

화학기업도 물류서비스 아웃소싱?

상의, 기업 물류비 55.6% 아웃소싱 ... 개인 소비자도 35.1회 택배

기업들이 비용절감을 위해 물류분야를 제3자 물류회사에 위탁하는 추세가 확산되면서 물류 아웃소싱 비용이 기업 전체 물류비의 55.6%를 차지하는 것으로 조사됐다.

대한상공회의소가 5월9일 발표한 국내 100개 제조·유통기업과 7대 도시민 500명을 대상으로 실시한 <2005년 국내 물류서비스 이용 실태조사>에 따르면, 기업들의 물류 아웃소싱 비중은 최근 4년 사이 21.8%p 높아졌다.

기업의 물류 아웃소싱 비중이 높아진 것은 경기침체에 따른 기업들의 물류비 절감노력이 반영된 결과로 유통기업(58.8%)이 제조기업(54.7%)보다, 대기업(57.8%)이 중소기업(47.3%)보다 물류 아웃소싱이 활발한 것으로 조사됐다.

국내 물류기업들이 주력해야 할 서비스로는 물품파손 최소화(22.2%), 물류서비스의 전문화(22.2%), 인력의 자질 강화(20.2%), 하주기업과 물류기업 상호 커뮤니케이션 강화(14.1%) 등을 지적했다.

또 개인소비자들은 신속한 불만처리(24.8%), 배달지연 감소(16.4%), 택배업 종사자들의 친절교육(16.0%), 물품파손 최소화(15.8%) 등에 신경써줄 것을 요구했다.

물류기업이 제공하는 서비스와 가격에 대해서는 가격 부분의 만족도가 가장 높았고, 개인은 편리성에 가장 높은 점수를 주었다.

한편, TV홈쇼핑, 인터넷쇼핑 산업의 성장에 따라 개인소비자의 택배 이용횟수도 1인당 연간 35.1회에 이르는 등 택배 이용도 활성화되고 있는 것으로 조사됐다.

개인택배를 통해 오가는 물품은 식료품(47.2%), 의류(24.0%), 생활용품(19.8%) 등이며 택배 이용물품의 가격대는 5만~10만원(37.8%), 3만~5만원(31.0%), 10만~20만원(16.0%) 순이다.

택배 발송주문은 전화(76.4%)나 인터넷(16.8%)으로 하고 수취는 자택이나 사무실(90.0%)이 압도적으로 많았다.

택배 이용자는 성별로 여성(연 38.7회)이 남성(29.4회)보다 많았고, 연령별로는 30대(52.9회), 20대(40.1회), 40대(30.2회), 50대(21.0회) 순이었다.

<화학저널 2005/05/10>