

디자인컨설팅이 중소기업의 경쟁력에 미치는 영향 - 부산디자인센터의 '산업단지 중소기업 디자인 컨설팅 지원 사업' 사례를 중심으로

마정훈^{1*}

¹(재)부산디자인센터 디자인지원팀

Impact of Design Consulting on Competitiveness of SMEs -Based on the 'Design Innovation Project in Industrial Complex' of Busan Design Center

Hoon-Jeong Ma^{1*}

¹DESIGN CENTER BUSAN DESIGN SUPPORT TEAM

요약 본 기업 경쟁력 향상의 새로운 척도로 디자인의 중요성이 부각되면서 종합적인 관점에서 디자인을 진단해주는 디자인컨설팅에 관한 관심이 높아지고 있다. 그러나 대기업에 비해 중소기업은 디자인을 접할 기회가 부족하여 디자인의 중요성을 간과하는 경우가 많고 중요성을 알고 있다 해도 실제로 디자인에 투자할 자금력이 부족한 실정이다. 이에 본 논문은 2012년 부산디자인센터의 산업단지 중소기업 디자인지원 사업을 통해 산업단지 중소기업의 디자인 현황과 디자인컨설팅 성과를 분석하고 디자인컨설팅이 중소기업의 경쟁력 향상과 디자인 인식 개선에 어떤 영향을 주었는지 분석해보았다. 그 결과 대부분의 기업이 현재 자사 디자인에 만족하지 않고 있음에도 디자인에 대해 투자를 하지 않거나 뒤로 미루는 경우가 많았다. 그러나 컨설팅 이후 디자인의 중요성을 깨달은 65.6%의 중소기업이 디자인 개발을 진행했으며 그들 기업은 개선된 기업이미지와 제품 이미지를 통해 매출 상승효과를 가져왔다. 이는 디자인컨설팅이 중소기업의 경쟁력 향상과 디자인 인식 개선의 중요한 매개체 역할을 한 것으로 판단된다. 앞으로 중소기업에 직접적인 도움을 줄 수 있는 보다 심화된 디자인 진단 프로세스가 필요하며 국가사업 및 디자인 전문 업체와의 연계 등 꾸준한 사후관리를 통해 실질적인 디자인 개발 프로그램이 마련되는 디자인 컨설팅 지원 사업이 되기를 기대해본다.

Abstract Amid the importance of design is being emphasized as a new barometer for boosting enterprise competitiveness, high expectations are being placed on design consulting that evaluate design from a comprehensive perspective. SMEs, however, are not easy to gain access to design services compare to their counterparts - large companies. This will eventually cause them to ignore the importance of design, not to mention lack of financial resources for investing in design. With this regard, the paper analyzed the design status and design consulting performance of SMEs in industrial complex through the 2012 Design Innovation Project in Industrial Complex of Busan Design Center; also analyzed the effect of design consulting on improving competitiveness of SMEs as well as design awareness. As a result, the study found that a majority of companies do not invest in design or postponed investment, despite they are not satisfied with their design performance. However, 65.6 percent of SMEs that realized the importance of design after consulting have carried out design development, which brought about sales increase through their improved corporate images and product images. We believe design consulting played an important role for boosting awareness and competitiveness of SMEs. Eventually, we need to provide an intensified design analysis process that can facilitate SMEs. Design consulting support projects should offer practical design development programs through continuous follow-up, including interaction with state projects and design-specialized companies.

Key Words : Design consulting, SMEs in Industrial Complex, State support projects

*Corresponding Author : Hoon-Jeong Ma(DESIGN CENTER BUSAN)

Tel: +82-10-6587-5535 email: mjhorse@dcb.or.kr

Received June 10, 2013

Revised (1st June 24, 2013, 2nd July 10, 2013)

Accepted July 11, 2013

1. 서론

1.1 연구의 목적 및 방법

본 논문은 먼저 부산디자인센터에서 실시한 ‘산업단지 중소기업 디자인 지원사업’을 통해 일반기업의 디자인 애로해결을 위한 컨설팅을 실시하고 그 결과를 바탕으로 디자인 관련 국가지원사업의 성과와 향후 추진계획 수립에 방향을 제시하는 한편, 디자인전문회사 및 디자인 활용 기업들의 현황과 이들 기업의 디자인 컨설팅의 활용도 분석을 통해 국가지원사업으로 실시한 디자인 컨설팅이 기업 경쟁력에 미치는 긍정적인 영향을 밝히고, 중소기업에 도움이 되는 디자인컨설팅의 방향을 제시하여 보다 많은 중소기업들이 디자인 관련 애로해결을 통해 기업의 디자인개발 뿐 아니라 경영분야에서도 디자인의 활용을 증대시켜 기업의 경쟁력을 강화하는데 목적이 있다. 본 연구의 진행을 위해 부산디자인센터에서 실시한 산업단지 중소기업 디자인지원사업에 참여한 128개 기업을 대상으로 구조화된 설문지를 통한 조사와 분석을 하였으며, 조사·분석 내용을 토대로 컨설팅을 통한 기업의 경영성과와 기업의 디자인 활용과 관련한 기업의 애로사항을 파악하여 해결 방안을 모색하여, 디자인 컨설팅 관련 국가 지원사업의 의의와 향후 발전방향, 조정사항 등을 제시하였다.

1.2 디자인컨설팅의 필요성 및 역할

시장의 수요가 포화되고 경기가 침체되었을 때 국가와 기업이 살아남기 위해 강구한 수단이 디자인 진흥책이었다. 이제 기업의 성공을 위해서는 디자인은 필수적인 요소가 되었다. 실제로 디자인 덕분에 성과를 올린 대기업이나 중견기업의 사례는 주위에서 흔히 볼 수 있다. 그 단편적인 예로 과거 2000년대 초 기업을 상징하는 CI 개발이 대기업들만의 획기적인 마케팅 전략 방법이었던 반면에 최근에는 중견기업들도 CI 리뉴얼을 통하여 이미지 개선에 나서고 있다. 하지만 아직 대기업이나 중견기업과 비교하면 영세한 중소기업 및 소기업은 디자인에 대한 인식과 자금력 부족으로 디자인을 접할 기회가 부족하여 대기업과 중소기업 간의 기업 경쟁력의 격차가 심화되고 있다. 이를 해결하기 위해서 2010년부터 정부 국책사업의 일환으로 산업단지 내에 소재하고 있는 입주 기업에 한해 기업 경쟁력 강화를 위한 5차년도 계획을 수립하여 디자인 지원 사업을 시행하고 있다.

부산디자인센터 역시 디자인 컨설팅 지원 기업의 디자인 인식을 개선하고 디자인 개발 요소를 점검 및 진단하여 디자인 개발에 능동적으로 움직일 수 있는 촉매제 역

할을 하고자 하였다.

부산, 울산, 경남 지역의 산업단지 중소기업 디자인 지원 사업에서 진행된 컨설팅은 고객과 기업을 위해 기업이 가지고 있는 디자인 문제를 분석하고 컨설턴트의 전문 지식과 기법을 활용하여 해결안을 제시하며, 이러한 해결안을 진단보고서로써 가시화하는 작업을 진행하였다. 3차년도 사업에 걸쳐 지속적으로 수정·보완하여 세워진 제품 및 시각 디자인 컨설팅 프로세스를 연구·개발함으로써 디자인 컨설팅을 보다 객관적이고 정량적으로 진행하였다.

1.3 디자인컨설팅의 정의

넓은 의미의 컨설팅이란 특정 대상에 대하여 해당 분야의 전문가가 자신의 전문 지식을 활용하여 제기된 문제점을 분석하고 구체적인 해결책을 제시하는 것이라 할 수 있다. 사전적 의미로는 컨설팅은 ‘특정 분야에 대한 전매적인(proprietary) 지식이나 정보, 전문성(expertise)등을 바탕으로 의뢰인(client)으로부터 대가를 받고 자문이나 조언을 제공하는 서비스 활동’을 말한다[1]. 그중에서 디자인컨설팅은 고객, 기업을 위해 디자인 문제를 분석하고 해결안을 추천하기 위해 고도의 전문 지식과 기법을 활용하는 전문가들이라고 할 수 있고[2] 디자인에 있어서 전문가들이란, 디자인을 가시화시켜 체계적인 프로세스를 통하여 맡은 바 디자인 업무를 성공적으로 완수시켜야 할 책임을 위임받은 사람들이다. 이들 전문가가 곧 디자인 컨설턴트이며, 이들은 단지 자문이나 조언만을 하지 않고, 고객 기업이 원한다면, 구체적인 디자인 안을 개발하여 제시하기도 한다[3].

2. 부산디자인센터의 디자인컨설팅 현황

2.1 산업단지 중소기업 디자인 기본 현황

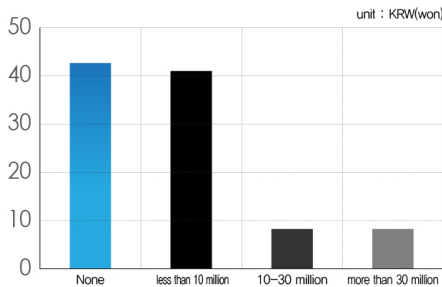
기술평준화로 인해 디자인이 부가가치 창출 및 기업경쟁력을 좌우하는 핵심요소로 되면서 국내·외 대기업은 디자인경영을 통해 디자인에 대한 중요성을 인지하고 디자인에 대한 투자를 확대하고 있다. 반면, 많은 중소기업이 디자인의 애로사항을 겪고 있음에도 디자인에 대한 인식과 투자가 미흡한 실정이다.

Table 1의 부산디자인센터 산업단지 중소기업 디자인 기본현황 조사결과를 살펴보면 78.7% 기업에서 1년 이내 디자인/브랜드 때문에 애로사항을 겪었으며, 대부분 기업에서 본인 회사 디자인에 대해 만족하지 않는 것(만족하지 않음 99.2%)으로 나타났다. 그러나 디자이너 또는 디

자인팀을 보유한 업체는 9.0%에 불과하며 앞으로 1년 이내 디자이너를 채용할 계획 또한 19.7%로 낮은 수준을 보이고 있다.

[Table 1] A summary of the survey results of status
* DaSom Research, 「Survey about satisfaction of 2012 Busan design center industrial complex small and medium business support project」, 2013.05, p.8

Items for Survey	Survey Result (%)	
	Yes	No
1. Difficulties due to design/brand in recent years	78.7	21.3
2. We have designers or a design team in our company.	9.0	91.0
3. We had market/consumer surveys in recent years	24.6	75.4
4. We have a systematic design strategy.	0.8	99.2
5. Our company has CI/BI (Integrated corporate/brand images) manuals.	23.8	76.2
6. We are satisfied with our design quality.	0.8	99.2
7. CEO/managers do have design education background.	16.4	83.6
8. We have received state design/brand support projects in recent years.	26.2	73.8
9. We have a plan to recruit designers over the next year.	19.7	80.3



[Fig. 1] Annual design development investment

또한 Fig. 1의 기업 연간 디자인 개발 투자비를 살펴보면 투자하지 않는다는 것이 42.6%로 가장 높았으며, 1천만 원 미만 41.0%, 1천~3천만 원 미만 8.2% 등의 순으로 디자인 개발 투자를 거의 하지 않는 것으로 나타났다.

이처럼 중소기업은 디자인 문제점을 인지하고 있음에도 디자인에 대한 투자는 미비한 실정이다.

따라서 중소기업의 경쟁력 강화를 위해서는 컨설팅을

통한 매출 성장과 기업 이미지 쇄신 효과를 경험하게 함으로써 디자인의 필요성을 인식시켜 디자인 투자로 연결될 수 있도록 디자인 컨설팅의 꾸준한 지원이 필요한 것으로 판단된다.

2.2 산업단지 중소기업 디자인 컨설팅 지원현황

Table 2의 부산디자인센터의 산업단지 중소기업 디자인 컨설팅 지원현황을 보면 시각디자인이 66.4%, 제품디자인은 33.6%로 나타났다.

시각디자인이 66.4%를 차지한 것은 부산, 울산, 경남 지역 산업단지 내 대다수의 기업이 기계부품 제조업을 기반으로 하는 하청업체로 대기업에 자사 제품을 납품하기 위한 홍보용 책자(카탈로그, 브로슈어 등)의 수요가 많았기 때문으로 분석된다.

시각디자인 중에서는 CI 디자인 28개, 포장디자인 21개, 카탈로그 16개, 홈페이지 13개, BI 디자인 5개, 기타 2개 순으로 CI 및 BI 디자인 컨설팅이 33개로 가장 많았다. 이는 기업에서 기업경쟁력 강화를 위한 수단으로 기업이미지 제고를 위한 아이덴티티(기업 정체성)의 개선이 가장 필요하다고 판단한 것으로 보인다.

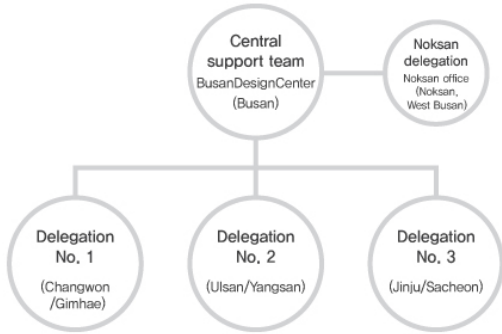
[Table 2] The status of design consulting supporting field

Field		N	Total	%
Visual design	CI design	28	85	66.4
	BI design	5		
	Packaging design	21		
	Catalogue design	16		
	Homepage design	13		
	Etc	2		
Product design	New design	20	43	33.6
	Existing design	18		
	Trend and case investigation	5		
All		128	100	

또한, 33.6%를 차지한 제품디자인 컨설팅 수요는 최근의 제품디자인이 기술 평준화에 따라 제품경쟁력 차별화 수단으로 중요시된 것이 반영된 것으로 보인다. 지원했던 분야는 신규디자인 20개, 기존디자인 18개, 트렌드 및 사례조사 5개 순으로 나타났다. 기존디자인은 물론 신규디자인의 수요도 20개에 달했던 것은 하청업 중심의 납품구조를 벗어나 자체의 새로운 브랜드 개발을 통한 신시장 개척을 도모하고자 하는 지역기업의 수요반영이라 판단된다.

3. 부산디자인센터 디자인컨설팅 체계

3.1 디자인 컨설팅 지원조직



[Fig. 2] The design consulting organization system of Busan Design Center

Fig. 2의 부산디자인센터 지원조직을 보면 부산디자인센터를 중심으로 창원·김해(1 지원단), 울산·양산(2 지원단), 진주·사천(3 지원단) 세 권역으로 분담하고, 중앙 지원단은 별도의 녹산사무소를 개설하여 서부산권 산업단지 내 중소기업을 집중적으로 전담하도록 하였다.

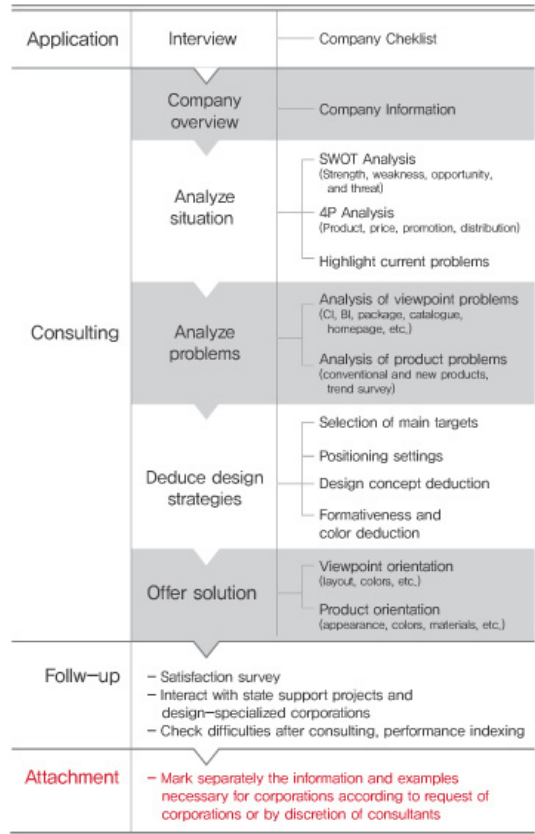
[Table 3] The status of design consulting supporting field by regional groups

Region	Field		Total	
	Visual design	Product design		
Buan	43	21	64	
Ulsan	12	8	20	
Gyeongsangnamdo	Yangsan	4	3	7
	Changwon	5	5	10
	Kimhae	2	5	7
	Jinju	6	0	6
	Sancheon	4	0	4
	Sancheong	4	0	4
	Hadong	3	0	3
	Hapcheon	2	1	3
Total	85	43	128	

하지만 부산디자인센터 외 3개의 지원단만을 통한 부산/경남/울산권역의 고른 지원은 물리적으로 한계가 있을 것을 Table 3의 지역별 지원분야 현황을 통해서 알 수 있었다. 경상남도는 18개 시군으로 이뤄져 있으나 컨설팅의 혜택을 본 지역은 양산, 창원, 김해, 진주, 사천, 산청, 하동, 합천 8개 시군만 지원 받은 것으로 나타나, 추후 고른 지원을 위해서는 지원단의 개수나 지역의 선정에 신중을 기할 필요가 있을 것으로 판단된다.

3.2 디자인 컨설팅 지원 프로세스

부산디자인센터에서 진행한 산업단지 중소기업 디자인 지원사업은 기업의 컨설팅 신청분야에 따라 프로세스를 크게 시각디자인(CI, BI, 카탈로그, 홈페이지 등), 제품디자인(기존제품, 신규제품, 트렌드조사) 2개로 구분하여 진행하였다.



[Fig. 3] Design Consulting Process

* 2012 Busan design center industrial complex small and medium business support project diagnostic report process

Fig. 3과 같이 산업단지 내 중소기업에서 디자인 컨설팅을 신청하게 되면 담당자가 기업을 방문하여 신청업체의 디자인 현황 및 문제점을 파악하기 위해 체크리스트를 작성하고, 기업과의 상담을 통해 기업현황, 시장현황, 경쟁사 및 롤 모델, 현 트렌드 등을 조사하여 디자인 전략도출 및 디자인 해결방안을 제시한다. 또한 컨설팅 이후 디자인 개발을 위한 사후관리 시스템을 통해 지속적으로 애로사항 점검 및 디자인 마인드를 개선하고자 노력하였다.

하지만 기업체마다 가지고 있는 디자인 문제점들이 다양하므로 그에 맞는 최적해를 찾기 위하여 기업의 디자인 애로사항 난이도 및 중요도에 따른 수준별 맞춤 프로세스 도입 등 컨설팅 프로세스 시스템을 세분화하는 것이 필요하다.

4. 디자인컨설팅의 영향

4.1 업무 반영 활용도

부산디자인센터는 2012년 산업단지 중소기업 디자인 지원사업 종료 후 자체적으로 수혜기업의 디자인 개발 현황을 조사한 결과 기업의 컨설팅 업무 반영 활용도를 Table 4를 통해 알 수 있었다.

[Table 4] The status of design development of beneficiary companies

* The status of beneficiary companies that develop design, such as in-house development and interaction with design-specialized companies and state projects after design consulting

Progress Status	Completion	Progress	On Standby	No Plans	Total
All	8	76	35	9	128

수혜기업의 총 128개 업체 중 8개 업체가 디자인 개발을 완료하였고, 76개 업체는 진행, 35개 업체는 개발을 준비하고 있으며, 개발 계획이 없는 기업은 불과 9개임을 확인하였다. 디자인 개발을 완료, 진행, 준비 중인 기업은 디자인 개발의지를 가지고 있음을 나타낸 것으로 이는 전체 컨설팅 수혜기업 중 93%에 달하며, 이러한 결과는 기업 대부분의 컨설팅 수혜 경험이 개발의지로 연결되고 있음을 보여준다.

컨설팅을 받기 전 대부분의 기업은 디자인에서의 애로사항을 겪고 있었으나 디자인 적용에 대한 인식이 부족하여 투자할 계획조차 없었다. 하지만 컨설팅을 받고 난 이후 디자인에 대한 중요성을 깨닫고 국가사업 및 전문회사와의 연계 등을 통해 디자인을 활용하고자 하는 인식의 전환이 이뤄졌음이 확인된 것이다.

4.2 디자인 개발 현황과 국가사업 및 디자인 전문회사 연계

4.2.1 디자인 연계 건수 현황

앞서 Table 4에서 살펴본 바와 같이 디자인 컨설팅을 받았던 총 128개 업체 중 84개 업체가 디자인 개발을 완

료했거나 진행 중임을 알 수 있었다. 2011년도에는 56건이었던 반면 2012년도에는 84건으로 33%가 증가하였다.

[Table 5] The status of design development interaction Progress of design development, such as in-house development and interaction with state projects and design-specialized companies
단위 : (개소)

Spec.	State Project	Design-specialized company	In-house manufacturing
Completion	7	1	0
Progress	27	39	10
All	34	40	10

Table 5의 디자인 개발 연계 진행 현황을 보면, 84개 업체 중에서 국가사업 연계로 디자인을 개발한 업체는 7개, 진행 중인 업체는 27개이며, 디자인 전문회사연계로 디자인을 개발한 업체는 1개, 진행 중인 업체는 39개로 파악된다. 그 외 자체적으로 디자인을 개발 중인 업체는 10개로 파악되었다. 이는 2011년과는 달리 컨설팅이 종료된 후에도 기업이 디자인을 적용할 수 있도록 정보를 제공하는 등의 사후관리 시스템을 도입한 결과로 볼 수 있으며, 컨설팅 이후의 사후관리 중요성을 단적으로 보여주는 좋은 예라고 할 수 있다. 단, 현재의 본 사업이 1년 단위의 사업으로 다음 연도에는 관리를 받는 것이 제한적이라는 문제점은 시스템의 개선 등을 통해 보완돼야 할 것으로 판단된다.

4.2.2 디자인컨설팅 후 디자인적용 성공사례

디자인 컨설팅이 기업의 디자인에 대한 인식 변화와 디자인 개발 투자 유발, 매출 상승, 기업 이미지 쇄신에 어떠한 영향을 미쳤는지에 대해서 아래 5가지의 사례 및 부산디자인센터에서 지원했던 중소기업 디자인개발 지원 사업의 사례조사 결과를 통해 살펴보았다.

본 사업의 컨설팅 후 디자인 적용사례 중 첫 번째 예로 '아이에스테크'를 들 수 있다. 아이에스테크는 한방헤어케어 샴푸의 포장디자인 분야에 컨설팅을 의뢰하였으며 제품의 특징과 부합되지 않는 용기 컬러와 Return을 의미하는 아치형 화살표 마크의 완성도가 떨어져 개선방안을 요청하였다. 이 업체는 컨설팅 이후 매출이 300% 이상 증가하였으며 샴푸 부문과 헤어토닉 부문 최초 한 국표준협회(KSA) 대한민국 으뜸 상품으로 선정(2012)되었고 2012 한국경제신문 선정 브랜드 어워드 대상 수상과 2012 고객 만족 서비스 부문 최우수 기업 수상, 국제두피 모발협회의 우수제품 등으로 선정되었다.



[Fig. 4] Application example of IStech

두 번째 예로 관절보호대를 생산하는 ‘네오메드 존 코퍼레이션’을 들 수 있다. 이 기업은 온라인 시장 진출에 따른 차별화·고급화 전략이 필요하여 디자인 컨설팅을 요청하였고 컨설팅 이후 자산만의 기업이미지를 구축하여 매출이 150% 이상 증가했으며 30개국에 수출하고 있다. 또한, 컨설팅 진행시기가 레포츠 인구의 급증과 맞물려 약국, 병원, 의료기 등 1700여 개가 넘는 업체에 납품이 이루어졌으며 중소기업청으로부터 수출 유망기업, 벤처기업인증을 받았다.



[Fig. 5] Application example of Neomed john corporation

세 번째 예는 미역·다시마를 이용한 천연제품을 생산하는 ‘해오름바이오’이며 다시마 육수에 대한 포장디자인 분야에 컨설팅을 의뢰하였다. 해오름바이오의 경우 컨설팅 이후 친환경패키지 개발과 상품화 과정, 미니스토리텔링을 통한 제품 홍보 등으로 디자인의 경쟁력을 경험하고 중요성을 자각하였다. 해오름바이오는 디자인 변경과 공격적 마케팅으로 대형마트 및 백화점에 입점하여 컨설팅 이후 3년간 1,500% 이상의 매출이 증가하였다.



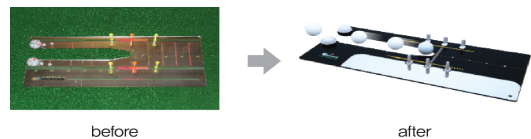
[Fig. 6] Application example of Haecoreum Bio

네 번째 예는 용접 관련기기를 생산하는 ‘일흥’이다. 일흥은 기업이미지를 포장디자인에 반영하지 못하고 다수의 포장디자인에 일관성이 없어 개선방안을 요청하였고 디자인컨설팅 결과 상표권 출원 2건, 디자인 출원 3건을 진행하였으며 IP 스타 기업 선정(부산테크노파크)과 국내외 주요 전시회를 출품하는 성과를 이루어냈다.



[Fig. 7] Application example of Ilhung

마지막 예로 골프 퍼팅 연습기를 생산하는 ‘그리네스’를 들 수 있는데 기존의 투박한 이미지의 제품을 고급화할 수 있도록 제품의 컬러, 재질, 인터페이스 등에 대한 디자인 개선방향을 요청하였고 컨설팅 이후 시제품 반응 테스트 우수판정과 제품 완성도가 높아짐으로써 골프용품 시장에서의 시장성 확대 및 한국창업보육협회 장려상(2012)수상, 부산발명 국제박람회(2012)에 출품하여 호평을 받은 바 있으며 하반기 매출액이 1억 원 이상 상승할 것으로 예상된다.



[Fig. 8] Application example of Griness

또한, 전문조사기관인 다솜리서치에서 2012년 10월 29일부터 11월 26일까지 4주간 조사한 2011/2012년도 부산디자인센터 중소기업 디자인개발 지원사업 만족도 조사에 따르면 2011년도 중소기업 디자인개발 지원사업의 12개 참여기업의 평균 매출액은 34.1% 증가한 것으로 분석되었다.

2012년도 참여기업 만족도 조사 분석에서는 디자인 개발 지원사업의 효과로 ‘내부 구성원의 디자인 인식 개선’, ‘디자인 개발 예산 반영(예정)’, ‘디자인 관련 계획 수립 역량’을 측정한 결과, 평균 82.0%가 만족하여 매우 긍정적인 효과가 있는 것으로 나타났다.

앞서 살펴본 5가지 성공사례와 중소기업 디자인개발 지원사업의 만족도 조사 결과는 디자인 컨설팅이 기업의 디자인에 대한 인식의 변화를 가져왔으며, 디자인 개발

투자를 유발하여 매출 상승효과뿐 아니라 기업 이미지 쇄신에도 크게 이바지한 것으로 확인되었다.

5. 결론

앞서 설명한 2012년 부산디자인센터의 산업단지 중소기업 디자인 지원사업을 통해 산업단지에 입주한 중소기업을 중심으로 디자인 활용 현황과 디자인 컨설팅 성과를 분석하여 디자인 컨설팅이 중소기업의 경쟁력과 디자인 인식 개선에 미친 영향을 정리하면 다음과 같다.

디자인 컨설팅 전, 산업단지 내 많은 중소기업은 디자인의 애로사항을 겪고 있음에도 디자인에 대한 투자는 미비한 실정이었으나, 디자인 컨설팅의 실시 이후 기업이 이미지 제고를 위한 아이덴티티(기업 정체성) 개선과 새로운 브랜드를 개발하여 신시장 개척을 적극적으로 도모하고자 하는 등 디자인 개발 또는 활용의지가 높아졌음을 분야별 지원 현황을 통해 알 수 있었다.

디자인 컨설팅 이후 대부분의 컨설팅 수혜기업이 디자인에 대한 중요성을 깨닫고 국가사업 및 전문회사와의 연계 등의 사후관리 시스템 도입을 통해 디자인을 활용하고자 하는 인식의 전환이 이루어졌다.

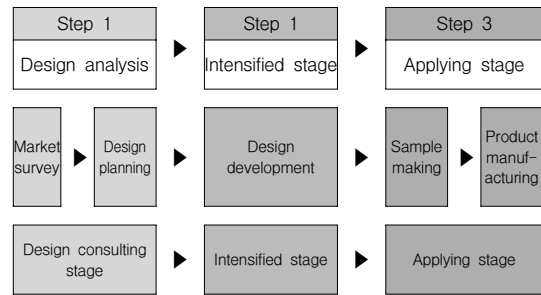
이러한 결과는 디자인 컨설팅 지원 사업이 매출 증가와 기업이미지 쇄신 효과를 경험하게 함으로써 디자인의 필요성을 인식시켜 기업 경영에 디자인을 적극 도입하고 활용함으로써 그간 활용이 저조하던 디자인이 기업 경쟁력 강화에 큰 영향을 미친 것으로 판단된다. 기업에 대한 직접적인 디자인 개발지원은 기업의 정부자금에 대한 의존도를 높여 자립도를 떨어뜨리고, 기업간 불평등을 초래하는 등 다양한 문제점을 유발할 수 있을 것이다. 반면 디자인 컨설팅 지원은 기업의 디자인 활용과 관련한 진단을 통해 기업이 디자인을 활용하기 위한 방향을 제시하고 투자를 유도하며, 적극적으로 자체 디자인 개발 의지를 고취시켜 시장에서 새로운 활력과 경쟁력을 확보하는데 그 의미가 있다.

그러나 현재, 전국적으로 부산디자인센터 외 3개 RDC (Regional Design Center / 지역디자인센터) 소속의 지원 단만을 통한 컨설팅 지원은 부산/경남/울산권역의 지역들이 고르게 혜택을 보기에는 물리적으로 한계가 있으며 이는 타권역의 지원단 역시 동일한 문제점으로 지적하고 있는 현실이다. 따라서 지역적인 형평성을 유지하고 지원 사업을 통한 효과를 극대화하기 위해서는 전국 단위의 산업단지를 대상으로 사업의 지역적 범위를 확대할 필요가 있으며, 효율적인 컨설팅 사업의 추진을 위해서는 지역 산업단지를 권역별로 분류하여 지원단을 추가로 설치

하는 등 국가 차원의 적극적인 대책의 마련이 필요하다.

본 연구의 샘플인 산업단지 중소기업디자인 지원사업에서 제시하고 있는 [Fig. 9]의 디자인 개발 프로세스를 살펴보면, 현재 본 사업에서 이뤄지고 있는 디자인 컨설팅은 컨설팅 이후 디자인개발로 연계될 것을 전제로 이루어지고 있음을 알 수 있다.

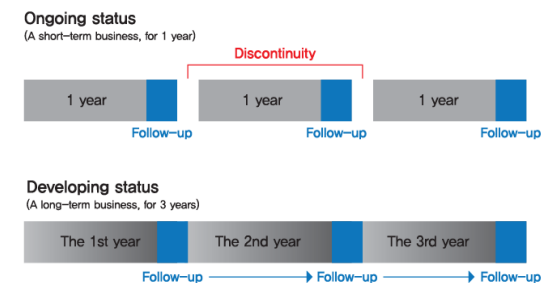
그러나 디자인 컨설팅 이후 수요기업에서 실질적으로 디자인 개발로 이어지는 시점과 1년 단위로 종료, 재시작을 반복하는 본 사업의 운영시기가 불일치하여 본 사업의 효과를 반감시키고 있다.



[Fig. 9] Comparison between design development stage and design consulting promotional stage

각 수요 업체에 대해 컨설팅 단계에서 종료되는 사업의 지원범위와 1년 단위로 이루어지고 1년 단위로 사업단의 구성이 재편되는 본 사업형태로는 컨설팅 이후 기업의 효과를 정확히 진단 할 수 없으며, 이에 따라 기업의 디자인 활용 방향도 설정하기 어렵다.

또한 디자인의 특성상 기업의 디자인 컨설팅 결과가 실질적인 디자인 개발로 이어지는 단계에서 유기적인 조정과 기업 특성에 맞는 디자인 개발 계획의 수립이 이루어져야 하나, 사업단 구성의 재편으로 컨설팅을 수행한 컨설턴트가 디자인개발계획 수립에 역할을 할 수 없어 업무의 연속성이 보장받을 수 없게 된다. 이처럼 사업의 추진형태와 운영기간은 업무의 연속성, 전문성, 사후관리의 어려움 등 많은 문제점을 가지고 있다고 하겠다.



[Fig. 10] Comparison between follow-up systems

이를 방지하기 위해서는 [Fig. 10]과 같이 단절되어 사후관리에 차질이 발생하는 1년 단위의 디자인 컨설팅 사업을 장기 진행사업으로 개선하여 컨설팅 종료 후에도 디자인 컨설팅트가 꾸준히 관리해 기업이 디자인을 적용할 수 있도록 사업기간의 조정이 필요하다. 또한 본 사업이 실질적으로 기업이 디자인을 도입하여 시장에서 경쟁력을 확보하고 새로운 가치를 창출하도록 하기 위해서는 본 사업의 기본적인 인프라라 할 수 있는 전담인력의 확보와 육성이 무엇보다 우선 해결되어야 할 문제 일 것이다. 전담인력이 구성되어 지면 사업의 수행을 통해 업무에 대한 노하우를 축적하고 기업의 환경과 경영에 대한 이해도를 높일 수 있도록 꾸준한 관리와 교육이 필요하며, 지속적인 전담인력의 활동이 보장 받을 수 있어야 한다. 이는 앞서 이야기한 사업의 기간조정과도 부합하고 있다.

이러한 사업조정 노력은 중소기업이 디자인을 활용하는데 원활한 환경을 제공하여 기업 활동에서 디자인의 활용을 증대시킬 것이며, 이러한 기업의 디자인 활용은 기업의 경쟁력을 강화하고 나아가 국가 경제의 균형을 맞추는 데 이바지 할 것으로 판단된다.

종합적으로 정리해보면, 디자인 컨설팅은 기업이 디자인에 대한 중요성을 인식시키고 기업이미지 쇠퇴를 경험하게 함으로써 매출 증가 및 기업 경쟁력 강화에 큰 영향을 끼치고 있다. 앞으로 중소기업에게 보다 효율적인 지원을 위해서는 지원사업의 운영조직 체계 및 프로세스를 보완하여 장기적인 컨설팅 진행사업으로 실질적인 기업의 지원이 될 수 있기를 기대한다.

References

- [1] Cho Young-dae, Business Consulting Service, p13~14, Namdu Book, 2005
- [2] Chung Kyung-won, Design Management, p222, Ahn Graphics, 2008
- [3] Kang Hyun-joo, Study of Design History, p187, Visual Guide, 2004

마 정 훈(Hoon-Jeong Ma)

[정회원]



- 1997년 2월 : 동아대학교 섬유미술학과 (학사)
- 2000년 2월 : 동아대학교 대학원 응용미술학과 (석사)
- 2000년 3월 ~ 2006년 8월 : 동아대학교 강사, 겸임, 초빙교수
- 2006년 10월 ~ 현재 : (재)부산 디자인센터 디자인지원팀 근무

<관심분야>
문화산업, 디자인