



저작자표시-비영리-변경금지 2.0 대한민국

이용자는 아래의 조건을 따르는 경우에 한하여 자유롭게

- 이 저작물을 복제, 배포, 전송, 전시, 공연 및 방송할 수 있습니다.

다음과 같은 조건을 따라야 합니다:



저작자표시. 귀하는 원저작자를 표시하여야 합니다.



비영리. 귀하는 이 저작물을 영리 목적으로 이용할 수 없습니다.



변경금지. 귀하는 이 저작물을 개작, 변형 또는 가공할 수 없습니다.

- 귀하는, 이 저작물의 재이용이나 배포의 경우, 이 저작물에 적용된 이용허락조건을 명확하게 나타내어야 합니다.
- 저작권자로부터 별도의 허가를 받으면 이러한 조건들은 적용되지 않습니다.

저작권법에 따른 이용자의 권리는 위의 내용에 의하여 영향을 받지 않습니다.

이것은 [이용허락규약\(Legal Code\)](#)을 이해하기 쉽게 요약한 것입니다.

[Disclaimer](#)

물류학석사 학위논문

선용품공급업체의 활성화 방안
-부산 선용품산업을 중심으로-

Activation Strategies of the Ship Supply Company
- Focused on Ship Supply Industries in Busan -



지도교수 권 문 규

2016년 10월

한국해양대학교 해양금융·물류대학원

해운항만물류학과

황 성 민

本 論文을 황성민의 物流學碩士 學位論文으로 認准함.

위원장 신 창 훈



위 원 권 문 규



위 원 남 기 찬



2016 년 12 월 20 일

한 국 해 양 대 학 교 해 양 금 융 물 류 대 학 원

목 차

List of Tables	3
List of Figures	4
Abstract	5
 제 1 장 서 론	 1
제1절. 연구의 배경 및 목적	1
제2절. 연구의 방법 및 구성	2
 제 2 장 이론적 고찰	 4
제1절. 항만관련산업의 다양한 개념	4
제2절. 선용품공급업의 의의 및 특성	9
제3절. 선용품 관련 선행연구	14
 제 3 장 국내 선용품공급업과 해외 선용품공급업의 비교분석	 20
제1절. 해운산업의 변화	20
제2절. 국내 선용품산업의 현황	23
제3절. 선용품공급업 해외사례	30
 제 4 장 국내 선용품 공급업체의 문제점	 35
제1절. 가격경쟁력/협력측면의 문제점	36
제2절. 정책측면의 문제점	39
제3절. 마케팅/서비스측면의 문제점	39
 제 5 장 국내 선용품 공급업체의 활성화 방안	 41
제1절. 가격경쟁력/협력측면에서의 활성화 방안	41
제2절. 정책측면에서의 활성화 방안	43
제3절. 마케팅/서비스측면에서의 활성화 방안	44

제 6 장 연구의 모형 및 실증분석	46
제1절. 연구의 모형	46
제2절. 자료수집 방법	47
제3절. 분석방법론	48
제4절. 실증분석	50
제 7 장 결론	55
제1절. 결론 및 시사점	55
제2절. 연구의 한계 및 향후 연구방향	57
참고문헌	59



List of Tables

[표 2-1] 항만물류 산업 관련제도 변천	5
[표 2-2] 항만산업과 항만물류산업의 비교분석	7
[표 2-3] IMPA code의 제품종류 분류 예시	11
[표 2-4] 선용품관련 선행연구 분류	19
[표 3-1] 세계 해상화물 물동량 추이	20
[표 3-2] 국내 항만관련 업체 등록현황	24
[표 3-3] 국내 항만관련 산업시장규모	25
[표 3-4] 항만운송관련사업 중 물품공급업 업체 수	25
[표 3-5] 주요 항만 선용품공급업 등록업체 수	26
[표 3-6] 항만별 선용품 거래 건수 및 금액	27
[표 3-7] 부산지역 선용품 부문 시장여건 추이	28
[표 3-8] 부산항 선용품 공급 추이	29
[표 3-9] 싱가포르항 목적별 입항척수	30
[표 3-10] 로테르담항 해양서비스 분야별 업체 수	32
[표 3-11] 싱가포르항과 부산항 선용품 거래실적 비교	33
[표 3-12] 싱가포르와 국내 선용품 경쟁력 비교	34
[표 3-13] 주요 선용품 선진국의 성공요인	34
[표 4-1] 선용품 경영상의 문제점	35
[표 4-2] 선용품 물류 측면의 문제점	36
[표 4-3] 선용품 주문형태	48
[표 6-1] 선용품공급업 활성화 요인 세부 내용	46
[표 6-2] 설문지 회수 결과	47
[표 6-3] 선용품 활성화 요인 중 중요도의 평균과 표준편차	51
[표 6-4] 선용품 활성화 요인 중 현재수준의 평균과 표준편차	52
[표 6-5] 중요도와 현재수준 유의적 차이 검증결과	53
[표 7-1] 선용품공급업 활성화 요인 세부 내용	56

List of Figures

[그림 2-1] 항만물류산업 내에서 선용품공급업의 위치	8
[그림 2-2] 선용품 공급업체에서 선박까지의 주문거래방식	13
[그림 2-3] 국내 생산품 및 중국 수입 선용품 유통구조	14
[그림 3-1] 세계 컨테이너 화물 물동량 추이	21
[그림 3-2] 전세계 선박건조량, 수주량, 및 수주잔량의 연도별 추이	21
[그림 3-3] 컨테이너 선박량 대비 물동량	22
[그림 3-4] BDI 및 HRCI 지수	22
[그림 4-1] 일반적인 선용품 공급체계	37
[그림 6-1] 중요도-현재수준 매트릭스	49
[그림 6-2] 선용품공급업 활성화 요인의 IPA기법	54



Activation Strategies of the Ship Supply Industry

- Focused on Ship Supply Industries in Busan -

Hwang, Sung Min

Department of Logistics
Graduate School of Korea Maritime University

Abstract

Shipping market has fallen in the long term depression of marine transport industry in the last 5 years. The competition is increasing for acquiring cargo because the number of vessels grows compared to the amount of container traffic. Many shipping port operators make efforts to strengthen their competitiveness in rapidly changing international trade. Many researches have pointed out that BPA should improve the port logistics industry in order to succeed and become high value-added port. Nevertheless, the current situation is even getting worse.

Therefore, the purpose of this research provides the activation strategies of the ship supply industry in Korea. Among the strategies, I analyzed each of them which are the most critical and lined up.

In order to achieve this purpose, First, I found some problems throughout the case study by analyzing the current situation of ship supply industry in Korea. One of the biggest problems was increasing competition due to the over-supply and declining price competitiveness according to the pyramid-phase distribution structure.

Second, the preceding research analysis and case study from other advanced countries such as Netherlands and Singapore helps to draw out 12 detailed activation strategies of the ship supply industry.

Lastly, the core improvement area is intensifying global network and supporting tax breaks for shipsuppliers throughout the activation of the international shipsupplies distribution center and shipsupplies association applied by the IPA.

KEY WORDS: Ship Supply Industry, Case Study, IPA



제 1 장 서 론

제 1절 연구의 배경 및 목적

생산, 분배 그리고 소비의 세계화와 국가 간 규제완화는 기업의 국제 분업화와 글로벌 공급망(Global Supply Chain Management) 체계를 확산시키는 계기가 되었고, 이러한 계기는 해운·항만물류산업의 고도성장을 초래하였다.¹⁾

2004년 말 기준 세계무역 규모는 18조 950억 달러로 1994년의 8조 7,520억 달러에 비해 약 2배 이상 성장하였으며, 세계 경제의 호황기와 중국의 경제발전에 따른 물동량 증가로 선복량을 대대적으로 확충해 왔다.

하지만 2007년 미국에서 발생한 서브프라임 모기지(Sub-Prime mortgage)²⁾ 사태로 인하여 경제의 해외자본 의존도가 높은 국가나 국가경제의 대외무역 의존도가 높은 국가들이 영향을 받게 되면서 세계적인 금융위기가 시작되었다.

이에 따라 세계 해운경기는 긴 불황으로 빠져 들었고, 물동량 대비 선복량의 증가에 따른 해운운임의 감소와 금융비용 등의 증가로 국내 선사들 비롯한 세계의 유수 해운기업들은 경영에 어려움을 겪게 되었다.

선사들은 경쟁력을 가지기 위해 선박의 대형화, 기항지축소, 항차조정 등 많은 노력을 기울이고 있으며, 특히 운항원가 절감에 대한 움직임은 주요 고객이 선사인 선용품공급업체에도 영향이 점차 확대되고 있다. 이에 따라 국내 선용품공급업체 간의 경쟁은 물론 해외의 다국적 선용품공급업체와의 경쟁도 치열해지고 있다. 하지만 국내 항만물품공급업체들 대부분이 그 규모가 영세하며, 국제 선용품 시장은 약 7천억원 규모로 세계시장의 1.2%에 불과한 실정이다.

1) 부산발전연구원(2013), 부산지역 선박관리산업 경쟁력 강화방안에 관한 연구, p3.

2) 미국의 초대형 모기지론 대부업체들이 파산하면서 시작된, 미국만이 아닌 국제금융시장에 신용경색을 불러온 연쇄적인 경제위기를 말함.(출처 : 네이버 지식백과, 시사경제용어사전)

선용품공급업은 항만물류산업 활성화의 기초가 되고 고부가가치 산업임에도 불구하고, 우리나라 정부는 화물처리 기능과 시설 확충에만 초점을 두어왔고 정부로부터의 지원에서 소외 되어왔다. 게다가 선용품공급업은 1999년 등록제에서 신고제로 전환된 이후 업체 수가 급격히 증가하여 업체난립에 의한 과당 경쟁으로 인해 영세성의 문제점은 더욱 심화 되었다.

다행히도 이러한 환경을 인식하고, 선용품공급업의 활성화를 위하여 부산항만공사(BPA)는 공동물류시스템 구축으로 항만물품공급업체들의 가격 경쟁력을 강화하고 부산항국제선용품유통센터를 건립하는 등 여러 가지 노력을 기울이고 있다. 하지만 아직까지도 그 입주율이 낮으며, 선용품 공급업체의 경영여건은 여전히 어려움에 봉착해 있다.

따라서 본 연구는 현재 우리나라 선용품공급업의 현황과 문제점을 살펴보고 해외 선진 선용품시장 사례분석을 중심으로 국내 선용품 산업의 활성화 방안을 도출하는 것을 주목적으로 한다.

제 2절 연구의 방법 및 구성

본 논문은 항만물류산업에서 부가가치산업 중의 한 분야인 선용품산업의 활성화 방안에 관한 연구로서 선용품산업의 활성화 방안을 제시하고 어떠한 요인이 중요한 영향을 미칠 것인지에 대하여 우선순위를 분석하는 것에 목적이 있다.

따라서 본 연구의 목적을 달성하기 위하여 문헌연구와 실증연구를 병행하여 조사하였다. 문헌연구는 선행연구들을 토대로 선용품산업에 대한 국내·외의 저서, 논문, 관련기관의 자료 및 인터넷 자료를 수집·분석·활용하였으며, 이를 통해 이론적 틀을 구성하였다. 이러한 이론적 틀을 바탕으로 하여 전문가 인터뷰를 통해 요인들을 설정하였으며, 이를 통해 부산항에 위치한 선용품 공급업체를 대상으로 설문조사를 하였다. 설문결과를 바탕으로 IPA기법을 실시하여 시사점을 도출하였다.

본 논문의 구성은 다음과 같이 7개의 장으로 이루어져 있다.

제 1장은 서론으로 연구의 배경과 목적, 연구방법 및 구성에 대해 제시하였다.

제 2장은 이론적 고찰로 항만물류산업과 선용품공급업과의 관계를 알아보고 선용품공급업의 정의 및 여러 가지 특성을 알아보았다. 또한 선용품 관련 선행 연구를 살펴보고 이를 분류·정리하였다.

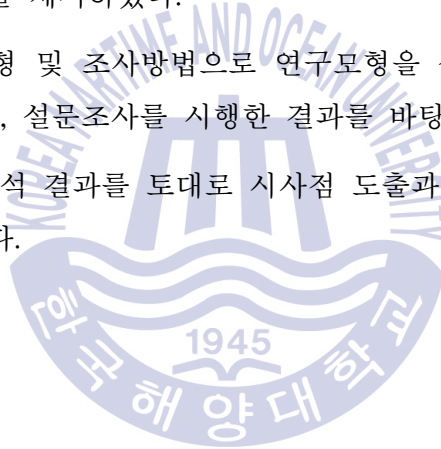
제 3장에서는 항만관련 산업현황과 국내 선용품 산업의 전반적인 현황을 알아보았다. 또한 싱가포르항과 네델란드 로테르담항 등과 같은 해외 선진사례를 살펴보고, 국내 선용품공급업과의 비교·분석을 하였다.

제 4장에서는 선행연구와 사례연구를 통한 국내 선용품 공급업체의 문제점을 가격경쟁력/협력측면, 정책측면, 마케팅/서비스측면으로 나누어 정리하였다.

제 5장에서는 선행연구와 해외 선진 선용품시장 사례연구를 통하여 만든 이론적 틀을 바탕으로 국내 선용품 공급업체의 문제점에 대한 해소방안과 선용품 공급업의 활성화 방안을 제시하였다.

제 4장은 연구의 모형 및 조사방법으로 연구모형을 설정하여 이를 바탕으로 설문지를 작성하였으며, 설문조사를 시행한 결과를 바탕으로 IPA를 실시하였다.

제 7장에서는 실증분석 결과를 토대로 시사점 도출과 연구의 한계점 및 향후 연구 방향을 제시하였다.



제 2 장 이론적 고찰

제 1절 항만관련 산업의 다양한 개념

1. 항만운송사업법 상의 항만관련 개념

항만운송사업법에 따르면 항만과 관련한 사업을 ‘항만운송사업’과 ‘항만운송관련 사업’으로 구분하고 있다.

항만운송사업은 영리를 목적으로 하는지 여부에 관계없이 항만운송을 하는 사업을 말하며 항만하역사업, 검수사업, 감정사업, 검량사업 등이 있다. 항만운송관련 사업은 항만에서 선박에 물품이나 역무를 제공하는 사업으로 항만용역업, 물품공급업, 선박급유업, 컨테이너 수리업 등이 있다.

항만운송사업을 하려는 자는 사업의 종류별로 해양수산부장관에게 등록을 신청한 후에 사업이 가능하다. 항만운송관련사업을 하려는 자는 항만별·업종별로 해양수산부령으로 정하는 바에 따라 지방해양항만청장에게 등록하여야 한다. 다만, 물품공급업을 하려는 자는 지방해양항만청장에게 신고하여야 한다.³⁾

한편 운임 및 요금정책에서 항만하역사업은 운임과 요금을 정하여 해양수산부장관의 인가를 받아야하는 인가제이며, 검수·검량사업은 신고제, 항만용역업, 선박급유업, 컨테이너수리업, 물품공급업 등은 자유제이다. ([표 2-1]참조)

따라서 본 연구의 대상인 선용품 산업은 물품공급업에 해당되며 신고제로 사업체를 등록하고 요율은 자유제를 적용받고 있으며 그에 따라 사업의 영위가 자유롭고 비교적 경쟁이 심한 산업중의 하나인 특성을 갖고 있다.⁴⁾

3) 항만운송사업법 제26조의3(사업의 등록)

4) 구민진(2011), 부산항 선용품산업의 활성화 방안에 관한 연구, 동의대학교대학원 석사학위논문, p.9

[표 2-1] 항만물류 산업 관련제도 변천

세분류	진입장벽	요율	등록기준
항만하역사업	면허→등록(97년)	인가(과거에는 적정 이윤보장)	등록기준완화 (97년)
검수사업	면허→등록(97년)	자유→신고(97년)	등록기준완화 (97년)
감정사업	면허→등록(97년)	자유→신고(97년)	등록기준완화 (97년)
검량사업	면허→등록(97년)	자유→신고(97년)	등록기준완화 (97년)
항만용역업	허가→등록(97년)	자유	등록기준완화 (99년)
물품공급업	면허→등록(97년) →신고(99년)	자유	신고기준완화 (99년)
선박급유업	허가→등록(97년)	자유	등록기준완화 (99년)
컨테이너 수리업	허가→등록(97년)	자유	등록기준완화 (99년)

자료: 한광석, 고병욱, 김은수, 중·소 항만물류업체 경영여건 분석 및 정책방안 연구, 해양수산개발원, 2006

2. 항만산업과 항만물류산업의 비교

1960년대 1세대 항만의 개념은 단순 하역과 보관을 통한 해상운송과 육상운송을 연결시켜 주는 장소였다. 화물 중심이었던 1세대 항만은 물류로 중심축이 이동하면서 2세대 항만으로 변화하였다. 이어 3세대인 SCM(Supply Chain Management)에서 글로벌 ‘이-Port’인 4세대 항만으로 바뀌었다. 4세대 항만은 글로벌 정보화와 표준화를 포함한 ‘이-Port’의 개념이며, 5세대 항만은 고객을 중심으로 커뮤니케이션포트로 발전한다는 것을 의미한다.⁵⁾

이처럼 항만의 기능은 단순 화물선적 및 하역의 역할을 넘어 국제교역기능과 배후지의 경제 발전을 위한 기지로서의 역할을 수행하는 종합적인 공간으로 재해석되고 있으며 항만의 기능이 확대됨에 따라 항만물류의 역할과 기능 또한 확대되고 있다.

5) 코리아쉬핑가제트, www.ksg.co.kr

항만물류란 항만과 물류가 결합된 개념으로서 항만에서 이루어지는 물류활동을 말한다. 즉 터미널 기능을 포함한 물류기초시설 활동을 통하여 항만을 경유하는 재화에 대하여 공급자로부터 소비자에 이르기까지 존재하고 있는 시간적, 공간적인 간격을 효율적으로 극복하기 위한 경제활동의 공간이라고 정의 할 수 있다.

항만물류의 주요 기능은 일반적인 물류의 기능과 동일하나, 항만이 수행하는 국제적 교역기능과 밀접하게 연계되어 있다. 또한 항만은 그 자체에 미치는 영향보다 항만배후지의 경제발전과 물가안정, 그리고 궁극적으로 기업의 안정적인 발전과 국민 경제의 번영에 미치는 영향이 크다는 특징이 있다. 이상을 종합해보면, 항만물류란 일반물류의 개념과 유사하게 운송, 하역, 보관, 포장, 유통가공, 정보의 6가지 기능으로 구성되는 것이 일반적이며, 그 활동형태는 해상 운송과 내륙운송의 결합으로 이루어지는 것으로 간주할 수 있다.⁶⁾

항만물류산업은 국제물류의 중요성이 부각되면서 그 명칭이 발전하였다. 과거의 항만사업과 비슷한 개념이지만 몇 가지 차별화된 점이 있다. 과거 항만산업의 경우 해운산업에 대한 부수적인 산업의 의미를 지녔으나, 항만물류산업은 해운산업과 외국 기업을 유치하는 산업을 의미한다. 이에 따라 항만물류산업은 경쟁력 여하에 따라 선사, 화주 유치가 결정되는 능동적이고 매우 적극적인 의미를 내포한 산업이라고 할 수 있다.([표 2-2]참조)

“동북아 물류중심국가”를 지향하는 우리나라의 경우 항만물류산업의 중요성은 항만물류의 역할과 기능이 광역화되면서 더욱 심화되고 있다. 또한 항만물류산업이 국민경제에 미치는 긍정적 영향 또는 기여도가 매우 높기 때문에 항만물류산업에 대한 적극적 지원과 육성을 위한 정책이 필요하다는 것이 많은 연구들에 의해 입증되고 있다.⁷⁾

6) 구민진, 앞의 글, p.5.

7) 김영득(2016), 한국 선용품산업의 활성화 방안, 한국해양대학교 해사산업대학원 석사학위논문, p.11

[표 2-2] 항만산업과 항만물류산업의 비교분석

항목	항만산업	항만물류산업
초점	- 항만이용자의 항만이용을 뒷받침하는 각종 사업 - 각 업종이 개별적으로 항만 서비스를 제공(각종 산업의 나열)	- 항만이용자의 항만이용이 원활하도록 각 업종 간 연계를 중시 - 업종 간 유기적인 결합으로 통합 항만 서비스 제공 - 각종 산업의 효율적인 결합
계약/서비스 제공방식	선사와 항만기업 간의 개별 계약, 개별 서비스 단위의 최적화	- 전체 서비스 단위의 최적화 - 항만기업 전체의 정보 연계
연관 산업과의 관계	- 항만산업은 해운산업에 부수적인 산업 - 선박처리를 위해 항만이 기능하는 것으로 인식 - 항만을 화물처리시설로 인식 - 항만산업은 선박의 입출항을 지원하는 부대사업으로 인식	- 항만물류산업은 해운산업과 외국기업을 유치하는 사업 - 항만물류산업의 경쟁력여하에 따라 선사, 화주 유치 - 항만 및 항만배후부지가 글로벌 제조, 물류기업의 중요한 입지 대상으로 부각 - 항만물류산업의 경쟁력제고가 국가적 과제로 대두

자료: 한국해양수산개발원(2006), 항만물류산업의 클러스터화 및 활성화 방안 연구

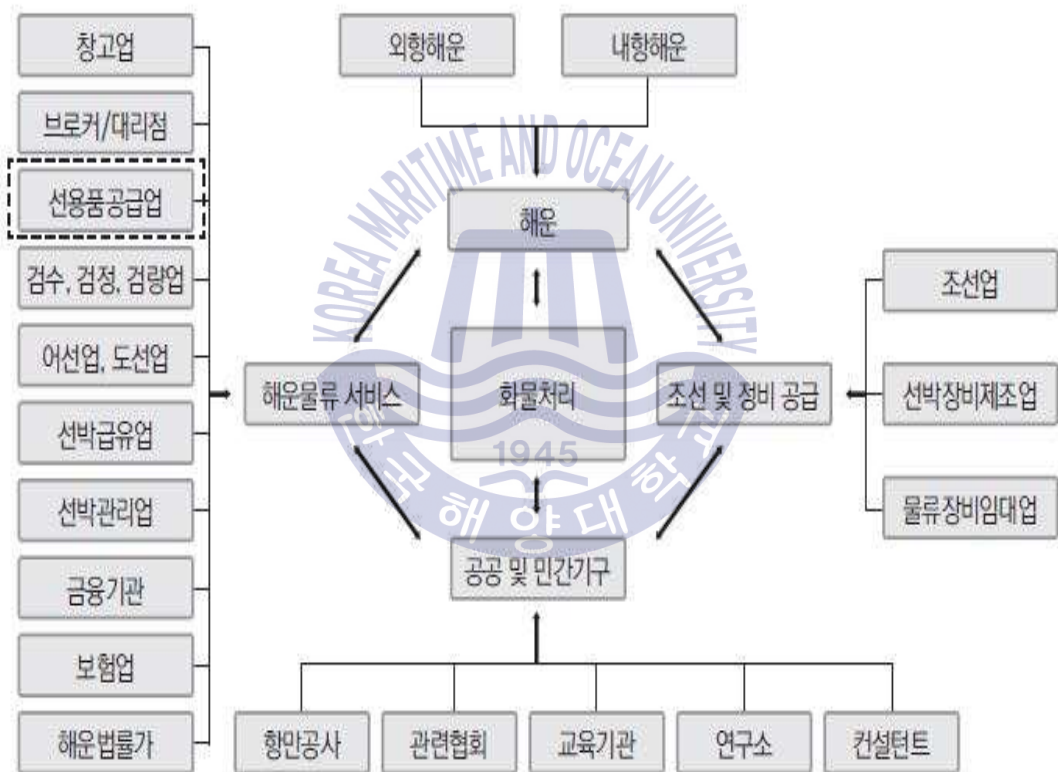
3. 항만물류산업 내에서 선용품공급업의 위치

항만물류산업의 범위는 항만의 활동과 직·간접적인 관련이 있는 산업들로 항만관련 산업과 항만의존산업으로 구분 할 수 있다. 이 경우 선용품공급업은 선박의 입출항, 화물의 적양화, 화물의 보관 등 항만과 관련이 있는 산업 또는 이에 부대하는 각종 서비스를 제공하는 산업으로 항만관련 산업으로 분류할 수 있다. 반면 운송, 하역, 서비스, 포장, 정보, 보관 등 항만물류산업을 기능적으로 분류할 경우 선용품공급업은 선박 등에 물품을 공급하는 서비스업으로 분류할 수 있다. 즉 항만물류산업의 분류는 분류기간과 활용목적에 따라 달라지며 선용품공급업 역시 물류정책기본법 상의 분류, 항만산업 의존도, 기능 등에 따

라 다르게 분류된다.⁸⁾

선용품공급업의 주요 수요자인 대형선사의 경우 운항비의 대부분이 연료비와 항비로 지출되고 있다. 이중 인건비나 항비 등의 운항비는 기항항구와 더불어 고정비용적 성격을 가지는 반면 선용품비의 경우 경제성을 가지는 최적의 제품 구매를 통해 선사의 원가절감 기회를 제공한다.

따라서 선용품공급업은 해운선사 입장에서는 경영효율화의 관심의 대상이 된다. 이러한 항만물류산업에서의 선용품산업의 위치는 다음과 같다.



출처: 하명신(2005), 부산항 선용품 산업의 현황과 과제, 항만산업 활성화 심포지움 발표 자료

[그림2-1] 항만물류산업 내에서 선용품공급업의 위치

8) 울산발전연구원(2013), 울산지역 선용품업체 현황과 육성방안, p.19

제 2절 선용품공급업의 의의 및 특성

1. 선용품공급업의 의의

관세법에서는 ‘선용품이란 음료, 식품, 연료, 소모품, 밧줄, 수리용 예비부품 및 부속품, 집기, 그 밖에 이와 유사한 물품으로서 해당 선박에서만 사용 되는 것을 말한다,’ 라고 규정하고 있다.⁹⁾

운송신문사에서 편찬한 물류용어사전에서는 선용품(船用品이, ship's stores)이란 “비품과 소모품으로 대별되는데, 비품이란 내구년도가 오랜 기계 등을 말하며 통상 의장품으로 불리고, 소모품은 식료, 연료, 일용잡화 등의 일회사용으로 그 가치가 소멸되는 물품” 이라 정의하고 있다.¹⁰⁾

한편 ‘공급자’ 라 함은 외국무역선(기)용품 또는 선(기)내 판매용품을 공급하는 것을 업으로 하는 자를 말하며, 관세청 고시에 의하면 공급자¹¹⁾는 “선용품 또는 선내 판매용품을 공급하는 것을 업으로 하는 자로서 제222조의 규정에 의하여 물품공급업으로 등록한 자를 말한다.

따라서 선용품공급업이란 선박이 항만에 접안하여 적·양하 작업 시 식료품, 선박부속품, 집기 등과 같은 물품을 선박에 공급하여 선박 내에서의 생활 정비가 가능하도록 공급을 하는 업체를 말한다.¹²⁾ 또한 항만운송사업법에서는 선용품공급업을 물품공급업이라 칭하고 ‘선박운항에 필요한 물품 및 주식·부식을 공급하고 선박의 침구류 등을 세탁하는 사업’ 으로 정의하고 있다.

본 연구에서는 선용품 공급업을 운항 중인 선박 혹은 신조선에 필요한 일반 선용품(책자, 장갑, 귀틀, 도서류 등)과 기부속(gasket, o-ring, pump 등)을 주문받아 선박에 공급하는 업체라 한다.

9) 관세법 제2조 10항

10) 구민진, 앞의 글, p.12

11) 관세법 제2조(정의)10항“선용품”(船用品)이란 음료, 식품, 연료, 소모품, 밧줄, 수리용 예비부품 및 부속품, 집기, 그 밖에 이와 유사한 물품으로서 해당선박에서만 사용되는 것을 말한다.

12) 최윤정(2008),선용품 공급업체 선정 의사결정에 관한 연구, 한국해양대학교 석사학위논문, p7

2. 선용품의 분류 체계

선용품은 크게 일반 선용품과 기부속 두 가지 부류로 분류를 한다.

일반선용품에는 지원용품(접착제, 책자, 쥐틀, 장갑), 일반선용품(signal, bolt, drill, hawser, 도서류 등), CHEMICAL(disclean, oxygen 등) 등이 있으며 기부속에는 주기판(lip seal, lever, gasket 등), 발전기(o-ring, pump, piston ring) 등이 있다. 또한 일반선용품과 기부속 두 가지 부류에 모두 속하는 보조기기(batteries, moniter, camera, filter, gasket, ring 등)가 있다.

한편, 선용품은 국내제조와 수입 등에 따라 내국 선용품, 외국 선용품, 그리고 환급선용품 등으로 구분되기도 한다.

내국선용품은 국내에서 제조하여 외항선에 공급하는 선용품으로 부식류(채소, 우유, 라면 등), 소모성 공산품(밧줄, 와이어로프, 공구류, 소모성 기관 부속품 등)으로 구분된다.

외국 선용품은 수입한 상태로 보세창고 장치 후 외항선에 선적되는 선용품으로 미통관 상태로 선적되며 부식류(주류, 담배, 육류 등), 외국산 선박부품 등이 있다. 주류와 담배 등은 관할 세무서에서 신고를 하고 취급허가를 받아야 하며 보세구역에서의 영업이 이루어져 수출면세로 취급되기 때문에 보관이나 사후관리에 관할세간과 세무서의 특별 관리를 받게 된다. 특히, 주류취급에 대해서 판매할 수 있는 허가를 받아야 하며 판매 사항에 대하여 관할세무서에 현황을 보고해야 한다.¹³⁾

환급 선용품은 원자재를 수입하여 국내 제조 후 판매하는 선용품과 외국제품을 수입하여 국내 가공 후 재판매하는 선용품을 말한다.

선용품 품목에 관한 안내는 ISSA(International Ship Supplier's Association)¹⁴⁾와 IMPA(International Marine Purchasing Association)에서 발행되는 가이드북이 주로 사용되고 있으며, 각종 소모품에 대한 규격·종류 등이 코드화 되어있고 ISSA와 IMPA의 코드는 90% 정도 일치한다.

13) 울산발전연구원(2013), 앞의 글, p24

14) 국제선용품협회

코드화 되어 세계적으로 취급되는 선용품은 35,000여 종에 해당하고 있으나,¹⁵⁾ 우리나라는 이 중 약 10%에 해당하는 4,000여 종의 품목만을 취급하고 있다.

[표 2-3] IMPA code의 제품종류 분류 예시

code	제품종류 분류	code	제품종류 분류
15	Cloth & Linen Products	33	Safety Equipment
17	Tableware & Gallery Utensils	35	Hose & Couplings
19	Clothing	37	Nautical Equipment
21	Rope & Hawsers	39	Medicine
23	Rigging Equipment & General Deck Items	47	Stationery
25	Marine Paint	49	Hardware
27	Painting Equipment	51	Brushes & Mats
31	Safety Protective Gear	53	Lavatory Equipment

자료: 배백식(2012), 항만물품공급업의 서비스품질요인이 고객만족 및 관계지향성에 미치는 영향 참고

3. 선용품의 주문거래 방식¹⁶⁾

다른 사업과 달리 선용품공급업은 공급비용을 후지급 형태로 받는 경우가 대부분이며 일부 주·부식비나 기호품의 경우 현장에서 선장으로부터 대금결제가 이루어지는 경우도 있다.

선용품의 주문거래 방식은 크게 4가지 단계로 견적 → 주문 → 보급 → 대금 청구의 순으로 이루어진다.

15) 부산지방해양수산청(2003.08) 자료에 따르면 전 세계 선용품 공급시장에서 취급하고 있는 선용품의 종류는 이보다 훨씬 많은 68,000여개 이상으로 추정하고 있음.

16) 배백식(2012), 항만물품공급업의 서비스품질요인이 고객만족 및 관계지향성에 미치는 영향, 동명대학교대학원, 박사학위논문, pp.29~31

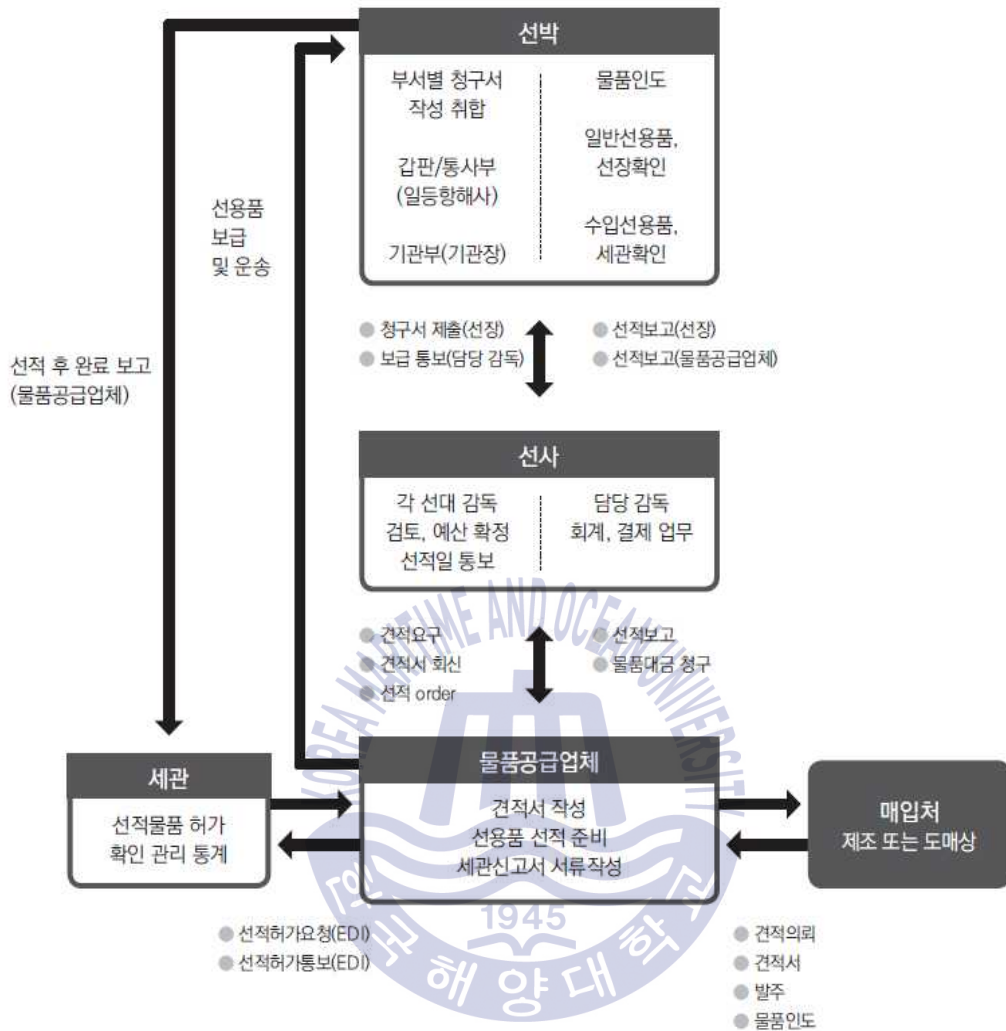
발주 의뢰를 받은 선용품공급업자는 IMPA 또는 ISSA에서 사용되는 코드번호로 물품을 분류 정리하고 발주처의 선적물품을 준비한다. 선박에 보급되는 물품들은 그 수가 수 천종에 이르며 주문량도 각각이므로 항구에 기항하여 짧은 시간에 하역을 마치고 다음 항구로 출항하게 되는 선박승무원들에게 쉽고 빠르게 인도 업무가 이루어져야한다. 이를 위하여 각 부서별로 라벨링 부착작업을 하고 트럭과 선박으로 운송작업이 신속하게 이루어질 수 있도록 하기 위하여 파렛트 작업 등을 한다.

선용품을 선적하기 위해서 선용품 공급업자는 사전 보급물품의 개별단가와 합계단가를 정리하여 청구서(Invoice)를 작성하고, 관할세관에 전자교환문서(EDI)를 통하여 선적허가를 신청한다. 이 때 선용품 공급을 담당하는 차량과 인원에 대해서도 같이 신고를 하여 선적허가서를 가지고 선용품 보급 업무를 수행한다. 선적허가신청서는 내국물품의 경우 선적이 끝나면 본선선장의 확인을 받은 후 보고를 세관장에 하며, 외국물품의 경우 선장이 아닌 현장의 세관공무원에게 선적 사실 확인을 받아 세관장에게 보고하게 된다.

신조선에 들어가는 초도 선용품의 경우 기존 항해 중인 선박과 비슷한 방식으로 수행되나, 외국의 조선소에서 건조되는 신조선에 선용품을 공급하는 경우에는 수출허가를 받아야 하며 복합물류회사를 통하여 목적지까지 운송하고 현지 선용품 공급자가 직접 물품을 인도한다.

선용품 공급업체는 관세법과 대외무역법을 준수해야 하는 무역회사와 동일하게 관리되며, 따라서 선적허가를 받아 공급되는 가액의 부가세는 환급을 받게 되며, 농수산물의 경우 영세율로 세무서에 신고를 하게 되는데 수입하여 재 선적하는 경우도 관세의 환급을 받게 된다.

위의 내용을 종합해보았을 때, 선용품 공급업체는 법적 물적 준비를 갖추고 항만에서의 중간역할을 하며, 무역업과 동일하게 관세법, 대외무역법, 외국환관리법에 대해서 준수·관리해야 하며 이에 따른 전문 인력을 확보해야 한다.



출처: 울산발전연구원(2013), 앞의 글, p.27

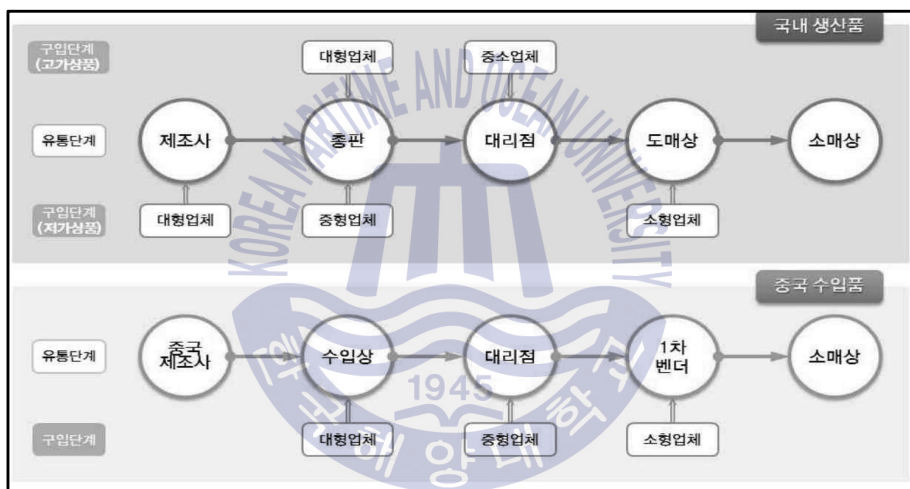
[그림2-2] 선용품 공급업체에서 선박까지의 주문거래방식

4. 선용품의 유통과정

선용품 공급업체에서 선박까지의 주문거래방식은 크게 4단계로 구분되지만, 선용품 생산부터 선박까지의 유통단계는 5단계에서 최대 7단계로 구분된다. 이는 선용품 공급업의 기업규모, 유통, 제조기능 보유여부에 따라 달라질 수 있기 때문이다. 즉 중대형 선용품 공급업체의 경우 자사 내의 제조기능을 갖춘 곳이 있기 때문에 유통단계는 최대 5단계 정도이나 소형 선용품 업체의 경우는 생산

자부터 물품을 공급하는 벤더를 합치면 최대 7단계까지의 복잡한 연관관계를 형성한다.

인천발전연구원(2015), 인천지역 크루즈 선용품 유통시장 기초연구¹⁷⁾의 발표된 자료에 의하면 국내·외 선용품 유통구조는 업체의 규모에 따라 다르다고 하였다. 중대형 선용품 공급업체는 제품을 대량으로 제조사 및 총판에서 구매하기 때문에 유통과정이 단순하고 단위비용이 적으나 소형업체의 경우 대리점 및 도매상에서 소량 구매하기 때문에 복잡한 유통과정을 거치게 되고 유통비용이 증가함에 따라 가격경쟁력이 낮아지는 구조를 띄고 있다고 하였다. 또한 중국 수입품의 경우 대형업체는 수입상에게 대량으로 구매하나 소형업체는 1차 벤더에게 소량 구매하는 구조라 하였다.



출처: 유주영, 인천지역 크루즈 선용품 유통시장 기초연구, 인천발전연구원, p.17

[그림 2-3] 국내 생산품 및 중국 수입 선용품 유통구조

제3절. 선용품관련 선행연구

선용품공급업은 항만물류산업의 핵심사업은 아니나 선용품 공급업의 활성화를 통한 동종 및 이종 산업간 서비스의 향상과 교차 서비스 및 보완재 서비스의 공급과 같은 전후방 효과를 나타냄으로써 항만물류산업 활성화에 기초가 되는 산업이라 할 수 있다. 최근 많은 연구자들은 항만의 새로운 가치창출을 위

17) 유주영, 앞의 책, p.16

해 항만물류산업발전의 필요성을 인식하고 항만물류산업에 관한 연구뿐만 아니라 선용품산업에 대한 연구도 이어져 오고 있다.

이를 연구자 기준으로 정리해 보았다.

김길수, 박병권(2001)는 해운항만 분야에서 선용품업계로 범위를 한정하여 아직 전자상거래 시장이 활성화되지 않은 선용품시장에 전자상거래가 도입과 e-비즈니스 네트워크 구축이 필요함을 강조하였고, 도입에 대한 어떠한 변화가 일어나는지에 대해서 연구하였다.

강태수(2005)은 선용품 공급업체에 대한 설문조사를 통해 선용품 산업의 현황 및 문제점을 살펴보았으며, 이에 대한 활성화 방안을 제시하였다. 실증분석결과 애로사항 요인들로는 동종업체의 난립, 후 결제방식으로 인한 자금상의 애로 등으로 조사되었으며, 선용품센터 건립 및 e-biz 기반을 통한 공급체계 구축, 통과선박에 대한 항세감면, 영세한 선용품업체의 경영 활성화를 위한 각종 세제감면 등 선용품산업에 대한 정부의 관심 등을 통한 개선이 중요한 요인으로 나타났다.

하명신(2005)은 선용품공급업의 현황 및 문제점을 파악하고 이에 대한 개선 방안으로 선용품 유통센터의 건립을 주장하였으며 이에 따른 개발 및 운영의 주체와 그 역할을 제시하였다. 또한, 안정화 시스템의 구축으로 선용품 업체 간의 상생방안을 제시하였다.

김찬호(2006)는 부산항 선용품공급업의 문제점으로 높은 구매가격, 높은 보관 비용, 물품의 다양성 부족 등 선용품 공급업체의 구조적인 문제점을 지적한 후 이에 대한 해결 방안으로 항만부가가치산업이 활성화되어있는 싱가포르와 로테르담의 사례를 분석하였으며, 선용품공급기지 확대 가능성 분석, 공급확대 방안을 위한 부산항 선용품유통센터 건립을 제시하고 있다.

김웅섭(2006)은 부산항의 고부가가치항으로 전환을 위해서 항만물류산업 활성화의 중요성을 언급하고, 항만물류산업의 한 분야인 선용품 공급업을 대상으로 기존의 유통구조와 문제점 등을 조사·분석하였으며, 선용품유통센터 건립의 필요성을 강조하고 있다. 또한 선용품유통센터 건립 입지에 대한 요인을 추출하여 AHP분석을 실시하였다.

김성국(2006)은 부산항이 로테르담항과 싱가포르항에 비해서 부가가치 수준이 매우 낮음을 지적하고, 부산항의 컨테이너 처리와 지리적 위치를 이용하기보다는 항만을 고부가가치화 하는 새로운 전략이 필요하며 선용품산업의 발전방향을 찾아내는 것이 중요함을 언급하고 있다. 이 연구에서는 정책지원의 우선순위를 도출하는 문제를 관건으로 하고 있으며 분석방법으로는 AHP분석을 사용하였다. 연구 결과 선용품 유통센터 건립과 통과선박 자유항 제도의 강화, 선용품의 전자상거래 시스템 지원이 정책의 우선순위로 나타났다.

박영태, 우정옥, 김이곤(2007)은 선용품공급업, 선박급유업, 물류창고업을 중심으로 한 클러스터 구축의 필요성을 강조하고 부산지역의 물류클러스터 구축과 활성화 방안을 제시하였다. 이를 위해 항만물류 산업의 구축 현황과 문제점을 분석하였고 특히 선용품 공급업체의 영세성, 취급물품의 다양성 부족, 운송과정상의 비용증가 등 과 같은 문제점을 지적하며 부산지역 선용품 공급업체의 클러스터화 및 활성화를 위해서는 선용품유통센터 건립이 필요하다고 주장하였다. 이와 더불어 틈새시장 개척, 해외시장 개척 등을 포함하는 적극적인 공급확대 마케팅과 같은 전략도 필요하다고 하였다.

정우창(2008)은 선용품 공급업은 대부분 영세한 기업이며 B2B 거래의 필요성은 절실히 느끼고 있으나, B2B 시장은 구매자 주도의 기업간 온라인 상거래인 관계로 영세한 선용품 회사들이 주도할 수 있는 B2B 거래는 극히 미미한 실정이라고 하였다. 이에 국내 선용품시장의 현황과 선용품 B2B 거래현황을 파악하고, 설문지를 통해 선용품 B2B 저해요인을 분석·평가함으로써 전자상거래를 도입하는 데 있어 저해요인들의 상대적인 중요성을 파악하였다. 이를 통해 저해요인을 집중적으로 관리함으로써 선용품 B2B 거래를 활성화 시킬 방안을 제시하였다.

최윤정(2008)은 선용품 공급업체의 국내외 현황과 선용품 공급업의 문제점을 살펴보고, 선용품 공급업체의 평가기준을 정량화하여 선정 평가 기준에 의한 실질적 사례 연구를 하였다. 선용품업체선정평가를 하기 위해 선사의 구매전문가를 대상으로 AHP분석 실시하였으며 분석결과 선정 평가 기준에 있어서 품질, 가격, 납기대응력, 신뢰도 순으로 나타났다.

박병주(2009)는 우리나라의 항만 경쟁력을 높이기 위해서는 부가가치산업을 육성할 필요가 있다고 주장하였다. 싱가포르항과 로테르담항의 정유산업, 배후단지, 선용품공급업과 수리조선업 등을 그 예로 들었으며, 특히 부산항이 항만 부대 서비스와 시너지효과를 내기 위해서는 선진항만의 벤치마킹을 통해 신항 내 선용품 공급단지조성의 필요성을 강조하였다.

강병영, 김철민(2010)은 현행 선용품 산업의 유통구조상 문제, 소요비용에 대한 투자 타당성 발생, 효율적으로 관리 및 운영을 하기 위한 방안 등 선용품의 공급자와 수요자의 요구를 분석하였고 이에 부산항 국제선용품 분배센터 건립의 타당성을 파악하고자 하였다. 분석결과 선용품 유통센터의 필요성은 중요하게 나타났지만 입주 의사는 낮은 수준으로 파악되었고 따라서 효과적인 운영을 위한 운영법인이 구축되어야 한다고 주장하였다.

김태순, 송하주(2010)은 선용품 재고는 정확히 파악하기가 어렵고 그에 따른 재고관리 업무에 대한 중요성을 언급하였다. 이에 EPC global Network를 기반으로 선사와 선용품 공급업체간의 정보연계 등을 이용하여 선용품 재고를 체계적으로 관리할 수 있음을 주장하였다. 또한, 재고관리 업무를 실시간으로 처리하여 속도와 업무 효율을 향상할 수 있다고 주장하였다.

구민진(2011)은 부산지역의 선용품산업의 현황 및 문제점을 살펴보았으며, 선행연구자들이 제시한 선용품산업의 활성화 방안들이 선용품업체들에게는 어떻게 지각되고 있는지를 알아보기 위해 상관계수를 분석하였다. 분석결과 업체간 협력, 클러스터 조성, 마케팅 노력은 선용품산업 활성화의 중요성과 필요성에 별다른 상관계수가 나타나지 않았고, 유통구조 개선과 정부지원은 유의한 상관계수가 있는 것으로 나타났다.

장홍훈, 김경진(2011)은 항만의 기능을 다양하게 제공할 수 있는 e-Marketplace를 통한 선용품 공급업의 활성화는 필수적인 항만 서비스라 하며, 광양항을 고부가가치 항으로 육성하기 위하여 항만 마케팅이 필요하고 광양항의 선용품 관련 전자상거래가 구축되어야 한다고 지적하였다. 또한 광양항 선용품 공급업의 문제점을 제기하였으며 선용품에 대한 e-Marketplace, 전자상거래 등 IT시스템과의 연계·구축이 시급한 선결과제라 하였다. 이를 확대하려는 방안으로 새로

은 안정적인 수익 모델 개발과 차별적인 운영전략, 공동 표준화된 전자문서 교환과 전자카탈로그, 동종업계간의 협업프로세스 구축, 선용품 e-Marketplace 의 신뢰성 확보를 위한 관련 법·제도 정비 등 정부역할의 필요성을 강조하였다.

배백식(2012)은 항만물류공급업의 현황을 분석하고, 항만물품공급업체 기업들이 지속적인 거래관계와 관련 업체들과의 경쟁우위를 확보하기 위하여 고객인 해운업자들의 관점에서 서비스품질요인의 확인과 서비스품질 요인이 고객만족 및 관계 지향성에 미치는 영향에 대한 실증연구를 수행하였다. 연구결과 항만물품공급업체의 서비스 품질이 고객 만족과 관계 지향성에 정(+)의 영향을 미친다고 밝히고 이러한 결과를 토대로 항만물류공급업체의 경영전략이 신뢰성, 반응성, 유형성, 공감성 등 서비스품질요인을 중심으로 세워야한다고 주장하였다.

임재욱(2013)은 네덜란드, 싱가포르, 일본 등 해외 선진항만사례들을 분석하여 부산항 선용품공급업의 현황과 활성화 방안을 모색하였다. 국내 선용품공급업체의 영세성을 극복하고 국제경쟁력을 갖추기 위해서는 무엇보다 복잡한 다단계 유통구조를 개선하고, 공급되는 선용품의 다양화, 표준화가 함께 이루어져야 한다고 주장하였다. 이와 함께 초도용 선용품 시장의 확대를 위하여 글로벌 네트워크를 확립하여야 하는 것이 필요하며, 이를 위해 업체의 자구적 노력과 이와 관련된 정부의 정책적 지원 및 항만클러스터 구축 등이 함께 이루어져야 한다고 주장하였다.

이승훈(2014)은 공급업체 선정요인과 관련된 기존 선행 연구를 분석하여 구매요인을 파악한 뒤, 선용품구매업체가 선용품을 구매하는데 있어 어떤 요인들이 중요시되는가를 설문 조사하고 AHP 설문 분석 결과를 통해 구매요인별 우선순위를 도출하였다. 이를 바탕으로 향후 선용품업체들의 마케팅전략 수립에 방향을 제시하고, 선용품구매업체의 요구를 효율적으로 충족시킬 수 있는 방안을 수립하였다.

선용품산업 관련 선행연구를 요약하면 대부분 선용품산업의 활성화 방안에 대한 내용을 제시하고 있다. 중요 내용을 크게 4가지로 분류하면 전자상거래 구축, 선용품유통센터 건립, 정부의 정책적 지원, 선용품공급업 활성화를 위한

마케팅 및 경쟁우위 확보 전략 수립 등 경영전략으로 구분할 수 있으며 그 중 선용품유통센터 건립이 선용품산업의 활성화 방안으로 가장 많이 제시되고 있었다. 이를 표로 정리하면 다음과 같다.

[표 2-4] 선용품산업관련 선행연구 분류

저자 (연도)	전자상거래	선용품유통센터	정부지원	경영전략
김길수, 박병권 (2001)	✓			
강태수 (2005)	✓		✓	
하명신 (2005)		✓		
김성국 (2006)	✓	✓	✓	
김웅섭 (2006)		✓		
김찬호 (2006)		✓		
박영태 외 2명 (2007)		✓		
정우창 (2008)	✓			
최윤정 (2008)				✓
박병주 (2009)		✓		
강범영, 김철민 (2010)		✓		
김태순 (2010)	✓			
구민진 (2011)				✓
장홍훈, 김경진 (2011)	✓			
배백식 (2012)				✓
임재욱 (2013)		✓		✓
이승훈 (2014)				✓

출처: 민세홍 외 4명(2015), 부산항국제선용품유통센터를 활용한 선용품 공동물류 운영방안에 관한 연구, 한국항해항만학회 Vol.39, No.6, pp.553~559

제 3장 국내선용품 공급업과 해외선용품 공급업의 비교분석

제 1절. 해운산업의 변화¹⁸⁾

2000년대 중국 개방화 이후 중국을 중심으로 아시아 물동량 증가(세계 컨테이너 물동량 지역별 비중 추이 29%) 및 세계 고역 확대 지속 등으로 세계 해상 화물 물동량이 많이 증가하였다. 금융위기 이전의 세계 물동량 중 컨테이너 물동량을 살펴보면 연평균 약 10.4%로 증가하며 해운업계는 황금기를 누렸다.

[표 3-1] 세계 해상화물 물동량 추이

단위: million Tonnes

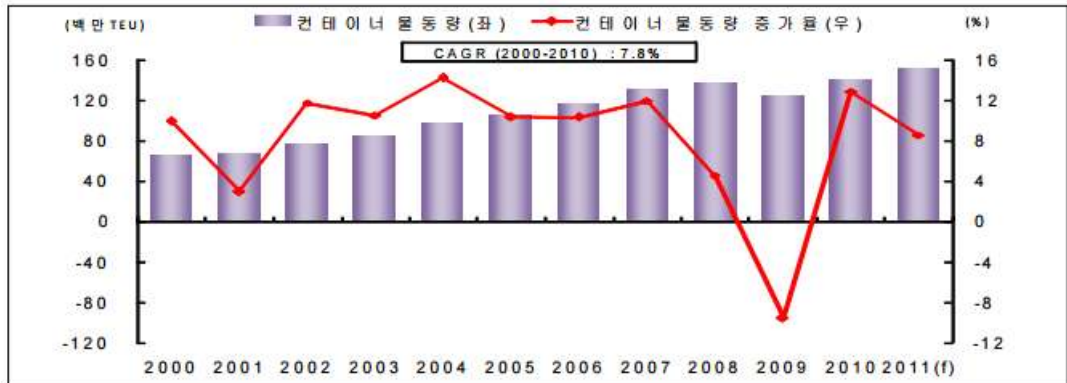
연도	건화물 계 (컨테이너)	유류 계	가스 계	합계
2000	3,718 (607)	2,248	143	6,109
2001	3,788 (628)	2,219	143	6,150
2002	3,979 (692)	2,190	149	6,319
2003	4,170 (802)	2,345	161	6,676
2004	4,453 (911)	2,504	169	7,127
2005	4,672 (1,002)	2,587	180	7,439
2006	4,936 (1,091)	2,658	199	7,794
2007	5,208 (1,214)	2,699	210	8,118
2008	5,399 (1,269)	2,722	215	8,336
2009	5,137 (1,131)	2,642	223	8,002
2010	5,758 (1,280)	2,753	263	8,774
2011	6,114 (1,393)	2,771	288	9,173
2012	6,451 (1,445)	2,828	283	9,562
2013	6,797 (1,524)	2,834	282	9,914

자료: KMI(2014), Shipping Review & Outlook, Spring, Clarkson 재정리

주: 건화물 계: 철광석, 석탄, 곡물, 보크사이트/알루미나, 인광암, 기타 벌크, 컨테이너, 기타건 화물의 합, 유류 계: 원유, 석유정제품의 합, 가스 계: LPG, LNG의 합

18) 민세홍(2016), 선용품 공동물류 운영요인에 관한 연구, 한국해양대학교대학원 석사학위논문, pp.14~16

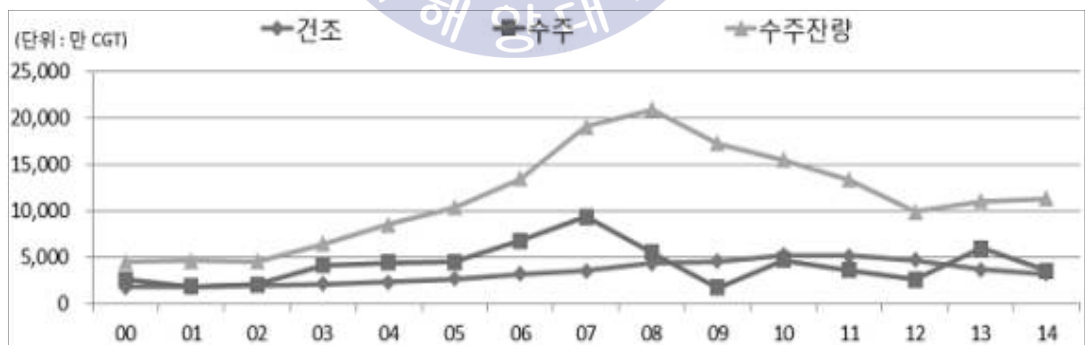
그러나 2008년 미국의 서브프라임 모기지(Sub-Prime mortgage) 사태를 시작으로 세계적인 경제위기가 발생하면서 그 영향으로 세계 해상화물 물동량 중 컨테이너 물동량은 연평균 증가율이 약 3.7%로 많이 감소하였다.



출처: Clarkson Container Intelligence Monthly(2011)

[그림 3-1] 세계 컨테이너 화물 물동량 추이

세계경제위기는 미국 신용등급 하락과 유로존 재정위기를 초래하였고 해운시장환경은 더욱 악화되었다. 이는 조선 산업에도 영향을 끼치기 시작하며, 금융위기 이전에는 선박 수주량이 계속 상승하였지만 2007년 정점을 기준으로 금융위기 이후에는 급 하락하였다. 이에 따라 선박의 수주량 대비 건조량이 줄어들어 수주잔량이 증가하게 되었다.

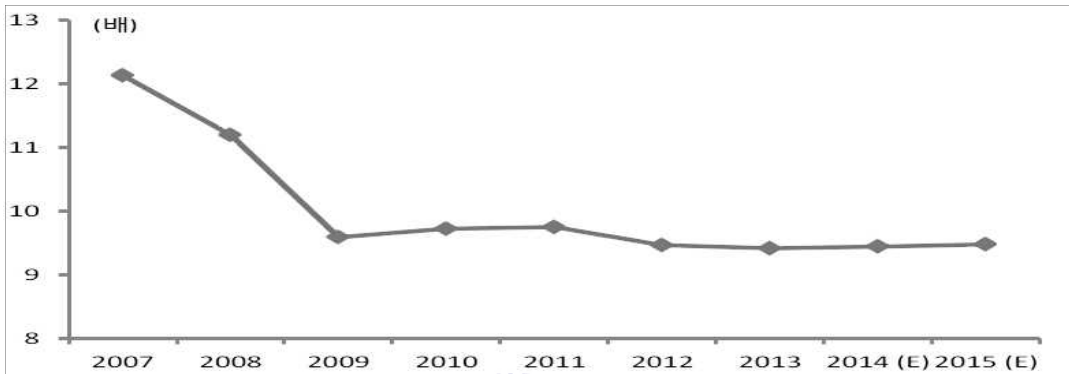


출처: 한국무역협회(2014), Trade Brief, Clarkson제정리, p.1

주: 2014년 건조량과 수주량은 1월에서 11까지 데이터, 수주잔량은 매해 연말 기준

[그림 3-2] 전 세계 선박 건조량, 수주량, 및 수주잔량의 연도별 추이

이로 인해 금융위기 이전 세계 해상화물 물동량 증가함에 따라 많은 선박이 건조되어 금융위기 이후 누적된 선박공급 과잉은 여전히 지속되고 있다. 2007년~2013년 선복량 대비 물동량을 살펴보면 2007년 이후로 감소하고 있지만, 선박의 공급 과잉은 현재까지 지속되고 있다.

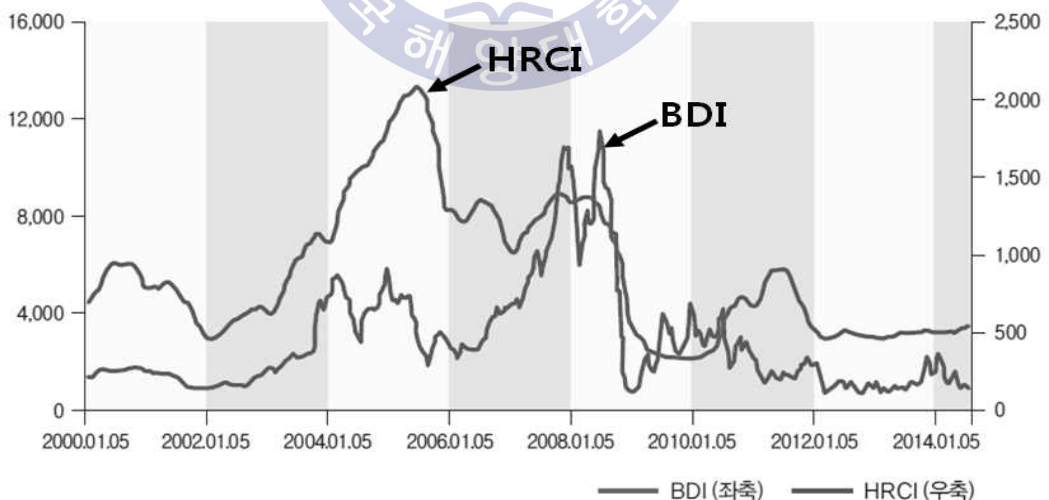


출처: 한국신용평가원(2014), World Shipyard Monitor, KIS Industry Outlook, Clarkson 재정리, p.3

주: 선복량대비물동량: 물동량/선복량,

[그림 3-3] 컨테이너 선복량 대비 물동량

또한, 선박의 공급과잉은 선박운임 하락에 영향을 미치고 있다. 이는 대표적인 해운업황 지표인 벌크선 운임지수(BDI: Baltic Dry Index)는 보면 알 수 있듯이 2008년을 정점으로 급 하락하는 것을 볼 수 있다.



출처: BS금융경영연구소(2014), BS경제인사이트, Clarkson 재정리, p.2

[그림 3-4] BDI 및 HRCI 지수

종합적으로 살펴보면 물동량 대비 선박량 과잉으로 해운 기업 간 경쟁은 더욱 치열해지고 있으며 이에 더불어 해운산업의 주 수입원인 화물운임 감소로 인하여 해운 기업들은 경영에 어려움을 겪게 되었다.

선사들은 경쟁력을 가지기 위해 선박의 대형화, 기항지축소, 항차조정 등 많은 노력을 기울이고 있으며, 특히 운항원가 절감에 대한 움직임은 주요 고객이 선사인 선용품 공급업체에도 영향이 점차 확대되고 있다. 이에 따라 선용품공급업체도 다양한 노력을 마련해야 한다.

제 2절. 국내 선용품산업의 현황

1. 항만관련 산업현황¹⁹⁾

전국 항만관련 등록 사업체 수 현황을 살펴보면 2012년 11,351개사에서 2013년 12,552개사로 1년간 1,201개가 증가하여 전년대비 10.6%의 증가율을 보이고 있다.

2013년 기준 지역별 항만관련사업체 등록현황에 따르면 부산지역이 553개사 증가하여 4,501개로 가장 많았으며 전년 대비 27.4%의 증가율을 기록하였다. 그 뒤로 울산 135개사, 전남 95개사, 경북 91개사 순으로 증가하였다. 부산을 제외한 업체 순으로는 이천 1,933개사, 서울 1,156개사, 전남 1,129개사 등의 순으로 나타났다.

또한 부산·울산·경남의 등록업체 수는 총 5,678개사이며 전국 대비 45.3%에 이르는 것으로 나타나 전국 항만관련사업체의 절반 가깝게 차지하고 있음을 알 수 있다.²⁰⁾ ([표 3-2]참조)

업종별로는 ‘내항화물’ 업체수가 1,324개사로 가장 많은 것으로 나타났고, 다음으로 대리점 359개사, 항만하역 340개사, 국제해운대리점 329개사, 원양어업 283개사 등의 순으로 나타났다.

19) 하태영(2013), 국내 항만관련 산업 실태분석 및 경쟁력 강화방안, 항만물류전망대회 발표자료 참고

20) 김영득(2016), 앞의 글, p.23

[표 3-2] 국내 항만관련 업체 등록 현황

(단위: 개소, %)

번호	지역	업체수		전년대비		구성비	
		2012년	2013년	증감	증감율	2012년	2013년
1	강원	873	882	9	1.0	7.7	7.0
2	경기	324	336	12	3.7	2.9	2.7
3	경남	481	549	68	14.1	4.2	4.4
4	경북	266	357	91	34.2	2.3	2.8
5	광주	25	28	3	12.0	0.2	0.2
6	대구	9	19	10	111.1	0.1	0.2
7	대전	17	22	5	29.4	0.1	0.2
8	부산	3,948	4,501	553	14.0	34.8	35.9
9	서울	1,093	1,156	63	5.8	9.6	9.2
10	울산	493	628	135	27.4	4.3	5.0
11	인천	1,866	1,933	67	3.6	16.4	15.4
12	전남	1,034	1,129	95	9.2	9.1	9.0
13	전북	452	464	12	2.7	4.0	3.7
14	제주	175	183	8	4.6	1.5	1.5
15	충남	272	279	7	2.6	2.4	2.2
16	충북	3	3	0	0.0	0.0	0.0
17	기타	23	83	60	260.9	0.2	0.7
계		11,354	12,552	1,198	10.6	100.0	100.0

자료: 하태영(2013), 앞의 글 참고

국내 항만관련 산업의 시장매출규모를 보면 2010년은 약 29조 원으로 추정된다. 최근 선박입출항 실적과 항만물동량 증가율을 고려하면 향후 2020년에는 38조원을 초과할 것으로 예상하고 있다. 분야별로는 조선기자재 부문이 약 20조 원으로 전체 시장의 70%를 점유하고 있으며, 선박급유 부문의 경우 약 5조 1천여억 원, 수리조선 부문의 경우 약 2조 9천여억 원, 선용품 부문이 약 7천여억 원으로 추정된다. 즉 선용품 부문은 항만관련 산업 시장 규모 전체의 2.5%만을 차지하고 있으며 그 규모가 매우 작고 영세함을 알 수 있다.

우리나라 항만 경쟁력을 높이기 위해서는 항만관련 산업등과 같은 부가가치 산업의 중요성을 깨닫고, 항만관련 산업의 한 분야인 선용품공급업의 활성화가 필요하다.

[표 3-3] 국내 항만관련 산업시장규모(2010년 기준)

구분	조선기자재	수리조선	선박급유	선용품	합계
매출액(억 원)	201,190	29,856	51,445	7,186	289,677
비중(%)	69.4	10.3	17.8	2.5	100.0

자료: 하태영(2013), 앞의 글 참고

2. 국내 선용품공급업의 업계 현황

항만운송사업을 하려는 자는 사업의 종류별로 등록을 신청 한 후 사업이 가능하다. 하지만 다른 사업과 달리 물품공급업은 신고제로 운영되고 있으며 비교적 쉽게 사업을 등록·운영할 수 있다.

즉 물품공급업은 최초 허가제에서 1997년 등록제로 전환이 되었다가 1999년부터 신고제로 운영되고 있으며, 1999년도 신고제로 전환된 이후 2013년까지 그 수가 약 6배가 증가하였다.

해양수산부(2014)의 해양수산주요통계를 보면 2013년 물품공급업은 1,908개사로 나타내고 있지만 실제로 활발히 운영하는 업체는 절반에도 못 미친다.

[표 3-4] 항만운송관련사업 중 물품공급업 업체 수

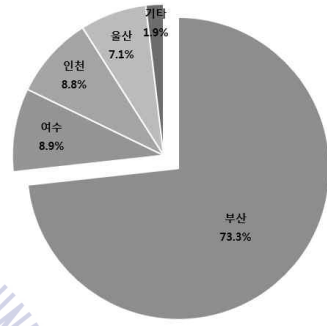
구분		항만운송관련사업 물품공급업											
'90	148	허가제	허가제 등록제 신고제										
'97	333	등록제											
'98	457												
'99	617	신고제	약 6배 증가										
'00	764												
'08	1,495												
'09	1,670												
'10	1,833												
'11	2,038												
'12	1,801												
'13	1,908												

자료: 해양수산부(2014), 2014년 해양수산주요통계 재정리, p.179

부산광역시(2014)의 부산항 선용품산업 활성화 종합 계획을 보면 2014년 8월 전국 주요 항의 선용품 공급업체는 총 1,690개 업체이며, 이 중 부산항은 약 73.3%로 대부분 선용품 업체가 부산에 집중되어 있는 것을 볼 수 있다. 부산항을 제외한 나머지 선용품 업체를 살펴보면 여수(8.9%), 인천(8.8%), 울산(7.1%) 등의 순으로 나타나고 있다.²¹⁾

[표 3-5] 주요 항만 선용품공급업 등록업체 수 (2014년 8월 기준)

구 분	기업수	비율
부산	1,238	73.3%
여수	151	8.9%
인천	149	8.8%
울산	120	7.1%
기타	32	1.9%
합계	1,690	100%



자료: 부산광역시(2014), 부산항 선용품산업 활성화 종합 계획, p.3

주요 항만별 선용품 거래 건수를 분석한 결과 2014년을 기준으로 부산항이 44.1%로 가장 높은 비중을 차지하고 있고 다음으로 울산(약 16.4%), 여수(약 5.3%), 평택(약 4.7%), 제주(약 0.2%)의 순으로 나타났다. 연평균 증가율을 살펴보면 제주와 평택 등이 전체 증가율보다 훨씬 높은 증가율을 나타내고 있으며, 제주의 경우 2012년부터 크루즈 선박 입항증가에 따른 영향으로 판단되고, 평택은 항만 활성화 및 카페리 항로개설에 따른 영향으로 분석된다.

주요 항만별 거래 금액을 살펴보면, 마찬가지로 부산(약 37.0%)이 가장 높은 비중을 차지하고 있으며 울산(약 21.7%), 평택(6.2%), 인천(약 3.5%), 광양(약 2.6%), 제주(약 2.6%), 여수(약 2.0%)의 순으로 나타났다. 부산은 거래 건수에 비해 거래 금액은 상당히 낮았으며, 울산은 거래건수에 비해 거래금액이 상당히 높게 나타났다. ([표 3-6]참조)

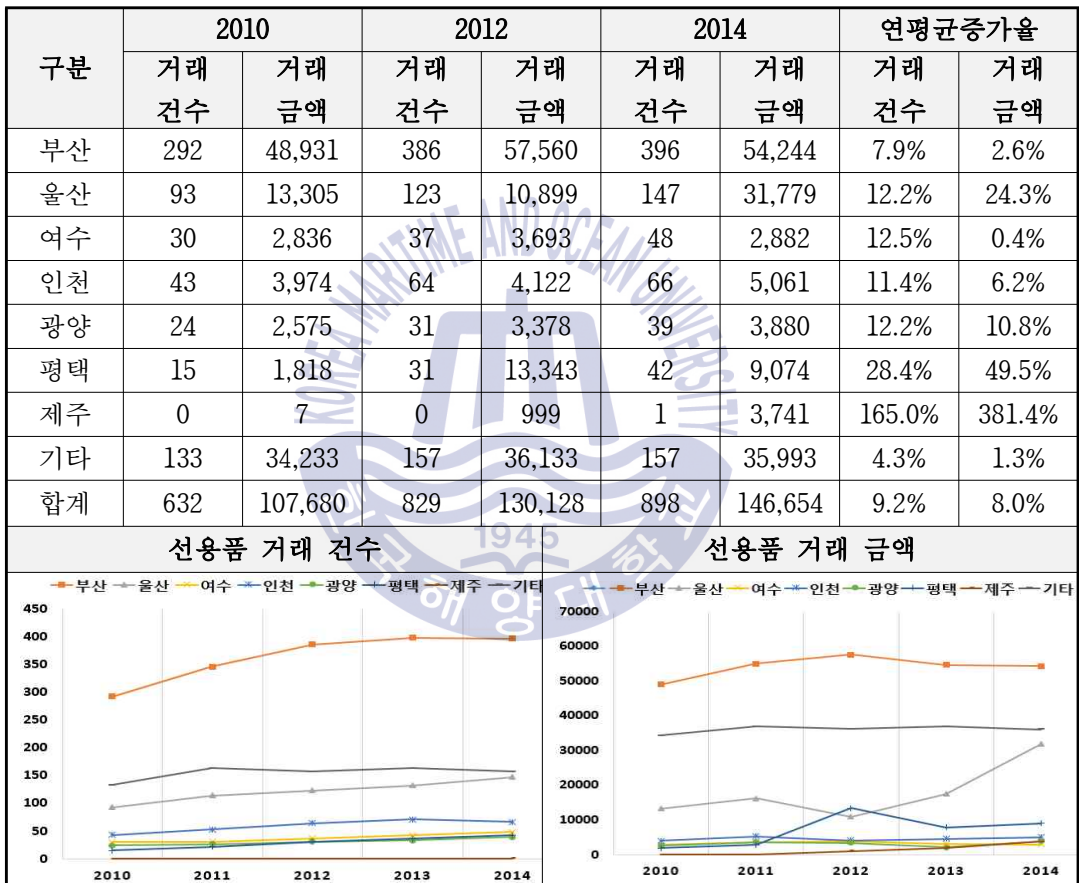
종합해보면, 국내 주요 항만별로 입항하는 선종이 다르며 이에 따라 취급하는 선용품의 종류도 상이하며 국내 대다수가 부산 근교에서 생산되며 유통되고

21) 민세홍(2016), 앞의 글, p.18

있는 것으로 분석되었다. 부산의 경우 항만의 특성상 컨테이너선의 보급횟수가 많으며 수리를 하기 위해 입항하는 러시아 어선들에 대한 선용품 보급이 많은 것으로 추정된다. 반면 광양항과 울산항은 유조선과 화학운반선 등이 주로 항만을 이용하고 있으며 인천항의 경우 다목적선들의 입항이 많은 지역적 특성을 갖고 있다.²²⁾

[표 3-6] 항만별 선용품 거래 건수 및 금액

단위 : 1,000 건, 10,000 USD



자료: 관세청(2015), 선용품 거래내역, 정보공개청구

22) 김영득(2016), 앞의 글, p.28

3. 부산항 선용품공급업의 업계 현황

부산항은 국내 최대의 선용품 시장으로써 등록업체 및 거래규모 역시 가장 높은 위치를 차지하고 있다. 부산지역의 선용품 시장은 큰 폭의 변동성을 보이고 있으나 지속적으로 성장해 온 것으로 나타나며, 기업체 등록의 변화에서는 2009년부터 신규 진입이 연평균 약 3.3% 증가하여 지속적으로 기업의 수가 증가하고 있다. 2014년 기준으로 등록된 업체의 수는 약 1,238개이다.

하지만 이 중 실제 활발히 운영하는 업체는 절반에도 못 미치며, 등록업체 중 건조중인 선박에 자사에서 생산한 조선기자재를 직접 사용하기 위해 생산업체에서 편의상 물품공급업으로 신고된 업체도 다수 포함되어 있어 정확한 업체수를 파악하는데 다소 어려움이 따른다.

선용품 적재를 위해 부산항에 입항한 선박을 분석한 결과 누적 톤수와 평균 톤수가 지속적으로 증가하고 있는 것으로 나타났다. 2001년 선박 척수는 269척, 누적톤수는 1,231천 톤, 평균톤수는 4,577톤이었으나, 2012년 선박 척수는 483척, 누적톤수는 6,522천 톤, 평균톤수는 13,503톤으로 나타났다. 따라서 2001년을 기준으로 볼 때, 척수는 1.8배, 누적 톤수는 5.3배, 평균 톤수는 2.95배 증가한 것으로 나타났다.

[표 3-7] 부산지역 선용품 부문 시장여건 추이

구분	실적			상대비		
	척수	누적톤수(천톤)	평균톤수(톤)	척수	누적톤수	평균톤수
2001년	269	1,231	4,577	1.00	1.00	1.00
2004년	413	2,052	4,969	1.54	1.67	1.09
2008년	307	2,300	7,493	1.14	1.87	1.64
2012년	483	6,522	13,503	1.80	5.30	2.95

자료: PORT-MIS 2001년-2012년 선박입항실적 분석

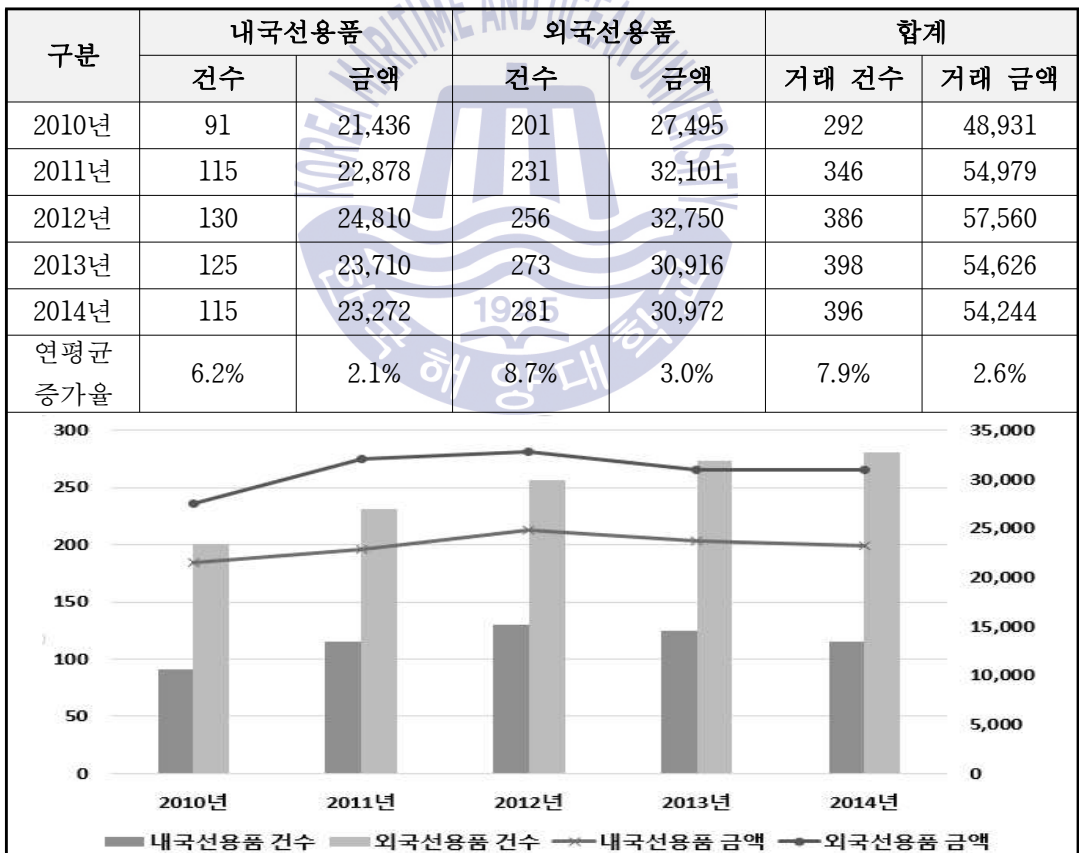
2014년 기준 부산항 입항선박을 선종별로 살펴보면, 부산항에 선용품 적재를 목적으로 입항한 상위 5개 선종 중 케미칼 운반선이 4.1%로 가장 높게 나타났으며, 다음으로 원양어선(3.4%), 냉동냉장선(3.0%), 일반화물선(2.1%) 순으로 나타났다. 부산항에 입항하는 선박 중 가장 많은 비중을 차지하는 풀컨테이너선

의 경우 선용품 적재를 목적으로 입항하는 선박은 0.1%로 나타났다. 반면 선용품 적재 수요가 많은 것으로 알려진 크루즈선에 대해서는 실적이 거의 없는 것으로 분석되었다. 이는 국내에 입항하는 대형 크루즈선의 경우 상대적으로 높은 가격, 품목제한, 홍보미흡 등으로 국내 선용품 구매를 꺼리는 대신 싱가포르, 중국 등 제3국을 통해 일괄구매한 뒤 부산항에 입항하는 것으로 분석된다.

부산항 선용품 공급 추이를 외국선용품으로 나누어 분석한 결과, 거래 건수와 거래 금액은 외국선용품이 내국 선용품 보다 많은 것으로 나타났지만 거래 건수 대비 거래 금액을 살펴보면 내국선용품이 상대적으로 금액이 높은 제품을 많이 공급하고 있는 것을 알 수 있다.

[표 3-8] 부산항 선용품 공급 추이

단위 : 1,000건, 10,000USD



자료: 관세청(2015), 선용품 거래내역, 정보공개청구

제 3절. 선용품공급업 해외사례

1. 싱가포르

아시아 최대의 선용품 시장인 싱가포르는 그 규모가 약 4조 2천억원을 보이고 있다. 지난 10년간 싱가포르항의 전체적인 선박 입항 수가 큰 차이가 없었던 반면 선용품시장은 무려 7배가량 성장했다. 싱가포르항이 세계 해양물류의 중심항으로 성장 할 수 있었던 것은 유럽, 아시아, 북미를 연결하는 글로벌 기간항로라는 좋은 입지조건, 다양한 물류네트워크 구축을 통한 높은 가격경쟁력, 무역우대정책과 안정적인 금융제도(해양금융)의 정부지원 등이 있다.

싱가포르항의 선용품 시장의 성장이유를 보다 구체적으로 살펴보면 다음과 같다.²³⁾

첫째, 글로벌 기간항로라는 좋은 입지조건이다. 싱가포르는 유럽·아프리카~극동의 중간 지역인 말라카이 해협에 위치하여 기항하지 않은 선박도 이 지역을 통과해 선용품을 구입하는 경우가 빈번히 발생한다는 점이다.

[표 3-9] 싱가포르항 목적별 입항척수

(단위 : 척)

구분	하역	선박수리	Bunker	선용품	기타	합계
2007년	54,844	5,995	29,729	18,736	66,704	176,088
2008년	56,729	6,588	31,892	20,199	68,844	184,252
2009년	53,376	7,200	32,760	20,694	67,106	181,136
2010년	52,548	8,631	35,572	21,629	64,145	182,525
2011년	51,515	8,235	37,753	22,685	65,918	186,106
2012년	50,562	6,657	38,082	24,166	69,885	189,352
2013년	50,288	6,881	38,641	26,334	78,904	201,021
2014년	49,890	5,335	38,295	27,340	77,457	199,321
비중	25.0%	3.2%	19.2%	13.7%	38.9%	100.0%
평균	52,469	7,065	35,338	22,723	69,870	187,465

자료: 싱가포르 항만청(<http://www.mpa.gov.sg/>)

23) 구민진, 앞의 글, pp.24~25 참고

둘째, 높은 가격경쟁력을 가지고 있다. 싱가포르의 선용품업체들은 국제적 네트워크를 활용해 최저가 구매능력을 갖춘 수입업자들로 물품을 공급받는다. 또한 싱가포르의 선용품시장은 제조업이 없어 부산항에 비해 비교적 단순한 유통 경로를 가진다. 따라서 선용품업체의 가격경쟁력은 단순한 유통경로와 수입업자들의 낮은 매입가격에 근거하고 있다.

셋째, 공급 선용품이 다양하다. IMPA의 선용품 카탈로그에 등록되어 있는 35,000여 품목 중 싱가포르가 취급하는 품목은 약 25,000여 품목에 달한다. 제품의 다양화는 선택의 이점뿐만 아니라, 원스톱 서비스를 제공하는 이점을 가지게 된다.

넷째, 싱가포르 정부의 지원을 들 수 있다. 싱가포르는 제조시설이 부족한 도시국가로 무역우대주의 정책을 펼치고 있으며, 이로 인해 수입 후 재수출 하는 물품에 대해 관세가 없다는 특징을 가진다. 이에 따른 환급절차가 간단하며, 5%에 불과한 부가세(Goods & Service Tax : GST)도 외항선에 선용품을 판매할 경우 3개월 단위로 세금을 환급하고 있다. 따라서 판매단가의 비용절감이 가능하다. 또한 싱가포르 정부의 차량 규모 관리정책으로 인해 도심 지역에 교통체증 현상이 없다는 점이다. 이에 따라 선사들의 요구 시 30분 이내에 선용품 공급이 가능하여 운송비 및 운송시간의 단축이 가능하다. 그리고 싱가포르 정부는 아파트형 선용품 창고를 건설하여 선용품공급업체에 임대하고 있다. 특히 항만으로부터 근거리에 위치한 선용품 창고에는 많은 업체들이 클러스터를 이루고 있어 이에 따른 상하판매, 교차판매 등과 같은 시너지 효과도 파생되고 있다. 또한 선용품 업체에 금융제도(해양금융)지원을 통해 안정적인 자금을 확보를 가능하게 하며, 정부 주도로 매 2년마다 선용품 전시 및 박람회를 개최하고 있다.

2. 네덜란드(로테르담항)

네덜란드의 로테르담은 세계 선용품시장에서 선두를 달리고 있는 항만 중 하나로써, 유럽의 관문이라고 불린다. 네덜란드 정부의 무역우대주의 정책 및 유리한 지리적 특징 등 로테르담항 선용품공급시장이 성장 할 수 있었던 원인은 싱가포르와 유사하다.

로테르담항의 항만관련분야별 업체 수(2015년 기준)는 선박수리가 87개로 가장 많았으며, 선용품공급업은 63개(약 30%)로 2번째로 많은 수를 나타내고 있었다.

[표 3-10] 로테르담항 해양서비스 분야별 업체 수(2015년 기준)

(단위 : 개사)

선박수리	Bunker	선용품	탱크청소	도선	폐기물 처리
87	29	63	25	1	12

자료: 로테르담 항만청(<https://www.portofrotterdam.com/>)

로테르담항이 가지는 특징을 살펴보면 다음과 같다.

첫째, 로테르담항은 동유럽 및 남유럽까지 접근이 용이하다는 지정학적인 이점을 가지며 운하, 도로, 철도 항공으로 수 시간 내에 유럽의 모든 지역과 연계가 가능하다.

둘째, 물류 인프라 및 배후연계 수송망이 잘 구축되어 있고, 로테르담의 선용품공급업이 Eurpport 및 Botlek 지역에 집중 분포하여 업체 간 상향판매 및 교차판매와 같은 시너지 효과를 가지고 있다.

셋째, 값이 싼 중국 등지로부터 대량으로 범용성 선용품을 구입하여 이를 개별 선용품사업자가 선용품 창고를 건설하여 보관하고 있다. 또한 몇몇의 대형 전문회사는 관련 제품을 수입 후 유럽의 각 지역에 위치한 자체 유통망을 통해 이를 유통시켜 시장의 확대를 도모하고 있다.

한편 로테르담 항만당국은 로테르담항을 발전시키기 위하여 선용품공급시장에 완전 자유시장제도를 도입하고, 수리조선시설도 정비하여 신조선에 비해 수리조선에 더욱 비중을 높여 입출항 선박을 위한 종합서비스 제공을 위해 노력하고 있다. 이와 같은 로테르담항의 항만 클러스터는 선박과 화물의 용이한 항만이용을 촉진하기 위하여 선박급유시설·선용품공급시장·선박수리시설·배후단지(Distripark) 등을 일괄 정비하여 종합서비스를 제공하고 있다. ²⁴⁾

24) 박병주(2009), 신항에서의 고부가가치 창출방안 참고

3. 선진사례와 국내의 비교

아시아 최대 선용품시장인 싱가포르항은 급유를 제외한 선용품 매출이 4조원 2천억원(2012년 기준)을 보이던 반면 같은 기간 부산항은 싱가포르항의 6분의 1수준인 7000억을 나타내고 있다.

이 기간 선용품을 구입하러 싱가포르항으로 들어온 선박 수는 총 2만4166척이며, 이는 하루 평균 66척 가량이 꾸준히 선용품을 사들인 결과로 나타난다. 반면 부산항은 같은 해 483척이 선용품을 구입했다. 지난 7년간 선용품 적재 목적으로 입항한 선박의 척수와 톤수를 비교한 결과 척수에서는 1.7%, 누적 톤수에서는 0.6%에 불과한 것으로 나타났다. 싱가포르가 부산에 비해 항만 전체 물동량이 3배 정도 큰 점을 감안하더라도 부산항 선용품시장 경쟁력은 미미한 수준으로 보인다.

[표 3-11] 싱가포르항과 부산항 선용품 거래실적 비교

구분	싱가포르항(A)		부산항(B)		상대비(B/A)	
	척수	누적톤(만톤)	척수	누적톤(만톤)	척수	누적톤(만톤)
2005년	15,949	32,923	239	169	0.015	0.005
2006년	18,078	40,237	225	195	0.012	0.005
2007년	18,736	44,020	289	206	0.015	0.005
2008년	20,199	51,094	307	230	0.015	0.005
2009년	20,694	56,762	393	553	0.019	0.010
2010년	21,629	61,826	424	474	0.020	0.008
2011년	22,685	71,924	367	494	0.016	0.007
2012년	24,166	82,395	483	652	0.020	0.008
평균	20,267	55,148	341	372	0.017	0.006

자료:자료: 하태영(2013), 앞의 글 참고

싱가포르항이 선용품시장에서 선전하는 가장 큰 이유는 지정학적 위치 때문이다. 하지만 싱가포르항이 부산항과 선용품 실적이 차이가 나는 주된 원인은 이러한 지리적 요인 외에도 급유와 수리시설, 잘 조성된 배후단지 등이 있으며, 선용품 취급품목 수와 공급가격에서도 차이가 많이 나기 때문이다.

싱가포르항의 선용품 공급업체들은 업체간 물류네트워크를 구축하는 등 제휴 및 대형화 등으로 가격경쟁력을 확보하고 있다. 선용품 종류의 품질에 따른 차이로 인하여 직접적인 가격비교는 곤란하나 전반적으로 싱가포르에 비해 20~30% 비싼 가격에 공급 되는 것으로 추정된다.

또한 부산항은 선용품 구매를 결정하는 선사나 선주 등 글로벌 네트워크가 없다는 점도 큰 약점으로 분석된다.

[표 3-12] 싱가포르와 국내 선용품 경쟁력 비교

구분	싱가포르	국내
업체수	1,000여개	500여개
취급 품목수	25,000여종	3,500여종
가격 경쟁력	· 수입 후 재수출시 무관세 · 부가세 저렴(5%) · 업체간 제휴를 통한 대형화 · 저렴한 장기 임대료 정책	· 영세업체가 대부분 (4인이하 사업장이 전체의 63%) · 자가 창고 미보유(보관비용 발생) · 개별 및 소량 구매(구매단가 높음) · 싱가포르에 비해 20% 비싼 가격

자료: 하태영(2013), 앞의 글 참고

선용품 선진국인 싱가포르와 로테르담항의 주요 성공요인은 지정학적 위치, 정부의 물류·무역우대주의 정책, 선용품업체들의 자구적 노력 등 대략 세 가지로 압축할 수 있다. 이를 정리하면 다음과 같다.

[표 3-13] 주요 선용품 선진국의 성공요인

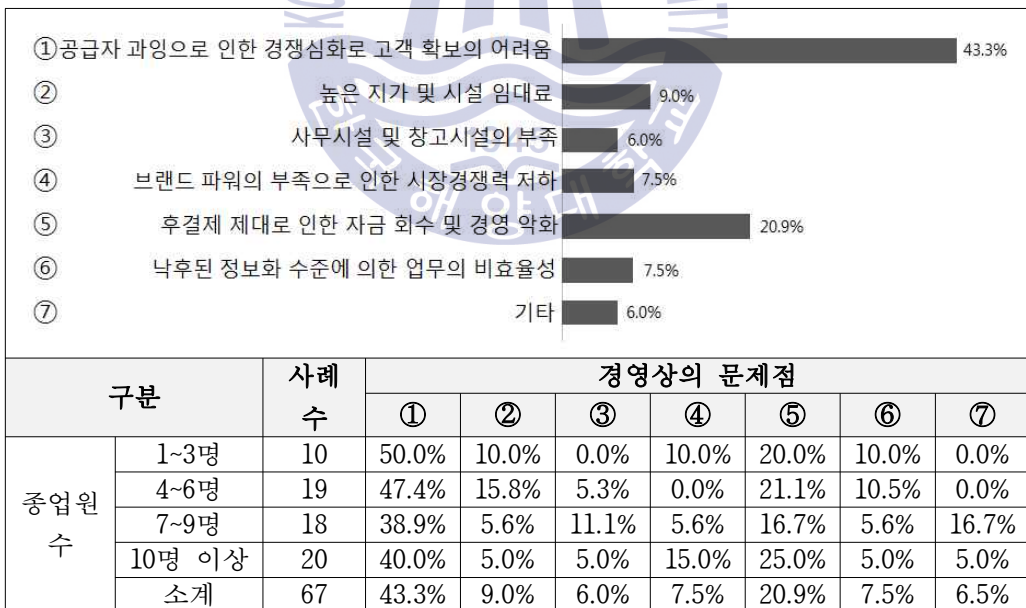
구분	싱가포르항	로테르담항
지정학적 요인	○	○
업체요인	업체의 대형화	○
	업체의 전문화	
	제품의 다양성	○
	업체 간 네트워크	○
	업체 집적	○
정부지원 요인	세금 정책	○
	기타 지원	○
기타 요인	선용품 유통센터	
	유통경로 효율성	○

자료: 구민진, 앞의 글. p28 참고

제 4 장 국내 선용품공급업체의 문제점

2015년 선용품센터 공동창고 운영 활성화 방안 연구²⁵⁾에서 부산지역에 위치한 선용품 공급업체들을 대상으로 실시한 설문조사에 따르면, 경영상의 문제점으로 '공급자 과잉으로 인한 경쟁심화로 고객 확보의 어려움'을 43.3%로 가장 높게 꼽았으며, '후결제 제대로 인한 자금 회수 및 경영 악화'와 '높은 지가 및 시설 임대료'를 문제점으로 인식하였다. 물류운영 측면에서의 문제점으로는 '다단계식 유통구조로 인한 가격경쟁력 하락'이 32.3%로 가장 높게 나타났으며, 다음으로 '추가적인 부대비용의 발생으로 물류비 증가'가 26.2%, '전통적인 주문방식에 의한 비효율적인 거래 구조'가 16.9%로 나타났다.

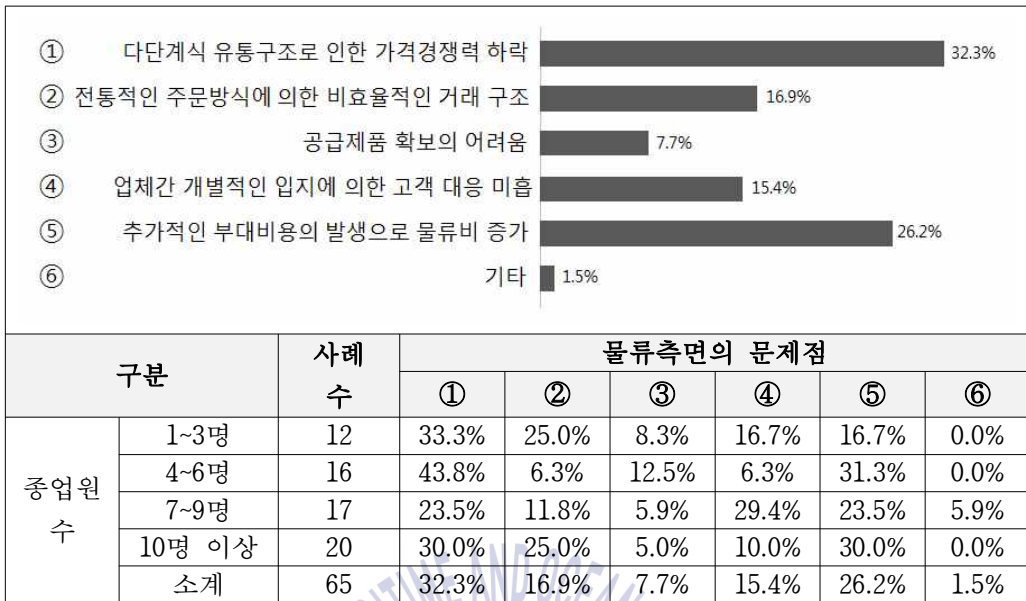
[표 4-1] 선용품 경영상의 문제점



자료: 김울성 외 4명(2015), 위의 글 재정리, p63

25) 김울성 외 4명(2015), 선용품센터 공동창고 운영 활성화 방안 연구, pp.63~64

[표 4-2] 선용품 물류 측면의 문제점



자료: 김울성 외 4명(2015), 위의 글 재정리, p64

제 1절. 가격경쟁력/협력측면의 문제점

1. 선용품 공급업체의 소규모와 영세성

선용품 공급업체가 겪고 있는 가장 큰 어려움 중 하나가 선용품 공급업체의 영세성이다. 1999년 선용품공급업의 등록이 허가제에서 신고제로 변경된 이후 신규업체가 큰 폭으로 증가하였다. 신규 진출기업의 증가로 시장경쟁이 심화되고 이로 인한 수익성 저하 및 경영악화가 초래되고 상대적으로 경쟁력이 낮은 기업은 폐업하는 사례가 지속적으로 발생하고 있다.

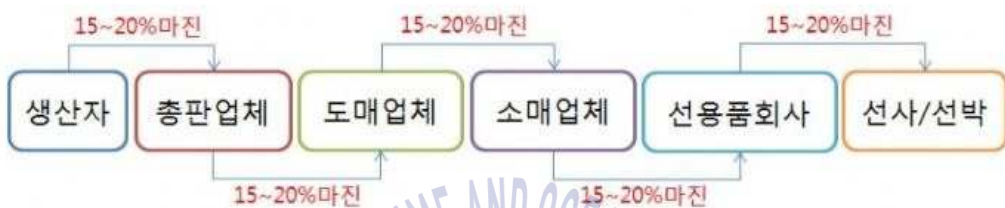
현재 선용품유통센터에 입주한 기업의 최대 매출액은 212억원, 최저 매출액은 0.7억원으로 기업 간 편차가 매우 심함을 알 수 있다.

2. 복잡한 유통구조 및 개별물류 체계

선용품공급업은 기업의 규모, 유통, 제조기능 보유 여부에 따라 최대 7단계까지의 복잡한 연관관계를 형성하고 있다. 중대형업체의 경우 최대5단계, 소형업

체는 7단계의 복잡한 유통과정을 거치게 됨으로써 유통과정에 발생하는 물류비와 추가비용 등으로 인한 물품가격상승이 선용품업계의 경쟁력을 약화시키고 있다.

이와 같은 복잡한 유통구조의 개선을 위하여 공동구매와 공동물류가 대안으로 제시되고 있지만 영업비밀 보장 및 배송 안전성, 선진화에 대한 투자여력 부족으로 선용품의 운송, 보관 등 물류활동을 기업이 개별적으로 수행하고 있으며 아직까지 물류체계 개선은 미흡한 실정이다.



출처: 부산광역시(2014), 위의 글, p.5

[그림 4-1] 일반적인 선용품 공급체계

3. 글로벌 네트워크의 부재²⁶⁾

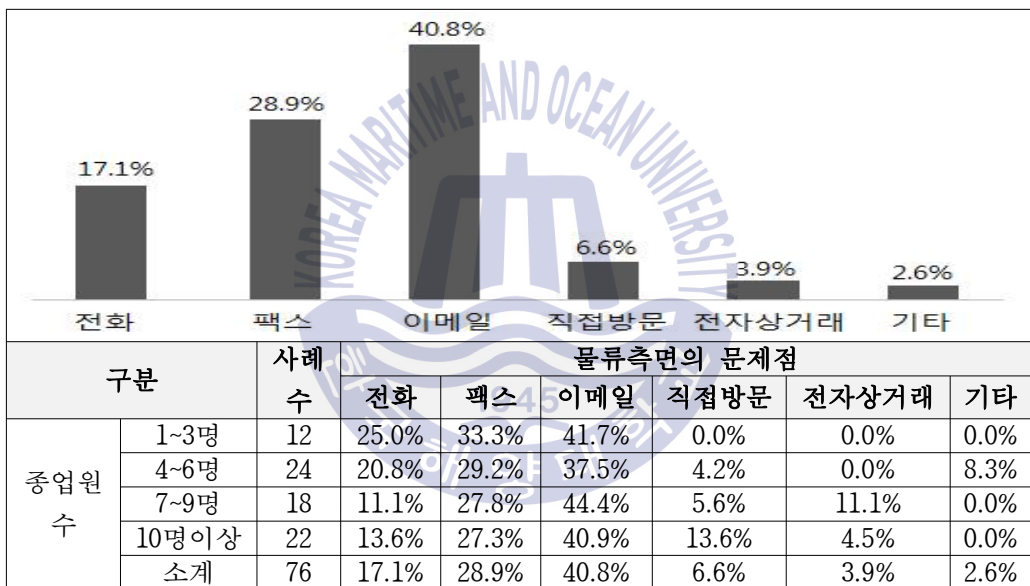
선용품은 크게 신조선에 납품되는 초도용품과 운항 중인 선박의 선용품으로 구분 되는데, 초도 선용품을 직접 주문받아 우리나라 항만물품공급업체에서 보급하는 경우는 소수에 불과하다. 주로 선주가 소속된 국가의 업체로부터 주문을 받아 보급업무를 수행하며 때로는 외국으로부터 공수하여 오는 물품을 선적하는 과정에 참여하고 수수료만 받는 경우도 있다. 따라서 국내 선용품공급업체들은 국내에서 신주 발주되는 선박의 초도용품을 직접 공급할 수 있는 시장 공략을 전략적으로 할 필요가 있다. 또한 국제선용품유통센터 및 선용품협회 운영을 활성화 시켜 글로벌 네트워크를 강화하고 국내 서비스품질의 우수성을 입증하는 노력을 지속적으로 기울여 국내외 신조선시장에서의 물품공급 점유율을 높여나가는 전략을 추진해야 할 것이다.

26) 임재욱(2013), 부산항 선용품공급업의 현황과 활성화 방안, 한국무역학회 학술대회, p.130

4. 전통적 주문방식

국내 선용품 공급업체 주문형태는 전화, 팩스, 이메일, 직접방문, 전자상거래, 기타 6가지로 분류된다. 주문 형태의 비중을 보면 이메일을 이용하여 구매하는 업체가 전체의 40.8%, 팩스가 28.9%로 대부분 이메일과 팩스와 같은 전통적인 거래 방식으로 처리를 하고 있다. 이에 따라 견적서 제출에서부터 최종수주까지 많은 시간과 비용이 발생하고 선용품 구매업체와 공급업체 간의 수작업 방식에 의한 물품 공급이 이루어지게 됨에 따라 선용품의 선택에 있어서도 한계가 존재한다.

[표 4-3] 선용품 주문형태



자료: 김율성 외 4명(2015), 위의 글 재정리, p59

5. 동반성장 및 협력 부족

그동안 선용품 공급업체는 유통센터 건립에 집중을 하였지만, 선용품산업 발전을 위한 거시적인 전략 마련과 동반성장을 위한 노력은 부족하였다.

부산항의 선용품공급업은 기업규모, 업태 등의 차이로 상호협력을 통한 동반성장보다는 개별경영을 통해 자생적으로 성장하고 있으며, 이에 따른 시장성장의 한계가 발생하고 있다.

제 2절. 정책 측면의 문제점²⁷⁾

1. 복잡한 관세환급 절차

내수시장에서 내수가격으로 선용품을 구입하게 되면 관세 등이 포함되어 있으나 이를 외항상선에 수출 시에는 관세를 환급받을 수 있도록 되어 있지만 업체의 영세성으로 관련 인력이 부족하거나, 관세 산출방식에 대한 전반적인 지식과 정보 부족 등으로 포기하는 경우가 있다.

또한 현실적으로 관세환급을 위한 기초원재료 납세 증명서를 하기에는 현재의 다단계 유통구조 환경에서는 어려운 경우도 존재한다.

2. 정부 및 지자체의 관심저조

최근 정부와 지자체의 노력으로 부산항에 국제선용품센터를 개소한 사례가 있다. 항만물류산업에서 선용품산업의 시너지효과를 고려하여 좀 더 다양한 지원방안을 마련하는 것이 필요하지만 현재까지 정부 및 지자체의 관심은 비교적 저조한 실정이다.

제 3절. 마케팅/서비스측면의 문제점⁴⁵⁾

1. 공급 물품의 다양성 부족

앞서 싱가포르와 국내 선용품 경쟁력 비교에도 나왔듯이 국내 선용품 공급업체들의 경우 싱가포르 등 주요 경쟁항만 대비 한정된 품목의 선용품 취급으로 여타 선진 항만과의 경쟁력 차이가 매우 큰 편이며, 선사의 다양한 수요에 대비하기 힘든 상황이다.

전 세계에 유통되는 선용품 품목은 35,000 여 개 이상에 달하지만, 우리나라 선용품업체는 이중 약 10% 대인 3,500 여 종의 품목만을 취급한다.

27) 김영득(2016), 앞의글, p.42

2. 선용품의 브랜드 파워 부족

선용품공급업의 품목수 부족 이외에도 국내 선용품 브랜드 파워가 약해 아시아 해운시장뿐만 아니라 국제시장 진출에도 많은 한계가 있다.

국내 선용품에 대한 전 세계적인 홍보가 이루어지지 못한 상태이며 관련 전시 또는 판매시설 또한 부족하여 외국 선사들의 국내 제품에 대한 이해가 낮은 상태이다.

최근 중국의 선용품 시장은 조선업의 성장세에 힘입어 제조·판매·유통이 연계되어 지속적으로 성장 중이며 국내 선용품의 브랜드 파워를 앞서 나가기 시작하였다. 과거 국적선사는 가격대비 품질이 우수한 국산제품을 주로 이용하였으나 중국산 제품의 품질이 높아지면서 구매미충이 높아지는 중이다.



제 5 장 국내 선용품 공급업체의 활성화 방안

앞서 4장에서 다루었던 문제점을 중심으로 가격경쟁력/협력측면에서의 활성화 방안, 정책측면에서의 활성화 방안, 마케팅/서비스측면에서의 활성화 방안 등의 범주로 나누어 각각에 해당하는 활성화 방안을 제시하였다.

제 1절. 가격경쟁력/협력측면에서의 활성화 방안

1. 협동조합 설립을 통한 소규모 영세 공급업체들의 집적화

국내 선용품공급업의 영세성은 소량구매에 따른 높은 구매가격, 보관비용, 높은 물류비 등 가격 경쟁력 약화의 근본적인 원인이며 취급 물품의 다양화를 저해하는 요인이다. 선용품 공급업체의 영세성을 극복하고 판매기회 확대를 통한 이익창출을 위해서는 선용품 산업에 대한 정보와 동향, 선용품 업체의 이익을 대변할 수 있는 각종 협회 등을 만들어 기존 단체들과 상시적이고 긴밀한 네트워크를 구축할 필요가 있다. 또한 영세업체들을 중심으로 협동조합을 구성하도록 하여 업체들 간의 과도한 경쟁을 막고 집적화를 통한 시너지 효과가 발생할 수 있도록 하여야 한다.

2. 국제선용품유통센터 및 선용품협회 운영 활성화를 통한 글로벌 네트워크 강화

부산항의 경우 선용품공급업 활성화산업의 일환으로 지난 2010년 8월 영도구 남항동에 지하 5층 3만3000 m^2 규모의 부산항 국제선용품유통센터를 건립한 데 이어, 영세한 국내 선용품시장을 대형화와 전문화시키기 위해 2014년 10월 전국 100개사가 참여하는 (사)한국선용품산업협회가 출범하면서 산업화의 기틀을 마련하였다. 또한 2015년 10월 국제선용품유통센터 내에 세계 최초로 선용품을

직접 눈으로 보고 구매할 수 있는 선용품 상설전시장이 개장 되어 해외 바이어들에게 국내 선용품 공급 기업의 우수성을 알리고 있다.

하지만 선용품 센터에 입주한 기업은 아직까지 57개 밖에 되지 않으며, 입주 기업의 연간 평균 매출액은 26억 원으로 업체들이 매우 영세함을 나타내고 있는 실정이다.

선용품 활성화 판로개척을 위해서는 국제선용품 유통센터 및 선용품 협회 운영 활성화를 통해 정보교류 및 다양한 네트워크를 활발하게 구축할 필요가 있다.

3. 전자상거래 구축을 통한 복잡한 유통구조 개선과 유통비용절감²⁸⁾

전자상거래는 온라인 네트워크를 통하여 재화나 서비스를 사고파는 모든 형태의 거래를 말한다. 전자상거래의 참여주체별로 기업간(B to B : Business to Business), 기업과 소비자간(B to C : Business to Consumer), 소비자간(C to C : Consumer to Consumer), 그리고 정부와 기업간(G to B : Government to Business) 등으로 구분할 수 있다.

기업간 전자상거래는 주로 구매 비용을 절감하고 재고관리를 효율화하며 물류체계를 효율적으로 구축할 수 있게 한다. 기업과 소비자간 전자상거래의 경우 판매와 마케팅비용이 절감되며 고객과의 접점이 넓어져 새로운 판매기회를 확보할 수 있고 업무절차가 개선됨에 따라 대 고객 서비스가 향상된다.

상당수의 국내 선용품 공급업체들의 경우 전자적인 방식대신 여전히 전통적 사적 거래방식으로 구매 및 공급관련 업무를 팩스나 전화 등 유선통신수단을 통해 처리하기 때문에 견적서 제출에서부터 최종수주까지 많은 시간과 비용이 발생하며, 또한 보통 선용품 구매업체와 공급업체 간의 수작업 방식에 의한 물품공급이 이루어짐에 따라 선용품의 선택에 있어서도 한계가 존재하게 된다.

따라서 이러한 문제점을 해결하고 물류 개선을 위해서는 선용품 시장에서도 e-비즈니스 네트워크 구축이 필요하며, 선용품들의 주문방식을 개선하고 마케팅 능력 제고를 위해서도 e-비즈니스 기반 공급체계 구축이 필요하다.

28) 김영득(2016), 앞의글, pp.48~51

제 2절. 정책측면에서의 활성화 방안

1. 정부의 정책적 지원 (세금감면 지원, 절차 간소화 등)

관세청은 2008년 5월 선용품의 특정 보세구역 내 집중장치 의무를 폐지하였고, 수출용 신조선박의 선용품 적재시기를 외항선 등록시점에서 진수시점으로 확대함으로써 적재기간이 기존의 1~3일에서 30~50일로 확대 되었다. 또한 2013년 4월 1일부터 부산항, 여수항, 삼척항 등의 ‘개항²⁹⁾이 아닌 지역’에 출입하는 외국무역선에 대해 출입허가수수료를 면제하기도 하였다.

그러나 이러한 정책적 지원에도 불구하고 여전히 과세부과 위주의 세관정책, 복잡한 관세환급절차 등이 문제점으로 지적되고 있다.³⁰⁾

선용품산업을 보다 활성화시키기 위해서는 관련된 법·제도의 개선이 필요하다. 즉 통과선박에 대한 항비감면, 세제감면 등과 같은 지원책이 필요하며, 영세한 선용품공급업체의 활성화를 위하여 정부지원에 의한 지방세, 법인세 등 각종세제를 감면하여 경영 활성화를 도모하는 구체적인 지원도 필요하다.³¹⁾

또한 입항선박 증대를 위한 통과선박 자유항 제도의 확대와 선용품 품목의 다양화 및 표준화를 위한 지원도 절실한 실정이다.

따라서 선용품 공급업의 활성화를 위하여 중앙정부 또는 지방정부의 정책적 지원은 반드시 필요한 과제이다.

2. 자유무역지역 내 선용품업체들을 위한 창고부지 마련

선용품의 가격결정에 영향을 미치는 주요 요인은 구매가격, 물류비, 보관비용 등을 들 수 있으며 특히 영세한 업체일수록 이들 비용에 대한 부담을 크게 느끼고 있다. 이중 구매가격, 물류비 등은 업체의 특성과 유통구조와 관련된 문제로 단기간에 해결하기 어려운 요인이나 보관비용의 경우 저렴한 창고 부지를

29) 개항(開港) : 대한민국 국적의 선박뿐만 아니라 외국의 선박도 상시 출입할 수 있는항(港), 개항이 아닌 지역에 출입하기 위해서는 세관의 허가를 받아야 한다.

30) 임재욱(2013), 앞의글, p164 참고

31) 강태수(2005), 부산지역 항만서비스산업의 활성화 방안에 관한 연구, p.51

제공함으로써 일정부분 해소가 가능할 것으로 판단된다. 이에 따라 자유무역지역의 일부를 저렴한 가격에 선용품공급업체의 창고부지로 공동 활용하게 함으로써 기업들의 선용품 보관비용 절감, 반출입 절차 간소화에 따른 비용과 시간 절약 등 경쟁력 확보에 도움을 줄 수 있다.

3. 정부의 지원을 활용한 선용품 업체의 전문화·대형화 유도

제조업 기반이 없는 싱가포르가 선용품시장에서 최대 시장으로 성장할 수 있었던 이유는 수입업자들이 광범위한 국제적 물류네트워크를 구축하여 전 세계적으로 낮은 매입가격으로 수입하였기 때문이다. 또한 수입업자로부터 직접 조달하기 어려운 소량이나 저가의 상품은 대형 도매상으로부터 싼 값에 구매가 가능했다. 반면 국내 선용품 공급업체들은 국제적 네트워크를 활용할 수 있는 기업이 소수에 불과하며 부족한 선용품은 부산과 경남지역을 통해 구매하고 있는 것으로 나타났다. 이러한 구조는 유통단계를 복잡하게 하여 결과적으로 가격경쟁력 저하를 가져오는 원인이 된다.

따라서 이러한 문제를 해결하기 위해서는 정부가 지원하는 각종 지원을 활용하여 선용품 업체의 전문화와 대형화를 유도함으로써 네트워크와 구매능력이 뛰어난 업체를 육성하고 제품 및 가격 경쟁력을 확보해야 한다.

제 3절. 마케팅/서비스측면에서의 활성화 방안

1. 국내·외 홍보확대를 위한 표준화 및 카탈로그 제작

현재 거래되는 ISSA 또는 IMPA의 분류에 따라 규격별, 형태별로 세분화되어 있으며 선사와 선용품 공급업체들은 물품 번호가 코드화된 가이드 북(카탈로그)을 이용하고 있다. 코드화된 가이드북에 등록하기 위해서는 선용품의 분류와 표준화에 맞는 제품이어야 하며 품질에 대한 보증이 담보되어야 하나 국내 제품의 경우 우수한 제품 품질에도 불구하고 선용품 규격이 정확히 규정되어있지 않아 보증이 불분명한 측면이 있다.³²⁾ 이러한 측면과 더불어 선용품 공급업체들이 취급하는 품목수가 너무 작아 선사들의 선용품 선택

32) 일본의 경우 JIS-F라는 선박용 물품과 기자재에 대한 규격집이 마련되어 있음

의 폭을 축소시켜 구매의사를 감소시키고 이에 따라 판매기회를 잃어가고 있다.

따라서 국내 선용품들의 규격화와 공급되는 선용품의 품목을 확대하고 일본의 JIS-F 규격집과 같은 선용품 규격을 마련하여 다양하고 효율적인 물품 공급이 이루어질 수 있도록 해야 한다. 또한 On/Off 라인을 활용한 카탈로그를 제작하여 신조선 및 국내외 선용품 협회 등 관련 기관에 배포하여 낮은 제품 인지도를 개선해 나갈 필요가 있다.

2. 통합클러스터 참여를 통한 원스톱 종합서비스 제공

항만클러스터의 구축 목적은 기존에 행해지던 개별적·비체계적인 항만서비스 제공방식을 지양하고, 선박의 입항에서 출항까지 선사 및 하주들이 필요로 하는 요구를 충족시키기 위해 유기적으로 결합된 항만서비스를 제공하는 것이다. 최근 화주와 선사들 사이에서는 원스톱 부가물류서비스의 제공여부가 중요한 요소로 부각되고 있다.

선용품공급업이 해양산업 통합클러스터에 참여하는 방법으로는 Net-Working을 통하여 연관 비즈니스의 일원으로 관련 정보를 공유하고, 공동마케팅에 참여하는 것이다. 이러한 통합 클러스터 참여를 통해 선용품공급업은 한 차원 높은 서비스를 제공할 수 있을 것이며, 주변국 선용품 공급업과의 경쟁에서 우위를 확보 할 수 있을 것이다.

제 6 장 연구의 모형 및 실증분석

제 1절. 연구의 모형

본 연구에서는 국내 선용품공급업의 현황 분석 및 해외사례를 통해 선용품공급업 활성화 요인 20여개를 도출하였으나 실제 선용품공급업 활성화 연구에 적용하기 위하여 선용품 업계, 학계 향만 분야의 권위자, 관계기관의 전문가의 자문을 받아 최종적으로 12가지의 세부요인을 도출하였다.

가격 경쟁력/협력 측면에서는 글로벌 네트워크 강화, 유통비용 절감, 원가 절감, 보관비용·운영비용 절감 등 4가지 요인으로 구성하였다.

정책 측면에서는 공동화 참여기업 지원, 세금감면 지원, 절차 간소화, 통과선박자유항제도 확대 등 4등 4가지 요인으로 구성하였다.

마케팅/서비스측면에서는 홍보사이트 개설, 전시회와 박람회 개최, 선용품 다양화 및 표준화, 원스톱 종합서비스 등 4가지 요인으로 구성하였다.

요인별 세부적인 내용은 다음과 같다.

[표 6-1] 선용품공급업 활성화 요인 세부 내용

구분	요인	세부내용
가격경쟁력/ 협력측면	글로벌 네트워크 강화	국제선용품유통센터 및 선용품협회 운영 활성화를 통한 글로벌 네트워크 강화
	유통비용 절감	전자상거래 구축을 통한 복잡한 유통구조 개선과 유통비용절감
	원가 절감	공동구매를 통한 단위당 원가 절감
	보관비용, 운영비용 절감	공동 창고 운영을 통한 보관비용과 운영비용의 절감

정책측면	공동화 참여기업 지원	공동화 참여 화주 및 물류기업 지원
	세금감면 지원	선용품공급업체 대한 세금감면 지원
	절차 간소화	통관절차 간소화 및 환급절차 간소화
	통과선박자유 항제도 확대	입항선석 확대를 위한 통과선박자유항제도의 확대
마케팅/서비스 측면	홍보사이트 개설	선용품 산업 홍보사이트 개설
	전시회와 박람회 개최	선용품 전시회 혹은 박람회 개최와 통합 카탈로그의 제작·배포
	선용품 다양화 및 표준화	선용품의 다양화 및 표준화를 통한 고객서비스강화
	원스톱 종합서비스	통합클러스터(선박급유시설, 배후단지, 선용품 공급시장) 참여를 통한 원스톱 종합서비스 제공

제 2절. 자료수집 방법

본 실증적 연구는 선용품공급업 활성화 요인을 제시하고 어떠한 요인이 중요한 영향을 미칠 것인지에 대하여 우선순위를 알아보기 위한 것으로, 분석을 실시하기 위해 선용품 산업의 직접적 이해 당사자인 부산에 소재한 선용품공급업체들을 표본으로 선정하고 설문조사를 실시하였다.

회수 응답의 경우 선용품 기업을 직접 방문하여 개별면접과 팩스, 이메일에 의한 회신방법을 이용하여 회수하였으며, 2016년 10월 10일부터 2016년 10월 31일까지 3주간 이루어졌다.

배부된 설문지 총 118부 중에서 31부가 회수되어 회수율은 약 26%이었으며, 이 중 유의성이 부족한 6부의 설문지를 제외하고 25부의 설문지를 활용하여 분석을 시행하였다.

[표 6-2] 설문지 회수 결과

대상	발신 설문지	회수 설문지	회수율	무효 설문지	유효 이용설문지
선용품공급업체	118부	31부	26%	6부	25부

제 3절. 분석방법론³³⁾

1. IPA 기법의 개념적 정의³⁴⁾

IPA(Importance-Performance Analysis)는 1970년대 경영분야에서 최초로 소개되어 건강·마케팅·은행·교육·스포츠 심리학 등 여러분야에서 활용되었으며, 외식산업분야에서는 서비스를 평가하고 개선점을 찾아내기 위한 방법으로 응용되었다. 이러한 특성을 가진 IPA는 다속성 모델의 개념적 구조를 갖고 있다. 즉, IPA모형의 특성은 중요도와 만족도의 속성별 비교평가 값에 의하여 4가지 다면적 의사결정을 내리는 분석방법으로 평가요소의 중요도와 성취도를 측정하여 2차원 도면상에 표시하고 그 위치에 따라 의미를 부여하는 방법이다.

2. IPA 기법 해석방법³⁵⁾

가. 제 1사분면: 유지강화영역

현재수준과 중요도가 모두 높은 분야로 제품이나 연구의 특성이 경쟁력을 가지고 있는 경우를 의미한다. 이 경우 중요도가 높으므로, 기업은 상대적 우위를 계속 유지하기 위하여 노력하여야 한다. 또한, 이러한 특성은 특정 기업이나 제품이 가지고 있는 차별적 우위요소로 작용할 수 있기 때문에 제품 홍보에 적극 활용할 수 있다.

나. 제 2사분면: 현상유지영역

현재수준은 높으나, 중요도가 낮다. 그러므로 이 특성을 위하여 투입된 자원은 제4사분면에 속한 특성에 할당한다면 보다 좋은 효과를 볼 수 있다. 중요하지 않은 부문에 과잉 노력을 하고 있는 것이다. 하지만, 적은 투자로 높은 만족도를 달성하고 있다면, 지속적인 관리도 괜찮은 영역이다.

다. 제 3사분면: 점진개선영역

33) 민세홍(2016), 앞의 글, pp.32~34

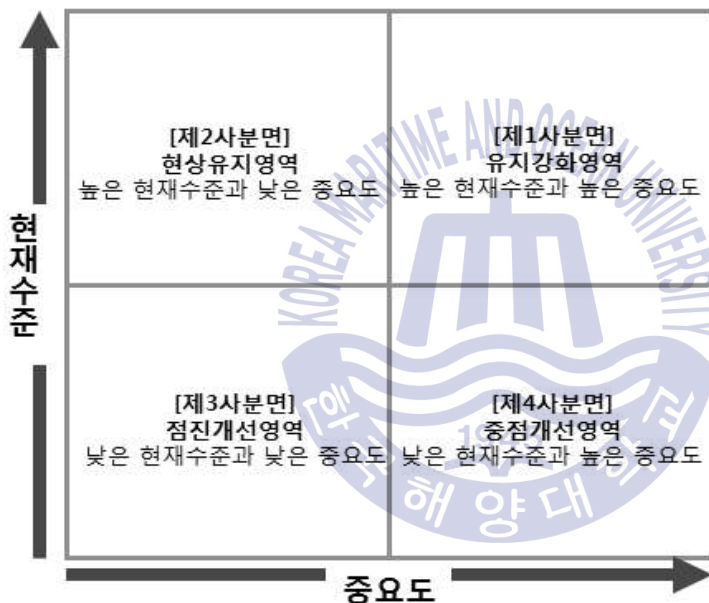
34) Martilla J.A. & James J.C.(1997), "Importance-Performance analysis, Journal of Marketing, 41(1), pp.13~17

35) 김재민(2013) IPA를 이용한 금속가공용 품질 특성 연구, 석사학위논문, 성균관대학교, pp.25~26 재정리

현재수준과 중요도가 모두 낮은 영역이다. 그러나 중요도가 낮기 때문에 만족도를 높이기 위하여 추가적인 자원을 배분할 필요성이 낮은 영역이다. 이 때에는 자원의 할당 가용도에 따라 투자를 결정한다.

라. 제 4사분면: 중점개선영역

고객 입장에서는 중요하다고 생각하고 있으나 제품이나 연구하려는 특성의 입장에 있어서의 현재수준은 상대적으로 낮은 영역이다. 만족도 수준을 끌어올리기 위하여 집중적인 투자가 되어야 한다. 이 영역은 최소한의 투자로 최대의 효과를 거둘 수 있는 분야로 전략적으로 노력을 집중화해야 할 항목이다



[그림 6-1] 중요도-현재수준 매트릭스

(3) IPA 기법 실시 방법³⁶⁾

IPA분석은 절차는 다음과 같은 순서로 진행한다.

가. 1단계: 연구하고자 하는 분야에 관여하는 특성이나 요인을 사전연구를 통해서 추출하며, 선행연구, 전문가 면담, 관련기관의 조사 결과등을 반영할 수

36) 유해지 (2012), IPA 분석을 통한 관광열차의 서비스 품질 평가와 타인 추천의도 연구, 석사학위논문, 성균관대학교, p.25

있다.

나. 2단계: 추출한 항목을 이용하여 설문자료를 작성하고, 설문자에게 배포하여 결과를 얻는다.

다. 3단계: 중요도와 만족도의 전체 평균 또는 중앙값을 중심으로 4분면을 구성하고, 각 특성이 얻은 중요도와 만족도를 표시한다. 이때 X축은 만족도, Y축은 중요도를 표시하기로 한다.

라. 4단계: 각각의 항목들이 4분면의 어느 분면에 위치하는지에 따라 다음과 같이 분석한다.

제 4절. 실증분석

1. 중요도-현재수준 차이 분석

선용품공급업 활성화 요인을 평가하기 위해 12개의 항목에 대한 중요도-현재수준의 차이를 비교하였다.

1) 선용품공급업 활성화 요인의 중요도 분석

가격경쟁력/협력측면의 중요도는 국제선용품유통센터 및 선용품협회 운영 활성화를 통한 글로벌 네트워크 강화(4.04)가 가장 높게 나타났으며, 전자상거래 구축을 통한 복잡한 유통구조 개선과 유통비용절감(3.72), 공동 창고 운영을 통한 보관비용과 운영비용의 절감(3.56), 공동구매를 통한 단위당 원가 절감(3.44) 순으로 나타났다.

정책측면의 중요도는 통관절차 간소화 및 환급절차 간소화(4.36)이 가장 높게 나타났으며, 선용품공급업체 대한 세금감면 지원(4.04), 입항선석 확대를 위한 통과선박자유항제도의 확대(3.96), 공동화 참여 화주 및 물류기업 지원(3.56) 순으로 나타났다.

마케팅/서비스측면의 중요도는 선용품의 다양화 및 표준화를 통한 고객서비스 강화(3.6)가 가장 높게 나타났으며, 통합클러스터(선박급유시설, 배후단지, 선용품 공급시장) 참여를 통한 원스톱 종합서비스 제공(3.56), 선용품 전시회 혹은

박람회 개최와 통합 카탈로그의 제작·배포(3.36), 선용품 산업 홍보사이트 개설(3.32)순으로 나타났다.

[표 6-3] 선용품 활성화 요인 중 중요도의 평균과 표준편차

구분	세부요인	중요도	
		평균	표준편차
가격경쟁력/협력측면	국제선용품유통센터 및 선용품협회 운영 활성화를 통한 글로벌 네트워크 강화	4.04	0.66
	전자상거래 구축을 통한 복잡한 유통구조 개선과 유통비용절감	3.72	0.96
	공동구매를 통한 단위당 원가 절감	3.44	1.13
	공동 창고 운영을 통한 보관비용과 운영비용의 절감	3.56	0.98
정책측면	공동화 참여 화주 및 물류기업 지원	3.56	0.89
	선용품공급업체 대한 세금감면 지원	4.04	0.87
	통관절차 간소화 및 환급절차 간소화	4.36	0.74
	입항선석 확대를 위한 통과선박자유항제도의 확대	3.96	0.82
마케팅/서비스측면	선용품 산업 홍보사이트 개설	3.32	1.00
	선용품 전시회 혹은 박람회 개최와 통합 카탈로그의 제작·배포	3.36	0.93
	선용품의 다양화 및 표준화를 통한 고객서비스강화	3.6	1.05
	통합클러스터(선박급유시설, 배후단지, 선용품 공급시장) 참여를 통한 원스톱 종합서비스 제공	3.56	0.98

2) 선용품공급업 활성화 요인의 현재수준 분석

가격경쟁력/협력측면의 현재수준은 공동 창고 운영을 통한 보관비용과 운영비용의 절감(2.52)이 가장 높게 나타났으며, 공동구매를 통한 단위당 원가 절감(2.4), 국제선용품유통센터 및 선용품협회 운영 활성화를 통한 글로벌 네트워크 강화(2.36), 전자상거래 구축을 통한 복잡한 유통구조 개선과 유통비용절감(2.28)순으로 나타났다.

정책측면의 현재수준은 통관절차 간소화 및 환급절차 간소화(2.8)가 가장 높게 나타났으며, 입항선석 확대를 위한 통과선박자유항제도의 확대(2.6), 공동화 참여 화주 및 물류기업 지원(2.44), 선용품공급업체 대한 세금감면 지원(2.28)순으로 나타났다.

마케팅/서비스측면의 현재수준은 선용품 전시회 혹은 박람회 개최와 통합 카탈로그의 제작·배포(2.52)가 가장 높게 나타났으며, 선용품의 다양화 및 표준화를 통한 고객서비스강화(2.4), 통합클러스터(선박급유시설, 배후단지, 선용품 공급시장) 참여를 통한 원스톱 종합서비스 제공(2.28), 선용품 산업 홍보사이트 개설(2.16) 순으로 나타났다.

[표 6-4] 선용품 활성화 요인 중 현재수준의 평균과 표준편차

구분	세부요인	현재수준	
		평균	표준편차
가격경쟁력 /협력측면	국제선용품유통센터 및 선용품협회 운영 활성화를 통한 글로벌 네트워크 강화	2.36	0.79
	전자상거래 구축을 통한 복잡한 유통구조 개선과 유통비용절감	2.28	0.82
	공동구매를 통한 단위당 원가 절감	2.4	0.84
	공동 창고 운영을 통한 보관비용과 운영비용의 절감	2.52	0.85
정책측면	공동화 참여 화주 및 물류기업 지원	2.44	0.57
	선용품공급업체 대한 세금감면 지원	2.28	0.77
	통관절차 간소화 및 환급절차 간소화	2.8	0.63
	입항선석 확대를 위한 통과선박자유항제도의 확대	2.6	0.48
마케팅/ 서비스측면	선용품 산업 홍보사이트 개설	2.16	0.67
	선용품 전시회 혹은 박람회 개최와 통합 카탈로그의 제작·배포	2.52	0.75
	선용품의 다양화 및 표준화를 통한 고객서비스강화	2.4	0.69
	통합클러스터(선박급유시설, 배후단지, 선용품 공급시장) 참여를 통한 원스톱 종합서비스 제공	2.28	0.60

3) 선용품공급업 활성화 요인 중요도-현재수준 차이 분석

본 연구에서는 선용품공급업 활성화 요인의 중요도-현재수준의 차이를 분석하기 위해 12개의 요인에 대하여 대응표본 t-test(PairedSamplet-test)분석을 실시하였다.

전체적인 중요도와 현재수준의 차이를 보았을 때 중요도 평균은 3.71이고 현재수준의 평균은 2.42로 상대적으로 중요도가 높게 나타났다.

중요도에서 구분별로 비교해보았을 때 정책측면의 평균(3.98)이 가장 높게 나

났으며 가격경쟁력/협력측면(3.96), 마케팅/서비스측면(3.46)순으로 나타났다.

세부요인에 대한 중요도와 현재수준의 유의적 차이 검증결과는 [표 6-5]와 같다. 유의 수준³⁷⁾을 0.05을 기준으로 하고 결과를 보았을 때 모든 항목에서 중요도와 현재수준 간의 유의한 차이가 있는 것으로 나타나고 있다.

[표 6-5] 중요도와 현재수준 유의적 차이 검증결과

요인	중요도 평균	중요도 표준편차	현재수준 평균	현재수준 표준편차	t 값	유의 확률
글로벌 네트워크 강화	4.04	0.66	2.36	0.79	8.88	0.00
유통비용 절감	3.72	0.96	2.28	0.82	5.56	0.00
원가 절감	3.44	1.13	2.4	0.84	4.19	0.00
보관비용, 운영비용 절감	3.56	0.98	2.52	0.85	4.19	0.00
공동화 참여기업 지원	3.56	0.89	2.44	0.57	6.35	0.00
세금감면 지원	4.04	0.87	2.28	0.77	7.55	0.00
절차 간소화	4.36	0.74	2.8	0.63	7.20	0.00
통과선박자유항제도 확대	3.96	0.82	2.6	0.48	7.49	0.00
홍보사이트 개설	3.32	1.00	2.16	0.67	5.07	0.00
전시회와 박람회 개최	3.36	0.93	2.52	0.75	3.93	0.01
선용품 다양화 및 표준화	3.6	1.05	2.4	0.69	5.04	0.00
원스톱 종합서비스	3.56	0.98	2.28	0.60	6.02	0.00

2. IPA 기법 활용

IPA 기법을 활용하여 각 항목의 중요도와 현재수준을 비교하였다. 중요도와 현재수준을 X축과 Y축으로 설정하고 IPA 사분면에 각 항목을 시각화 하였다.

제 1사분면 유지강화영역에는 정책측면 세부요인의 통관절차 간소화 및 환급 절차 간소화(P3)와 입항선석 확대를 위한 통과선박자유항제도의 확대(P4) 항목이 위치하고 있다.

제 2사분면 현상유지영역에는 가격경쟁력/협력측면 세부요인의 공동 창고 운영을 통한 보관비용과 운영비용의 절감(C4), 마케팅/서비스측면 세부요인의 선용품 전시회 혹은 박람회 개최와 통합 카탈로그의 제작·배포(M2) 항목이 위치

37) 관측된 표본에서 계산된 검정통계량 값을 근거로 귀무가설을 기각하게 되는 최소 값

하고 있다.

제 3사분면 점진개선영역에는 가격경쟁력/협력측면 세부요인의 전자상거래 구축을 통한 복잡한 유통구조 개선과 유통비용절감(C2)과 공동구매를 통한 단위당 원가 절감(C3), 정책측면 세부요인의 공동화 참여 화주 및 물류기업 지원(P1), 마케팅/서비스측면 세부요인의 선용품 산업 홍보사이트 개설(M1)과 선용품의 다양화 및 표준화를 통한 고객서비스강화(M3), 통합클러스터(선박급유시설, 배후단지, 선용품 공급시장) 참여를 통한 원스톱 종합서비스 제공(M4) 항목이 위치하고 있다.

제 4사분면 중점개선영역에는 가격경쟁력/협력측면 세부요인의 국제선용품유통센터 및 선용품협회 운영 활성화를 통한 글로벌 네트워크 강화(C1), 정책측면 세부요인의 선용품공급업체 대한 세금감면 지원(C2) 항목이 위치하고 있다.

다른 요인에 비해 정책측면의 중요도가 높은 것으로 나타났으나, 중요도와 현재수준을 비교해 보았을 때 가격경쟁력/협력측면 요인의 현재수준이 비교적 낮은 것으로 나타났다. 따라서 글로벌 네트워크 강화와 유통비용절감, 세금감면 지원 등을 위한 협력적·정책적 개선 노력이 필요하다고 판단된다.



[그림 6-2] 선용품공급업 활성화 요인의 IPA기법

7장 결론

제1절. 연구결과 요약 및 시사점

세계 경제의 글로벌화와 블록화는 기업의 국제 분업화와 글로벌 공급망(Global Supply Chain Management) 체계를 확산시키는 계기가 되었다.

2000년대 중국 시장의 개방과 세계 경제 호황기로 인해 세계 해상화물 물동량이 많이 증가하였고, 이러한 계기는 해운·항만물류산업의 고도성장을 초래하였다.

해운·항만물류산업의 고도성장을 이룬 대표적인 국가들인 싱가포르, 네덜란드, 홍콩 등의 나라에서는 해운·항만물류산업을 기반으로 더 많은 부가가치를 창출하고 있으며, 이를 지원하기 위한 다양한 정책적 지원을 시행하고 있다. 이는 해운·항만물류산업이 고부가가치항으로의 전환을 도와 항만경쟁력을 높여주며, 화물의 하역 및 운송기능 이외에 다양한 부대 서비스를 제공하여 지역경제 활성화에도 큰 영향을 미치고 있기 때문이다. 이러한 해운·항만물류산업을 기반으로 지역경제 활성화에 영향을 미치고 있는 산업들은 선박관리업, 선용품공급업, 선박수리업, 선박금융 등 매우 다양하다.

이러한 산업들 중에서도 선용품공급업은 항만물류산업의 핵심사업은 아니나 선용품 공급업의 활성화를 통한 동종 및 이종 산업간 서비스의 향상과 교차 서비스 및 보완재 서비스의 공급과 같은 전후방 효과를 나타냄으로써 항만물류산업 활성화에 기초가 되는 산업이라 할 수 있다.

선용품공급업은 항만관련 사업 중 매출액 비중이 높은 사업이었으나 1999년 등록제에서 신고제로 전환된 이후 업체 수가 급격히 증가하여 업체난립에 의한 과다경쟁과 영세성이 문제점으로 대두되었다.

이에 본 연구는 현재 우리나라 선용품공급업의 현황과 문제점을 살펴보고 해외 선진 선용품시장 사례분석을 중심으로 국내 선용품 산업의 활성화 방안을 도출하였다. 앞서 도출된 여러 가지 활성화 요인 중 실제 연구에 적용하기 위해 선용품 업계, 학계 항만 분야의 권위자, 관계기관의 전문가의 자문을 받아 최종적으로 12가지의 세부요인을 도출하였다.

이를 토대로 설문지를 작성하여 부산에 소재하고 있으며 지속적으로 선용품 매출이 있는 기업을 표본으로 선정하고 설문조사를 실시하였으며, 설문결과를 바탕으로 실증분석(IPA)을 실시하여 어떠한 요인이 중요한 영향을 미칠 것인지에 대하여 우선순위를 분석하였다. 연구결과를 요약하면 다음과 같다.

먼저, 선행연구와 사례분석을 통한 국내 선용품공급업의 문제점은 다음과 같이 분석되었다. 가격경쟁력/협력측면의 문제점에서는 공급자 과잉으로 인한 경쟁심화로 고객 확보의 어려움(소규모와 영세성), 복잡한 유통구조 및 개별물류체계, 글로벌 네트워크 부재, 전통적 주문방식, 동반성장 및 협력 부족 등이 애로사항으로 지적되었다. 정책 측면의 문제점에서는 복잡한 과세환급 절차와 선용품산업에 대한 정부 및 지자체의 관심저조 등이 애로사항으로 지적되었다. 마케팅/서비스측면의 문제점에서는 공급 물품의 다양성 부족과 국내 선용품 브랜드 파워 부족 등이 애로사항으로 지적되었다.

다음으로 해외 선진 선용품시장 사례분석과 국내 선용품공급업 문제점을 중심으로 선용품 산업의 활성화 방안을 도출하였으며, 세부내용은 다음과 같다.

[표 7-1] 선용품공급업 활성화 요인 세부 내용

구분	요인	세부내용
가격경쟁력/ 협력측면	글로벌 네트워크 강화	국제선용품유통센터 및 선용품협회 운영 활성화를 통한 글로벌 네트워크 강화
	유통비용 절감	전자상거래 구축을 통한 복잡한 유통구조 개선과 유통비용절감
	원가 절감	공동구매를 통한 단위당 원가 절감
	보관비용, 운영비용 절감	공동 창고 운영을 통한 보관비용과 운영비용의 절감

정책측면	공동화 참여기업 지원	공동화 참여 화주 및 물류기업 지원
	세금감면 지원	선용품공급업체 대한 세금감면 지원
	절차 간소화	통관절차 간소화 및 환급절차 간소화
	통과선박자유 항제도 확대	입항선석 확대를 위한 통과선박자유항제도의 확대
마케팅/서비스 측면	홍보사이트 개설	선용품 산업 홍보사이트 개설
	전시회와 박람회 개최	선용품 전시회 혹은 박람회 개최와 통합 카탈로그의 제작·배포
	선용품 다양화 및 표준화	선용품의 다양화 및 표준화를 통한 고객서비스강화
	원스톱 종합서비스	통합클러스터(선박급유시설, 배후단지, 선용품 공급시장) 참여를 통한 원스톱 종합서비스 제공

다음으로 IPA 기법을 활용하여 각 항목의 중요도와 현재수준을 비교하였으며, 중요도와 현재수준을 X축과 Y축으로 설정하고 IPA 사분면에 각 항목을 시각화 하였다. 그 결과 국제선용품유통센터 및 선용품협회 운영 활성화를 통한 글로벌 네트워크 강화와 선용품공급업체 대한 세금감면 등이 중점적으로 개선해야할 영역으로 나타났다. 즉, 다른 요인에 비해 정책측면의 중요도가 비교적 높은 것으로 나타났으나, 중요도와 현재수준을 비교해 보았을 때 가격경쟁력/협력측면 요인의 현재수준이 비교적 낮은 것으로 나타났으며, 따라서 글로벌 네트워크 강화와 전자상거래 구축을 통한 복잡한 유통구조 개선과 유통비용절감, 선용품공급업체 대한 세금감면 지원 등을 위한 협력적·정책적 개선 노력이 필요하다고 판단된다.

제2절. 연구의 한계 및 향후 연구방향

본 연구의 한계점 및 향후 연구방향은 다음과 같다.

첫째, 본 연구의 목적을 달성하기 위한 문헌연구는 선용품산업에 대한 국내의 저서, 논문, 관련기관의 자료 및 인터넷 자료를 수집·분석 하였으며 이를 통해 이론적 틀을 구성하였다. 이러한 이론적 틀을 바탕으로 해외 선진 선용품 시장 사례분석과 병행하여 국내 선용품 산업의 활성화 방안을 제시하였다는 점

에서 연구의 차별적인 의미가 있으나, 분석방법에 있어 변수간의 관계를 보다 종합적으로 고려하지 못한 부분은 다양한 외국 사례 및 문헌조사를 통하여 추후 연구가 필요할 것으로 사료된다.

둘째, 선용품 산업의 상호 배타적인 업계 특성상 내부조사와 연관된 설문조사에는 설문회수가 제한적이어서 대표성에는 한계가 있어, 향후 연구에서는 국내 전 지역으로 확대하여 폭넓은 조사를 통하여 보완해 나갈 필요가 있을 것이다.

아울러 선용품산업과 항만관련산업의 상관관계뿐만 아니라 범위를 폭넓게 확대하여 선용품 산업이 지역경제 및 국가경제에 미치는 영향에 대해서도 면밀히 파악하고, 국내에서의 활성화 방안 그뿐만 아니라 해외진출방안도 모색되어야 할것으로 생각된다.



참고문헌

- 강태수, 2005, “부산지역 항만서비스산업의 활성화 방안에 관한 연구 : 선용품산업을 중심으로”, 석사학위논문, 부경대학교
- 관세청, 2015, “선용품 거래 내역”, 정보공개청구
- 구민진, 2011, “부산항 선용품산업의 활성화 방안”, 석사학위논문, 동의대학교
- 길재민, 2013, “IPA를 이용한 금속가공용 품질 특성 연구”, 석사학위논문, 성균관대학교
- 김길수, 박병권, 2001, “선용품업계에서의 전자상거래 시장규모 예측에 관한 연구”, 한국해사문제연구소, Vol.334
- 김성국, 2006, “부산항의 부가가치화를 위한 선용품공급업 활성화에 관한 연구”, 한국마케팅관리학회, Vol.11, No.3
- 김응섭, 2006, “선용품센터 입지선정에 관한 연구”, 석사학위논문, 한국해양대학교
- 김찬호, 2006, “선용품공급업의 활성화 방안: 부산항을 중심으로”, 한국해양수산개발원(해양수산), No.260
- 김태순, 2010, “EPCglobal Network 기반 선용품 재고관리 시스템의 설계와 구현”, 석사학위논문, 부경대학교
- 류형근·김봉수·이홍걸·양권·이철영, 2003, “부산 항만물류산업의 실태에 관한 연구”, 한국해양항만학회지, Vol.28, No.5
- 민세홍, 2016, “선용품 공동물류 운영요인에 관한 연구”, 석사학위논문, 한국해양대학교
- 민세홍, 최훈도, 윤은영, 강달원, 김울성, 2015, “부산항국제선용품유통센터를 활용한 선용품 공동물류 운영방안에 관한 연구”, 한국항해항만학회 Vol.39, No.6
- 박병주, 2009, “신항에서의 고부가가치 창출방안”, 경남발전연구원
- 박영태, 우정욱, 김이곤, 2007, “부산항 선용품공급업, 선박급유업, 물류창고업 활성화 방안에 관한 연구: 항만물류클러스터 구축을 중심으로”, 한국유통경영학회, Vol.10, No.1
- 배백식, 2012, “항만물품공급업의 서비스품질요인이 고객만족 및 관계지향성에 미치는 영향”, 박사학위논문, 동명대학교
- 부산광역시, 2014, “부산항 선용품산업 활성화 종합 계획”

부산항만공사, 부산항국제선용품유통센터 브로셔, 입찰정보

울산발전연구원, 2013, “울산지역 선용품 업체 현황과 육성방안”

울산발전연구원, 2014, “울산시 산업경쟁력 제고를 위한 물류공동화 활성화 방안 연구”

이용운, 2015, “물류공동화의 협력결정요인과 성과에 관한 실증연구”, 박사학위논문, 한남대학교

유주영, 2015, “인천지역 크루즈 선용품 유통시장 기초연구”, 인천발전연구원

유해지, 2012, “IPA 분석을 통한 관광열차의 서비스 품질 평가와 타인 추천의도 연구”, 석사학위논문, 성균관대학교

임재욱, 2013, “부산항 선용품공급업의 현황과 활성화 방안”, 한국무역학회, Vol.38, No.3

장흥훈, 김경진, 2011, “광양항의 선용품공급 확대를 위한 e-Marketplace 구축 방안”, 한국통상정보학회, Vol.13, No.1

최근배, 2010, “항만물류산업 분류에 관한 연구”, 무역연구, Vol.6, No.3

채서일, 2006, “사회과학 조사 방법론”, 학현사

최윤정, 2008, “선용품 공급업체 선정 의사결정에 관한 연구”, 석사학위논문

하명신, 2007, “부산항 선용품유통센터 건립에 대한 법리적 고찰”, 한국국제상학회, Vol.22, No.1

하태영, 2013, “국내 항만관련 산업 실태분석 및 경쟁력 강화방안”, 항만물류전망대회

한국해양수산개발원, 2006 “항만물류산업의 클러스터화 및 활성화 방안 연구”

한국무역협회, 2014, “Trade Brief”, Clarkson재정리

해양수산부, 2014, “2014년 해양수산주요통계”

해운산업신문, 2014, “부산항 “국제선용품유통센터” 운영 활성화 방안

(사)한국선용품산업협회, 2015, “2015년 주요업무 추진계획”

BS금융경영연구소(2014), “BS경제인사이트”, Clarkson 재정리

KMI(2014), “Shipping Review & Outlook, Spring”, Clarkson 재정리

국제신문, <http://kookje.co.kr>

네이버 지식백과, <http://www.naver.com/>

물류신문, <http://www.klnews.co.kr>

부산발전연구원, <http://www.bdi.re.kr>

울산항만공사, <http://www.upa.or.kr>

인천항만공사, <http://icpa.or.kr>

코리아쉬핑가제트, <http://www.ksg.co.kr>

한국선용품산업협회 <http://www.ikssa.org>

해운산업신문, <http://www.cargotimes.net/>

한국해양수산개발원, <http://www.kmi.re.kr/>

해운항만정보센터, <https://www.spidc.go.kr/>



선용품 공급업 활성화 방안에 관한 연구

<주요 업체 대상 설문>

안녕하십니까?

본 설문조사는 선용품산업의 실태와 문제점 및 활성화 방안에 대한 조사를 통해 우리나라 선용품산업의 경쟁력 강화 방안을 도출하기 위함으로써 선용품 공급업체들을 대상으로 그 의견을 수집하는데 목적이 있습니다.

각 질문에 대한 정답은 없으며 귀하가 생각하고 느끼시는 대로만 답하여 주시면 됩니다. 통계법에 의하여 귀하의 응답내용은 절대 비밀이 보장되며, 본 설문조사 결과는 연구 목적 외에는 결코 사용되지 않음을 밝혀둡니다.

설문지에 대한 문제점이나 의문점은 아래의 연락처로 연락을 주시면 즉각 답변을 해 드리겠습니다.

바쁘시겠지만 귀하의 성실하고 진솔한 응답을 부탁드립니다.

아울러 귀사(원)의 무궁한 발전을 기원합니다.

2016년 10월

[연락처] 코리아나 오션 쉬핑 황 성 민

전 화 번 호 : 051) 941-4774

팩 스 : 051) 941-4776

이 메 일 : leo@kosocean.co.kr

(작성하신 내용은 팩스나 이메일로 보내주시면 감사하겠습니다)

한국해양대학교 해양금융·물류대학원 해운항만물류학과

■ 지도교수 : 권문규 교수

■ 연구자 : 황성민

■ 선용품 공급업의 활성화 방안에 대한 요인은 다음과 같습니다.

구분	요인
가격경쟁력/협력측면	국제선용품유통센터 및 선용품협회 운영 활성화를 통한 글로벌 네트워크 강화
	전자상거래 구축을 통한 복잡한 유통구조 개선과 유통비용절감
	공동구매를 통한 단위당 원가 절감
	공동 창고 운영을 통한 보관비용과 운영비용의 절감
정책측면	공동화 참여 화주 및 물류기업 지원
	선용품 공급업체 대한 세금감면 지원
	통관절차 간소화 및 환급절차 간소화
	입항선석 확대를 위한 통과선박자유항제도의 확대
마케팅/서비스측면	선용품 산업 홍보사이트 개설
	선용품 전시회 혹은 박람회 개최와 통합 카탈로그의 제작·배포
	선용품의 다양화 및 표준화를 통한 고객서비스강화
	통합클러스터(선박급유시설, 배후단지, 선용품 공급시장) 참여를 통한 원스톱 종합서비스 제공

■ 설문작성 시 유의사항

- 평가 항목 간 비교는 A가 B에 비해 상대적으로 얼마나 중요한지(또는 적절한지)를 평가하는 것입니다.
- 선용품 공급업 활성화 방안을 위해서 어떤 항목의 역할이 더 중요하다고 생각하십니까?

평가 항목	절대 중요	매우 중요	중요	보통	중요	매우 중요	절대 중요	평가 항목
정책 측면	⑦	⑤	③	①	④	⑤	⑦	마케팅/서비스측면

(위 예는 개인적으로 정책측면과 마케팅/서비스측면을 비교할 경우, 마케팅/서비스측면의 역할이 정책측면에 비해 '중요하다'고 생각하는 경우입니다.)

■ 선용품 공급업 활성화 방안을 위해서 어떤 항목의 역할이 가장 중요하다고 생각하십니까?

평가 항목	절대 중요	매우 중요	중요	보통	중요	매우 중요	절대 중요	평가 항목
가격경쟁력/협력측면	⑦	⑤	③	①	③	⑤	⑦	정책측면
가격경쟁력/협력측면	⑦	⑤	③	①	③	⑤	⑦	마케팅/서비스측면
정책측면	⑦	⑤	③	①	③	⑤	⑦	마케팅/서비스측면

■ 다음은 선용품 공급업의 활성화 방안에 대한 요인의 중요도와 현재수준에 각각
√ 표시해 주십시오.

구 분		중요도				현재수준					
		매우 높음	높음	보통	낮음	매우 낮음	매우 높음	높음	보통	낮음	매우 낮음
가 격 경 쟁 력 / 협 력 촉 진	국제선용품유통센터 및 선용품협회 운영 활성화를 통한 글로벌 네트워크 강화	⑤	④	③	②	①	⑤	④	③	②	①
	전자상거래 구축을 통한 복잡한 유통구조 개선과 유통비용절감	⑤	④	③	②	①	⑤	④	③	②	①
	공동구매를 통한 단위당 원가 절감	⑤	④	③	②	①	⑤	④	③	②	①
	공동 창고 운영을 통한 보관비용과 운영비용의 절감	⑤	④	③	②	①	⑤	④	③	②	①
정 책 촉 진	공동화 참여 화주 및 물류기업 지원	⑤	④	③	②	①	⑤	④	③	②	①
	선용품 공급업체 대한 세금감면 지원	⑤	④	③	②	①	⑤	④	③	②	①
	통관절차 간소화 및 환급절차 간소화	⑤	④	③	②	①	⑤	④	③	②	①
	통관선박자유항제도의 확대	⑤	④	③	②	①	⑤	④	③	②	①
마 케 팅 / 서 비 스 촉 진	선용품 산업 홍보사이트 개설	⑤	④	③	②	①	⑤	④	③	②	①
	선용품 전시회 혹은 박람회 개최와 통합 카탈로그의 제작·배포	⑤	④	③	②	①	⑤	④	③	②	①
	선용품의 다양화 및 표준화를 통한 고객서비스강화	⑤	④	③	②	①	⑤	④	③	②	①
	통합클러스터 참여를 통한 원스톱 종합서비스 제공	⑤	④	③	②	①	⑤	④	③	②	①

※ 다음은 설문지의 정확성을 높이기 위한 질문입니다.

회사명			
주소	(우편번호 : -)		
작성자	부서명		E-mail
	성명		전화번호
	직위/근무년수	/	팩스번호

감사의 글

어느덧 대학원 생활을 마무리 하고 논문을 마치며 ‘감사의 글’을 접합니다. 학업과 직장생활을 병행하는 것이 결코 쉽지 않았지만 뒤통지지 않고 무사히 학위를 마칠 수 있었던 것은 그 동안 저를 도와준 많은 분들이 있었기 때문입니다.

무엇보다도 이 논문의 처음 연구계획에서부터 완성에 이르기까지 학문적 기틀을 잡아 주시고 친절하고 소상한 가르침을 베풀어 주셨던 권문규 교수님께 진심으로 존경과 깊은 감사를 드립니다.

논문심사과정을 통하여 아낌없는 격려와 지도를 하여 주신 남기찬 교수님, 신창훈 교수님, 김환성 교수님, 안기명 교수님께 감사드립니다. 또한 매 학기마다 큰 열정으로 심도 있는 강의를 해주신 장명희 교수님, 류동근 교수님, 김율성 교수님, 신영란 교수님께도 감사드립니다. 특히 바쁜 학사일정에도 자료수집과 설문조사 및 집필에 많은 도움을 준 김현규 학생 모두 대단히 감사드립니다. 교수님들의 충고와 조언을 통해 많은 지식을 쌓을 수가 있었고 해운항만에 대한 보다 넓은 안목을 갖게 되었습니다.

배움에 대한 열정과 의지를 함께 해주시고 격려와 배려를 아끼지 않으셨던 해운항만물류학과 김정호 기장님, CEO과정부터 늘 곁에서 친구처럼 함께해준 최성일 이사님, 만나면 즐거운 김승애 이사님과 권정대 대표님 그리고 많은 20기 동기분과 선배님들, 후배님들에게 고개 숙여 감사드립니다.

또한, 석사 과정을 무사히 마칠 수 있도록 배려해 주고 늘 곁에서 따뜻하게 도와 준 아내와 세 아이들에게도 가득한 존경과 사랑을 드리며 이 작은 결실의 기쁨을 함께 하고자 합니다.

마지막으로 지면으로 통해서 일일이 언급을 하지 못했지만 그 동안 저를 아끼고 사랑해주신 모든 분들께 다시 한 번 진심으로 감사드립니다.