

서비스혁신디자인의 이해를 위한 기초연구

The basic study of Service Innovation Design

이성필 Lee, Sung Pil

동서대학교, 서비스디자인센터

ABSTRACT

급변하는 사회의 변화에 따라 제조업 중심의 대량생산 전략으로 이윤을 창출하는 수익구조의 시대는 지나고 새로운 산업 형태의 비즈니스 모델 발굴을 통한 사회적 문제들의 해결안을 모색하려는 의도가 요구된다. 이에 미래의 대체 핵심 산업으로서 서비스산업을 국가적 차원에서 발전시키려는 시도를 하고 있으나 서비스의 정의 및 방향성에 대한 개념의 정립에 있어 여러 가지 한계에 부딪히고 있는 실정이다. 또한 국가별 서비스의 이해와 연구 방향에 있어 다소 차이가 있으나 국가별 환경과 인프라를 최대한으로 활용하여 국가 산업의 경쟁력을 강화함에 있어 서비스혁신디자인 학문분야를 다양하게 적용할 수 있다. 가령 한국을 비롯한 미국, 일본, 중국 등의 나라는 제조 산업 기반의 생산성 지향적 서비스(Productivity in Service)를 서비스 산업에 적용하고, 유럽의 대부분의 나라는 생태보존의 방법에 있어 서비스분야를 접목하는데 있는데 Product Service System의 관점에서 접근 한다. 마지막으로 지역의 경쟁력 강화를 위하여 서비스 개념의 접근 방법을 지역혁신서비스(Regional Revitalization)라고 한다. 본 연구에서는 서비스의 개념을 정립 하고 서비스의 의미와 연구 분야 별 접근방법 등을 여러 가지 사례로 설명하려 한다. 나아가 본 연구를 통하여 서비스디자인 관련분야의 학문적 기초를 다지는데 기여를 할 것 있을 것이라 생각 한다.

Keyword: 서비스디자인의 정의, 생산성 지향적 서비스, 생태보존을 위한 서비스, 지역혁신서비스

1. 서론

서비스산업의 중요성 및 가치에 대하여 2004 년 12 월 미국경제협회 보고서인 Innovate America 에서 처음으로 제창 되었다. 미국의 IBM 사의 Samuel Palisano 회장은 필연적으로 서비스에 대한 깊은 이해와 생산성 향상이 요구되지만 제조업과 비교해 그 생산성이 높지 않다. 이러한 상태가 계속되면 국가 산업 전체에 영향이 미칠 것이다. 하루빨리 서비스 자체를 연구대상으로 하는 서비스 사이언스 학문

영역을 부흥시키지 않으면 안 된다” 라고 제창하였다. 또한 실질적으로 일본의 소니 경제연구소에서 발표한 자료에 따르면 생산의 전 분야에 있어 R&D 및 After service 분야가 생산의 전반에 있어 가장 큰 부가가치를 창출한다고 하였다. 이렇듯 미국에서 시작한 서비스분야는 국가의 전 산업에 있어 미국은 75%, 일본은 69%, 유럽공동체(EU)는 64% 그리고 한국은 56%를 차지한다. 또한, 한국의 1 인당 국민 총 소득(GDP)와 고용창출의 부분에서도 1980 년 이래로

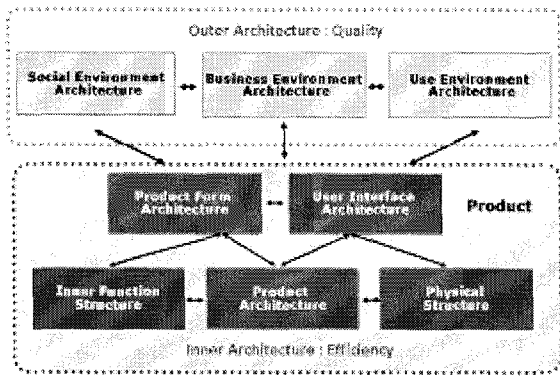
지속적인 증가세를 보이고 있다. 따라서 서비스의 의미는 소비자들에게 감동을 통하여 이윤을 창출하는 행위로서 일종의 경제 활동이라고 정의 할 수 있다. 본 연구에서는 지금까지 대부분의 디자인분야에서 진행되고 있는 디자인접근 방법 외에 새로운 디자인분야를 서비스혁신의 관점에서 접근하고 새로운 연구 분야의 소개를 통하여 디자인교육 및 산업전반에 있어 서비스 산업에서 디자인학문이 어떻게 공헌을 할 수 있는지 방향성을 제공하고자 함이 본 연구의 목적이다.

2. 연구목적

오늘날 사회의 변화와 소비자 요구의 다양성, 그리고 기술개발 및 수출주도형 전략으로 산업의 전반을 진행은 결과 오늘날 세계의 경제적 불황에 대체하며 위기를 극복할 수 있는 방법에 있어 한계를 극복하지 못하고 있다고 생각한다. 이러한 위기를 극복하고 국가의 경쟁력을 강화 시키는 방안에 있어 디자인분야에서 어떠한 공헌을 해야 하는지 깊게 생각해야 할 때가 된 것 같다. 기업의 예를 들어보자. 지금까지 디자인분야를 비롯한 산업의 전 분야에서 생산성의 극대화를 구축하기 위하여 효율성만 지나치게 강조한 나머지 부가가치의 창출이라는 부분을 소홀히 한 것 같고 지나치게 제조업에만 국한되어 대학에서 교육을 진행해온 것 같다. 이러한 가치의 창출에 있어 제조뿐 아니라 다양한 분야에서 디자이너가 공헌할 부분이 많다고 생각한다. 이를 구축하고 새로운 분야를 창출함에 있어 서비스디자인에 대한 정확한 정의를 만들고 만들어진 정의를 바탕으로 새로운 분야를 창출하여 대학이나 기업에서 어떠한 관점에서 교육을 하고 전략을 만들어 나갈지 생각해야 한다. 본 연구에서는 첫 번째로 서비스디자인 정의를 내리고 분야를 분류하고 규정하는데 목적이 있고 고찰을 통하여 각 분야별로 서비스를 어떻게 정의 하고 접근하는지에 대하여 알아보고 두 번째로 디자인분야에서 어떠한 방향으로 대응을 해야 하는지에 대하여 방안을 제시하는데 그 목적이 있다.

3. 디자인학문의 서비스학문의 한계성

서비스디자인의 완성에 있어 앞서 언급한 효율성 및 부가가치의 향상을 전반적인 사례로 예시하였다. 그러면 부가가치란 어떻게 구성이 되어 있으며 어떻게 연구 되어야 하는지 생각해보자. 부가가치란, 크게 3 가지의 분야로 구성이 된다. 소비자 의 관¹⁾점, 기업 혹은 서비스제공자의 관점 그리고 마지막으로 사회적 관점이 그것이다. 현재 디자인 분야에서 중점적으로 진행되는 연구 분야는 여러 가지 사회의 문제점을 해결하는데 있어 엄청난 기여를 했다고 생각한다. 하지만 디자인의 문제점을 해결하는데 있어 인간의 관점에서만 지나치게 생각하는 경향이 있다. 사회적인 관점, 기업의 관점 또한 중요하다. 가령 인간중심의 디자인이란 창조자의 logic 과 창조력 보다는 소비자의 요구사항을 어떻게 만족시킬지에 대하여 연구하는 학문분야이고, 인간경험중심의 디자인이란 소비자의 암묵지식이나, 요구사항을 디자이너의 창의력으로서 일깨워주고 충족 시켜주는 방법을 의미한다. 또한 감성디자인의 정의를 세계적인 석학인 도날드로만(Donald Roman)교수가 주장한 사용상의 즐거움(Fun to use), 형상의 즐거움(Aesthetic Appreciation)을 감성디자인 이라 정의 하였다. 마지막으로 진정한 의미의 유니버설 디자인이란 남녀노소 누구나 힘들이지 않고 쉽게 인지하고 사용할 수 있는 것을 디자인 하는 학문이라고 미국의 아리조나 주립대학의 유니버설디자인 연구소에서 주장하였다. 따라서, 서비스혁신디자인의 완성은 인간(User Environment Architecture)의 관점뿐 만 아니라 사회적 (Social Environment Architecture)관점 그리고 서비스의 제공자 (Business Environment Architecture)의 관점에서도 다각도로 접근해야 하는데 이를 제품의 속성에 있어 외부적 속성(Outer Architecture)라고 정의한다. 나아가 제품에 있어 내적인 속성(Inner Architecture)도 아울러 고려하여 상호 현상간의 긴밀한 연관 관계를 적절히 설명 할 수 있어야 성공적이고 완성된 서비스혁신디자인이라 할 수 있을 것이다.

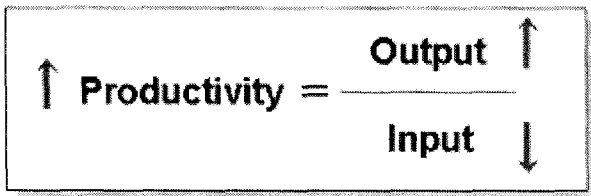


<내/외적인 속성의 연계를 통한 서비스디자인의 완성 >

4. 분야별 서비스디자인의 정의

4-1. 생산성 지향적 서비스

서비스 분야에서 가장 많이 연구되고 활용하고 있는 분야가 공학 분야라고 생각한다. 특히 생산성 향상이라는 것은 서비스 연구에 있어 핵심적인 부분으로 생산성이라는 것은 효율성만으로 완성되는 것이 아니라 효율성과 부가가치의 결합으로 혁신적인 생산성을 창출 할 수 있다고 생각한다. 공학 분야에서 주로 주장하는 생산성이란 가격인하를 통한 효율성의 극대화를 서비스라고 생각하는 경향이 있다. 이에, Product Architecture System, Six Sigma 그리고 Toyota Method 등은 생산방법에 있어 낭비제거 및 생산의 효율성을 극대화 하기 위한 서비스 혁신 사례이다. 아래의 도표는 생산성을 향상을 위한 서비스전략으로서 Input 은 효율성을 높이기 위하여 불필요한 투자와 낭비를 줄이는 것을 의미하고 Output 은 부가가치를 높이는 것을 의미한다.

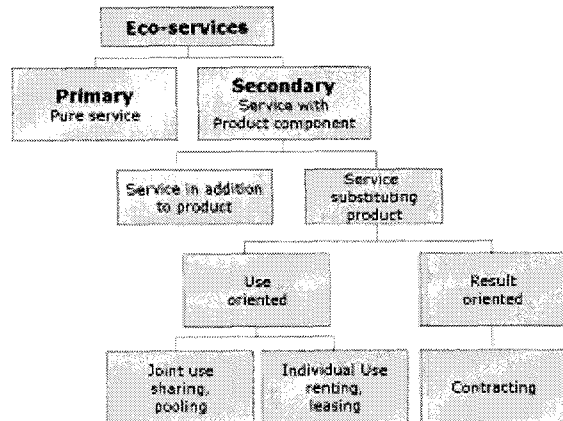


<생산성 향상을 위한 서비스전략>

4-2. 생태보존을 위한 서비스

유럽에서 주로 행해지고 있는 서비스디자인 접근 분야로서 제품의 생산을 억제하고 동일한 만족을

소비자에게 전달 될 수 있는 지에 관하여 집중적으로 연구한다. 이를 생태보존 디자인(Sustainable design)이라 하며, 이러한 분야에 접근하는 방법에 있어 Product service system 을 주로 활용한다. 또한, Product service system 에서는 지역의 생태자원이나 환경을 이용하여 깨끗한 제품을 구축하는 것으로서 4 가지 타입의 서비스를 주장한다. 첫째, 결과에 대한 서비스(Result Services), 생태환경의 자원(Resource)의 적절히 이용한 서비스(Shared Services), 제품의 수명 연장을 위한 서비스(Product life extension services) 마지막으로 수요적 측면의 조절 및 이에 대한 매니지먼트(Demand side management)가 있다. 아래의 예시는 스웨덴의 환경보존국 에서 제안한 내용으로서 Product service system 을 이용하여 환경 및 생태를 효과적으로 보존 할 것인지에 대한 연구 보고서다.



< 생태보존을 위한 Product service system 의 사례 >

4-3. 지역혁신을 위한 서비스

오늘 날 공공디자인 등 지역의 활성화를 위하여 국가에서 다양한 정책을 내놓고 있는 실정이고 이는 지역의 브랜드를 강화하기 위한 목적으로 행해진다. 하지만 지역혁신 (Regional Revitalization)을 위한 서비스로서 지역의 브랜드 강화를 위한 서비스를 포함 하여 크게 세 가지 분야로 나눌 수 있다. 첫째, 기술력을 이용하여 지역의 한계성을 극복하는 서비스 분야로서 대표적인 사례로 콜센터(Call center)를 들 수 있다. 둘째로, 지역의 요구사항을 서비스로

제공하는 분야로서 병원, 학교, 아동복지센터 등을 대표적인 사례로 들 수 있다. 마지막으로 지역의 브랜드 강화를 위하여 지역의 자원을 최대한 이용하여 서비스를 제공하는 것으로서 관광산업이 그것이다. 또한, 관광의 범위에는 크게 5 가지로서 눈으로 보며 즐기는 관광, 쇼핑관광, 교통관광, 음식관광, 숙박관광 등을 예로 들 수 있다. 지역혁신 산업의 가장 성공적인 국가로는 일본의 예를 들 수가 있는데, 아래의 예시는 일본의 전철역에서 한국어, 일본어, 영어, 중국어 4 개 언어를 지원하여 일본의 방문자가 길을 쉽게 찾을 수 있도록 도와주는 대표적인 서비스 사례라 할 수 있다. 이를 통하여 외국에서 일본을 방문하는 관광객들이 안전하게, 길을 잃지 않고 목적지까지 도착 할 수 있는 좋은 서비스의 사례라 생각한다. 또한 일본의 동경에는 외국인 관광객의 도움을 위해 3 개 이상의 언어를 지원하는 센터가 43 개이며 관광객의 애로사항을 지원해주는 센터가 145 개 이다. 한국의 부산의 경우는 모두 합쳐 13 개에 지나지 않은데, 이는 한국의 관광의 활성화를 위해서 이러한 지원센터를 받듯이 증가해야 한다고 생각한다.



<일본의 전철역에서의 다국적 언어지원 서비스 사례>

4. 결론

본 연구에서는 지금까지 서비스혁신디자인이라는 개념을 정립하는데 있어 현상을 서비스의 관점에서 새로운 방법을 적용하여 가격인하 혹은 공짜라는 개념이 아닌 효율적으로 생산성을 향상시키기 위한 경제활동이라고 정의 하였다. 또한 제공되는 서비스 현상을 다각도 (내적속성 및 외적속성)의 관점에서 접근해야 한다고 규정하였다. 또한

디자이너가 현재의 산업의 한계성을 해결 하고 미래의 새로운 산업을 발굴 함으로서 사회의 문제점들을 해결하는데 있어 차별화된 전략으로 기여를 해야 하고 현재 산업의 문제점들과 미래의 새로운 산업 분야를 발굴 함으로서 디자이너가 이러한 산업에 어떻게 기여할 것인지 연구해야 한다. 이의 실현을 위해서는 학제 간 융합된 연구가 필요한데, 현실적으로 국내의 디자인 교육 및 기업에서의 연구방법에 있어 그렇지 못한 것이 현실이기 때문에 향후 받듯이 풀어야 할 과제이다. 또한, 서비스혁신디자인의 연구 분야를 첫째, 생산성 지향적 서비스(Productivity in service) 둘째, 생태보존을 위한 서비스(Product service system) 셋째, 지역혁신을 위한 서비스(Regional revitalization)로 크게 3 가지 방향으로 분류 하였다. 따라서 본 연구의 효과로서는 지금까지 정확하게 서비스디자인이 무엇인지 개념이 정립되지 않아 혼란스럽고 막연한 서비스디자인에 대한 정의를 내림으로써 산업이나 학문 연구에 기초를 다지는데 기여를 할 것 있을 것이라 생각한다. 향후 연구에는 서비스혁신디자인을 통하여 각 산업분야에 있어 서비스혁신디자인의 적용 방법 및 새로운 분야의 발굴방법 그리고 관련분야의 지속적인 학제 간 융합 연구를 통하여 차별화된 서비스혁신디자인 연구방법을 개발하고자 한다.

참고문헌

- 김창대, (2007) 지속성성장을 위한 비즈니스 모델 혁신전략, 한국경제신문,
- 노재범 외 3 명, (2006). 서비스이노베이션 엔진, 6 시그마, 삼성경제 연구소
- 최영준, (2008). 호스피탈리티 산업개론, 대명사
- UNEP, Product-Service Systems and Sustainability: Opportunities for Sustainable Solutions, 2002.