

S-Oil, 공격경영 재개 나섰다!

Aramco의 김선동 회장 재신임으로 ... 석유제품 최고가격 공표

정유기업들의 치열한 시장쟁탈전이 벌어질 조짐이다.

SK가 내부문제로 어려움을 겪고 있는 가운데 후발주자인 S-Oil과 현대오일뱅크가 적극적인 마케팅을 펼치고 있기 때문이다.

S-Oil은 앞으로 휘발유 등 석유제품 가격조정이 있을 때에는 곧바로 발표할 예정인데, 직영 주유소에서 판매하는 최고가격의 변동을 발표할 계획이다.

S-Oil은 국내 정유기업 가운데는 유일하게 유가조정안을 공표하지 않고 있어 경쟁사들은 벌써부터 촉각을 곤두세우고 있다.

특히, 2000년 가격과 품질 등을 통해 치열한 시장쟁탈전을 주도했던 S-Oil이 3월 김선동 회장에 대한 대주주인 사우디아라비아 Aramco의 재신임을 계기로 공격적인 시장확대에 다시 나선 것으로 분석된다.

실제 석유제품 가격 공표방식도 공격성이 농후한데, 대부분의 정유기업들이 유가조정 시 일선 주유소에 공급하는 공장도가격을 고시하고 있는 반면, S-Oil은 실제 주유소에서 판매하는 가격을 공표하기 때문이다.

정유업계는 소비자들이 실제 구매할 수 있는 가격을 공표하는 것은 시장점유율 확대를 위한 공격적인 전략의 일환이라고 해석하고 있다.

현대오일뱅크도 2001년부터 중단했던 TV광고를 5월부터 재개하고 주유고객에 서비스를 강화하는 방향으로 주유카드(보너스카드) 제도를 정비하는 등 대대적인 마케팅 공세를 시작했다.

현대오일뱅크는 3개월 동안 총 50억원의 광고비를 사용할 예정이며, 2003년에는 내부에 머물렀던 시각을 시장으로 돌리는 해가 될 것이라고 강조하고 있다.

인천정유의 기사회생도 정유업계에 경쟁관도에 복병으로 등장하고 있다. 인천정유가 주채권은행인 산업은행의 반대로 파산절차를 밟을 것으로 믿었으나 3월 법원의 법정관리 인가로 사업을 당분간 지속할 수 있게 됐기 때문이다.

S-Oil을 비롯해 현대오일뱅크, 인천정유 등은 SK 공략에 초점을 맞출 것으로 예상되고 있다. LG-Caltex 정유는 2002년 시장점유율을 27.9%에서 28.7%로 높이는 등 공략하기가 쉽지 않은 반면, SK는 최근 SK글로벌의 분식회계 영향으로 대외적인 이미지 손상을 많이 입은 상태이기 때문이다.

<Chemical Journal 2003/05/09>