

부산광역시 10대전략산업과 디자인산업의 디자인경영에 관한 연구

박광철* · 조경섭**

〈요 약〉

본 연구는 부산산업 성장과 고도화를 기반으로 3단계에 걸쳐 실행하는 10대전략산업에 디자인경영 측면에서 해석한 미래전략 디자인산업의 위치와 부산 디자인산업 육성방안을 제시하였다. 나아가 미래가치에 대한 창조혁명의 시대에 핵심 역할로서 디자인산업의 역할과 디자인경영 관점에서 조망하였으며, 부산 10대 전략산업에서 미래전략의 구성과 디자인산업 연관관계를 분석하였다. 특히, 전략산업과의 연관관계를 해석하였다. 디자인경영의 관점은 가치기반으로서의 디자인이 핵심 전략적 기능과 역할을 수행하는 미래가치의 산업이며, 디자인경영의 주요 기능과 비즈니스경영의 관계성을 이론적으로 고찰하였다. 한편, 부산 디자인 육성방안에서 제시된 항목을 정리하여 전략산업과의 연관관계에서 디자인산업 여건과 부산 디자인전략 수립기반의 조성을 위한 추진목표와 체계를 살펴보았다. 다음으로, 전략산업의 디자인경영 요소를 분석하고, 부산디자인 육성 컨셉을 분석하여 핵심전략으로서의 의미와 위치관계, 정책우선 등 부산산업 30대 프로젝트의 분석과 그룹핑을 통하여 단계별 실현가능성의 순위를 도출하였다.

본 연구의 주제는 창의성 산업은 미래 산업 결정조건과 핵심가치라는 점과, 디자인 경영에 대한 인식의 전환, 그리고 부산 디자인산업의 비전과 추천전략으로서의 의미를 평가해 보는 것이다.

21세기 초에 정보혁명의 지식경제가 도래하였다. 2000년대의 전반적인 축이 디자인 전략경영에 의해 창조적 혁신의 성장기를 준비하고 있다. 창조 패러다임의 도래와 지금은 창조경제 시대의 기능과 역할의 중심에 디자인경영의 새로운 이노베이션 DNA을 창출 할 것이며. 개별산업디자인에서 산업의 컨버전스화로 산업간 융합을 거쳐 디지털의 정보화, 지식화를 통해 디자인 프로세스가 변화가 되었으며, 정보, 기술을 활용한 가치창출의 통합디자인이 부산 디자인산업 육성과 10대 전략산업의 핵심적 역할을 할 것으로 기대되고 있다.

핵심주제어 : 부산 10대 전략산업, 디자인경영, 미래가치, 창조사회, 핵심가치

논문접수일: 2011년 10월 28일 수정일: 2011년 12월 06일 게재확정일: 2011년 12월 20일

* 동의대학교 산업디자인학과 교수, 경영학 박사. kcpark@deu.ac.kr

** 동의대학교 광고홍보학과 교수, 경영학 박사. adcho@deu.ac.kr

I. 서 론

부산광역시 10대 전략산업 육성에 대한 세부적인 로드맵을 통해 미래전략 산업과 핵심전략산업을 구분하여 확정하였다. 2013년까지 총 8조 4천억 원을 투자, 지역 총생산(GRDP)을 76조 4천억 원으로 확충하는 3단계 전략산업의 내용은 중점분야와 전략분야로 확정, 시행하고 있다. 3단계 전략산업은 하드웨어 등 소프트웨어의 단위 사업으로 세분화 시키는 구조를 설정하고 있다. 전략사업의 유형에는 지역전략사업(Regional Strategic Industry)이 있다. 그 정의는 특정 지역이 전략적으로 육성하고자 하는 산업으로서, 지역적으로 특화, 전문화하고자 하는 산업이다.(한국학중앙연구원, 2009) 정책적 의미로서 지역전략산업은 1999년 4개 지역(대구, 부산, 경남, 광주)의 지역진흥산업이라는 이름으로 추진되는 것을 참여정부시절에 지역전략산업으로 변경해서 확대·추진한 것인데,(한국학중앙연구원, 2009) 이명박 정부에서는 광역경제권 발전정책으로 전환되면서 지역 선도산업이 추가되어 병행·추진되고 있다. 지역전략육성산업의 법률적 근거는 「국가균형발전특별법」 제2조 및 11조, 「산업 발전법」 제8조, 「산업집적 활성화 및 공장설립에 관한 법률」 제3조, 제22조 3항 및 동법시행령 제7조 3항, 「산업기술혁신촉진법」 제19조 1항 3조, 제11조 1항 8호에 의거한 시행이다. 부산의 10대 전략산업육성은 3단계에 걸쳐 순차적으로 육성하고 있다. 본 연구의 주요 논점은 3단계 미래전략산업에서의 지역산업의 특성과 융·복합된 개념의 연결고리를 디자인산업에 두었다는 것과 디자인경영의 개념에서 또 다른 변화로 요약할 수 있다. 고급화와 차별화 전략, 수요자의 욕구와 사용자의 만족감을 마케팅의 관점에서의 개연한 의미를 통해 디자인경영 효과를 인식하고, 선진국 진입의 문화적, 산업적 배경으로 판단한 것이다. 부산시의 미래전략산업에 대한 집중과 구조고도화의 육성정책을 통해 지속적인 고부가가치를 추진하려는 목적을 내재하고 있다. 또한 미래전략산업 분류에 대해 디자인산업의 관점에서 본 경영의 디자인 마케팅과 디자인경영의 관계적 관점에서 바라본 핵심전략과 미래전략의 역할과 인식에 대한 관계를 연구하였다. 나아가 변화되는 창조산업의 중심에서 디자인경영의 중요한 역할 가치와 부산의 전략적 방향에서 바라본 디자인산업의 현 위치, 추진되어야 할 방향을 제시하고자 하였으며, 서울 및 기타 지자체에서 생성된 디자인도시와 디자인산업을 표명한 의미, 형태, 태생적 차별화의 요인을 디자인경영 부산의 가치를 통해 조망하고자 하였다.

II. 이론적 고찰

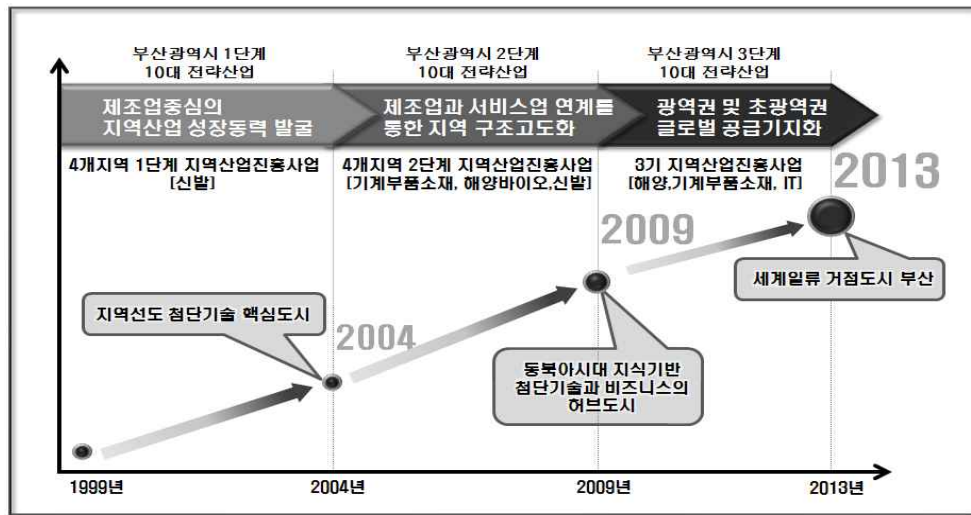
1. 부산광역시 10대전략산업

전략산업 개편 핵심은 미래 산업에 대한 구성점이 구조 고도화 되었다는 평가와 3단계 10대 전략산업 속에 소프트웨어와 휴먼웨어 계도를 넘어선 아트웨어 즉, 창조·문화산업의 종합적 가치를 추구하는 디자인산업이 포함된 것이다. 10대 전략산업은 고급화와 가치추구의 기반을 구축하며, 혁신주도형 지역경제로의 전환 가능성과 하드웨어적 혁신과 소프트웨어적 혁신의 인프라 구축에 많은 노력을 기울였다. 부산지역은 중소기업 위주의 산업구조와 지역 경제의 혁신적 기술을 선도 할 수 있는 대기업의 부족으로 산업구조가 불안정하다. 기계부품 및 부품가공 업체와 선박산업이 경남과 해외지역으로 이전하였고, 전통산업인 신발산업도 OEM 바탕의 산업정책 때문에 디자인능력과 해외마케팅능력의 부족에 따른 유통망을 확보하는데 실패(송경수 2005)하여 중국과 동남아로 이전하여 부산의 기간사업 구조가 확연하게 전환되는 패러다임에 직면하고 있다.

전략사업의 배경은 전통적인 노동집약적 산업구조에서 기술 집약형 성장산업으로 부산 산업구조를 조정하지 못한 경험을 바탕으로 산업구조조정과 산업구조 고도화를 통해 21세기 부산지역 경제를 주도하는 성장엔진산업을 전략산업으로 선정하여, 지역경제의 내성적 발전구조를 정착하여 글로벌 경쟁력을 제고하고 있다. 전략산업의 선정방향을 살펴보면 정부의 신성장 동력산업 육성 및 녹색성장 등 국가산업정책 방향과 조화를 이루도록 유도하고, 자원효율성을 극대화하기 위해 기존에 선정된 산업을 우선 고려하는 2단계 10대 전략산업의 틀을 유지하는 동시에 제조업과 서비스업간 연관관계의 클러스터와 산업별 입지 특성, 입지전개 방향과 연관하여 지역별 전략산업을 선정하였다. 육성정책의 비전과 목표는 동북아 시대의 지식기반을 통해 첨단기술과 비즈니스의 허브도시를 비전으로 부산경제를 선도하는 성장 동력을 창출하는 동시에 글로벌 경쟁력을 갖춘 지역발전 체제를 정착시킬 뿐만 아니라, 21세기 부산경제를 선도하는 성장 엔진을 창출하고 지속성장 가능한 지역산업의 경쟁력을 확보하며, 동남광역경제권의 중추관리 도시로 발전하는 것이다.

전략산업육성정책의 기본 전략은 첫째, 기능적, 공간적 특성화 및 연계를 통한 거점화로 부산광역시의 도시비전 「21세기 동북아 시대의 해양 수도」와 3대 도시목표 「동북아의 물류·비즈니스 중심도시」, 「동남광역경제권 중추도시」,

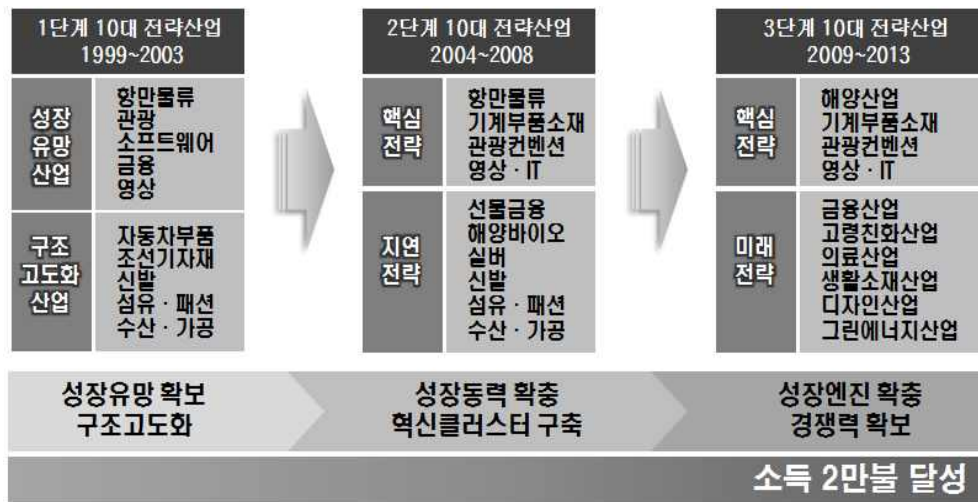
「동북아 해양문화·관광 거점도시」와 연계하며, 도시차원의 전략으로 도시공간을 3대 권역으로 특화·개발하며, 국토차원의 전략으로 5+2 광역경제권 중 동남 광역경제권을 연계 개발하고, 국제 전략으로 부산·후쿠오카 경제협력회의 등 3대 해역 환상결연을 추진하는 것이다. 둘째, 융·복합화를 통한 구조고도화 및 부가가치로 부산의 잠재력을 최대한 활용하고 산업의 클러스터를 내생적으로 형성하여, 지역산업의 경쟁력 향상과 자립적 발전을 유도하고, 기술혁신이나 신규산업이 내생적으로 형성·발전해 가는 지역혁신체제를 구축하며, 첨단산업 클러스터를 형성하는 신산업 창출을 뒷받침하는 기존산업의 진흥을 위한 지원체제나 인프라를 정비하고 동남광역경제권 차원에서 클러스터를 구축 하는 것이다. 셋째, 지식기반을 통해 창의적 핵심인재 육성 및 명품정부 여건 조성을 위해 부산지역의 산업경쟁력을 높이고, 고부가가치 신산업을 창출해 나가는데 있어 최대의 자원은 인재로 지식기반 경제의 핵심인 인재를 최대한 활용할 수 있는 체제를 구축하여 다양한 인재를 모으고 정착하여 활동 할 수 있도록 생활환경을 조성하는 것이 그 기본적 전략이다.



<그림 1> 단계별 전략산업 추진전략

기존 전략산업의 발전 1단계는 성장유망산업과 구조 고도화산업이다. 이를 위해 부산 중소기업 중심의 경쟁우위를 확보하기 위한 차별화 전략으로 접근되었다. 2단계는 핵심전략과 지연전략으로 정량분석(입지계수, 산업연관효과, 파급효

과), 정성분석(혁신역량, 미래성장성, 글로벌 경쟁력, 정책의지), 그리고 전문가 조사를 토대로 선정·실행되었다. 이를 통하여 성장동력 확충과 혁신 클러스터 구축을 추진하는 기대효과를 보였다. 3단계는 쟁점의 핵심전략과 미래전략화이다. 성장엔진 동력을 창출하고 지역산업 경쟁력 확보를 목표로 하여 연평균 4.0%의 GRDP 성장을 통해 2013년에는 소득 2만불 달성을 기대하고 있다.(부산광역시, 10대 전략산업육성 마스터플랜, 2011)



<그림 2> 전략산업 단계별 추진전략 및 기대효과

2. 미래전략으로서 디자인경영

디자인산업은 미래전략 개념에서 부산산업과 단순한 의미로 해석되는 외관중심의 심미적(심적 계획_mental plan) 지적조형 활동을 의미한다. 완벽하게 해석될 수 없어도 디자인산업의 이해도는 부족하다고 판단된다. 미래전략 속에 포함된 가치의 개념이 산업분류표를 이해하는 수준의 의미로 영역을 해석했다는 생각이다. 애플사의 아이폰과 아이패드의 디자인 아이콘이 세상을 지배하는 원인을 이해할 수 있는 산업이 부산 생명산업 요소에는 없는 것일까? 미래전략산업 분류는 상당히 발전된 의미로 해석 되지만, 디자인경영은 더욱 확대된 상위의 개념에서 살펴볼 필요가 있다. 디자인은 눈으로 보이는 조형으로만 상품디자인을 보는 것이 아니다. 디자인의 4요소 분류인 심미성, 경제성, 사용성, 합목적성

은 1960년대 설정된 이론과는 차원적으로 그 의미가 다르며, 디자인경영의 미래 핵심 경쟁력을 비즈니스워크의 전략단계로 해석하고 있다. 제1단계는 1980년대 기술과 정보가 특별한 차별적 가치가 없는 대중화된 상품화를 통하여 글로벌 영역으로 확대되는 단계이고, 제2단계는 1990년대로 대중화된 상품화와 함께 공동화, 아웃소싱의 시대이다. 제3단계는 2000년대 들어서 각 기업의 디자인 전략이 식스시그마를 대체하기 시작하였고, 제4단계는 창조적 혁신이 성장을 추진하는 시대였으며, 제5단계는 새로운 이노베이션 DNA를 갖는 창조적 기업이 주도하는 사회로 구분하고 있다.



<그림 3> 창조 패러다임과 기업의 전략단계

디자인경영은 미래를 위한 준비와 기획을 통해 설정된 디자인 목표의 달성에 초점을 맞추는 활동으로 이해되어야 한다(Eich Geyer and Bernard Burdek, Form: Zeitch Fur Gestaltung, Stuttgart, AWD Design, 1970). 디자인경영은 디자인이 장기적 기업의 목표 달성에 유용한 수단임을 널리 인식시키고, 기업의 목표를 성취하기 위한 모든 활동에 디자인이 올바르게 활용될 수 있도록 해주는 공식적인 업무프로그램의 역할을 수행하고, 나아가 디자인 자원을 기업 활동의 핵심 요소로 간주하는 동시에 기업목표를 달성하기 위해 기업 디자인에 대한 정책, 조직체제, 디자이너 체제, 그리고 평가 등을 포함한 디자인자원을 운용하는데 필요한 일련의 지식체계이다.(곤노 노브리, 1992). 경영자원으로 활용하

는 디자인경영은 두 가지 측면이 있다. 첫 번째는 디자인에 기존 경영학의 방법론을 도입하여 기업과 국가지자체 경영전략의 일환으로 활용하기 쉽게 하는 것이다. 즉 디자인 활동에 경영기법을 도입함으로써 생산성과 효율성을 높이는 것이다. 두 번째는 경영에 디자인의 효능을 도입하여 창조적인 기획 활동을 활성화하는 것이다. 즉 정성적(qualitative)이며 창조성을 기본으로 하는 디자인의 방법론을 경영학에 도입하여 경영에 새로운 전망을 제공하기 위한 것이다. 1998년 <디자인매니지먼트저널(Design Management Journal)>은 이 분야의 아이덴티티 문제가 신속히 해소되어야 한다는 인식하에 디자인 경영의 특집을 출판하였다. “디자인 경영의 본질: 분야의 현황에 대한 논평(A Profile of Management: Comments on the State of the Profession)”에서 편집자인 토마스 월튼(Thomas Walton)은 다양한 정의를 정리하였다. 첫째, 디자인은 비전(vision)이라고 생각하고 싶다. 디자인은 전략적으로 경영하고, 디자인경영은 꿈을 주는 리더십이라고 생각한다(visionary leadership). 둘째, 대체로 조직의 아이덴티티는 공상과 현실 사이의 균형을 이루는 기능을 말한다. 디자인경영은 특히 그와 같은 균형을 이루는데 잘 어울린다. 셋째, 자산경영(asset management)의 한계를 넘어서서 디자인 경영은 태도경영(attitude management)이다. 그것은 기업의 현상뿐 아니라 심성을 동시에 표현한다. 좋은 디자인경영은 조직의 특성을 이해하고 그 속성을 전달시켜준다. 넷째, 디자인 경영은 제품, 더 나아가서는 제조회사에 대한 최종사용자의 인식을 설정하는데 도움을 주는 핵심적인 전략적 혁신자이다. 다섯째, 디자인 경영은 전략적 가치기반(value proposition)을 잘 정의하는 데서부터 시작된다. 그리고 비전, 사명, 목표, 전략, 그리고 행동계획에 관한 명확한 규정으로 이어진다. 디자인경영의 비즈니스 경영 측면으로 보면 디자인은 전통적으로 창의성, 혁신성, 예술성, 심미성 등을 강조하는 성격 때문에 ‘질(quality)’ 위주로 평가 되어왔다. 창의성은 새로운 아이디어와 새로운 방식으로 무엇인가를 행하는 것(김정훈,이신자,백기복,신제구. 2011)의 성공적인 상품에는 디자인이 핵심적인 역할을 하고 있는 사례는 너무나 흔해지고 있다. 유통과 정보의 발달로 인해 촉발된 정보화 사회는 소비자의 개성과 파워를 더 강화하게 하고, 기업의 입장에서는 사용자에게 최대한 접근하는 전략을 갖추어야 한다. 고기능·저가격의 제품이라 해도 소비자가 외면하면 시장에 팔릴 수가 없고 기업은 도태된다. 결국 소비자 취향에 맞는 상품을 개발하기 위해서는 질 위주의 경영을 해야 한다. 디자인 경영은 전통적인 비즈니스 경영의 양과 디자인의 질을 적절한 조화로 소비자의 욕구를 충족시키고, 기업은 이윤을 극대화할 수 있는 솔루션(solution)으로 인식되고 있다.

부산 전략산업의 경영전략은 미래경영, 지식경영, 신뢰경영, 창조경영, 윤리경영을 전제로 한다. 덴마크 디자인진흥원장과 집행위원을 역임한 젠스 번센(Jens Bernsen)은 12가지 디자인 경영원칙을 주창하였다. 그 핵심내용은 (1)디자인을 경영수단으로 이용하라. (2)올바르게 정의를 내려라. (3)중역회의에서 굿 디자인에 대한 의제를 다루어라. (4)단계적으로 디자인을 도입하라. (5)목적의 통일성을 유지하기 위해 디자인을 활용하라. (6)혁신을 촉진하기 위한 도전을 모색하라. (7)디자인 명세서에 목표를 명확히 기술하라. (8)훌륭한 아이디어를 구별하라. (9)과업의 제한 사항을 받아들여라. (10)상보적인 기술들 사이의 매개체로 디자인을 활용하라. (11)사용자와 도구 간의 일체감을 추구하라. (12)기업의 이미지와 아이덴티티 사이에 긍정적인 피드백을 만들어라.

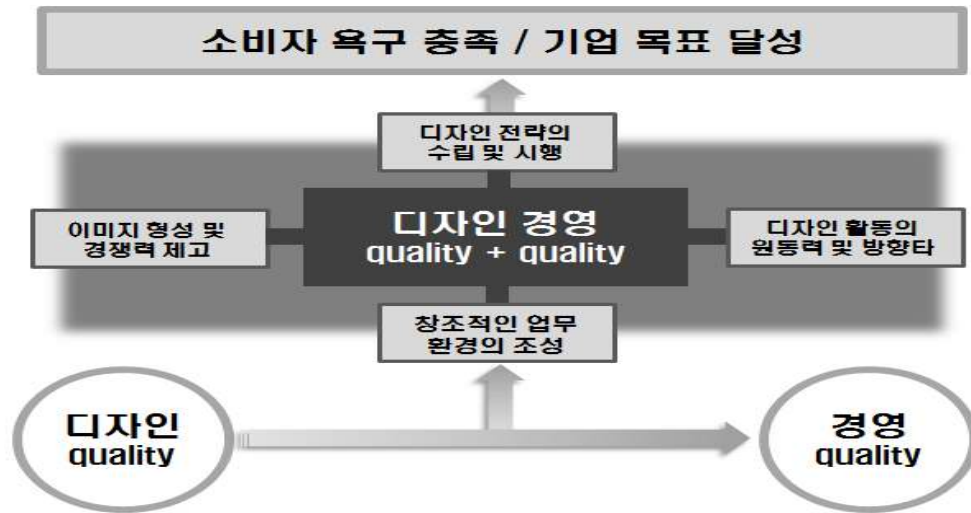
부산시에서 지향하는 디자인산업의 의미는 기업의 정체성과 부산시의 정책적 정체성의 일치를 전략적 경영의 장기목표점이라고 판단한다. 환경의 개념으로 보면 정보재화가 주도하는 창조경제의 시대이고, 미래의 시장은 정보가 아닌 시간을 교환하게 될 것이다. 정보가 다양해지면 누가 먼저 정보를 획득했는가에 대한 속도의 가치가 중요하다. 이런 환경은 ‘하이퍼 노마드(hyper nomad)’라 불리는 신인류를 등장시키고, 창조경제를 이끌어가는 새로운 원동력으로 만들고, 물질적 제약에서 벗어나 시간재화와 3차원적 공간이동 특징과 변화하는 창조경제의 시대로 변화시키고 있다. 노동과 땀(transpiration)의 경제에서 창조적 영감(inspiration)의 경제로 변화하고, 이윤의 원천이 효율성과 효과성에서 창조성과 다양성으로 이동하며, 창조경영은 프로세스보다는 아이디어, 조직보다는 사람을 표방한다.

Ⅲ. 부산 10대전략산업과 디자인산업 분석

1. 부산 10대전략산업의 연관관계

1.1 전략산업과의 연관관계

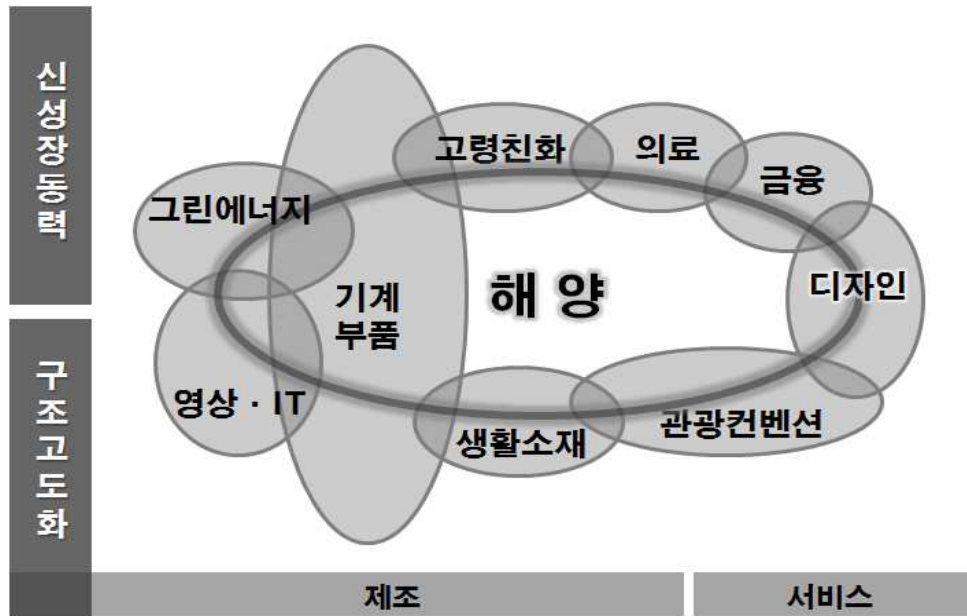
부산지역 전략산업은 크게 제조업과 도시형 첨단 제조 및 지식서비스업 등으로 나뉘며, 각 상호간의 연계성을 가지고 있다. 해양산업은 기계부품소재산업인 조선·기자재 및 해양프랜트, 금융산업의 해양금융, 의료산업은 해양바이오와 상호 연관관계를 가지고 있다. 기계부품소재산업은 영상·IT산업의 IT와의 융합,



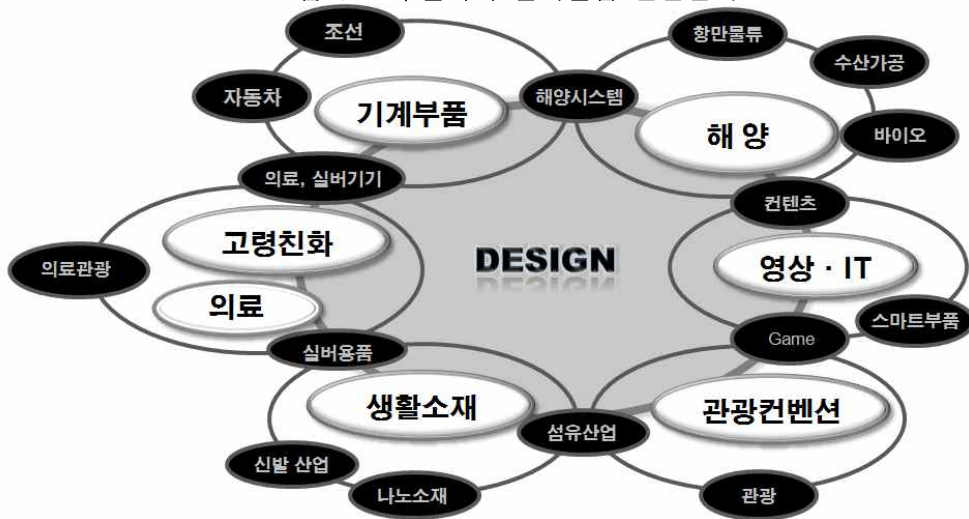
<그림 4> 디자인경영의 주요기능과 비즈니스 경영
 그린에너지산업의 신재생에너지 등과 상호연관관계를 가지고, 생활소재 산업은 전통제조업에서 고기능·고부가가치 첨단 기능성소재 개발부문으로 특화하여 해양산업의 해양레포츠산업과 연관관계를 가지고 있다. 고령친화산업은 의료산업과 해양산업의 신약부분 및 해양바이오, 생활소재의 고기능 소재와 연관성을 가지고 있고, 디자인산업은 제품디자인을 통하여 제조업 전 분야와 연관관계를 가지고 있다.

1.2 부산 디자인산업과의 연관관계

디자인산업의 연관관계는 직접적인 연관관계와 간접적인 연관관계를 가지고 있다. 해양산업에서는 해양바이오, 수산가공 관련 용기 및 C.I, B.I, 포장디자인 등과 같은 산업 연관성이 있고, 기계부품소재산업과 겹치는 조선관련 선박디자인, 선박 인테리어, 용품디자인의 직접 연관관계를 가지고 있으며, 관광컨벤션산업은 많은 부분에 직, 간접 연관관계를 가지고 있다. 부스디자인, 관련 홍보물, 컨셉 디자인, 관광용품 개발에는 직접적인 연관성이 있다. 영상·IT산업엔 디자인산업의 분야가 밀접한 관계가 있음은 당연하며, 금융 산업에는 지원 등을 통한 간접관계가 있다. 고령친화산업과 의료산업 간에는 용품과 기기디자인에 필요한 유니버설디자인이 필수 관계에 있다. 생활소재 산업에는 신발디자인, 패션디자인, 패턴디자인이 디자인 영역 균이며, 기업의 C.I, B.I, 포장디자인이 포함된다. 그린에너지 산업과는 간접적인 연관관계가 예상된다. 완제품 산업의 형성이 아닌 복합적 관계로의 진행이 예상된다.



<그림 5> 부산지역 전략산업 연관관계



<그림 6> 부산지역 디자인산업 연관관계: 분야 간 관계 모호해지는 현상

디자인경영 관점으로 해석한 측면에서 디자인 비즈니스와 창조경영은 부산 미래전략산업의 새로운 해석으로 표현할 필요가 있다. 본 연구에서는 부산 10전략산업에 국한된 분야를 중심으로 전개하며, 창조적 미래를 창출하는 산업의 접

근방법 보다는 자연적으로 생성된 산업을 중심으로 전략적 선도방향을 접목한 종합성을 펼치고 있다. 물론 부산의 산학연 인재들이 만들어내는 하모니가 갖는 편향적 의미는 분명히 나타내고 있다.

1.3 부산지역 디자인산업 여건

부산지역 디자인 사업체 수는 638개 업체로 전국 비중 5.7%, 종사자 수는 3,285명으로 전국의 4.2% 비중을 차지하고 있다. 2005년 기준으로 보면 수도권에 디자인산업이 집중되어 있어, 지역의 입지가 약하지만 부산의 고용성장률은 7.2%, 매출성장률은 12.19%의 성장율을 보이고 있다.

<표 1> 부산지역 디자인산업 현황

구분	전국		부산	
	사업체 수	종사자 수	사업체 수	종사자 수
산업디자인	3,117 (100.0 %)	17,316 (100.0 %)	142 (4.5 %)	725 (4.1 %)
산업디자인	7,673 (100.0 %)	64,537 (100.0 %)	496 (6.5 %)	2,860 (4.7 %)
합계	10,790 (100.0 %)	78,853 (100.0 %)	638 (5.9 %)	3,285 (100.0 %)

자료: 통계청, 전국사업체기초통계(2009)

부산지역 대학 교육기관은 전체 24개교 중 디자인 관련학과가 18개교(75%)로, 전국(33%) 대비 높게 개설되어 있다. 교육기관별 재학생 수 및 비율은 2년제 대학 11개교 중 디자인학과 개설학교는 7개 대학으로 연간 배출인력 약 1,450여명이고, 재학인원은 5,800여명으로 조사되고 있다. 4년제는 13개교 중 디자인 개설학과가 11개교이며, 연간 배출인원은 3,400여명이며, 재학생 수는 7,700여명이다. 대학 재학생 수 합계는 13,000여명으로 나타났다. 부산지역 주요 디자인관련 시설은 재단법인 부산디자인센터와 디지털영상디자인혁신센터, 유니버설디자인연구센터가 있고, 관련협회는 (사)한국디자인기업협회 부경지회, (사)부산디자인단체총연합회와 각 디자인단체 22개가 있으며, (사)부산국제환경디자인문화포럼이 활동 중이다. 디자인산업의 역할과 산업 비중에 비해서 부산시는 타 도시에 비해서 투자의 정도가 미약하다는 평가다. 지경부에는 디자인전담부서인가 있는데 비해서 부산시엔 지역경제과에 담당자 1명이 다른 업무와 함께 디자인 업무를 담당하고 있는 실정이다.

부산 디자인산업의 SWOT분석을 통해 10대 전략산업육성의 미래전략산업의 의미를 살펴보았다.

<p style="text-align: center;">강점 [Strength]</p> <ul style="list-style-type: none"> -부산의 디자인 진흥정책에 강한 의지 -디자인 인적자원 배출인원 풍부 -부산디자인 진흥 인프라 구축: 부산디자인센터(RDC) -디지털영상디자인혁신센터 -유니버설디자인연구센터(DIC) 	<p style="text-align: center;">약점 [Weakness]</p> <ul style="list-style-type: none"> -디자인산업 기반 미비 -디자인산업에 대한 인식 부족 -디자인산업의 수도권 편중심화 -디자인 전문회사의 경쟁력 미비 -중소기업의 디자인경영 마인드 미흡
<p style="text-align: center;">기회 [Opportunity]</p> <ul style="list-style-type: none"> -디자인산업 등 지식산업의 신 성장 동력화 정책 기초 -디자인 산업이 핵심 지식서비스 산업으로 부각 -디자인에 대한 안목 및 관심 증대 	<p style="text-align: center;">위협 [Threat]</p> <ul style="list-style-type: none"> -수도권 산업집중으로 지역 경제 불균형 심화 -서비스산업 시장개방으로 경쟁 심화 -중국 등 후발개도국의 급속한 성장에 따른 기회 상실 위험 -관련부서간의 통합관리시스템 부재

<그림 7> 디자인산업 SWOT

2. 부산 디자인산업의 육성과 추진목표와 체계

추진목표는 “동남권 디자인 혁신 거점도시 구현”이고, 추진전략은 디자인 인프라구축 및 마인드 확산, 디자인산업 및 기술의 고부가가치화, 디자인 수요 확산 및 신 디자인 인재양성, 아름다운 휴먼도시 조성을 위한 기반구축이다. 육성 계획은 총 16개 단위사업, 사업비 551억원(국비 198, 시비 303, 민자 50)으로 진행되고 있다. 단위사업 분류는 디자인 혁신 및 진흥기반 조성사업의 5개 사업으로 (1)중소기업 디자인개발 지원사업. (2)디자인 1인 창조기업 육성지원 사업. (3)기업디자인 컨설팅 및 애로해결 지원. (4)지역혁신디자인사업. (5)산업단지 중소기업 디자인지원과 지역특화산업 일류도약 지원의 분야 중 환경관련 사업은 야간경관디자인개선사업과 거리특화디자인개선사업 그리고 도시공공시설물 디자인개선사업이 있으며, RIS 지원 사업에 한 패션브랜드 개발지원과 프로타-포르테 부산 패션쇼 개최와 해양 레포즈웨어 디자인개발이 있다. 지역선도 창의디자인 인재육성분야엔 코리아디자인멤버십 운영과 디자인조기교육사업 운영 및

동남권 디자인교육원 운영사업이 있다.

<표 2> 디자인산업 육성 추진체계

비전	동남권 디자인 혁신 거점도시 구현					
관련분야	디자인 혁신 및 진흥기반 조성	지역 특화산업 일류도약 지원	지역선도 창의 디자인 인재육성	디자인산업 진흥제도 개선		
관련목표	디자인 기술 R&D 융합체계 구축	기업 맞춤형 도탈디자인 서비스 R&D지원	산업 현장형 디자이너 육성	디자인 수요 창출 및 대응을 위한 제도 마련		
	지역디자인 혁신전략 수립 기반조성	산업환경 디자인혁신 추진	융합형 디자인 인재 지원 육성	디자인 산업화 및 비즈니스 활성화 제도마련		
	광역경제권 디자인 허브 육성	일류제품 브랜드 육성 강화	글로벌 인재 양성	디자인 지적재산 관리보호 시스템 구축		
핵심 인프라	(재)부산디자인센터					
실행수단	법 규	산업디자인진흥법	재 원	예산, 기금	기 구	(재)부산디자인센터
수치목표 (’09~’13)	디자인 기반 조성	지역 특화산업 지원 육성	디자인 인력양성	디자인 제도개선		
	동남권 대표 지역기반 디자인 인프라 조성	일류상품 발굴 Good Design 20개 육성	디자인 인력자원 양질화 및 국제화 (디자인 전문인력 150명 양성)	지역산업 디자인 연계 활성화 (디자인지식 재산권 20개 획득)		

자료: 2011년 부산광역시 3단계 10대 전략산업육성 마스터플랜. p613. 일부 자료정리

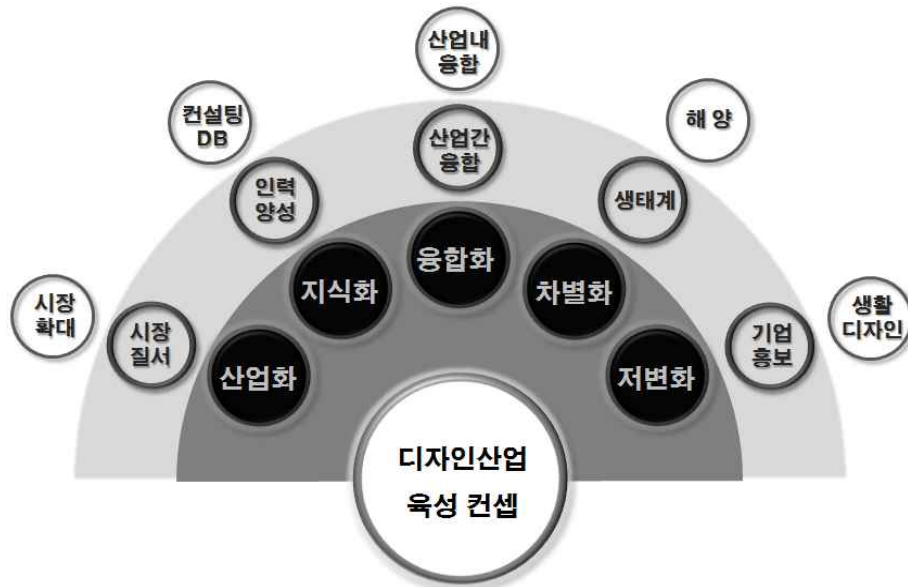
IV. 10대전략산업 디자인경영 요소 분석

1. 부산 디자인산업의 육성 컨셉 분석

부산 디자인산업이 디자인경영으로 대응 할 트렌드의 컨셉은 ① 산업화. ② 지식화. ③ 융합화. ④ 차별화. ⑤ 저변화로 설정하고 디자인산업 육성의 기본 컨셉화로 시장성과 디자인 인적자원 관리를 위한 가로, 세로의 전략적 분석이 필요하다.

- 산업화 : 시장조성 및 확대(디자인지원 활성화와 비용과 수주 질서 확립)
- 지식화 : 컨설팅과 DB구축(역량강화 프로그램 교육과 인력양성 프로세스)
- 융합화 : 분야별 디자인협력 강화, 산업간 융합
- 차별화 : 특화된 전문성 업체 강화(해양, 산업기계, 생활용품, 신발 등등)
- 저변화 : 공공디자인, 컨벤션, 영화제를 통한 디자인상품의 가치인식 확대.

디자인은 산업의 융합의 분야로서의 명확한 개념이 인식 될 수 있는 시장경영의 주체로서의 역할자로 정책을 육성해야 한다. 부산신발산업은 개발부서와 디자인부서의 핵심이 부산에 전략부서로 남아있었기에 아웃도어 시장이 살아날 수 있는 불씨가 되었듯이 디자인산업은 핵심전략으로 평가하고 있다.



<그림 7> 디자인산업 SWOT

2. 부산 디자인산업 육성 정책 우선순위 도출

부산 디자인산업의 육성 정책 후보과제 도출을 위해 계층론적 결정기법은 복잡하고 조직화되어있지 않은 의사결정문제를 해결하기 위한 방법으로서 의사결정과정을 단순화 시키고 효과적인 의사결정을 세분화 나가는 방법인 계층분석 (Analytic Hierarchy Process)을 사용하였다.

<표 3> 프로젝트의 매력도 평가기준

대분류	중분류	내 용
경쟁력	시급성	지역 디자인산업 경쟁력 강화를 위한 시급성 정도
	중요성	지역 디자인산업 경쟁력 강화를 위한 중요성 정도
실현 가능성	지역기업 역량	지역 디자인산업(지역산업) 추진의지 및 실행 역량
	지자체 역량	지자체의 정책 추진 의지 및 실행역량
	재원조달 가능성	국비, 시비, 민자 등 재원조달의 가능성
연계성	지역경제 파급효과	지역 경제에 미치는 생산, 고용 유발효과
	광역권 연계성	동남권 및 타지역(해외) 광역권과의 자원 연계 가능성
	정부 정책 연계성	중앙정부의 정책방향 및 비전과의 연계 정도

자료: 2011년 부산디자인산업 육성방안 연구, pp.182-183.

본 자료는 부산 디자인산업 육성 정책을 위한 정책과제 수요조사를 부산디자인센터의 의뢰를 받아 부산발전연구원에서 수행한 2011년 2월 자료의 종합 평가를 인용하였다. 그 결과를 통해서 본 연구의 디자인경영의 관점에서 디자인산업의 논리성을 연구하였다.

<표 4> 부산디자인산업 육성 프로젝트의 종합 평가 결과

코드	프로젝트명	지역 경제 효과	광역 권연 계성	정부정 책 연계성	연계 성 소계	순위
1	부산디자인·창의특구(Busan Design-Creativity)조성	1,909	1,140	0.348	3.354	11
2	해양디자인 소재은행(Marine Design Material Bank)건립	1,539	0,986	0,318	2.842	30
3	부산디자인 진흥펀드(Busan Design Promotion Bank)건립	1,898	1,12	0,334	3.354	15
4	디자인 창업보육센터 설립	2,004	1,180	0,338	3.552	4
5	글로벌디자인 전문회사(SPC) 설립/운영	1,898	1,114	0,330	3.342	17
6	디자인전공 학생의 기업현장 체험(인턴십) 지원	2,028	1,243	0,344	3.615	2
7	여성, 노인, 장애인 대상 디자인 인력양성사업(재교육 포함)	1,778	1,114	0,321	3.213	25
8	디자이너 작품 상설전시, 판매공간 디자인갤러리 건립사업	1,880	1,119	0,316	3.315	20
9	영상·디자인 특화 과학기술원(BIST) 설립	1,838	1,084	0,319	3.240	23
10	부산 판 MIT미디어랩(Busan Creativity Lab)설립	1,736	1,045	0,320	3.102	28
11	그린/해양 디자인혁신센터(GDICs)설치	1,846	1,075	0,326	3.247	22
12	디자인관련 국책사업 유치지원 연구회 운영	1,901	1,149	0,319	3.369	14

13 인문융합 디자인연구회 운영	1,714	1,049	0.295	3.058	29
14 기업 맞춤형 토털디자인 지원체계 구축	2,009	1,206	0.328	3.543	3
15 중소기업 대상 디자인 학습조직 지원사업	1,924	1,189	0.315	3.427	9
16 수출품 포장디자인 개발 지원사업	1,866	1,160	0.327	3.353	16
17 디자인 컨설팅 바우처 제도 실시	1,934	1,142	0.321	3.398	10
18 중소기업 대상 IT융합 디자인 개발 지원 사업	1,907	1,158	0.325	3.389	12
19 중소기업 디자인 저작권 보호센터 운영	2,071	1,217	0.328	3.616	1
20 지역중소기업 대상 디자인 전문인력 파견 지원 프로그램 실시	1,944	1,194	0.326	3.465	5
21 디자인 지원제품에 대한 중소기업 우선구매대상 지정제도 도입	1,881	1,180	0.325	3.386	13
22 디자인-금형 상품화 개발 자원센터 설립	1,965	1,148	0.328	3.441	7
23 시장직속 디자인 진흥위원회 및 디자인 전담조직 설치	1,882	1,146	0.312	3.340	18
24 디자인 공급업체와 수요업체간 디자인 거래소 설치	1,905	1,193	0.331	3.429	8
25 중소기업 대상 디자인 연수원 설립	1,761	1,088	0.307	3.155	27
26 디자인산학협력협의회 운영	1,862	1,133	0.304	3.299	21
27 국제 디자인박람회(EXPO) 개최	1,863	1,125	0.334	3.323	19
28 G20 월드 에코디자인 네트워크 사업(GWEN)	1,773	1,059	0.323	3.155	26
29 동남권-큐슈권-상해권 초국경 디자인 클러스터 구축	1,775	1,111	0.332	3.217	24
30 시민/기업 대상 디자인 홍보 캠페인 실시	1,959	1,177	0.312	3.448	6

자료: 2011년 부산디자인산업 육성방안 연구, p198

후보 프로젝트의 실현가능성을 시급성과 중요성을 기준으로 그룹핑 하였다. 기업맞춤형 토털디자인 지원체계 구축 등 기업의 이익과 가까운 미래의 이익에 집중될 수 있도록 설문조사를 통하여 평가하였다. 그 결과, 센터설립, 연구회 운영 등 간접적인 항목은 순위가 낮게 나타나고 있다.

그룹핑된 분석표를 보면 실현가능성이 '상(순위가 높음)'인 항목이 중소기업과 디자인 전문업체 관계자의 공통된 우선순위가 현실적으로 어려움을 나타내고 있다. 상대적으로 실현 가능성이 '하(순위가 높음)'인 항목은 연구중심이거나, 타 학문 및 비경제인구의 인력양성 등 시급성이 상대적으로 낮은 항목으로 나타나고 있다.

<표 5> 후보 프로젝트의 실현가능성 그룹핑

실현 가능성	프로젝트명		
	1단계	2단계	3단계
상	기업 맞춤형 토탈디자인 지원체계 구축 중소기업 대상 디자인 학습조직 지원사업 중소기업 디자인 저작권 보호센터 운영 지역중소기업 대상 디자인 전문인력 파견 지원 프로그램 실시 디자인 공급업체와 수요업체간 디자인 거래소 설치 시민/기업 대상 디자인 홍보 캠페인 실시	수출품 프랑디자인 개발 지원사업 디자인 지원제품에 대한 중소기업 우선구매 대상 지정제도 도입	디자인 창업보육센터 설립
중	디자인 컨설팅 바꾸저 제도 실시 디자인-금융 상용화 개발 자원센터 설립	부산디자인창의특구(Busan Design-Creativity) 조성 디자이너 작품 상설전시, 판매공간 디자인 갤러리 건립사업 디자인관련 국제사업 유치지원 연구회 운영 중소기업 대상 IT융합 디자인 개발 지원 사업 시장직속 디자인 진흥위원회 및 디자인 진담 조직 설치 국제 디자인박람회(EXPO) 개최	디자인산학협력협의회 운영
하	디자인전공 학생의 기업현장 체험(인턴십) 지원	글로벌디자인 전문회사(SPC) 설립/운영	해양디자인 소재은행(Marine Design Material Bank)건립 여성, 노인, 장애인 대상 디자인 인력양성사업 (재교육 포함) 영상·디자인 특화 과학기술원(BIST) 설립 부산 관 MIT미디어랩(Busan Creativity Lab)설립 그림/해양 디자인혁신센터(GDICS)설치 인문융합 디자인연구회 운영 중소기업 대상 디자인 연수원 설립 G20 월드 예크디자인 네트워크 사업(GWEN) 남권-규슈권-상해권 초국경 디자인 클러스터 구축

3. 부산 디자인산업 육성정책을 경영측면에서 분석결과

부산 디자인산업의 육성 정책은 “동북아 해양 디자인 허브도시 건설”이 비전이다. 추진체계와 디자인산업 육성 컨셉의 개요는 산업화, 지식화, 융합화, 차별화, 저변화의 기치아래 시장질서와 인력양성, 산업 간의 융합, 생태계를 보존하고, 기업의 홍보로 생활디자인의 시장을 형성한다는 프로젝트를 제시하고 있다. 현재 부산테크노파크에서는 디자인산업의 로드맵을 작성하고 있으며, 2011년 초에 도출된 연구결과를 기반으로 기업지원 프로그램에서 투자되어야 할 항목을 제시하고 연구하는 과정이다. 이미 완료된 다른 산업과의 로드 맵과 관계성에 밀접한 의미를 기반으로 하고 있다. 디자인산업을 중심으로 직접관계성과 간접관계성의 영향은 매우 밀접하다. 3단계 10대전략산업의 의미와 디자인산업이 추구하는 미래 산업 예측은 부산산업의 지식화 추구에 대한 열정을 알 수 있다. 성장엔진 확충으로서 디자인경영을 수면으로 올린 것은 경쟁력 확보차원에서 부산광역시의 경제 동력을 움직이는 핵심전략이 절대 필요한 것으로 판단된다. 디자인경영 가치에 대한 인식의 전환점은 IMF를 극복한 영국 대처 수상의 정책에서도 볼 수 있듯이 디자인경영은 국가경제의 선택이 아닌 필수 개념으로 형성되었다고 할 수 있다. 기회비용 측면에서도 효과적 투자의 핵심가치로 인

식, 실행할 수 있는 중요한 요소로 구분된다. 그렇지만 현재 부산의 디자인경영은 많은 모순점을 보이고 있다. 자연스러운 흐름을 타는 구성체로 영세한 디자인산업 분야를 체계화하기엔 많은 인식의 전환과 각 기관의 통합된 정책이 절실하다. 디자인 관련 업무를 부산디자인센터와 부산테크노파크 그리고 중소기업청의 중복된 사업과, 지경부와 문화관광체육부, 행정지치부 등 국가기관과의 중복된 정책으로 업무담당자의 혼란과 예산확보 정책의 복잡한 혼란들이 포함되어 있다.

본 연구는 부산 10대전략산업에서의 디자인산업의 위치와 준비된 전략을 활성화하는 디자인경영의 측면에서 부산디자인산업의 비전을 디자인 가치에 대한 인식의 전환에서 판단하는데 그 의미를 두었다.



<그림 8> 디자인경영에 대한 인식의 전환

V. 결 론

디자인 경영의 차원은 “프로젝트 디자인경영 차원”과 “기업디자인경영 차원”으로 구분되어 왔다. 영국의 정부주도의 리더십을 바탕으로 강력한 디자인 드라이브 정책을 추진한 배경 1983-86년 경제위기 이후 대처수상은 “디자인을 하지 않으면 사퇴하라(Design or Resign)”며 디자인 진흥과 중소기업을 중심으로 종합적인 비즈니스로 육성하였으며 최근엔 Design Council의 10년 계획 디자인 프로모션 프로그램을 일상생활의 전반에 해결책으로 제시, 창조허브(creative

hub)로 그 명성을 이어가고 있다. 최근 우리나라의 "디자인 서울", "디자인도시 성남"등 유럽지역과 일본의 선진사례를 도입한 국가디자인 정책이 정부와 산업에 미치는 영향이 중요해지고 있다.

부산의 10대전략산업육성마스터플랜에 미래전략의 디자인산업 역할은 성장엔진의 확충과 경쟁력 확보의 필수요소로 그 가치가 평가되었다. 디자인산업을 육성하기 위한 30대 프로젝트의 우선순위 조사와 분석이 현 지평을 나타나고 있지만, 체계적인 정책의 효과로 인식하기엔 구성요소가 미약하고 편향적이다. 부산 디자인산업의 연관관계를 가진 주요산업은 신발과 생활용품관련의 중소기업으로 구성되어 있다. 부산의 디자인관련 인적자원의 상황을 보면, 각 대학의 디자인 전공학과는 과밀할 정도로 많지만 일자리와 임금의 수준이 서울지역과 많은 차이로 우수 인력은 서울, 경기지역으로 유출되고 있는 상황이다.

결론적으로 부산동북아해양이란 컨셉과 특화 메가트렌드로 일자리 창출의 요인이 필요하다. 새로운 기술과 변화된 사회성이 창조경영의 바탕이 되며, 미래전략 중 디자인산업은 종합적인 기술과 과학을 근거로 하는 것이다. 부산의 종합적 발전과 현실적 정책, 현재 추진 중인 부산10대전략산업의 융합된 디자인산업은 미래가치를 추구하는 결과이다. 차별화된 정책, 순위 그리고 해결 할 과정의 프로세스가 디자인경영 원칙이 부산전략산업 중요 요소이다. 국경이 없는 경제구역은 시장 확대 정책이며, 그 핵심은 기술개발과 디자인산업이 경쟁력이다. 시간이 지나면 기술은 이전되지만, 문화를 기반으로 하는 디자인산업은 경쟁력이 지속적이고, 빠른 시간에 확장되며, 생명주기가 짧다. 그 경쟁력은 기업경영과 국가경영의 전략적 핵심이다. 디자인경영의 본질은 문화와 기술과 과학을 실현하는 국가 상품인 것이다. 국제협력은 시장과 문화의 차별화를 기반으로 하는 부산디자인산업 정책방향이고, 그 정책이 초보적 차원을 넘어 전술과 전략적 디자인경영의 육성방향으로 추진되어야 한다.

참고문헌

1. 부산시 경제정책과, 부산테크노파크 정책기획단(2011), “부산광역시 3단계 10대전략산업육성 마스터플랜,” 부산광역시. pp.13-19, 609-612
2. (재)부산디자인센터(2011), “부산 디자인산업 육성방안 연구,” (재)부산디자인센터 .p10, 198, pp180-184,
3. 정경원(1999), “디자인경영,” 안그라픽스.
4. 김정훈·이신자·백기복·신제구(2011), “직무불만족과 창의성의 관계에 관한 연구” 경영정보연구, 제30권 제1호(통권36호) p113
5. 김호근·윤형건(2033), “디자인경영 전략,” 한올아카데미.
6. 권오혁·조기현·김홍석(2002), “지역전략산업 육성을 위한 지방자치단체의 역할,” 한국지방행정연구회.
7. 이흥권·서순탁(2006), “지역전략산업 육성정책의 정책운영체계 구축에 관한 연구,” 도시행정학보 제19집 제3호.
8. 송경수(2005) “한국신발의 대 EU시장 진출을 위한 전략적 마케팅 방안에 관한 연구” 경영정보연구, 제17호, p216
9. NAVER 지식사전, 지역전략산업.(출처: 한국민족문화대백과, (2009) 한국학중앙연구회).
10. Thomas Walton(1985), “A Profile of Management: Comments on the State of the Profession,” Design Management Journal
11. Eeich Geyer and Bemard Burdek(1970), Form: Zeitch Fur Gestaltung, Stuttgart, AWD Design.
12. Jens Bensen(1990), “Twelve Principles of Design Management,” Mark Oaklay ed., op. cit., pp.85-95
13. Henry Fayol(1929), “General and Industrial Management(Geneva: International Management Institute),, p44

Abstract

A Study on design management of the design industry and 10 strategic industries in Busan Metropolitan City

Park, Kwang-Cheol* · Cho, Kyoung-Seop**

The current study investigated the position of future strategy analyzed from the perspective of design management in relation to 10 strategic industries implemented through 3 steps based on promising growth and advancement of Busan industries and evidence provided from a study on the development program of design industry in Busan. It elucidated the role of design industry as a key role from the perspective of design management in an age of creative revolution of futures values. It analyzed the associations between composition of future strategy and design industry in 10 strategic industries of Busan, and explained the relationships with the strategic industries. The perspective of design management involves that design as a ground of values is an industry of the future values, which performs a key strategic function and role, and a theoretical investigation examined the relationships between main functions of design management and business management. Chapter 3 organized items proposed in the design development program in Busan and examined goals and systems which become basic formation of establishment of design strategy in Busan and conditions for design industry in the associations with strategic industry. Chapter 4 described priorities of practicability by step through analyzing and grouping top 30 projects in Busan industry including meanings as key strategy, position relations, and policy priorities by analyzing elements of design management of strategic industry and describing and analyzing the concept of promoting Busan design.

* Professor, Department of Industrial Design, DongEui University, kcpark@deu.ac.kr

** Associate Professor, Department of Advertisement and Public Relations, DongEui University, adcho@deu.ac.kr

The theme of the present study is to change perception of design management as a key value and a condition to decide creativity industry into future industry and to evaluate vision of Busan design industry and meanings proposed as proceeding strategy.

The early 21st century is an age when agrarian society has changed into industrial society is dominated by knowledge economy of the information revolution and one should prepare for the growth phase of creative innovation based on creative revolution of the 4th wave of creative society by design management which has become a center in 2000s on the whole. With the advent of creative paradigm and based on the function and role of the current creative economy age new innovation DNA of design management will be created. Design process has changed through information and knowledge-oriented trends of digital through convergence between industries from industrial design to convergence of industries, and it is expected that integrated design of value creation using information and technology will play a key role in Busan design industry development and top 10 strategic industries.

Key Words : Busan 10 strategic industries, design management, future value, creative society, key value