

중소기업의 디자인 경영 전략을 위한 실증분석연구

A study an actual proof analysis for design management strategy of minor enterprise

홍성수

중앙대학교 산업디자인학과

Hong, Sung-Soo

Dept. of Industrial Design, CAU

박재연

중앙대학교 디자인 경영센터

Park, Jae-Yeon

Design Management Center, CAU

· Key words: design Management, Design Structure, Organization, Strategy, Actural Proof Analysis

1. 서론

21세기가 도래하면서 지식화, 정보화, 기술화 등 중소기업을 둘러싼 경영 환경은 급변하고 있다. 이와 같이 급변하는 기업 환경은 대기업보다 신축적이고 탄력적인 중소기업에 보다 유리한 환경이라고 볼 수 있다. 또한 21세기의 명실상부한 창조성을 갖춘 중소기업이 산업발전의 주역으로 등장할 수 있는 경영환경으로 인식되어진다. 중소기업이 국민경제에 차지하는 비중과 역할은 매우 중요하다. 지방자치체의 실시와 지역 경제의 활성화 시책 등은 일반적으로 그 지역 사회를 존립기반으로 하고 있는 중소기업의 지위를 더욱 증대시키게 될 것이다.¹⁾

그러나 디자이너 입장에서는 경영자에게 산업디자인의 효과적 활용방법이나 그 유효성 등을 충분히 인식시키거나 이해시킬 겨를이 없었다고 하는 등의 문제점도 많았던 것으로 지적되고 있다. 그럼에도 불구하고 정부시책으로 수많은 국내 중소기업이 비교적 단기간 내에 자사제품의 경쟁력 향상을 위한 수단으로 산업디자인을 활용하게 되었으며, 아울러 경영자 및 산업디자이너 양자가 현실적인 면에서 산업디자인에 대한 인식을 새롭게 하거나 그 유효성이나 문제점 등을 평가해 볼 수 있는 계기가 마련된 일은 매우 중요한 의미를 갖는다.

이러한 인식 하에서 본 연구는 국내 중소기업이 디자인을 경영레벨에서 전략적으로 활용하는데 필요한 디자인 경영 전략 모델의 구축과 도입프로세스를 연구 개발하는데 있으며, 본 연구를 위하여 디자인전공학생, 디자인실무자, 중소기업 경영 CEO 등을 대상으로 설문조사와 직접면접방식으로 실증분석(actual proof analysis)함으로써 실제적인 디자인 경영전략 모델을 구축하는데 목적을 두었다.

2. 연구의 구성 및 방법

본 연구는 국내 중소기업이 자사개발 제품의 경쟁력 및 기업 경쟁력 차원에서 산업디자인의 활용에 필요한 디자인 경영 전략 및 그 시스템의 구축 프로세스에 대해 논의한다. 본 연구의 전개 및 논증에 필요한 자료는 국내외 중소기업 산업디자인관련 연구논문과 조사보고서 등에서 발췌 또는

인용하며, 특히 국내 중소기업의 디자인 도입 실태 및 활용실태, 디자인 경영 전략 등에 대한 자료는 본 연구와 관련하여 설문조사를 통해 결과치를 도출한다.

3. 국내 중소기업 디자인경영전략을 위한 실증분석

우리나라 중소기업의 경영에서 디자인을 어떻게 경쟁력으로 증진의 수단으로 활용하고 있는지에 대해 디자인 경영 측면에서 개괄적인 고찰을 하기 위하여 설문조사를 실시하였다. 설문조사는 조사대상을 크게 디자인전공 대학생, 전문디자이너, 중소기업 CEO를 대상으로 하였으며, 조사대상에 따라 3종류의 설문서를 작성하였다.

3-1-1. 조사방법

디자인전공 대학생들의 디자인 경영에 대한 이해와 중소기업에 대한 인식 실태를 조사분석하기 위하여 설문지에 의한 방법을 이용하였다. 디자인 트렌드에 대한 견해와 디자인경영과 중소기업에 대한 인식 실태조사를 통해 중소기업의 활성화를 위한 방향을 도출하는데 역점을 두었다.

3-1-2. 설문조사내용 및 방법

조사내용은 디자인 전공 학생들의 디자인 경영에 대한 이해도, 중소기업에 대한 인식, 디자인과 전공에 대한 이해, 한국·일본·미국·유럽의 상품경쟁력 비교 등 총 63문항으로 구성하였으며 모든 측정문항은 7점 척도를 이용하여 측정하였다.

3-1-3. 분석목적 및 방법

설문조사 결과에 대한 분석은 전반적인 산업디자인에 대한 인지도와 디자인 경영의 현황 및 해결과제, 활성화 방안 도출 목적에 중점을 두었다. 분석방법은 전체 응답자의 응답 결과를 각 항목별로 집계한 후 전체 응답자 수에 대한 백분율을 도표로 표시하고 많은 비중을 차지하는 순으로 비중을 두어 의미를 설명하는 방법을 사용하였다. 자료의 분석은 SPSS 10.0WIN 프로그램을 이용하여 기술통계 분석과 빈도분석, 그리고 교차분석을 실시하였다. 설문조사 결과를 토대로 통계 처리하여 그 결과를 분석하였다.

1) 경기도, 2002년 중소기업지원시책 종합안내서, 경기 중소기업 종합지원센터, 2002.

3-1-4. 디자인과 전공에 대한 이해

<표 3-1> 디자인과 전공에 대한 이해

설문내용	N	최소값	최대값	평균	표준편차
중소기업발전에 디자인의 역할이 크다	576	4	7	6.26	0.93
나는 내 전공에 대해 충분히 이해하고 있다	576	1	7	4.76	1.23
전공을 심힐 수 있는 곳에 취직을 하겠다	576	3	7	6.50	0.93
전공에 따른 전문지식 습득을 위해 대학원에 진학하겠다	576	1	7	3.72	1.67
디자인전공 외에 경영학, 마케팅, 유통구조, 상품기획, 상품개발, 주형설계, 영미미디어, 엔터테인먼트 등의 연계수업이 필요하다	576	3	7	6.00	1.13
유효수(복록별)	576				

3-1-5. 디자인의 역할에 대한 이해

<표 3-2> 중소기업발전에 디자인의 역할이 크다

설문내용	척도	빈도	퍼센트
	보통이다	48	8.3
	약간 그렇다	48	8.3
	그렇다	186	32.3
	매우 그렇다	29.4	51.0
합계	576	100.0	

3-1-6. 중소기업에 대한 인식

<표 3-3> 중소기업에 대한 인식

설문내용	N	최소값	최대값	평균	표준편차
중소기업도 경영만 잘하면 대기업이 될 수 있다	576	1	7	5.20	1.45
나는 절대로 중소기업에는 취직하지 않겠다	576	1	7	3.23	1.33
중소기업이지만 건실한 기업이면 선택할 수 있다	576	1	7	5.85	1.14
중소기업일수록 디자인부서가 필요하다	576	1	7	6.09	1.15
중소기업의 디자인 부재는 발전 저해요인이 된다	576	1	7	5.73	1.77
중소기업 사장은 디자인의 중요성을 잘 모른다	576	1	7	4.54	1.44
유효수(복록별)	576				

3-2-1. 조사방법

기업내 디자인 조직의 디자인 경영에 대한 이해와 경영 환경과 관련된 디자인 개발의 필요성. 그리고 디자인 경영의 활용실태를 조사·분석하기 위하여 설문지에 의한 방법을 이용하였다. 중소기업 경영에서 디자인을 어떻게 경쟁력 증진의 수단으로 활용하고 있는지에 대해 디자인 경영 측면에서 개괄적인 고찰을 하고 특히 기업 내 디자인팀에서 업무 수행에 필요한 커뮤니케이션 활성화를 도모하기 위한 필요 요인이 무엇인가를 규명하고자 한다.

3-2-2. 조사대상 및 범위

조사대상은 기업내 디자이너를 대상으로 하였으며, 서울 및 경기도내 입주 중소기업의 소속 디자이너들을 대상으로 설문 조사하였다.

3-2-3. 디자인경영전략에 대한 관심도

3-3. 디자인 경영에 관한 중소기업 CEO 실증분석

3-3-1. 조사방법

기업내 디자인 조직의 디자인 경영에 대한 이해와 경영 환경과 관련된 디자인 개발의 필요성. 그리고 디자인 경영의 활용실태를 조사·분석하기 위하여 설문지에 의한 방법을 이용하였다.

<표 3-4> 디자인경영전략에 대한 관심도

설문내용	N	최소값	최대값	평균	표준편차
우리회사는 디자인부서가 필요하다	414	1	7	6.22	1.31
중소기업일수록 디자인에 대한 관심과 투자가 필요하다	414	2	7	6.28	1.04
디자인 경영의 중심요소는 C.I.P.I이다	414	1	7	5.58	1.38
중소기업이 발전하기 위해서는 디자인 경영 전략수립이 필요하다	414	2	7	5.98	1.09
나는 디자인경영전략수립에 대하여 관심이 있다	414	1	7	5.77	1.18
기업 경영의 성패는 디자인경영(관리)의 성과와 관련이 있다	414	1	7	5.70	1.13
우리 회사 임원진들은 디자인 경영에 대하여 관심이 있다	414	1	7	5.70	1.16
정부에서 디자인 촉진을 일부 지원해준다면 우리회사도 디자인부문에 적극 투자하겠다	414	2	7	5.90	1.03
회사 자체 비용으로 디자인에 투자하기가 어렵다	414	1	7	4.01	2.01
디자인 부문에 투자하는 것은 회사로써 낭비이다	414	1	7	1.69	1.22
유효수(복록별)	414				

3-3-2. 디자인 조직의 경영상에서 어려운 점 우선순위

<표 3-5> 디자인 조직의 경영상의 어려운 점 우선순위

설문내용	평균순위
새로운 인력확보	6.70
관련부서간 협조체제	5.83
의사결정 문제	4.60
디자인매니저의 권한 부족	4.93
짧은 개발기간	2.83
최고경영자 간섭	5.70
디자인에 대한 이해부족	3.87
디자이너의 자질 및 능력부족	7.80
예산부족	2.73

4. 결론

본 연구에서는 중소기업의 경영특성과 관련하여 디자인의 전략적 활용 필요성과 그에 근거한 디자인 경영의 도입 필요성에 대해 고찰하였으며, 국내 중소기업의 디자인 활용 실태에 대한 분석에 기초하여 국내 중소기업의 디자인 경영과 그 후 해결과제에 대해 고찰하였다. 그리고 국내 중소기업의 디자인 경영현상과 그 후 해결과제에 대해 고찰하였다. 그리고 국내 중소기업의 디자인 경영현상과 해결과제에 기초하여 바람직한 디자인 경영 시스템의 구성요소 및 도입 프로세스에 대해 논의하였다.

이상의 연구 결과를 토대로 중소기업에 위한 디자인 경영과 관련하여 알아두어야 할 사항을 여섯 가지로 요약할 수 있다.2)

- (1) 합의적인 디자인 환경의 조성을 위한 투자
 - (2) 다양한 디자인 전문이력 확보 및 활용
 - (3) 디자이너의 기업 경영전략에 적극적인 참여유도
 - (4) 체계적인 디자인 경영시스템의 구축
 - (5) 디자인경영전략을 위한 적극적인 투자환경 조성
- 이와 같은 중소기업의 디자인 경영전략의 기본 틀로서 체계적인 디자인경영관리체계를 확립함으로써 중소기업은 성공할 수 있을 것이다.

5. 참고문헌

- 경기도, 2002년 중소기업지원정책 종합안내서, 경기 중소기업 종합지원센터, 2002. 2
- 정경원, 디자인과 브랜드, 그리고 경쟁력, 웅진북스, 2003. 5
- 2) 정경원, 디자인과 브랜드, 그리고 경쟁력, 웅진북스, 2003. 5