

석유제품 상표표시제 폐지 “난항”

소비자단체 반대로 한달간 의견 수렴만 ... 정유기업 판도 불안정해져

정부가 정유기업간 경쟁을 유도해 석유제품 가격을 내리겠다는 상표표시제 고시를 과감하게 폐지하겠다는 방침을 밝혀놓고 정작 소비자단체의 반대 등에 부딪혀 속도를 내지 못하고 있다.

관련업계에 따르면, 공정거래위원회가 4월 중순 상표표시제 고시 폐지 방향을 세웠으나 소비자시민모임 등 소비자단체에서 반대 의견을 제기하면서 한 달이 지나도록 간담회 등을 통해 의견 수렴 작업을 하는데 머물고 있다.

게다가 경실련 갈등해소센터는 상표표시제 고시 폐지와 관련해 사회적 합의를 도출할 필요가 있다며 5월 말에 각 이해 관계자를 초청해 비공개 토론회를 열 예정이다.

소비자시민모임은 상표표시제 고시를 폐지하기에 앞서 순기능을 유지할 수 있는 대안을 마련해야 한다는 점에서 신중해야하며 규제를 없애는데 급급해 서둘러서는 안된다는 입장이다.

소비자시민모임 관계자는 “소비자들에게는 가격 뿐만 아니라 품질이 모두 중요하기 때문에 품질 경쟁을 유도하기 위해 만들어진 상표표시제 고시를 없애기 전에 장치를 마련해놔야 한다”고 말하고 “고시를 폐지하면 어느정도 가격 인하 효과가 발생하는지에 대한 구체적인 분석 없이 막연하게 가격이 내려갈 것으로 예상되면서 정책을 결정해서는 안된다”고 덧붙였다.

또 석유제품 품질에 문제가 생겼을 때 정유기업을 상대로 책임을 물을 수 없게 된다는 점도 소비자시민모임이 반대의견을 내는 이유 중 하나이다.

정부에 밭보일까봐 목소리를 낮추고 있던 정유업계는 예상외로 진행에 제동이 걸리자 천군만마를 얻은 듯하다며 회색을 띄고 있다.

정유업계는 상표표시제 고시가 폐지되면 정유기업간 품질 경쟁이나 마케팅 경쟁, 브랜드 관리 노력 등이 무의미해지며 소비자들에게도 오히려 부정적인 영향을 준다고 주장하고 있다.

그러나 실제 반대 이유는 주유소와 정유기업간 관계가 정부 고시가 아니라 사적 계약에 의한 관계로 바뀌면 주유소가 거래 정유기업을 바꾸기 쉬워지게 되고 업계 판도가 불안정해지기 때문이다.

후발 정유기업인 S-Oil은 계열 주유소를 늘릴 수 있는 기회라는 점에서 중립적인 태도를 보이기도 했지만 최근에는 업계 판도가 흔들리는데 따른 부정적인 면이 더 많고 <좋은 기름이니까>라는 내용의 광고를 내보내며 품질 차별화를 꾀했던 노력이 무산된다는 점에서 역시 반대 입장으로 돌아선 것으로 알려졌다.

반면, 주유소업계는 상표표시제 고시 폐지가 당장 가격을 내리지는 않더라도 정유기업간 경쟁을 유도하는 단초가 될 것이라는 점에서 강하게 요구하고 있다.

주유소 사업자는 “일단 상표표시제 고시를 없앤 뒤 전량 구매 조건까지 삭제해서 주유소가 특정 정유기업으로부터 석유제품을 전량 사와야 하는 의무가 없어지면 가격협상력이 커지고 정유기업이 가격 경쟁을 하게 될 것”이라고 말했다.

또 품질에 대해서는 “지금도 정유기업들이 운송비용을 아끼기 위해 휘발유는 서로 교환해서 첨가제만 넣어 팔고 있기 때문에 주유소가 2개 이상 정유기업 제품을 섞어서 판다고 해도 문제가 없을 것”이라고 덧붙였다.
<저작권자 연합뉴스 - 무단전재 · 재배포 금지>

<화학저널 2008/05/19>