

'퀵 서비스' 를 사업 아이템으로

우리는 일상생활에서 생활을 하다보면 여러 가지 바쁜 일들이 종종 생긴다. 크고 작은 일이지 만 지금같이 교통지옥을 뚫고 빠른 시간안에 전달하기는 더더욱 힘든 일이다. 빠른 현대생활 속에 시간은 곧 돈이다. 이번달에는 오토바이 택배의 대명사인 '퀵 서비스' 를 IP사업 아이템 으로 연결시켜 본다.

김철규/ SOHO-IP 컨설턴트

모 두가 시간에 목숨을 걸고 시간 절약형 사업을 발굴하려고 야 단들이다. 한달에도 두세가지 새로운 창업서비스가 즐비하게 탄생 하고 있다. 현대는 스피드 시대. 빨라 진 사회 흐름속에 대변하는 각종 사업 들이 속속히 선보이고 있지만, 자신에 맞는 신사업을 고르기는 힘든 일이다. 대부분 팩스나 우편으로 처리하기 힘들거나 1~2시간내에 배달을 요하 는 물건의 전달을 대행하는 오토바이 서비스업이 성장할 수 있었던 것은 소비자의 needs를 제대로 파악했기에 때문이다.

택배업, 퀵 서비스는 일본에서 만 들어진 말로써 법이나 행정 용어로 등 록이 되어 있지는 않지만 우리나라에 서 그대로 쓰이는 독특한 용어이다. 요즘 오토바이로 배달을 하는 퀵 서비 스, 화물차로 짐을 배달하는 택배서비 스 모두 신종업종이나, '시간+돈' 이 곧 '대행서비스' 라는 등식이 성립되 는 사업이다. 또다른 말로는 딜리버리 산업이라고도 하며 이 업종에 종사하

〈전국 퀵 택배서비스〉	SPEED	스피드배달사 (02)777-8282
(해외 택배 흡쇼핑)		(국내 택배 오토바이서비스)
1. DHL worldwide express		21. 현 대 물 류
2. Federal Express		22. 경 동 화 물
3. TNT Express worldwide		23. 일 송 택 배
4. U P S		24. 한 서 택 배
(배달프라자)		25. 용 마 유 통
7. 고객의소리/택배안내		26. 한 진 운 수
8. 주문 확인/취소		27. 대 광 운 수
9. 택배 비용견적		28. 칠 공 운 수

원하는 시간에 전세계 어느곳이던지 배달해 드립니다. ...ONE WAY.....

〈그림 1〉 퀵 택배서비스 흡쇼핑정보 메뉴 만들기

는 사람은 3,700명 정도로 향후 부가 가치가 높은 분야이다.

사업성 수요분석

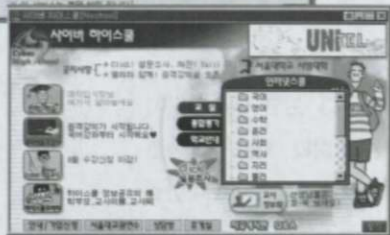
현재 114에는 퀵 서비스란 이름으로 등록된 회사가 50여곳이 된다. 원래 퀵 서비스는 물론 한곳이지만, 신생업체들이 상호를 퀵 서비스로 등록하는 데는 이유가 있다. 일반인들이

오토바이 택배는 무조건 퀵 서비스라고 생각하기 때문이다.

처음 이용하는 사람은 114에 퀵 서비스 전화번호를 문의하고, 안내원은 수십개의 퀵 서비스중 한곳의 번호를 알려준다. 그중 한 번씩만 걸려도 손님을 잡을 수 있게 된다. 실제 상호는 국제 퀵 서비스, 나래 퀵 서비스, 월드 퀵 서비스, 베스트 퀵 서비스 등



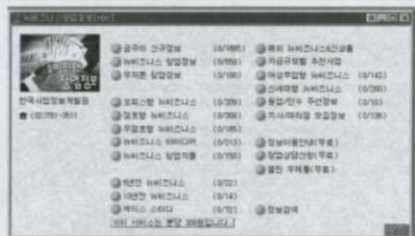
(그림 2) 연예인 소장품 경매. 연예인상품을 클릭 서비스 응용사례



(그림 3) 비디오방. 대중들의 흥미를 겸비한 클릭 서비스 응용사례



(그림 4) 비디오방. 대중들의 흥미를 겸비한 클릭 서비스 응용사례



(그림 5) 뉴비즈니스 창업정보. 창업정보 전달 클릭 서비스 응용사례

붙일 수 있는 단어는 다 갖다 붙여놓고 있기 때문에 PC통신에 택배 흡소핑 수요는 어느정도 짐작을 할 수 있으리라 생각된다.

PC통신 택배 흡소핑을 이용할 대상으로는 기업체 홍보실이나, 언론사, 사진, 필름 업무종사자들이 다수를 차지하며, 개인 이용자는 70%정도며, 주로 선물이나 축의금전달에 이 서비스를 이용한다. 택배서비스 업무흐름도를 잠깐 살펴보면, 오토바이 택배

서비스료는 건당 평균 1만원이며, 하루 10건을 처리하면 기사에겐 10만원 안팎의 수입이 생긴다.

이 중 1만~1만2천원을 회사에 입금한다. 기사가 챙기는 돈은 9만원 내외로 한 달에 25일을

일하면 220만원 정도의 돈을 손에 쥌 수 있다는 계산이 나온다. 그러나 실제로 하루에 10건씩 계속 일을 하기가 생각만큼 쉽지 않다. 전후 사정 감안하고 오토바이 유지비를 뺀후 기사의 한달 실제 수입은 160만-170만원선이다.

이러한 계산통계만 봐도 IP사업으로 운영하기에는 역부족인 것으로 생각되나 계절성이 짙은 사업들은 일정 기간안에 수익을 낼 수가 없다. 다시말하면 특정아이템이 때문에 홍보도 중요하지만 택배업체와의 유기적인 관계를 항상 유지하는 것이 특히 중요하다. 당장 사업이 안된다고 IP아이템을 바꾸는 것은 조금 생각해 보는 것이 좋을 것 같다.

클릭 택배 흡소핑을 위한 준비

우선 택배서비스와 클릭 서비스를 잘 구분해야 한다. 그 개념을 잘 모르고서는 IP사업에서도 낭패를 보기 십상이기 때문이다. 택배시장을 잠깐 보기로 하자. 현재 우리나라에는 4대 외국계 택배업체들이 택배시장을 점령하

고 있다.

세계 시장을 분할 점령하고 있는 이들은 현재 걸음마 단계인 국내 업체들을 뒤로하고, 한국내 국제 특송시장의 85%이상을 점유하고 있는 것으로 나타나고 있다. 세계 4대 택배 업체인 이들의 국내 시장 활약상을 보면 DHL이 한발 앞서 가고, FEDEX와 TNT가 뒤를 따르고, UPS가 추격하는 양상이다. 오토바이 클릭 서비스는 허가제가 아닌 등록제라 업체수를 정확히 파악하기는 불가능하다.

서울에만 300-400여개 업체가 난립하고 있는 것으로 나타나고, 전국적으로는 500여개에 이를 것으로 보인다. 이중에 선두다툼을 하고있는 클릭 서비스와 메신저서비스는 250여명과 150여명의 기사를 보유한 업체로 상당한 점유율을 차지하고 있고, 두업체를 제외한 나머지 업체는 대부분 영세성을 면치 못하고 있으며, 보유기사도 20명 안팎으로 나타나고 있다.

지금까지는 택배서비스와 클릭 서비스에 대해 간략하게 설명했지만 IP사업을 하기 위해서는 빅4와 클릭 서비스 업체를 잡아야 한다. 택배시장은 여러 업체가 있기 때문에 처음에 접촉할 때는 택배시장의 저변확대를 위해 또 다른 시장을 개발해 늘어난 일감을 제공한다는 개념으로 접근해야 할 것이다.

워낙 이시장은 업체간의 경쟁이 치열한 시장이라 한 업체만이라도 계약할 수가 있다면 반타작은 쉽게 할 수가 있을 것이다. 택배업체와 협상시 관건이 되는 것이 배분비율인데 보통 5:5정도로 협상한후 1년이상이 되면 6:4(IP:택배)로 재계약하는 방법도 좋은 방법이다.

전체적인 비율을 보면 (3:3:4=통신사:IP:택배)로 나가야 업체의 신뢰도 쌓고, IP의 인지도를 그대로 반영할 수가 있기 때문이다. 또, 중요한 요소로 홈쇼핑의 한 장르로 생각하고 물건의 배송과정에 잘못 전달되거나, 시간내 도착하지 못할 경우의 처리문제도 한 번쯤 생각해 봐야한다. 보통은 정상적으로 배달되지만 특이한 상황이 벌어질 경우를 완전히 배제할 수 없기 때문에 대비책을 강구해 두어야 한다.

기본적인 메뉴구성은 그림을 참조하고, 추가적인 아이템이나 운영의 묘미를 살리기 위해 인터넷의 홈쇼핑 상황을 그때마다 자료를 올려놓는 것도 좋을 것이다.

스피드 퀵 택배

한국사람들은 아침에 일어나면서부터 빨리빨리 습관에 젖어 출근전쟁부터 퇴근전쟁까지 모두가 빨리병에 어느정도 물들어있다. 이러한 유행이 무색할 정도로 이색서비스 업종이 앞다투어 생겨나고 있는데, 그중에 보약배달, 민원서류배달 등 그저 들어보기만 했던 것들도 수도룩하다.

전화 주문만 하면 '도어 투 도어'로 연결된다. 병원 진료가 끝난 뒤 약을 받아 가느라 몇시간씩 기다리는 것을 좋아하는 사람은 없다 그래서 환자는 집으로 돌아가 쉬고 있으면 약을 가정으로 배달해주는 조제약품 서비스가 나타났고 이용자들이 많다고 한다.

가족중에 고혈압이나 당뇨병을 앓고 있는 식구가 있다면 식단짜기가 여간 곤란한 게 아니다. 이같은 성인병

〈표 1〉 주요 택배관련 수송업체 컨택포인트

회사명	대표	주 사무소	차량
대한통운	김여환	광주.수원.대전.마산	128
한진	이태원	인천	396
현대물류	박세웅	춘천	201
합동	백영창	수원	134
경동화물	백영길	천안	114
대신택배	오주열	청주	168
일송택배	백영희	서울	85
한서택배	김용철	서울	79
철공운수	김태석	대구	44
웅마유통	장인상	용인	31
한진운수	차상원	대구	19
대광운수	감경식	대전	15

〈표 2〉 BIG4 딜리버리서비스 업체 분석

업체명	국내진출형태	국내 제휴사	영업개시	항공기보유	국내/해외영업소
DHL WORLDWIDE EXPRESS	총대리점계약	일양익스프레스	77.2	290	38/227개
Federal Express	*	프라이엑스	88.9	583	20/212개
TNT Express worldwide	*	티엔티익스프레스	83.12	300	18/220개
UPS	조인트벤처	대한통운	88.10	540	35/230개

〈표 3〉 각 PC통신사별 킷택배정보 관련서비스 분석표

서비스 구분	유니텔 (쇼핑프라자)	하이텔 (홈쇼핑)	나우누리 (쇼핑센터)	천리안 (쇼핑센터)
O	식품/특산품 생활용품 귀금속/의류	레저/스포츠 주류/특산품 언더웨어/향수	거래서비스(8개) 거래정보(3개)	농/수산물/우편식품 가정용품/백화점 와인/건강식품
분야별 홈쇼핑 분류임	도서/음반/CD 컴퓨터	시계/귀금속 보험월드	기획매장안내(3개)	통신기기 꽃/케이크배달
X	택배 홈쇼핑 배달 서비스			

은 병원 치료도 중요하지만, 식사요법이 중요하기 때문이다. 가정에서 끼니마다 정확하게 칼로리를 계산해 음식을 만들기가 쉽지 않다. 이처럼 식이요법이 요구되는 환자들에게 체질에 따라 다른 음식을 배달해주는 치료식 전문업체 '닥터푸드'가 생겨났다.

이렇게 다양한 택배서비스를 IP아이템으로 소화해 큰 수익을 올릴 수 있을 것으로 판단된다. 현대는 뉴트

랜드를 각 구매층에 맞게 개발해 조금이라도 편한 시스템이 있으면 활용하는 시대이므로 택배 킷 홈쇼핑을 통신서비스로 이용한다면 이용자층한테 상당한 어필을 할 수 있을 것으로 예상되므로 빠른시일에 사업계획서를 작성하여 QUICK ACTION을 해보시기 바랍니다. 