

精油業界는 담혀진 사회인가

俞石在

지난 5월 某일간지에 실렸던 記事 한 토막.

— 환율인상과 석유류 수요의 감소에도 지난해 精油5社는 1백86억원의 순이익을 올려 精油社 경영이 점차 회복된 것으로 밝혀졌다. ... 그러나 전년도인 82년의 순익 5백58억원에 비해서는 순익이 크게 줄어든 셈이다. ... 한편 지난해 精油社의 세후 순익은 자기자본 3천5백70억원의 5.2%, 총매출액 6조5천억원의 0.3%에 해당된다. —

기사 자체가 中略으로 인해 부분적으로 앞뒤가 안맞는 느낌이 있으나, 내용은 단순한 사실 보도에 불과하다. 그러나 行間에서 독자가 받는 느낌은 단순치 만은 않다. 「정유사 호황지속」, 「5개社 純益 1백86억원」이라고 붙여진 제목도 사실적 記述의 차원을 넘어서는 感性的 판단을 내포하고 있다. 왜 이 정도의 事件(?)이 5단 톱기사로 취급되고 特号体の 제목에 짓눌려야만 되는가.

이 기회에 精油産業 收益性的의 位相을 산업 전체의 실상에 비추어 보자.

같은 기간인 83년도의 全産業 平均수익성은 자기자본 이익률 20.1%, 매출이익률 1.5%를 기록하고 있어 각각 정유산업에 비해 4배, 5배의 수익성을 나타내고 있다. 엄청난 격차라고 하지 않을 수 없다.

정유산업의 경영환경이 惡化一路에 있다는 것을 이 자리에서 敷衍함은 贅言이 될 것이다. 그러나 앞으로 더욱 정유산업은 어려운 상황에 부딪칠 것이고, 경영실적은 한층 더 나빠질 것이 분명하다. 이러한 실정에도 불구하고 적정 수준에 훨씬 못미치는 영업성고가 冒頭에서 인용한 스타일의 기사로 탈바꿈하고 전년도의 30%에 불과한 수익규모가 「호황지속」이라고 묘사되어야 하는 이유는 那邊에 있을까.

언론의 제작과정에 대하여 一片의 見聞이라도 있는 사람은 짐작하고 있는 바이지만, 精油會社에 대한 기사는 「치는」것이 아니면 「먹혀」 들어가지 않는다고 한다. 「수익성 감소」라거나 「經營難 加重」이라는 식의 표현은 적어도 정유산업에 관한 한은 기사가 될 수 없다는 것이다.

국민경제의 흐름을 초월하여 넘름하게 떼돈을 벌고 있다는 느낌을 주는, 그래서 정유회사의

行態는 부당하다는 諷의 공격형 기사라야 신문에 게재될 가치가 있고, 독자의 눈길을 끌 수 있다는 무드가 지배적인 것이다.

× × ×

정유산업의 着根初期, 메이저時代의 몇가지 行蹟이 민족적 콤플렉스의 性感帶를 자극하였던 것은 부인할 수 없다. 그리고 그 경험은 体内에 潜伏해 있어 정유산업에 대한 끈끈한 異和感으로 작용하는 것이다. 더우기 이러한 遊離感이 우리나라 정유산업에 처한 특이한 단혀진 환경에 의해 보강, 확대되는 측면조차 없지 않은 것이다.

기업은 원료를 저렴한 가격으로 구입하여 양질의 상품을 제조, 싼값으로 소비자에게 공급함을 本領으로 한다. 이것이 이윤추구의 목적에도 부합되는 방향이다.

이러한 관점에서 정유산업의 實態는 어떠한가.

원유는 그 특성상 장기계약에 의해 일정한 공급자로부터 그 대부분을 고정적으로 조달받을 수 밖에 없다. 국제원유시장이 안정되어 있다고 하더라도 선볼리 스파트시장에 달려들 수도 없다. 만일의 경우를 모르기 때문이다. 정부도 스파트시장 이용률을 20% 이내로 제한 운용하도록 가이드라인을 설정해 놓고 있다. 여기에다 호르무즈상태에 대비하여 中東 이외의 지역으로부터 일정량의 원유를 사야 한다.

이런 저런 사정을 고려하면 원료조달 부문에서 정유회사가 향유할 수 있는 선택의 범위는 거의 없다고 할 수 있다.

판매사이드 또한 답답하기 그지없다. 눈에 띄게 줄어들고 있는 석유시장에서 현상을 유지하기 위하여 피비린내 나는 경쟁이 간헐적으로 폭발하곤 한다. 경쟁은 대리점이나 주유소등 중간유통경로에 대한 자금지원, 신용공여, 가격할인등의 형태를 취한다. 그러나 경쟁의 灰燼은 堪耐하기 어려운 정도로 불어난 외상매출금 잔액과 경색해진 자금사정과 허탈감 뿐.

시장의 규모는 상대적으로 미미한 변화가 있으나, 절대크기에 있어서는 微動도 없다. 그렇

다고 경쟁의 수혜자가 일반국민인 것도 아니다. 경쟁의 여파가 최종 소비자에게는 전혀 전달될 수 없는 체제이기 때문이다. 대리점의 손아귀에 정유회사가 놓아나는 꼴이다.

연간 7조원의 내수시장을 갖고 있는 산업이 이처럼 원료의 선택권을 제한당하고, 소비자로 부터도 단혀있는 예가 어디 또 있겠는가. 일반 국민이 정유산업을 생활의 흐름속에서의 交感의 상대로 보지 않고 外生的 与件으로 간주하는 것도 무리는 아니다.

여기에 석유를 궁극적으로 극복하여야 할 「必要惡」으로 보는 에너지 정책도 한몫하고 있음은 물론이다.

× × ×

國民들의 精油産業 不信에는 精油業界의 거대한 위도 一抹의 책임이 있다고 할 수 있다. 연간 외형 売上額 7兆원이라는 규모는 일반 사람에게서는 想像을 초월하는 비현실적 숫자이다. 赤字를 기록하는 해에도 통상적인 單位가 기백억원이며 赤字일 경우도 마찬가지이다. 利益이 200억원이라고 해 봐야 売上額收益率은 0.3%에도 미치지 못하지만 절대숫자 자체에 저항감을 느끼는 것이 인간의 心理이다.

雇傭효과가 어떠하다거나, 經濟成長을 위해 안정적인 에너지공급으로 牽引車역할을 한다거나, 시설투자를 위해 수천억원의 자금을 投入한다던가 하는 사실은 쉽게 망각된다. 하물며 精油會社 내부에서 경비절감과 경영의 效率性 提高를 위해 刻苦의 노력을 기울이고 있다는 측면은 精油産業의 이미지가 論議될 때 별로 想起되는 사항이 아니다.

그러나 精油産業이 國民들로부터 敬遠당하는 보다 근본적인 이유는 消費者와의 깊이있는 대화가 부족한데 있다. 대화의 채널이 없는 것이다. 몇몇 直売供給處는 예외이지만 일반 庶民과 직접 부딪칠 수 있는 「理解의 場」이 봉쇄되어 있다는 이야기이다.

우리는 여기에서 또 다시 石油流通構造의 문제점과 만나게 된다. *