

### III. 經營 政策 課題

#### 1. 地方 中心의 經營과 地方 마케팅

- (登場 背景) 地方化 時代를 맞이하여 競爭 環境이 점차 지역 중심으로 전환되므로 지방 중심의 經營, 특히 地方 마케팅의 도입이 必要하게 됨
- (地方 中心의 經營) 지방 중심의 經營을 위해서는 지방에 權限이 分散되 어야 하며 生産의 現地化 및 地方 마케팅이 수행되어야 함
- (地方 마케팅 戰略) 지방 마케팅을 수행하기 위해서는 地方 密着型 기업 이미지를 提高해야 하며 지방별로 차별화된 마케팅을 수행해야 함
- (經營 課題) 지방의 협소 등으로 인해 단시일내 지방 중심의 經營을 이 루기는 어려우므로 營業의 現地化 등 지방 마케팅을 우선적으로 도입하 는 것이 요구됨

지방화 시대에 대비하여 지방 중심 經營 및 지역 마케팅을 도입해야 함

○ 登場 背景

- 地方化 時代를 맞이하여 競爭 環境이 점차 지방 중심형으로 전환되고 있으므로 지방 특성을 파악 하여 이에 맞게 기업 經營을 現地化하는 것이 필 요해짐
- 하지만 현재와 같이 중앙의 본사에서 모든 것을 결정하고 지시하는 管理 체제로는 지방 현지화가 어려움
- 그러므로 지방 본부 제도를 도입하는 등 지방을 중심으로 하는 지방 중심의 經營 제도, 특히 지방 마케팅의 도입이 요청되고 있음

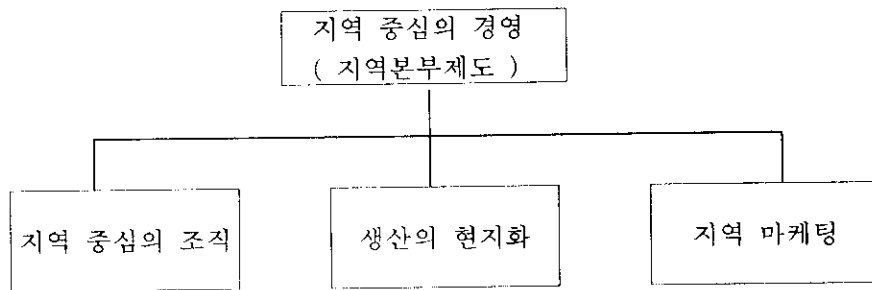
지방 중심의 經營을 위해서는 조직, 生産, 마케팅 등 모든 활동이 지방별로 현지화되어야 함

○ 地方 中心의 經營

- 지방 중심의 經營을 위해서는 다음 <그림>과 같이 地方 中心의 組織, 生産의 現地化, 그리고 地方 마케팅을 수행해야 함
- 우선, 중앙에 집중된 權限을 지방으로 분산시켜 지방 본부별로 독자적으로 운영되는 地方 中心의 組織이 되어야 함

- 지방별로 유망한 特化 産業을 선정하고 생산 거점을 지방별로 이전시켜서 生産의 現地化를 이루어야 함
- 또한 지방별로 특성에 맞는 마케팅 활동, 즉 제품, 유통, 가격, 그리고 판매촉진 및 광고 활동 등의 地方 마케팅을 수행해야 함

< 지방 중심의 경영 및 지방 마케팅 >



지방 마케팅을 위해서는 지방 사회와 밀착된 기업이라는 이미지를 지역 매체로 광고 및 홍보해야 함

그리고 지방별로 유통, 제품 등의 마케팅 활동을 차별화시켜야 함

○ 地方 마케팅 戰略

- (地方 密着型 企業 이미지 提高 戰略)

- 지역 개발 사업 참여 및 지역 사회 문제 등에 대한 대응 등을 통해 지방 사회에 밀착된 기업이라는 이미지를 제고시켜야 함
- 그리고 地方 新聞이나 地方 民放 등의 地方 媒體를 통해 지방별 특성 및 요구를 만족시키는 기업임을 광고 및 홍보해야 함

- (地方別 마케팅 差別化 戰略)

- 지방별로 소비자의 기호 및 취향이 어떻게 다른지를 분석하여 유통, 제품 등의 마케팅을 현지 특성에 맞게 차별화시킴
- 流通 側面에서는 현지 출신을 중심으로 판매를 담당하게 하는 영업의 현지화가 필요함. 세계 1위의 제약업체인 그라소의 한국 법인은 지역단위 영업 활동을 위해 緣故地 위주의 현지 인사

제도를 도입하고 있음

- 製品 側面에서는 시장 조사를 통해 지방별로 특성의 차이가 나는 경우에 한해 지방별로 적합한 제품을 제공해야 함. 제너럴푸드(GF)社는 동부와 서부의 커피 취향이 다르다는 것에 착안하여 지역별로 다른 커피 맛의 제품을 제공하였음

○ 經營 課題

여러 제약 조건으로 인해 지방 중심의 경영은 단기간에 이루어지기 어려움

- 단시일내 조직, 생산, 마케팅 등의 모든 활동을 지방 중심으로 실행하기는 다음과 같은 이유로 어려움
  - 우리나라는 지방이 협소하고, 모든 경제력이 수도권에 집중되어 있으며, 지방별로 경제력이 불균형을 이루고 있음
  - 그리고 통신, 교통 수단 등의 발달로 전국이 동일한 생활 문화권에 속하므로 지방별로 특성의 차이가 현저하지 않음
  - 지금까지 오랜 기간 동안 중앙 본부에 권한이 집중되어 있어서 지역으로의 權限 및 責任 위양에 대한 임직원들의 마인드가 아직은 형성되지 않은 실정임

지방 중심의 경영을 하게 되면 중앙 본부와의 협조는 더 필요해짐

- 그리고 시장 개방으로 외국 제품이 대량으로 유입되면 지방 중심의 부분적인 대응으로는 역부족이며 중앙 본부에서의 일사분란한 대응이 더 효과적일 수 있음

단기적으로는 지방 마케팅을, 중장기적으로는 지방 중심의 경영을 도입해야 함

- 따라서 지방 중심의 경영을 실시하게 되면 중앙 본부와의 업무 협조 및 조정은 더 필요해짐
- 단기적으로는 지방 매체를 통한 기업 이미지 제고 및 지방별 영업의 현지화 등 지방 마케팅 전략을 우선적으로 수행하는 것이 바람직하다고 봄
  - 그리고 중장기적으로 여러 제약 요건을 감안하여 지방별로 조직, 생산 및 마케팅을 전담하는 지방 본부 제도의 도입을 준비해야 함

( 배 수 현 )