



브랜드 가치를 높이자

기술표준원장 김동철

최근 '브랜드'라는 말이 자주 오르내리고 있다. 종전에는 어느 기업 제품의 '상표'나 '마크'정도로 이해되던 브랜드가 이제는 국가에 대해서도 쓰여지고 있다. 이것은 디지털경제, 지식정보화시대로의 급속한 이행에 따라 유형자산에 대한 가치뿐만 아니라 무형자산에 대한 가치평가도 그만큼 중요해졌다는 것을 의미한다.

세계 제1의 상품브랜드인 Coca Cola는 그 가치가 6백90억달러, 미국의 국가 브랜드 가치는 7조1천3백99억달러라고 한다. 우리나라는 삼성의 브랜드 가치가 83억달러, 국가브랜드 가치는 4천86억달러로 보고 있다.

브랜드 가치는 기업의 경쟁력이고 한 나라 국력의 수치다. 브랜드 가치란 소비자들이 지금까지의 오랜 경험과 감성을 바탕으로 브랜드 이름이 제품을 선택하거나 구매하는데 우호적으로 작용하게 하는 가치를 말한다. 그만큼 브랜드 이름이 제품을 선택하는데 미치는 영향은 크다.

브랜드 가치를 높이려면 어떻게 해야 하는가? 제품

이나 기업의 브랜드를 높이려면 품질이나 성능에서 믿을 수 있는 제품을 마음에 들게 디자인해 생산하고 해외 홍보활동을 강화해야 한다. 이렇게 하여 해외시장에서의 경쟁력이 올라가고, 많은 소비자들에게 인식돼 브랜드 인지도가 높아지면 브랜드 가치는 상승하게 되는 것이다. 최근 삼성 LG 등 우리나라 기업제품의 브랜드 가치가 상승하고 있는 것은 소비자의 다양한 기호에 맞는 신제품을 많이 개발해 해외시장에서 적극적으로 마케팅한 결과다.

국가 브랜드를 높이는 데는 좀더 복합적인 요인이 작용한다. 국가 브랜드는 국민 기업 정부 상품 서비스 등 각종 브랜드 자산의 총화이기 때문이다.

기업이나 제품의 브랜드 가치가 올라가면 국가 브랜드 가치가 올라가고, 국가 브랜드 가치가 올라가면 기업이나 제품의 브랜드 가치도 따라서 올라간다. 우리는 88올림픽 이후 수출이 크게 늘어났고 월드컵 4강을 계기로 수출·관광객이 늘어나 국가 브랜드 가치가 크게 올라갔음을 느낄 수 있다.

최근 'Korea'가 널리 홍보되고 'Made in Korea'가

새롭게 인정받아 우리나라 기업들의 해외시장 개척에 많은 긍정적 효과를 가져오고 있다.

우리나라가 1인당 국민소득 2만달러 시대에 진입하기 위해서는 재화나 서비스의 생산성을 두배로 늘려야 한다. 간단하게 생각해 브랜드 가치가 동일하다면, 소득을 두배 늘리기 위해선 공장을 두배로 건설하거나 일을 두배로 해야 한다. 그러나 이렇게 해서 소득을 두배 늘린다는 것은 쉽지 않다. 시간도 오래 걸리고 투자도 많이 해야 한다. 반면 브랜드 가치가 높아진다면 제품을 두배 생산하지 않아도 값을 많이 받을 수 있기 때문에 소득배가가 보다 빠른 시간내에 가능해진다.

신기술 신제품을 개발하고, 이를 1등 상품으로 만들어 수출을 늘리고, 대형 국제행사를 유치해 Korea를 널리 알리는 것이 중요하다.

그러나 그 보다 더 중요한 것은 이러한 제품이나 서비스의 기본이 되는 산업의 인프라를 확고히 하는 일이다. 기초가 튼튼해야 한다. 표준이나 인증 시험검사 측정계량 디자인 등 모든 산업과 기술의 기초가 되는 이러한 인프라가 선진국 수준으로 업그레이드되고 신뢰성이 있어야 한다. 그래야 신기술 신제품도 소비자로부터 인정을 받게 되고, 시간이 지나더라도 고장이 나거나 품질이 떨어져 실망감을 주는 일이 없을 것이다.

이러한 인프라의 구축에는 많은 시간과 비용이 필요하게 된다.

정부는 선진국의 인프라와 대비해 어느 부분이 어

느 정도 뒤져 있는지 점검하고, 이를 따라가기 위해서는 구체적으로 어떻게 해야 되는지를 찾아내 이를 해결하려 하고 있다. 컬럼비아호의 참사는 조그마한 부품 하나에서 문제가 시작됐다. 하나의 부품이 설계보다 빨리 수명을 다한 것이다. 그만큼 산업의 기초는 중요한 것이다.

세계는 브랜드 시대로 가고 있다. 우리도 일류 국가 브랜드의 확보없이 선진국이 될 수 없다. 우리 모두 브랜드에 대한 관심을 높이자. 그리고 브랜드 가치의 제고를 위해 제품, 기업, 지역, 국가 등 소관 주체별로 무엇을 해야 할 것인지를 고민하자. 신기술 신제품개발과 품질·생산성 향상에 땀 흘린 만큼 브랜드 가치의 제고에도 땀을 흘리고 자원을 투입하자. 코리아 브랜드의 가치가 올라갈수록 선진국의 문턱은 낮아진다.

