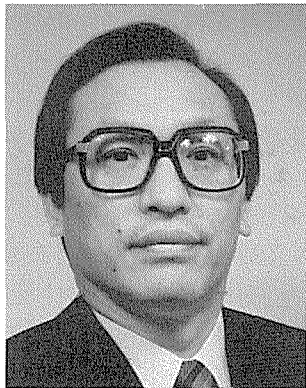


# 석유산업 유통근대화의 정책방향

-UR 과 소비자보호를 위한 정부정책의 단안을-



李 亮 教

〈경영학박사·한국  
소비자보호원 정책연구부장〉

## 1. 문제의 공동인식

L.D. Whit는 그의 『行政學』에서 「200년전의 국민은 정부에 대하여 壓制 이외에는 아무것도 기대하지 아니했으며, 100년전의 국민은 정부가 그들을 방임해 주기를 희망했다. 그러나 오늘날의 국민은 정부로부터 각종 서비스와 그들의 이익을 위한 보호를 기대하고 있으며, 이러한 현상은 산업사회의 진전과 함께 국민의 다양한 요구로 끊임없이 팽대해 지고

있다」-고 지적하고 있다. 이러한 현상은 현대행정 국가에 대한 국민의 기대이자 선·후진국을 막론하고 정부기능이 확대·강화되어가는데 그 원인이 있다. 선진국의 경우 복지행정의 영역이 확대되어 사회복지국가로 지향하기 위한 현실화 정책인 것이며, 후진국에서는 경제개발계획, 안전보장 등을 이유로 행정권한의 확대는 국민의 다양한 욕구충족을 수용하기 위한 행정기능의 의존 또는 긍정적 효과외에도

1621  
TMM

국가발전의 능률성문제와 더불어 '소수의 목소리에 의한 다수의 양보'가 발생하는 집단이기주의에 의한 저해요인이 공존하고 있다.

작금의 석유산업에 대한 유통산업규제완화를 비롯한 그 발전논쟁(?)이 그러하다. 81.3.14 정부 조정명령으로 정유사의 직영대리점설치 금지등에 대한 當·不當論보다 무엇이 이로운가-로 말미암아 기존 주유소업자와의 뜨거운 논쟁은, 官주도에 의한 성장정책의 후유증으로서 잘못된 것은 지금이라도 고쳐야 할 시점에 온것 같다. 따라서 정부의 의지가 이러한 때 이해당사자로서도 자본주의 시장경쟁원리 앞에서 정책의 자율화에 대한 승복이 필요하다.

따라서 UR과 관련한 우리나라 석유산업에 미치는



**“석유의 정제와 판매를 영위하는 정유사가 고유의 목적사업을 위한 유통업의 참여는 필수적인 경영형태인데도 불구하고 정유사에 대해 주유소 설치를 금지시킨 조치는 법률상 형평의 원칙에 어긋난다.”**



목전의 현상을 우선 살펴보면서 당면한 석유산업의 유통근대화와 소비자를 위한 정책이 무엇인가-를 검토하기로 한다.

### (1) UR과 석유산업의 영향

GATT에 의한 GNS(서비스협상그룹)협상은 GATS(서비스무역에 관한 일반협정)가 만들어진다. 따라서 우리나라 유통업 전반의 개방은 불가피하다. 물론 국내여건과 국제경쟁력의 차이에 따라 업종별 개방시기는 다소 조정되겠으나, 그것도 협상참여국의 동의가 필요하다.

그러므로 UR로 인한 유통업의 개방은 다음과 같은 영향으로 국민경제의 심각한 위협을 초래하게 된

다.

- ① 투자제한과 금지업종은 자유화업종으로 바뀌어질 수 밖에 없다.
- ② 자유화업종은 지난 1989년의 韓美間 수퍼 301조 협상결과가 반영되므로써 허가세가 아닌 신고제로 전환되어야 한다.
- ③ 개별법령상으로는 투자제한을 완화하거나 철폐하는 기존 법률의 개폐가 수반된다.

이같은 개방계획의 대상이 되는 유통업종은 7개 금지업종과 26개 제한업종이 있는 즉, 이중 '주요소영업' '가스소매업' '석유소매업' 등이 포함되어 있다.

석유판매업의 경우 투자금지업종은 없고 모두 투자제한업종으로 분류되어 있다. 따라서 이 5개 투자제한업종은 GATS에서 결정한 방식과 절차에 따라 결정된다. 그리고 국내 『石油事業法』의 석유판매업허가와 석유판매업의 허가기준 등 석유판매업의 허가신청과 신고는 협상상대국의 요청에 따라 그 요건이 점차적으로 완화되어야 할 우리의 상황이다.

그러므로 불완전 석유메이저와 산유국자본이 국내 석유유통부문에 진출하게 되는 것을 우리는 목격하게 될 것이다.

### (2) 유통단계에 대한 UR의 영향

석유사업법에 의하면 현재의 석유유통구조는 정유사→대리점→주유소(부판점)→소비자의 단계로 되어있다. 유통업이 개방될때 대리점과 주유소에도 외국자본이 들어오게 된다. 만약 대리점에 석유수출업이 허용된다면 석유메이저나 산유국의 자본은 본국의 석유제품과 우리나라의 소비자를 직결하는 통로로써 대리점을 운영할 수도 있다.

민수용 석유제품의 경우에는 더욱 큰 변화가 예상된다. 초기의 외국자본은 전액수출보다 합작투자의 형태로 진출하여 정유회사와 계열화가 되지 아니하고 있는 독자운영의 기존 일반대리점을 인수하게 되므로써 석유사업법에 의한 정유회사와의 공급계약을 외국기업으로서는 회피할 수 있는 길이 있기 때문이다.

이러한 과정을 거쳐 외국자본이 국내에서 어느 정도의 기반을 잡게되면 전액출자의 단독형식으로 세

로운 대리점을 설치하고 그 대리점은 국내의 정유회사와 공급계약을 체결하거나 혹은 석유제품을 수입하여 소비자에게 직접 공급하게 된다.

이 단계까지 이르면 석유제품의 유통경로는 국내에서 정제된 석유를 판매하는 유통경로와 외국산 석유를 판매하는 유통경로로 二元化 되므로써 기존의 우리나라 정유회사도 국내의 독점공급권을 상실할 수 있다.

따라서 대리점 사이의 경쟁은 자본력이 좌우하므로 국내의 기존대리점은 경쟁상대가 될 수 없어 예상보다 빨리 도산할 수도 있다.

이러한 유통구조의 변화를 생각할 때 주유소의 신설은 완화될 수 밖에 없으며 주유소간 거리문제 등 경쟁조건이 약화는 외국자본의 침식을 가속화 시킬 뿐이다.

## 2. 爭點의 兩非論과 政策의 方向

석유산업의 현안과제인 UR과 석유유통시장의 합리적개선을 위한 중·長期的 정책방향을 모색하기 위한 정책토론회를 지난해 7.16, 『에너지 경제연구원』이 주관한 바 있다.

초청토론자로 참석한 필자로서, 정유사와 주유소 업체간의 첨예화된 쌍방쟁점사항을 비교한 다음 무엇이 이로운가, 보다 무엇이 옳은가-의 판단을 국민경제의 차원에서 그 정책방향을 검토하기로 한다.



**“3·14 조정명령은 대기업인 정유사로부터 석유판매업자를 보호하기 위한 조치일뿐 이것이 중소기업의 영리확보를 위한 것은 아니다”**



### (1) 정유사의 3·14 조정명령 폐지의 논거

1976.2월 이후부터 정부규제로 지속되어온 주유소의 지역별 거리와 T/O제가 폐지되므로써 정유사의 판매경쟁이 과열 양상으로 전개될 것으로 예견하여 유통업계가 정부에 건의하여 시행하게 된 1981년 3·14 정부조정명령은, 중소기업을 보호하기 위

한 정책적 배려였으나 정유사의 직영대리점 설치와 정유사 및 그 직영대리점이 신규 주유소(충전소)를 설치하거나 기존 대리점 및 주유소(충전소)를 매입, 임대하는 방법등으로 직영하는 행위를 금지케한 것으로서 3·14 조정명령 발동 당시의 경제상황과 현재의 경제, 사회적 여건은 크게 달라졌다는 점이다. 즉 소비자보호와 UR의 유통업에 대한 대외개방이 현안으로 대두됨으로 정유사의 유통참여 금지는 외국자본의 진출에 따른 국내 석유산업의 조기도산 내지 이를 대비할 수 있는 석유유통구조의 계열화를 제도적으로 불가능하게 하고 있다는데 정유사의 3·14 조정명령에 대한 폐지론을 강조한다. 즉 석유의 정제와 그 판매를 영위하는 정유사가 고유의 목적사업을 위한 유통업의 참여는 필수적인 경영행태인데도 불구하고 정유사에 대한 주유소 설치금지조치는 법률상 형평의 원칙에 어긋나며 정유사외의 대기업이 주유소를 취득하고 있는 사례도 지적되고 있다. 더욱이 법률이 아닌 단순 행정명령으로 주유소의 매입, 임대 등에 대한 사유재산권의 제한은 부당하다 할 것이며 한시적 성격의 조정명령을 장기간 유지하는 것도 행정의 자행이라고 보고 있다. 그리고 정유사의 유통업 진출을 금지시킨 3·14 조정명령은 양질의 석유제품을 저렴한 가격으로 안정적인 공급을 원활하게 하기 위한 석유사업법의 목적과도 일치하지 않는 점을 지적하고 있다. 아울러 현행 주유소설치 허가제를 신고제로 전환하는 등 거리의 제한도 UR의 대비를 위하여 자율화하여야 하며 이럴 때 유통업의 계열화가 가능하다는 주장이다.

### (2) 서울지역 自營注油所業者의 반대론

이상과 같은 정유사의 주장에 대한 서울지역 자영 주유소업자의 반대론은, 『독점규제 및 공정거래에 관한 법률』에 의하여 유공·호유·경인등의 정유사는 시장지배적 사업자로서 ‘석유업계의 경제질서 안정과 UR의 국내 시장개방에 따른 국제경제력 대항을 이유로 주유소 허가기준을 철폐하고 3·14 조정명령을 해제하여 정유사의 주유소 취득을 허용하여야 한다’-는 석유사업법 시행령의 개정(안) 구상은 오히려 대자본을 조건으로 하는 정유사로 하여금 석유의 정제, 도매, 소매업을 석권시키므로써 경제력

을 장악해 하는 결과를 가져오므로, 석유업계의 균형있는 성장과 적정한 소득분배원칙을 고려하여 석유사업법 시행령 제9조(석유판매업의 허가 기준등) 제1항을 “제25조 제1항 제1호의 규정에 의하여 석유판매업의 허가권한을 위임받은 서울특별시, 직할시장 또는 도지사는 석유수급 및 가격안정을 위하여 필요하다고 인정할때는 <별표-1>의 허가기준외에 그에 적절하허가기준을 추가로 더 정할수 있다” - 라고 개정하여 허가권자인 각 시·도지사에게 이를 완전 위임케 하므로써 지역별 석유류 수요에 알맞는 허가기준을 마련, 필요한 곳에 필요한 주유소를 적정하게 허가를 하여야 한다는 것이다.

또한 UR협상의 타결로 국내시장이 개방될 때 주유소 거리제한이 없어질 것이므로 외국기업은 경영여건이 좋은 지역에 보다 많은 주유소를 신설하게 될 것이므로 오히려 국내석유업계의 보호는 커녕 외국기업의 발부칠 곳을 제공하는 결과가 된다고 한다.

따라서 서울지역의 자영주유소업자는 다음사항을 그 대안으로 對政府 건의를 하고 있다. 즉

- ①유류의 수송기능마비로 적기의 정량공급이 문제되고 있는바, 주유소에 대한 원활한 제품공급이 가능한 송유관시설이 완료될 때까지 현행허가제도를 그대로 유지하며
- ②업소간의 직선거리 700미터 이상과 주유소의 경영악화 방지를 위한 월간 적정판매량을 적용하여야 하며, 주유소허가제에 대한 합리적인 업무관리를 위해서는 官民으로 구성된 “허가심의 협의회”를 구성, 허가 및 사후관리에 임하도록 제도화 할 것
- ③UR협상 타결에 따른 국제경쟁력과 석유산업의 자유화시기에 대처하기 위해서는,
  - 정유사와 자영주유소간의 직거래 허용으로 직영주유소와 차등거래의 해소
  - 주유소의 마진은 손익분기점에 달할 수 있도록 적정마진 보장
  - 소비자를 위한 합리적인 상표표시는 정유 5사의 제품을 특성있게 개발, 생산하여 규격화하고 지역별 정유사간 제품의 교환판매를 일소시켜 정유사와 주유소간의 직거래 실현
  - 시장지배적 사업자인 대재벌의 유통시장 독점화

방지를 위해서는 3·14 조정명령에 대한 제한적 참여를 입법으로 허용, 소유권은 인정하되 경영권은 제3자에게 양도되어야 한다-는 조건들이다.



**“규제로 인해 기업이 보호를 받거나 기득권을 향유하고 있는 집단은 규제완화에 저항하여 규제완화의 정책의도를 왜곡 또는 변경하여 규제완화의 방향을 그들에게 유리하도록 영향력을 행사한다”**



(3) 이로온것 아닌 옳은것의 판단은,

위의 兩非論처럼 우리나라 석유판매업은 석유사업법에 의거한 허가사항이 되므로서 各市·道에서 同事業을 위한 대리점과 주유소는 정부의 허가기준 고시에 의하도록 되어 있다.

유통업의 개방을 전제로 하는 UR은 이러한 정부의 허가기준을 철폐할 것을 전제로 하지 않을 수 없으며 이는 외국자본진출의 1차적 장애물이기 때문이다.

더불어 외국자본의 국내시장진출과 內國民인 소비자보호의 원칙을 지킬것을 주장할 때 이러한 우리의 관계법 개정은 그들에 의하여 받아 들여질 수밖에 없다.

외국기업의 진출을 가로막는 인·허가제와 대리점의 판매지역 및 주유소와 주유소간의 거리제한규정 등은 유통일반의 풀사인制와 함께 이를 해지하여야 할 정부의 당면과제이기도 하다.

더욱이 3·14 정부의 조정명령은 외국자본의 국내진출을 대비하기 위해서라도 그 철폐가 선행되어야 한다. 이러한 때 국내 석유산업에 가장 시급한 유통구조의 계열화도 가능하게 되는 즉, 3·14 조정명령은 지금까지 국내 석유유통구조의 계열화에 장애적요소로 작용해 왔다.

물론 편법에 의한 이면계열화가 있긴 했으나 결코 제도적 正道가 될 수 없으며 3·14 조정명령의 철폐는 UR을 대비한 국내석유 유통구조의 계열화를 촉진시키는 제도적 장치가 될 것이다.

이상과 같은 현안과제는 지금까지 정부가 시행한 '석유산업의 규제정책'에 대한 대응책으로 모색되어야 할 것인즉

① 지금까지 정부의 존속 기업의 過保護가 또다른 정부규제를 요구하고 있다는데 정부의 정책방향은 자본주의 시장경쟁논리를 차체에 확인시키는 결과가 되어야 하며

② 3·14 조정명령은 석유판매업자를 대기업인 정유사로부터 보호하기 위한 조치이나 이것이 중소기업의 영리확보를 위한 것은 아니다. 즉 『중소기업기본법』 제1조인 '중소기업의 건전한 육성, 발전을 통한 국민경제의 균형적 발전을 도모' - 하는 것과는 그 취지가 다르다는 것이다. 그리고 3·14 조정명령이 단순한 유통업자를 보호하기 위한 것이라면 『석유사업법』의 입법정신이 정유사의 자유경쟁으로 인한 소비자의 혜택을 방해하는 정책의 모순도 정부가 바로잡아야 할 때이다.

③ 한편 대법원은 90.5.22일 주유소 소유권 이전등기 말소청구사건과 관련하여 법률이 아닌 단순 행정명령으로 매입, 임대 등에 관한 사유재산권을 제한하는 것은 부적합하다는 판결을 내린 바 있으나 90.12.29 공정거래위원회는 『독점규제 및 공정거래에 관한 법률』에 의거 3개 정유사에 대하여 91년도 시장지배적 사업자로 지정고시한 바 있어 국가정책의 橫의기능과 UR과 같은 해외시장의 개방에 따른 심각성에 공동인식이 부족했음도 지적할 수 있다.

### 3. 정부정책의 단안과 시행방법

「소비자는 장사꾼에 속는 바보」로서 「하찮은 존재」로 취급되어 온 것이 어제까지의 이야기다. 따라서 소비자문제와 기업은 대칭관계로 설명되는 이유가 여기 에있다. 「조직하는 소비자」, 「행동하는 소비자」- 는 소비자 주권에 의한 소비자의 권리가 제도적으로는 현실화되므로써 소비자의 알 권리 충족과 의견을 반영할 수 있는 권리 등 소비자로 하여금 선택할 수 있는 권리가 실현되어야 한다. 따라서 경제 3주체의 하나인 소비자로서 정부와 기업, 즉 석유관련업체에 대한 제안으로서의 3·14 조치는 물론 소비자의 선택권 확보를 위하여 주유소 설치허가제한의 문제 등

석유류제품의 상표제 실시에 대한 정부정책의 단안과 그 시행방법을 국민경제적 차원에서 그 의견을 제시하고자 한다.



**“주유소 허가제는 전면자유화하거나 신고제로 전환하도록 정부의 단안이 있어야 한다. 이는 빠르면 빠를수록 소비자 이익은 물론 대외경쟁력을 배양하는데에도 도움이 될 것이다”**



#### (1) 집단이기주의와 정부정책의 단안

정부의 경제정책이 그러하듯 석유산업의 유통합리화와 UR에 대한 근본적인 문제는 정부의 규제정책에서 비롯되었다. 따라서 정부규제완화(deregulation) 또는 규제개선책이 앞으로 우리의 경제정책이 나아갈 방향이라는 데는 정부나 민간부문 모두가 공감해야 한다. 그러나 현실적으로 이를 제약하는 요인은 집단이기주의에 있다. 이를 지적해 보면 제로인것 보다 무엇이 옳은가- 하는 것은 정부정책의 방향으로 같음되어져야 할 것이다.

첫째, 정부의 경제정책 규제완화에 따른 수혜자가 숫적으로 많다 하더라도 개선에 따른 이익이 개인별로 그리 크지 않거나 구체적으로 계량화되기 어려우므로 제도개선에 따른 이해집단간의 여론이 집약되지 아니한다면, 이로 인한 피해는 국가와 4천2백만의 소비자라는 점이다.

둘째, 규제로 인하여 기업이 보호를 받거나 기득권을 향유하고 있는 집단은 규제완화에 저항하여 규제완화의 정책의도를 왜곡 또는 규제완화방안의 변경 등 규제완화의 방향도 그들에게 유리하도록 영향력을 행사한다는 사실에 대하여 집단이기주의는 결코 옳은 것보다 제로인 것일 수 밖에 없다.

셋째, 규제로 인한 현실왜곡이 쉽사리 눈에 띄지 않아 모든 소비자들이 당연하다고 생각하여 문제의식을 가지지 않고 지나칠 수 있으나 규제완화에 따라 일시적으로 초래될 수 있는 부작용을 우려할 때 규제완화에 대한 반론도 무비판적으로 형성될 수 있

다는데 경제 3주체는 사안의 중요성과 심각성에 대하여 공동인식을 가져야 한다.

따라서 정부정책은 경쟁제한적인 정부규제 완화를 계속 不斷히 추진하여야 하며 이를 위하여는 정부정책의 노력과 더불어 규제완화에 대한 기업의 컨슈머리즘이 시대정신으로 승화되어 석유사업의 유통근대화는 물론 목전의 UR을 함께 대비할 수 있도록 하여야 한다.

## (2) 유통합리화와 계열화의 촉진

정부의 3·14 조정명령은 해제되어야 하고 주유소 설치는 자유화 되어야 한다. 따라서 정유사의 유통업 진출허용은 UR을 대비한 석유유통구조의 계열화 촉진에 크게 기여할 것이다. 즉 차량의 보유대수와 석유수요 증가에 비해 주유소 증가율이 이에 훨씬 뒤지고 있어 소비자의 원거리 주유로 인한 불편과 선택의 권리마저 상실하므로써 서비스不在로 인한 소비자의 불만은 가짜휘발유와 더불어 외국산 선택의 계기가 되고 있다.

뿐만 아니라 소비자가 향유하여야 할 정유사와 대리점간의 가격차액은 물론, 품질경쟁으로 인한 혜택이 주유소허가로 하여금 차단되어온 지금까지의 요인은 주유소의 정부허가로 인한 독점적지위에서 소비자에 대한 서비스 노력을 소홀케한 계기가 되었으므로 허가제한으로 인한 주유소 설립허가 자체가 이권화되고 있었으며 주유소영업 보다는 地價상승과 권리금을 의식하며 주유소를 설치하는 신문지상의 사례를 돌이켜 볼 필요가 있다.

따라서 소비자의 편익을 도모하고 정유사의 가격과 품질경쟁으로 인한 혜택이 소비자에게 돌아오게 하기 위하여 현재의 정부허가제를 시장경제의 원리에 의하여 국내산업차원에서 자율화는 촉진되어야 하며 UR에 대비한 해외자본진출의 국내석유산업 경쟁력 강화는 이로써 대처하여야 한다.

따라서 주유소 허가제를 全面자유화 또는 신고제로 전환하여 『소방법』과 『석유사업법』이 정하는 주유소 설치요건이 되면 주유소경영은 누구나 할 수 있도록 정부 단안이 있어야 한다. 이는 빠르면 빠를수록 소비자 이익은 물론 UR의 대응력을 배양하는 계기가 될 것이다.



**“현재와 같이 일부이기는 하지만 주유소에서 표시·광고된 상표와 다른 정유사의 기름이 판매된다는 것은 소비자를 기만하는 행위라 아니할 수 없다”**



## (3) 소비자를 위한 商標表示制의 실시

석유류제품의 상표표시제는 석유판매업자가 그 영업장소에 특정 정유사의 상표를 표시하거나 광고할 경우 해당 정유사가 공급하는 석유제품만 판매하도록 함으로써 거래질서를 확립하고 소비자를 보호하려는 제도이다. 따라서 현재 거의 모든 주유소가 하는 것처럼 특정 정유사의 Pole을 설치하거나 벽면, 주유기등에 특정 정유사의 표시광고를 할 때 해당 정유사제품외의 他社제품을 판매하여서는 아니되나, 반드시 특정 정유사를 선택하여 해당 정유사의 제품만을 판매하도록 의무화 할 수는 없을 것이다. 그러므로 石油에 대한 상표표시제를 실시하여야 할 이유로서는,

첫째, 소비자보호의 측면이다. 현재와 같이 일부이기는 하지만 주유소에서 표시·광고된 상표와 다른 정유사의 제품이 판매된다는 것은 소비자를 기만하는 행위라 아니할 수 없다. 설혹 많은 소비자들이 특정제품에 대한 선호 또는 제품에 특정차이를 모른다 하더라도 그들 스스로가 선택하여 믿고 구입한 제품이 당해 제품이 아닌 경우의 불합리한 기만 현실은 어떤 이유로도 묵과되어서는 안되기 때문이다.

둘째, 정유사간의 경쟁촉진 효과이다. 상표표시제가 제대로 시행되어 표시·광고된 제품과 실제로 판매되는 제품이 일치되고 소비자들도 이러한 사실을 명확히 인식하게 되어야만 정유사간의 품질경쟁 노력을 기대할 수 있기 때문이다.

아울러 상표표시제가 정착되어 정유사의 브랜드 판매가 거래관행으로 일반화될 경우 정유사간의 가격, 품질, 서비스 등의 경쟁효과가 소비자에게 전달될 것이며 품질유지, 마진, 정량거래등 소비자에 대한 책임의 명확과 정유사에 의한 경영지도 등을 통

한 주유소의 경영 근대화도 기대 할 수 있기 때문이다.

그리고 이러한 상표표시제는 이제까지 없던 제도를 새로이 도입하는 것도 아니다.

따라서 『공정거래위원회』는 상표표시제 시행을 위한 세부기준 등을 마련하여 정유사 및 관련업계에 통보하고 위반행위에 대한 단속을 실시토록 해야 한다.

그리고 상표표시제가 자연스럽게 정착되기 위하여는 법규에 의한 단속보다는 관련업계 스스로의 경쟁경쟁노력이 자율적으로 이루어져야 한다.

이제까지 주유소 등의 상표표시제가 제대로 이루어지지 않은 이유에는 여러가지 요인이 있다. 그중 석유판매업의 허가제 실시에 따른 주유소간의 거리 제한과 주유소 신설을 엄격하게 제한하므로써 상표제가 정착될 수 없었다. 즉 정유사의 주유소에 대한 판매경쟁으로 주유소의 경우, 할인판매나 외상판매보다 유리한 조건을 제시하는 정유사에 제품구입선을 바꾸게 되는가 하면 정유사의 입장에서는 석유정제업의 허가제에 따른 석유류제품의 최고가격제 실시등으로 정유사간의 품질과 가격경쟁 유인이 미흡하므로써 제품간 특성차이가 크지 않고 지역에 따라서는 정유사간의 제품교환이 이루어지고 있는 것도 상표표시제의 정착을 가로막는 요인이었다. 보다 원천적으로는 他工産品과 달리 석유류제품의 경우 소비자 자신이 제품의 식별을 쉽게 할 수 없다는 점이다.

따라서 상표표시제의 시행효과를 위하여는 석유판매업에 대한 허가제를 완화하여 신규참여를 확대하고 3·14 조정명령을 폐지하여 정유사의 석유유통부문에 대한 진출을 허용하는 등 석유유통부문의 경쟁여건을 조성해 나가야 한다. 또한 장기적으로는 정유사와 주유소의 직거래 허용과 석유류제품가격의 자율화도 이루어져 석유산업이 명실상부한 경쟁체제를 갖추므로써 국민경제의 효율화와 UR의 대비에 이바지할 수 있도록 정부의 단안이 필요하리 할 것이다.

#### 4. 맺는말

우리나라경제의 고도성장과 더불어 소비자인 국민의 석유류제품에 대한 수요도 급격히 늘어났다. 그 예로서 자동차의 보유대수가 그러하다. 즉 지난

3月末로서 우리나라의 자동차등록 대수는 3백여만 대나 되며 서울의 경우 120만대나 된다.

그러나 이러한 자동차 대수의 증가와는 달리 주유소는 이에 미치지 못하고 있어 주유소이용에 대한 소비자의 불만이 더욱 가중되고 있다.



**“장기적으로 정유사와 주유소의 직거래 허용과 유가자율화도 이루어져 명실상부한 경쟁체제를 갖추어 나가야 할 것이다”**



즉 우리나라 자동차가 폭발적으로 증가하기 시작한 '88년을 기준으로 하여 대비해 보면 전국 자동차등록대수 203만대에 2,779개의 주유소가 있었다. 즉 주유소당 평균 732대의 자동차주유를 공급해 왔으나 지난 1월말 기준으로는 910대로써 주유소당 주유차량이용대수는 50%나 증가되었는데 이 부분만큼 소비자이용의 불편과 상대적인 서비스의 질적 수준이 더욱 악화되었다. 주유소는 단순히 기름넣는 장소가 아니다. 슈퍼나 식당같은 주유소비자의 편의시설로 제공될 수 있어야 한다. 주유소 허가제의 정부시책에 대한 국민적불만도 여기에 있다. 그리고 기업은 소비자를 위한 존재물이다. 소비자가 없는 기업은 존재할 수 없다. 그러므로 소비자를 외면한 주유소의 거리제한과 허가제는 규제정책의 폐단으로서 그 부당성이 논거되어야 한다.

또한 정유사와 유통부문은 괴리 될 수 없으며, 그 결과는 유통상의 문제로서 수직계열화를 정책이 가로막는 결과가 되므로써 UR에 의한 외국의 석유메이저와 그들 자본의 진출에 따른 대응력을 갖추지 못하는 우리의 안타까운 현실을 낳게 했다.

더불어 석유소비증가율은 자동차만이 아닌 전년 대비 17.2%의 증가율보다 무려 6.5% 포인트가 높아 24%의 급증세를 시현하고 있어 주유소설치는 허가제가 아닌 신고제의 전환과 이미 허가된 미개업주유소의 영업개시가 있어야 할 것이다. 이러할 때 UR로부터의 국민경제는 물론 소비자보호를 위한 정부정책이 次善策이나마 마련될 수 있을 것이다. ♠