

# 운임이론 고찰을 통한 철도운임의 조명



정 예 성  
미래철도연구원장  
T.042.274.7879  
jyspok21@naver.com

## 1. 서론

최근 수서발 KTX에 대한 경쟁체제 도입이 사회적 이슈로 대두되면서 '과연 국토교통부의 주장대로 KTX를 10% 내지 20% 까지 저렴하게 이용할 수 있을 것인가'에 대하여 국민들의 관심이 높아졌다.

이는 다분히 현실적인 숙제로서 이용자의 관점에서 보는 운임, 즉 가격은 낮을수록 경쟁력을 갖기 때문에 저렴한 가격에 수요자가 민감하게 반응하는 것은 당연한 결과일 것이다.

그러므로 현 시점에서 교통수단의 가격이 가지는 의미와 가치를 살펴보는 것이 시의적절한 것으로 판단되어 운임에 대한 이론적 고찰을 통하여 철도운임의 의의와 기능을 조명해 보고자 한다.

## 2. 운임의 개념

교통수단에 있어 운임은, 운송인<sup>1)</sup>이 운송용역을 공급한

데 대하여 그 수요자가 반대급부로서 지급하는 대가를 말하는 것으로서, 운임에는 우리가 일반적으로 알고 있는 '장소적 이동에 대한 대가'라는 단순히 수송적인 측면에서뿐만 아니라 이러한 장소적 이동을 제공하기 위한 제반 서비스가 포함되어 있다.

사실 운임에 대한 이러한 개념은 1900년대 이후 이미 일반화되어 있었다. 즉, 효율<sup>2)</sup>을 책정하는데 적용되는 수송 원가에는 수송에 대한 대가뿐만 아니라 운송용역에 제공되는 인적, 물적 서비스 등 모든 사항이 포함되어 있다는 것이 주요 논지이다.

교통수단이 운송용역을 제공하기 위해서는 자본과 노동, 토지의 세 가지 요소가 결합되어야 하며 그 결합조건은 운송용역의 공급에 대한 시장의 가격결정이 좌우하게 된다.

그러므로 일반 경제이론 중 특히 미시경제론<sup>3)</sup>에 있어서의 중심과제가 '가격을 어떻게 결정할 것인가'에 대한 이론인 것과 같이 교통경제론에 있어서도 역시 그 중심과제는 '운송수단이 제공하는 운임을, 어떻게<sup>4)</sup> 어느 수준<sup>5)</sup>으로 결정할 것인가'이며, 이러한 사항은 "운임결정론"<sup>6)</sup>으로 설명할 수 있을 것이다.

1) 철도운영자는 상법상의 운송인이다.  
2) A methodology for Tariff-setting. : Two specific goals are proposed to guide tariff-setting (First, the tariff should generate adequate revenues to cover KNR's costs of operation. Second, the tariff should promote over economic efficiency. These goals are mutually reinforcing.), Samil Accounting Corporation And Cooper & Lybrand, 1983, pp.7  
3) 경제행위를 소비자 및 기업가, 노동자, 자본가 등의 행위로 생각하며 경제주체의 행동에 대한 분석에 의하여 경제현상을 이해하려는 경제이론으로서, 국민소득, 소비, 물가수준 등 국민경제 전반에 걸친 통계를 토대로 경기변동이나 경제성장 등에 대한 사회 전체의 집단적인 경제활동의 법칙성을 분기하려는 거시경제이론과 구분된다.  
4) 운임제도에 대한 문제를 말함.  
5) 운임요율을 어느 수준으로 할 것인가에 대한 문제를 말함 그러나, 운임요율은 운임제도와 별개의 것으로 구분되어 결정되는 것은 아니고 운임제도와 상호 상관관계에 있다.  
6) 미시경제학의 중추인 가격결정이론과 마찬가지로 운임수준의 결정이론을 말하는 것으로서, 공급은 수요를 창출한다는 일반원칙에 근거한 완전경쟁시장은 현실적으로 존재하지 않으며 더구나 운임의 특성상 운송용역의 공급과 수요의 일치점을 운임수준으로 하는 것에는 타당성이 없다고 보는 것이 일반적인 견해이다. 운임 결정론에는 최종적인 생산비에 의거한다는 생산비설과 이용자의 부담능력에 따른다는 부담능력설, 생산비설과 부담능력설을 합리적으로 조화시켜야 한다는 절충설 등 세가지 학설이 있다.

그러므로 철도운송에 있어서도 운임은 가장 중요한 부분이라 할 수 있으며 철도가 독점시대를 지나 현재와 같이 타 운송수단과 치열한 경쟁적 관계에 있는 시점에서 더욱 중요한 의미를 갖는다고 하겠다.

### 3. 운임의 의의

#### 3.1 운송용역

운임은 운송용역에 대한 비용의 계측치라 할 수 있으므로 운송용역에 대한 정의를 살펴보는 것이야말로 운임이론을 설명하는데 있어 가장 기본적인 요소 중의 하나라고 할 수 있겠다.

여기서 운송용역이라 함은 사람 또는 물건의 공간적 위치를 변동시키는 서비스를 낳게 하는 활동을 말한다. 즉, 사람과 재화의 장소적 이동과 이에 따른 의사·정보의 공간적 이동을 하는 경제행위 전반을 말하는 것으로서 이를 한편으로는 ‘교통서비스’ 또는 ‘수송서비스’ 라고도 한다.

교통서비스의 형태가 ‘서비스’ 라는 무형재<sup>7)</sup>의 형태를 갖고 있는 한 이것을 소비하는 일이 곧 생산활동이며, 일반적으로 무형재의 특성이 그 생산물이 시간적으로나 공간적으로나 수요에 즉각 반응하지 않으면 이루어지지 않기 때문에 생산과 소비가 순차적으로 동시에 이루어져야 한다.<sup>8)</sup>

이렇게 운송기관이 생산한 수송력을 바탕으로 인km 또는 톤km를 판매하는 것이 운송용역이라 정의할 수 있으며, 이에는 인간의 생활 속에서 개인적으로 소비되거나 산업활동 속에서 그 일부분을 차지하고 있는 것이다.

#### 3.2 운송용역의 생산단위

종래에는 열차km 또는 차량km 등 수송력이 운송용역의

생산활동 전부를 담당하는 것으로 생각되어 왔으며 운송기관에서의 생산은 단지 제공된 수송능력뿐만 아니라 그 수송력이 유효하게 이용되었을 경우 그 이용된 부분, 즉 소비 수요에 제공된 부분이 생산이며 생산되었던 것에 대하여는 이용자로부터 운임을 지급 받아 이것이 운임수입이 된다고 본다.

그러므로 운송용역의 생산단위는 일반적으로 운송대상물의 중량과 이동거리를 서로 곱한 수치의 표시로서 계측되는 것이 원칙이며, 중량에 있어서는 ton, 거리에 있어서는 km를 사용하는 것이 보통이다. 이러한 ton이나 km는 수송량 산출에 사용되며 나아가 운송효율성을 비교·분석 또는 계측하는 지표로 사용되고 있다.

또한, 운송용역은 그 자체가 장소적 이동을 전제로 하고 있으므로 위치이동에 소요되는 시간도 역시 운송용역의 생산단위로 포함된다. 왜냐하면 시간은 이동거리와 중량이 일정하다고 한다면 위치의 변화는 시간에 의하여 좌우되며 시간에 따라 운송용역의 크기도 동일하지 않게 되기 때문이다. 따라서 운송용역의 생산단위는 중량, 이동거리 그리고 시간이라는 세 가지 요소에 의한다고 하겠다.<sup>9)</sup>

#### 3.3 운임의 성격

최초 철도운임을 계산하는 방식을 개발하고자 했던 초기 철도운영회사의 이론가<sup>10)</sup>들은 이미 운임에 대한 성격을 확고히 정립하고 출발하고자 하였으며, 이들은 운송용역의 생산에 투입된 자본과 노동 그리고 토지에서 산출하는 대가로 ‘운임’의 성격을 규명하였던 것이다.

현재까지 제기된 여러 가지 운임에 대한 이론들도 결국은 자본·노동·토지 등 각각의 생산성에 대하여 규정되어지는 것이라고 할 수 있겠다.<sup>11)</sup>

다시 말하자면, 생산성이 보다 높은 운송용역의 제공은

7) 운송용역은 서비스이기 때문에 만들어낸 그 순간에 소비가 발생하지 않으면 소멸되기 때문에 ‘무형재’이다. 즉, 어떤 열차가 운행되었다하더라도 승객 또는 화물을 수송하지 않았다면 단지 열차가 운행된 것이기 운송용역이 발생하지는 않은 것으로서 결국은 서비스가 생산되지 않은 것이다. 이렇게 생산과 소비가 동시에 발생되어야 하기 때문에 한편으로는 운송용역을 即時財(Instantaneous goods)라고도 한다.  
 8) 永田光也 & #8228; 細田繁雄, 交通經濟論, 稅務協會, 1975, pp.10~12.  
 9) 前田義信, “交通의 經濟學”, 日本運輸省 運輸調査局, 1971.  
 10) 철도개통 초기시대에는 철도가 대부분 광산을 중심으로 발달되었고 광산회사에서 철도를 소유하고 있었기 때문에 철도운임에 대한 이론가들도 대부분 광산회사에 고용되어 있었다. 이렇게 철도개통 초기에 여러 회사에서 제시되었던 운임수수방법들이 라드너에 의하여 체계적으로 정립된 것은 수년이 지난 후 이었다.  
 11) 이와 같은 ‘운임’에 대한 초기 철도시대의 이론은 현재도 크게 변한 것이 없다고 볼 수 있다. 다만 변한 것이 있다면 경제학 적인 요소들이 가미되어 좀 더 이론적인 토대들이 여러 학자들에 의하여 체계적이고 다양하게 접촉되었다고 할 수 있겠다.

상대적으로 안정화하고 이와는 반대로 생산성이 보다 떨어지는 운송용역의 제공은 상대적으로 생산성이 저하된다 는 지극히 보편적인 이론으로 설명될 수 있다고 하겠다.

따라서 교통수단이 제공하는 운송용역에 있어서의 ‘운임’의 본질적 성격은 생산에 투입된 세가지 요소에 대한 생산성의 공급량에 대한 수준이라고 할 수 있으며, 이에 대한 자세한 설명은 운송용역의 수요와 공급에 대한 것으로 대신할 수 있을 것이다.

### 3.4 운임의 의의

철도가 독점시대를 벗어나 다른 교통수단과 경쟁하는 시대로 접어들면서 운임정책은 더욱 중요한 의미를 갖게 되었으며, 이는 교통경제학의 발달과도 깊은 연관을 가지고 있다고 하겠다.

시장경제에서 소비자의 관심은 가격수준에 있으며 그것은 소비자에게는 매우 중요한 문제임과 동시에 철도수송 시장에서도 결국은 운임수준이 소비자에게 직접적인 관심의 대상이 될 것이다. 왜냐하면 소비자는 결국 수요자로서 그들의 소비생활과 밀접한 관계가 있는 한 운임수준은 교통수단을 선택하는 중요한 문제가 되기 때문이다.

그러나 교통기관의 입장에서 볼 때 소비자가 제공하는 운송용역의 대가가 운임이므로 교통기관은 기업을 유지·발전시키기 위하여 총 수요자로부터 얻어지는 운임수입으로 총비용을 충당하고자 하며 될 수 있으면 이윤율<sup>12)</sup>을 높 이려고 하게 된다.

이렇게 ‘운임’을 두고 소비자와 교통기관의 서로 다른 상관관계가 성립되는 것이다. 이에 대하여 J. R. Commons 는 “교통기관이 이윤율을 높인다는 것은 재산의 공정가치에 대한 보수율을 높이는 것으로서 그것이 적정수준보다 상대적으로 높다는 것은 재산가치에 대한 보수율이 지나치게 높다는 것으로 공정한 것이 아니며 따라서 수송서비스의 수요자로부터 운임을 수탈하는 일이 되고, 반대로 보수율이 적정수준보다 상대적으로 낮다는 것은 수송기업으

로부터 재산을 몰수하는 것”이라고 주장하였다.<sup>13)</sup>

그러나 J. R. Commons의 이 주장에 대하여 今野源八郎은 “기업이 가지는 많은 시설과 설비를 종합한 기업체의 평가는 수입을 도외시키고서는 이를 평가하는 일이 곤란하며 자산평가를 그 적정수입액의 판정척도로서 보아도 한정된 뜻밖에는 없을 것이므로 운임수준이 재산의 공정가치기준에 의하여 결정되는 것은 합리적이 아니다”<sup>14)</sup>라고 지적하고 있다.

따라서, 이 두 가지 상반된 주장을 비교하여 볼 때 현대 교통경제학에서 말하는 ‘운임’의 정의는 운임수준은 소비자가 어떠한 내용의 수송시설과 용역을 원하고 있는가에 관하여 결정되어지는 것이라 할 수 있겠다.

## 4. 운임의 기능

운임은 가격이므로 여러 가지 기능을 갖고 있다. 일반적으로 가격은 경제원리에 따라 몇 가지의 기능을 동시에 수행하게 되는데 여기에서는 운임이 가지고 있는 사회적·경제적·정책적 주요한 기능들을 살펴보고자 한다.

### (1) 자원배분의 기능

사회의 모든 경제활동은 재화나 용역을 생산 또는 소비하는 것으로 이루어진다고 할 수 있겠다. 그러나 재화나 용역의 생산에 사용할 수 있는 자본이나 노동력과 같은 자원의 양은 매우 한정적이기 때문에 가격은 생산량 또는 소비량을 결정하는 기능을 하게 된다. 즉, 재화나 용역의 생산과 소비를 배분하는 역할을 하는 것이다. 동시에 자원을 유효하게 사용할 수 있도록 수요를 통제하는 기능이라고도 할 수 있다.

가격은 이러한 생산시설의 이용도라고 하는 단기적 자원 배분기능뿐만 아니라 장기적으로는 각각의 재화와 용역 사이의 투자배분을 결정하는 기능도 갖는다. 따라서, 운

12) 公企業에서의 公正適正報酬率을 지칭함. 즉, 운송용역을 제공한데 대한 적정하고 공정한 보수를 말하는 것으로서 교통기관에 있어서는 결국 운임수준을 말함.

13) J.R. Commons, "Institutional Economics, its place in political Economy. 2 vols.", The University of Wisconsin Press, Madison, 1959, p.60.

14) 今野源八郎, "交通經濟學" 3訂版, 靑林書院發刊社, 1970, p.151

송용역의 가격인 운임도 이와 같은 기능을 갖는다고 하겠다. 운임을 통하여 투자량이 결정되고 시설의 이용도가 결정되기 때문이다.<sup>15)</sup>

**(2) 소득분배의 기능**

운송용역에 있어 가격인 운임을 지급하는 것은 소비자로부터 생산자로 소득이 이전하는 것을 뜻하게 되므로 소비자에게서 받은 지급액과 생산자가 지출한 금액과의 과부족이 발생함으로써 소득분배가 이루어지는 것을 말한다.

즉, 동시 생산물에 대하여 각각의 소비자에 부과한 가격이 상위할 때에는 그러한 가격은 고액을 부과 받은 소비자에게서 할인혜택을 통하여 저액을 부과 받은 소비자에게로의 보상을 뜻하는 것이므로 실질적으로는 소득 재분배의 역할을 하게 되는 것이다.<sup>16)</sup>

**(3) 경영자극의 기능**

한편 운임은 경영능률을 자극하는 기능을 갖고 있다. 운임은 경쟁적 위치에 있는 타 운송수단 또는 타 교통기관과의 가격비교를 통하여 항상 가격인하의 압력을 받게 되므로 이윤의 극대화를 목표로 하는 기업에 있어서 가격은 경영개선을 자극하는 역할도 하게 된다.

교통기관의 경영개선 노력은 비용절감 또는 상품개발 및 시장의 확대 등 여러 방향으로 전개될 수 있겠으나 가장 주요한 것은 역시 가격경쟁에서 결정되어 지는 것이라 할 수 있다.

그러나 시장이 독점적이거나 교통수단과 같이 운임이 정부의 규제를 받는 것일 때에는 이러한 기능들을 충분히 발휘하지 못하게 되는 경우도 있다. 사실 운임은 정책적인 고려사항이 강하게 작용할수록 정부규제를 받기 때문에 현실적으로 시장에서의 가격결정이 제한되는 현상을 보이게 되며, 따라서 운임이 사회·경제적인 측면에서 그 순기능이 유효하게 반영되어야 함에도 그렇지 못한 경우가 발생하게 되는 것이다.

**V. 결론**

철도를 비롯한 교통수단의 가격은 적정수준의 운송원가가 보전되어 경영상 계속기업으로 유지될 수 있도록 결정되어야 한다는 점을 간과해서는 안된다는 점을 지적하고자 하며, 그러므로 운임이 가지는 본래의 기능들이 원활하게 작용하여 운임이 가지는 사회적·경제적 목표가 달성될 수 있도록 하여야 한다는 점을 부언하여 두고자 한다.

특히, 수서발 KTX의 경우에는 인위적인 운임할인 보다는 우리나라 교통정책 특성상 운임에 대한 전문적이고 체계적인 연구를 통하여 보다 효율적인 운임적용 시스템이 적용되어야 한다는 점을 인식해야 하겠다. 그래야만 남북철도 연결과 대륙횡단철도 연계, 고속철도의 전국화 등 철도발전의 획기적인 전환기를 눈앞에 둔 우리나라 철도가 진정한 철도 르네상스시대를 주도할 수 있을 것이다. ☺

※ 이 글은 저자의 철도마케팅연구회에 발표한 논문을 인용하였습니다.

**♣ 참고 문헌**

1. 「運賃에 대한 理論의 考察과 發展方向」, 한국철도마케팅연구회, 김해수 외, 2001.
2. 孫基喆, 「鐵道經營論」, 正韓國文化社, 1983
3. 永田光也&#8228;細田繁雄, 交通經濟論, 稅務協會, 1975.
4. 前田義信, “交通의 經濟學”, 日本運輸省 運輸調查局,
5. 今野源八郎, “交通經濟學” 3訂版, 靑林書院新社, 1970.
6. J.R. Commons, “Institutional Economics, its place in political Economy, 2 vols.”, The University of Wisconsin Press, Madison, 1959
7. A methodology for Tariff-setting, : Two specific goals are proposed to guide tariff-setting, Samil Accounting Corporation And Cooper & Lybrand, 1983
8. 국토교통부 홈페이지
9. 한국철도학회 홈페이지

15) 孫基喆, 鐵道經營論, 正韓國文化社, 1983. p.197

16) 이것을 「自然調和論(Theory of natural Harmony)」라고 한다. 孫基喆, 前掲書, p.196(吳昌俊, 價格理論, 1966, p.11)