

# 철도화물 운송 활성화 방안 연구

## A Study on the Vitalization of Rail Freight Transportation

윤극로\*      김지표\*      문대섭\*  
Yoon geuk ro      Gim ji pyo      Moon dac seop

### Abstract

This study is to examine the competitiveness of railroad freight transportation and build and activate railroad freight transportation strategy in terms of operation, such as logistics structure and manpower, and marketing strategy, that it could improve the efficiency of railroad freight transportation and maximize profitability.

### I. 서론

2004년 4월 1일 세계5번째 고속철도의 성공적인 개통과 더불어 2005년 정부부처 형태의 철도청이 여객과 화물 운송의 영업을 주로 맡는 민간기업 형태의 "철도운영공사"로 운영체제의 변화를 목전에 두고 있다.

이러한 운영체제의 변화와 고속철도의 개통으로 인한 인적,물적 수송혁명 시대의 도래 및 사회 환경적 비용이 상대적으로 저렴한 철도의 역할을 증대하고자 하는 공감대 형성, 또한 동북아 물류중심지화를 위한 연계철도망 구축 등 철도 수송환경의 급속한 변화에 대비하고 철도화물 운송 효율성 향상을 기하기 위하여 철도화물 운송이 안고 있는 제반 문제점을 도출해 보고, 운영적 측면에서 철도화물 운송 활성화를 위한 조직, 물류인력 및 운송사업자(Freight Forwarder)의 육성, 물류마케팅 전략 수립과 활성화를 통하여 철도화물 운송의 활성화 및 수익성 증대에 기여하리라 본다.

-----  
\* 연세대학교학원 석사과정, 정회원  
\* 철도진흥대학원 교수  
\* 한국철도기술연구원

## II. 철도화물 운송의 문제점

교통수단간의 부자의 불균형으로 인한 철도시설에 대한 투자부족으로 선로용량 및 철도시설, 물류기지의 부족으로 인한 어려움과 여객수송위주의 철도수송 정책으로 인하여 화물운송분야의 어려움이 가중되어 왔으나 고속철도의 개통으로 일부구간의 병목현상이 해소되고 다소간의 선로용량의 여유로 인하여 화물열차의 운행회수 증가가 예상되나 근본적인 수송용량의 확대는 고속철도의 완전한 개통이 이루어지는 2010년에 가능한 것으로 보이며 철도화물 운송분야의 획기적인 증대도 2010년이 지나야 가능한 것이다.

또한 수송환경의 변화를 주도할 조직체계의 미흡으로 인한 적극적인 물류마케팅 및 전문인력인 물류인력의 확보에 어려움이 있고 이러한 부문을 타개하기 위하여에도 여객수송 부문과의 사업을 분리하여 독자적인 정책실현이 가능한 완전한 사업본부체로의 정책이 필요하리라 본다.

## III. 운영적 인 측면에서의 철도화물 운송 활성화 방안

### 1. 사업본부체로의 조직체계 정착

사업본부체는 사업부를 편성하여 수익성 제고, 전문성 강화, 생산성 증대등으로 경영체제를 구축한 조직 형태로 사업단위별로 독자적인 상품개발, 판매, 관리 권한을 부여하여 독립채산제를 실시하기 때문에 각 사업부의 권한내에서 전략 영업 및 성과 등에 대해 책임을 지게되고, 사업본부장은 본부내의 인적, 물적, 자원을 통괄하는 권한을 부여받고 본부내 인원에 대한 교육, 배치, 급여 등 인사권을 통괄하는 등 권한을 행사하는 데 반하여 현재의 물류사업본부체는 약 40여명의 인력으로 독자적인 업무수행이 불가능 할뿐더러 사업본부체의 근본위치인 독립적인 경영활동이 가능한 본부장직의 임기 및 예산, 인사권이 주어지고 전문적인 물류마케팅을 실현할 부서를 설치하여 독립적인 사업추진이 가능한 사업본부체로의 정착이 필요하리라고 본다.

### 2. 내부마케팅(Internal marketing)의 활성화 및 지속적 추진

철도청 조직도 서비스 기업으로 서비스 기업은 종사원에게 전적으로 의존한다고 볼수 있다. 서비스는 수행활동이며 일반적으로 종사원과 분리해서는 생각할 수 없기 때문이다. 만약 종사원들이 고객의 기대를 충족시키지 못하면 진정한 서비스가 이루어 졌다고 할 수는 없을 것이며 그리므로 서비스 조직인 철도청이 종사원의 자결에 투자하는 것은 제조업체가 제품의 품질에 투자하는 것과 같은 의미이다.

이와 같은 과정에서 서비스 마케팅을 성공적으로 수행하기 위하여는 내부종사원에 대한 마케팅을 성공적으로 수행해야 한다. 내부 마케팅이란 종사원의 욕구를 만족시키는 직무( Job product)를 통해 자각있는 종사원을 유지하고, 개발 동기부여하여 이들을 보유 또는 유지하는 것을 말한다.

내부 마케팅은 종사원을 진정한 고객으로 다루는 철학으로서 서비스 기업의 완전한 외부 마케팅을 실현하기 위하여 실시하여야 하는 원칙이다.

### 3. CRM( Customer Relationship Management )

고객관계관리( CRM )란 신규고객의 획득, 기존고객의 유지 및 고객 수익성 증대를 위하여 지속적인 커뮤니케이션을 통하여 고객 행동을 이해하고 이에 영향을 미치기 위한 통합적인 접근이다.

철도청에서도 고객관계관리를 위하여 우수고정고객(화주)에게 인센티브 제공 즉, 철도화물 운임이 연간 납부액이 30억원 이상인 업체의 대표에게는 모든 열차를 1년간 무임으로 이용할 수 있는 혜택을 부여하고, 철도운송 중대에 기여한 화주 및 장거리 수송화물의 할인 혜택 적용등 다양한 방법을 적용하고 있으나 고객(화주)의 마음을 사로잡을 수 있는 관계마케팅에는 극히 미약하여 지속적인 고객관계관리를 할 필요성이 있다.

### 4. 물류전문인력의 확보

철도화물에 대한 전문인력의 부족 및 여객화물 공동역의 종사자가 많아 여객 및 화물업무의 경직이 많으며 이들이 취급하는 화물업무가 미미한 실정으로 전문적인 물류인력 육성이 어려우므로 철도화물 업무의 전문화 및 타분야 물류업체와의 경쟁에 대비하여 기업경영 마인드 및 철도물류 마케팅업무에 전문적인 자질을 소유한 인력의 확보가 필요하며 공사회사 타운송분야에서 활동하고 있는 물류관리사의 특채도 고려하고 현 재직자의 전문성 확보를 위한 교육 및 자격증 취득(물류관리사)에 청차원의 적극적인 배려도 필요할 것으로 본다.

### 5. Freight Forwarder의 육성

이는 운송을 위한 고객의 대리인으로서 송화인의 화물을 인수하여 수화인에게 인도할 때까지의 집하, 입출고, 선적, 운송, 보관, 배달 등 일체의 업무를 주선해 줄뿐만 아니라 복합운송체제하에서 스스로 운송계약의 주체가 되어 복합운송인으로서 복합운송 증권을 발행하여 전구간의 운송책임을 부담하는 자를 말한다.

이러한 복합운송의 주체자로서의 역할을 할 수 있는 운송사업자인 “코레일 로지스”가 철도청(지분 49%)과 과발마, 흥익회 등산하기관(51%)에서 10억원을 출자하여 철도청의 철도운송영업 대행업체로 대한민국 수도권 내륙물류의 거점이라고 할 수 있는 경기도 의왕시 부곡동에 있는 경인 ICD내에 설립하였다.

그동안 철도청내에서 하지 못했던 Door To Door 서비스를 대행함으로써 철도일관운송체계를 구축하고, 철도물류 마케팅을 수행하고, 그동안 일부 운송업자 위주의 영업을 하여 왔던 체제에서 “철도운송 위주의 영업” 활동을 통하여 철도간선을 이용한 항만과 화주의 공장까지를 연계하는 복합운송(intermodal transportation)서비스로 연계하고 육상운송을 겸하는 사업을 함으로서 문건수송이 가능케 하는 수송의 완결성을 해결하고 각 지역의 물류거점내에 Freight Forwarder을 육성하여 간선은 철도로 문건수송은 운송사업자로 연계하여 철도화물 운송의 적극적인 영업활동이 있어야 하겠다.

#### IV. 결론

철도는 2004년 4월 1일 경부고속철도가 여객수송 위주로 개방됨에 따라 기존 철도의 개편성을 통한 화물수송 위주의 체제 구축이 필요하고 2005년 정부부처 형태의 철도청이 민간기업 형태의 운영공사로 전환됨에 따라 화물운송체제도 수익성 추구하고 사회적 공익에 부응할 수 있도록 하기 위하여 적극적인 영업조적인 마케팅이 필요하고 장기적으로는 남,북 철도 및 대륙철도와의 연계에 대비하기 위하여 이에 적합한 수송체계를 확립하는 등 다양한 수송환경의 변화에 대처하여야 할 것이다.

특히 정부의 거시적 정책지원도 절실히 요구되나 철도 내부적으로 할수 있는 운영적인 측면에서의 효율화 방안을 적극 발굴하고 실현한다면 철도화물 운송의 앞날도 낙관적인 희망이 보일것으로 생각된다.

#### 참고문헌

1. 권익현,임병훈,안광호(2002). 마케팅(관리적 접근) 경문사
2. 임동철(1988). 이른바 "Freight Forwarder"의 지위와 책임에 관한 고찰. 해법회지
3. 옥선종,추창엽(1997) 물류론. 영풍문고
4. 한국 NCR컨설팅그룹(2000). CRM의 이분과 사례. 한국능률협회