KOVA News 제10호
2002. 12. 11
Korea Venture Business Association News

INDEX

시론 ·····3
• 시론, 주요뉴스
벤처동향·····4, 5
• 정책동향
• 기술동향
• 산업동향
• 해외뉴스
특집I ·····6, 7
• 사례로 알아보는 브랜드 관리의 현주소
특집II ·····8, 9
• 시장우위를 점하기 위한 전략적 브랜드 관리
벤처정보 ·····10
• 포커스, BOOK REVIEW
• 관련사이트
한국여성벤처협회 소식·····11
대덕밸리소식 ·····12, 13
• 풍향계
• 신제품/신기술
벤처정보줌인 ·····14
• 국가과학기술위원회 '국가기술지도' 의 의미
벤처단신·····15
• 협회소식
• 지회소식
기관소식·····16
• 전시안내
회원사 소식 ·····17
• IR/PR
행사안내·····19
• 주요행사
• 업무일지, 알림

KOVA
사단법인 벤처기업협회
■ 발행인 : 장흥순
■ 발행처 : 벤처기업협회
■ 서울특별시 강남구 역삼동 701-7 한국기술센터 17층
■ TEL. 02-6009-4100
FAX. 02-6009-4115
■ http://www.kova.or.kr

브랜드 차별화 전략 시급

이병호/산업자원부 산업기술국장

최근 국내 기업들의 해외 진출이 활발해지면서 브랜드 경쟁력이 기업 가치의 핵심 요소로 떠오르고 있다. 그러나 최근 조사된 '국가브랜드가치조사' 에서 한국은 조사 대상 16개국 가운데 9위에 그쳤다.

세계 시장의 통합이 가속화되면서 기술력은 평준화되는 추세다. 특히 내구 소비재는 선진국과 개도국 사이의 기술이나 기능 차이가 거의 없다. 그런데도 선진국과 개도국 기업간 가격차는 여전히 크다. 고급 화장품을 예로 들면 선진국 기업의 제품이 개도국 기업보다 수십 배 비싼 경우가 많다. 이는 바로 브랜드 파워가 제품 가격을 결정하기 때문이다. 개별 기업과 산업별로 차별화된 브랜드 강화전략을 마련해 가는 작업이 시급하다.

그렇다면 브랜드 경쟁력을 강화하기 위한 방안은 무엇인가. 우선 끊임없는 품질 향상을 통한 제품과 기업 이미지 관리가 이뤄져야 한다. 특히 중소 · 벤처기업이 선진 기업과 맞서려면 기술, 품질, 디자인 등 기초 체력을 다진 후 이를 마케팅에 연계하는 전략이 필요하다.

기업 브랜드가 제 가치를 인정받으려면 우선 국가 브랜드 파워가 뒷받침 돼야 할 것이다. 이에 정부는 국내에서 생산되는 주요 상품들을 세계 시장에서도 최고급으로 통하는 일류상품으로 육성하기 위한 다양한 프로그램을 마련해 시행하고 있다. 또 매년 11월 브랜드 주간을 설정해 브랜드가치 제고의 필요성을 널리 알리고 제대로 인식시키는 일에도 주력하고 있다. 내년부터는 '자가브랜드측정모델' 을 개발, 보급해 개별 기업들이 자기 기업의 브랜드 가치 수준을 확인하고 모자란 부분을 개선해 나갈 수 있도록 유도할 방침이다.

또한 2년 전부터 산업정책연구원에 용역을 줘서 국내 주요 기업들의 브랜드 가치를 계량화하고 매년 그 내용을 발표하고 있는 것은 기업들에 브랜드 파워의 중요성을 체감하고 더욱 분발하도록 자극을 주자는 취지가 담겨 있다. 뿐만 아니라 '한국' 이라는 나라 전체의 브랜드 파워를 총체적으로 끌어올리기 위한 작업의 하나로 올해부터 국가브랜드 가치를 재평가하기 시작했다.

글로벌 시대를 맞아 정부와 기업, 국민이 힘을 모아 국가 브랜드파워를 향상시키기 위한 일에 적극 나서야 할 때다. 우리 벤처기업들도 브랜드 파워 강화를 위해 부단히 노력할 것을 고대한다.