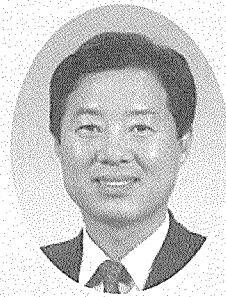


# 고유가 시대의 근본대책



이 만 우

〈 고려대 경제학과 교수 〉

## I. 머리말

올 초까지만 해도 외환위기는 일단 극복되었고 성장을, 물가상승률, 국제수지, 외환보유고 등 각종 거시경제지표가 양호하여 장기적으로 성장잠재력 회복을 위한 구조조정만 지속적으로 추진된다면 우리 경제의 안정적 성장을 기약할 수 있을 것이라라는 희망찬 진단이 주류를 이루었다. 그러나 성장잠재력을 복원하기 위해 마련된 기업·금융·공공·노동 등 4대부분 구조조정의 미흡과 시행과정상의 오류 등으로 인해 가파른 상승세를 보이던 각종 실물지표의 증가세가 현저히 둔화되고 있으며 금융불안감에 따른 신용 경색 가능성으로 경제의 불확실성과 불안 심리가 지속되고 있다. 설상가상으로 국제유가 폭등으로 인한 물가불안은 경제의 불확실성 확대를 초래하여 자칫 경제 전체의 위기 혹은 장기침체로 이어질 가능성을 배제하기 어렵다. 문제를 더욱 심각하게 하는 것은 단기간에 가시적 효과를 가져다 줄 고유가 대응전략을 찾기가 쉽지 않다는 점과 정부 또한 이를 타개

하기 위한 적극적 대응을 펴지 않고 있다는 점이다.

## II. 가격원리 확충과 산업구조의 개편

우리 나라는 지난 10년(1988~98년)간 에너지소비 증가율이 실질GDP 성장률 5.9%를 상회하는 8.1%를 기록함으로써 OECD 국가들의 평균 증가율 1.4%의 6 배에 달하는 과다한 에너지 소비국가이다. 1998년 현재 우리 나라의 1인당 GDP는 일본의 1/3수준이나 1인당 에너지 소비량은 일본과 비슷하여 과소비의 또다른 단면을 보여주고 있다.

이 같은 과다한 에너지 소비구조는 상대적으로 에너지 소비비중이 높은 중화학산업 중심의 산업구조에도 기인하지만 무엇보다도 물가안정, 산업지원 등을 위해서 운용해 온 저 에너지가격정책에 근본적인 원인이 있다. 한마디로 우리 나라는 공급 중심의 낮은 에너지가격과 규제 위주의 에너지 절약정책으로 인해 에너지 효율에 대한 인식이 결핍되고 에너지 절약시설에 대한 투자와 기

술개발을 위한 노력이 등한시되어 에너지 다소비형 경제 구조를 탈피하지 못하고 있는 실정이다.

〈표〉 에너지 소비의 국제비교(1988~1998년)

	한국	일본	미국	영국	OECD
에너지 소비증가율(연평균, %)	8.1	2.4	1.2	1.0	1.4
실질 GDP증가율(연평균, %)	5.9	2.1	2.9	1.7	2.4
에너지 소비의 GDP탄성치	1.37	1.14	0.41	0.59	0.58
1인당 에너지 소비(TOE,1998년)	3.5	4.0	8.1	3.7	4.6

\* 자료: International Energy Agency, Energy Balances of OECD Countries, 2000 Edition

지난해 하반기부터 고유가 징후가 가시화되기 시작했을 때 정부는 일시적 수급 불균형에 의한 유가상승으로 치부하면서 안이하게 대처해 온 것도 사실이다. 이번 유가폭등을 계기로 이제는 고유가 체제가 장기화 한다는 것을 전제로 하여 거시경제정책과 에너지 정책을 운용해야 한다. 필요하다면 내년도 경제성장률의 목표치를 수정해서라도 거시경제정책을 재점검할 필요가 있으며 중장기적으로 유가를 과감히 현실화해서 소비절약을 유도함은 물론 에너지 과소비 산업구조를 근본적으로 개선하는 전기로 삼아야 할 것이다.

그간 대다수 기업들은 장기적 관점에서 에너지 절약 시설과 기술개발에 의한 투자를 소홀히 해왔다. 시장의 가격이 신호역할을 제대로 수행하지 못했기 때문이었다. 에너지를 적게 쓰는 기업이나 산업이 경쟁력을 갖출 수 있다는 가격신호를 통해 근본적으로 문제를 해결해야 한다. 에너지 절약에 관련된 투자에는 금융세계상의 충분한 지원으로 조속한 시장기능의 복원을 뒷받침해야 한다.

### III. 체계적인 수요관리의 제도화

에너지에 대한 수요관리는 에너지 공급업체가 소비자

들의 에너지이용 효율을 개선시키거나 에너지 소비 행태를 변화시켜 에너지 절약을 달성하는 방안으로 현재 전 세계적으로 전력 부문에서 널리 이용되고 있으며 천연가스부문에서도 그 활용빈도가 늘어나고 있다. 미국의 경우 수요관리는 국가에너지 계획의 핵심사업으로 연방정부나 주정부의 에너지산업 규제기관에 의해 적극 권장 또는 지원되고 있다. 도입초기에는 부하관리가 폭넓게 이용되었으나 최근에는 에너지 효율개선을 위한 고효율 기기의 보급이나 에너지효율 시범사업 실시 등의 다양한 프로그램이 시도되고 있다.

우리 나라는 에너지 이용 합리화법에 에너지공급자의 수요관리 투자계획에 관한 규정을 명문화하여 에너지 공급자의 수요관리를 의무화하고 있으나 투자가 제대로 이루어지지 않고 있는 실정이다. 우리의 경우 수요관리 투자의 기반이 되는 하부구조가 절대적으로 부족한 실정이므로 이번의 유가폭등을 계기로 수요관리 프로그램의 개발과 보급을 전담하는 범국가적 기구를 조직하여 체계적으로 실천할 수 있는 방안을 마련해야 할 것이다. 수요관리 투자를 촉진하기 위한 금융·세계상의 대폭적인 유인제도와 함께 이번 세계개편안을 통하여 확충된 에너지세입 일부를 수요관리 투자재원으로 활용하는 방안도 적극 강구되어야 할 것이다.

에너지 절약을 위한 계몽과 홍보, 차량 10부제 실시 등 비시장적인 수단은 그 효과에 한계가 있으나 단기적으로 손쉽게 동원할 수 있는 수단들이다. 그러나 정부당국은 구호로만 에너지 절약을 내세워 왔을 뿐 그 실천에는 아직도 등한시키고 있는 실정이다. 현대경제연구원의 설문조사에 의하면 휘발유 값이 현 가격대에서 리터당 100원 인상될 경우 승용차 운행을 자제하겠다는 응답이 39%에 달하고 있으며 전력요금도 현재보다 10%만 올라도 전체응답자 중 59%가 본격적으로 전력 사용을 자제하겠다고 답할 정도로 소비자들이 에너지가격에 대한 수요탄력도는 비교적 높은 수준이다. 비록 다수의 국민들은 에너지가격의 현실화에 대하여는 가계 생활비 부담의 원인으로 반대하고 있지만 에너지의 99%를 수입하고

있는 우리네 실정을 감안하여 고통분담차원에서 가격현실화를 전격적으로 단행하는 용단이 정치지도자에게 절실히 요구되는 시점이다.

최근 정부는 에너지세제 개편안을 통하여 세입기반을 확충하고 에너지 소비절약을 유도하기로 하였다. 세계개편에 따른 국민의 반발을 의식해 에너지 가격 현실화를 지연한다면 이는 장기적으로 고유가로 인한 국민경제의 피해를 늘릴 뿐임을 국민들에게 설득하여야 한다. 고유가로 인한 물가압력을 해소하기 위하여 단기적으로 원화절상이나 교통세와 특별소비세를 탄력적으로 적용하는 방안도 고려해 볼 수 있으나 이들 또한 고유가 체제가 장기화한다는 것을 상정했을 때 바람직한 대응이라고 볼 수 없다. 단기에 치중한 졸속적인 대처보다는 중장기적인 관점에서 시장원리에 입각한 원론적인 정책만이 고유가시대의 근원적인 대응이 될 것이다.

#### IV. 환경친화적인 성장전략

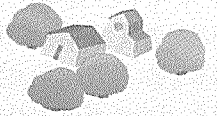
1997년 환경규제에 관한 국제적 약속인 기후변화협약이 체결된 이래 에너지 사용에 따른 온실가스 배출량의 감축이 각국의 주요한 에너지정책 이슈로 대두되고 있다. 대부분의 선진국에서는 이 협약을 준수하기 위한 실행계획을 완료한 상태이며 주요 개도국들도 이에 동참할 것을 요구받고 있는 실정이다. 앞으로는 선진국과 개도국들을 막론하고 생산에 투입되는 에너지를 줄여 환경친화적인 성장전략을 채택하고 효과적으로 그 실천계획을 마련하는 것이 경제성장의 중심과제로 변모하고 있다. 이러한 관점에서도 시장의 가격원리를 존중하는 에너지 절약의 생활화를 그 중심축으로 하고 이를 보완하기 위한 적절한 규제와 유인제도를 확립하기 위해 정부는 혼신의 노력을 기울여야 할 것이다.

이와 아울러 에너지 공급선의 다변화와 공급기반의 공고화를 국가경제정책으로 보다 적극적으로 추진되어야 할 것이다.

우리 경제는 환란극복 이후 각 부문의 구조조정에도

불구하고 과거의 경제시스템을 대체할 만한 안정적 경제시스템이 마련되고 있지 못하는 등 성장잠재력 기반 확충이 여전히 미흡한 실정이다. 이는 정책 조정 메커니즘의 결여에도 기인하지만 무엇보다 모든 분야에서 근원적, 사전적 처방보다는 대증요법적 처방에 급급하였기 때문임을 부인하기 어렵다. 에너지 정책분야에서도 예외가 아니다. 고유가 시대를 지혜롭게 극복하는 길은 고통이 수반하더라도 근원적이고 근본적인 중·장기정책의 마련과 이의 실천에 매진해야 함을 우리 모두는 명심해야 할 것이다. ☹

#### 용어해설



#### • 고객전환율(Conversion rate)

고객 전환율(Conversion rate)이란 인터넷 사이트 방문자가 실제 구매 고객으로 전환되는 비율을 의미한다. 인터넷기업의 수익 모델에 대한 관심이 증대되면서 고객관리분야에서 새롭게 주목을 받는 개념이다.

세계적인 인터넷 소매업체들의 경우 사이트 방문자들이 증대 하면서 서버 용량을 초과, 체증이 빈번해지고 이에 대한 불만으로 실제 구매를 원하는 고객이 일탈하는 문제에 직면해있다.

고객 전환율은 이러한 배경에서 등장한 것으로 고객들의 과거웹 서핑 이력을 미리 분석, 고객 전환율을 산출한 후 구매 가능성이 높은 고객의 경우는 별도의 서버 접근권을 부여해 보다 편리한 구매를 가능하게 해야 한다는 것이다.

Victoria's Secret의 경우 실시간 마케팅기법을 등원, 방문 고객의 전환율에 따라 구분된 대응을 하고 있다.