

우리나라 石油産業의 마케팅에 관한 研究

(中)

金 鍾 達

〈第三石油販売(株)·管理課長〉

第四章 石油類製品の 價格制度

第一節 石油類製品の 價格變動推移

1. 石油波動과 우리經濟

第1次石油波動이 우리 經濟에 미친 影響은 原油價의 急騰으로 因하여 原油輸入代錢이 總輸入額中에서 차지하는 比重이 1973年 6%에서 1974년에는 15%로 增加되었고, 總輸出額과 比較하면, 1973年 7.8%이던 原油輸入代錢이 15%포인트 增加하여 1974년에는 22.7%에 達하여 1975년의 原油導入額은 1973년에 比하면, 2年만에 原油輸入을 위해

支拂한 金額이 5倍를 넘었다.

第1次 石油波動은 原油輸入代錢의 增加, 物價의 上昇, 國際收支의 惡化等 여러가지 否定的 影響이 우리 經濟에 미쳤고, 또한 短期的으로는 石油消費減少와 石炭消費增加를 招來하였으며, 이같은 現象은 石油價格의 大幅의인 引上과 原油需給上의 一時的 隘路에 對한 通常의인 反應이었을뿐, 결코 에너지 消費構造上의 根本的인 變化는 이루어지지 못했다. 이와 같이 第1次 石油波動의 警鐘에 우리 經濟가 對處하는 程度가 微弱하였다는 事實은 1978-1979年에 걸친 第二次 石油波動의 衝擊을 크게 만든 重要한 內在的 要因으로 作用하였던 것이다.

第2次 石油波動前인 1978년에 原油輸入代錢은 總

〈表4-1〉 原油輸入의 比重

	原油導入量 (千배럴)	原油導入額 (FOB, 百万弗)	原油輸入單價 1975 = 100	總輸入額중 比重 (%)	總輸出에 대한 比率 (%)	對GNP比率 (%)
1973	103,210	253	23.3	6.0	7.8	1.9
1974	112,703	1,014	85.4	14.8	22.7	5.6
1975	117,795	1,241	100.0	17.1	24.4	6.1
1976	132,407	1,492	107.1	17.0	19.3	5.4
1977	154,548	1,890	116.0	17.5	18.8	5.4
1978	166,532	2,043	116.4	13.6	16.	4.3
1979	185,513	3,153	161.3	15.5	20.9	5.2
1980	182,861	5,431	281.9	24.4	31.0	9.4
1981	180,316	6,159	324.2	23.6	29.0	10.0

〈資料〉 韓國開發研究院

□ 研究資料 □

輸入額中에서 13.6% 차지하던 것이 1980년에는 24.4%를 點하게 되었다. 輸出과 比較하면, 이미 1979년에 輸出로 因한 外貨輸入의 2割 以上을 原油輸入에 쓰고 있었던 것인데, 第2次 石油波動의 結果 輸出外貨收入의 3割 以上이 原油를 輸入하는데 必要하게 되었다. (表4-1參照)

原油輸入額의 GNP에 對한 比率을 보면, 1972년에 GNP의 2%에 미치지 못하던 것이 1974년에는 5.6%이고, 1975년에는 6.1%로 3倍 以上 增加하였고, 그後 1978년까지 그 比率이 점차 減少하다가 1979년에 5.2%로 反騰하여 1980년에는 9.4%에 達하였고, 1981년에는 原油輸入代錢이 GNP의 10%에 達하는 크기로 增大하였다.

原油는 에너지源中 가장 重要한 것이라는 理由 때문에 그 價格의 上昇은 모든 에너지의 價格을 上昇케 하고, 物價와 賃金의 上昇을 誘發하게 한다. 따라서 油價上昇의 國民經濟에 對한 直接的인 效果도 實質成長 GNP를 減少하게 하거나 增加를 鈍化시킨다.

(表4-2)에 나타난 우리 經濟의 實績을 살펴 보면, 實質GNP成長率은 1973年 14.9%에서 거의 半減되어 1974년에는 8.0%로 되었으며, 인플레이션은 3.1%에서 23.8. %로 暴騰하였다. 第2次 石油波動時 實質成長率 6.4%는 1980년에 -5.7%로 變하였고, 인플레이션은 18.3%에서 28.7%로 다시 한번 急騰하였다. 失業率의 變化는 第1次 波動時에는 매우 크지 않았으나, 第2次 波動時에는 많은 增加를 보였다. 이러한 現狀은 日本이나 臺灣의 經濟動向

을 살펴 보면, 비슷한 經驗을 하였음을 알 수 있다.

2. 石油製品의 價格變動 推移

石油價格의 引上은 經濟에 미치는 影響이 크므로 政府는 石油價格을 規制하고 있다. 國內의 石油價格引上은 換率과 物價上昇에 따른 精油会社의 一定 收益率 保障이란 點도 作用하고 있으나, 所要原油의 全量을 輸入에 依存하고 있는 우리 나라의 경우는 主로 産油國의 公示原油價格의 引上과 步調를 같이하여 왔다. 1973년까지는 國際적으로 原油價格이 3달러 水準에서 安定되어 있었기 때문에 石油製品에 對한 市場價格은 最高告示價格 以下의 水準에서 需給變動에 따른 部分的인 變化만을 보였으나, 1973年末 中東戰以後 産油國의 石油武器化政策으로 배 當 3달러 水準을 維持하던 國際原油 公示價格이 12달러 水準으로 무려 4倍까지 引上되자, (表4-3)에서 보는 바와 같이 國內石油製品價格도 1973年 12月 30%引上을 始初로 1974년에 82%, 22.3%, 34% 세차례 急騰하여 國內 物價上昇을 主導했다. 그後 國際原油市場이 均衡狀態를 되찾음에 따라 國內石油類 價格도 安定勢를 보였으나, 1978年末의 이란事態로 惹起된 第2次 石油危機로 原油價는 다시 引上되고, 國內 石油價格도 大幅 引上 調整되었다.

最近에는 先進國의 景氣沈滯 및 油類消費節約 등으로 原油供給 過剩狀態가 되어 原油價가 引下 및 單一化됨에 따라 1982年 3月 11日 國內油類史上 처음으로 國內石油價格이 引下調整되었다. 아울러 國

(表4-2) 韓國·台灣·日本經濟의 實績

	韓 國			台 灣			日 本		
	GNP成長率	인플레이션率	失業率	GNP成長率	인플레이션率	失業率	GNP成長率	인플레이션率	失業率
1972	5.8	11.7	4.5	13.3	3.5	1.5	9.0	4.8	1.4
1973	14.9	3.1	4.0	12.8	8.2	1.3	8.8	11.7	1.3
1974	8.0	23.8	4.1	1.1	47.4	1.5	△ 1.2	22.7	1.4
1975	7.1	26.3	4.1	4.2	5.4	2.4	2.4	12.1	1.9
1976	15.1	15.3	3.9	13.5	2.5	1.5	5.3	9.3	2.0
1977	10.3	10.1	3.8	9.9	7.0	1.3	5.3	8.1	2.0
1978	11.6	14.4	3.2	13.9	5.7	1.7	5.1	3.8	2.2
1979	6.4	18.3	3.8	8.1	9.8	1.3	5.6	3.6	2.1
1980	- 5.7	28.7	5.2	6.6	19.0	1.2	4.2	8.0	2.0
1981	8.0	23.3	4.5	5.5	16.4	1.4	2.9	4.9	2.2

(資料) 韓國開發研究院

民經濟生活的安定 및 國家經濟發展을 위하여 價格自律化가 檢討되고 있어 效率的인 油價體系가 될 것이다.

〈表4-3〉 石油類價格引上內容 (1970-1982年)

日 字	引上率(%)	備 考
1970. 3. 17	13.0	換率引上, 物價上昇
1971. 6. 2	19.5	原油價格引上
8. 20	21.0	換率引上 및 原油輸送費引上
1972. 7. 21	14.1	換率引上 및 原油價格引上 (2.4 S/bbl)
1973. 8. 8	13.0	原油價格引上 (3.0 S/bbl)
12. 4	30.0	" (4.257 S/bbl)
1974. 2. 1	82.0	" (9.619 S/bbl)
4. 8	22.3	" (10.210 S/bbl)
12. 7	34.0	換率引上 및 原油價格引上 (11.053 S/bbl)
1975. 11. 21	8.8	原油價格引上 (12.067 S/bbl)
1977. 5. 20	4.3	" (12.495 S/bbl)
1978. 1. 28	3.67	77년 7월 1일 字 原油價格引上에 따른 均衡維持
1979. 3. 7	9.5	原油價格引上 年平均 10%分期別引上
7. 10	59.0	原油價格引上
1980. 1. 29	59.43	換率引上 및 原油價格引上(基準價格28.8 S/bbl)
8. 24	14.72	" (" 30.58 S/bbl)
11. 19	12.5	" (" 31.97 S/bbl)
1981. 4. 19	15.0	" (" 31.44 S/bbl)
11. 29	6.0	" (" 31.92 S/bbl)
1982. 3. 11	(2.82)	原油價格引下 (" 32.77 S/bbl)

註: 1) 基準原油價下落은 平均複合單價基準에서 低價原油導入社의 原油價基準으로 變更適用된 데에 起因함.

2) 引上率은 稅前 工場渡價格基準임.

〔資料〕 動力資源部, 韓國產業銀行.

第二節 販賣價格制度 및 運營

1. 販賣價格制度

우리나라의 石油製品 販賣價格決定은 政府에 依해 決定되며, 政府은 石油事業法에 依據하여 製品

別 段階別 最高價格을 告示하고 있다. 法에 依하면, 「動力資源部長官은 石油의 販賣價格이 不當하게 昂騰하거나 下落할 憂慮가 있는 境遇에 石油의 安定되고 低廉한 供給을 위하여 必要한 때에는 石油精製業者, 石油輸出入業者의 石油販賣價格의 最高額 또는 最低額을 定할 수 있다」고 規定되어 있으며, 또 「動力資源部長官은 第1項의 規定에 依하여 石油販賣價格의 最高額 또는 最低額을 定한 때에는 이를 告示하여야 한다」라고 되어 있다. 따라서 石油製品의 價格은 工場渡價格, 精油会社販賣價格, 代理店價格, 注油所價格으로 区分된다. (表4-5)는 各段階의 價格을 構成하고 있는 要素를 보여주고 있으며, 精油会社의 販賣價格과 工場渡價格의 差異는 輸送費에 있으며, 其他價格은 流通마진을 包含하는 것이 다르다.

2. 輸送費 및 流通마진

石油製品輸送費는 全國의 43個 輸送告示地域에 對하여 輸送距離와는 關係없이 精油会社販賣價格 속 에 定額으로 表示되어 있다. 이와같은 均一輸送費를 製品別로 보면, 揮發油가 리터당 9.84원, 輕油가 6.29원, 燈油·輕質重油·重油·B-C油·제트油가 5.89원, 프로판이 kg當 35.37원, 부탄이 34.50원이 된다. 그러나 精油会社는 輸送告示地域을 벗어나 輸送을 할 境遇 그 追加輸送分에 對해서 告示와 關係없이 時價를 받을 수 있다. 輸送費의 이와 같은 決定은 基點價格制(Basing-Point Pricing System)에 依據한 것이다.

이는 主要生産地를 基點으로하여 各消費地의 價格은 到着地 내지 工場所在地의 遠近에 關係없이 一定한 基點價格에다가 基點工場으로부터의 運賃을 加算해서 決定하는 方式으로 近距離 需要者가 遠距離 需要者의 輸送費를 負擔해 주는 結果를 招來하

〈表4-5〉 消費者價格 要素別 分析

油 種	精 油 會 社 販 賣 價 格									代 理 店			注 油 所					
	工場渡	稅 金			稅包含價格	輸 送 費				計	手 數 料			價 格	手 數 料			價 格
		SET	VAT	計		定 費	SET	VAT	計		마 진	VAT	計		마 진	VAT	計	
高級揮發油	391.64	509.13	90.08	599.21	990.85	3.89	5.06	0.89	9.84	1,000.69	20.47	2.05	22.52	1,023.21	33.45	3.34	36.79	1,060
普通揮發油	272.78	354.61	62.74	417.35	690.13	3.89	5.06	0.89	9.84	699.97	15.83	1.58	17.41	717.38	20.56	2.06	22.62	740
燈 油	237.34	-	23.73	23.73	261.07	5.35	-	0.54	5.89	266.96	9.18	0.92	10.10	277.06	13.58	1.36	14.94	292
輕 油	211.25	14.79	22.60	37.39	248.64	5.35	0.37	0.57	6.29	254.93	8.13	0.81	8.94	263.87	12.85	1.28	14.13	278
프로판	569.86	-	56.99	56.99	626.85	32.15	-	3.22	35.37	662.22	58.23	5.82	64.05	726.27	83.39	8.34	91.73	818

(表4-4) 石油製品價格의 變動推移

(稅前 工場渡 價格基準)

(單位: 圓/ℓ)

油種別 年月日	揮發油		燈油	輕油	輕質重油	重油		B-C油		제트油	나프타		溶劑	아스팔트	프로판		부탄	
	普通	高級				一般用	鐵道用	一般用	石油化學		一般用	서울市用			一般用	서울市用		
1964. 1. 1	5.80		6.67	6.04		6.04		4.19	6.07				5.80	7.62	18.00			
7. 8	9.60		8.01	5.19		5.19		3.78	8.06				12.55	9.35	23.13			
1966. 1. 5	7.58		7.21				4.61						10.05	5.21	18.00		15.00	
11. 9					(67. 12. 14) 5.77			3.56			4.27		10.05		15.40		12.00	
1969. 2. 11		(70. 2. 14) 9.02	7.48	5.39	5.99	5.39	4.78	3.69	6.22		4.43		10.43	5.41	15.60		12.50	
1970. 3. 17	8.29		9.35	5.98	6.77	5.98	5.31	4.06	7.03				11.79	6.11	35.10		25.10	
1971. 6. 2	9.91		13.04	7.15	8.09	7.15	6.35	4.79	8.40		4.70		15.92	7.30		25.60		20.00
8. 20	11.99		15.78	8.65	9.79	8.65	7.68	5.80	10.16		5.69		19.26	8.83	42.47	25.00	30.37	
1972. 7. 21	14.04		18.48	9.87	11.17	9.87	8.75	6.38	11.59		6.49	5.69	21.98	10.08	42.47			
1973. 8. 8	15.87		20.88	11.00	12.45	11.00		7.11	13.10		7.79	6.83	24.84	11.36	49.49			
12. 4	20.31		26.73	14.08	15.94	14.08		9.10	16.77		12.58	11.32	31.80	14.58	63.60		35.53	23.40
1974. 2. 1	35.54		46.78	24.64	27.90	24.64		17.47	29.35		22.02		55.05	25.52	111.30		45.48	29.95
4. 8	39.63		46.28	27.47	31.11	27.47		23.58	32.73		28.63		63.05	28.45	124.10		79.59	52.41
10. 7								25.55	39.27				93.08				88.74	58.44
12. 7	41.41		55.20	36.70	37.55	36.70		35.58	53.88		37.74		124.82	39.03	219.66		167.54	110.34
1975. 11. 21	45.09		60.10	39.96	40.88	39.96		38.74	58.66		41.09		135.90	42.50	239.16		182.42	120.14
1977. 5. 20	47.02		62.67	41.67	42.63	41.67		40.40	61.17		42.85		141.71	44.32	240.38		190.22	125.28
7. 1	59.54		50.91	41.36	42.42	41.36		40.56	56.95		42.10		126.82	43.54	202.13		150.85	99.35
1978. 1. 28	61.68		52.74	43.17	44.72	43.17		42.02	58.96		43.62		131.39	46.46	156.36		133.04	87.62
1979. 3. 7	67.54		57.75	47.21	48.03	47.21		45.93	64.79		47.93		143.87	51.05	158.47		153.00	100.76
7. 10	107.39		91.82	75.06	77.80	75.06		73.03	103.02		76.21		228.75	81.17	251.97		243.27	160.21
7. 18			81.82															
11. 24			87.49															
1980. 1. 29	171.21		139.49	119.67	124.04	119.67		116.43	164.24		121.50		364.70	129.41	401.72		387.85	255.42
8. 24	196.41		160.02	137.29	142.30	137.29		133.57	188.42		139.38		418.38	148.46	460.85		444.94	293.02
11. 19	219.91		180.12	154.53	160.17	154.53		149.69	212.09		149.89		470.03	167.11	512.01		505.96	333.19
1981. 4. 19	257.34		215.78	175.00	184.74	175.00		167.69	250.60		164.88		541.57	200.19	613.70		612.62	394.64
11. 20	272.78		237.34	185.50	195.82	185.50		179.48	250.30		159.76		449.39	212.20	644.32		640.19	412.40
1982. 3. 11								175.65			141.23				569.86		568.94	368.64

(資料) 官報, 動力資源部.

기 때문에 不當한 價格差別을 誘發, 市場競爭을 阻害하는 要素로 알려져 있다.

即, 全國均一輸送費란 輸送費의 「카르텔 價格化」를 뜻하는 것이며, 競爭에 依한 輸送費節域의 機會를 許用치 않는 市場體制를 意味한다.

例를 들어 京仁의 精油施設은 서울地方에 아주 가까우므로 實際의 輸送費는 他社에 비해 低廉할 것이고, 따라서 其他 精油會社는 서울地域에서 京仁과 競爭하기 위해서는 經濟的 輸送手段을 開發했어야 했지만, 現在의 均一輸送費制度下에서는 그렇게 해야 할 必要가 없기 때문에 消費者의 負擔은 競爭狀態에서보다 加重된 셈이다.

〈表4-6〉日本과 流通마진 比較

(單位: %)

油 種	代理店마진率		注油所마진率	
	우리나라	日本	우리나라	日本
普通揮發油	2.49	1.6	3.15	12.3
燈 油	3.78	3.0	5.39	16.1
輕 油	3.51	1.9	5.35	14.5

〈資料〉石油流通協會 1981. 12.

〈表4-6〉에 의하면, 우리나라代理店의 마진率은 日本에 비해 높은 水準에 있고 注油所의 마진은 相對的으로 顯著한 差異를 보이고 있다.

日本의 特約店은 30日~45日間의 外上信用去來이나 우리나라 代理店은 現金仕入, 外上販賣로서 金融費의 負擔이 加重되므로 결코 마진率이 높은 것만은 아니다.

流通마진의 適正性 與否를 分析하기 위하여 (1) 1981年 全國代理店販賣實積을 基準으로 複合單價, 複合마진, 賣出利益率을 各各 計算하였고, (2) 石油流通協會가 分析한 告示마진中 輸送費比重을 輸送費로, (3) 管理費等은 C社의 損益分岐點에 各各 根據을 두고 아래와 같이 分析하고자 한다.

A. 告示마진에 對하여 現在 代現店의 去來條件 即, 平均外上 期日 45日을 基準하여 評價하면,

〈表4-7〉流通마진의 適正性分析

區 分	販 売 量	複合單價	複合마진	賣出利益率	수송비비중
全國代理店	43,784千드럼	52,672원	1,752원	3.33%	48.5%
C 社	655千드럼	54,292	1,100	2.01	45.0

〈資料〉石油開發公社, 石油流通協會, C社1982

Review

複合마진 - (輸送費+金融費+管理費)

即, $1,752\text{원} - (850\text{원} + 650\text{원} + 600\text{원}) = 348\text{원}$
348 원의 損失이 發生하게 되므로 適切한 水準이라고 볼 수 없다.

B. 金融費用(年10%)을 考慮하지 않고 即, 現金去來條件이라면, 複合마진 - (輸送費+管理費)

即, $1,752\text{원} - (850\text{원} + 600\text{원}) = 302\text{원}$
302원의 利益이 發生하므로 適切한 水準이다.

C. 上記 두 境遇를 結合시키면 告示마진 속에는 金融費用 21日分이 包含되어 있는 것으로 分析된다.

政府에서 告示된 流通마진에는 輸送費49%와 管理費34%, 그리고 金融費 17%로 構成되어 있음을 上記分析結果로 알 수 있다.

結局, 合理的인 企業經營은 外上回收期間을 20日 水準에서 維持하여 金融費用을 最少化하여야 한다. 그러나 大部分의 代理店은 非合理的인 企業經營을 通하여 市場競爭을 더욱 過熱시킬 뿐만 아니라 金融費의 過대한 支出로 財務構造의 脆弱性을 排除하지 못하고 있다.

특히 D代理店의 損益比率을 보면, 金融費比率이 1.81%로 輸送및 管理費比率 1.49%보다 높은 水準에 있다. 이것은 市場競爭에서 그 優位性을 維持하기 위한 外上期日延長政策의 結果이다. 그러나 外上 債權增大는 次期 發生할 수도 있는 不良債權의 增加를 不可避하게 하므로 D代理店의 經營은 非合理的으로 看做된다. 또한 流通秩序를 混亂하게 하는 要因이며, 財務構造를 더욱 不實하게 한다.

3. 石油製品價格의 國際比較

〈表4-8〉에 의하면, 競爭相對國에 比하여 一部製品이 높은 價格水準을 維持하고 있어 對外競爭力을 弱화시키는 要因이 되고 있다.

우리나라 石油製品別價格은 工場渡價格에 있어서 日本이나 台灣에 比하여 오히려 낮은 水準이다. 그러나 消費者價格은 台灣에 比하여 월등히 낮은 水準이며, 日本에 比하면 石油, 輕油, 나프타는 日本이 오히려 높은 水準에 있고, 石油消費의 大宗을 이루고 있는 揮發油와 B-C 油는 우리나라가 高價이다.

이와 같이 우리나라의 石油製品의 消費者價格이 高價인 理由는 特別消費稅等으로 稅負擔이 過重되었고, 産業政策上 配慮를 위해 一部製品은 低價로

□ 研究資料 □

維持함에 따라 他製品에 負擔이 轉嫁되었기 때문이다. 即, 石油化學의 支援을 위해 나프타價格을, 庶民生活保護를 위해 燈油價格을, 그리고 交通料金を 비롯한 公共料金の 抑制을 위해 輕油價格을 各各하게 策定함으로써 他製品의 價格이 相對적으로 높은 水準을 維持하게 되었다. 特히 대만의 경우는 油價安定을 위해 財政支援을 하고 있으므로 消費者價格을 낮게 維持할 수 있는 要因이 된다. 現在 揮發油價格에 對하여 過重한 特別消費稅의 賦課로 많은 論難이 되고 있다.

1980年 總特別消費稅徵收額은 5,825億원이며, 이中 揮發油의 稅額이 約 3,000 億원으로 全體의 51% 水準이다. 이는 우리나라의 間接稅中 單一品目으로 가장 높은 比重이다.

特別消費稅의 立法趣旨은 附加價値稅의 單一稅率에서 오는 租稅負擔의 逆進性을 補完하고, 奢侈性物品의 消費를 抑制함으로써 稅制面에서 實質的인

이와 같이 高價인 揮發油는 不良揮發油 量産의 機會를 주어 社会的인 問題를 惹起시킨다. 그리고

〈表4-9〉 石油類稅率 國際比較

韓 国	日 本	台 湾
1. 從價稅	1. 從量稅	1. 從價稅
2. 特別消費稅 揮發油 130% 輕油 7%	2. 揮發油稅 배럴당 8,553円	2. 石油類物品稅 揮發油 13.7% 燈油 8.04%
3. 附加價値稅: 10%	3. 石油去來稅 배럴당 3,863円	輕油 13.03%
4. 防衛稅: C.I.F의 2.5%		B-C油 3.08%

〈資料〉 石油協會

〈表4-10〉 石油類의 消費者價格中 稅金의 比重

油 種	韓 国	日 本	台 湾
揮發油	57.5%	35.2%	13.7%
輕油	14.5	4.1	13.0
B-C油	9.1	-	3.1

〈資料〉 石油協會

〈表4-8〉 石油製品價格의 國際比較

(82.1初現在)

(단위: \$/B)

구분 유종	稅前 公 場 道 (A)			消 費 者 價 格 (B)					
	韓 国	日 本	台 湾	韓 国	B/A	日 本	B/A	台 湾	B/A
揮發油	61.69 (100)	82.03 (133)	98.63 (160)	167.35 (100)	271	121.01 (72.3)	147	112.96 (67.5)	114
燈油	53.67 (100)	70.07 (131)	53.50 (99.7)	66.04 (100)	123	70.07 (106.1)	100	60.66 (91.8)	113
輕油	47.77 (100)	53.26 (111)	49.94 (105)	62.87 (100)	132	70.87 (112.7)	133	56.48 (89.8)	113
나프타	36.13 (100)	43.35 (120)	-	39.74 (100)	110	43.35 (109.1)	100	-	
B-C油	40.59 (100)	41.67 (103)	30.92 (76.2)	47.83 (100)	118	41.67 (87.1)	100	31.80 (66.5)	103

註: ()内는 한국대비 타국의 지수임.

〈資料〉 石油協會

租稅負擔의 平衡을 기하고 附加價値稅의 長點을 살리기 위함이라고 한다.

또한 揮發油는 經濟, 社會活動을 위한 大衆交通手段이면서 그 特別消費稅가 寶石의 100%보다 훨씬 높은 130%의 稅負擔에는 矛盾點이 많다.

政府는 稅收確保와 에너지節約을 위해 企業의 業務用과 官公署用이 大部分인 揮發油에 奢侈品以上の 稅率을 賦課하고 있다. 이것은 消費節約이기 보다는 消費禁止를 意味하고 있다.

高價로 인한 消費減少는 石油企業間絶對量確保, 維持를 위하여 過當競爭을 誘發시켜 石油企業의 財務構造를 惡化시킨다.

政府에서는 1983년부터 稅率을 130%에서 100%로 引下調整하였다. 하지만, 關聯産業의 育成과 社会的인 諸問題點을 考慮한다면 稅率을 더욱 引下하여 製品間 消費均衡을 維持하여야 할 것으로 본다.

國內의 이러한 製品間 價格再調整은 國際競爭力을 強化시키는 側面에서 行하여 石油價格이 國際化

되도록 政策的인 配慮가 있어야 할 것이다.

4. 石油事業基金制度 및 運營

石油製品價格制度의特徵은 精油会社間의 利潤, 或은 損失의 差異를 縮小시키려는 政策的 意志가 內包되어 있다는 點이다. 原價中 가장 重要한 比重을 차지하고 있는 原油價格이 存在하지 않을 경우, 政府가 劃一的인 油價를 決定 告示하게 되면, 質에 비해 싼 原油를 導入하는 会社는 비싼 原油를 導入하는 会社에 비해 相對的으로 엄청난 暴利(Windfall profit)가 생기게 된다. 이렇게 되면 利益이 發生하는 会社는 稼動을 할 수 있지만, 반대로 缺損이 커지는 会社는 稼動을 中止하게 되므로 國家全體의 物量需給上의 問題를 發生시키게 된다. 이와 같이 石油의 需給 및 價格安定과 石油開發事業을 効率的으로 推進하기 위해서 安定基金制度를 制定하여 運用하게 된 것이다. 이와 같은 安定基金을 本格的으로 運用하기 始作한 것은 第2次 石油波動의 發生에 따른 原油價 多元化 現象에 따라 1979年7月 10日 以後부터이다.

安定基金의 財源은 1) 石油輸入 또는 石油精製業者로부터 徵收하는 收入金, 2) 國際原油價格의 顯著한 差異로 因하여 石油精製業者가 取得한 差等利潤 中에서 徵收하는 收入金으로 構成되도록 되어 있다.

이와 같은 國際原油價 多元化 現象에 對處하기 위해서 原油價 平準化制度를 設置하여 安定基金制度를 運用해 왔다. 그러나 이 制度가 第2次 石油波動을 克服하는데 至大한 貢獻을 한 것은 事實이지만, 販賣收益이 높은 高價의 輕質原油를 導入함으로써 外換負擔의 增大 및 油價引上要因을 招來하였고, 또 自由競爭을 原則으로 하고 있는 우리나라 經濟體制에 많은 問題點을 露出시켰다.

그後 政府는 安定基金의 問題點을 補完하기 위하여 1981年 11月 29日 制度改編을 斷行하였다. 即 原油價 平準化制度는 原則的으로 繼續하되 싼 原油를 導入한 경우에는 인센티브를, 비싼 原油에 對해서는 페널티를 賦課한다는 것이다. 이를 위해서 安定基金額 2.30\$/bbl 中 實際로는 2.00\$/bbl 씩만 安定基金으로 徵收하는 代身, 비싼 原油를 導入한 경우에는 一定한 率의 페널티를, 싼 原油를 導入하

는 경우는 30¢/bbl만큼 인센티브가 支給될 수 있도록 制度化하였다.

그러나 1982年 8月7日 石油事業法施行令을 改正 公布하였다. 82年 3月11日 油價調整時 間간 實施하여 오던 原油價 平準化制度를 OPEC의 油價單一化 合意 및 國際原油의 安定勢를 勘案하여 廢止하고, 原油費部門에 市場競爭原理을 導入하였다. 하지만 政府의 基本目標인 原油導入先多邊化 政策에는 더욱 支援하여 石油의 安定的인 需給基盤을 助成하도록 하였다. 從前에는 原油導入先多邊化地域으로부터 原油를 導入할 경우, 輸送거리의 差異에 따른 追加輸送費만 補填해 주도록 하였다. 그러나 改正된 安定基金制度에서는 追加輸送費外에 追加金融費를 支援하고, 이러한 理由로만 多邊化 推進이 어렵기 때문에 輸入장려금을 支給할 수 있도록 制度化하고 있다.

이에 따라 安定基金의 用途를 縮少하고(高價差額 補填廢止), 基金規模도 2.30\$/bbl에서 0.70\$/bbl로 調整하였다.

安定基金制度가 運用된지 3年만에 3회에 걸쳐 國際石油市場의 變化때마다 改正되어 왔다. 이는 法的 安定性 以前에 國際社會에 對處해 나가기 위한 融通性 내지 伸縮性 때문이라 생각된다.

第三節 換率變動과 石油價格

1. 우리나라의 換率制度

換率의 國際的 變動은 基本的으로 各國의 國際收支事情에 따르나, 制度的으로는 國際通貨制度의 統制를 받는다. 各國은 國際通貨基金(IMF)에 金 또는 美달러貨에 對한 平價(Par value)를 設定하고, 自國의 換率은 可能한 한 平價의 水準으로 維持하도록 되어 있다.

우리나라의 換率은 美달러貨 하나에만 連結되어 決定해 오다가 1980年1月12日美달러貨에 對한 元貨 換率의 實勢反映을 위하여 換率을 大幅 引上하는 同時에 그 동안의 諸問題點을 解決하기 위해서 1980年 2月 27日 複合通貨 바스킷 制度를 採擇하면서 同日자로 그 동안 變動이 可能하나 事實上 固定運營되어 온 換率을 流動化하였다.

複合通貨 바스킷 制度는 페그 通貨가 多樣化되어

□ 研究資料 □

換率이 安定的으로 變動할 수 있고, 主要交易相對 國과의 競爭力을 反映할 수 있는 한편, 國際通貨로서의 重要性이 더해가고 있는 SDR바스켓이 反映됨으로써 元貨에 對한 信賴도 增大시킬 수 있는 長點을 가지고 있다. 反面에 國際通貨時勢만을 反映하기 때문에 主要交易國의 物價水準을 反映시키지 못한다는 短點을 지니고 있다.

이와 같은 短點을 補完하기 위하여 現行 換率制度는 實勢反映裝置를 바스켓과는 별도로 運用하고 있는데, 이는 内外 金利差, 内外 物價水準差 및 外換市場 展望等を 勘案한 것으로서 이의 適切한 運用으로 換率의 實勢를 反映할 수 있는 機能을 갖게 되었다. 따라서 複合通貨 바스켓에 依하여 決定된 元貨換率은 主要 交易相對國의 通貨時勢를 反映함과 同時에 適切한 實勢反映裝置의 通貨時勢를 反映함과 同時에 適切한 實勢反映裝置의 運用으로 国内外 物價時勢를 反映함과 同時에 適切한 實勢反映裝置의 運用으로 国内外 物價水準의 變動等 實勢를 反映함으로써 國際收支調整機能을 回復하는 同時에 安定的인 變動을 할 수 있게 되었다.

2. 換率變動이 油價에 미치는 影響

石油은 달러貨로 輸入되기 때문에 原油의 導入費用은 換率의 變動에 따라 增減하지 않을 수 없다. 더우기 国内油價中에서 原油價의 比重이 73%以上이나 차지하고 있으므로 換率變動이 油價調整에 主要因이 되고 있다.

특히 國際原油價가 安定되어 있는 狀態에서는 国内油價의 決定은 換率이 主導하게 될 것이다.

〈表4-11〉에서 分析한 結果를 보면, 換率이 油價에 미친 影響은 1980년에 51%의 引上要因이 發生하였고, 1982年 3月 油價調整時에는 原油價가 4.6

% 引下하였음에도 불구하고, 販賣複合單價는 換率上昇要因으로 2.8% 引下에 그쳤다.

1980年の 油價를 크게 上昇하게 한 原因은 1980年 2月 27日 變動換率制의 實施로 그 以前에 發生하지 않았던 原油導入金融費가 油價에 反映되었기 때문이다.

原油導入金融費는 原油를 外上으로 購入하는데 따른 即 유전스의 使用으로 因하여 發生되는 費用을 말한다. 따라서 原油의 購入時點의 換時勢와 유전스 決濟時點의 換時勢 사이에 換率이 變動하는 경우 負債의 金額이 變動하게 된다. 이에 따라 發生하는 損失 또는 利益을 換리스크 (Foreign Exchange Risk)라 한다.

變動換率制를 實施한 以後 繼統적으로 換率이 上昇하였으므로 国内精油社가 負擔한 換差損은 〈表4-12〉와 같이 그 크기가 莫大하다.

〈表4-12〉 유전스 換差損 發生現況

	1978	1979	1980	1981
年平均換率	485	485	622.6	682.5
(增加率) %	0	0	36.6	6.1
換差損(億圓)	-	-	2,905	1,200
(W/bbl)	-	-	1,656	658

〈資料〉 石油協會

結局 유전스管理가 精油社의 損益向上을 決定하게 된다. 換言하면, 国内油價決定에 미치는 影響은 1982年 3月 11日 油價引下調整時를 보면, 2,334圓/bbl의 유전스費用이 發生되어 油價中 7.3%의 比重을 차지하고 있다.

過去 몇年間的 精油会社 平均 原油導入 유전스期間의 趨勢를 살펴보면, 〈表4-13〉과 같으며, 여기서 1979년까지는 平均 90日 内外이었던 것이 原油價格引上과 在庫增加에 따른 運營資金 所要額의 增

〈表4-11〉 年度別 油價上昇 要因分析

	1979	1980			1981			1982		
		金額	上昇率	引上要因	金額	上昇率	引上要因	金額	上昇率	引上要因
原油代(\$/B)	25.41	38.43	51.2%	48.2%	41.07	9%	6.5%	39.2	▲ 4.6%	▲ 3.9%
換率(圓/\$)	485	658.4	35.7	51	690	4.8	4.7	714.3	3.5	2.8
精製費(圓/B)	767	1,648	115	6.7	4,518	174	10.7	3,929	▲ 13	▲ 0.9
合計(圓/B)	13,089	26,948		105.9	32,855		21.9	31,930		▲ 2.8

註: 原油導入金融費는 精製費에 包含.

(資料) 動力資源部

加로 因하여 1981년에는 平均 150일에 이르렀으며, 原油外上買入金 殘額도 약 17,000億원에 달했다.

(表4-13) 精油社 平均 유전스 期日

	1978	1979	1980	1981
平均外上期日(日)	67	93	158	150
原油外上入金殘額(億원)	2,330	5,094	14,377	17,000

(資料) 石油協會

이러한 유전스의 使用이 不可避한 背景은 精油社가 石油製品을 生産供給하기 위해서는 原油 및 製品在庫, 外上債權등 各種의 運轉資本이 必要하게 된다. 이러한 運轉資本을 自己資本으로 充當하기에는 그規模가 너무 크기 때문에 이를 유전스로 調達할 수 밖에 없는 것이다.

換率は 国内油價算出時 原油代에 곱하여 元貨로 表示한 原油代를 算出하는 하나의 役割과 精油社가 유전스를 使用함에 따른 原油導入換差損 發生의 두가지 役割을 擔當하고 있다.

結果의으로 換率變動에 對處하기 위하여 精油会社는 經營合理化를 通하여 最少한 換差損을 減少시켜 나가야 한다. 물론 換率과 關聯되는 諸問題點들은 石油産業의 外的인 問題이기 때문에 政府에서 政策的인 解決方案이 講究되어야 할 것이다.

第五章 石油産業의 流通經路

第一節 流通經路의 形態 및 實態

1. 流通經路의 形態

오늘날의 販賣機構는 社会的 및 經濟的 分化的 發展과 더불어 점점 複雜한 樣相을 나타내고 있다. 이것은 企業이 利用하는 流通經路로서 把握할 境遇一般의으로 다음과 같은 다섯 가지의 典型的 經路로 類型化할 수 있다.

- (1) 製造業者→消費者
- (2) 製造業者→小賣業者→消費者
- (3) 製造業者→卸賣業者→小賣業者→消費者
- (4) 製造業者→1次卸賣業者 或은, 專屬代理店→2次卸賣業者→小賣業者→消費者
- (5) 製造業者→1次卸賣業者 或은, 專屬代理店→小賣業者→消費者

더우기 이밖에도 資本系列에 依한 販賣会社, 直營小賣店, 月賦販賣会社等を 通하여 販賣經路를 形成하는 것이 있는가 하면, 農業團體等 特殊한 販賣 루트에 依存하는 경우도 있다.

石油製品의 流通經路는 固有의 商品特性에 따라 他商品과는 相異한 樣相을 보이고 있으나, 流通經路를 輕質油와 重質油등 油種別로 두개의 패턴으로 區分될 수 있다.

(가) 輕質油의 流通經路

- ① 精油会社→代理店→注油所(副販店)→消費者
- ② 精油会社→大量消費者(直賣)

①의 流通經路는 典型的인 Main Route로서 위에서 言及한 第3의 類型에 따르고 있다. ②의 流通經路는 主로 高速버스等 大量消費者로 大量購買를 通한 消費가 目的인 最終消費者(Ultimate Consumer)들이다.

(나) 重質油의 流通經路

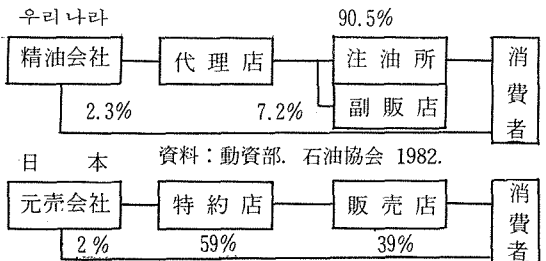
- ① 精油会社→大量需要者(直賣)
- ② 精油会社→直營代理店→消費者
- ③ 精油会社→一般代理店→消費者

2. 油種別 流通經路(日本의 流通經路와 比較)

가. 揮發油

揮發油의 流通채널을 보면, 直賣채널이 2.3%, 代理店채널에서 97.7%가 販賣되고 있으나, 代理店에서 注油所로 流通되는 物量이 90.5%가 販賣되고 있어 揮發油의 販賣루트는 注油所가 위주로 되어 있다. 揮發油는 Motorization의 進展에 따라 95.3%가 車輛用으로 쓰여지고 있으므로 注油所의 스탠드를 通하여 供給되지 않을 수 없다. 즉, 精油会社→代理店→注油所→消費者의 典型的인 形態라고 할 수 있는데 <그림5-1>과 같이, 日本의 流通經路

<그림5-1> 揮發油의 流通經路



(資料) 石油産業의 現況, 1980

□ 研究資料 □

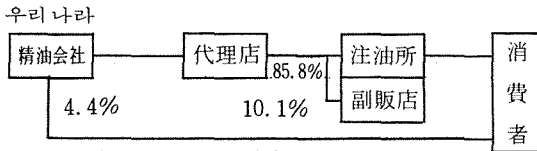
와 比較하여 보면, 우리 나라의 代理店段階에 該當하는 特約店에서 消費者에 流通되는 經路가 가장 重要한 루트여서 우리 나라의 直營注油所를 勘案하여도 우리나라보다 그 比重이 훨씬 높이나 나타나고 있다.

나. 燈 油

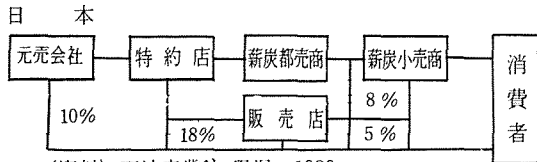
燈油는 暖房, 炊事用이 87.5%, 一般郡小用이 7.3%를 차지하는데, 이들은 注油所(副販店)와 代理店을 통하여 揮發油和 마찬가지로 供給되고 있다. 燈油消費의 大宗을 이루고 있는 暖房用, 炊事用 消費는 個人消費者를 對象으로 하므로 精油会社가 直賣할 與件이 못된다.

다만, 一般郡小業에 代理店이 直賣를 擔當할 따름이다. 日本의 境遇를 보면, 우리나라보다 훨씬 複雜한 채널을 통하여 消費者에게 配給되고 있다. 이는 薪炭에서 燈油로 家庭用에 너지가 變化함에 따라 薪炭業者의 進出, 需要家口에 直接 運搬해 주는 販賣方法에 的中한 米穀商, 술집등의 取扱等 새로운 販賣業者가 잇달아 參與함으로, 이들이 獨自의 流通經路를 그대로 가져 들어오거나 或은 從來의 石油流通經路의 特約店 또는 販賣店으로서 參與했기 때문에 燈油全體의 流通經路는 極히 複雜多岐하게 되었다.

〈그림5-2〉 燈油의 流通經路



〈資料〉 動資部, 石油協會, 1982.



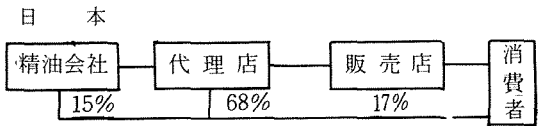
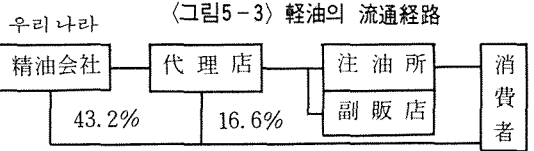
〈資料〉 石油産業의 現況, 1980.

다. 輕 油

輕油의 用途는 運輸用이 52.4%이고, 水産·海運이 13.8%, 發電이 8.6%, 其他가 16.5%이다. 이 中 大量需要者인 水協 및 外航船等으로 直接傳達(Direct Sales)되고 있는 物量이 43.2%이며, 代理店販賣를 통하여 消費者에게 傳達되는 物量은 56.8%이다. 다음 段階에서 代理店에서 實需要者에게

販賣되는 物量이 16.6%, 注油所 및 副販店을 통하여 消費者에게 傳達되는 物量은 40.2%이다.

日本의 流通經路와 比較하여 보면, 元賣会社→特約店→消費者로 配給되는 루트가 가장 많으며, 元賣会社의 直賣채널은 15%에 不過하여 우리나라의 現象과는 對照的이다.



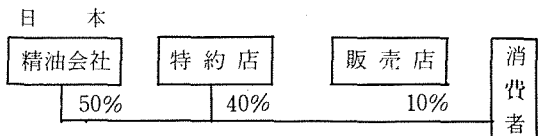
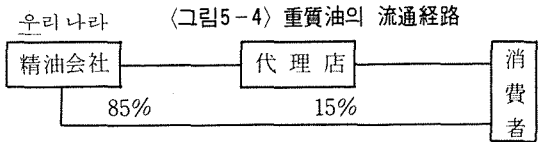
〈資料〉 石油産業의 現狀, 1980

라. 重質油

重質油는 發電用이 43.4%를 차지하여 消費의 主宗을 이루고, 其他 産業用과 暖房, 燃料用으로 쓰여지고 있다. 그러므로 大需要처는 精油会社의 直賣채널을 통하여 供給되며, 그 比重은 85%나 된다.

代理店을 통하여는 中規模 消費者인 목욕탕, 아파트, 商業用빌딩 등으로 販賣되고 있어 그 比重은 15%이다.

日本의 重質油流通은 우리나라의 流通패턴과는 全然 다른 形態를 보여주고 있다. 우리나라의 代理店에 該當하는 特約店채널이 50%로서 元売会社의 直賣量과 같은 比重으로 이는 日本의 消費構造가 우리나라 보다는 훨씬 低邊이 擴大되어 있기 때문이다.



그리고 우리나라와 特異한 것은 電力, 鐵鑛等 大量需要처에 對한 供給은 直接 精油会社에서 파이프라인供給, 또는 沿岸탱크 등으로 納品하는 境遇가 大部分이다.

위에서 본 바와 같이, 우리 나라의 流通經路가 日本의 流通經路에 比하여 單純한 便이다. 그러나 輕油와 重質油에서 日本보다 우리나라 精油会社가 直売하는 比重이 높은 것이 우리 나라의 流通經路에서 問題點이 되고 있다.

3. 精油会社의 直売

精油会社는 生産者인 同時에 製品을 直接 消費者나 中間商人에게 販賣함으로 流通擔當機關으로서 가장 重要한 位置에 있다. 그리고 精油会社의 直売物量은 이미 言及한 바와 같이, 一般의 大量需要者에게 販賣되는 까닭에 B-C油나 重油等 重質油 爲主로 販賣된다.

最近 精油会社는 一般代理店을 吸收 直營化함으로써 輕質油 部門에서도 都壳機能은 물론 小壳機能을 아울러 遂行하고 있어 Corporate Chain System을 가지고 있다. 따라서 이러한 直營代理店(House Agent, Home Agent)의 增加趨勢는 流通채널을 完全히 掌握하게 한다. 「채널을 支配하는 者는 市場을 支配한다」라는 말이 있듯이, 오늘날의 激甚한 過當競爭에서 優位性을 確保하기 위하여 各 精油会社는 直營化를 擴大하여 都·小壳市場을 支配하려고 한다.

그러나 所謂 1981年「3.14措置」로 政府는 精油会社들의 不公正去來行爲 防止를 위해 精油会社는 直營代理店을 新設하지 못하고, 또 直營代理店도 傘下에 直營注油所를 新設하지 못하도록 하였다.

그러나 <表5-1>에서와 같이, 油公이 2個 代理店,

<表5-1> 直營代理店 現況

區分	油公	湖油	京仁	雙龍	極東	計
既存	興國商事	世邦石油 三京石油	第三石油	汎亞石油	世一石油	6
(新設)	三一社 三義石油		東日石油 海南石油	滿井石油 신계산업		6
計	3	2	3	3	1	12

<註> 新設은 事實上 直營化로 언제든지 메이커가 有利한 販賣機構로 活用할 수 있음.

<資料> 石油協會, 協會報, 1982年 8月, 石油流通協會, 通信文 1982. 9.

京仁에너지가 2個 代理店, 雙龍精油가 2個 代理店으로, 「3.14措置」以後 新設代身에 既存代理店을 事實上 引受해 버린 것이다.

精油会社의 直売物量의 趨勢를 보면, 第2次 石油波動時期에 年平均 2.15%의 比重이 減少되었다가 다시 1980年에 2.73%, 1981年에 2.81%씩 增加하여 精油会社의 直売物量이 「直売擴大」되어 가고 있음을 알 수 있다. 이러한 擴大趨勢는 精油会社의 直營注油所와 함께 漸次 그 比重이 높아질 것이 確實하다. 그 結果 精油会社는 流通채널을 支配하게 되어, 政府의 生産과 流通과의 分離方針과 矛盾된 마아케팅機能을 遂行하고 있다.

그런데 直売는 原則의 大量需要者 乃至 大量消費者가 그 對象이기 때문에 어느 限度 以上の 兪

<表5-2> 年度別 直売現況

(單位: ㎧, %)

年度	民需計	直売	代理店		代理店合計
			直營	一般	
1972	9,474,811	63.8	11.9	24.3	36.2
1973	11,687,411	66.6	9.2	24.2	33.4
1974	12,051,642	70.2	8.2	21.5	29.8
1975	13,527,637	70.8	7.4	21.8	29.2
1976	15,266,834	70.6	7.4	22.0	29.4
1977	18,036,386	70.2	7.3	22.5	29.8
1978	20,976,278	66.8	8.6	24.6	33.2
1979	23,767,044	65.9	8.7	25.4	34.1
1980	22,819,243	67.7	8.6	23.6	32.3
1981	27,439,425	69.6	9.1	21.4	30.4

<資料> 韓國石油流通協會, 全國代理店 販賣実績表 1972~1980. 石油開發公社, 1981.

注量(月間需要量)이라야 直売可能量으로 取扱되게 마련이다. 이 直売可能量은 石油協會의 仲介로 各 精油会社와 直売基準量(輕質油 月1,500bbl, 重質油 月4,000bbl)을 定하고 相互遵守토록 同意한 量이다.

그러나 實際에 있어서는 各 精油会社에 依해 그 基準值 以下の 月間需要量으로도 直売되는 경우가 許多하다. 즉 <表5-3>에서 보는 바와 같이, 基準值 以下の 業體와의 去來実績은 物量으로는 10%水準이나 業體數로는 5倍나 되는 높은 比重을 차지하고 있다. 이러한 去來量은 中間都壳商格인 代理店에서 供給해야 되는 量으로서, 精油会社는 그만큼 都壳市場에 깊이 浸透해 있음을 意味한다.

이러한 直売擴大傾向 乃至 基準量 無視傾向은 雙龍精油의 稼動과 湖南精油의 增設로 더욱 深化되어 아파트 및 建物의 煖房用燃料에도 直売의 傾向이

□ 研究資料 □

며, 더우기 最近의 例를 보면, HP工場은 1981年 去來量이 5,460드럼(月465드럼)으로 基準值의 折半以下인데 S精油會社의 直売가 되었다.

이러한 事例는 代理店의 販賣活動은 물론 그 存在意義를 基本的으로 흔들어 놓았다. 卽지면 國際石油財閥인 걸프나 칼텍스는 流通過程에서 代理店制度를 둔 例는 드물다.

서 一定水準의 在庫를 保有하면서 自己販賣網을 통해 適正한 利潤을 加算하여 販賣하는 商業者이다.

그런데 石油代理店은 精油會社로부터 買入하고, 販賣와 貯藏, 輸送等 一切를 自己責任下에서 行하고 있으므로 實質的인 內容面에서는 代理店이라고 보다는 特約店의 性格이 强하다.

이러한 石油代理店의 制度는 石油事業法에 依해

〈表5-3〉 精油會社 直売現況

(單位: 1,000bbl)

油 種	直 売	基 準	油 公	湖 油	京 仁	極 東	合 計
輕 質 油	以 上	業 體 數 量	60 6,414	50 5,121	22 1,043	10 320	102 12,898
	以 下	業 體 數 量	247 1,088	189 932	68 299	127 281	631 2,600
重 質 油	以 上	業 體 數 量	71 42,622	76 25,580	14 8,162	3 238	165 76,602
	以 下	業 體 數 量	349 2,914	261 2,772	57 628	173 724	840 7,030
合 計	以 上	業 體 數 量	132 49,036	126 30,701	36 9,205	13 558	307 89,500
	以 下	業 體 數 量	596 4,002	450 3,704	125 927	300 1,005	1,471 9,638

〈資料〉 動資部, 1979年 石油類 消費実績, 石油流通協會

그런데 우리나라에 代理店制度를 導入한 것은 우리 經濟社會가 當時만 해도 充分한 資本形成이 이루어지지 않은 點을 考慮하여 앞으로 發生할 不良債權에 對한 「1次的 防波堤」役割을 하게 하여 精油會社가 입을 衝激을 減少시키기 위함이었다. 따라서 代理店의 問題는 1次的인 責任이 精油會社에 있는 것이다.

明文化되어 있다. 石油事業法의 定義에 따르면, 「石油精製業者와 供給契約을 締結하고 石油製品의 供給을 받아 이를 注油所, 販賣所 및 實消費者에게 販賣하는 都売業인 石油販賣業을 말한다」라고 되어 있다.

그리고 〈表5-4〉와 같이, 石油販賣業의 許可基準

第二節 石油 代理店

1. 代理店 制度

代理店制度는 販賣系列化의 한 形態로서 間接마아케팅經路(Indirect marketing channel)의 近代의 典型이기도 하다.

원래 代理店이란 生産業者를 代身해서 特定商品을 販賣해 주고, 生産者로부터 販賣에 對한 報酬를 口錢(手数料: Commission)으로 받는 商人 또는 會社를 말한다. 이에 反해서 特約店이란 自己의 計算과 危險負擔으로 生産者로부터 商品을 直接 買入해

〈表5-4〉 代理店의 許可基準

区分	区域	서울特別市 및 京畿道	서울特別市 및 京畿道 以外의 地域
가. 施設基準	1) 貯藏施設	1,500kl 以上을 貯藏할 수 있는 것일 것	700kl 以上을 貯藏할 수 있는 것일 것
	2) 輸送裝備	100kl 以上을 輸送할 수 있는 것일 것	50kl 以上을 輸送할 수 있는 것일 것
나. 資本金		納入資本金 또는 出資總額이 1億원 以上일 것	納入資本金 또는 出資總額이 5千萬원 以上일 것.
다. 取扱油種		全油種	全油種

〈資料〉 石油事業法 施行令, 1975

準을 規定하고 있다.

그리고 代理店의 販賣價格도 政府에서 告示하여 統制, 管理하고 代理店에게 一定한 마진을 保障해 주고 있다. <表5-5>

이와 같이 石油代理店은 石油事業法上 許可基準인 一定額의 資本金 및 施設物等을 保有하도록 法上의 嚴格한 制限을 받고 있으며, 또한 買入販賣, 損益等 自己責任下에서 各地域에 適期 安定供給을 하여야 한다. 또 實消費者까지의 輸送責任 및 一定量의 貯藏責任이 있어 莫大한 自己資本이 所要됨은 물론 中間基地機能으로서의 모든 危險負擔과 島嶼 및 山間奧地의 小量實需要者에게까지 國民經濟活動에 必要한 油類를 供給하는 流通機能으로서 社會經濟의 寄與를 하고 있다.

代理店制度를 주어진 與件으로 前提할 경우 油類의 流通經路上의 大部分의 代理店들이 엄밀한 뜻에서 결코 代理店이 아닌데도 代理店이라는 名稱을 앞세우는데서 비롯되는 「마케팅」上的 混線이 일어나기가 일쑤다. 即, 流通經路上의 中間商을 代理中間商 (Agent Middlemen)과 商人中間商 (Merchant middlemen)으로 区分되며, 前者를 系列店으로 한 販賣系列化가 代理店制度이다.

그러나 우리나라의 代理店은 代理中間商으로서의 代理店이 아니라 商人中間商으로서 都売商일 따름이다. 마케팅原理上的 差異는 <表5-5>와 같다.

<表5-5> 商人中間商과 代理中間商의 카테고리上的 差異點

	商人中間商	代理中間商
1	自己의 名義와 自己의 計算으로 營業	他人의 計算으로 營業
2	取扱商品에 對한 所有權 保有	다만 占有權만
3	마케팅活動에 對한 보수는 不特定額의 利潤	一定額의 口錢 (Commission) 이나 手数料 (fee)
4	보통 都売商과 小売商으로 大別됨 (흔히 商人中間商이라든 小売商이 代表的)	보통 都売商의 카테고리에 包含됨

<資料> 韓義泳, 促進戰略論

이를테면, 우리나라의 代理店은 그 報酬體制에 있어서 他人의 計算에 依한 一定 手数料나 口錢이 아니라, 自己의 計算에 依한 不特定利潤(마진)이 特色이며, 取扱商品에 對해 占有權뿐만 아니라 所有

權까지 保有하게 된다는 點에서는 전혀 代理中間商의 카테고리가 아니라 商人中間商의 카테고리인 것이다. 即, 그 機能을 明確히 해야 한다.

代理店의 變動狀況을 보면 일찌기 우리나라에 進出した 美國의 스탠다드石油과 칼텍스石油 및 英國의 셸石油等 3社는 各市道에 1個씩 34個의 代理店을 設置하였다. 이들 代理店은 KOSCO로 轉換되고, 油公의 独占市場體制下에 所屬되면서도 當時 34個 代理店은 變化하지 않았다.

이러한 原因은 代理店이 큰 利權의 하나로 認定되었기 때문이다. 以後 湖南精油와 京仁에너지가 設立되면서 代理店은 2倍 以上으로 增加하여 그 形成過程에서 多樣化되었고, 그 規模나 經營者의 經驗의 差異가 甚하여 市場開拓等 販賣競爭에서 不實代理店이 統出하였다. 이러한 過程에서 代理店은 큰 變化를 보이지 않았으나, 1974년에 油公과 湖油에서 各各 減小하였고, 1976年 石油波動의 回復으로 다시 增加하였다가 第2次 石油波動에는 減小했다. 그러나 1980年 雙龍의 參與로 13個 代理店이 增加했다.

<表5-6> 代理店의 精油社別 業체數 變動推移

精油社別	72	73	74	75	76	77	78	79	80	81
油公	41	41	38	38	39	40	38	37	37	37
湖油	24	27	24	23	25	25	25	23	24	24
京仁	10	10	12	12	12	11	11	11	11	11
極東	2	3	1	1	3	3	4	4	4	4
雙龍	-	-	-	-	-	-	-	-	13	13
合計	77	81	75	74	79	79	78	75	89	89

<資料> 石油流通協會

註: 營業所는 除外하였음.

이와같이 代理店의 增加는 精油會社의 設立과 함께 利權化 意識속에 多數 亂立하게 되었다. 더우기 <表5-7>에서 보면, 直營代理店의 社當販賣實績은 一般代理店에 比해 5倍 以上의 比重을 차지함으로써 一般代理店은 그 規模에서 零細性을 排除하지 못하고 있다.

이러한 零細代理店의 多數亂立은 石油產業의 發展을 阻害할 뿐 아니라, 非合理的인 經營으로 因하여 마케팅活動을 忘却하게 되어 國民經濟生活에 混亂을 招來하는 要因이 되고 있다.

〈表5-7〉代理店 社当 販売実績

(單位：千D/M)

年 度	直 營 代 理 店				一 般 代 理 店				代理店 合 計
	數	販 売 実 績	構 成 比	社 当 平 均	數	販 売 実 績	構 成 比	社 当 平 均	
1977	5	6,600	25	1,320	74	20,268	75	274	26,868
1978	5	9,015	26	1,803	73	25,817	74	354	34,832
1979	5	10,315	25	2,063	70	30,218	75	432	40,533
1980	6	9,863	27	1,644	83	26,938	73	325	36,801
1981	6	12,485	30	2,081	83	29,360	70	354	41,845
平 均		9,656		1,782		26,520		348	36,176

〈資料〉石油協會, 石油開發公社

石油代理店の 適正數는 流通協會의 分析報告書에 依하면 77個이고, 筆者의 C社의 販売水準을 基準으로 한 計算에 依하면 67個이다. 結局 現在の 89個 代理店은 石油市場의 規模에 比하여 多數亂立 되어 있음이 分明하다.

流通秩序의 確立과 消費者의 生活水準을 向上시키기 위하여 一般代理店은 그 規模의 脆弱性을 排除하고 統·廢合하여 大型化되어야 한다. 一般代理店의 統·廢合 水準은 直營代理店과 對等한 立場에서 對航力을 發揮할 수 있을 程度의 規模로 大型化하여야 한다.

〈表5-8〉과 같이 1977年-1981年間の 直營代理店의 社当平均実績을 基準으로 統合代理店의 適正數를 推定해 보면, 全國에 25個 水準이다. 여기에서 直營代理店 6個社를 除外하면, 83個代理店에서 19個代理店으로 縮小하여 大型化하게 될 것이다.

이와 같이 大型화된 代理店은 流通機能을 專門化하여 近代의 流通機關으로 成長하게 될 것이다.

〈表5-8〉代理店의 統合水準

区分	서울·경기	강원	충청도	전라도	경상도·부산	제주	合計
現在	33	4	10	11	29	2	89
統合	12	1	2	2	7	1	25

註：直營代理店 包含

2. 代理店의 마아케팅 實態

1960年代의 石油代理店은 配給時代와 独占體制下에서 配給機能만으로 專業化되어 販賣에는 無關心한 狀態이었다. 그러나 1970年을 前後하여 湖南精油와 京仁에너지의 代理店들이 市場에 進出하면서

販賣活動을 過熱시켰으며, 이때부터 代理店들은 마아케팅의 必要性和 함께 經營合理化를 위하여 努力하였다. 當時 競爭狀況은 市場에 適應치 못하고, 倒産한 代理店數를 보아도 알 수가 있다.

그 以後 두차례에 걸친 石油波動으로 「絶對量을 供給」해 줌만으로 足한 消費者의 習慣때문에 마아케팅의 問題는 發展하지 못하고, 初期代理店 機能으로 되돌아 가서 高壓의인 販賣姿勢를 固守해 왔다. 第2資 石油波動을 겪고난 後 大幅의인 油價引上, 景氣沈滯 및 消費節約 등으로 需要量이 減少되자 從來의 Seller's Market에서 Buyer's Market體制로 變化하면서 企業體質改善을 要求하였으며, 特別히 油價自律化 및 販賣窓口一元化 등 計劃案이 擧論되는 가운데 將來는 代理店의 統合 등으로 流通을 支配할 수 있는 마아케팅機能의 遂行을 要求하게 되었다.

石油製品은 製品差別化의 程度가 낮은 商品으로서 施設等 固定費가 크기 때문에 價格이 유일한 競爭手段이 되어 價格引下競爭이 誘發되기 쉽다.

雙龍精油의 稼動以前에는 季節의 差別價格(Seasonal Differential Pricing) 政策을 全代理店이 採用하여 盛需期에는 高價格(告示價格) 非需期에는 低價格(價格割引)으로 價格을 差別化하여 왔다.

그런데 非需期에 競爭이 深化되어 代理店의 마진이 없는 工場渡價格까지 割引하여 代理店은 破滅의 競爭(Throat cut competition) 狀態에 이르게 되자 代理店들은 1979年 5月 18日 價格安定과 市場正常化를 目的으로 協定을 締結하고, 價格카르텔을 形成하였다. 非需期間카르텔화된 代理店들은 各販賣課長을 調査員으로 하는 調査班을 構成하여 去來狀態를 調査하고 啓蒙함으로 相互間 利益을 保障하며,

나아가 價格의 安定을 위하여 努力하였다. 물론 盛需期가 되면서 自然的으로 安定되고, 一部代理店만이 販売増大를 위하여 割引政策을 繼續해서 施行할 뿐이었다. 그러나 雙龍精油 稼動以後의 代理店間競爭狀況은 盛需期에 充分한 供給能力으로 從前의 價格競爭과는 그 類形이 다르다. 그간 代理店들은 季節的差別價格政策으로 年間 取支均衡을 維持 하였으나, 後發代理店의 市場參與로 多數亂立되어 年中 亂売·投売로 財政적으로나 收益面에서 企業을 지탱하기 어려운 실정이 되었다. 代理店들은 問題解決을 위하여 1980년 12월 16일 精油會社 營業擔當人員들과 다음과 같이 合議하였다.

(1) 精油會社別 販売比率 및 傘下 代理店의 販売比率를 定하여 市場을 正常化할 것.

(2) 이러한 比率이 定하여 질때까지는 暫定的으로 市場을 現狀態대로 固定할 것.

이러한 努力에도 代理店들의 投売現象은 是正됨이 없이 날로 深化되었다. 代理店은 中間의 經驗으로 미루어 市場이 아무리 熾烈하여도 2~3% 以上の 市場變動이 없었으므로 1981년 3월 16일부터 揮發油에 限하여 買入物量의 5%를 流通協會를 통하여 購買하기로 合議하였다. 이것은 從前의 카르텔보다 훨씬 拘束力이 強化된 카르텔의 結成이 되었다. 이러한 代理店들은 販売市場에서의 過當競爭을 止揚하고 合理的인 流通秩序의 確立 및 實需要者에게 安定된 製品供給을 目的으로 推進되는 가운데 湖南精油의 増設과 함께 精油會社間의 競爭이 表面化되었다.

1981년 12월 代理店들의 直營注油所數는 車輛用 石油消費가 集中된 서울地區에서 折半 以上이나 된다.

〈表5-9〉 서울地區 注油所 現況

區 分	油公	湖油	京仁	雙龍	極東	計	構成比
直 營	67	46	20	4	1	138	52%
一 般	44	50	26	9		129	48
計	111	96	46	13	1	267	100

〈資料〉 石油流通協會, 1981년 12월 現在

〈表5-10〉 地域別 車輛用 石油消費実績

地 域	서울·경기	충청도	전라도	경상도	부산	기타	합 계
比重%	46	9	9	18	8	10	千bbt 24,528

〈資料〉 石油開發公社, 1981年度基準

이와 같은 代理店의 小売店擴大戰略은 小売商, 注油所業者로부터 代理店排除 反應을 刺戟시켰다. 그러나 앞에서 言及한 바와 같이, 流通機能上 代理店을 大型化해야 하므로 代理店의 體質改善을 위하여 그 本來의 性格에 따라 呼稱을 特約都買店이라 改稱하던지, 아니면 代理店法을 마련하여 代理店의 性格이 法的으로 明示되어 消費者를 위한 마케팅 活動이 保障되어야 한다.

3. 販売系列化

精油會社의 販売系列化戰略은 選擇的經路戰略으로서 排他的인 經路政策이라고 할 수 있다. 따라서 精油會社는 莫大한 資本力으로 系列化를 推進하여 代理店과 注油所를 確保하고 販売에 있어서 自己의 政策을 容易하게 實現할 수 있도록 代理店과 注油所를 掌握하여 組織化함으로써 垂直的系列化의 形態를 나타내고 있다. 그러나 이러한 垂直的系列化는 先進國에서 公正去來法에 依해 規制되고 있으며, 우리나라에서도 이에 對해 論難이 되었다.

精油會社들은 代理店의 所要物量을 他社로부터 供給받지 못하도록 排他條件附去來를 10年間 契約하고 代理店을 拘束하였다.

이에 對해 公正去來委員會에서는 國內需要의 限定과 特定社의 特定油種의 過剩在庫로 因한 原油導入不履行에 對한 憂慮를 認定하여 原油의 長期安定的 導入基盤의 保護와 競爭의 促進을 調和시키는 方向으로 誘導하기 위하여 排他條件附去來를 1年間으로 調整하여 結論을 내렸다.

精油會社는 代理店에 資本적으로 參加하고 製品적으로 系列化하여 메이커의 資本과 이니셔티브에 依하여 設立된 直營代理店과 自己의 危險負擔으로 經營하고 資本的 結合關係가 없이 製品供給을 위한 契約的系列化에 되어 있는 一般代理店으로 그 系列化를 区分하고 있다.

그리고 精油會社는 代理店이 注油所와 副販店에 去來함에 있어 事前에 書面同義없이 開設 및 開鎖하지 못하게 함으로써 小売段階까지 販売系列화가 미치고 있다. 〈表5-11〉은 精油會社別 流通段階別 系列化 現況이다. 油公과 湖南이 全體代理店中の 70%를, 注油所段階에서는 87%까지 系列化 함으로 石油市場을 支配하고 있다.

□ 研究資料 □

小売機関에의 系列化政策은 市場競爭을 가장 熾熱하게 한 原因으로 그 事例을 살펴보면, 1981年 6月 以後의 精油会社는 直營代理店을 通하여 注油所의 系列化를 要求하고, 契約의 系列化로 移動할 경우, 運營資金 1億 원을 無利子로, 外上期日 30日 以上, 그리고 價格割引等의 特惠로 相當數의 業者가 移動하였다. A業者는 2億 원의 支援資金을 銀行에 定期 預金함으로 그 利子가 營業利益보다 높았다고 한다.

〈表5-11〉 流通段階別 系列化 現況

區 分	油公	湖油	京仁	雙龍	極東	合 計	
代 理 店	直營	1	2	1	1	6	
	系列	36	22	10	12	3	83
計		37	24	11	13	4	89
注 油 所	直營	181	130	44	11	1	367
	系列	566	383	87	49	2	1,087
計		747	513	131	60	3	1,454

(資料) 石油流通協會(1981年12月1日)

精油会社의 小売店系列化競爭은 相互交換의 結果를 招來하였기 때문에 精油会社로서는 資金負擔만 加重시켰으며, 直營代理店으로서는 債權管理上의 問題點만 남겨 注油所業者만 利得을 본 셈이 되었다.

結局, 販賣系列化는 販賣先을 限定하는 것이므로 相對的으로 販賣費를 節約시키기보다는 系列化의 維持強化를 위한 메이커로 하여금 莫大한 販賣費를 販賣店援助 및 販賣店助成이라는 이름으로 支出하는 結果를 招來하므로 流通코스트를 上昇시키게 된다. 그러므로 消費者中心의 現代마케팅에 있어서 精油会社의 위와 같은 販賣系列化戰略은 自由競爭原則을 排除하는 排他的인 戰略으로 反消費者主權의 戰略임에 틀림 없지만, 製品의 特性을 勘案하여, 위에서 矛盾點을 是正하고 圓滑한 經濟秩序를 圖謀하기 위하여 石油流通產業은 國家經濟의 次元에서 育成되어야 한다. 即, 系列化戰略은 流通業者 自身들의 利得分配를 止陽하고 消費者를 위한 戰略이 樹立되어야겠다.

4. 注油所, 副販店

注油所, 副販店은 石油流通上 最終段階로서 直接

消費者를 接함으로써 單純小売機能만을 遂行하고, 또한 經營規模面에서나 小売機能 固有의 特性으로 보아 그 數가 他流通機関보다 많아서 一般大衆에게 가장 많이 알려진 石油流通機構로서 代理店이 直接運營하는 直營注油所와 個人的 所有로 運營되는 自營注油所로 区分된다. 우리나라의 注油所는 國內에서 精油工場이 稼動됨으로써 石油製品의 需要가 增大되고, 精油工場의 增加 및 市場競爭에 따라 注油所가 增加하여 1981年 12月에는 1967年 238個所에 比하여 5倍 以上으로 急增하였고, 1970年에서 1981年까지 年平均 變動數는 16個이었으며 그中 直營注油所의 增加數는 自營注油所보다 훨씬 높다. 82年에 注油所의 T/O制를 廢止한 以後 全國의 業所數는 1982年 6月 現在 1,748個所로 增加하였다. 이렇게 急增한 原因은 雙龍精油의 新規許可 및 投資家의 立場에서의 不動產效果等을 勘案하고 注油所를 設置했기 때문이다.

〈表5-12〉 注油所數 變動推移

年 度	自營注油所		直營注油所		合 計	
	所 數	變動數	所 數	變動數	所 數	變動數
1970	1,169		112		1,281	
1971	1,198	29	141	29	1,339	58
1972	1,193	△ 5	185	44	1,378	39
1973	1,168	△25	233	48	1,401	23
1974	1,157	△11	273	40	1,430	29
1975	1,130	△27	303	30	1,433	3
1976	1,103	△27	327	24	1,430	△ 3
1977	1,087	△16	342	15	1,429	△ 1
1978	1,077	△10	356	14	1,433	4
1979	1,077	-	356	-	1,433	-
1980	1,109	32	330	△26	1,439	6
1981	1,087	△22	367	37	1,454	15
年平均變動		△ 7		23		16

(資料) 石油流通協會

이러한 注油所는 車輛에 注油하여 주는 外에서 서비스 行爲를 提供하는 뜻으로 Service Station이라고 불리고 있으나, 大部分이 Filling Station의 구실에 그치고 있다. 最近에는 大規模設備投資로 潤滑油交換, 洗車, 食堂, 휴게소, 駐車場等 서비스를

提供하는 곳으로 이용하는業所가 많다.

1982年 9月 動資部에 의하여 注油所의 兼業(他用途)이 可能하게 되었다. 日本의 例를 보면, 일찌기 車修理, 洗車는 물론 日常用品販賣까지 兼業하여 注油所 売出利益率이 全體의 28%를 차지하여 收支惡化를 改善하여 주고 있다.

〈表5-13〉 注油所 売出利益率 構成

区 分	売 出 利 益 率
1. 揮 發 油	51.5%
2. 燈 油 · 輕 油	20.5
3. 오일交換, 修理	14.9
4. 日常用品販賣等	13.1
	100.0

〈資料〉 石油流通協會

우리나라도 兼業으로 注油所의 經營收支를 好轉시키고 消費者를 위한 서비스改善을, 그리고 不良油類販賣等 不公正行爲를 根本적으로 根絶시켜야겠다. 앞으로 注油所는 오너드라이버가 增加함에 따라 C.C.S와 T.B.A를 서비스함으로써 드라이버와 自動車를 위하여 모든 問題를 解決해 주는 곳으로 發展해야 한다.

注油所와 같은 小売機關으로서의 副販店은 主로 小量購買者를 對象으로 하며 代理店의 傘下業體로 存在한다. 副販店은 揮發油를 除外한 輕質油에 限하여 販賣할 수 있으며, 煖房이나 炊事用의 供給을 都市의 家庭집, 茶房, 食堂等 小規模接客業所에 한다.

小數의 副販業者中에는 自己의 販賣領域을 利用하여 貯藏 및 輸送裝備의 保有로 代理店役割을 遂行하며 一般群小代理店의 販賣量보다 많은 경우가 있다. 이들은 主로 販賣許可外 製品인 B-C油를 取扱하는데 消費者保護에 阻害되는 不法行爲로 看做되어 서울로부터 行政処分을 받는가 하면, 最近에는 石油流通秩序를 混亂케 하므로 無許可販賣業所에 B-C油를 供給하지 않도록 代理店에 指示하였다.

이에 對한 問題는 社會經濟的인 側面에서도 是正되어, 實消費者는 正量供給을 받아야 하며 더우기 脫稅의 要因이므로 根絶되어야 한다.

第三節 物的流通管理

1. 物的流通 現況 및 特性

生産과 消費를 連絡하는 中間活動을 Distribution 이라고 하며, 이것은 販賣하기 위한 活動과 運搬하기 위한 活動으로 区分할 수 있다.

여기서 運搬하기 위한 活動을 物的流通이라고 하며, 이의 活動要素로서는 ①Packing & Crating ②Transportation ③Handling ④Storage ⑤Communication等을 들 수 있으며, 一般的으로 이를 流通의 5大要素라고 한다. 財貨의 物的流通에 있어 이들의 諸活動을 有機적으로 調整統合하여 하나의 獨立된 시스템으로 管理하는 것을 PDM(Physical Distribution Management)라고 한다. 이와 같이 物的流通活動은 販賣活動과 더불어 마케팅活動의 一部를 이루고 있으며, 販賣活動이 「所有의 效用價值」를 創造하는데 反하여 物的流通은 「場所와 時間과 使用上の 效用價值」를 創造한다고 볼 수 있다.

石油産業에 있어서도 Buyer's Market體制下的 마케팅革命이 急速히 推進됨에 따라 앞으로 合理的인 物的流通管理가 切實하다. 特히 市場機能에 立脚한 油價自律化方案이 擧論되고 있어 코스트의 節減과 場所的, 時間的 效用價値의 創造를 통한 Marketability가 強化되어야 한다. 더우기 石油製品은 多量의 液體 및 氣體이며, 危險이 따르므로 物的流通過程이 매우 重要하다.

또한 石油製品을 輸送, 貯藏하기 위하여는 特殊한 施設이 必要하며, 많은 投資費用이 所要된다.

여기서는 物的流通手段의 實績과 特性을 論하고자 한다.

石油製品의 物的流通手段으로는 海上輸送, 鐵道輸送, 公路輸送, 파이프라인 輸送으로 分類한다.

〈表5-14〉에서 輸送手段別 輸送裝備現況을 보면, 第1次 輸送手段으로 油槽트럭이 그 主宗을 이루고 있으며, 油公이 57%, 湖南이 23% 京仁과 雙龍이 各各 8%, 12%로 構成되어 있다. 輸送裝備의 80%以上을 保有하고 있는 油公과 湖油의 現況과 實績을 細部的으로 分析해 보고자 한다. 〈表5-15〉는 輸送手段에서 主宗을 이루고 있는 公路輸送裝備의 增減現況이다. 各社 重質油는 相當히 減少시켰고, 輕質油油槽트럭은 增加시켰다. 그리고 臺空容量

〈表5-14〉 輸送手段別 輸送裝備現況

(單位：千bbl)

區分	海 運		鐵 道		公 路	
	油槽船	容 量	槽車輛	容 量	油槽트럭	容 量
合 計	89	1,264	1,478	405	328	38,981
輕質油	34	354	620	173	184	19,336
重質油	55	910	858	232	144	19,645
油 公	42 (47)	508 (40)	899 (61)	234 (58)	209 (64)	22,278 (57)
湖 油	21 (24)	644 (51)	388 (26)	120 (30)	55 (17)	(9,000) (23)
京 仁	-	-	-	-	27 (8)	3,090 (8)
雙 龍	26 (29)	112 (9)	191 (13)	51 (12)	37 (11)	4,613 (12)

〈資料〉 動資部, 石油資料, 1981.

註：()은 精油会社別 構成比임.

은 顯著한 增加를 보여주고 있다.

이것은 大單位輸送體制로 轉換되었음을 意味하며, 大量輸送으로 因하여 流通코스트를 節減할 수 있는 勸案하면, 效率의인 物的流通管理라 評價된다.

〈表5-15〉 油槽트럭裝備 現況

社 別	油 種	臺 數		容 量(bbl)		台당容 量(bbl)	
		1978	1980	1978	1980	1978	1980
油 公	輕質油	130	129	11,761	12,202	90	95
	重質油	111	80	12,654	10,076	114	126
	計	241	209	24,415	22,278	101	107
湖 油	輕質油	9	19	1,308	3,000	145	158
	重質油	42	36	6,038	6,000	144	167
	計	51	55	7,346	9,000	144	164

〈資料〉 石油資料：1980. 1981.

〈表5-16〉 手段別 輸送実績(構造分析)

(單位：%, 千bbl)

手 段 別	1978			1980			78年對比增加率
	油 公	湖 油	計	油 公	湖 油	計	
海 上	52.9	76.1	61.4	45.2	77.5	58.1	5.8
鐵 道	23.5	21.6	22.8	22.5	16.5	20.1	<1.6
公 路	6.8	2.3	5.2	17.3	6.0	12.8	178.8
파 이 프 라 인	16.8	-	10.6	15.0	-	9.0	<5.0
計	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	-
1,000bbl	68,894	39,769	108,633	72,905	48,619	121,524	11.8

〈資料〉 動力資源研究所, 에너지研究, 1982參照

註：1) 서울, 대전, 대구의 輸送物量만 取扱, 2) 輸送物量基準.

더우기 輸送手段別 構造를 〈表5-16〉과 같이 分析해 보면 輸送手段이 가장 多樣한 油公의 경우, 公路 輸送手段의 大型化로 그 依存度가 크게 增加 10.5%포인트로 比重을 높이는 反面, 其他輸送手段은 輸送比重을 相對的으로 減少시켰다. 이에 反해 湖油는 파이프라인施設이 없기 때문에 大量輸送을 海上輸送에 依存하고 있다. 또한 特徵의인 것은 鐵道輸送을 大幅 公路輸送으로 轉換한 것이다.

이것은 輸送手段의 特性때문이다. 卽, 鐵道輸送의 경우 2次輸送이 必然的이므로 非經濟的 이라는 데 起因된다.

輸送手段別 特性을 檢討해 보면,

- (1) 海上輸送：㉠ 大量輸送可能 ㉡ 經濟的이다.
 - ㉢ 路線의 限定性 ㉣ 補助輸送必要
 - ㉤ 省力的이다.
- (2) 鐵道輸送：㉦ 大量·重量貨物輸送
 - ㉧ 配送의 融通性不足
 - ㉨ 2次輸送必要
 - ㉩ 中距離에 適合
- (3) 公路輸送：㉪ 貨物蒐集·分配의 広域性
 - ㉫ 多量의 輸送裝備吸收性
 - ㉬ 短距離
 - ㉭ 機動性(小量)
- (4) 파이프라인：㉮ 路線의 限定性
 - ㉯ 安定性
 - ㉺ 施設費過多
 - ㉻ 經濟的이다.
 - ㉼ 省力的이다.

輸送段階別 構造를 日本과 比較하여 보면, 〈表 5-17〉과 같다. 共通의인 것은 臨海地域의 地理的

인 特徵으로 海上輸送依存度가 가장 높다는 事實이다.

〈表5-17〉輸送手段別 比較

(單位: %)

	海 上	鐵 道	公 路	P. L.	計
우리나라	58.1	20.1	12.8	9.0	100
日 本	44.6	4.9	43.9	6.8	100

〈資料〉動力資源研究所, 1982.
石油流通協會, 1981.

日本公路輸送의 높은 比重은 우리나라와 相對的이다. 우리나라도 1980년부터 公路輸送의 比重이 높아가고 있음은 앞에서 言及한 바이나 우리나라는 日本에 비해 国土가 狹小하다는데 公路輸送發展에 限界가 있다고 본다. 비록 交通施設이 發達하여 1日 生活圏化 내지 1日經濟圏化되어 있다고 하지만, 經濟成長과 함께 物動量의 增加로 因하여 道路輸送서비스 需要가 他部門에 비해 빨리 增加한다는 事實을 考慮할 때 公路依存度가 相對的으로 높을 경우, 国土의 收用限界로 相當한 不均衡이 招來될 것이다.

石油波動은 外的인 要因이라고는 하지만, 交通遞增等 要因으로 適時에 需要者에게 供給되지 못하면, 內的要因에 依한 石油波動은 不可避하게 될 것이다. 그러므로 輸送手段은 交通政策의인 側面과 經濟的인 側面에서 同時에 滿足될 수 있는 效率的인 輸送手段의 開發을 看過하여서는 아니될 것이다.

2. 파이프라인의 經濟性

파이프라인은 大量的의 石油를 매우 安全하게 輸送할 수 있으므로 砂漠이나 大陸을 橫斷하는 大規模의 것까지 있다.

우리나라 파이프라인 輸送은 油公의 輕質油에만 限定되며, 이의 所有權은 두가지가 있다. 即, 울산에서 大邱까지는 油公이 所有하는 라인이고 大邱에서 서울까지는 美8軍이 所有하는 라인이다. 따라서 울산에서 大邱까지는 油公自體의 經費로 輸送하고, 大邱에서 서울까지는 美軍에게 使用料를 支拂하고 輸送시킨다.

構造別로 보면, 〈表5-18〉에서와 같이 울산에서 서울쪽으로 갈수록 管이 좋아지고, 最大輸送容量과 距離는 大田-과천區間이 가장 길며, 울산-大邱區

間이 가장 짧다. 그래서 總420km 約 150,000bbl의 容量을 나타내는데 平均 時速 1,500bbl을 輸送할 수 있어 平均回歸日은 4.17日이 된다.

〈表5-18〉파이프라인輸送

區 間	距 離	直 徑	容 量
울산-대 구	101km	12Inch	47,000bbl
대 구-대 전	146	10	90,000
대 전-과 천	173	8	11,800
合 計	420km		148,000bbl
과천-왕십리	6km	8Inch	3,300bbl

回歸日(各貯油所 共通) 能 力

대 구: 4~7日 最大能力 2,000bbl/Hr
대 전: 4-7 平常能力 1,500bbl/Hr.
서 울: 4-7 平均能力 1,500bbl/Hr.

〈資料〉動力資源研究所

우리 나라의 파이프라인의 輸送実績을 先進諸國과 國際比較를 하면, 〈表5-19〉와 같다. 世界의 總輸送中 파이프라인의 輸送比率은 40% 程度이나 우리나라와 日本은 各各 9%, 6.8%에 지나지 않는다.

〈表5-19〉파이프라인의 國際比較

國 別	pipe line 輸送比率	平 均 距 離
美 國	44.8%	529km
소 련	30.8	672
日 本	6.8	-
韓 國	9.0	339

〈資料〉韓國産業開發研究院, 1974. 12

動力資源研究所, 1981. 12

石油流通協會, 1981. 12

이의 對照的인 現象은 우리나라가 3面이 바다인 地域的인 特徵을 가지고 있기 때문이다.

石油製品의 輸送手段中 가장 發展된 파이프라인 輸送의 長短點을 살펴 보면 다음과 같다.

長點 (1) 連續的인 大量輸送이 可能하여 低廉하고 安定的이다.

(2) 輸送原価中 固定比率이 높고 變動費는 낮은 편임.

(3) 規模의 經濟性이 크며 勞動力의 依存度가 相對的으로 낮다.

□ 研究資料 □

(4) 파이프라인의 損失이 적고 自動制御에 依하여 運營된다.

(5) 輸送中 事故率이 트럭이 1일때, 鐵道가 0.347이고 파이프라인은 0.0006으로 極히 낮다. (OECD 調査結果임)

短点 (1) 最低輸送能力의 限界性 및 輸送經營의 固着性-輸送彈力性 缺如

(2) 初期施設投資의 過多

(3) 萬一의 事故發生時의 被害가 크다.

1978年 輸送手段別 輸送費를 計算하면, <表5-20>에서 보는 바와 같이, 파이프라인의 輸送費는 리터 당 1.08원으로 海上輸送費 1.61원, 鐵道輸送費 2.53원과 各各 比較할 수 있으며, 特히 파이프라인은 物價上昇率에 影響度가 적어 他輸送手段에 比해 相對的으로 輸送費가 低廉하다.

그리고 파이프라인輸送은 經濟性을 檢討하기 위하여 京仁間 40km에 파이프라인을 設置하여 運營할 경우를 <表5-21>에서 보면, 쉽게 알 수 있다.

長期計劃을 樹立하고 石油類 流通體系를 近代化시킬 方針으로 742km의 라인을 1989年末까지 完成할 計劃이다.

(表5-21) 파이프라인設置 運營의 經濟性 檢討

區 分	tank lorry	pipe line	備 考
輸 送 量	30,000bb/日	30,000bb/日	PL은 2次
輸送單位(원/kℓ-km)	10	2.50	輸送所要
年間輸送費(百萬원)	600.0	150.0	

註: 1. 年間 300日 稼動을 基準.

2. 單價는 PID資料에 依한.

3. 3萬bb輸送에 탱크로리 延300臺 所要.

<資料> 産業開發研究院

即, 第1次 1985-1987年 麗水-서울間 466km

第2次 1987-1989年 蔚山-大田間 276km

3. 代理店의 貯藏施設 現況 및 運用實態

石油代理店의 貯藏施設은 石油製品의 生産으로부터 消費에 이르는 中間段階에 位置하여 그 兩者사

(表5-20) 輸送手段別 輸送費 比較 (1次輸送)

輸送手段	輸 送 區 間	輸 送 量		輸 送 費			
		千bbI	千bbI-km	원/bbl-km	원/bbl	總輸送費 (100만원)	원/ℓ
파이프라인	울산-대구 (101km)	2,307	233,007	0.48	48	111	
	울산-대전 (246km)	1,484	365,064	0.48	118	175	
	울산-서울 (419km)	7,741	3,243,479	0.52	218	1,688	
	小 計	11,532	3,841,550	0.51	171	1,974	1.08
海 運	울산-인천 (806km)	651	524,706	0.51	415	270	
	여수-인천 (620km)	7,697	4,772,140	0.39	242	1,863	
	小 計	8,348	5,296,846	0.40	256	2,133	1.61
鐵 道	여수-순천 (40km)	305	12,200	4.33	173	53	
	여수-광주 (149km)	1,207	179,843	2.52	375	453	
	여수-전주 (173km)	504	87,192	2.27	393	198	
	여수-대전 (265km)	757	200,605	2.06	546	413	
	小 計	2,773	479,840	4.33	403	1,117	2.53
計		22,653		230.6	5,224	1.45	

註: 여수-광주, 여수-전주는 油公의 製品交換量 包含.

<資料> 油公, 湖油, 石油開發公社, 動力資源研究所.

이와 같이 파이프라인의 經濟性이 公路에 比해 相對的으로 效率的이라는 點을 勘案한다면 파이프라인의 輸送分擔에 對하여 提高되어야 할 것이다.

더우기 政府에서는 파이프라인의 設置를 위하여

이를 調節하고, 圓滑하게 하기 위하여 地域的 再分配役割을 遂行한다. 그리고 石油事業法에 依하여 代理店의 許可條件으로 明示되어 있다. 그런데 政府는 精油會社에 備蓄用 貯藏施設을 確保할 것을

指示하면서 代理店이 保有하고 있는 貯藏施設이 活用되지 않음에도 별다른 対策이 없는데도 많은 問題點을 惹起시킨다. 全國代理店이 保有하고 있는 貯藏施設은 <表5-22>에서 보는 바와 같이, 精油會社의 分布와는 달리 地域적으로 分布되어 中間基地로서의 施設을 保有하고 있다. 이는 莫大한 資金을 들여 設置한 貯藏施設이 死藏되고 있는 實情으로 國家의인 次元에서 成長發展의 沮害要因임은 물론 代理店의 損失이 아닐 수 없다.

이러한 問題點의 發生動機는 代理店들이 貯藏施設의 運用을 自己負擔으로 (1) 他人資金의 不足으로 當日分程度의 貯油效果 (2) 入出荷에 따른 二重輸送量의 負擔, (3) 輸送 및 貯油에 따른 蒸發漏損, 減耗, 損失發生의 理由뿐만이 아니라 <表5-23>과 같이, 使用時 年間 21百萬원의 管理費發生等으로 因해서 貯藏施設을 活用치 못하고 있다.

代理店은 政府로부터 告示받은 마진에 市場競爭

現在 活用하고 있는 서울·경기地域代理店의 경우를 보면, 輕質油에 있어서 20% 程度를 利用하고 있다. 大部分이 貯藏所를 通하지 않고 工場에서 消費者에게 直接 輸送되고 있는 實情이다.

이러한 實態를 勘案한다면, 備蓄事業을 위한 一環策으로 死藏되어 가는 貯藏施設을 위해서 政策的

<表5-23> 貯藏施設 運營管理費

(單位：千圓)

區 分	서울石油	安國商社	大新石油	社當平均
管理·警備員	5	5	6	5
人件費	10,750	9,787	17,175	12,570
修理修繕費	2,128	1,248	1,384	1,587
電氣·水道·電話等	4,683	5,360	5,006	5,016
財產諸稅	1,016	1,854	901	1,257
其他費用	929	912	734	858
合計	19,506	19,161	25,200	21,288

<資料> 石油流通協會, 1981年 12月.

<表5-22> 地域別 貯藏施設 現況

(單位：千bbl)

區 分	精 油 會 社		構 成 比	代 理 店		構 成 比	備 考
	含 數	容 量		台 數	容 量		
서울	21	440.0	1.4	200	251.5	22.6	京仁에너지 5臺 873千bbl
경기	98	3,960.0	12.9	56	43.8	3.9	
강원	27	42.4	0.1	57	41.4	3.7	
충북	-	-	-	48	29.9	2.7	
충남	27	147.6	0.5	55	57.3	5.1	湖南精油 10臺 4,118千bbl
전북	21	48.3	0.2	44	43.5	3.9	
전남	110	8,385.5	27.4	67	37.4	3.4	油 公 17臺 6,251千bbl
경북	39	388.5	1.3	77	90.6	8.1	
경남	182	15,615.8	51.0	77	73.9	6.6	雙龍精油 5臺 2,717千bbl
부산	110	1,555.2	5.1	74	438.8	39.0	
제주	6	24.9	0.1	9	10.6	1.0	極東精油 7臺 620千bbl
合計	641	30,608.2	100.0	764	1,114.7	100.0	

<資料> 石油開發公社, 1982.

이 深化되어 利益率이 減少되므로 貯藏施設 活用으로 因한 物的流通費를 節減하지 않을 수 없다. 石油流通協會의 調査에 依하면, 全國代理店 89個社中에서 代理店自体活動이 20個社이고, 精油會社에 賃貸한 代理店이 12個社, 未活用이 57個社로 全體代理店의 64%를 차지하고 있다.

인 提高가 必要하다.

未活用施設에 對하여서는 精油會社가 賃貸使用을 하거나, 日本의 경우와 같이, 貯藏施設의 運營管理費를 精油會社가 負擔하고 活用할 수 있는 制度的인 政策이 있어야 하겠다. <계속>