

디자인비즈니스관점으로의 패러다임의 전환

Paradigm Shift to Design Business Perspective

김명주

조선대학교 디자인학부

김정필

조선대학교 디자인학부

이진렬

조선대학교 디자인학부

Kim, Myoung-Joo

Division of Design, Chosun University

Kim, Jung-Pil

Division of Design, Chosun University

Lee, Jin-Ryeol

Division of Design, Chosun University

• Key words: Deign Business, Pull Design Paradigm

1. 서론

디자인패러다임은 70-80년대의 제조기반형 사고로 90년대 이후 지식기반사회의 도래에 따라 디자인분야도 새로운 패러다임의 필요성이 대두되고 있다. 이러한 새로운 디자인패러다임은 시장기반 디자인패러다임으로 변화되어야 할 필요가 있다. 즉, 시장에서의 제품의 판매성공은 기술이나 소재 또는 생산설비능력에 의한 것이 아니라 소비자들이 구매하려는 욕구에 특정제품이 부합하느냐 그렇지 않느냐에 결정이 되므로 소재, 기술, 생산설비투자보다는 소비자가 원하는 욕구를 파악하고 이를 디자인을 통해 상품화하는 과정에 대한 투자가 우선적으로 이루어져야 한다. 따라서 디자인이 주도하고 이에 부응하여 산업이 이루어지는 디자인주도적 산업공급이 이루어져야 한다. 이러한 디자인주도적 산업시스템을 본 연구에서는 풀디자인패러다임(pull design paradigm)이라고 정의한다. 이러한 풀디자인패러다임의 실현은 현재까지 디자이너측면에서 디자인개발업무에 한정되어 있던 개념을 확장하여 디자인개발이 아닌 디자인비즈니스로의 관점의 변화와 실현을 통해 가능하다. 따라서 본 연구는 이러한 디자인비즈니스패러다임으로의 인식전환을 위한 노력의 일환으로 풀디자인패러다임의 개념과 디자인비즈니스의 개념 및 디자인비즈니스의 실현방안에 대해 살펴보고자 한다.

2. 디자인비즈니스의 개념과 목표

디자인비즈니스란 “가치창출을 위한 능동적인 디자인개발업무를 통해 부가 가치를 창출하도록 하는 수익창출을 위한 제활동”이라고 정의할 수 있다. 따라서 디자이너는 클라이언트가 의뢰한 디자인개발을 수동적으로 진행하고 이에 따른 디자인개발비를 얻는 것이 아니라 개발할 아이템 또는 이미 결정된 아이템에 대한 능동적인 디자인개발업무를 진행하여야 한다. 디자인비즈니스의 관점에서 보면 전통적인 디자인업무에서 의미하듯이 클라이언트가 의뢰한 디자인개발을 수동적으로 진행하고 이에 따른 디자인개발비를 얻기 보다는 디자인을 하나의 비즈니스핵심요소로 보고 이러한 비즈니스핵심요소로서의 디자인을 통해 산업체, 유통업체 및 지자체와의 역학관계를 통해 적극적으로 수익을 창출할 수 있는 비즈니스의 관점에서 디자인을 접근할 필요가 있다.

이러한 디자인비즈니스의 관점에서의 디자인개발업무는 다양

한 성격과 유형을 내포하고 있다. 즉, 디자인과 관련된 정보를 제공한든지, 디자인에 대한 소유권을 보유하며 개발비를 받기 보다는 판매에 따른 수익로열티를 지급받는든지, 자체적으로 생산아웃소싱을 통해 판매수익을 창출한든지 혹은 자체적인 유통기관을 보유함으로써 유통과 판매를 통해 수익을 창출하는 것 등 다양한 방법을 통해 능동적인 이윤추구 및 수익창출이라는 비즈니스의 목표를 달성할 수 있다.

3. 디자인비즈니스의 전제조건

디자인비즈니스실현을 위한 전제조건에서 제일 먼저 필요한 것은 디자이너가 디자인의 문제를 능동적인 디자인개발프로세스로 접근하는 패러다임을 인식하여야 한다. 즉, 디자이너는 기업(클라이언트)이 요구하는 디자인을 의뢰받아 기업이 원하는 대로 디자인안을 제안하는 수동적 디자인업무로부터 우수한 아이디어를 바탕으로 한 디자인을 선점하여 기업이나 혹은 클라이언트에게 제안하는 능동적이며 디자인주도적인 디자인업무를 진행함으로써 디자인의 핵심가치인식과 아울러 고부가가치의 디자인업무를 추진하여야 한다.

따라서 성공가능성이 있는 아이디어를 바탕으로 굿디자인개발을 추진하여 기업 또는 클라이언트에게 제안함으로써 디자인에 대한 법적 소유권을 디자이너가 유지하는등 디자인개발에 따른 개발료 이외에 다양한 방법을 통해 수익창출을 달성해야 한다. 따라서 디자인비즈니스의 실현과정은 전통적으로 제조기반중심의 산업요소마인드와 디자이너중심적이던 디자인개발과정에서 벗어나 디자인중심의 산업적 사고에 대한 인식이며 이를 위해 전술한 바와 같이 객관적이고 과학적인 프로세스가 정립과 다양한 수익창출방안의 모색이 필요하다. 따라서 시장지향적인 정보탐색, 성공가능성이 높은 디자인아이템의 선정, 과학적 컨셉테스팅, 순환적 디자인평가 및 효율적인 디자인관리와 아울러 디자인의 소유권확보를 위한 법적 권리, 공동브랜드 및 아웃소싱과 관련된 다양한 지식을 확보하여야 한다.

4. 디자인비즈니스의 유형탐색과 실현방안

본 연구에서는 디자인비즈니스의 유형을 활동주체와 소유권여부에 따라 디자인을 통한 수익창출유형을 기초로 하여 디자인비즈니스 유형을 매트릭스상에서 분류하였으며 이 결과는 다음 <표 1>과 같다. 각 유형에 대한 개념과 실현방안은 다음

절에서 기술하고자 한다.

	디자인결과물 비소유	디자인결과물 단독소유	디자인결과물 공동소유
DI(Designer-Industry)형 디자인 비즈니스	①수동형정보제공 ②능동형정보제공 ③수동형 디자인개발 ④능동형 디자인개발 ⑤디자인관리	⑥디자인소유 ⑦디자인소유 관리	⑧디자이너- 산업체 디자인공동소유
DID(Designer-Industry-Distributor)형 디자인 비즈니스	⑨유통업체 사업주도	⑩디자이너 사업주도	⑪디자이너- 유통업체 디자인공동소유 ⑫디자이너- 산업체- 유통업체 디자인공동소유
PGC (Provincial Government-Centered)형 디자인 비즈니스	⑬지방자치단체 디자인소유	⑭지방자치단체 주도 디자이너 디자인 소유	⑮지방자치단체 주도 디자이너- 산업체 디자인공동소유 ⑯지방자치단체- 디자이너디자인 공동소유
PO (Production-out sourcing)형 디자인 비즈니스	⑰디자이너주도 생산아웃소싱	⑱지방자치단체 주도 생산아웃소싱	⑲디자인공동소유 생산아웃소싱
DDC (Designer Distribution-Centered)형 디자인 비즈니스		⑳ 디자이너 유통주도	

<표 1> 디자인을 통한 수익창출의 유형분류

4-1. DI(Designer-Industry)형 디자인비즈니스

DI형 디자인비즈니스는 디자인을 바탕으로 한 수익창출행위의 활동주체가 디자이너와 산업체가 주도적으로 수행하는 경우로 먼저 디자이너와 산업체가 활동주체로서 디자이너가 디자인결과물을 소유하지 않는 경우, ①수동형정보제공 ②능동형정보제공 ③수동형디자인 개발 ④능동형디자인 개발 ⑤디자인관리로 분류할 수 있다. 또한 디자이너가 디자인결과물을 단독소유하는 경우 ⑥ 디자인소유와 ⑦디자인소유관리 및 디자인을 공동으로 소유하는 경우 ⑧디자이너-산업체 디자인공동소유로 분류할 수 있다.

4-2. DID(Designer-Industry-Distributor)형 디자인비즈니스

DID형 디자인비즈니스는 디자인을 통한 수익창출의 활동주체로서 디자이너와 산업체 및 유통업체가 주도적으로 수행하는 경우로 먼저 디자이너가 디자인결과물을 소유하지 않는 경우에는 ①유통업체 사업주도로, 디자이너가 디자인결과물을 단독소유하는 경우에는 ②디자이너 사업주도로 그리고 디자인결과물을 디자이너와 유통업체 혹은 디자이너와 산업체 및 유통업체와 공동소유하는 경우에는 ③디자이너-유통업체 디자인공동소유 및 ④디자이너-산업체- 유통업체디자인 공동소유로 분류할 수 있다.

4-3. PGC(Provincial Government-Centered)형 디자인비즈니스

PGC형 디자인비즈니스는 디자인을 통한 수익창출활동을 디자이너나 산업체 혹은 유통업체가 아니라 행정기관 혹은 해당 지역의 지방자치단체가 활동주체가 되어 사업을 주도적으로 수행하는 경우로 본 연구에서 각 지역의 관련행정기관을 지방

자치단체로 제한하여 제안하고자 한다. 이 경우 먼저 디자이너가 디자인결과물을 소유하지 않는 경우에는 ①지방자치단체 디자인소유로, 디자이너가 디자인결과물을 단독소유하는 경우에는 ② 지방자치단체주도 디자이너디자인소유로 그리고 디자인을 공동소유하는 경우에는 ③지방자치단체주도 디자이너-산업체 디자인공동소유와 ④지방자치단체-디자이너디자인 공동소유로 분류할 수 있다.

4-4. PO(Production Outsourcing)형 디자인비즈니스

PO(생산-아웃소싱)형 디자인비즈니스는 개발된 디자인안을 디자인을 통한 수익창출영역내의 활동주체인 산업체가 직접 제품화하기 보다는 국내 또는 해외 생산업체에 아웃소싱하는 형태로 먼저 디자이너가 디자인결과물을 소유하지 않는 경우에는 ①디자이너주도 생산아웃소싱, 디자이너가 디자인을 단독소유하는 경우 ② 지방자치단체주도 생산아웃소싱 및 디자인을 공동소유하는 경우 ③ 디자인공동소유 생산아웃소싱으로 분류할 수 있다.

4-5. DDC(Designer Distribution-Centered)형 디자인비즈니스

DDC(디자이너유통주도)형 수익창출은 디자이너가 디자인에 대한 소유권을 행사하면서 동시에 유통업무를 직접 담당함으로써 생산만을 제외한 산업전반에 주도적으로 관여하여 수익을 창출하는 유형이다.

5. 결 론

본 연구는 과거 산업체의 요구에 따라 수동적으로 디자인개발 업무를 담당하였던 디자이너의 역할에서 벗어나 능동적이고 주도적으로 디자인을 개발하고 궁극적으로는 디자인개발이외의 다양한 방법으로 수익을 창출하는 디자인비즈니스의 실현 방안을 제안하였다.

이러한 디자인비즈니스의 실현은 첫째, 디자이너의 입장에서 수동적인 디자인개발관점이 아닌 디자인비즈니스관점으로 패러다임이 전환되어야 하며 둘째, 산업체가 기술이나 품질이 아닌 디자인을 중심으로 하여 사업구조를 영위할 수 있도록 하는 디자인주도적 사업구조가 이루어져야 한다. 이러한 디자인주도적 산업시스템을 본 연구에서는 풀디자인패러다임(pull design paradigm)이라고 정의하였다.

즉, 디자이너측면에서는 수동적인 디자인개발을 벗어나 능동적이고 주도적인 디자인개발을 추진하며 아울러 주관적인 심미성접근에서 벗어나 시장지향적인 정보탐색과 과학적 디자인 개발 및 효율적 디자인관리 등 객관적이고 과학적인 디자인프로세스를 전개함으로써 산업체에 성공가능성이 높은 디자인개발안을 제안할 수 있어야 하며 아울러 디자인에 대한 소유권 행사나 유통참여 혹은 생산아웃소싱업무를 담당함으로써 디자인개발비가 아닌 판매로열티, 관리비 및 다양한 수수료를 통해 수익창출을 극대화하는 비즈니스마인드를 재고해야 한다.

참고문헌

- Kotler, Philip & Gary Armstrong, "Principles of Marketing", 10th ed. Person Prentice Hall, 2004.