

2. 企業의 社會的 마케팅 概念

- 삼성그룹은 '사회적 마케팅' 개념 도입 예정
- 道德, 敎育과 같은 企業經營環境 개선을 위한 적극적인 努力이 필요함
- 企業의 社會적 마케팅 활동을 통해 潛在顧客 개발이 가능함

○ 社會的 마케팅의 意義

- 消費者의 기본적인 욕구는 사회변화에 따라 지속적으로 변화되고 있음.
- 예컨대, 과거 대중교통수단을 이용하던 소비자는 자가용을 구입하기를 희망하고 자가용을 구입한 소비자는 交通滯症 없는 도로환경에서 자가용을 몰고 다니고 싶어함.
- 社會的 마케팅은 이러한 社會的 욕구와 問題를 해결하기 위해 具體的인 마케팅 도구를 활용하는 기업활동임.
- 현재 우리나라는 여러가지 도덕적, 정신적, 윤리적, 병적 문제들이 누적되어 기업의 외부환경이 매우 열악해졌으며 효율적인 개선과 치유를 위한 기업의 적극적인 노력이 요망되고 있음.

○ 삼성그룹의 社會的 마케팅 活動

- 삼성그룹은 최근 각종 社會病理現狀을 치유한다는 구호아래 그룹내 사회봉사단을 구성키로 함.
- 삼성은 세부계획으로 회사경비를 10%씩 절약해서 사회봉사활동 지원비로 전환하고 자원봉사자에 대해서 승격-승급때 우대할 예정임.

○ 社會的 마케팅의 內容

- 社會的 마케팅은 현재 우리사회의 다양한 問題點을 '시장세분화'의 개념과 같이 각 집단별 직면한 문제점으로 세분화하고 이들의 문제점을 마케팅 도구를 통하여 해결함.
- 현재 우리사회가 직면한 問題는 매우 다양함. 예를들면, 廢水로 인한 수질오염, 쓰레기의 무분별 폐기, AIDS 잠재환자의 증가, 무차별 살인, 타

- 인의 무조건 상해, 존속 상해와 수입품에 대한 무분별 선호 등임.
- 이러한 문제가 파악되면 이를 해결하기 위해 다양한 마케팅 技法들의 適用과 이의 실행이 구체화되어야 함. 이때 각 사회집단별로 관심있는 社會問題는 상이하므로 각 집단별로 마케팅 계획을 수립하여야 한다.
 - 예를들면, AIDS의 경우 이는 中間, 高소득층 등에서 많이 일어나므로 그들을 상대로 홍보가 필요함. 그러나 무차별 살인의 경우는 저소득층에서 문제가 빈번히 발생하므로 이들을 상대로 하여야 함.
- 直接的인 사회적 마케팅의 수행을 위해서는 대대적인 弘報와 口傳 廣告나 個別的 설득, 그리고 社會 指導層이나 宗敎人들을 통한 접근이 필요함.
 - 사회적 마케팅 수행을 위한 財源을 확보하고 配分하기 위해서는 最高 經營層의 積極的 意志가 必要함.
- 社會的 마케팅의 效果
- 사회적 마케팅을 제대로 수행하면 기업이미지 제고와 같은 많은 효과가 있음.
 - 그 가운데 특히 고객을 간접적으로 滿足시킴으로써 미래의 潛在顧客을 확보하는 효과가 있음.
 - 企業의 弘報代替 效果가 있음
 - 好意的인 企業이미지 形成을 유도함.
- 앞으로 기업간의 製品技術에는 거의 차이가 없을 것임. 따라서 기업의 사회적 마케팅 활동은 소비자로 하여금 製品選擇에 있어 새로운 價値判斷의 基準을 제공할 것임.

(한 동 철)