

디자인서비스의 대가기준 사례조사 연구

안진호*, 이정선**, 김인준***

목 차

요약	4. 연구결과
1. 서론	4.1. 인터뷰 주요사항
2. 이론적 배경	4.2. 대가기준 비교
2.1. 기업의 디자인서비스 아웃소싱	5. 시사점 및 결론
2.2. 디자인서비스 대가기준	5.1. 시사점
3. 연구설계 및 방법	5.2. 결론 및 제언
3.1. 연구설계	참고문헌
3.2. 인터뷰 대상 및 방법	Abstract

요약

디자인은 국가산업정책과 4차 산업혁명 등 최첨단 산업의 발전에 미치는 영향이 지대함에도 불구하고, 우리나라에서 저평가되고 있는 지식서비스 산업 중 하나로 전략적 아웃소싱 체계가 무너지고 있으며, 이러한 현상은 국내에만 국한되지 않고 유럽과 미국 등 디자인 선진국의 디자인서비스 기업들도 고전을 면치 못하고 있는 상황이다. 이에, 해외를 포함한 국내 디자인 프로젝트의 사례조사를 통해 몇 가지 시사점을 발견하게 된 것은, 민간기업은 디자인아웃소싱을 통해 디자인품질수준 개선과 혁신추구보다, 디자인관련 비용절감과 비용구조의 유동성 확보를 위한 점이 크다는 것이다. 디자인이 기업의 핵심역량이기때문에 핵심 디자인업무를 내재화하고, 제품이나 서비스가 플랫폼화 되면서 지역별 디자인 대응업무가 줄어들게 됨으로써 대기업의 디자인서비스 아웃소싱 대가기준의 하락원인이 된 것이다. 2000년대 초반 디자인경영의 중요성으로 글로벌 컨설팅 기업들이 디자인서비스 기업과의 협력체계가 아닌 M&A를 추구하였고, 삼성전자를 비롯한 대기업들이 우수 디자인 인력을 대거 영입하면서 자체 디자인경영연구소를 키웠다. 본 연구는 디자인서비스 대가기준에 대하여 광범위하게 공공과 민간기업(대기업, 중견기업)의 디자인서비스 아웃소싱 사례에 대하여 연구를 수행하여 디자인산업의 실질적 규모와 수준에 대한 지표로 파악하였다. 이러한 대가기준의 변화와 영향 등에 대하여 전문가 인터뷰와 문헌연구를 통해 궁극적으로 글로벌 디자인산업의 가치와 방향성에 대한 제언을 하고자 한다.

표제어: 디자인서비스, 디자인 아웃소싱, 지식 서비스, 디자인 대가기준, 글로벌 디자인산업

접수일(2019년 7월 17일), 수정일(2019년 9월 16일), 게재확정일 (2019년 9월 20일)

* ㈜아이디노랩 대표, pibuchi@gmail.com

** 교신저자, 을지대학교 바이오융합대학 장례지도학과 교수, jslee@eulji.ac.kr

*** 국민대학교 공연학부 연극영화전공 교수, ijkim6204@kookmin.ac.kr

1. 서론

디자인은 국가산업정책과 4차 산업혁명 등 최첨단 산업의 발전에 미치는 영향이 지대함에도 불구하고, 우리나라에서 저평가 되고 있는 지식서비스 산업중 하나이다. 디자인 산업에서는 이러한 방식으로 전략적 아웃소싱 체계가 무너지고 있지만, 이러한 현상은 국내에서 일어나는 현상이 아닌, 유럽과 미국 등 디자인 선진국의 디자인에이전시들도 고전을 면치 못하고 있는 실정이다. 디자인서비스업은 발주처의 요구로 디자인서비스 아웃소싱을 수행하고 그에 대한 서비스가치의 대가를 받는 방식으로 그 핵심이 되는 대가기준을 중심으로 산업구조의 변화 방향성을 모색한다. 2000년대 초반 디자인경영의 중요성으로 글로벌 컨설팅 기업들이 디자인기업과의 협력체계가 아닌 M&A를 추구하였고, 삼성전자를 비롯한 대기업들이 우수 디자인 인력을 대거 영입하면서 자체 디자인경영연구소를 키웠다. 이에, 본 연구는 디자인서비스 대가기준에 대하여 광범위하게 공공과 민간기업(대기업, 중견기업)에서의 디자인서비스 아웃소싱 사례에 대하여 연구를 수행하여 디자인산업의 실질적 규모와 수준에 대한 지표를 파악하였다. 이러한 대가기준의 변화와 영향 등에 대하여 전문가 인터뷰와 문헌연구를 통해 궁극적으로 글로벌 디자인산업의 가치와 방향성 제언을 하고자 한다.

2. 이론적 배경

2.1 기업의 디자인서비스 아웃소싱

아웃소싱에 대한 개념은 다양하다. 가장 대표적으로 기업이 내부적으로 만들 수 없는 활동을 외부에서 조달받는 것이다. 그러나 아웃소싱은 제3자로부터 단순히 제품을 공급받는 것 이상의 의미를 가지고 있다.

따라서 아웃소싱은 기업 활동이 외부화되는 구조적인 의미를 갖지도 하지만 과거 내부화되어 있던 업무가 외부로 이전되는 동태적 변화를 포함한다. 더 나아가 아웃소싱은 구조적, 동태적 변화 이외에 고도의 경영전략으로도 이해되어 왔다.

과거의 아웃소싱은 단순히 자신의 일이나 자신이 하던 일을 제3자에게 위탁하는 것이었다면 현대의 아웃소싱은 기업의 전략적 의사결정의 하나로 훨씬 더 고려해야 할 것이 많다.

국내에서 아웃소싱은 정확한 개념적 정의 없이 광범위하게 활용되고 있다. 특히 아웃소싱이 외주용역과 구분되지 않고 혼용되어 사용되고 있는데 양동훈(2014)의 구분에 의하면 아웃소싱과 외주용역은 설계기획의 참여 측면에서 서로 다르다. 양동훈(2014)은 아웃소싱이 컨설팅, 외주, 파견 등의 용어와 혼용되어 사용되는데 아웃소싱은 공급사가 설계나 기획에 참여하고 업무의 기획부터 운영까지 주관하는 것이라고 설명한다. 이에 비해 외주는 공급사가 설계의 기획에는 참여하지 않으며 운영만 주관하는 방식이라고 설명한 바 있다.

	공급사가 운영을 주관하지 못함	공급사가 운영을 주관함
실제·기획에 참여	컨설팅	아웃소싱
실제·기획에 미참여	파견	외주

자료: 양동훈(2014).

Fig. 2-1 Concept of industrial design service outsourcing

기업의 디자인서비스 아웃소싱이란, 기업의 디자인업무 중에서도 디자인 핵심역량에 관한 부분은 내부자원을 집중하고, 비고우위가 없거나, 단순한 디자인 프로세스의 여러 활동 가운데 일부를 기업 자체에서 처리하지 않고 외부 조직의 자원과 역량으로 수행하도록 하는 디자인 경영혁신 방법으로 외부 디자인기업의 자원과 방법론의 활용하여 디자인 업무를 외부 조달 및 장/단기기적인 위탁을 의미한다.

2.2 디자인서비스 대가기준

2.2.1. 단계별 대가기준의 활용용도

· 예산확보 단계 : 사업의 예산을 확보하기 위해 사업비를 개괄적으로 산정하는 단계(규모 수립)

· 사업발주 단계 : 사업을 발주하기 위해 제안요청서 등을 작성하고, 발주금액을 산정하는 단계(규모 확정)

· 사후정산 단계 : 사업이 종료된 후에 사전 산정된 사업비와 집행된 사업비의 차이를 파악하여 필요시 정산을 위한 대가를 산정하는 단계

2.2.2. 디자인 대가기준

공공부문 디자인산업 대가 산정은 「학술연구용역 대가의 기준」을 활용하여 왔다. 그러나, 현행 대가기준의 활용은 사후정산 근거의 목적이 강하며, 영리를 추구하는 디자인 사업에 맞지 않는 불합리한 체계라 할 수 있다.

한국디자인산업연합회에서 조사 연구를 진행하여 디자인서비스 대가 산정 시 준용할 수 있도록 「디자인산업 대가기준」을 마련하였다.

가이드는 디자인산업의 동적인 상황과 디자인산업의 수명주기(디자인기획, 디자인개발, 사후관리) 전반에 걸쳐 대가 산정 방법을 알기 쉽게 설명하고, 보다 편리하게 수행할 수 있는 도구 제공과 사용자의 편의와 이해 제고를 목적으로 하여 개발하였다.

또한, 공공부문 디자인산업의 대가 산정 기준으로 활용하기 위한 근거를 국가의 「예산안 편성 및 기금 운영 계획안 작성 세부지침」 및 「계약예규」(기획재정부)에 명시하였다.

· 실비정액가산방식이란, 해당 사업의 규모 및 난이도에 따라 수행되는 업무 절차를 구분하고 소요되는 투입인원을 설정하며 이를 통해 직접인건비를 산정하고 직접경비와 간접경비를 합산하여 대가를 산정하는 방식이다.

실비정액가산방식은 정산 항목과 비정산 항목을

구분하며, 디자인 사업만이 갖고 있는 창작료라는 개념이 도입된다.

Tab. 2-1 Configuration of the actual sum added method

$$\text{실비정액가산방식} = \text{직접인건비} + \text{직접경비} + \text{제경비} + \text{창작료} + \text{추가보정비용}$$

Tab. 2-2 Details of the actual sum added method

구분		산정방법론	비고
직접인건비	표준품셈(실투입인원수)	표준업무 기반	표준품셈표 작성
	노임단가	디자이너 6등급	디자이너 노임단가 조사 및 발표
직접경비		실비산정	정산 가능
제경비		직접인건비 × 110 ~ 120%	비정산
창작료		(직접인건비 + 제경비) × 20 ~ 40%	비정산
추가보정비용		-	

· 기존 대가 산정 방식과 비교

기존 공공분야 디자인산업 대가 산정 방법인 학술연구용역 대가기준 형식과 실비정액가산방식을 비교하면 [Tab. 2-3]과 같다.

실비정액가산방식을 사용함으로써 디자인산업의 세부과업 내용이나 창작료를 고려할 수 있으며, 기업의 제반 활동 및 디자인 가치에 대한 인정 비용을 확보할 수 있다.

Tab. 2-3 Method of calculate the design industry standard of cost

구분	대가산출기준	산출비목	세부내용
공공부분	학술연구 용역 원가 계산	인건비	당해 용역에 직접 종사하는 인원의 인건비
		경비	여비, 유인물비, 전산처리비, 시약 및 연구용 재료비, 회의비, 임차료, 교통통신비 및 감가상각비
		일반관리비 (~6%)	임원·서무·경리직원 등의 급여, 사무실비, 사무용 소모품비, 비품비, 통신운반비, 회의비, 기계기구의 수선 및 상각비, 공과금, 운영활동 비용
		이윤(~10%)	영업이익
	실비 정액 가산 방식	직접인건비	당해 사업에 직접 참여하는 인원의 인건비와 당해 사업에 참여하는 외부 인력에게 지급되는 인건비로 구분
		직접경비	재료비, 기술정보 활동비, 전문가 활용비, 국내 여비, 회의비, 외주제작·가공비
		제경비 (110~120%)	지식재산권 출원비, 수용비 및 수수료(각종 요금, 사용료, 공과금 등), 기타 제잡비
		창작료 (20%~40%)	창의적 아이디어 도출을 위한 활동비

3. 연구설계 및 방법

3.1 연구설계

본 연구는 기록자료(archival records)와 인터뷰

(interviews)를 활용한 사례연구중심으로 접근하고자 하였다. 1 차적으로 문헌연구를 통하여 디자인대가를 발생시키는 디자인외주 업무와 대가기준 방안에 관한 전반적인 실태를 살펴보고, 2차적으로는 인터뷰를 통하여 구체적 사례를 수집하여 분석한 후 디자인서비스 대가기준의 적절성과 디자인산업의 방향을 제안하는 사례연구방법을 사용하였다.

사례연구는 현재 발생한 사건에 관해 ‘how’나 ‘why’ 질문이 제기되고, 연구자가 발생한 사건에 대해 통제력이 많지 않은 경우 선호되는 연구방법으로 다양한 형태의 자료를 사용하고, 현상과 정황 사이의 경계가 모호할 때 사용하며, 실제생활에서 발생하는 현 시대의 상황을 연구하는 경험적 조사 방법론으로서 탐색적, 설명적, 묘사적 사례연구가 있다.

사례연구방법에 대하여 정확성의 문제, 일반화의 문제 등의 문제점을 제시하기도 하나 정확성의 문제는 다른 연구방법에서도 나타나며 통계적 일반화가 아닌 분석적 일반화의 관점을 사용하므로 이는 편견에 불과하다.

사례연구는 단일사례, 다중사례 모두 연구가 가능하며, 질적연구 뿐만 아니라 양적연구도 가능하다. 또한 자료의 형태는 문서자료(documentation) 기록자료(archival records), 인터뷰(interviews), 참여관찰(participant-observation), 직접관찰(direct-observation), 물질적 산물(physical artifacts) 의 여섯 가지로 구분할 수 있다.

이와 관련하여 본 연구는 발주기업 및 디자인기업 담당자와의 인터뷰를 통하여 국내외의 다양한 디자인서비스 대가기준에 관한 30가지 사례를 수집하는 다중사례연구방법을 사용하였고 이를 토대로 사후관리 측면에 중점을 두어 대가기준에 대한 분석을 진행함으로 그에 대한 효과적인 방안을 제시하였다.

Tab. 3-1 Research Design

구분		내용	방법
1단계	연구 설계	•디자인서비스 아웃소싱 및 대가기준 현황 검토 및 인터뷰 질의서 개발	문헌검토, 선행연구
2단계	조사기업 보안 준수 방안 수립	•질의내용, 질의과정에 대한 기업 보안 및 기밀유출 등에 위배 되지 않도록 관련 자문	전문가 자문
3단계	대가기준 사례조사 범위 선정	•주요 산업군 디자인서비스 아웃소싱 발주처선정 •국내외 주요 디자인기업선정	전문가 토폴이 조사
4단계	대가기준 사례조사 1차	•디자인서비스 아웃소싱 발주처의 전현직 디자인 및 구매담당자 중심으로 대가 기준 자료 수집	개별 심층인터뷰
5단계	대가기준 사례조사 2차	•디자인기업의 대표 및 실무자 중심으로 국내외 디자인사업대가기준자료수집	개별 심층인터뷰
6단계	사례조사에 대한 타당성 검증	•대가기준에 대한 타당성 검증 •디자인서비스 아웃소싱에 대한 개념도출 •기업협회 발표 3차년도 대가기준과 비교	전문가 토폴이 조사
7단계	시사점 도출 및 결론	•대가기준 사례연구를 통한 디자인산업 정책에 시사점 및 결론 방향 도출	전문가 자문

* 본 연구는 사례조사 과정에서 기업의 전략 및 R&D 기밀에 관한 보안 위배나 기밀유출이 없도록 법적 검토 후 진행되었으며, 인터뷰 이후에도 인터뷰 응답자와의 서면 검토를 통하여 이에 대한 문제점이 발생하지 않도록 조치를 취함.

3.2. 인터뷰 대상 및 방법

인터뷰의 진행은 디자인서비스 아웃소싱 발주를 많이 진행하고 있는 대기업 및 중견기업과 국내 및 해외에서 폭넓게 디자인서비스 아웃소싱 업무를 수행하는 디자인기업 담당자들을 인터뷰하였다. 또한 해외에서 디자인 업무에 대한 경험이 있는 디자이너를 통하여 해외 사례 등도 참조할 수 있도록 하였다.

인터뷰는 2019년 1월에서 2월 사이에 진행되었으며, 인터뷰의 주요 내용은 아웃소싱정책과 아웃소싱의 업무, 단가 적용방식, 국내, 해외 전문기업의 차이점에 관한 것이며, 이를 토대로 대가기준 비교를 위한 키워드 요약과 대가기준의 하락 원인 및 고비용의 아웃소싱 발생경우를 분석하였다.

Tab. 3-2 Respondents status

no	구분	산업분류	직급	분야	경력	인터뷰
1	대기업 (계열사 포함)	전자산업 텔레콤 산업 자동차 산업 화장품 산업 IT 등	책임디자이너	제품	해외 사업부	개별
2			디자인리서치	제품	선행디자인15년 이상	개별
3			책임디자이너	제품	디자인 20년 이상	집단
4			책임디자이너	UX	전략리서치 및 해외 외주관리	집단
5			편집디자이너	시각	인쇄, 출판업무 20년 이상	개별
6			책임디자이너	제품	디자인 15년 이상	개별
7			디자인임원	제품	디자인 20년 이상	개별
8			선임디자이너	제품	디자인 10년 이상	개별
9			UX디자이너	UX	신규사업 추진	개별
10			UX디자이너	UX	IT서비스 사업기획	개별
11			UX디자이너	UX	UX디자이너	개별
12			디자인임원	제품	디자인 20년 이상	개별
13			선임디자이너	제품	선행디자인 10년 이상	전화
14			책임디자이너	제품	디자인 15년 이상	전화
15			책임디자이너	UX	디자인 10년 이상	개별
16			구매담당	UX	디자인 10년 이상	개별
17	중견기업	헬스케어 산업	디자인임원	제품	디자인 20년 이상	개별
18		전자산업	디자인임원	제품	디자인 20년 이상	개별
19	대표이사		UX	국내:전자, 텔레콤 / 해외:전자, 헬스케어	개별	
20	국내 디자인 기업	제품	대표이사	UX	국내:헬스케어, 전자(중견) / 전자(해외)	전화
21		자동차	대표이사	제품	자동차(국내, 해외)	전화
22		시각	대표이사	시각	국내:텔레콤, 전자, 서비스	개별
23		UX	대표이사	시각	국내:전자, 화장품	전화
24			대표이사	UX	국내:텔레콤, 전자, IT / 해외:전자	개별
25		디자인 리서치	대표이사	UX	전자(국내, 해외), 텔레콤	개별
26		등	대표이사	제품	국내:텔레콤, 전자 / 해외:전자	개별
27	해외 경험 디자이너	디자인 리서치	대표이사	제품	미국 디자인회사 근무	집단
28		전략 디자인	임원	종합	미국 디자인회사 근무	개별
29		UX	임원	UX	미국 디자인회사 근무	개별
30		제품디자인	임원	제품	독일 디자인회사 근무	집단

4. 연구결과

4.1 인터뷰 주요사항

인터뷰 결과를 요약해 보면 디자인서비스의 아웃소싱 정책적 측면에서 디자인의 중요성을 인식하고 있기에 주요 디자인 업무는 기업내부에서 진행하는 정책을 펼치는 경우가 대부분이었다.

이로 인하여 전략 차원의 디자인 아웃소싱보다는 원가절감 목적이 크므로 대부분의 경우 입찰에 의한 최저가 정책이 추진되고 있었다.

아웃소싱 업무를 선행디자인과 양산디자인 관점으로 분류해 보면, 선행디자인 관련 아웃소싱은: 새로운 트렌드 조사 차원과 외부의 아이디어 필요시에 이루어지고 있었다. 양산디자인 관련 부분은 양산 중 모델에 대한 지역향 적용이나 개선에 관한 일부 업무들이었다.

결과적으로 아웃소싱의 단가는 발주기업 입장에서 판단하기에 아웃소싱 업무자체가 중요도, 난이도 등이 높지 않기에 대부분 최저가 입찰을 시도하고 있었다.

제품디자인 분야는 전체 업무 중요도를 Special은 가장 난이도 있는 업무로서 가장 고비용이 책정되고, 그 이후 A, B급에 따라 총액제 방식으로 산정하고 있었다.

UX디자인분야의 비용 산정은 전체 업무에 대하여 한 달간 한 명이 일하는 량을 기준으로 삼는 M/M (man/month) 방식을 대부분 채택하고 있었다. 이는 UX디자인의 특성상 IT분야와 일하는 경우가 많기에 IT산업에서 적용하는 기준을 채택하기 때문이었다.

국내와 해외 디자인기업의 차이는 국내 디자인기업수준에 따라 S, A, B급의 기준이 있으나 대부분의 양산관련 업무는 최저가 입찰 방식 시도하고 있었다. 해외 아웃소싱은 마케팅전략 차원의 활용과 리

서치와 연계된 디자인이 필요시에만 진행된다고 하였는데 이는 자체적으로 디자인 우수 인력을 이미 확보하고 있었고, 우리나라 디자인수준 향상 등으로 외국계 디자인기업선호 현상이 현저히 줄어 든 원인으로 판단된다.

그 외에 시각디자인 분야는 마케팅 전략적 차원에서 진행되는 경우가 많기에 디자인 아웃소싱 범주로 취급하지 않는 경우가 많다고 답변하였다.

4.2 대가기준 비교

연구결과 국내의 디자인서비스 아웃소싱의 평균 프로젝트는 2개월 기준으로 총액계약을 대부분 많이 사용하고 있었다. 계약금액은 리서치 배제한 3천~4천만원 (1mm의 단가는 670~730만원) 수준에서 프로젝트가 가장 많이 발주되었고, 업체선정은 경쟁 입찰 방식으로 선정하였다.

국내 디자인기업에게는 리서치 부분을 배제함 업무를 많이 요청하였으며, 투입은 디자이너 4~7명의 인력이 최소 4mm¹⁾에서 최대 7mm까지 투입하였다.

국내 디자인기업의 발주업무는 초급~중급디자이너 수준의 업무가 많았고, 해외 발주는 리서치 포함하여 고급에서 특급 디자이너가 담당할 수준의 업무가 많다고 응답하였다.

해외 디자인기업의 소싱은 미국에 본사가 있는 리서치 역량이 검증된 곳과 유럽지역에서는 광고/홍보적 활용이 가능한 브랜드 있는 디자인업체 위주로 진행하였다.

해외 디자인기업과 진행시에는 리서치 포함 8만~10만 달러(1mm의 단가는 1,200~1,500만원) 정도의 프로젝트 발주가 많았고, 이 경우에 디자이너 4~9명의 인력이 최소 5mm에서 최대 8mm까지 투입되는 것으로 파악되었다.

아웃소싱 대가기준이 하락하는 원인으로는 발주

1) man/month의 개념으로 한 달간 한 사람이 할 수 있는 업무량의 기준을 의미

기업 내부에서 디자인이 기업의 핵심역량임을 알고 있기에 핵심 디자인업무는 내재화하고 있기 때문이라고 하였다. 또한 출시하는 제품/서비스가 플랫폼화되면서 해외의 지역별 최적화에 필요한 디자인대응 업무가 줄어드는 것도 디자인 아웃소싱의 감소요인으로 꼽히고 있다.

반면 고비용의 아웃소싱이 발생하는 경우는 마케팅 전략차원에서 명성있는 해외 디자이너의 브랜드가 필요한 경우가 많다고 하였다. 또는 기업 내부에서 예측하지 못한 트렌드에 대한 리서치와 전략적 제안이 필요한 경우라고 하였다.

최근 국내 디자인기업들의 중국 비즈니스가 활발히 진행 중에 있기에 관련한 대가기준에 대한 부분도 인터뷰에 기반한 사례를 연구하였다. 단, 아래의 내용은 인터뷰 응답자의 개별 경험에 기반을 둔 추정치로서 객관적 신뢰성을 확보하였다고 하기에는 부족하다 할 수 있다.

중국과의 디자인 비즈니스는 2천만원 미만에서부터 1억원 이상의 다양한 경우가 있지만, 총액 기준으로 2~3천만원 수준의 프로젝트가 가장 많이 발생하고 있었다. 업무내역은 아이디어 스케치와 렌더링을 진행하는 방식으로 2개월 정도 진행되는 경우가 가장 많다고 응답하였다.

5천만원 이상의 프로젝트가 진행되는 경우에는 4~6개월 가량이 소요되며, 리서치, 아이디어 스케치 렌더링과 함께 우리 디자인기업의 디자인방법론 등을 전수받거나 교육을 지원해주는 범위가 포함되는 경우가 많다고 하였다. 단, 중국 기업과의 비즈니스에 있어서 5천만원 이상의 비용으로 4개월 이상 장기적으로 진행시에는 이익률이 감소하거나 경우에 따라서는 손실이 발생할 가능성도 높다고 하였다.

5. 시사점 및 결론

5.1 시사점

해외를 포함한 국내 디자인 프로젝트의 사례조사를 통한 시사점은, 민간기업은 디자인아웃소싱을 통해 디자인품질수준 개선과 혁신 추구 보다, 디자인 관련 비용절감과 비용 구조의 유동성 확보를 위함이 크다는 점이다.

디자인이 기업의 핵심역량임을 알고 있기에 핵심 디자인업무를 내재화하고, 제품/서비스가 플랫폼화되면서 지역별 디자인 대응업무가 줄어들게 됨으로써 대기업의 디자인서비스 아웃소싱 대가기준의 하락원인이 되었다.

그럼에도 고비용의 디자인서비스 아웃소싱 대가를 지불하는 경우가 몇 가지 있다. 마케팅 전략차원에서 디자이너의 브랜드가 필요한 경우, 그리고 기업 내부에서 예측하지 못한 트렌드에 대한 리서치와 전략적 제안이 필요한 경우라고 할 수 있다.

디자인 관여가 높은 산업군의 기업들은 디자인의 중요성을 인식하고 내재화를 추구, 이로 인해 대부분 디자인서비스 아웃소싱은 경비절감 차원의 최저가 형태를 띠게 된다.

정부의 실비정액 가산방식의 단가기준이 보급 시, 디자인기업의 매출과 수익구조 개선에 도움이 될 것으로 판단된다.

아웃소싱에 있어서 정당한 대가기준을 받을 수 있는 정책의 보완과 디자인서비스의 질적 혁신의 필요성 대두된다.

디자인서비스 아웃소싱은 기업의 핵심역량에 자원을 집중하는 경영전략으로서, 디자인 분야의 아웃소싱도 조직의 효율화, 비용절감을 목적으로 한다. 이를 통하여 조직의 유연성을 확보할 수 있고, 재무적 상태의 개선이 가능하다.

조직 내부의 정치적 갈등을 해결하기 위한 방법으로서의 활용이 가능하며, 결국, 대기업은 디자인서비스 아웃소싱을 통해서 디자인 품질수준 개선과 혁신을 추구하지 않고, 단지 디자인관련 비용절감과 비용구조의 유동성 확보 목적이 크다.

* The 2002 Outsourcing World Summit Michael F. Corbett & Associates, LTD

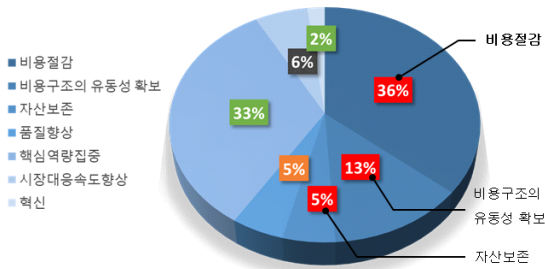


Fig.4-1 Expected effect of Outsourcing

5.2 결론 및 제언

국내의 구체적 프로젝트의 사례를 조사하여 의미를 도출해 내는 것이 가장 정확하고 효과적인 조사 방법이겠으나 기업의 기밀사항인 디자인 프로젝트의 내용을 접근한다는 것이 현실에서는 매우 제한적인 상황이었다. 그러므로 구체적인 대가기준에 관한 정확한 통계나 사례를 확보하기가 어려웠고 직접적 관계자들의 생생한 증언이 아닌 경험자의 인터뷰를 통한 자료수집의 결과로 사례분석 시 조사자의 주관적인 견해도 영향을 미칠 수 있는 우려가 한계점으로 작용하였으며, 또한 사례를 구분하여 분석하기에는 대가기준의 사례의 양이 충분치 않았음과 산업적 제한점 또한 일부 한계요인으로 작용하였다.

결론적으로 디자인 관여가 높은 산업군의 기업들은 디자인의 중요성을 인식하고 내재화를 추구한다. 이로 인하여 대부분 디자인서비스 아웃소싱은 경비 절감 차원의 최저가 형태를 띠게 되었다.

10여년 전의 미국, 유럽의 수많은 디자인기업들이 경영상황이 악화되고 있고, 이는 그 나라들의 디자인산업 경쟁력을 약화시키는 계기가 되고 있다. 중국의 디자인기업이 이와 같은 상황에서 약진이 예상

된다. 아웃소싱에 있어서 정당한 대가기준을 받을 수 있는 정책의 보완과 디자인서비스의 질적 혁신의 필요성 대두되고 있다.

향후 디자인산업은 디자인이 강한 나라는 사라지고, 디자인을 잘하는 글로벌 기업만이 존재할 수 있으며, 현재 국가주도의 디자인정책을 유지하는 우리나라의 디자인정책은 OECD의 제제 등을 피하면서 좀 더 질적 차원에서 디자인기업의 경쟁력을 강화하는 지원이 필요하다.

우리나라 디자인진흥원은 영국의 디자인카운실이라는 기관을 벤치마킹해서 만들어졌다. 한동안 창의적 디자인을 국가가 주도한다는 것이 어떤 의미인가 싶었지만, 이제는 명확히 알 수 있게 됐다. 디자인이란 무형의 지식자산으로 그 가치를 정의하고, 평가하기 애매하다. 그래서 국가가 나서서 키우지 않으면 누구도 그 가치를 알 수 없고, 지킬 수 없다. 이대로 둔다면 머지않아서 대한민국의 산업경쟁력은 원인 모를 병에 걸린 것처럼 서서히 죽어갈 수밖에 없다. 그렇게 때문에 디자인산업은 단순히 시장의 논리에만 맡기면 안 된다. 이것이 국가의 정책적 차원에서 디자인산업을 지원해야 하는 이유인 것이다.

References

- [1] Idinnolab, 'Case Study of design standard of cost', 2018. (아이디이노랩, '디자인대가기준 사례조사 연구', 2019)
- [2] Korean Federation of Design Industry Association, 'A Study of Designer career management guidelines', 2017. (디자인산업연합회, '디자이너 경력관리 가이드라인 연구', 2017)
- [3] Korean Federation of Design Industry Association, 'Improvement plan of design industry notification system', 2018. (디자인산업연합회, '디자인산업 신

고제도 개선 방안’ , 2017)

- [4] Korean Federation of Design Industry Association, '2nd year research on the foundation of design industry', 2018. (디자인산업연합회, '2차년도 디자인산업 기반조성 제도 연구' , 2018)
- [5] Korean Federation of Design Industry Association, 'Research to revise design standard contract', 2018. (디자인산업연합회, '디자인표준계약서 개정을 위한 연구' , 2018)

Ahn, Jinho (pibuchi@gmail.com)



Ahn, Jinho is the president of idinno lab, co. ltd(www.idinnolab.co.kr), a business consulting firm in Korea. he obtained a Bachelor's in Industrial Design, a Master's degree and his Ph.D. degree in Business Administration at the University of Kookmin. His research interest focused on Service Design and Service System.

Lee, JeungSun(jslee@eulji.ac.kr)



Lee, Jeungsun is an assistant professor of Mortuary Science Department at Eulji University in Seongnam. She received her Ph.D. in Service Management at Kookmin University in Seoul, Korea. She holds a Master's and Bachelor's degree in Business Administration from Texas A&M University at San Antonio, Texas. Her research interests include areas in Service Philosophy, Service Innovation, as well as Funeral Service and Mortuary Science.

Kim, Injun(ijkim6204@kookmin.ac.kr)



Kim, Injun is an professor of Performing Arts Department at Kookmin University in Seoul. he holds a Master's degree in Performance stage design from ACCADEMIA DI BELLE ARTI DI BRERA in Milan. He obtained Bachelor's in Industrial Design at Kookmin University in Seoul,

His research interests include areas in Performance stage design, Culture and Art Education, as well as Design thinking and Design Management.

A case research for standard of cost in design service

Jinho Ahn*, Jeungsun Lee**, Injun Kim***

ABSTRACT

Design is a knowledge service industry that is undervalued in Korea despite its large impact on the development of high - tech industries such as national industrial policy and the fourth industrial revolution. In the design industry, the strategic outsourcing system collapses. This phenomenon is not confined to the domestic market, and the design service companies of design-developed countries such as Europe and the US are also struggling with the classic. Accordingly, some implications were found through the case study of domestic design projects, including overseas, that private companies are more concerned with design cost reduction and cost structure to secure liquidity rather than improving design quality level and pursuing innovation through design outsourcing. It is big. As design is a core competency of a company, internalizing core design tasks, and as products and services become platforms, regional design countermeasures have been reduced, which has led to a decline in the cost standard for large companies' design service outsourcing. In design service industry, design outsourcing is performed at the request of the client, and the service value of the outsourcing is received. In the early 2000s, the importance of design management led global consulting companies to pursue M & A rather than cooperate with design service companies, and Samsung Electronics and other large corporations acquired a large number of excellent design personnel and developed their own design management research institute. This study investigated the design service outsourcing cases of public and private companies (large corporations, midsize companies) widely in relation to the design service price criterion, and grasped the indicators of the actual size and level of the design industry. I will make suggestions about the value and direction of the global design industry through interviews with experts and literature on the changes and influences of these cost criteria.

Keywords: Design Service, Design Outsourcing, Knowledge Service, Design Standard of cost, Global Design Industry

* idinnolab Inc. pibuchi@gmail.com

** Eulji University, College of Health Industry, Mortuary Science Department, jslee@eulji.ac.kr

*** Kookmin University, College of Performing Arts Department, ijkim6204@kookmin.ac.kr