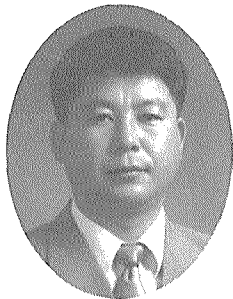


# 사적계약방식의 상표표시제 시행에 따른 석유시장전망

## 1. 서두

92년 소위 소비자 보호 및 석유유통질서 확립차원에서 도입된 의무적 단일 상표표시제가 금년 9월부터는 민간자율의 사적계약방식으로 변경된다. 간단히 말해서 기존 단일 상표표시제가 폐지된다는 뜻이다. 사실 상표표시제 변경과 관련하여서는 그간 시장당사자들간 많은 논쟁이 있었으며, 그결과 금년 3월 23일 경제정책조정회의에서 시장자율에 맡긴다는 "사적계약"방식으로 결정난 것이다. 오늘 이 자리는 그간의 상표표시제 변경과정을 새삼스럽게 설명하는 것은 무의미하므로 사적계약방식의 시행의 의의와 시장에 미치는 영향 및 정유사의 바람직한 대응자세에 대해 검토해 보도록 하겠다.



허 남 용  
<산업자원부 석유산업과 서기관>

## 2. 사적계약방식의 시행 의의

단일 상표표시제의 사적계약방식으로의 전환은 한마디로 석유시장의 시장경쟁 원리를 극대화하는데 의의가 있다고 본다. 즉, 현행 단일 상표표시제는 시장경쟁을 상표별로 제한하고 있어 시장경쟁을 공급자 상표별로 제한하여 왔다. 물론 많은 이견들도 있다. 예컨대, 무플시장이 있는데 어째서 공급자 상표별로만 시장경쟁이 제한되고 있는냐라는 반론과 원유를 전량 수입에 의존하고 있는 우리의 석유산업 특성상 유사시안보 및 경제안정 등을 위해서는 완벽한 시장경쟁보다는 소비지정제주의를 통한 제한적 시장경쟁이 바람직하다는 반론 등이 대표적인 예이다. 그러나, 이러한 반대논거는 내수시장의 98%를 점하고 있는 국내 정유사의 시장지배적 영향력과 Globalization으로 대표되는 최근의 세계 정치경제의 흐름을 감안시 설득력이 너무나도 초라하게 보일뿐이다. 석유시장의 경우 유통단계의 유연성이 제한되어 있으며(이상적인 석유제품 판매방식은 저장시설을 갖추고 있는 주유소방식이 일반적이며, 이러

한 주유소 설치에는 많은 초기자본이 필요) 그 결과 “시장점유비=폴주유소 점유비” 형태로 나타나고 있어 단일 상표표시제는 공급자 상표별 제한적 시장경쟁으로 귀착되는 것이다. 또한, 매일 1조 달러 이상의 자본이 국가간에 자유롭게 거래되고 있는 작금의 세계자본시장에서는 원유 또는 석유 역시 세계정치 질서를 좌지우지하는 헤게모니의 수단이 아닌 중요한 자본의 한 형태로서 사용되고 있는 것이다. 물론, 석유산업의 전략적 중요성을 무시하지는 것이 아니다. 석유산업의 전략성은 정부의 비축시책을 통해 충분히 커버 가능하다고 본다. 따라서, 경쟁제한적인 단일 상표표시제를 계속 유지하는 것은 시장경쟁을 왜곡시킬 소지가 있어 결과적으로 석유산업의 경쟁력 향상에 큰 도움이 되지 않는다고 본다.

결국, 사적계약방식의 도입은 시장경쟁 원리를 극대화하는데 의의가 있는 것이다.

### 3. 사적계약제가 시장에 미치는 영향

사적계약방식의 도입시 예측할수 있는 시장의 전개양상으로는 우선 Brand Value와 Price Value간의 시장경쟁이 본격화될 것이라는 점이다. 즉, 여태까지는 내수시장을 과점하고 있는 국내 정유사의 시장지배적 영향력으로 인해 정유사의 Brand Value간 시장경쟁이 전부였다. 소비자는 별다른 선택없이 정유사의 Brand제품을 살 수밖에 없었으나, 앞으로는 석유B2B시장 출현과 맞물려 주유소의 상표선택 범위에 여유가 생겨 Brand제품뿐만 아니라 정유사에서 상표권을 포기한 Non-Brand제품 시장도 크게 확대될 것으로 예상된다. 즉, 앞으로는 Price Value를 중시하는 시장 수요층으로 인해 Brand Value와 Price Value가 자연스럽게 혼재하는 양상이 될 전망이다. 다음으로는 석유제품 공급자 시장 역시 치열한 시장경쟁이 예상된다. 특히 Price Value가 높은 국외 Spot시장의 메리트로 인해 수입사들의 시장진출이 증가할 전망이어서 기존 시장점유비를 유지하려는 국내 정유사들과의 시장경쟁이 높아질 전망이다. 이미, 일부 대기업에서 수입제품을 통한 내수시장 진출을 강화하고 있는 것으로 나타나고 있어 기존 중소 수입사 및 정유사들과의 시장확보 경쟁은 당분간 지속될 것으로 본다. 기타, 사적계약제로 인해 전개될 공급자간 시장경쟁 격화가 가격인하 등으로 소비자 후생을 높이는 효과가 있고, 주유소의 대 정유사 영업 협상력을 높이는 효과 등도 있으나 이는 금번 지면에서는 생략토록 한다.

### 4. 정유사의 바람직한 대응자세

단일 상표표시제 폐지에 따른 치열한 공급자간 시장경쟁으로 인해 정유사의 영업환경은 더욱 어려울 가능성이 크다고 본다. 수입사의 내수시장 진출 강화, Brand와 Non-Brand간 경쟁 심화 등으로 정유사의 기존 계열 주유소에 대한 영업전략에도 대대적인 수정이 필요할 것이고, 시장유지를 위해 무리한 가격인하도 감수해야 할 것이다. 그러나, 이는 도리어 국내 정유사들의 경쟁력 향상을 위한 불가피한 과정으로 인식하는 것이 옳다고 본다. 사실 국내 정유사는 정부의 보호정책 등으로 여타 제조업에 비해 시장경쟁 원리에서 자유롭지 못한 점도 있었다고 본다. 따라서, 단일 상표표시제의 폐지를 계기로 내부 구조조정, 생산성 향상, 질적경영의 제고 등을 더욱 강화하여야 하며 이를 계기로 시장에서의 경쟁력은 더욱 높아질수 있는 것이다. ♣