

# 주유소의 기능이 달라지고 있다

元 讚 姬  
(대한석유협회 홍보실)

**한** 도시의 자동차 보유대수가 백만대를 넘어선 우리나라도 이제 더 이상 자동차가 사치품일 수 없게 되었다. 주택마련보다도 앞서 장만하는 것이 자동차일 정도로 기호품이 아닌 생활필수품으로 정착되어가고 있다. 따라서 우리가 쉽게 들고 접하게 되는것중의 하나가 교통문화, 자동차문화이다. 각종 문화로 치장되고 다듬어지는 도심지에 서서히 드러내 보여지는 신참 문화가 있는데 다름아닌 '주유문화'이다.

어찌 생각하면 우스개 꾸밈말 같기도 하지만 자동차가 존재하는 한 주유소의 필요성을 부인할 사람은 아직 없을것이다. 주유소는 자동차의 기능과 의미를 가능케 해주는 기본적인 공간이다. 이제 우리는 1930년대의 주유소 초창기 풍경을 그 어느 곳에서도 찾을 수 없게 되었다. 경제성장과 산업의 발달로 자동차 보급이 본격적으로 된 '70년대와 '80년대를 거치면서 우리나라의 주유소는 많은 변화와 발전

을 거듭해 이제는 '주유소 현대화'라는 모토가 어색하지 않을 정도로 각종 현대식 시설이 갖춰지기 시작했다.

## 주유소의 기능변화 배경

주유소의 기본기능은 자동차의 주유이다. 그러나 이제는 본래의 목적, 이 하나만으로는 제구실을 다한다고 할 수 없다. 날로 증가하는 차량과 그에 따르는 다양한 고객의 욕구를 충족시켜 주고 유도할 수 있어야 한다. 2000년대에 세계 6,7위권의 자동차 생산대국으로 진입할 준비를 하는 국내 자동차산업에 부응하고 뒷받침 역할을 해야 할 자동차관련 사업분야중의 하나가 주유소사업이다.

주택가, 상가지역에 간간이 있던 구멍가게가 슈퍼마켓, 체인점이라는 대형간판을 내걸고 대형화 추세로 나아가고 있듯이 이제 주유소도 다양한 기능공간으로 탈바꿈해야 한다.

서울시내에 새로 들어서는 주유소는 300~500평 정도의 규모를 갖게 되는데 크기는 약1,000평에 가까운 대형 주유소도 있다. 주유기도 기계식에서 점차 전자식으로 교체되어지고 있으며, 주유소당 평균 10~20개의 주유기가 설치되어 작업능률을 한층 높여주고 있다. 아직은 24시간 연중무휴로 영업하는 곳이 널리 확산되고 있지 않으나, 이미 대중화되고 밤낮의 시간개념이 모호해지는 현재의 추세로 보면 24시간 영업도 고려해 볼직하다. 하루 24시간 영업하는 곳의 주유원 근무시간은 8시간씩 3교대제로 운영되고 있으며, 아무래도 주유소의 러시아워(오전 7시부터 10시까지, 오후 5시부터 9시까지)에 집중적으로 배치, 근무하게끔 한다.

주유소는 경영다각화를 모색해 주유기능이외에 세차와 TBA(타이어, 밧데리, 약세사리) 상품판매를 통해 유의수익을 늘려나가고 있다. 이는 이미 주유를 위해 주유소

에 들어선 고객에게 세차와 경정비 코너의 기회와 서비스로 One-Stop Shopping을 하도록 유도한다는 것이다. 이러한 현대식 주유소는 기존의 재래식 주유소에 각종 서비스공간을 마련해 고정고객을 확보하고 단위 토지당 수익률을 향상시키며, 종업원의 노동생산성을 높이고 따라서 유외소득이 증대하게 된다는 이점을 갖게 된다.

TBA코너가 앞으로 경제성있는 사업분야로 자리잡게 되는 이유중의 하나는 국내의 차량증가에 비해 자동차 제조업체의 직영 A/S센터가 태부족이라는 현실을 감안한다면 쉽게 이해할 수 있게 된다. 또한 직영 A/S센터를 찾게 되는 고객은 Waiting Time이 길기 때문에 불만이 생기고 수리요금 또한 비싼 편이어서 매력을 갖지 못하고 있다. 그리고 일반정비공장은 대개가 임대 운영되고 있는 실정이라 장기적인 투자가 어렵고, 이로 인해 법정설비요건만 갖추고 수리단가가 높은 항목에 치중하고 있다. 또한 대형차나 사고차량 및 회사거래 위주로 운영되고 열악한 작업환경하에 있어 특히 여성 오너 드라이버들로부터 외면당하고 있다. 한편 TBA와 관련된 업체로는 타이어 판매점, 밧터리점 그리고 카·인테리어 세차장등이 있으나 이들의 대부분이 소규모 영세업자들로 운영되고 있어 고급화, 다양화되어 가는 고객의 욕구를 제대로 채워주지 못하고 있다.

### TBA시스템 운영시에는

그러면 주유소의 TBA코너와

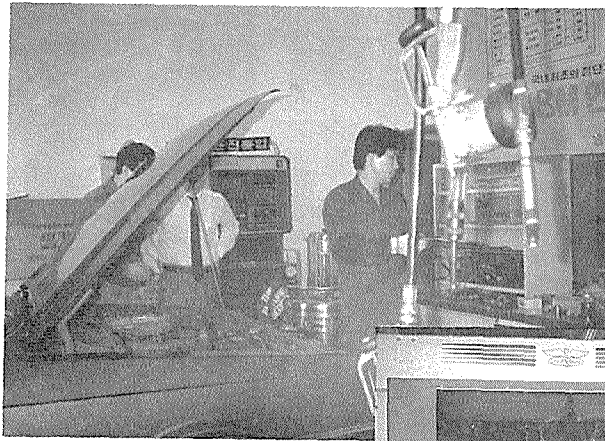
자동차가 ▶  
대중화되기 이전  
'60년대의  
한남주유소



▲ 현대감각을 물씬 풍기는 서초주유소

세차시설의 운영시 주의해야 할 것이 무엇인가를 알아보면, ① TBA 시설 및 설비면에서 위의 기존업체들과 대별될 수 있을 정도의 차별화전략이 필요하다. 현대적이고도 완벽한 기능으로 신뢰와 친근감을 갖도록 유도하고, 작업실 내부의 상품진열과 구조·청결상태등에도 세심한 배려를 해서 고객의 관심과 구매동기를 유발시키도록 한다. ② 경정비 위주인 만큼 법률이 정하는 자유정비업 허용기준을 준수하도록 하며, 일반정비는 A/S센터나 일반 정비공장과 제휴하여 고객에게 신뢰와 친절로 대해야 한다. ③ 주유소는 개인이 운영하는 것과 기업에서 직영으로 하는 직영주유소가 있는데, 이때 직영주유소는 기업 이미지와 연결되어서 이용하는

횟수가 결정되므로 기업이미지와 동일화작업에 좀더 많은 신경을 써야 한다. ④ 서비스업인 만큼 철저한 서비스 정신으로 고객을 대해야 한다. 관리자로부터 판매원, 정비원, 주유원 모두가 고객의 차량에 대해 관심과 책임이 있음을 충분히 보여주도록 한다. ⑤ 날로 발전되는 자동차제조기술 및 관련 부품의 첨단기술에 정비사의 기술이 부응할 수 있어야 한다. 이를 위해 꾸준한 교육과 연구로 철저한 수리와 시간의 절약을 고객에게 건네주어야 한다. ⑥ 한정된 공간이 니만큼 고객이 원하는 상품, 취향을 정확히 파악하여 상품 및 고객관리에 재고나 손실이 최소화되도록 한다.



주유소내에 설치된 경정비센터가 고정고객확보에 한몫을 하고 있다.

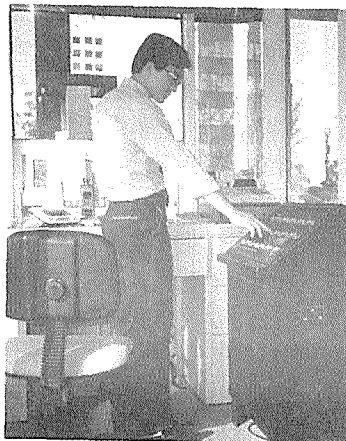
## TBA사업의 선두격인 잠실주유소

이러한 TBA사업은 '80년대 중반부터 선보이고 본격화되기 시작했는데 그중의 한곳이 雙龍精油 캐노피를 갖춘 「잠실주유소(사장, 이주철)」이다. 잠실주유소는 '81년에 개업하여 '83년부터 간단한 수리와 타이어등을 판매해 왔으며, '86년부터는 호프만 TBA시스템을 설치하여 본격적인 TBA사업을 추진하는 주유소가 되었다. 주유원 15명이 하루8시간씩 3교대제로 근무해서 24시간 연중무휴로 운영되고 있는 이곳에는 기계식 주유기 2대와 전자식 13대가 설치되어 있어 잠실롯데월드 이용자와 송파동 근처의 주택가, 상가지역 주민들에게 유류와 편리함을 동시에 제공해주고 있다. 자영주유소로 현재는 330평정도의 규모이지만 이주철사장의 적극적인 관심과 세심한 배려가 그치지 않아 앞으로 세차장 확장 및 고객을 위한 주차시설도 확보할 계획으로 공사에 들어갔



다. 판매대금의 지급방법중 점차 늘어나고 보편화되어가는 것이 신용카드판매인데, 이곳에도 3년전부터 B/C, 국민카드, 비자카드 등의 카드사용을 허용하고 있어

▼주유상태를 한곳에서 일괄적으로 관리할 수 있는 POS 시스템



고객의 확보 및 관리에 한몫을 하고 있다. 주유와 주유외의 수익비교는 3대 1정도로 아직은 유의상품 판매가 주유수익에 따르지 못하고 있으나 꾸준한 홍보와 고객의 관심이 있어 앞으로 발전할 가능성이 무척 크다고 본다.

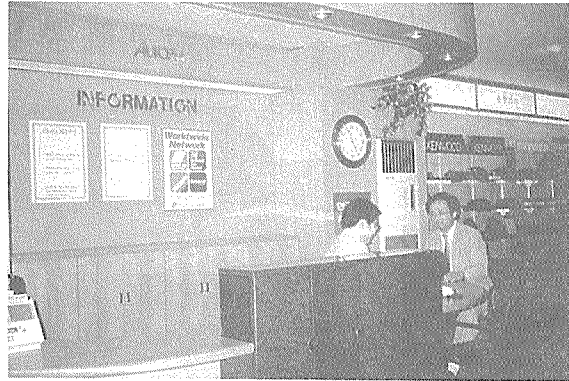
## 산뜻한 공간으로 자리잡는 올림픽주유소

송파구 오금동에 위치한 동보석유 직영 「올림픽주유소(소장, 노영환)」는 올림픽 전후로 들어선 아파트 밀집지대에 있어 자동차 휘발유의 판매량이 단연 많은 곳이다. 올림픽이 개척된 '88년 11월에 개업하여 주유원 7명과 TBA, Car-Service 요원 7명, 관리인 6명으로 구성된 20명의 직원이 24시간 영업에 차질이 없도록 많은 노력을 기울이고 있다. 주유소 부지는 325평으로 그리 넓은편은 아니나

공간활용을 잘해서 탁 트인 주유장과 산뜻한 油公의 캐노피가 돋보이는 곳이다. 9대의 전자식 주유기와 자동세차기가 깔끔하게 작업처리를 해주고 사무실과 함께 있는 TBA 매장코너에는 고객을 위한 장소임을 여실히 보여주고 있다. 매장내에는 커피, 음료자동판매기와 소파가 있어 주유나 세차 또는 경정비하는 잠깐의 시간대를 활용해 자동차관련용품을 구매토록 유도한다. 지역 특성상 아파트 밀집지역으로 출·퇴근시간의 차량뿐만 아니라 아파트촌의 여성 오토 드라이버들의 이용이 잦은데 이 여성고객들의 취향을 파악해 그들이 즐겨 찾는 상품관리도 게을리하지 않고 있다.

### 주유업계의 지랑, 여의도 주유소

주유소 현대화에 확신을 주고 모범을 보이는 곳이 흥국상사 직영의 「여의도 주유소(소장, 최용선)」이다. 이 여의도 주유소는 '84년 12월에 여의도 안보전시장 앞에서 영업을 시작해 지난해 11월 지금의 장소로 신축, 이전하였다. 사무실과 아파트 밀집지역에 자리한 여의도 주유소는 오전 6시부터 오후 10시까지 하루 16시간동안 영업을 하며, 매월 두차례(첫째, 셋째주 일요일)의 휴업일을 갖는다. 40여명의 주유파트원이 하루 평균 2천여대의 차량에 주유를 하여 월 판매량 1만5천드림 이상을 기록한다. 부지 981평에 지하1층, 지상2층 건물로 꽤 화려하고 산뜻한 분위기의 주유소이다. 15대 주유기의 50개 노즐에서 동시급유가 가능하며 POS



▶ 자동차관련 정보를 제공하고 대행해 주는 보험상담원 (사진은 여의도 주유소 AUTOPIA내부 매장)

(Point of Sales)시설이 완벽하게 되어 있어 기동성과 정확성이 확연히 보여지는 곳이다. 한편 건물의 전면이 유리로 되어 있어 현대감각을 물씬 풍기게 하고, 매장내에는 각종 TBA상품이 보기 좋게, 선택하기 쉽게 진열되어 있다. TBA매장

은 오전 8시부터 오후 8시까지 영업하는데, 이용고객은 친절한 아가씨의 안내를 받으면서 차량용품 및 일반용품(서적, 필름, 음료 등)까지 구입할 수 있게 된다. 자동차용품 백화점을 방불케 할 정도로 깔끔하게 정돈된 매장은 고객에게

▶ 휴게소 못지않게 깨끗한 휴식 공간을 갖춘 일본의 주유소 내부

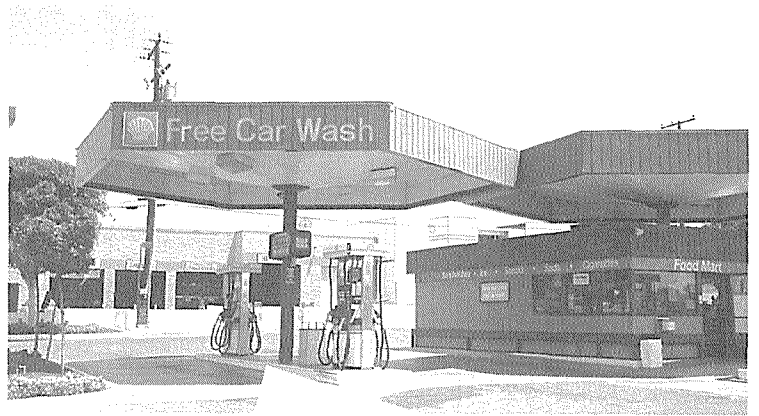


단순한 호기심을 넘어 구매하고 싶다는 의욕까지 일게 한다. 이들 유의상품은 이현수 과장의 자동차 보험 상담원, 오디오기사, 세차·정비기사등 완벽한 서비스를 위한 정예요원들로 운영되고 있다. 매장 2층에는 VTR과 고객을 위한 휴식 공간 그리고 각종 오디오에 관련된 상품과 골프용품까지 갖추고 있으며, 정보 주업무를 하는 보험상담원이 상주하고 있어 차량사고처리상담, 차량등록 및 명의이전까지 대행해 주고 있다.

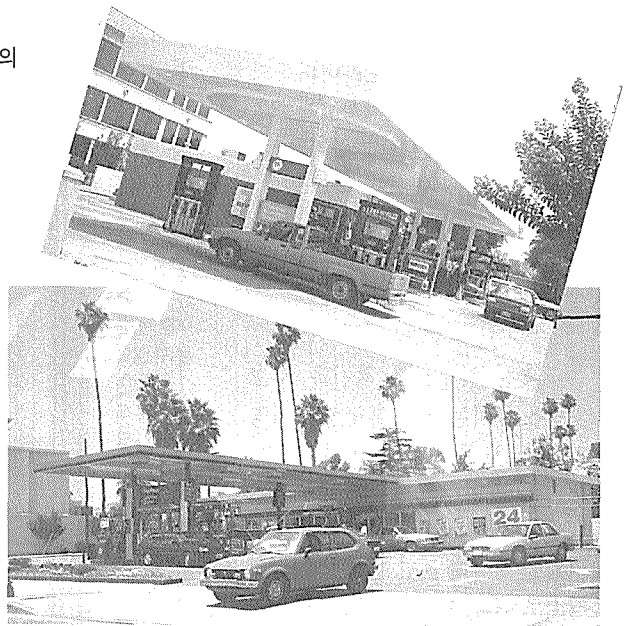
### 주유소관련 종사자의 자세

이미 주유소는 Service Station : SS으로 서비스업임을 자처하고 있는 곳이니만큼 고객위주의 판매와 서비스로 수익을 올려야 한다. 주유소 경영다각화에는 그야말로 여러가지 방법과 가능성이 있다. 주유기 설치도 작업능률을 높일 수 있도록 배치하여 차량의 진입에서부터 출구로 나가기까지 고객이 쉽게 접근해서 쾌적하게 주유받을 수 있도록 해야 하며, 고객과 직접 접하게 되는 주유원의 단정한 복장, 친절한 안내도 절실히 요구된다.

그리고 경쟁비코너에서는 신뢰도에 따라 고객의 확보가 좌우될 수 있을 정도이므로 정비원들은 완벽한 기술과 친절로서 임해야 한다. 일부 고객들중에는 불신감 때문에 수리하는 동안 자리를 뜨지 못하고 부품의 교체를 지켜보고 있다고 하는데, 이렇게되면 수리기사나 고객 모두에게 피곤과 시간적 낭비를 가져오게 되므로 이러한



산뜻한 공간을 연출하는 외국의 주유소들



문제점을 미연에 방지하도록 교육하고 관리하여야 한다.

TBA매장에 진열된 많은 상품들은 고객의 관심과 욕구를 채워주어야 한다. 판매원의 친절한 안내도 중요하지만 고객의 직접적인 편한 선택이 있을 수 있어야 한다. 일반 상품매장과는 달리 다량판매가 어려운 곳이니만큼 소량의 다양한 상품을 적기에 공급하여 재고문제를 최소화해야 한다. TBA매장은

지역적 특성을 고려하여 상품을 진열해야 최대효과를 올릴 수 있다. 주거밀집 지역에서는 일용품을 찾는 고객의 욕구도 감안하여 오너 드라이버외에도 일반 고객을 끌어 들여서 앞으로 편의점과의 병행 가능성도 시도해 볼만 하다. 아직까지는 주유소내의 TBA상품코너에 대한 홍보도 미흡하고 인식이 부족하여 매장 바깥에서 결눈질을 한다거나 막상 들어와서도 고가상품일

것이라는 선입감때문에 적극적인 구매가 이루어지지 않고 있는 실정이다. 이러한 상황을 벗어나기 위해서는 주유소 직원들의 세심한 배려와 적극적인 홍보가 요구된다.

### 경영다각화를 앞서 실현하는 日本, 美國의 주유소

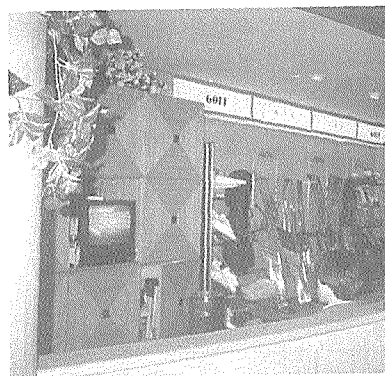
주유소의 경영다각화 측면에서 선진국인 日本의 경우를 보면, 영세 주유소가 대부분이고 약 40%가 농촌지역에 분포되어 있어 다양한 기능수행에 상당한 어려움을 겪고 있다. 좁은 상권내에서 타점포(수퍼마켓, Car-Shop)와의 경쟁이 치열하기 때문에 그 어느곳보다도 수준

보급률이 다른 어느나라보다도 압도적인만큼 주유소수도 12만개소에 달하고 있다. 대형 석유기업들에 의해 비효율적인 소규모 주유소는 점차 폐쇄되어지고 있으며, 주유소의 Self-Service化, 자동화, 전산화 등의 경영다각화를 적극 추진, 실행중에 있다. 지역에 따라서는 무인주유소도

확산되는 경향을

보이고 있으며, 특히 주유소와 편의점(CVS)과의 병설, 24시간 영업을 지향하여 주유소의 단위면적당 수익률 향상에 부단한 노력을 하고 있다.

### 한국형 현대식 주유소 정착을 위해



높은 기술력, 종업원의 친절함接客 능력등이 필요한 상태다.

이를 위한 주유소의 노력은 24시간 영업, 대형화, 경영다각화등으로 보여지고 있다. CVS의 24시간 영업으로 매출을 늘리고 고도화 시설을 갖춘 대형화 주유소로 나아가고 있으며, 급증하는 여성고객을 유치하기 위한 판매작전에도 박차를 가하고 있다.

한편 美國의 경우에는 자동차

이미 선진국에서 시행되고 있는 주유소와 편의점과의 병행이 우리나라에서도 선보이게 될 것 같다. 도심지의 대형 주유소를 중심으로 연구, 검토되는 이 주유소형태는 앞으로 많은 가능성을 내포하고 있다. 유통업체가 선두가 되어 '로손', 'C-Store', '씨클K-Korea' 등의 CVS만을 우선 선보이고 있는데 이들 편의점과 가장 유리한 입장에서 병행하여 운영할 수 있는 게 주유소이다.

아직까지는 젊은층과 맞벌이부부 등 제한된 고객만으로 유지되고 있으나 좀더 지속적인 연구와 홍보가 뒤따르면 「상품+편리함」을 제공하는 西洋式구멍가게, CVS One-Stop Shopping의 몫을 독특하게 될 것이다.

도심지를 벗어나는 지역에서는 테이프, 필름, 여행안내지도 등 레저용품의 판매 및 대여도 고려해 볼만하다. 그리고 인근 주민들의 불안해

소와 주유소의 이미지를 위해서도 안전성문제와 화단조성과 같은 주변의 조경시설도 적극 검토, 실현하도록 해야 한다. 일부 주유소에서는 그 방편중의 하나로 주유소를 찾는 고객들에게 꽃씨를 증정하여 주유소의 고정된 위협하고 지저분한 이미지에서 벗어나 보려는 노력을 하고 있다.

이제 주유소는 SS(Service-Station)에서 더 나아가 LS(Life-Station)로 되어야 한다. 이러한 전반적인 변화를 위해서는 석유기업과 주유소와의 긴밀한 협조, 고객에 대한 충분한 이해가 있어야겠으며, 주유소관련 법규에 대한 재검토도 정부차원에서 행해져야 하고, 필요한 인력관리를 위한 꾸준한 지원도 요구된다.

현재 주유원의 평균 근무기간은 3~4개월인데 이는 종업원들의 사회적 책임감이 부족하기도 하지만, 근무여건이 그만큼 열악하기

때문이라 할 수 있다. 단순한 주유기능만을 반복하는 주유원에게 교육의 기회와 복리후생의 혜택을 주어 소속감과 보람을 가질 수 있도록 해야 한다. 주유만을 원하는 대다수의 고객에게는 주유원의 태도에 따라 고정고객이 될 것인지의 결정적 동기가 부여될 수 있음을 명심해야 한다.

최근 몇년간 시도된 주유소내의 TBA상품코너의 운영을 살펴보면 확실한 효과가 있음을 알 수 있었다. CVS, TBA코너로 One-Stop Shopping, Total Service Station으로 인식되어지는 주유소는 한정된 주유수익을 증가하는 경영효과를 가져오게 될 것이다.

서울 및 대도시를 중심으로 전개되는 주유소의 참신하고 혁신적인 변화가 점차 전국 곳곳으로 확산되어 누구나 편리한 기회와 혜택을 받을 수 있게 되기를 바란다.♣

## 1990년 에너지센서스 실시

동력자원부가 주관하고 에너지경제연구원이 시행하는 에너지센서스가 지난 4월부터 7월까지 실시된다.

이는 에너지소비의 양적 변화와 소비패턴의 양상을 파악하기 위한 것으로 에너지이용합리화법을 근거로 매3년마다 실시하게 되어 있으며 이번의 에너지센서스는 '81, '84, '87년에 이어 네번째가 된다.

에너지센서스는 지난해 우리나라 전체의 에너지소비량, 에너지사용설비 및 경제활동 등에 관한 조사를 실시하여 에너지 소비부문별 에너지 소비실태와 이용구조의 변동과 관련 경제활동을 비교 분석하여 이와 관련된 에너지정책 수립 및 효과분석을 위한 기초자료를 제공하는데 그 목적이 있다.