

특집 1

경쟁환경변화와 정유산업의 발전방향

최근 IT(정보기술)혁명은 기업과 산업부문에 접목되어 e-비즈니스라는 이름으로 디지털 경제시대의 새로운 성장모델로 부상하고 있다.

이러한 정보기술은 산업화시대로 요약되는 자본주의 사회의 최고가치를 자본에서 지식으로 전환시킴으로써 새로운 21세기를 지식사회로 변모시키고 있다.

우리정유산업도 이러한 변화된 경영환경 하에서 새로운 발전전략이 모색되어야 할 시점으로 이 자리에서 정유산업이 나아 가야할 방향과 생존전략을 짚어 보고자 한다.

1. 디지털시대에 석유산업이 나아가야할 방향
2. 무한경쟁시대에서의 정유산업 생존전략
3. 국제석유시장의 변화와 한국석유산업의 진로

디지털시대에 석유산업이 나아가야할 방향

'90년대 중반부터 인터넷으로 시작된 정보기술(IT) 혁명은 급속하게 그 응용범위를 확장하며, 생산·소비·행정지원 등 모든 경제활동에 대변혁을 초래하고 있다.

특히 최근에는 이러한 IT혁명이 기업과 산업부문에 접목되어 'e-비즈니스'라는 이름으로 디지털 경제시대의 새로운 성장동인으로 급부상하고 있다.

e-비즈니스는 기업내, 기업대 고객 또는 기업대 기업 등 기업을 둘러싼 대내외 환경에 IT를 활용함으로써 기업의 생산성·투명성·효율성 제고와 고부가가치화의 달성, 신사업 기회의 창출 등을 통해 기업가치를 향상시키고, 전반적인 기업간 관계를 변화시키면서 산업구조 자체를 혁신하는 새로운 패러다임을 제공하고 있다.

이러한 변혁을 가능케하는 원동력인 정보기술의 지난 20여년간의 발전 상황을 보면 컴퓨터의 경우 1달러 투자당 정보처리능력이 1만배로 증가했으며, 음성 전송회로 이용비용 역시 광케이블의 등장으로 1만분의 1로 줄어들었다.

따라서 이러한 정보기술은 산업화시대로 요약되는 자본주의 사회의 최고가치를 자본에서 지식으로 전환시킴으로써 새로운 21세기를 지식사회로 변모시키고 있는 것이다.

따라서 기업경영의 패러다임도 정보화시대로 대변되는 지식경영의 대두로 끊임없는 변화를 요구하고 있으며, 이와 관련된 여러 신조어의 탄생을 알렸다.

Business Process의 혁신을 통한 BPR(Business Process Reengineering), 기업, 협력사, 판매, 구매유통, 소비자간의 복잡한 네트워크를 혁신하는 Value Chain, 선진기업을 창조적으로 모방해서 격차를 줄이는



이동주

(SK(주) 정책협력팀 부장)

Benchmarking, 불가능한 목표를 설정하고 추진해가는 Stretch Target, 인터넷과 지식경영을 통합한 DNS(Digital Nervous System), 탁월한 개인능력을 집단의 힘으로 끌어 올리는 Team Building, 조직의 모든 정보를 시공을 초월해서 통합하고 관리해주는 ERP(Enterprise Resource Planning), 그리고 웹을 이용한 전자거래시스템인 Market Space 등이 그것이다.

이러한 IT발전에 따른 지식경영의 필요성은 기업들이 역으로 정보기술과 인터넷이 발달함에 따라 오히려 더 많은 불확실성에 직면하게 되고, 정보기술 등의 발전이 엄청난 속도의 환경변화로 이어져 기업들은 눈앞의 변화에 대응하기도 급급해지고 있기 때문일 것이다.

또한 방대한 용량의 정보를 압축하여 신속한 전송을 가능하게 하고 시공간의 제약을 받지않는 디지털 기술은 전세계를 상대로 하는 기업활동의 양·질적 성장을 진척시켜 e-Corporation의 탄생과 성장을 가속화시키고 있으며, 이러한 기업들은 구축된 네트워크를 바탕으로 기존 기업들의 사업영역을 잠식해오

고 있다.

이에 따라 e-비즈니스(또는 인터넷)를 적극적으로 수용하는 기업은 핵심역량에 자원집중, 프로세스 신속화, 핵심인력의 보유 등을 통해 경쟁력을 확보할 수 있는 것이나, 그렇지 못한 기업은 생존이 어려운 상황으로 내몰리고 있는 어려운 상황에 처할 것이다.

따라서 전통적인 제조업인 석유산업에서도 IT기술과 e-비즈니스를 적극적으로 활용하여 소극적인 생산자 위치에서 벗어나 고부가가치의 서비스를 제공하는 기업으로 변신을 꾀해야 할 시점이 도래한 것이다.

이를 위해서는 석유산업에서도 스피드화, 전자상거래의 강화, 사업의 소프트화, 고객지향적 사고의 확대 등을 통해 매출/이익의 극대화보다는 지식을 기반으로 하는 주주 및 기업가치의 극대화, 즉 Profit maximization에서 Value maximization으로 기업의 경영목표가 변화하여야 할 것이다.

그러나 아직까지 일부기업을 제외하고는 석유산업에 있어서 인터넷의 활용 정도는 낮은 수준으로, 구매나 판매에 인터넷을 활용하는 수준에 머물러 있는 것이 현실임을 감안할 때 「제2의 산업혁명」이라 불리는 디지털 혁명에 대처하기 위한 석유업계의 현명한 대처가 필요할 것이다.

향후 예상되는 석유산업의 시장환경변화는 다음 세 가지로 요약되어 질 수 있을 것이다.

첫째, 산업내의 정보화의 가속으로 기업 및 시장정보에 대한 소비자의 접근이 훨씬 용이해지면서 공급자에 편중된 정보의 불균형이 점차 해소되고, Market Power가 공급자에서 급격히 구매자로 이전되는 현상이 나타나, 석유사업의 수익율은 급격히 낮아질 것이다.

둘째, 디지털 기술을 매개로 한 다양한 기술들의 유기적 융합화·복합화와 고객니즈의 개성화·다양화는 다양한 Bundle상품의 개발 및 복합사업의 출현

이 활발해짐에 따라 타산업과 석유산업의 경계를 모호하게 할 것이다.

셋째, 지식과 정보의 가치 증대와 e-비즈니스의 활성화는 산업의 소프트화·서비스화를 가속시켜, Hard Ware의 생산확대보다는 정보 또는 지식 등의 소프트한 무형자산을 활용한 부가가치를 창출하는 사업기회가 증가함에 따라 제품판매보다는 부가적인 서비스에서 이익을 창출하는 새로운 사업기회가 나타날 것이다.

따라서 석유산업내의 각 기업들은 e-비즈니스의 이점인 다양한 판매경로의 발굴·확대 및 낮은 거래비용과 다양한 서비스 제공 등을 통해 저비용·고효율의 구조로 사업의 구조를 전환할 필요가 있을 것이며, IT기술과 기존의 네트워크와의 접목을 통해 새로운 사업기회를 발굴하여 기존사업을 대신한 수익율 확대의 기회로 활용하여야 할 것이다.

또한 기업내 핵심사업간 정보의 신속한 공유를 가능케하여 사업부문간 시너지 효과를 창출하는 데 e-비즈니스를 활용해야 할 것으로, 특별히 신규 부가가치 창출의 기회로서 최고경영자의 e-비즈니스에 대한 이해와 관심은 기업의 미래를 좌우하게 될 것이다.

끝으로 당분간 IT기술과 e-비즈니스를 둘러싼 환경은 급속히 변화하는 가운데 수많은 사업모델이 새로이 탄생하고 또 사라지는 극심한 변동이 계속될 것으로 보인다.

따라서 이러한 환경변화의 중심에 서있는 석유산업 내 기업들은 현재 진행되고 있는 환경변화를 예의 주시하면서 다양한 가능성에 신속히 대처할 수 있는 방안을 미리 준비할 필요가 있는 것으로 보이며, 이를 위하여 장기적인 관점에서의 지식경영 및 e-비즈니스 활성화를 위한 다양한 인프라 구축에 많은 노력을 경주해야 할 것이다.