

타이거오일, 석유 수입 마케팅 강화

최대주주 SPC, 주유소망 확대요구 ... 선진기법 도입 이미지 차별화

석유 수입업체의 선두주자인 타이거오일이 주유소망을 대폭 확충하고 주유소 마케팅 기법을 개선하는 등 공격적인 경영에 나선다.

타이거오일의 지분 40%를 보유한 최대주주인 싱가포르 SPC는 최근 자사 석유마케팅 전문가를 파견해 3개월 일정으로 타이거오일 주유소에 대한 현장 실사작업을 벌이고 있다.

싱가폴 국영 정유기업인 SPC는 타이거오일 주유소의 시설과 서비스 등을 면밀히 검토한 뒤 싱가포르의 주유소 경영기법을 전수할 계획이다.

SPC는 현재 전국적으로 40여개의 계열주유소를 운영하고 있는 타이거오일에 주유소망을 적극적으로 확대하도록 주문하고 있으며, 이에 따라 타이거오일은 주유소망을 최대 100여개까지 확대할 것으로 알려졌다.

특히, 강남에 1개, 강북에 2개 등 3개 뿐인 서울지역의 주유소망을 대폭 확충키로 하고 구체적인 실무 검토작업을 벌이고 있다.

타이거오일은 “일부 부실기업의 비정상적인 영업행태로 석유 수입기업 전체의 이미지가 실추되고 있는 상황에서 SPC는 오히려 적극적인 주유소망 확대와 선진 마케팅기법 도입으로 다른 석유 수입기업과 차별화된 이미지를 구축하도록 요구하고 있다”고 밝혔다.

한편, 국내 석유 수입업체는 최근 국제유가 상승으로 국제시장에서의 석유제품 가격이 폭등하면서 판매마진이 악화돼 시장점유율이 3%대까지 떨어지는 등 영업에 어려움을 겪고 있다.

<화학저널 2004/04/06>