

현대 인류문명의 역사는 잉크가 아닌 石油로 쓰여졌다는 이야기가 있다. 오늘날 우리 생활에서 차지하는 石油의 중요성을 단적으로 표시하는 말이다.

실제로 빈부의 차이나 지위의 고풍을 막론하고 우리들의 일상생활은 石油 없이는 단 하루도 살아갈 수 없도록 돼 있는 것이 현실이다. 石油로 재배한 음식을 먹고 석유

石油문제와 국민의 시각



鄭 信 模
(서울신문 경제부 기자)

로 만들어진 의복을 입고 석유로 움직이는 교통기관을 이용한다. 일상 생활용품 중에서도 石油가 들어가지 않은 물건은 없다고 해도 과언이 아니다. 사람에 따라 얼마나 많이 쓰느냐의 차이가 있을 뿐 石油를 쓰지 않는 사람은 오늘날 이 지구상에 존재하지 않는다고 보아도 무방할 것 같다.

이처럼 중요한 石油類 製品을 국민들에게 공급하는 精 油産業이야말로 국가 기간산업 중에서도 가장 으뜸으로 손꼽히는 기간산업이라고 할 수 있다.

모든 산업에 기초 원동력을 제공한다는 의미에서 그러 하고 다른 산업에 대한 파급효과가 크다는 점에서도 그러 하다.

우리나라 精 油産業의 매출액은 연간 6조원이 넘어섰다. 업종별 매출액에서 정유업을 떠나온 산어이 없다. 지난 70년대 말까지 국내 최대의 기업이라면 누구누가 국영기업체인 韓國電力을 꼽았다. 시시콜콜하게 따지지 않더라도 전 국민에게 전력을 독점 생산, 공급하는 韓電의 매출액이 국내 1위라는 사실에는 의문을 제기할 여지가 없었다.

그러던 것이 2차 석유위기 이후인 80년대 들어 국내 최대의 매출액 기록은 油公이 차지하게 됐다. 기름값이 그만큼 비싸지기도 했지만 精 油業의 비중이 훨씬 더 커졌다는 얘기도 된다.

2차 석유위기 이후 에너지절약과 代替에너지 개발에 힘입어 석유의존도가 차츰 낮아지는 추세에 있지만 石油의 중요성은 더욱 높아지고 精 油産業의 비중도 그만큼 무 거워지고 있다.

최근 국제원유가격이 지난 연말에 비해 절반 이하까지 떨어졌어도 이러한 사정은 마찬가지이다. 아마도 다른 소

비재나 중간재를 생산하는 산업이 요즘 원유의 경우처럼 가격 폭락세를 맞았다면 사양산업이니 불황업종이니 하는 얘기들이 진작에 거론됐을지도 모르는 일이다.

여하튼 精油産業은 국가경제에서 엄청나게 큰 역할을 해 내고 있다. 다른 산업에 기초에너지를 공급해주며 일반 국민들로 볼 때는 의식주에 필수불가결한 생필품을 제공해준다.

따라서 정유산업은 정부나 국민들로 부터 신뢰와 사랑을 받는 것이 마땅한 이치이다.

그러나 불행하게도 우리의 현실은 이와 반대이다. 국내 精油産業을 바라보는 국민의 눈길은 결코 고운 것이 아니다. 오히려 원한에 찬 눈초리라는 표현이 훨씬 더 어울린다.

일반 국민들이 보기에 精油産業은 못마땅하기 짝이 없는 업종이다. 심지어는 정부로부터 엄청난 특혜를 받는 것 같기도 하고 이 때문에 무언가 떳떳치 못한 구실을 지닌 산업인 것처럼 생각하기도 한다.

소비자의 등을 쳐 배를 불리는 악덕기업의 대표처럼 여기는 사람도 적지 않다. 두차례의 석유위기를 거치면서도 국내 석유류 제품의 안정적 공급에 힘쓴 정유업의 공로는 생각하지 않는다.

우리 경제를 위해 국내 精油産業이 건실하게 발전해야 하고 또 국민들을 위해 꼭 필요한 산업이라는 사실은 생각할 겨를조차 없다.

그동안 국내 매스컴에 오르내린 여러 종류의 비난들이 정유업계에 대한 국민들의 이같은 부정적 시각을 대변한 것이라고 볼 수 있다.

「땅 짚고 헤엄치는 장사」, 「황금알을 낳는 거위」, 「메이저의 앞잡이」, 「폭리」, 「부당이익」, 「의혹」 등등의 표현들이 精油産業을 매도하는데 동원된 대표적인 유형들이다.

이러한 표현들이 전적으로 다 옳은 것은 아니다. 또 사실을 객관적으로 기술하지 않고 어느 한쪽의 단면만을 크게 확대해서 과장한 측면도 많다.

정유업계로서는 오히려 사실과 정반대의 허위보도라고 느껴지는 경우도 적지 않았을 것이다. 그 때마다 하고 싶은 말이 오죽 많았을까.

우리나라 精油産業은 지난 62년 설립된 油公을 그 효시로 꼽는다. 이후 오늘에 이르기까지 25년간 국내 정유산업의 이미지는 매스컴을 통해 국민들에게 일그러진 모습으로만 전달된게 사실이다. 그 이유가 어디에 있든 中

● 두 차례의 석유위기를 거치면서도 국내 석유류 제품의 안정적 공급에 힘쓴 精油業의 공로는 생각하지 않는다. ●

정적인 측면은 단 한마디도 없이 어두운 구석만을 침소봉대하는 사례가 적지 않았다. 이는 매스컴이 객관성을 유지하지 못한 탓이기도 하다. 그러나 공익성과 상업성을 동시에 지닌 매스컴으로서의 일반 국민들의 선입견에 反해서 精油産業의 역성을 들어주는 느낌의 사실 보도는 하기 어려운 것 또한 현실이다.

精油業에 관한한 예를 들어 「부당이득을 취하고 있다」 든가 하는 부정적 내용이 아니면 크게 활자화 되기 어렵다는 얘기이다.

이는 그만큼 精油業에 대한 불신과 반감이 크다는 반증이다.

그렇다면 이처럼 뿌리깊은 불신은 어떻게 형성된 것인가.

첫째 국내 精油産業이 우리 스스로의 손으로 일궈지지 못했다는 점을 들 수 있다. 우리나라 최초의 정유회사 油公이 걸프와 손잡고 설립된 이후 5개 精油社들은 한결 같이 외국기업과 합작으로 세워졌고 합작파트너도 대부분 국제석유자본들이었다. 이들과 맺은 합작계약은 우리에게 일반적으로 불리한 불평등계약이었다. 油公이 걸프와 맺은 原油공급계약·주식인수계약·관리운영계약·해상운송계약 등이 모두 걸프에게만 유리하게 돼 있었다.

이사회에 표결에서 찬반이 동수일 경우 美國인 부사장이 결정권을 갖고 油公이 소요로 하는 原油는 걸프가 전량 공급하도록 해 油公의 원유구매길을 제한했다. 그러면서도 석유파동 등 정작 우리가 원유를 절실히 필요로 할 때는 계약조항 중의 「불가항력」을 내세워 공급책임을 이행하지 않았다. 갖가지 이익보장 조항으로 별 힘도 안들이고 해마다 엄청난 액수의 果實송금이 본국으로 보내졌다.

이후 설립되는 湖油와 칼텍스와 계약에서부터는 이갈

은 불평등 조항이 다소 개선되긴 했으나, 전체적인 내용에서는 마찬가지였다.

사정이 이러하니 우리 국민의 입장에서 볼 때 배 주고 배 속 빌어먹는 격이었다. 재주는 꿈이 부리고 돈은 누가 번다는 식이었다.

정유업을 일컬어 「땅 짚고 헤엄치는 장사」나 「황금알을 낳는 거위」나 하는 비난들은 이처럼 메이저에 대한 울분과 화풀이에서 비롯된 것들이다. 이 당시 메이저를 대상으로 형성된 원한과 불신이 오늘날 精油業에 대한 그릇된 편견으로 그대로 이어지고 있는 것이다.

물론 칼텍스를 제외하고 메이저들이 모두 철수한 오늘의 우리 精油産業을 과거의 시각으로 바라보는 것은 옳

精油業에 대한 국민들의 오해와 편견은 우리나라 자본주의의 역사가 짧은 점에도 기인한다. 재벌 등 대기업에 대해 일반적으로 지니는 불신감의 일종이다. 국내 기업들이 20여년이라는 단기간에 급성장한 과정에서 빚어진 여러가지 비리를 모든 기업에 확대 적용하는 심리가 있다. 더우기 5개 精油社가 모두 국내 정상급 재벌기업의 계열사라는 점때문에 오늘날의 발전을 이룩하기까지 쏟아 넣은 노력과 정성을 무시하려 든다.

油公 이후 湖南精油和 京仁에너지 등을 설립할 때 국내 재벌그룹들이 각축전을 벌인 것도 精油業에 대한 부정적 시각을 형성하는데 어느 정도 영향을 미쳤을 것으로 짐작된다.

● 지금까지 精油業은 스스로의 이미지 정립에 크게 신경을 쓰지 않은 것이 사실이다. 광고하지 않아도 팔리는 제품이었으니까... 그러나 精油業도 일반 국민들과 가까워지기 위해 적극적으로 노력해야 한다. ●

은 일이 아니다. 또 과거 불평등계약을 감수하고 메이저에게 각종 특혜를 보장한 것도 우리가 그만큼 다급하고 아쉬웠기 때문이다. 5·16직후 政情이 불안하고 앞으로의 발전 여부가 불투명했던 당시의 우리 여건을 돌이켜 볼 때 온갖 특혜를 보장하고 메이저를 불러들인 것은 불가피했던 것으로 이해된다. 국내 자본과 기술이 전혀 없었던 점을 생각할 때 더욱 그러하다.

더우기 거의 대부분 우리 손으로만 움직이는 精油會社들이 국내석유제품 공급책무를 차질없이 수행하는 대기업으로 성장한 사실을 생각할 때 과거 메이저로부터 당한 설움은 우리의 발전을 위해 마땅히 치러야 할 대가였다고 할 수 있다.

냉정하게 따져서 메이저는 투자액에 대한 충분한 이익을 누렸고, 우리는 불충분한 자본과 기술·경쟁능력 등의 측면에서 커다란 도움을 받은 것이 사실이다. 수치로 크기를 비교할 수는 없어도 메이저에게 준만큼은 우리의 수확도 적지 않았다고 평가할 수 있다.

사정이 이러함에도 메이저에 대한 반감에서 오늘날 민족자본에 의한 국내 精油業에 대한 불신으로 이어진 국민 감정은 쉽사리 돌이킬 수가 없는 형편이다.

국민들이 精油業을 못마땅하게 여기는 또 한가지의 이유는 두 차례의 석유위기를 들 수 있다. 하루 아침에 엄청난가 오른 기름값에 대한 원망이 1차적으로 精油業에 게 돌아갈 것은 뻔한 이치다. 기름값이 오른 것은 OPEC(石油輸出國機構) 때문이라는 사실을 대부분 알고 있어도 정작 가격인상의 고통을 당하는 소비자들은 우선 精油會社가 밋게 마련이다. 평소 「땅 짚고 헤엄치는 장사」를 해왔다는 정유업체가 OPEC의 原油價 인상에 편승해서 턱없이 국내가격을 올렸다고 자기 멋대로 생각하기 십상이다.

물론 정유업체로서는 이러한 국민들의 오해와 편견이 서운하기 짝이 없을 것이다. 그러나 국민들의 감정은 매스컴에 때때로 비치는 기사내용보다 더욱 나쁜 것인지도 모른다.

2차 석유위기 이후 지금까지 여러차례의 油價조정이었다. 그때마다 가급적이면 정유업체의 精製費를 최소한으로 인정, 가격인상물을 조금이라도 낮추려고 애썼다는 게 動資部의 설명이었다. 대리점과 주유소 등 유통마진도 소비자의 부담을 줄이기 위해 거의 올리지 않았다.

정부가 적정 가격을 통제하는 관리품목의 경우 가격책

정의 기준이 세후 10%로 돼 있으나, 정유업계는 과거 5~6년간 이 수준의 이익을 올린 적이 없다. 주유소의 마진이 너무 작아 부정회발유 유통의 한 원인이 되고 있어도 유통마진을 실통하게 올려본 적이 없다.

과거 기름값이 오르기만 하던 시절에는 업계도 이러한 일들을 그런대로 이해할 수 있을 것이다.

그러나 올들어 비교적 큰 폭으로 단행된 두 차례의 油價 인하시에도 업계의 어려움은 별 고려의 대상이 되지 않은 것 같다.

왜 그럴까. 가격을 올릴 때는 몰라도 내릴 때는 업계의 사정을 충분히 반영할 수도 있었을텐데.

이는 국내 精油産業에 대한 국민들의 여론을 지나치게 의식한 때문이 아닐까. 1차 油價인하 이후 정유업계는 85년도 이익을 모조리 거둬갔다고 아우성을 쳤다. 그럼에도 일부 신문에는 가격책정이 잘못돼 정유업계에 6백억 원의 부당이득을 안겨주었다는 기사가 실렸다.

精油業에 대한 오해는 이처럼 넓고 또 깊다. 반면 정유업에 대한 오해와 편견으로 득을 보는 사람은 아무도 없는 것 같다. 그럼에도 이같은 오해가 쉽사리 해소될 것 같지도 않다.

여기서 바로 우리 정유업계가 서둘러 해야 할 일을 찾아낼 수 있다. 시시비비를 가려 잘한 일에 대해서는 그만한 평가를 받을 수 있도록 해야 한다는 것이다. 사실과 다른 오해와 불신도 바로잡는 일에 스스로 나서야 한다.

올해부터 시작된 자동차의 對美수출은 우리 국민들의 자부심을 높여 주었다. 浦項제철도 우리의 부지런함과 유

능함을 세계에 과시함으로써 국민들의 신뢰와 사랑을 받고 있다. 이에 비할 때 精油業은 어떤 대접을 받고 있을까.

지금까지 精油業은 스스로의 이미지 정립에 크게 신경을 쓰지 않은 것이 사실이다. 광고하지 않아도 팔리는 제품이었으니까.

그러나 앞으로는 여건이 달라질 수밖에 없다. 개방화·자율화의 물결을 타고 우리 경제의 규모가 커지는데 따라 국민 속에 뿌리내리지 못하는 기업은 생존 자체가 불가능해지기 때문이다.

따라서 精油業도 일반 국민들과 가까워지려고 적극적으로 노력해야 한다.

공장방문·제품설명회·불량품과의 비교전시회 및 소비자단체 등 여론형성층과의 간담회 등 방법은 여러가지이다.

탄광업계가 갱내에 여자가 들어가면 사고가 난다는 금기를 무릅쓰면서까지 소비자단체 대표들을 탄광으로 초청, 업계실정을 이해시키려고 애쓰는 사례를 타산지석으로 삼아야 한다.

국민의 오해와 편견을 더이상 그대로 방치하는 것은 업계의 직무유기라 할 수도 있다.

적극적으로 국민들 속에 파고들어 모든 국민들로부터 사랑받는 우리의 정유산업이 될 수 있도록 지금 당장 나서야 한다. 여러분의 단체인 大韓石油協會는 무엇에 쓰려 하는가. 정유업의 홍보전위대로서 왜 활용하지 못하는가. ☐

지각없는 외제선호

부리썩는 경제질서