

마케팅]時代였다고 말한다면 70年代는 輸出「마케팅」時代라고 보는 것이다. 왜냐하면 80年代初까지는 100억 \$ 輸出이라는 國家目標을 우리나라 企業들이 責任지고 있기 때문이다. 그러므로 70年代는 바로 輸出「마케팅」時代인 同時에 또 輸出目標라는 高地를 占領한다는 뜻에서 본다면 經營戰略의 時代이기도 한 것이다. 바로 이런 뜻에서 時代적으로 輸出外交나 輸出戰爭이니 하는 따위의 用語가 생겨나는 것이다.

그러므로 輸出「마케팅」時代に 살아가는 우리나라 企業들은 다음과 같은 것을 올바르게 認識하면서 여기에 대처해 나가도록 꾸준히 努力해야만 한다.

첫째, Marketing에 對한 올바른 理解와 研究를 해야 한다.

둘째, 貿易과 輸出「마케팅」의 差異點을 올바르게 理解하고 研究해서 國際化時代에 對應하는 輸出「마케팅」戰略을 세워야 한다.

셋째, 國際化時代의 企業으로서 또 企業人으로서 조금도 損色이 없도록 올바른 企業觀과 經營哲學을 지니고 體質改善을 도모하도록 꾸준히 努力을 경주해야 한다.

넷째, 國家의 經濟政策을 올바르게 理解하고 여기에 발 맞추어서 時代에 對應하는 企業經營을 圖謀해 나가도록 힘써야 한다.

經營의 國際化와 經營戰略

70年代 우리나라 企業이 直面하고 있는 重要한 問題는 經營의 國際化다.

經營의 國際化란 우리나라에서는 새로운 문제다. 그러므로 이것은 스스로가 創造적으로 開發해 나가야 할 새로운 經營分野인 것이다. 지금까지 우리나라의 企業經營은 先進諸國의 近代經營에 대하여 뒤떨어진 점을 만회하기

爲해서 우리들은 韓國的인 經濟에 대한 防衛와 近代化를 위한 近代經濟에 대한 確立과 그 發展에 重點을 두고서 모든 企業은 經營에다 置重해 나온 것이다.

그러나 우리나라도 제1, 2, 3次의 經濟計劃을 통하여 高度한 經濟成長을 이룩했고 中進國의 隊例를 넘어서서 바야후로 先進國의 문턱까지 다다르고 있는 產業社會의 한 國家가 되었다. 그러므로 우리나라도 앞으로는 高度成長과 高度產業社會의 理論을 우리들의 理論으로서 이것을 받아들여서 研究하고 공부할 때라고 본다.

여기서 資本의 自由化, 貿易의 自由化 그리고 勞動力의 國際化는 문제는 앞으로 韓國經濟의 하나의 決定的 方向이 되어야 한다는 것이다.

이런 점에서 본다면 經營의 國際化란 그것은 벌써 韓國의 經營에서는 특수한 研究라기보다는 오히려 一般的인 形態가 되어야만 한다고 보아야 하는 것이다.

經營의 國際化에는 두가지의 基本的인 문제가 있다.

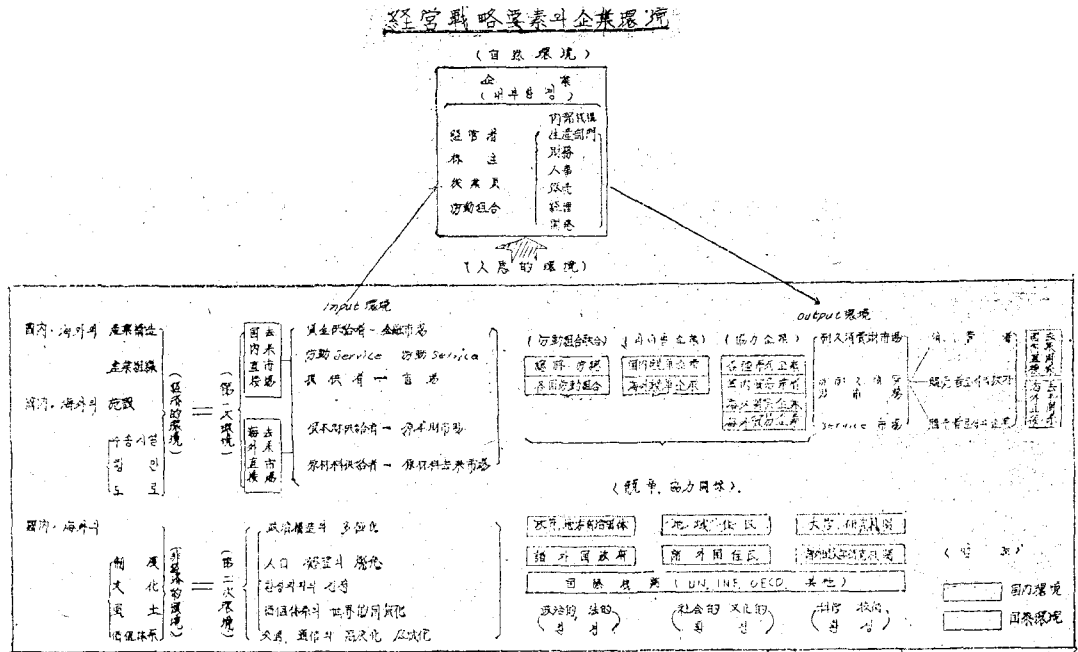
즉 하나는 經營을 國際的인 意識과 感覺으로 이끌어 올려서 행하는 문제라고 볼수있다.

바꾸어 말하면 韓國的인 經營 그 自體도 國際的인 知識과 教養과 그리고 國際的인 感覺을 몸에 지녀야만 한다는 것이다. 그리고 또 經營을 實際로 行함에 있어서도 그 基準은 어디까지나 지금까지의 國際的인 基準에서 벗어나서 그것은 國際的인 基準으로 높여서 發展시켜야 한다고 본다.

또다른 하나는 海外經營에 관한 問題點이다.

海外經營이란 그것은 말할 것도 없이 經營의 國際化的인 具體的인 問題인 것이다.

지금까지의 經營은 國內中心이었으나 앞으로에 속한다.
 國의 經營 그것은 어디까지나 國際關係에 立 그러므로 모든 것은 바로 이와같은 經營理



脚해서 製品의 輸出, 原材料, 機械의 輸入이라고 하는 國際 Marketing을 中心으로 한 輸出貿易 그것이 아니면 안된다는 것이다.

그러므로 우리나라의 企業도 지금부터는 世界企業의 經營理念, 經營政策, 經營의 方式를 確立하도록 힘써 나가자 않으면 안된다. 즉 이와같은 바탕위에서 韓國의인 새로운 經營戰略과 함께 企業의 經營戰略 그것도 함께 세워 나가야만 한다고 본다.

바로 이것이 우리나라의 國際化에 있어서의 緊急課題인 것이다.

또 70年代 後半의 우리나라 企業經營은 어디까지나 이것이 하나의 中心問題가 되어야만 한다고 본다. 여기서 決定的인 役割을 하는 것은 다름아닌 經營技術이요 經營理念인 것이다.

그러므로 이것은 經營問題의 새로운 領域

念에서 解決해야만 한다.

그것은 어디까지나 現地의 文化, 社會 및 政治經濟와의 關係問題를 解決하는 것이 아니면 안된다.

또 企業의 私의 利益도 그것은 어디까지나 現地의 公的 利益과의 統合을 고려하고 이것을 여하히 追求할 것인가 하는데다 두어야 한다. 즉 資本의 私의 利益을 爲해서만 일할 수만은 絶대로 없다는 것이다.

왜냐하면 世界企業으로의 새로운 經營理念의 確立을 그 어느때 보라도 要請받고 있기 때문이다.

다음은 世界經濟, 世界市場을 直接 舞臺로 해서 어떠한 經營戰略, 經營政策, 經營方式를 세워나가야 할 것인가 하는 問題다. 여기에는 地域別, 國別의 特殊性 등을 考慮한다는 것은 대단히 중요하다.