

월드컵 축제를 운송한 포워더

박 채 성
카고프레스 기자

사막의 뜨거운 열풍과도 같은 월드컵 열기가 전 세계를 아니 전세계를 들끓게 하고 있다.

한 달간 지속될 열광의 도가니는 더욱더 불같이 타오르고 있다. 월드컵의 매 경기가 폭죽을 터뜨리 듯이 축제분위기를 연달아 이끌 것이며, 월드컵이 끝나더라도 결승전 명승부는 지구인 모두의 가슴속에서 마지막 열기를 불태울 것으로 생각된다.

이러한 월드컵 경기에도 포워더 및 익스프레스 업체가 한 몫을 했다는 사실을 일반인들이 잘 알 수 있을까.

메스타종합운송, 대한통운국제물류, 대한통운 등 포워더 업계의 내노라 하는 업체들이 피파의 공식 월드컵 공인구인 피파노바, 방송장비, 심지어는 월드컵 입장권까지 운송을 담당했다.

하나 하나 모두 매우 중요한 소품인 것이며, 월드컵 경기에 신속하고, 안전하고, 정확하게 투입되어야 한다. 이를 아무런 문제없이 소화해 냈음은 자명하다.

포워더의 역할을 그대로 보여준 사례였다고 할 수 있다.

포워더는 국제운송의 주역

이같은 역할에도 불구하고 포워더의 위상이 너무 저평가되어 있는 것이 지금의 현실이다.

사실 무역을 하지 않고서는 우리나라는 먹고 살 수가 없다. 따라서 무역운송은 우리나라의 대표적인 기간산업이라 할 수 있는 것이다. 그 국제운송 업계의 한 축을 담당하고 있는 포워더의 위상이 낮다는 것은 우리나라 포워더업계의 현실을 그대로 비추어 주고 있다.

중요한 역할을 하고 있는 만큼 그 자부심 또한 드높아야 하며, 부가가치 또한 더욱 높여야 한다는 것을 의미한다.

그러기 위해선 앞으로 보다 당당한 자세를 가져야 할 것으로 생각된다.

화주 앞에서 '고양이 앞의 쥐'인 모습을 더 이상

보여줄 필요가 있느냐는 생각이다.

치열한 포워더간의 경쟁으로 인해 화주를 유치하기가 힘들다는 사실은 너무나 잘 알고 있다.

하지만 모든 산업, 모든 부문의 경쟁이 매우 치열한 것은 매 한가지다. 유독 포워더업계만 과당경쟁속에 휘말려 있는 것이 아니라는 점이다.

어차피 현실은 치열한 경쟁속에 놓여져 있기 때문이다. 아침에 일어나서 저녁 퇴근까지 자신이 쓰고 있거나, 타고 있거나, 마시고 있는 그 모든 것엔 치열한 경쟁이 담겨져 있는 것이다.

경쟁이 치열하다고 너무 저자세를 보일 필요가 없다는 점이다.

화주가 생산한 중요한 제품을 신속하고 보다 저렴하게 운송해 주려는 서비스를 제공하고 있으며, 그 서비스의 댓가를 받는 것이다.

그럼에도 불구하고 화주에게 휘둘리는 그런 포워더를 보게 된다. 그런 화주는 대부분 한 푼이라도 저렴한 업체만을 선호하는 성격을 가지고 있다. 그리고 포워더의 생리를 너무 잘 알고 있기도 하다. 그래서 어음결제는 기본이고, 3달이고 4달이고 질질끄는 결제형태를 보이고 있다.

그런데도 몇몇 포워더는 이런 화주에게 굽신거리며 물건을 유치하려고 한다. 조건이 맞지 않으면, 포기하는 것이 더욱 이익인데도 불구하고 말이다. 그런 업체는 어차피 손해를 봐도 좋다. 그 업체가 선택한 만큼 그 업체가 책임질 테니 말이다.

그러나 화주의 머리속에는 언제부터인가 포워더는 무시해도 되는, 하인부리듯 하면 된다는 못된 생각을 하게 된다는 점에서 문제의 심각성이 있다. 포워더의 위상을 운운하기엔 현실이 뒷받침되지 못하는 것도 이 때문이다.

당당한 포워더 위상 찾아야

따라서 힘은 들겠지만 포워더의 당당한 모습을 찾기 위한 일련의 움직임이 있어야 할 것으로 생각된다.

먼저 제값받기 운동이다. 어차피 치열한 경쟁속에서 회사의 규모나 경쟁노선, 특화된 서비스 등의 차이로 인해 가격경쟁력은 천차만별일 것이다.

그리고 경쟁이 치열하다면, 운임은 더욱 낮게 책정될 수 밖에 없는 것이 현실이다. 이같은 현실은 인정하되, 최종낙찰 받는 업체 스스로 적정한 이윤을 보장받아야 한다는 사실이다.

온갖 서비스를 제공하는가 하면, 저자세를 가질 수 있는 자존심도 팽겨쳐 버릴 정도의 이윤이 확보되어야 한다는 점이다.

그도 저도 아니라면 스스로 판단해 당당한 자세를 견지해야 한다는 점이다.

어차피 치열한 경쟁을, 거의 전쟁에 가까운 화주 유치 작전을 펼치더라도 최소한의 업종 종사자끼리의 위상을 지켜줘야 한다는 점이다.

그래서 경쟁이 끝나면 서로 욕하거나 추한 모습을 자제해야 한다는 점이다. 그것이 깨끗한 경쟁이며, 아름다운 경쟁이며, 우리 업계의 위상을 높이는 길인 것이다.

악성미수업체 정보공유 바람직

복합운송협회의 홈페이지엔 악성미수업체에 대한 리스트가 게재 되어 있다.

하지만 이 정도의 리스트 정보량 가지고는 부족하다고 할 수 있다.

적극적인 활용이 되고 있지 못한 것이 아니냐는 생각이다. 이는 협회가 할 일이 아니라 회원사가 적극적으로 참여해야 할 사안이다.

이 정보의 공유는 업계의 과당경쟁을 막거나, 부도를 막을 수 있는 장치가 될 수가 있다는 점에서 매우 유용하게 활용되고 있는 것이다.

어차피 악성미수업체의 못된 장난(?), 즉 이 업체 저 업체에 가격장난만 하는 업체가 바로 그 업체의 부류이기 때문이다.

건실한 화주는 건실한 포워더를 이용하고 있다는 점도 이를 반증하고 있기 때문이다.

한편 모 대기업의 비딩 계약서에서도 포워더의 위상이 잘 나타나고 있다.

갑과 을의 관계는 당연지사이나, 그 잣구 속엔 거의 하인을 부리는 듯한 의미가 물씬 풍기고 있다.

상호간의 계약 내용만을 담고 있다면 충분한데도 그 내용의 한계를 한껏 지나치고 있다는 점이다.

그 그룹은 협력사와 WIN-WIN의 관계를 도모하고 있다고 매일 홍보하는 업체인데도 불구하고 말이다. 하지만 이를 화주가 잘 모르고 있다면, 이를 납득시키고 그렇지 않다는 것을 알려줌으로써 포워더의 위상을 확보하는 것은 당연히 포워더의 몫인 것이다.

패션죄에 걸릴까봐 아무런 항변도 없다면 너무 지나친 저자세가 아닌가 생각하게 하는 대목이다. 이는 예민반응을 보이는 것이 아니라 포워더업계의 저자세를 보여주는 대표적인 사례이기 때문이다. 아울러 물류 관련 세미나 및 시상식이 최근 붓물처럼 이어지고 있다.

하지만 그 내용을 잘 들여다보면 거의 내륙물류에 국한되어 있다.

내륙물류가 중요하지 않다는 것이 아니라, 포워더의 위상을 한껏 드높일 국제물류 분야의 주체가 자주 누락되어 있다는 점이다.

실례로 3PL이라는 말이 운송업계의 기본 화두라 할 수 있을 정도로 유행처럼 번지고 있으며, 어떤 업체는 3PL의 자사만의 전용물처럼 선전하고 있기도 하다. 이들 업체 대부분이 국내 육상물류전문업체라 할 수 있다.

하지만 국제물류부문에 있어 3PL을 진정 수용하고 있는 업체를 찾아보기는 힘든 것이 현실이다. 3PL의 진정한 주인공은 포워더라 할 수 있음에도 불구하고 이를 홍보하거나, 주제발표에 나서는 업체를 찾아보기 힘들다.

따라서 협회를 중심으로 포워더의 위상을 관계 기관과 고객들에게 알릴 수 있는 관련세미나를 적극 개최할 필요가 있을 것이다. 어차피 물류전문가들이 포진해 있는 회원사를 활용한다면 그렇게 어려운 일은 아닐 것으로 보이기 때문이다.

화주에게 포워더의 위상과 서비스분야를 홍보함으로써 우리 포워더업계가 한층 발전할 수 있을 것으로 생각된다.

혹자는 수요가 없기 때문에 나서지 못한다고 하지만 이는 시대의 흐름에 한참 뒤쳐 있다는 사실만을 말해주는 것이다.

이같은 자세는 대화주 뿐만 아니라 대형선사나 항공사에게도 똑같이 적용되는 문제이다. 화주와 선사 및 항공사에 기여있는 포워더의 모습이 아니라, 운송주체자로서 무역운송을 이끄는 참된 모습을 되찾기를 기대해 본다.

코리아팀 파이팅, 포워더팀 파이팅.