

## 빈차(空車)운행의 문제점에 관한 해결방안(제언)

“

이러한 운송수단의 절반이 빈차(空車)운행을 하고 있다는 것은 국가적으로 불행하고 손실이 크다. 선진국 수준의 30%대 이하로 저감시키는 것이 선행되어야 할 숙제이다.

”



명지대학교수 김정환  
(031)609-7000 kim@yahoo.co.kr

### 4. 우리나라의 현상과 과제

#### 1) 우리나라 CVO사업의 현상

1997년 CVO(Commercial Vehicle Operation : 화물운송정보시스템)<sup>1)</sup> 시범서비스를 실시하기 시작한 한국통신은 실시간 차량위치추적서비스, 차량운행관리서비스, 수배송달선서비스를 핵심으로 하며, 교통상황정보, 기상정보 등 다양한 부대서비스를 제공한다는 방침하에 운영됐다.

뒤이어 대신정보통신의 'OKnet', 통인물류정보통신의 '0123네트웍 관제서비스'가 거대 공룡인 한국통신과 DVO시장의 선점을 위해 경쟁했지만, 서비스 시작초기에는 업체마다 이렇다할 성과를 내지 못했다. 현재 CVO서비스를 제공하고 있는 업체는 KT(KTLogis), SK(SK네트럭), 대신정보

통신(OKnet), 삼성SDS(Anytruck), 통인물류정보통신(0123네트웍)등과 중소기업계 CVO서비스를 제공하고 있다.

초기에 CVO를 근간으로 하는 종합물류정보망이 활성화되지 못한 이유에 대해 KT측은 "97년초 CVO를 시행할 시스템이 완성됐지만 IMF의 여파로 새로운 시스템이 전파되지 위한 사회적인 여건이 마련되지 못했다"고 말했다.

또한 서비스 시작 초기에는 현재처럼 모바일 환경이 보편적이지 않았기 때문에 운송정보 등을 전송해 주는 MDT단말기 가격이 고가인데다가 통신 속도를 높이기 위한 전용회선 구축비용도 만만치 않았다.

기업은 매출이 일어나지 않는 기업활동에 대한 투자를 꺼리고, 물류관련 프로세스 개선에 대한

1) 求貨求車시스템이 우리나라에서는 CVO 일부사업으로 표현하고 있다.

지식 및 효과에 대한 자료부족, 물류관련 정보에 대한 가치를 평가결하한 것도 CVO시장이 성장되지 못한 요인으로 지적된다.

또“ 물류업체가 거래의 투명성에 대한 우려가 깊었기 때문에 정보 전산화를 꺼려했고, 이는 정보에 대한 오픈마인드가 정착되지 않은 까닭”이라고 종합물류정보당이 활성화되지 못한 이유라고 하였다.

## 2) 우리나라 CVO사업의 과제

트럭의 수송분담율이 가장 많은 비율을 차지하고 있는 것은 화물차이다. 두 대 중 한대는 빈차로 운행되고 있는 것이 현실이다.

건설교통부의 조사에 의하면 7대 주요도시의 트럭 15,258대를 대상으로 통행실태를 조사한 결과 평균 공차 거리율이 49.1%로 나타났다고 밝혔다. 이같은 공차 거리율은 미국 20%, 영국 29%보다 높은 수치이다. 화물차 유형별로는 영업율이 56.1%로 자가용보다 9.8% 높았고, 지역별로는 광주(54.5%), 대구(51.5%), 부산(51%), 울산(49.5%) 등이 상대적으로 공차거리율이 높게 나타났다. 인천(48.4%), 대전(47.5%), 서울(38.8%) 등은 평균보다 낮았다.

이처럼 화물차의 공차운행은 교통난을 가중시킬 뿐 만 아니라 물류의 효율을 크게 떨어지게 해 물류정보당 이용확대와 물류공동화 등 대책마련이 필요한 것으로 지적된다

공차율을 감소시키기 위해 건교부는 육상, 해상, 항공을 통한 제반 물류활동에 수반되는 정보의 흐름을 전산화, 자동화하고 화물 및 이동체를 실시간으로 추적관리하는 국가기간전산망인 종합물류정보망의 사업자로 지난 1996년 한국통신을 선정했다. 이 종합망은 CVO서비스, EDI서비스, 물류DB서비스, 부가서비스 등 4개 망으로 구성되어

있다

CVO서비스 제공업체의 한 관계자는 지난 2000년에 CVO관계서비스에 가입한 차량이 약 7,000대였지만, 지난 해 말 14,000대로 추정. 2배의 성장을 보였다면서 국내는 미국이나 유럽 및 일본에 비해 CVO가 늦게 시작됐지만 급격한 성장을 보이고 있기 때문에 향후 시장 잠재요소가 충분히 있다고 내다보고 있다.

그러나 현재 전국에 운행되는 화물차량의 등록대수가 약 30만대에 이르기 때문에 CVO시장 성장률이 높다고 하더라도 전체 시장규모는 아직 요원한 상태이다

정부의 정책적인 지원 뿐 단 아니라 업계 관계자들이 서로 협력할 수 있는 부분은 상호협력하고 경쟁할 수 있는 부분은 선의의 경쟁을 통해 시장의 크기를 키워야 한다는 얘기다. 한정된 시장에서 출혈경쟁이 심화되면 양질의 서비스를 공급할 수 없게 되고 이는 결국 서로를 공멸시키는 일을 자초하기 때문이다

CVO시장을 활성화시키기 위해서,

① 하물정보에 대한 중요성을 화주나 차주가 CVO를 적극 적용할 수 있도록 유도해야 한다고 인식

단순한 IT기반 기술로 물류시장에 접근하는 것이 아니라 실제 물류업체가 요구하는 물량에 대한 정보를 효과적으로 제공함으로써 CVO 사용효과를 극대화시켜야 한다. 물량정보를 제공해 온라인서비스 활성화를 추진하고, 물류량정보를 제공받는 업체는 고객과의 약속이행 및 최적의 요금을 제시해 신뢰를 쌓아야 한다는 것이다.

② 단말장치 및 데이터 전송, 업체간 제휴 및 교



류의 중대 장기적인 관점에서 파트너십을 형성하고 그에 맞는 단말기 가격 및 데이터 전송요금 책정이 필요하며, 모바일 단말장치 제조 표준을 수립해 업체의 적용을 유도한다는 것이다

### ③ 철저한 고객중심의 서비스 운영

물류업체별 환경에 맞는 시스템 구축으로 맞춤형 서비스를 제공하고, 다양한 요금할인 정책수립 및 무료 사용기간을 통해 서비스 경험을 제공하여 편의성을 인식시킬 필요가 있다.

또한 서비스 제공후 신속하고 친절환 A/S서비스를 운영하고 정기적인 CVO 관련 교육실시 및 신규 서비스 및 단말기 시연회를 개최하는 것도 CVO를 활성화할 수 있는 방법이라고 한다. 서비스 제공업체 뿐 만 아니라 이용자도 변화해야 한다는 주장도 제기된다. 화주, 운송사, 주선업자, 차주 중 일각에서 자행되는 관행, 연고지, 인척 등과의 협업관계를 탈피, 물류경쟁력을 높이기 위해서는 기존 물류업무 프로세스의 적극적인 개선노력이 필요하다는 지적이다.

### ④ 정부 정책적인 고려

우리에게 가장 심각한 것은 공차운행의 문제점과 실차율의 문제이다. 적재율과 실차율은 엄연히 다르다. 물류비 증가, 자원낭비, 교통정체, 그리고 환경문제까지 야기시킨다. 복하운송은 들류 뿐 만 아니라 전사회적인 문제로 심각하지 않을 수 없다.

현재 일본에서는 求貨求車시스템이 운영되고 우리나라에서는 CVO 서비스 활동이 전개되고 있지만 가장 문제가 되고 있는 것은 화물정보가 공차정보의 50% 내외에 불과하다 일본도 똑같은 실정이다. 求貨求車시스템을 운영하는 곳이 70여 개에 이르지만 제대로 운영되는 곳은 얼마되지 않는 실정이다. 모두가 화물정보의 미진 때문이다

화물정보와 공차정보가 100% 매칭이 될 때 트럭의 생산량도 조정이 가능할 것이다. 따라서 정부에서 추진하고 있는 프랜차이즈 시스템 도입이 원만하게 된다면 가장 먼저 고려할 사항이 화물정보의 확보이다. 또 기득권자의 고려, 정보의 공유화 편의 시스템 개발 등이 절대 고려되어야 할 것이다

## 5. 맺는 말

물류에서는 물건을 실제로 이동시키는 수송업의 역할이 대단히 크다. 하주기업의 니즈가 섬세해지고 있는 수송업에서도 새로운 대응이 요구되고 있다 여기에서는 수송업 중에서도 국내 화물수송의 중핵을 담당하고 있는 것이 트럭수송이다.

국내 화물수송을 담당하는 산업에는 트럭(영업용, 자가용), 철도, 내항해운, 항공 등이 있지만 트럭수송은 수송 톤수로 약 90%이고, 수송 톤 킬로수(톤수에 수송거리를 가미한 것)로 50%이고 그 중핵을 담당한다. 트럭은 편리성, 기동성이 우수하기 때문에 하주의 여러 가지 수송니즈에 유연하게 대응된다.

특히 일용품 종류가 많은 소단위 상품을 전국 각지에 빈번하게 보낼 필요가 있는 유통업계에서는 필요불가결의 수송수단인 것이다.

그러나 이러한 운송수단의 결반이 빈차(空車)운행을 하고 있다는 것은 국가적으로 불행하고 손실이 크다 선진국 수준의 30%대 이하로 저감시키는 것이 선행되어야 할 숙제이다.

위에서 소개한 일본의 사정도 우리와 같은 입장에서 업계 스스로가 해결의 실마리를 1990년대부터 착수한 것이 오늘날에는 정부도 이를 중요시하여 국가차원의 권장사항으로 일본토지스틱스시스템협회와 求貨求車시스템회사 토지링크를 설립하

게 되었다 일본에서도 막강한 화주회사와 물류회사 등 17개 회사 등이 공동출자해서 설립되었다.

또 일본은 앞서서도 소개했지만 70여 개 단체 및 회사가 난립하여 운영하여 왔지만 일부는 도태되고 일부 트랑컴과 트라박스 같은 곳은 연 30~40%씩 신장하고 있다. 또 Web KIT는 버전업(Version up)으로 검색시스템을 개선하여 보다 이용자가 알기 쉬운 유저 인터페이스(User interface)로 고객을 유치하고 있다

우리나라는 KT와 SK 등 많은 노력을 CVO사업(求貨求車사업)에 투입하고 있지만 空車情報는 100%대에 이르나 貨物情報는 30~40%에 불과한 상태이다.

이러한 가운데 求貨求車시스템은 귀로(歸路)편 트럭의 적재율을 높이고 왕복으로의 실차율을 향상시키는 이 시스템은 수송사업자에 있어서는 매력적이다. 귀로편을 쉽게 찾아 보다 싼 운임으로 하물을 운반하게 된다면 물론 물류코스트 삭감에 고민하는 하주에 있어서도 고마운 이야기이다.

求貨求車시스템을 보면 그 운영모체에 의해서 수송사업자 계통의 것으로서 하주계통, 중개사업자 계통과는 다르다 수송사업자 계통에서는 일찍이 회원간의 전화와 FAX 등으로 화물정보, 차량정보를 주고받고 있어 지금은 인터넷을 이용한 시스템으로 변했다. 수송사업자에 있어서는 매력이 있지만 어떻게 하주정보를 따낼 것인가가 과제이다.

하주측은 기존의 협력수송사업자를 핵으로 한 것 이드로 전적으로 오픈 네트워크를 구축하고 있는 곳도 있다. 베이스가 되는 화물이 있고 모아 정리해 놓은 것이 강점이다

최근 눈에 띄는 것이 중개사업자 측에 대형상사나 벤처기업 등이 참가하고 있다는 점이다. 옥션(Auction : 경매)형식 등 대대적으로 오픈시스템

이 특징이다

별도의 관점으로는 기초가 되는 화물이 있는지 이미 求貨求車에 근접한 실적과 노하우가 있는지 조직적으로 정리가 되었는지 라고 하는 상위정도 성공의 요인으로서는 큰 것이다.

현재 계속해서 求貨求車시스템이 도입되고 있지만 문제점도 적지 않은 것 같다. 시스템 자체에 의지해 버리면 문제점을 알 수 없게 된다. 중요한 것은“ 탁상의 논리”로 떨어지지 않도록 절대적으로 체크하는 눈을 어떻게 계속해서 가져갈 것인가가 과제이다.

따라서 정부의 지원이 어떻게 될런지가 크나 큰 관건이라고 생각한다

## 참고문헌

- 金政煥 日本의 求貨求車시스템 實態調査 한국물류전략연구소 2003. 11
- 角井克一 すくわかる IT物流. 日本工業出版社 2001. 5 p899
- 久住正郎 物流情報システムの進め方, 日本實業出版社 1998 p216
- 流通技術センタ 數字で物流, 1996
- マテリアル-フロ- 流通研究社 2002 2 p91
- マテリアル-フロ- 流通研究社 2001 7 p85
- 日經流通サ-ビス新聞 1998. 7. 1
- <http://www.0085.co.jp/index.html>
- <http://www.jta.or.jp/nikka-net.or.jp>
- <http://www.trancom.co.jp>
- <http://www.krs.co.jp>
- <http://trabox.com.co.jp>
- <http://sticorp.co.jp> 