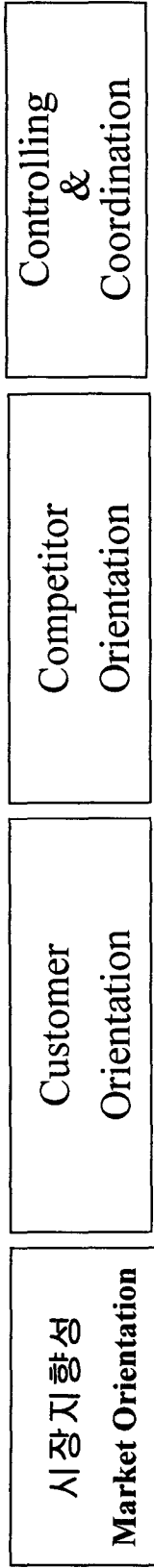


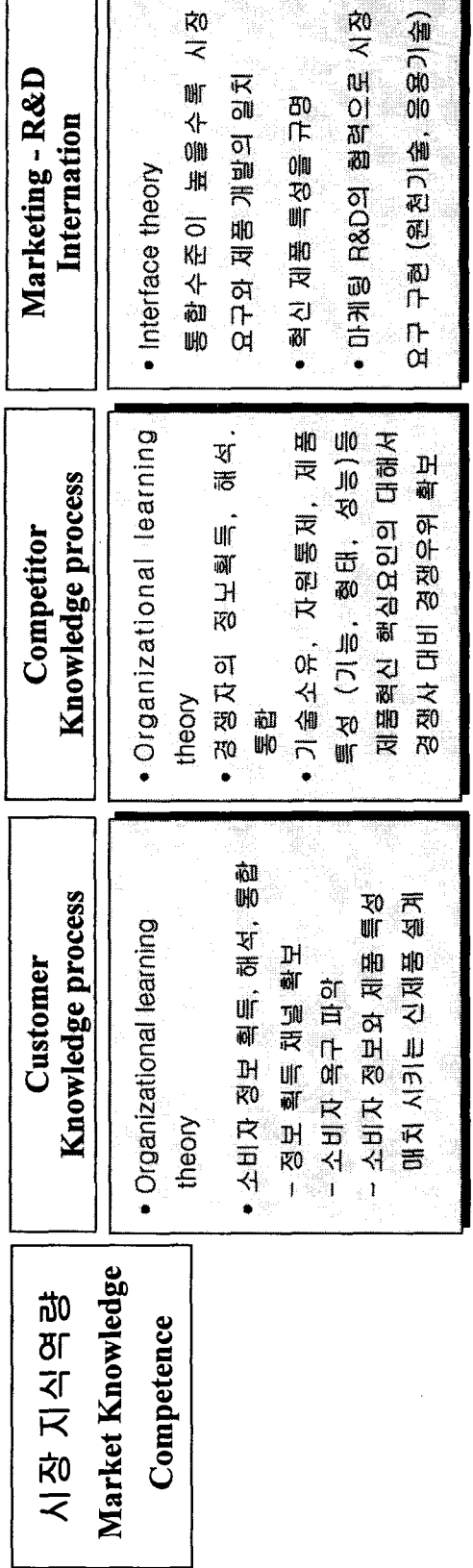
R&D조직의 시장지식 역량강화

주 선 중

I. 시장지식 역량의 정의



경쟁사 대비 지속적인 경쟁우위로 장기적 이익 달성



II. R&D조직의 시장지식역량 강화방향

1. 시장지식역량 강화를 위한 정책추진

R&D조직에의 지속적인 투자

R&D조직에 대한 인식변화

- R&D조직은 일류상품 개발의 핵심적 역할을 수행한다는 자긍심 필요
- 사업부서는 R&D 조직구성원에 대한 동기부여 및 지속적 관심 필요

R&D조직에의 투자 확대

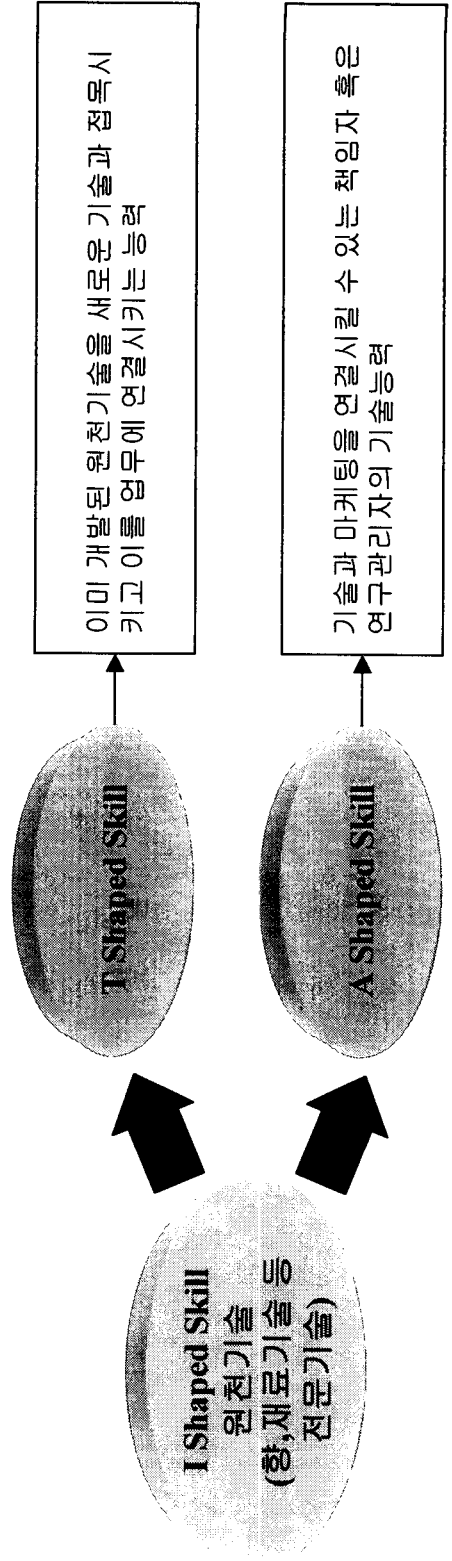
- 2001-2002년 세계일류상품 생산인증기업 176개사의 27%가 매출액 대비 R&D투자비율 10% 이상(KT&G는 순매출액 대비 1.5%)
- R&D비용 지속적 투자확대 필요

R&D 조직구성원의 기술역량 강화

- 담배산업은 첨단산업에 비해 기술선도력이 상대적으로 낮은 산업

원천기술과 응용기술의 균형화가 필요

- I Shaped skill(원천기술력)은 물론 T shaped skill 및 A shaped skill도 동시에 추구



2. 시장 지식역량 강화 방향

고객 및 경쟁사 지식프로세스 구축방향

문제점

- 고객정보의 체계화 및 시스템화 미비
- 신제품개발에 대한 고객정보 적용능력 미흡
- 고객요구 품질 수준 부합능력 미흡

고객 측면

개선방향

- ▶ 고객지식 기반 구축으로 고객욕구 이해
- ▶ 신제품개발에 대한 고객정보 적용능력 제고(기술, 마케팅 요인 규명)
- ▶ 고객불만 요인 제거

경쟁사 측면

- 경쟁사 제품지식의 구조화/조직화 부족
- 기술품질 차원에서 경쟁사 대비 경쟁우위적 장점 개발의 한계(고려대안의 최적화로 시장경쟁우위 요소 부족)

- ▶ 경쟁사 브랜드 비교분석으로 국내외산 담배 경쟁우위 장점 도출
- ▶ 최근 기술동향을 경쟁브랜드 성분 분석에 맞추어 신기술 접근 가능성 검토
- ▶ 경쟁사 담배의 분석표준을 KT&G 제품표준으로 적용하여 이를 기준으로 담배 특성 정보 구축 개발 → 경쟁사 담배 특성 정보화

상품화기술 프로세스 제고방향

품질유형	품질구성요인	소비자 인식영역	제품지식 활용방향
기술품질	<ul style="list-style-type: none"> ▶ 제품표준 - 결련체제, 물리성, 연기성분, 쉘렌지, 필터 블록, 연기회색을 등 	<ul style="list-style-type: none"> ▶ 맛(강한 맛, 독특한 맛, 순한 맛), 향, 빨림 정도 등 	<ul style="list-style-type: none"> ▶ 소비자 요구품질과 기술품질의 차이 최소화 ▶ 관능테스트 및 소비자 맛 테스트 체계화 ▶ 소비자관점에서 기술품질 재설정 ▶ 설계품질의 구현력 제고
감성품질	BI (Brand Identity) <ul style="list-style-type: none"> ▶ 브랜드, 패키지 디자인, 색상 등 	<ul style="list-style-type: none"> ▶ 목표시장의 요구 부합도 ▶ 기존제품과의 차별성 	<ul style="list-style-type: none"> ▶ 대안중 최적 대안보다는 시장에서 경쟁우위 요소 개발 중심으로 대안 선택 ▶ 제품개념 실현도와 차별화에 중점
	기타 마케팅 믹스 활동 <ul style="list-style-type: none"> ▶ 가격, 촉진, 유통 등 	<ul style="list-style-type: none"> ▶ 가격, 광고 및 판촉물에 의한 인지도 및 제품개념 형성 	<ul style="list-style-type: none"> ▶ 진입평가 후 출시계획 수정
	<ul style="list-style-type: none"> ▶ 소비자 만족 	<ul style="list-style-type: none"> ▶ 소비자 불만요인 	<ul style="list-style-type: none"> ▶ 불만요인 발견 후 수정 가능한 요인 분리 및 수정

제품력(기술품질) 강화방향

구분		검사대상(담당부서)	방법
기술 품질	제품표준 결정과정	연구원 시kick위원 (R&D조직)	<ul style="list-style-type: none"> ◆ 시kick 조건 설정 ◆ 소비자관점에서 시kick 기준 재설정 (순한 정도, 묵한 정도, 담배 맛의 강한 정도, 빨림 상태, 가향 등) ◆ 시kick 조건 표준화 및 시kick요원 시kick 테스트 교육 강화
	제품표준 결정 소비자요구 반영	제품표준 결정	<ul style="list-style-type: none"> ◆ 연령별 시kick요원 선발 및 관능테스트 능력 교육 ◆ R&D조직에 시kick 룸(FGI Room) 설치 ◆ 연구원 및 소비자 시kick위원의 테스트 결과를 비 교 분석한 후 제품 수정에 반영, 시제품 대안 도출
		대안선택 과정	일반 소비자 (마케팅조직)
	제품표준의 제조 적합도 제고	제조기술 조직	<ul style="list-style-type: none"> ◆ 제조장에서 생산한 품질 수준과 최적 시제품의 실현도 점검
기술개발자료 DB화	제조기술 조직 R&D조직	<ul style="list-style-type: none"> ◆ 제품표준, 맛 요인, 감성품질, 시장성과자료 DB화 ◆ DB자료를 활용하여 기술개발 요인 및 개선요인 추출 	

Database에
근거한 품질
기능 전개
(QFD:
Quality
Function
Deployment)
활성화