쿠웨이트의 石油판매정책과 OPEC

1. 산유국의 하류부문 진출

주요 산유국들이 석유수입국들의 하류부문 시장에 진출, 석유업계에 새로운 양상을 창조하고 있다. 산유국들은 원유 및 석유제품의 판로를 개척하기 위해 막대한 재원을 투입하여 불안정한 국제석유 환경에 대처하고 있는데 이러한 움직임은 앞으로 확대될 전망이다. 이러한 산유국중 가장 현저한 하류부문 진출국으로는 쿠웨이트와 베네수엘라를 들 수 있고 기타 리비아, 노르웨이등도 상당한 진전을 보이고 있다.

쿠웨이트 국영석유공사(KPC : Kuwait Petroleum Corp.)의 자회사인 KPI(Kuwait Petroleum International)는 지난 1983년 Gulf Oil의 하류부문 시설을 매입함으로써 유럽시장에 진출, 계속 시장침투 전략을 강화해오고 있다. 한편 베네수엘라도 美國, 西獨, 스웨덴등의 하류부문에 투자를 강화하여 하루 58만5,000배럴의 原油 및 석유제품 판로를 구축했으며, 노르웨이도 국영석유회사 Statoil을 통해 인근 스웨덴, 덴마크의 석유마아케팅 시설을 매입하여 석유시장에 진출했다. 그밖에 리비아가 이탈리아의 정유업에 진출, 하루 17만 배럴규모의 정제업을 하고 있다.

2. 쿠웨이트의 유럽진출

쿠웨이트가 유럽시장에 진출하게 된 것은 쿠웨이트내에서 위탁정제되는 석유제품의 판로를 확대하고 한편으로는 原油 수출을 강화한다는 의도에서 비롯되었다. KPC의 자회사인 쿠웨이트 석유는 쿠웨이트에 있는 3개정유공장을 현대화해 현재 약59만b/d의 原油를 정제하고 있다. 이와 아울러 KPC는 KPI를 통해 Gulf Oil의 정유공장을 비롯한 스웨덴, 덴마크, 네덜란드, 벨기에, 룩셈부르크, 이탈리아 및 英國등지에서 4,800개나 되는 주유소시설등을 매입함으로써 현지 정유업자들을 위협하고 있다. 따라서 현지의 정제, 판매업자들은 그들지역이 값싼 쿠웨이트 석유제품의 덤핑 판매지가 될지도 모른다는 우려에서 안간힘을 다쏟고 있다.

마아케팅 전략으로써 KPI는 가격할인보다 서비스 강화를 내세워 「Q8」 폴싸인을 내걸고 매입한 주유소를 단장하거나 현대화를 서두르고 있다. KPI는 「Q8」마크를 가지고 英國진출은 실패했으나, Hayes Petroleum Service로부터 800개의 주유소를 매입하여 진출의 거점은 확보했다. 그후 쿠웨이트는 Ultramar로부터 500개의 주유소를 추가로 매입하여 英國시장에서 위치를 강화했고 더많은 주유소 매입을 위한 협상을 벌이고 있다.

KPI는 네덜란드에서도 시장점유율을 BP 소유 주유소 389개를 인수함으로써 7%에서 23%로 확대시켰다. 따라서 스칸디나비아반도에서 로얄 더치 셸과 Statoil 다음의 휘발유 판매자로 부상되었다. KPI는 덴마크, 네덜란드에서 현재, 신규 매입 정유공장으로부터 115만b/d의 原油를 위탁정제하고 있는데 그중 80b/d는 자국의 하류부문 판매 및 유통경로에서 소화하고 있다. 또 이탈리아에도 3만 b/ d의 정유공장 매입등을 통해 진출하고 있다. KPI는 또한 네덜란드에 있는 Gulf Oil의 연구 개발시설을 그대로 인수받아 Gulf마크를 Q8으로 바꿀 경우 60개종류의 윤활유를 완전하게 생산할 수 있는 능력을 갖추었다.

쿠웨이트는 지난 9년동안 서부유럽 전체에 「Q8」마크를 내건 주유소 수를 5,000개까지 확보함으로써 유럽에서의 마아케팅 활동을 꾸준히 강화해 왔다. OPEC(석유수출국기구)회원국으로서는 최초로 해외 정제 및 마아케팅 사업에 거보를 내디딤으로써 쿠웨이트의 KPI는 다운스트림 체제로 변신했다. 따라서 얼마안가 세계 최대의 석유회사로 군림하게 될 것으로 보인다. 최근에 美國이 쿠웨이트 유조선을 페르시아湾에서의 보호한다는 계획에 쿠웨이트의 11개 유조선이 포함되어 있음을 볼때 쿠웨이트의 하류부문 진출의 양상을 가히 짐작할 수 있다. 쿠웨이트는 그들의 야심적인 사업에 투입할 막대한 재원을 보유하고 있고 석유 보유량도 세계 모든 석유회사들이 보유한 것보다 많이 가지고 있어 앞으로의 세계 석유환경을 좌우할 것이라고 전문가들은 내다보고 있다.

이와같은 환경변화에 자극을 받은 베네수엘라등도 쿠웨이트와 같은 석유전략을 추진하고 있다. 그러나 산유국의 하류부문으로의 변신은 OPEC의 가격정책 및 산유량 제한에 관한 통제능력에 새로운 문제점을 야기시키고 있다. 쿠웨이트의 생산원유중 약90%는 「Q8」의 하류부문 유통망을 통해 제품형태로 매일 판매되고 있어 OPEC의 고정유가 제도의 규제를 회피하고 있는 실정이다. 유럽에서 조업하고 있는 서방 석유회사들은 자기들의 시장을 KPC가 침투하고 있다고 말하고 있다. 새로운 주유소의 심볼마크 「Q8」이 유럽에 등장한 이후 「Q8」의 시장점유율도 스웨덴에서 15%, 덴마크에서 25%, 네덜란드에서 7%, 벨기에에서 15%, 룩셈브르크에서 14%, 이탈리아에서 5%, 英國에서 2% 로 신장됐다. 뿐만 아니라 KPC는 스페인, 프랑스, 西獨의 주유소 매입을 서두르고 있으며, 장기적으로는 아시아, 北美등에까지 진출한다는 계획을 세워놓고 있어 석유업계의 관심을 집중시키고 있다.

3. 쿠웨이트의 하류부문 진출배경

KPI의 사장 Nader Sultan씨는 自社의 석유전략을 세계 전역으로 확대시킬 것이라고 말하고 있다. 이와같은 배경으로 막대한 국내에서의 경제적 우위를 들고 있다. 쿠웨이트가 석유 1배럴을 생산하는데 1달러, 유럽까지 수송하는데 50센트가 소요되는데 비해 北海원유의 생산수송에는 8-13달러가 소요되어 원가면에서 상대가 안될 정도로 우위를 누리고 있어 유럽의 오일맨들을 당황시키고 있다. 쿠웨이트의 전략목적은 판로를 개척한다는데 있으나, 유럽의 석유회사들이 우려하고 있는 것은 향후의 쿠웨이트의 정책방향이다. 그것은 쿠웨이트의 경우 맘만 먹으면 판매량을 극대화할 수 있는 충분한 석유를 보유하고 있기 때문이다.

그러나 쿠웨이트는 시장 점유율 확보에 가격할인 정책을 구사하지 않고 혁신적인 서비스 및 마아케팅 정책으로 고객을 유치했다. 쿠웨이트는 유럽에 최초로 무연휘발유를 판매했으며 셀프서비스 주유기 및 전윤활유제품을 갖춰 주유소를 운영했다. 아울러 주유소를 밝은 도색, 널찍한 공간으로 꾸미고 텔레비젼 광고등을 병행함으로써 점유율 확보전략에 성공했다.

쿠웨이트와 양질 서비스를 상징하는 「Q8(Ku-wait)」로고는 英國의 최고 기업이미지 디자이너가 창안했는데, 여기에 쿠웨이트 고유의 범선을 뜻하는 두가지 색상을 가미해 쿠웨이트의 이미지를 부각시키고 있다. Q8 로고가 성공한 배경을 살펴보면 1960년대까지 거슬러 올라간다. 당시 막대한 석유달러가 中東지역으로 유입되었는데도 쿠웨이트는 인근의 사우디와는 달리 석유달러를 美國의 재무부 증권(US T-bond)과 같은데 예탁하지 않고 적극적으로 美國, 서부유럽, 아시아 및 아랍세계의 산업체, 부동산 관광지등에 투자함으로써 그 성장기반을 구축했다.

쿠웨이트는 또한 다른 산유국들과는 달리 막대한 석유달러를 국내산업 프로젝트에 투자를 뿌리치고 과감히 해외에 투자를 했다. 다른 산유국들은 막대한 석유달러를 국내산업에 투자하여, 결과 동투자는 처치곤란한 무용지물(White Elephant)이 되었다. 1980년에 접어들면서 쿠웨이트의 Khalifa 석유장관은 KPC 조직을 바꿔 시추·탐사·수송·저장·제품개발·판매부문으로 나누고 하나의 지주회사 형태로 통합, 정리했다. 따라서 쿠웨이트 석유의 이동을 통제하는 유조선회사와 금융회사를 포함하는 여러계열 자회사가 설립되었다. 그리하여 판매를 담당하는 KPI, 中共, 이집트, 인도네시아, 호주등에서 석유를 발견한 바 있고 현재 수단, 시실리, 콩고, 파키스탄, 튀니지, 예멘등에서 탐사활동을 벌이고 있는 세계적인 탐사회사등이 출현했다.

그리고 국내탐사와 석유화학계열회사도 설립했으며 1981년에는 美國의 탐사 시추회사인 Santa Fe International사를 25억달러에 매입하기도 했다. 쿠웨이트의 이러한 급속한 해외진출의 확대로 OPEC 내에서 쿠웨이트는 다

소 불협화음을 일으키고 있다. OPEC가 창설된 1960년까지만 해도 13개 회원 산유국들은 단일 원자재인 원유만을 수출함으로써 국가를 꾸려 나가는 것이 고작이었으나, 오늘날에는 쿠웨이트, 베네수엘라가 석유제품으로 수출품목으로 다양화 되었기 때문에 그들의 이익의 원천이 다변화되어 타 산유국을 불안하게 하고 있다.

4. 판매경쟁

이란, 사우디, 가봉, 카타르 및 기타 OPEC내의 다른 산유국들과는 달리 쿠웨이트는 생산원유중 단지 10%만을 18달러 공시가격으로 수출하고 있다. 나머지 90%는 OPEC 가격제약을 받지않고 석유제품 형태로 경쟁가격으로 판매하고 있다. OPEC의 다른 산유국들은 OPEC 가격 규제를 제품수출에 확대시켜 쿠웨이트의 탈규제 판매행위를 막아야 한다고 주장하고 있다. 이에대해 쿠웨이트와 베네수엘라는 그와같은 움직임에 강력하게 반발하고 있다.

불과 5년동안에 쿠웨이트와 베네수엘라는 원유수출국에서 수직으로 통합된 소규모 메이저급 석유회사로 탈바꿈했다. 그들은 原油형태로 수출하는 것보다 석유제품을 수출함으로써 보다 많은 수입을 올릴 수 있다고 생각하고 있기 때문에 쉽사리 그러한 지위를 포기하지는 않을 것이다. 그중에서도 특히 쿠웨이트는 OPEC의 산유쿼터 규제·가격규제등에 관계없이 생산쿼터 전량을 계속 수출할 수 있었다. 이에 비해 다른 산유국들은 그들의 생계유지를 OPEC의 가격규제에 의존해야만 했다. 예를들면 카타르의 경우 구매자들이 일산 30만배럴중 20%만을 OPEC 고정가격으로 수입해갔기 때문에 지난 3월 이후 막대한 손실을 감수해야만 했으며, 사우디아라비아도 산유량이 100만배럴 이상이 떨어져 적지않은 타격을 받았다. 그러한 와중에서도 쿠웨이트는 호황을 누려왔다.

그렇다고해서 쿠웨이트가 OPEC에 대해 무관심을 보인다는 것은 아니다. 사우디 다음으로 국가부의 원천이 원유 매장량에 달려있는 쿠웨이트는 미래을 의식, OPEC의 석유정책등에 신경을 곤두세우고 있다. 따라서 OPEC 내에서도 고유가를 주장하는 알제리, 리비아, 이란, 에콰도르등 강경국에 맞서 油價의 온건노선을 유지하고 있다. 그것은 저유가로 소비와 수요를 다음세기까지 높은수준으로 지속시킬려는 의도를 갖고 있기 때문이다. 이에 비해 베네수엘라는 재원부족으로 해외 마아케팅시설 매입에 적극적으로 투자를 못하고 있는데, 이는 국내경제가 빈약하여 보다많은 투자를 요구하고 있기 때문인 것으로 풀이된다.

이와같은 재반환경 변화로 볼때 쿠웨이트의 해외 하류부문 투자전략은 성공했다. 해외투자의 움직임은 앞으로도 더욱 강화될 것이며 다른 산유국들도 쿠웨이트의 석유전략을 따라 하류부문 진출에 보다많은 관심을 보일 것으로 전망된다. ◙

□ 石油圖書案內 □

國內外石油資料의 集大成

87年版 石油年報

－大韓石油協會 企 劃 部－