

Global시대, 油公의 새이름 - SK

21세기 세계 일류기업으로 도약



SK 주식회사는 1962년 10월 국내 최초의 정유 회사로 탄생(설립시 : 대한석유공사)되어 지난 35년간 우리나라 석유 및 화학산업의 선도기업으로 국가경제발전에 중추적 역할을 수행하면서, 끊임없는 기술축적과 경영혁신으로 성장과 발전을 거듭하여 세계적인 규모의 “종합에너지·종합화학기업”으로 성장해 왔다.

SK(주)는 1980년 12월 선경그룹이 경영권을 인수함에 따라 민간기업으로 새로운 출발을 하면서 사명을 (株)油公으로 변경하였으며, 선경그룹과의 CI통합이 이루어짐에 따라 지난 10월 1일 「CI(기업이미지통합) 선포식」을 갖

고 사명을 油公에서 「SK 주식회사」로 바꾸면서 세계일류 기업을 향한 제2의 도약을 선언하였다.

SK는 CI변경이 단순한 회사명의 변경이 아니라 회사의 장기비전 및 전 임직원의 의식개혁을 통하여 21세기 세계 일류기업으로 도약하기 위한 계기가 될 수 있도록 전사, 전부서원 캔미팅을 통해 고객 만족 극대화를 위한 실천방안을 마련하여 추진하고 있다.

SK(주)는 CI 선포식에서 고정관념의 벽, 사업영역의 벽, 세계시장의 벽을 깨고 과감히 변신, 올해 10조원으로 예상되고 있는 매출액



을 2005년까지 27조원으로 늘리는 한편, 해외 매출 비율을 전체 매출액의 40%이상으로 높이기로 하는 등 세계적 메이저로 도약하기 위한 중장기 전략을 발표하였다.

SK(주)의 중장기 전략의 주요골자는 ▲고객만족 극대화 추진 ▲신규 유망사업 적극 추진 ▲동남아, 중국 등 해외 시장 적극 진출 등이다.

고객만족 극대화 추진

SK는 CI선포식에서 '고객을 행동의 중심으로' 선언하고, 전사·전부서원 캔미팅을 통해 고객 만족극대화를 가로막는 모든 고정관념의 벽을 깨고 모든 사고를 고객중심으로 바꾸기 위한 구체적인 실천방안을 선정하였다.

또한 SK는 전국 3,700여개 주유소를 체계적으로 연계하여 운영할 수 있는 소프트웨어를 갖추고, 카드마케팅 서비스 확대, 경쟁비센터,

세차기, 편의점, 셀프주유기 등을 갖추어 자동차와 관련한 토털서비스와 One-Stop-Service가 제공되는 서비스의 장이 되도록 추진해 나가고 있다.

특히 SK는 CI변경에 발맞춰 고객과의 최대 접점인 주유소를 새롭게 단장함은 물론 "깨끗한 주유소, 밝고 친절한 주유소(클린 앤 스마일)"을 캐치프레이즈로 내세워 고객에 대한 이미지 및 서비스 수준을 한단계 끌어올린 SK 주유소만의 고객만족 서비스 프로그램을 실행하고 있다.

신규 유망사업 적극 추진

SK는 석유, 화학사업으로 되어있는 기존 사업영역의 벽을 깨고, 천연가스, 발전, 환경사업, 의약, 유통 등 신규 유망사업을 적극 추진, 2005년까지 이들 신규 사업분야에서 전체 매출액의 약 25%인 6조7천억원의 매출을 달성

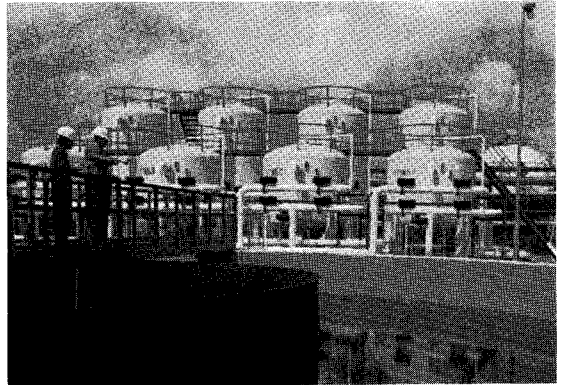
성하기로 했다.

이중 천연가스와 발전사업은 21세기 세계일류 종합에너지 회사를 지향하고 있는 SK가 지속적으로 추진해 오던 사업으로, SK는 현재 에너지 사업중 5% 정도를 차지하고 있는 가스 및 발전사업의 비중을 2005년까지 17%이상으로 높여 나갈 예정이다.

SK는 이미 예멘과 오만의 천연가스전 개발



에 참여하고 있는데, 특히 지난 1월 6.05%의 지분으로 참여한 예멘 프로젝트는 2001년부터 연간 약 5백만톤의 천연가스를 생산, 판매하는 프로젝트이다.



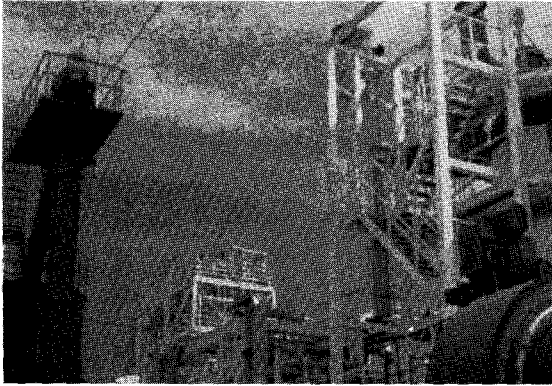
한편 환경분야에서 법정 기준치를 앞서가고 있는 SK는 그동안 축적된 경험을 살려 기술우위가 있는 차별적 환경사업분야를 육성, 2005년 매출액 6천억원대의 대규모 사업으로 육성하기로 했다.

이밖에 SK는 의약사업, 유통업 등도 적극 추진키로 했다. '97년초 제4세대 우울증 치료제를 개발, 미국에서 임상 실험중인 SK는 2000년부터 제품을 생산, 판매할 예정이며, 현재 미국 국립보건연구원(NIH : National Institute of Health)과 공동으로 개발중인 간질치료제, 근육이완제 등 신약개발에도 박차를 가할 계획이다.

동남아, 중국등 해외시장 적극진출

SK는 이번 CI변경이 무한경쟁시대를 맞아 세계시장의 벽을 넘어서기 위해 실시된 것인 만큼 해외시장 공략에 적극 나선다는 방침이다.

SK는 석유류 및 화학제품의 수출, 동남아, 중국지역 수직계열화 추진, 트레이딩사업 강화



를 통해 2005년에는 이들 해외시장 매출액을 전체 매출액의 40%(약 11조원)로 끌어 올릴 계획이다.

현재 15억불 규모의 심천지역 정유공장 건설을 추진중인 SK는 이 정유공장을 통해 중국지역내 수직계열화 기반을 구축하는 한편, 유통, 판매 등으로도 사업기반을 확대해 나가기로 했다. 한편 SK는 충남 석문 단지내에 150만평 규모의 제2유화단지를 건설, 대중국 수출의 전초 기지로 삼을 계획이다.

또한 원유 및 제품 트레이딩, 제품수출, 개발원유 판매 등 해외 트레이딩 사업도 강화, 2005년에는 전체 매출액의 약 20%를 이 사업에서 달성토록 할 예정이다.

SK는 향후 사업영역 확장과 다각화를 고려해 사명에 업종표기를 하지 않고 사명을 변경하였기 때문에 소비자들의 油公에 대한 로열티를 그대로 유지하기 위해서 지속적인 광고와 언론을 활용한 Publicity에 중점을 두고 있다.

이를위해 SK는 단순히 변경된 사명이나 심

벌마크를 알리는 기존의 통상적인 CI로칭광고에서 벗어나 소비자들에게 SK가 명실상부한 에너지·화학분야의 국내 제1의 기업이라는 것과 21세기 세계일류 기업으로 새롭게 도약해 나갈 것이라는 점을 강조해 나가고 있다.

기업 PR광고는 油公에서 지속적으로 사용해오던 기업슬로건 '한국의 힘'을 형상화하기 위해 우리 민족에게 가장 한국적이고 영물스러운 동물이자, 강한 힘의 상징인 호랑이를 등장시켰으며, "힘있는 나라를 만드는 에너지·화학 SK가 책임지겠습니다."라는 카피로 SK의 메시지를 전함과 동시에 한국 힘의 상징인 호랑이 비주얼을 통해 시청자들에게 강한 인상을 남기고자 했다.

또한 지난 2년간 좋은 평가를 받아온 새차, 헌차, 내차 시리즈와 기업의 공익적 가치를 높이기 위해 펼쳐온 교통캠페인에 연이어 탱크라는 비주얼적 소재의 참신함으로 시청자의 흥미를 유발하며 나온 '탱크편'은 새롭게 바뀐 SK 주유소의 깔끔한 이미지 강조 뿐만 아니라 엔크린 광고의 누적이미지를 효과적으로 이어나갈 수 있을 것으로 기대하고 있다.

