

韓國的 마아케팅의 土着化問題

黃 一 清*

最近에 流通問題가 消費者 및 行政當局의 注目을 받게되어 마아케팅問題가 政府나 企業의 立場에서 重要한 問題로 登場된 이런 時期에 土着化의 必要性을 생각해보고 土着化에의 길에 要求되는 準備問題와 方向을 摸索해 보고자 한다.

우선 韓國的이라함은 우리나라 마아케팅現象에 대한 經驗的 研究를 通해서 固有한 理論이 展開되어야 한다. 그래서 이 理論으로 마아케팅現象을 說明하고 固有現象을 豫測케되면 “韓國的” 마아케팅이 成立된다. 그러나 “韓國的” 마아케팅을 論할때 두가지 問題에 부딪히게 되는데 첫째는 韓國에 特有한 마아케팅 理論의 定立이 어렵다는 것이다. 그 理由는 우리나라 마아케팅 問題에 대한 研究가 게을리되고 있으며, 特有한 理論을 갖기에는 基礎가 되는 諸學問의 研究不足을 들 수 있다. 둘째는 마아케팅에서 나타나는 諸變化를 어떻게 볼 것인가 하는 價値體系 또는 觀點이 確立되지 못했다. 이와 같은 狀況下에선 土着化 역시 어렵다. 그러나 마아케팅研究에서 問題를 設定하는 過程이 우리나라 現實에 맞는 價値體系에 비추어 이루어지고, 마아케팅理論의 適用時 우리의 歷史的 現實및 事實에 비취 適切히 應用되고 修正이 加해지며, 概念의 規定이나 指數의 活用이 우리나라 現實에 맞고, 研究方法 選定時 科學性を 크게 損傷하지 않는 範圍內에서 現實狀況에 適合한 方法이 選定 適用될때 土着化가 可能하다.

學問自體의 歷史가 짧은 마아케팅研究에 있어서 우리나라에서는 外國의 研究나 學說을 整理 또는 紹介함으로써 價値, 意識, 社會的 現實에 대한 配慮가 주어지지 않은 채 研究되어왔다. 따라서 現實的 問題意識을 지니지 못한채, 理論的 背景과 基礎없이 端片的이고 皮動的인 記述研究가 大部分이며 論理의 一貫性を 欠하고 理論的 根據가 희박한 狀態에서 問題에 대한 처방을 서두르고 있다. 여기에 더욱 더, 關聯性 있는 隣接學問의 研

* 漢陽大學校 大學院長

究가 不充分하다는 事實等이 韓國의 마아케팅을 土着化하는데 問題點으로 擡頭되고 있는 것이다.

마아케팅연구가 現位置에서 脫皮하여 “韓國的”인 것으로 接近하기 위해선 몇가지 問題가 提起된다. 첫째, 우리 마아케팅研究에 必要的인 資料를 體系的으로 蒐集, 整理해야하며, 둘째, 歷史的 現實과 現實狀況에 立脚한 問題意識을 定立할 것에 精力을 기울여야 하며, 셋째, 마아케팅研究의 土着化는 隣接科學과의 協同을 통해서 促進되어야 하며 또한 促進됨을 認識하고 推進해야하며, 넷째, 科學的 研究方法의 追求가 強力히 推進되어야 한다. 이러한 研究態度에서 우리 마아케팅研究가 未來指向的인 될것이며 土着化가 이루어질 것이다. 그러나 土着化의 길은 결코 평탄하지 않다. 그리고 土着化는 學徒들의 集中的 努力과 集團的 努力에 의해서만 可能하다. 學徒들은 오늘의 現實에서 使命感을 갖고 知識傳達에 끊임없이 全力을 다하며 서로 協同하며 知識의 增加를 이룩하여야 한다.

經營學의 韓國化

李 學 鍾*

韓國의 經營學은 짧은 期間內에 括目할만한 發展을 하였으나 先進國에서 開發研究된 外國知識을 그대로 導入하여 應用하였으므로 이에 대한 經營學의 韓國化의 必要性和 이에 대한 研究方向을 標示코져 한다.

I. 韓國的 經營學의 必要性

先進國의 經營學知識은 文化環境與件의 差異로 因하여 國內에서의 直接的인 應用에 큰 差異를 보여 이에 대한 韓國的 經營學의 土着化가 必要하다. 韓國的 經營學의 土着化를 위해서는 學問의 基本的인 土臺와 體系를 파악함으로써 韓國企業經營에 대한 確固한 知識이 必要하며 다른 文化環境에서의 經營體系와도 相互比較分析함으로써 學問의 發展을 기하여야 할 것이다. 最近에 이르러 韓國企業이 量的으로나 規模로 보아 擴大되었고 經營過程이 차차 整頓되고 合理化되어 감에 따라 職業經營(professional

* 延世大學校 商經大學 教授