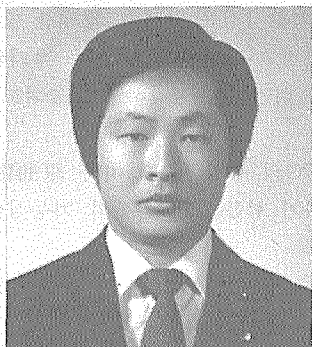


우리나라 LPG 流通實態와 問題點



金 鎮 奭

〈韓國石油開發公社 業務部〉

1983년의 연간 LPG 소비량은 87만톤으로 가스의 보급확대가 加速化되기 시작한 81년에 대비하여 배가 넘는 需要急増 推勢를 보이고 있다.

프로판의 需要增加推勢는 77년 이래 큰 폭으로 꾸준히 증가되고 있으며, 특히 82년 3월 가격인하 조치(11%)와 83년 2월 초의 가격인하(20%) 조치에 힘입어 그 증가세가 더욱 급속화되는 경향을 보이고 있다. 83년 프로판 소비실적은 32만톤으로서 82년에 비해 34%나 증가하고 있다.

부탄의 수요증가 추세는 82년 4월 영업용 택시 연료의 사용제한 해제에 따라 한해 동안에 무려 소비증가율이 63%나 伸張하였고, 83년에도 40%에 달하는 증가율을 示顯함으로써 LPG 차량 自由化 이래 1.3배에 달하는 수요급증 현상을 보여 주었다.

LPG 수요의 확대조치는 正友에너지의 輸入供給源 장기확보와 타이밍이 함께 맞추어졌던 관계로 同社의 輸入참여에 대한 기존 供給業者들(精油社)의 반발속에 LPG사업의 영역확보를 위한 精油, 輸入, 石炭供給業者간의 심각한 견해대립이 表出되었다. 즉, 정유업계의 입장은 LPG가 石油製品の 하나로서 同製品의 수급은 精油事業 固有의 營業對象이며, 가스 수요의 新規創出도 석유수요의 대체현상이므로 他業界의 정유사업영역 침해란 용인할 수 없다는 주장이었고, 新規가스사업자들은 과거 LPG수요가 미미하던 시절에는 国内精製分만으로도 自給이 충분하던 때도 있었으나, 향후 가스比重이 급증됨에 따라 수입량 국내자급량을 훨씬 초과할 전망임을 감안할 때, LPG시장은 더이상 精油業界만의 고유영역이 될 수 없다는 주장이었다.

기실, 후자의 입장은 2차 石油파동後 LPG의 수요가 확대됨에 따라 精油과정의 副産物에서 주로 생산되는 가스 보다는 油井으로부터 생산하는 가스 交易量이 增加하면서부터 獨自의 인 가격결정 메커니즘을 가지게 된 이래, 特定 石油製品을 代替할 수 있는 獨立에너지源으로 위치를 확보해가고 있는 世界LPG産業의 현실상황과 일치하는 것이었다.

정부도 향후 LPG수요증가추세에 대비하여 공급

체계의 安定性, 外貨支出의 최소화, 公正去來 유
도 등의 LPG정책 기본방향을 설정하고, 輸入物量
의 長期直導入化, 導入先 및 수입업체의 다변화,
自体市場需要에 적정한 물량의 도입, 재고 및 비
축수요의 적정화를 꾀하는 가운데 시장참여자 조정
과정에서 자체시장을 보유한 자에게 수입자격을 개
방하기로 하는 방침을 설정함으로써 正友의 輸入
및 국내시장참여가 실현되었다.

本稿는 正友의 輸入參與 및 流通參與가 허용
된지 이미 상당한 기간이 경과되었으며, 精油社와
輸入社間의 경쟁과정에서 LPG의 공급과 流通側
面의 力学關係가 어느정도 윤곽을 드러내고 있는
오늘의 상황을 염두에 두고, LPG공급구조의 변화
에서 빚어지고 있는 우리 나라 LPG流通上의 실태
와 문제점에 대한 筆者의 私見을 피력하고자 한다.

II. LPG 需給構造 分析

1. 長期需給展望

動資部자료에 따르면, LPG수요는 앞으로 91년
도까지 연평균 18% 수준으로 급증할 것으로 예상
되며, 그 이후는 年1~2% 정도로 증가할 것으
로 보고 있다.

同추정은 87년 이후 LNG도입과 때를 맞추어 L
PG가격을 국제가격에 접근시키는 것을 전제로 작
성한 推定値이다.

수요구조도 변화가 예상되어, 프로판과 부탄의
수요 비율이 현재 4대6에서 90년도에는 5대5
로 변할 것이라는 예상이다.

수입의존도 측면에서 보면, 需要對比 國內生産
自給率이 격감하여 83년도 52%에서 91년도 24%
로 떨어질 것이며, 반대로 輸入依存度가 급증하여
83년도 50%에서 91년경에는 81%선에 육박할 것
으로 예상된다 (表-1 참조).

2. 供給構造의 脆弱性

우리 나라의 1990년도의 수입수요는 83년도 正
友에너지의 연간 導入契約규모 33만톤의 8배 이
상에 해당하는 대규모시장으로 확대될 상당한 成長
潜在力을 가지고 있다.

지난 해 상반기까지만 해도 우리 나라의 LPG供
給基盤은 대단히 불안한 상태로 輸出國의 減量供
給 위험과 급증하는 수요를 충족하기 위해 진통을
겪었다. 당초 정부는 수요규모를 전년도에 비해 28
%가 늘어난 821천톤으로 잡고, 60%를 정유사 및
石油化學부문의 생산으로 커버하고, 나머지 40%
에 대해 正友의 D-D계약분으로 충당하고자 하
였으나, 예상을 초과하는 수요증가(36%)와 사우
디측의 供給事情惡化로 精油社로 하여금 高價의
現物 LPG를 긴급도입토록 하는 등 어려운 시기를
경험하였다.

最近에도 사우디의 減産과 호르무즈봉쇄 위험등
으로 LPG需給사정은 다시금 難局을 맞고 있다.

여기에서 짚고 넘어가야 할 것은 우리의 LPG供
給構造上의 취약점이 심각하게 노출되고 있다는 점
이다. 즉,

첫째, LPG의 수입급증에 따라 原油備蓄分만으
로는 해결하기 힘든 LPG과동의 가능성이 높아지
고 있으며,

(表-1) LPG 장기수요예측

(單位: 千톤)

구 분 \ 연 도 별	82	83	84	85	86	87	88	89	90	2001
수 요 (증가율: %)	640.6	853.0 (33)	1,013 (19)	1,219 (20)	1,436 (12)	1,609 (12)	2,058 (28)	2,505 (22)	2,701 (8)	3,536
생 산 (자급률: %)	438 (68)	445 (52)	457 (45)	490 (40)	503 (35)	553 (34)	557 (27)	677 (27)	691 (26)	901 (25)
수 입 (수입률: %)	220 (34)	427 (50)	626 (62)	782 (64)	999 (69)	1,116 (69)	1,651 (80)	1,952 (78)	2,085 (77)	2,648 (75)

(註) 자급률 및 수입률은 당해년도 수요에 대비한 비율임.

둘째, LPG供給國 및 導入社가 偏在되어 있는 까닭에, 장기도입분의 일시적인 수급불안에 따라 현물구입 의존도가 급증하여 상대적으로 高價인 현물 LPG도입을 피할 수 없으므로, 외화지출의 부담이 증가하게 되어 있으며,

셋째, 正友에너지측의 1차 저장시설 능력이 월등함에 따라 수입공급측면에서 獨寡占의인 양상을 띠게 되었으며, 商社間의 引受基地 사용협상에는 경쟁지위 측면에서 볼 때 한계가 있으며,

네째, 精油社측은 1차 저장능력이 부족하므로 LPG를 직접 도입·판매할 수 있는 규모에 한계가 있어, 正友 수입분의 인수판매로 採算性확보에 곤란성을 느끼고 있는 現여건으로 보아 직접 輸入판매를 위한 수입참여를 시도하고 있으나,

다섯째, 국내적으로는 현재 正友의 輸入引受基地(15만톤 규모) 1기만 하더라도 최소한 7회 이상 回轉이 保障되어야 採算性확보가 가능하다고 보고 있는 바, 국내 全 輸入物量이 正友의 輸入引受基地를 使用한다 하더라도 최소한 87년에 가서야 취급物量의 경제규모확보가 가능한 실정임에 비추어, 특별한 인센티브나 여건이 조성되지 않는 한 개별적인 대규모 引受基地 투자는 어려울 것으로 보이며,

여섯째, 精油社나 기타 신규 輸入參與社는 경쟁관계상 正友의 輸入引受基地 활용에 어려움을 느끼거나 기피하려는 경향이 있어 自由로운 輸入環境造成에 장애요인으로 등장하고 있고,

특히 수입조건, 輸入引受基地(1차 貯藏基地) 확보여부, 2차 터미널 능력, 수송상의 문제에 따라 正友에너지측의 신규시장 점유확보전략과 精油社측의 기존시장점유율 유지전략간의 심각한 수직적·수평적 갈등요인이 발생하고 있는 점 등이다.

3. 供給構造의 補強方向

장차 수요의 격증에 대비한 공급체계의 안정성을 확보하기 위하여 고려될 수 있는 대책방향을 거론해 보면,

첫째, LPG輸入國의 장기안정적 다변화를 모색하고, 다수의 輸入社가 輸入事業에 참여하도록 하며,

둘째, 輸入引受基地가 特定社에 偏在되어 供給

獨占化에 따른 他社에 대한 경쟁제한 요인으로 작용하는 폐해가 없도록 引受基地를 Public Utility 개념으로 관리 운용하여야 하는 한편,

셋째, 주요한 民生用 에너지로 부상하고 있는 LPG수급에 만전을 기하기 위해 국가적인 비축능력을 확보하는 한편, 輸入業者에 대해서는 일정수준의 運營在庫水準유지 의무를 부과하여야 할 것이다.

Ⅲ. 國內 LPG 流通實態와 問題點

1. 供給社 販賣戰略

우리 나라 精油社와 輸入社가 채택하고 있는 경쟁형태는 企業形態 競爭(enterprise Competition)으로서, 製品系列의 폭(width of product lines)과 製品系列의 깊이(depth of product lines), 즉 제품의 다양성과 質的 差別化수준이 같은 製品-믹스 전략을 택하고 있다.

따라서, 全 供給社의 製品戰略, 促進戰略, 流通經路전략은 동일한 면이 있으며, 供給社들이 가장 능동적으로 활용하는 마케팅 전략은 流通機構網의 확장전략과 去來條件 조정을 통한 流通機構 販促活動(dealer promotion)이다.

輸入社와 精油社 경쟁양상을 살펴 보면, 일시적인 輸入供給 측면의 구조적 불균형이 내세되어 있는 現狀態에서는 輸入引受能力的 편재, 저장능력의 제한 등으로 인한 供給調節, 每年初에 일어나고 있는 주기적(?)인 LPG需給 핍박에 따른 경쟁제한적 상태에서의 市場占有擴大경쟁이 치열해지는 現狀이 일어나고 있으며, 일단 수급상태가 好轉된 後 잠식당한 시장을 만회하기 위한 과열경쟁의 촉발이 관찰된 바 있다.

실제 競爭事例를 검토해 보면, 正友에너지의 시장개입 직전인 81년까지 LPG시장은 油公, 湖油, 京仁 등이 장악하고 있었으나, 82년 5월 正友輸入開放 이래 3.5% 정도의 市場占有狀態를 보이던 正友에너지가 82년말 국내시판 직접참여 허가방침이 굳혀진 이래 불과 4개월만에 프로판 12%, 부탄 8%로 시장점유율을 向上시켰던 바, 同期間이 바로 사우디가 LPG減量船積을 단행함으

로써 精油社側이 배럴당 5달러 이상 高價인 現物LPG를 도입할 수 밖에 없었던 시기였다.

正友에너지의 市販許容이후, 특히 시장을 잠식당한 精油社는 油公이었으며, 83년초 油公은 失地회복을 위한 販促活動에 돌입하였으며, 결과적으로 油公은 부탄市場의 확대에는 성공하였으나, 프로판市場은 상당히 잠식당하였으며, 湖油의 경우 프로판과 부탄의 점유율이 모두 현저히 떨어졌다. 반면, 正友에너지는 本格市販 1년만에 국내 LPG시장의 10%를 차지하는 괄목할 만한 成長勢를 보여 주었다 <表-2 參照>.

<表-2> 社別 LPG시장 점유율

(單位: %)

연도별 사별	프 로 판			부 탄		
	81	82	83	81	82	83
油 公	50	46	39	40	40	41
湖 油	35	34	30	38	37	33
京 仁	11	10	9.4	12	10	8.2
極 東	—	0.5	1.5	—	0.5	1.3
雙 龍	4	6	7.3	10	9	7.3
正 友	—	3.5	12.7	—	3.5	9.3

供給社의 流通經路 전략은 산업용 大需要처의 경우, 無段階販賣 (Zero Level Channel)와 수송용 부탄 需要者에 대한 1단계(充填所—消費者) 경로, 家庭·商業用 프로판 수요자에 대한 2단계(充填所—販賣所—消費者) 경로정책을 취하고 있음에 비추어, 法的 마케팅흐름과 실제마케팅 흐름이 일치하고 있음을 알 수 있다.

流通經路 길이의 측면에서 보면, 우리나라의 경로단계는 日本의 경우보다 單純化되어 있는 편이다.

이상과 같은 供給社의 판매전략은 하부 유통단계에 큰 영향을 미쳤는데 그 내용을 보면, 流通體系의 구조적 문제점 보다는 精油社와 輸入社간의 판매전략에 따라 流通體系 운영상 유통단계간, 유통단계내에서 파생하는 갈등요인을 안게 되었다.

마케팅 概念(marketing concept)上 이러한 갈등의 효율적인 관리는 유통체계의 효율성과 경제성을 높여, 궁극적으로는 소비자를 포함한 利害關係者間的 合理的인 利害調整에 매우 중요한 개념인바,

본고는 同갈등요인을 개관해 보고 유통단계별 실태와 문제점을 심층분석해보고자 한다.

2. 葛藤要因 分析

유통단계간의 葛藤이란, 수직적 經路葛藤(vertical channel conflict)을 의미하는 것으로서, 이는 流通經路內의 상이한 단계간 유통구조 사이에서 발생하는 갈등이다. 즉, 정유사 혹은 수입사와 充填所, 充填所와 販賣所, 판매소와 소비자간에 발생하는 마찰을 의미한다.

供給社의 販賣戰略 수행과정에서 빚어지고 있는 경로간 갈등요인을 보면,

첫째, 공급사는 LPG市場占有 유지를 위한 出血競爭 과정에서 充填所에 대해 目標販賣量 消盡 成果給制 장려금(rebate)을 지급함으로써 充填所 영업이 비정상적으로 되도록 유도하였으며, 이에 따라 不要不急한 소비수요까지로 창출되는 부작용을 낳았다.

둘째, 供給社가 流通網 확보를 위하여 充填所의 신설을 지원하는 과정에서 供給契約을 남발하여 既存業者의 시장보호 측면보다는 自社의 固定販賣處 확보를 위한 充填所 신설을 조장함으로써, 하부유통기관의 과밀화로 인한 판매경쟁을 유발함으로써 마찰요인이 되고 있다.

下部流通 단계간에서는 충전소간의 경쟁 효과가 판매소 단계에서 차단되는데 따른 소비자의 불만이 있으며, 定量供給에 대한 充填所側의 공급자 책임 이행이 소홀한 데 따르는 충전소와 판매소, 판매소와 소비자간의 不信 등이 나타나고 있다.

流通經路內, 즉 수평적 經路葛藤(horizontal channel conflict)은 特定流通 經路內의 經路機構들 사이에서 발생하는 것으로서, 精油社 상호간, 充填所 상호간, 販賣所 상호간에서 발생하는 마찰을 가리킨다.

供給社 단계에서는 輸入·生産·저장능력에 따라 차이가 있기는 하지만, 단기적인 재산성 확보 보다는 장기적인 시장전략 차원에서 占有率 확대 경쟁을 가열화시키고 있다.

充填所, 販賣所 段階에서 나타나는 가장 중요한 갈등요인은 流通機構의 급증에 따른 시장협소화와 이에 따른 경쟁과열화, 업소당 매출규모의 감

소에 따른 결제조건 경쟁의 격화, 업자간의 담합행위 빈발 등을 들 수 있다.

3. 流通段階別 實態와 問題點

가. 充填所 段階

(1) 流通機關의 急増과 採算性惡化

가스充填所는 81년 6월 기준 98개업소에서 83년 6월 기준 300개소로(협회가입기준) 充填所 수가 2배 이상 늘어났다. 물론 정확한 期間 対応의 문제와 充填所數의 증가현상은 명백히 파악하기가 어려운 실정이다. 즉, 3·14조치 직후인 81년 6월과 83년 6월 현재 수요증가율과 업소증가율을 살펴 보면, 用器充填所의 경우 수요증가율이 64%이었는데 비해 업소수 증가율이 178%로서 업소당 약 14%의 売出量감소 현상이 나타났으며, 차량 충전소의 경우 수요증가율이 139%이었음에 비해 업소수 증가율이 무려 438%에 달해 業所當 45% 정도의 売出量 감소현상이 나타났음을 추산해 볼 수 있다 <表-3 참조>.

<表-3> 업소당 매출규모 비교

유종별	업소당 판매량(월)		증감률
	3. 14이전	83(상반기)	
프로판	216톤	185톤	△14%
부탄	320톤	176톤	△45%

이러한 充填所 급증현상은 81년 3월 LPG자동차 充填所의 신규허가 억제방침 해제에 따라 허가 업무를 市道知事에 위임하면서 나타났다. 특히, LPG의 수요가 계속 증가할 것이라는 예상과, 과거 허가억제시 業權의 利權化 경향에 대한 投機心理, 精油社 및 輸入社 등 供給社의 固定販賣처 확보 경쟁을 위한 지원자금 방출시책은 充填所의 過密化 현상을 더욱 加重시켰다.

各市道는 수요증가폭을 상회하는 業所증가에 대한 대책 마련의 일환으로 82년 10월 內務部 및 動資部 지침에 따라 充填所 新設許可時 인근주민설치등의서 첨부규정을 의무화하고, 設置許可禁止구역 지정하며, 지역별 사정에 따라 보안거리에 差等を 두는 등(예: 서울·大邱 1,000미터, 釜山

500미터, 忠南 200미터, 기타 市道 140미터) 充填所의 급증현상을 해소하기 위한 노력을 기울이고 있다.

당초 3·14 조치로 市道知事에 시달된 充填所 許可지침(가스 1379-436)은 시도지사에게 『지역별 특수사정을 감안한 充填所의 적정수를 충전소당 적정 자동차대수를 반영하여 자체허가기준을 사전에 告示토록 하고, 每分期後 15일 이내에 充填所의 변동상황을 動力資源部長官에게 보고하도록』 규정하고 있으나, 各市道別 充填所의 영업사정으로 미루어 볼 때 同示達指針의 보다 철저한 이행이 요구되고 있는 실정이다.

예를 들면, 지역별로 영업환경의 격차 측면에서 보면 어딘지 시도별 기준에 一貫性이 결여되어 있음을 알 수 있다. 즉, 83년 7월 현재 가스協會측 자료에 의하면 전국적으로 充填所當 平均 車輛台數가 299대 수준이나, 서울의 경우 업소당 522대, 忠北의 경우 업소당 133대의 수준 밖에 되지 않고 있다.

판매물량 측면에서 보더라도 지역별 사정의 격차가 극심한 것을 파악할 수 있다 <表-4 參照>.

<表-4> 지역별 월평균 매출규모 비교

구분 규모별	지역별	
	프로판(평균 185톤)	부탄(평균 176톤)
300톤 이상	서울	서울, 제주
평균 이상	부산, 제주	부산
평균 이하 (100톤이상)	충남, 경남, 전북	경남, 전북, 경북, 전남
(100톤이하)	경북, 전남, 충북, 강원	충남, 충북, 강원

<註> 83년 상반기 실적기준

韓國生産性本部의 標本業체(235개업체) 매출액 분석 결과 56%에 해당하는 充填所가 損益分岐點 이하 판매업소로 분류된 사실로 비추어 볼 때, LPG 充填業所수는 수요증가세보다 급속한 확대를 보여 왔으며, 채산상태도 바람직하지 못한 상태로 보인다.

결론적으로 認許可 측면에서 적정한 認許可 기준의 미비에서 오는 認許可行政의 탄력적 처해수

단이 보완되어야 하며, 낭비성, 투기성 신설투자가 만연하고 있는 시장상황을 심분 감안한 대책마련이 시급하다.

특히, LPG의 장기적 수요증가추세에 효율적으로 수용시킬 수 있는 유통기관의 적정화를 위한 市道認許可 담당기관의 대응태세 강화가 요청된다.

아울러 充填所의 採算性 악화는 가스사업에서 극히 중요한 안전관리능력의 不實化를 의미하므로 충전소의 채산성 확보를 위한 조치가 충분히 검토되어야 한다.

(2) 供給社間 競爭과 充填所 營業

지난 82년 精油社 販賣競爭時 精油社들은 充填所에 대하여 장려금을 지급하였고, 82년말과 83년초에는 價格割引양상도 나타났다. 이의 영향은 下部流通段階로까지 확대되어 충전소는 판매소에 대해 外上 및 割引販賣, 지원자금, 편의제공 등의 공세를 취하게 하였다.

이러한 경쟁촉진요인은 물론 긍정적인 측면도 많았으나, 一面 充填所의 營業體質을 취약하게 만드는 비정상적인 상태로 몰아가는 문제점을 유발하게 되었다.

첫째로, 1982년의 경우, 충전소의 입장으로는 供給社 장려금 지원에 의존하여 경영하였다고 하여도 과언이 아니었다. 3·14조치로 정유사의 신규 직영 충전소 설치가 금지된 가운데, 정유사측 입장으로는 충전소를 sales push 수단으로 활용할 수 밖에 없었으며, 그 動機유인수단이 바로 장려금이었다. 보다 구체적으로 KPC(한국생산성본부)가 조사한 17個 충전소의 표본분석 결과를 보면, 82년에 영업이익이 1.6% 적자를 기록하고 있음에도 불구하고, 경상이익이 상당한 흑자를 기록하고 있는 점 등에서 유추할 수 있다.

이러한 현상은 全國의인 것으로 보이며, 공급사측이 장려금 지원을 중단할시 충전소는 할인가격을 正常化시킬 수 밖에 없을 것이며, 이를 위한 充填所 業所間의 談合行爲가 일어날 소지가 크며, 소비자의 입장에서는 가격의 상승으로 인한 저항을 느끼게 된다.

둘째, 공급사는 固定販賣處 확보를 위해 充填所 부지만 확보되면, 新設資金을 지급함으로써 충전소의 파멸화현상을 초래하였다.

세째, 精油社 및 輸入社에 대한 자금의존도가 과대하다. 供給社로부터의 支援資金은 보통 充填所 新設時 지원되는 시설자금과 기존업자에게 지원되는 運營資金으로 大別한다. 업소에 따라 차이가 있지만, 지원규모는 1억원에서 6억원까지로 분포되어 있다.

네째, 充填所間의 경쟁이 심해짐에 따라 충전소는 정유사에서 받은 장려금이나 지원자금을 가지고 가스판매소에 대한 外上 賣出과 지원자금을 확대하고 있는 바, 이는 가스판매소의 불량채권발생을 가중시키고, 장려금 중단에 따라 어려워진 충전소의 자금사정을 더욱 악화시키는 것으로서, 84, 85년부터 정유사의 지원자금 상황이 시작되면 도산하는 업체가 늘어날 것으로 보인다.

다섯째, 충전업체는 自求策의 일환으로 수시로 談合을 試圖하고 있으며, 그 유형으로는 가격유지합의, 비울판매, 외상 및 지원자금 동결 등의 수단을 동원하고 있다.

(3) 安全管理

이미 지적한 바와 같이, 충전소의 난립과 채산성 악화는 안전관리 측면에 영향을 미친다. 즉, 安全管理 費用負擔에 壓迫을 느끼기 때문에 안전관리요원의 확보, 노후용기·밸브 등의 적기교체를 기피하는 등 충전시 자체안전관리실시 의무이행에 미흡해질 可能性을 배제할 수 없게 되었다.

保險制度측면을 검토하면, 現在 一部地域(仁川, 京畿, 大邱, 제주 등)만이 許可要件上 가스보험 가입 의무를 규정화하고 있는 상태인 바, 보험가입품토가 조성되어 있지 않다.

특히, 注意加入 방식으로 供給者 배상에 불리한 보험조건으로 되어 있는 바, 일부 충전소의 경우 가입조차를 기피하는 경향이 있다 <表-5 參照>.

<表-5> 충전소 보험가입 실태

구 분	가 입 자				미가입자
	3차배상	화재보험	2중가입	계	
가 입 비 율	26%	26%	27%	80%	20%
보험한도(평균)	1.4억	0.8억	-	2.2억	-

(註) 서울, 경기, 부산, 대구, 경북, 경남, 전북지역의 표본업체 122개소 기준

(4) 重量販賣制度和 用器管理

소비자는 현행 Bombe販賣과정의 定量供給 및 잔량처리방식에 대해 불만을 가지고 있는 경우가 많다. 或者는 일반적인 用器內 잔량이 5% 정도는 되고 있다고 지적하기도 한다.

이러한 문제점 때문에 우리 나라에서도 프로판을 meter-sales (용량판매) 하자는 의견이 있어 왔으며, 정부도 가스流通構造 現代化計劃의 일환으로 특정지역을 지정하여 이 제도를 도입할 계획인 것으로 알려져 있다.

用器管理 측면에서도 소유와 관리가 2元化되어 있는데 따른 책임의식이 결여되어 있는 것이 問題 視되고 있다. 이 점은 販賣所가 용기관리, 검사, 교체 위한 비용을 부담하기에는 과도하게 영세하며, 매출규모 자체도 안전관리 투자유인동기 유발 수준에 미치고 있지 못한 형편이 우려를 더하게 한다.

나. 가스販賣所

가스販賣所의 수는 그 규모가 영세하고, 許可權 者가 市長, 郡守, 區庁長으로 되어 있어 정확한 數字 파악이 어려운 형편이다.

가스安全公社의 자료에 따르면, 3·14措置 直 前에는 전국에 940個所의 가스販賣所가 있었으나, 83년 6월말 현재 1,729個所가 영업중에 있어 3년 사이에 업소증가율이 2배가량 증가되었다.

매출규모를 보면, 業所當 판매량이 영세하여 月

〈表-6〉 가스판매소 매출규모 (單位: 톤/월)

구 분	손익분기량	판 매 량
대 도시	25	서울 17.5 부산 14
중 소 도시	15	전국평균 13.3

10톤 미만의 판매업소가 37.2%나 되는 형편이며, 대부분의 지역의 업소당 판매량이 損益分岐量에 未達하고 있다. (表-6 参照)

현재와 같은 재산수준으로서는 용기관리 비용부담, 有資格 安全要員確保에 따른 인건비 부담이 크기 때문에 안전관리에 만전을 기할 수 있는 여건이 되어있지 못하다고 볼 수 있다.

IV. 결론—流通健全화를 위한 提言

최근 LPG産業의 급격한 成長은 需給側面의 문제해결에 치중해 온 나머지 供給構造上의 취약점에 수반한 獨寡占化 경향의 집중, 과도한 경쟁, 수급안정기반의 미정착 등에 따른 유통상의 문제를 수반하고 있는 것으로 보인다.

本稿의 小見으로는 LPG유통의 전실화는 유통기관의 경영합리화와 자본규모의 영세성에서 오는 물적유통설비의 낙후성을 탈피하는 것을 전제로 유통체계 운영상의 문제점들을 해결하는 방향을 모색해야 한다고 본다.

따라서 유통전환화를 위한 方向設定은,

첫째, 유통시장의 독과점 폐해방지와 공정거래기반을 조성하며,

둘째, 소비자 권익의 보호증진을 위한 품질유지, 정량거래, 안전관리 수준의 향상을 기하며,

셋째, 浪費的 경쟁으로 인한 企業資源의 낭용을 배제하고, 소비자가 경쟁의 수혜자가 될 수 있도록 합리적인 유통분배 체계를 육성·발전시켜야 하며,

끝으로, 평시와 非常時에 共히 적용될 수 있는 전천후체계를 갖추는 방향에서 모색되어야 할 것이다. *

企業人은 좋은 製品, 소비자는 바른 消費