

베트남, 베트남 제조사가 느끼는 해외 유통채널의 압력

2018년 5월 22일

□ 키워드 : 해외 유통채널

□ 베트남 제조사

■ 상품 유통

○ 상품 진출

- 베트남 제조업체에서는 외국계 기업의 현대식 유통채널을 통한 상품 유통에 어려움을 겪고 있음

○ 운송비 부담

- 농장에서 생산한 농산물이 슈퍼마켓 선반에 진열되어 소비자가 구매할 수 있게 되기까지 여러 단계를 거치며 평균 5~7일이 소요됨
- 슈퍼마켓에서는 매번 소량의 상품을 주문함에 따라 제조사에서는 운송비의 부담이 늘어나고 있음

□ 해외 유통채널

■ 해외 소매업자 특징

○ 시장 우위

- 자본, 기술, 사업경험 등에서 우위

○ 기여

- 해외 소매업자는 베트남 내 현대식 소매채널에 기여

■ 해외 슈퍼마켓의 압력

○ 대금지급 연기

- 슈퍼마켓에서는 상품전달 후 30일 이내에 지불을 하기로 약속하나, 종종 슈퍼마켓에서 대금지급을 미루는 일이 발생함
- 이러한 상황에서 자본이 적은 소규모 베트남 제조사들은 생산유지 또

는 재투자에 어려움을 겪고 있음

○ 접근 차단

- 일부 소매업자는 공급자에 여러 비용을 청구함으로써 이들의 접근을 막고 있음
- 이는 공급자와 제조사에 좌절감을 안겨주며, 국내생산에 부정적 효과를 가져옴

○ 요구 할인율

- 슈퍼마켓은 제조사에 상품가의 23~25% 할인을 요구

□ 유통채널

○ 이윤 배분

- 하노이슈퍼마켓협회에 따르면, 베트남 상품이 소비자에 전달되기까지 다수의 중개인을 거치며, 소비자는 비싼 가격을 지불하고 있음
- 이윤 배분에서 제조사가 차지하는 비중은 일반적인 수준임에 비하여, 공급망 중 소매업자와 중개인은 높음

○ 소매채널의 힘

- 현대식소매채널(슈퍼마켓, 편의점, 미니마트)는 전체 판매량의 50%를 차지
- 소매채널을 통제하는 기업은 상품의 보급, 상품의 품질 기준 확립, 유통 조건, 할인율, 상품종류를 결정할 수 있는 힘을 가지고 있음

○ 제조사의 의존

- 이로 인하여 베트남 제조사는 현대식유통채널에 의존적이며, 소매업자가 설정한 기준을 받아들이고 있음
- 제조사들은 슈퍼마켓에 제품 입점시 많은 비용 지불과 거부시 중요유통채널의 손실 사이에서 고민중

□ 출처

< 관련 기사 >

1. Vietnam Net, 'SMEs say foreign retailers control distribution channels', 2018.5.11.

<http://english.vietnamnet.vn/fms/business/200257/smes-say-foreign-retailers-control-distribution-channels.html>