고 있다. 이와 같이 제주도내 E마트, 뉴월마트 등 대형 할인점이 진입해옴으로써 유통산업내 무한경쟁시대를 맞고 있다.

7) 상공자원부 「유통시장개방계획 및 보완대책」 1993. pp.11~17.

8) 대우경제연구소 「우루과이라운드와 한국경제」 1994. pp.175~178.

2. 大型割引店の 特性和 地域 流通業에 대한 影響

원래 할인점의 효시는 1948년 미국에서 영업을 시작한 Korvette라 알려져 있다. 기존의 권장 소비자가격으로 판매하는 것보다 가격을 낮춰 회전율을 높이는 것이 이익증가에 더욱 공헌할 것이라는 생각하에 영업을 시작한 것이 적중하여 '50년대 이후 급속히 성장하여 Korvette의 할인혁명이 미국의 소매업계를 떠들썩하게 만들었다. 그후 '60년대 급속히 성장하여 '70년대 중반부터는 유통업계의 선두를 달리고 있다.⁹⁾

세계의 대표적인 대형할인점인 미국의 Wal-Mart는 '62년에 설립하였는데 그 이후 '80년대 이전까지는 성장속도가 둔화되었으나, '80년대 불황기를 거치면서 급속히 성장하여 '93년말에는 점포수 2,416개, 매출액 695억불, 종업원수 52만명으로 세계 최대의 유통업체가 되었다. 이처럼 대형할인점이란 대규모의 할인점을 의미하는 것으로, 타점포에서 판매하는 통상적인 시장가격보다 현저히 저렴한 가격으로 상품을 판매하는 매장면적 1,000㎡ 이상의 소매점을 의미한다.

이러한 대형할인점이 미국의 유통산업계에서 급성장할 수 있었던 사회·경제적배경을 보면 다음과 같다.¹⁰⁾ 첫째, 대형할인점이 성공한 가장 중요한 요인은 상품가격이 저렴한 점에 있었다. 할인점은 저렴한 인테리어·시설물 등을 사용하였으며 신용판매나 상품배달의 각종 서비스를 생략하고 셀프서비스로 판매되어 대폭적인 인건비를 절감하였다. 이렇게 하여 영업비용을 크게 절감하고 나아가 구매빈도가 높고 선호도가 높은 상품만을 집중적으로 진열함으로써 재고 비용을 낮추고 재고회전율을 크게 높였다.

둘째, 경쟁구조에서 찾을 수 있는데, 백화점과 같은 기존의 소매점들은 평일 늦은 시간이나 일요일에는 문을 닫았으나 소비자 구매패턴의 변화로 저녁시간 및 휴일쇼핑이 증대하여 저녁 늦게까지 문을 여는 할인점이 성공할 수 있었다.

셋째, 사회문화적 측면에서 2차대전 이후 호황기의 도래로 개인소득이 증가하고 소비패턴의 다양화가 이루어졌다는 요인도 그 하나가 되고 있다.

넷째, 당시 적용되던 재판매가격유지법을 할인업체가 위반하게 되었는데, 이로 인해 가격의 저렴함이 증명된 결과가 되어 소비자선호가 더욱 높아졌다.

우리나라의 경우도 '93년 E마트를 효시로 '94년에는 Price-Club, '96년 한국 Makro 등의 많은 대형할인점들이 속속 개점하여 기존 유통시장을 무섭게 침투하고 있다. 제주도의 경우도 E마트, 뉴-윌마트 등 대형할인점의 도내 진출로 유통산업계는 대변혁기를 맞고 있다. 막대한 자본력과 첨단 경영기법을 갖춘 대형할인점이 진출해옴으로써 가격파괴, 유통경로파괴의 바람을 몰고 와 기존 슈퍼마켓, 구멍가게 및 재래시장이 경영난·자금난에 처해 있다. 이같은 유통환경 변화에 적응하지 못하는 업체나 업소는 무더기로 도태될 전망이다.

9) 한국소비자보호원 「유통시장의 여건 변화와 소비자 후생」 1995. p.8.

10) 대한상공회의소 「대형할인점 진출에 따른 지역상권 변화조사」 1996. pp.33~34.

이와 같이 대형할인점이 가격을 파괴하고 유통경로를 파괴하여 상품을 판매할 수 있는 이유는 다음에서 찾을 수 있다.¹¹⁾ 첫째, 유통구조개선을 통한 비용의 절감이다. 제조업체와의 직거래를 통해 중간 도매단계를 생략하여 중간 마진이 사라지고, 유통경로를 단순화함으로써 그 만큼의 유통비용이 절감된다.

둘째, 운영비 절감이다. 지가가 저렴한 외곽지역에의 입지, 단순한 인테리어 및 시설물의 사용, 상품배달 등 각종 서비스의 생략, 셀프서비스 판매에 의한 인건비절감 등으로 기존 점포보다 훨씬 저렴한 경비로도 점포운영이 가능하다.

셋째, 유통정보화를 통한 비용절감이다. 유통정보화를 통해 판매관리, 고객관리, 회계관리를 체계화하고, 판매동향에 따른 정확한 물류·배송·판매계획의 수립 등의 정확성과 신속성을 통해 비용절감을 할 수 있다. 미국 최고의 대형할인점인 Wal-Mart의 가장 큰 성공 요인도 바로 유통정보에 있었다. Wal-Mart는 일찍부터 전산시스템을 도입하여 경영의 과학화 및 효율화를 도모해왔으며, POS·위성통신시스템·물류관리시스템 등 유통테크놀러지를 도입하여 재고관리·물류관리·거래선관리 등의 효율화를 이루어 경쟁업체가 따라 올 수 없을 정도로 비용을 절감했다.

넷째, 상품회전율의 제고에 있다. 대형할인점은 구매빈도가 높고 선호도가 높은 상품만을 집중적으로 진열함으로써 재고비용을 낮추고, 또한 대량판매를 통하여 상품회전율을 높이고 있다.

다섯째, 소비자 라이프스타일의 변화를 들 수 있다. 교통난, 봉급생활자의 증가 등에 따라 소비자의 구매패턴이 변화하고 있다. 따라서 기존 점포와는 달리 야간쇼핑이나 휴일쇼핑이 가능하고, 가격도 기존점포보다 훨씬 저렴한 대형할인점을 이용하는 소비자가 점차 증가하고 있다.

대형할인점이 가격파괴, 유통경로파괴를 통해 소비자에게 경제적 이익을 가져다주기도 하지만, 지역 유통업에 악영향을 미칠 수 있다. 그 영향은 지역 중소유통업체의 기반 잠식이다. 저렴한 가격에 대량판매를 기초로 하는 대형할인점은 기존 유통업체에 큰 영향을 미치고 있다. 특히, 현대화된 대형점포보다는 영세하고 전근대적인 가족 노동을 중심으로 한 영세 유통업체에게는 대형할인점의 등장이 점포의 존폐까지 위협을 주고 있다.

대형할인점 진출에 따른 지역 중소유통업체에 대한 영향에 관한 조사연구에 의하면¹²⁾ 지난해 전국적으로 지역 인근에 대형할인점이 진출한 후 매출에 영향을 받지 않은 점포는 21.4%에 불과하며, 31.4%의 점포는 큰 폭의 매출감소가 있었고 47.1%는 다소 감소했다고 지적되고 있다. 대형할인점 진출에 따른 중소점포의 경쟁애로 요인으로는 가격요인이 73.5%로 가장 심각하게 대두되고 있고, 그 밖에 매장규모(7.8%), 상품구색(14.9%) 등인 것으로 나타났다. 대형할인점의 위협에 대응하여 지역 중소업체들은 향후 가격인하(30.2%), 사은품 증정(13.2%), 점포리뉴얼(13.2%), 서비스향상(9.4%) 등의 전략을 구사할 것을 계획하고 있으나 실제로 집행하기는 어려우며, 집행했을 때의 효과 또한 불투명한 것으로 생각하고 있다. 또한, 대형할인점에 대한 소비자의 쇼핑행태에 대한

11) 윤희택 “가격파괴시대 도래와 인천지역 유통업계의 대응” 「경은조사」 경기은행, 1996. pp.8~9.

12) 대한상공회의소 「전게서」 pp.63~75.

조사에서는 대형할인점 진출지역 소비자들의 57.5%가 대형할인점 쇼핑경험이 있으며, 대형할인점의 이용상의 주된 이점은 역시 저렴한 가격(56.3%)에 있고, 심각한 단점은 없고 소량구매불편(21.9%) 등 다소간의 약점이 있는 것으로 조사되었다.

이같은 현상은 제주지역에서도 그대로 나타나고 있다. 제주경실련의 1997년 1월에 실시한 지역 중소유통업체들을 대상으로 한 대형할인점의 제주진출에 대한 설문조사에 의하면,¹³⁾ '96년에 들어와 지역 중소유통업체들의 기존 상권이 무너지는 이유에 대한 설문조사결과 대형할인유통업체들의 진출로 인해(67%), 전반적인 경기불황 때문에(22%), 제주경제의 구조적인 문제 때문인(6%) 것으로 조사되었다.

앞으로 국내 유통시장은 할인점이 주도할 전망이다. 최근 유통산업연구소의 「'97년 유통산업 전망 보고서」¹⁴⁾에 의하면 올해는 전반적인 경기침체의 영향으로 유통산업도 본격적인 저성장 국면으로 접어드는데 반해 할인점만은 올해보다 더 큰 폭으로 성장할 것으로 내다보고 있다. 이 보고서에 의하면 올해 총매출액이 작년의 수준을 밀돌 것으로 전망하고 있는 반면, 할인점은 '96년의 1조 2천억원보다 150% 늘어난 3조원에 이를 것으로 전망하고 있다. 또한, 올해 1천평 이상의 대형할인점만 전국에 20개 이상 새로 들어설 계획이며, 중소형 규모의 할인점까지 포함하여 50-60개 이상의 할인점이 전국 요지에 자리잡을 전망이다 보고 있다.

최근에 와서 제주도내 유통산업계도 적응의 위기를 맞고 있다. 제주도내 유통업은 단순 생계유지형 점포형태로서 규모가 영세하고 생산성이 낮을 뿐아니라 유통구조의 복잡성·다단계성, 유통정보체계의 미흡 등 유통여건 또한 미비된 상태에서 경쟁기반이 극히 취약한 상태에 있다. 유통산업의 무한경쟁시대를 맞아 경쟁력 확보를 위한 성감잠재력 확충이 시급한 과제가 되고 있다.

IV. 流通市場開放下의 流通産業의 構造調整 方向과 課題

유통시장개방하에서 대형할인점이 급격히 성장하여 지역 유통시장을 잠식하면서 지역의 유통구조를 바꾸어 놓을 전망이다. 가격파괴시대에 지역 유통업체가 살아남기 위해서는 무엇보다도 변화하고 있는 유통환경에 적응할 수 있는 경영조직과 가격파괴점에 상응하는 경쟁력을 가져야 할 것이다. 곧 가격파괴점이 가진 공격성을 맞받아 칠 수 있도록 지역의 유통산업도 구조조정방안이 모색되어야 한다. 지역 유통업체들도 대형할인점과 마찬가지로 가격파괴, 유통경로파괴를 할 수 있도록 성장잠재력을 배양하여야 한다. 따라서 제주지역의 도·소매업은 유통시장의 대외개방하에서 선진유통업체들의 도내진출에 적극 대응하고 경쟁력을 강화하기 위한 방안을 다음과 같이 적극 모색하여야 한다.

13) 체대신문(1997. 4. 18일자)에서 인용

14) 유통산업연구소 「1997년 유통산업전망」 신세계, 1997. pp.3~6.

1. 地域 流通業의 構造調整 및 經營合理化

① 中小 流通業體의 組織化·協業化

유통시장의 개방으로 대부분이 생업형 가족경영형태를 띠고 있는 영세하고 경쟁력 없는 중·소·소매업체로서는 생존기반을 상실할 우려가 있다. 이와 같은 사회적·경제적 문제를 최소화하기 위한 제1차적인 과제는 중·소·소매업체의 조직화·협업화사업의 강화에 있다. 조직화·협업화의 구체적인 방법으로 연쇄화와 조합화의 두 가지 추진방향이 있다. 재래시장이나 상점가, 집단상가 등과 같은 지리적으로 집단화된 유통업체들에 대해서는 조합화를 추진하고, 소형슈퍼마켓, 식료품판매점, 선매품취급점, 전문품취급점 등 지리적으로 분산되어 있는 유통업체들에 대해서는 가맹점형 연쇄화를 추진하는 것이 바람직하다.¹⁵⁾

제주지역에서는 1995년말 현재 회사형 1개와 가맹점형 2개의 연쇄화사업자가 있으나, 연쇄점 본부의 자본력 및 전문경영능력이 미약하고, 취급상품이 주류 등 일부품목에 한정되어 본부의 상품공급비율이 매우 낮기 때문에 사실상 연쇄화사업을 통한 효과를 거두지 못하고 있다. 우선 연쇄점본부의 규모를 확대하여 연쇄화사업의 효율을 극대화하여야 한다. 연쇄점본부의 대형화가 이루어지지 않으면 제조업체와의 협상력에서 열세에 놓이게 될 뿐만 아니라, 연쇄점본부가 가맹점에 대한 본부의 역할수행에 한계를 가지게 되기 때문이다. 또한, 연쇄점본부는 주류중심의 한정된 상품공급에서 벗어난 상품구색의 다양화를 통해 본부의 상품공급의 비율을 높여 나가야 한다. 그리고 가맹점에 대해서 머천다이징기법의 지도, 점포설계지도, 경영지도를 설계해 나감으로써 가맹점에게 실질적인 혜택이 돌아갈 수 있도록 해야 한다.

그리고 제주지역 연쇄화사업자들이 조직화하여 공동구매를 통해 제조업자에 대한 협상력을 확보하여 저가구매를 확보토록 한다. 이러한 문제의 개선을 위해서는 슈퍼마켓협동조합의 공동유통 활동에 대해서는 정책자금을 우선적으로 지원하여야 한다. 이 경우 공동구매자금의 지원, 공동창고 건설과 시설개선사업에 대한 금융지원, 그리고 공동집배송센터 건립을 위한 세제 및 금융상의 지원 등이 포함되어야 한다. 신규 연쇄점의 설립을 위한 세제 및 금융상의 지원을 강화하여 연쇄점의 활성화를 기하도록 한다.

② 流通情報시스템의 構築

제주지역의 도·소매업은 장기적으로 POS시스템, 자동수발주 시스템 및 유통 VAN 등을 중심으로 하는 유통정보화를 통해 이룩해 나가야 한다. 유통정보화는 POS(Point of Sale) 시스템, 자동발주시스템(EOS), 그리고 유통VAN 등을 통하여 머천다이징 및 판매관리, 물적유통관리를 효율적으로 수행함으로써 유통산업의 생산성, 대 고객서비스를 개선하기 위한 것이라 할 수 있다. 먼저,

15) 김태보 「전계서」 pp. 181~182.

POS시스템을 도입토록 한다. 이를 도입하게 되면 단기적으로는 체크아웃처리시간의 단축, 계산대에서의 오동록방지, 점포내 업무처리 인력의 절감, 대 고객서비스의 향상 등의 효과를 얻을 수 있다. 장기적으로는 판매시점에서 입력된 매출 및 고객에 관한 데이터를 바탕으로 합리적인 머천다이징과 재고관리를 함으로써 불량재고의 삭감, 판매사이클의 단축, 효율적인 상품진열, 보충발주의 간소화 등의 효과를 얻을 수 있다.¹⁶⁾ 또한 자동발주시스템(EOS)을 도입하게 되면 유통업 상호간, 유통업과 제조업간의 수주 및 발주업무를 온라인화 할 수 있게 되어 납기의 단축, 재고량의 절감, 관련정보교환의 신속화, 용이화를 기할 수 있어서 수발주과정에서 발생하는 비능률을 제고할 수 있다.¹⁷⁾ 그리고 유통VAN을 구축함으로써 컴퓨터를 이용하는 데이터통신에 있어서 발생하는 제반 문제점을 해결하여 유통업체간의 각종 데이터의 교환을 가능케 함으로써 유통능률을 크게 향상시킬 수 있다.¹⁸⁾ 그러나 제주지역의 유통정보시스템의 구축은 극히 빈약한 실정이다. 따라서 유통산업의 생산성 및 대고객서비스향상을 위한 머천다이징 및 판매관리, 물적유통관리의 효율화를 기하기 위해 POS시스템, 자동발주시스템, 유통VAN 등 유통정보시스템을 구축하여 나가야 한다. 그러나 유통정보시스템을 도입하는 데는 초기에 상당한 투자를 하여야 하기 때문에 중소 슈퍼마켓이나 중소 연쇄점 등이 독자적으로 도입하는 데는 한계가 있다. 따라서 중소 슈퍼마켓이나 연쇄점이 유통시스템을 도입할 수 있도록 리스회사를 설립하고, 설비도입에 따른 금융 및 세제지원을 강화토록 한다.

③ 流通專門人力의 養成

제주지역 유통산업은 업태가 전문화, 다양화됨에 따라 각 업태의 특성에 맞는 경영전략을 전개하기 위한 유통전문인력 확보가 주요 문제로 대두되고 있다. 유통산업의 근대화를 위해서는 반드시 경영자, 종사자에 대한 의식구조의 개혁과 질적 수준의 향상을 도모해야 한다. 유통산업의 전문화, 다양화됨에 따라 각 업태의 특성에 알맞는 경영전략을 구사할 수 있는 전문인력을 확보하는 것이 시급한 과제가 되고 있다.

그러나 제주지역의 유통부문은 대부분 생계유지형으로 유통에 관한 전문지식을 갖추지 못한 사람들이 대거 유입되어 주먹구구식의 경영을 하고 있는 실정이다. 또한, 연쇄점, 백화점 등 비교적 큰 규모 유통업체도 전문적인 경영인력을 확보하지 못하고 있다. 이들이 필요로 하는 전문직종은 교육상담자, 시스템디자이너, 슈퍼바이저, 머천다이저, 인스펙터, 점장, 지배인, 레이아웃맨, 연출전문가, 판매사 등인데, 앞으로 유통산업이 경쟁력을 강화하기 위해서는 이러한 유통분야 전문인력이 체계적으로 배출되어야 한다. 이를 위해 전문대학내 유통관련학과의 신설을 통해 전문인력을 양성토록 한다.

16) 서울시정개발연구원 「서울 유통구조의 개선 방향」 1995. pp.155~156.

17) 부산경제연구원 「유통시장개방과 부산지역 유통단지조성에 관한 연구」 부산상공회의소, 1993. pp.41~42.

18) 「상계서」 p.42.

④ 地域密着型 經營體制의 確立과 在來市場의 活性化

제주지역의 유통산업은 지역산업내지 지역밀착형 산업이라는 특성을 고려하면 주먹구구식의 전근대적인 경영방식에서 탈피하여 관광객 및 지역소비자의 구매패턴, 유통환경을 바탕으로 한 새로운 서비스나 업태의 개발을 통해 지역밀착형 경영체제를 확립토록 한다.¹⁹⁾ 따라서 유통산업은 제주지역의 유통거래액, 유통물량, 취급상품의 증대 및 다양화, 소득수준의 향상에 따른 고객욕구와 라이프스타일의 변화, 도시화와 인구의 증대, 그리고 강화되어 가고 있는 소비자들의 주권의식 등의 환경변화에 충실히 대응하는 머천다이징과 서비스를 개발해야 한다.

앞으로 제주지역의 유통산업은 관광객 및 지역소비자의 구매패턴과 유통환경을 바탕으로 지역의 특성에 맞는 새로운 업태를 도입해야 할 것이다. 그리고 품목별 전문화나 시장세분화를 통해 특정계층을 표적으로 하는 전문점의 개설을 통해 다양화, 고급화되고 있는 소비자들의 생활양식에 대응해야 한다.

특히, 제주지역의 재래시장은 전통적으로 이 지역의 상업문화와 가장 밀접한 관계를 맺어 왔으며, 시민들의 근린편의시설로서 가장 중요한 역할을 담당하고 있으므로 다른 소매업태와의 공존체제를 유지시켜 나가야 할 필요가 있다. 그러나 동문시장 등의 재래시장은 시설의 노후화, 비합리적 경영, 아파트단지, 주거단지 등의 개발에 따른 근린상가의 증가 등으로인해 쇠퇴일로를 걷고 있다. 특히 소비자들의 교육, 소득수준 향상에 따른 생활양식의 고급화, 다양화에서 기인된 백화점, 슈퍼마켓 등 근대적인 대형소매점의 선호경향으로 인해 재래시장의 존립이 위태로워지고 있다.²⁰⁾

재래시장의 상권구조, 입지의 특성을 고려하여 구조조정을 할 필요가 있다. 낙후된 시설과 무계획적인 점포배치 및 환경불비 등의 문제점을 지니고 있는 시장을 재개발하기 위해서는 시장내의 상인들이 상업조합을 결성하여 상호협력과 조화를 통한 공동사업을 전개하여야 한다. 이를 통해 시장단지의 재개발, 점포의 집산화 및 재배치를 추진하고, 시설과 시장환경을 공동개조하며, 공동구매, 공동보관, 공동시장정보조사를 함으로써 시너지효과를 얻을 수 있도록 해야 한다.

2. 流通團地의 造成 및 機能 強化

유통시장개방하에서 대형할인점의 도내 진출에 의해 지역 기존 유통업체의 경영기반이 흔들리고 있다. 가격파괴시대에 지역 유통업체가 살아남기 위해서는 무엇보다도 변화하고 있는 유통환경에 적용할 수 있도록 가격파괴점에 상응하는 경쟁력을 가져야 한다. 지역 유통업체들을 위한 유통단지를 조성하여 유통단계의 축소와 유통시설의 확충, 효율화를 기하여 유통비용을 절감케 하는 것만이 지역 유통산업의 가격경쟁력을 확보할 수 있다.

건설교통부는 1997년부터 2001년까지 유통단지개발종합계획을 수립하여 전국을 10개의 권역으로

19) 김태보 「전계서」 p. 185.

20) 「상계서」 p. 65.

나뉘 39개의 유통거점을 마련하여 화물터미널, 집배송, 도·소매, 농·수산물도매단지의 기능을 갖는 종합유통단지를 조성할 계획을 수립하고 있는데,²¹⁾ 제주도가 이의 추진을 적극화할 필요가 있다.

제주도가 앞으로 조성할 유통단지는 농·수산물도매단지의 기능 외에 도·소매 및 공동집배송, 화물터미널의 기능을 갖춘 종합유통단지로 계획, 조성되어야 한다. 특히, 지역 유통업체들에 대한 도매기능, 소매기능, 그리고 공동집배송센터를 건설하여야 한다. 공동집배송센터는 상품을 제조업자나 산지로부터 집하하여 보관·가공 또는 포장하고 이를 수요자에게 배송하며 관련 유통정보를 종합·분석 및 처리하기 위한 유통업무설비로서 다수 업체들의 집배송센터를 하나의 대단위 단지에 집결시킴으로써 물류작업의 공동화에 의한 물류비용을 절감케 한다. 도매센터기능과 결합하여 공동집배송센터가 도입되는 경우 공동구매·공동보관에 의하여 대량매입과 계획매입에 의하여 저렴한 가격 구입이 가능해지고 공동배송·공동가공처리에 의하여 물류비용을 대폭 절감할 수 있다. 수주·발주·출하업무의 전산화, 재고관리, 자동창고제어, 물류비계산 등의 업무효율화 등 물류정보의 종합관리시스템화를 기할 수 있어 물류비용을 더욱 절감할 수 있다.²²⁾

이와 같이 화물터미널과 공동집배송센터를 포괄하여 물류단지화함으로써 물류기능의 집적화를 통하여 ▲규모의 경제효과 활용을 통한 물류관련비용을 절감하고, ▲현대화, 정보화, 자동화된 물류시설 및 서비스를 활용하여 높은 수준의 물류서비스를 제공하며 ▲물류비용 절감 및 고객서비스의 향상을 통한 유통업체의 경쟁력을 제고시키며, ▲물류관련시설에 대한 용지난을 극복하고, ▲포화상태에 이른 도심의 교통체증을 완화시킬 수 있다.²³⁾

또한 기존의 유통업체들은 유통단지내 도·소매센터로 흡수하여 대형화·집적화·통합화를 통하여 경쟁력기반을 강화토록 한다. 유통시장개방하에서 대형할인점들이 도내로 진입해옴으로써 가장 큰 타격을 입고 있는 업체가 지역의 영세 소매업체들인데, 이들의 경쟁력 기반강화의 한 방안이 될 수 있다. 지역유통업체들의 경우 대형화·집적화·통합화를 통하여 ▲공동물류시스템의 활용을 통한 물류비용의 절감 및 고객서비스의 증대, ▲정보 및 커뮤니케이션시스템의 공동활용을 통한 관리 및 판매의 합리화, ▲머천다이징기법 및 선진유통기술의 도입 및 활용, ▲공동광고·판촉·홍보 등을 통한 적극적인 마케팅전략 실행, ▲다양한 유통업체와 커뮤니티기능시설을 통합함을 통한 강력한 흡인력의 확보 등의 이점을 획득함으로써 경쟁력기반을 구축할 수 있다.²⁴⁾

이상과 같이 제주도내 지역 유통업체들의 경쟁력을 강화할 수 있는 대응전략의 한 대안이 유통단지의 조성에 있는데, 이의 효율적인 조성을 위해 첫째, 제주도가 계획·추진하고 있는 농산물도매단지 기능 중심의 유통단지를 확대하여 화물터미널, 공동집배송센터, 창고의 기능을 통합하는 물류단지, 도·소매업기능을 집적시킨 대규모 도·소매센터의 기능을 포괄하는 종합유통단지로 조성토록 한다.

21) 건설교통부 「유통단지개발종합계획」 1997. pp. 3~7.

22) 서울시정개발연구원 「전계서」 pp. 141~153.

23) 부산경제연구원 「전계서」 pp. 167~168.

24) 「상계서」 pp. 125~126.

유통단지 조성에 있어서 가장 중요한 요소가 입지이다. 가장 적절한 입지를 선정하는 방법은 위치와 접근의 용이성, 부지면적 및 부지형태, 지형 및 주변환경, 용도지역, 환경 및 교통영향, 상·하수도 및 전력시설 등이 다 만족스럽지는 못하더라도 가장 잘 균형을 이루고 있는 후보지를 선택하여야 한다.²⁵⁾ 특히 건설교통부가 계획·추진하고 있는 유통단지개발종합계획상의 39개 유통거점과의 연계성을 강화할 수 있도록 입지를 사전 검토하여야 한다.

둘째, 유통단지의 조성·운영방식은 제3섹터에 의하는 것이 바람직하다. 유통단지의 조성·운영방식은 개별기업방식, 기업공동방식, 공영방식, 제3섹터방식의 4가지 유형으로 나눌 수 있다.²⁶⁾ 개발기업방식은 개발사업자가 조성주체로부터 부지를 분양받아 전용시설을 건설하며 집단화하는 방식이다. 이같은 개별기업방식의 장점은 물가변동이나 경영환경의 변화에 매우 신속성 있게 대처할 수 있고, 새로운 경영기법을 도입하는데 신속하게 할 수 있다는 장점이 있다. 그러나 자금면에서 영세한 유통업체의 참여가 어렵게 되고, 업체간의 이해조정 및 관리운영의 일원화가 어렵다.

기업공동방식은 협동조합방식과 공동출자회사방식이 있는데, 협동조합방식은 중소기업들이 협동조합을 결성하여 건설 및 운영을 공동으로 하는 방식이다. 공동출자회사방식은 관련업체, 민간기업이 공동출자를 함으로써 회사법인을 설립하고 이 법인이 사업주체가 되어 유통단지의 조성·관리운영을 수행하는 것이다. 이 방식은 각 기업이 개별적으로 참가함으로써 발생하는 용지, 공간 등의 낭비를 없애고, 시설의 공동 이용이라는 이점이 있으나 부지확보 및 시설유치를 위한 자금동원에 한계를 갖는다.

공영방식은 유통단지의 조성이 공익적 요소가 많기 때문에 지방공기업에 의하여 조성·관리 운영되는 방식을 말한다. 지방공기업에 의하여 유통단지가 조성·관리될 때 자본조달이 용이하며, 조세의 감면 등의 혜택을 받을 수 있는 반면 경영환경의 변화에 신속하게 대처하기 어렵다는 단점이 있다.

제3섹터방식은 정부 및 지방공공단체 그리고 민간이 공동출자하고 관·민 협동으로 운영하는 방식이다. 민간기업만으로는 자금의 한계가 있고, 또한 공공적인 통제를 필요로 하는 경우가 있으므로 민간기업의 경영력과 공공기관의 자금력이 서로 결합되어 장기적이고 효과적인 시설운영을 기할 수 있도록 하는 방식을 말한다.²⁷⁾

이상과 같은 유통단지의 조성·관리운영방식 가운데 제주지역에 적합한 형태로는 제주지역경제가 요구하는 이익의 형평배분을 실현하고, 조성사업의 효율적인 추진이라는 측면에서 볼 때 제3섹터방식이 바람직한 것으로 판단된다. 다만, 유통단지의 건설·조성이 완료된 후 관리운영체제가 정착되었을 때 장기적으로 관리운영의 효율성을 극대화하기 위하여 점차 협동조합방식이나 공동출자회사방식으로 전환하여 나가는 것이 바람직하다.

셋째, 재정 및 금융상의 지원이 강화되어야 한다. 유통단지의 조성은 정부의 적극적이고 광범위한 지원방안이 강구되어야 한다. 유통단지는 공동집하, 공동배송, 공동홍보, 공동보관을 위한 재반시설

25) 대한상공회의소 「우리나라의 유통단지조성에 관한 연구」 1995, p. 69.

26) 광주은행 "유통개발과 지방유통업의 대응" 「전남지역 경제조사」 1996, pp. 24~27.

27) 서울시정개발연구원 「전계서」 pp. 231~237.

을 갖추어야 하므로 막대한 자금이 소요되기 때문에 재정상의 조세감면 및 정책금융을 선별적으로 우선 지원하여야 한다. 특히, 유통단지가 조성되어 전문유통기관으로서의 역할을 효율적으로 수행하기 위해서는 유통단지에 입주하는 업체에 대한 우선적 선별유통금융의 혜택을 강구해 나가야 하는데, 농공단지조성에 따른 입주 제조업체의 세제·금융상의 혜택을 받는 수준을 받을 수 있도록 제도화하도록 한다. 지역유통업체들은 재무구조면에서 극히 취약하여 장기적이고 고정적인 유통시설 확충을 위한 소요자금은 물론, 일반적인 사업수행을 위한 유동적인 운전자금에 이르기까지 자금부족을 겪는, 자금난·경영난에 처해 있다.

V. 結

지금까지 WTO체제하에서 유통시장의 전면적인 개방이라는 유통환경 변화에 직면해 있는 제주지역 내 유통산업의 실태를 분석하여 문제점을 검토하고, 나아가 유통시장개방하의 유통산업의 경쟁력을 강화할 수 있는 산업구조조정 방향을 제시하여 보았다.

WTO체제하에서 제주지역 내 유통산업은 전면적인 시장개방을 맞고 있는데, 무한경쟁체제하에서 경쟁력의 상실을 가져와 어려움을 겪고 있다. 제주지역 유통산업은 규모나 시설, 경영전문성의 측면에서 극히 영세한 상태에 있다. 제주지역 내 기존 유통산업은 단순한 생계유지형 점포가 많아서 그 규모가 영세하고 저생산성의 특징을 안고 있다. 또한 유통구조의 복잡성과 다단계성, 유통정보체계의 미흡, 유통기관경영의 전근대성, 비합리성의 특징을 갖고 있어 경쟁기반이 극히 취약한 상태에 있다.

최근, WTO체제에 의한 유통산업의 전면개방에 따라 제주도 내 유통환경변화가 이루어지고 있다. 세계적인 다국적 유통기업들이 국내 진출을 탐색하고 있는데, 전국형 국내 대형유통업체들의 경쟁력 기반 확보를 위한 노력이 맹렬히 이루어지면서 도입하고 있는 새로운 유통업태가 할인점이다. 최근 뉴월마트, E마트 등 국내 대형할인점들이 제주지역에 진입해옴으로써 도내 기존 유통산업은 경영의 악화 내지 경쟁력 상실을 가져와 적응의 위기를 겪고 있다.

따라서 제주지역 내 유통산업은 유통시장개방하에서 경쟁력강화가 주요과제가 되고 있는데, 대형할인점 등 선진유통업체들의 도내 진출에 대해 적극 대응하고 경쟁력을 강화하여 나가야 한다. 가격파괴시대, 유통경로파괴시대에 지역 유통업체가 살아남기 위해서는 무엇보다도 변화하고 있는 유통환경에 적응할 수 있는 경영조직과 가격파괴점에 상응하는 경쟁력을 가져야 할 것이다. 지역 유통업체들도 대형할인점과 마찬가지로 가격파괴, 유통경로파괴를 할 수 있도록 유통구조개혁 및 유통산업의 성장잠재력을 배양하여야 한다. 따라서 제주지역 유통산업의 경쟁력 강화방안은 유통단지 조성 및 기능강화를 기한 가운데 중소유통업체의 조직화·협업화, 유통정보시스템의 구축, 전문인력의 양성, 지역밀착경영체제의 확립 등을 통해 지역 유통업의 구조 조정 및 경영합리화를 도모하여야 한다.