

수출지원기반활용사업에서 디자인 서비스의 성과에 관한 연구

이 성 수*, 안 진 호**, 김 인 준***

목 차

요약

1. 서론
2. 이론적 배경
 - 2.1. 수출지원기반활용사업
 - 2.2. 디자인서비스 분야
 - 2.3. 디자인서비스 성과에 관한 연구
3. 연구설계 및 방법
 - 3.1. 연구설계
 - 3.2. 주요 변수 분석
 - 3.3. 표본 빈도 및 신뢰성 분석

4. 연구결과

- 4.1. 참여기업 설문조사 요약
- 4.2. 디자인서비스의 이용현황
- 4.3. 디자인서비스의 성과 측정
- 4.4. 디자인서비스의 개선 및 발전방향

5. 시사점 및 결론

- 5.1. 시사점
- 5.2. 결론 및 제언

참고문헌

Abstract

요약

본 연구는 수출지원기반활용사업 중에서 디자인서비스 분야의 성과에 관한 연구이다. 특히, 참여기업 관점에서 디자인서비스의 이용실태와 이에 따른 문제점을 파악하여, 관련 사업에서 디자인서비스 분야에 있어서 성공적 지원방안 마련을 위한 기초 자료 제공을 목적으로 한다. 본 연구는 기록자료(archival records)를 활용하여 디자인서비스의 정확한 성과를 측정할 수 있도록 정량적 설문(survey) 조사를 설계하였고, 설문은 총 3차례 발송을 통하여 참여기업은 135개사에서 응답하였다. 연구결과에서 디자인서비스의 유의미한 성과는 의료/바이오/헬스케어, 전기/전자제품 등 국가 주력산업군의 수출에서 디자인 역할이 중요하다는 것을 알 수 있었다. 또한, 매출액 차이와는 상관없이 모든 참여기업들이 디자인서비스를 이용하고 있다는 것을 알 수 있었다. 특히, 디자인서비스 효과는 참여기업들의 96%가 가장 효과적이었던 서비스라고 답변하였다. 결과적으로 수출지원기반활용사업에 있어서 디자인서비스의 중요성을 입증하였고, 향후 수출지원기반활용사업의 디자인서비스의 발전방향으로서 관리 시스템 도입의 중요성을 제언하였다.

표제어: 수출지원기반활용사업, 디자인서비스, 디자인아웃소싱, 디자인성과, 수출바우처

접수일(2020년 4월 6일), 수정일(1차: 2020년 6월 3일), 게재확정일 (2020년 6월 10일)

* 한국디자인진흥원 책임, loel99@kidp.or.kr

** 교신저자, (주)아이디노랩 대표, pibuchi@gmail.com

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

1. 서론

본 연구는 수출기반활용사업 디자인서비스 분야에 있어서 디자인서비스의 성과에 관한 연구이다. 특히, 참여기업 관점의 이용실태와 이용에 따른 문제점을 파악하여, 사업에서 디자인서비스 분야의 성공적 지원방안 마련을 위한 기초 자료 제공을 목적으로 한다.

첫째, 디자인서비스의 현황과약을 위한 기초자료 제공을 목적으로 한다. 디자인서비스는 전체 제공서비스 중에서 이용현황이 87%를 차지하고 있을 만큼 중요한 분야로서 디자인서비스 분야에 대한 정확한 현황과약과 성공사례 조사는 본 사업의 정책 수립 및 성공적 운영에 있어서 중요한 기초 자료로 활용할 수 있다.

둘째, 디자인서비스 분야의 향후 발전 방향 모색을 추구한다. 수출바우처 성격의 본 사업에서 디자인서비스가 발전적 방향을 모색하기 위한 효과적인 정책 수립을 위한 디자인서비스 측면의 방향을 모색하기 위해 실시한다.

셋째, 성공사례 발굴을 통한 참여기업의 이용 및 활성화 방향을 제안한다. 구체적인 디자인서비스 이용에 대한 성공사례를 제공서비스 분야별로 조사하여 디자인서비스의 효과 입증과 효율적인 이용방안을 모색하고자 한다.

2. 이론적 배경

2.1 수출지원기반활용사업

기업의 수출역량별 맞춤형 해외마케팅 서비스 지원을 통해 우리 기업의 수출역량 강화를 목적으로 하는 수출지원기반활용사업은 기업이 수출지원서비스의 종류와 서비스 공급기관을 직접 선택하고 바우처 금액 내에서 자율적으로 선택·지원한다(대한무역투자진흥공사, 2017).

2019년 기준으로 전체적인 사업 규모는 1,899.5억원, 13,000개사 내외가 참여하였다. 주무 부처는 산업통상자원부, 농림축산식품부, 중소벤처기업부, 해양수산부, 특허청에서 관여한다.

주요 사업내용은 수출바우처(통합형) 사업으로써, 수출 유망 중소·중견기업을 선정하여 바우처를 부여, 기업이 자유롭게 수출지원서비스를 이용하 후에 소요 비용을 정산하는 방식을 취한다. 산업자원부, 중소벤처기업부, 특허청 공통사용하는 수출바우처 통합 사이트의 메뉴판기능에서 서비스를 선택한다(한국디자인진흥원, 2019)

이러한 개념을 기반으로 연구에서는 각 정부부처 수출지원사업간 칸막이를 제거하고 중소·중견기업이 자사의 수출역량에 맞는 수출지원 사업을 자유롭게 선택할 수 있도록 ‘바우처’ 형태로 신규 도입한 사업 중에서 내수 및 수출 중소·중견기업이 해외진출에 필요한 홍보 디자인 및 제품디자인 개발지원을 통한 수출 경쟁력 강화를 목적으로 하는 사업을 수출지원기반활용사업이라고 정의한다.



Fig. 2-1 Voucher proceedings for export-based utilization business

2.2 디자인서비스 분야

2.2.1. 디자인서비스 사업개요

중소·중견기업 수출경쟁력 강화를 위해 「수출 지원기반 활용사업」의 세부적인 지원서비스 중에서 디자인개발 분야 수행기관으로 신청하고자 하는 산업디자인전문회사 및 동영상 제작 전문회사가 사업안내에 따라 신청한다. 사업목적 및 내용은 내수 및 수출 중소기업·중견기업이 해외진출에 필요한 홍보 디자인 및 제품디자인 개발지원을 통한 수출 경쟁력 강화에 있다 (한국디자인진흥원, 2018).

2.2.2. 디자인서비스 수행 내용 및 신청분야

수행하는 세부 내용은 디자인과 동영상 분야에서 8개 세부 개발 분야중에 신청할 수 있다. 관련한 자세한 내용은 수출바우처 포털 사이트를 통하여 소개하고 있다.

Tab. 2-1 Design Service Field

구분	개발 세부내용
디자인	외국어 종이 카탈로그(catalog)
	외국어 전자 카탈로그(catalog)
	외국어 포장디자인
	외국어 모바일 앱(APP)
	외국어반응형 홈페이지
	해외 온라인 쇼핑물 상품페이지
동영상	제품디자인
	외국어 홍보동영상

디자인서비스의 신청분야는 디자인개발, 홍보동영상 분야에서 1~2개까지 신청이 가능하다. 단, 디자인개발은 디자인전문회사 신고필증이 필요하고, 홍보동영상 분야는 신고필증이 없어도 가능하다.

Tab. 2-2 Design Service Application Field

분야	분야	수행분야 (예시)	비고
디자인 개발	시각 디자인 포장 디자인	- 외국어 종이형식 카탈로그(catalog) - 외국어 포장디자인	디자인 전문회사 신고필증 (신청마감일 기준) 보유기업에 한함
	멀티 미디어 디자인	- 외국어 전자 카탈로그 - 외국어 반응형 웹 - 외국어 APP - 해외 온라인 쇼핑물	
	제품. 포장 디자인	- 제품디자인 - 외국어 포장디자인	
홍보 동영상	동영상	- 외국어 홍보동영상	비디자인전문회사 가능

* Up to 1 or 2 application fields

2.2.3. 수행기관 자격. 신청. 선정 절차

수행기관의 자격은 2가지(디자인분야, 동영상)분야 중 1가지 이상에 부합될 경우 신청 가능하며, 산업디자인진흥법 제9조에 의한 산업디자인 전문회사여야 한다.

한국디자인진흥원 전문회사 신고에 시각디자인·포장디자인, 멀티미디어, 제품디자인, 종합 분야에 신고된 전문회사 중 대표자를 제외하고 전문인력을 3명 이상 보유한 기업이 구체적인 조건이다.

동영상분야는 동영상 제작 기업중 대표자 이외 전문인력을 3명 이상 보유한 기업으로서, 단, 동영상 제작에 관련된 장비를 보유하고 있지 않을시에 신청불가하다. 선정절차는 먼저, 제출서류 검토 후 서면평가가 진행되고, 필요시에는 발표평가 및 현장평가가 진행된다.

수출지원기반활용사업에서의 디자인서비스에 대한 개요, 수행내용, 신청분야, 자격, 신청, 선정절차를 검토하였다. 이러한 선행연구를 기반으로 본 연구에서 디자인서비스는 해외 진출에 필요한 외국어 디자인

개발을 지원하는 ‘디자인개발’과 해외 진출에 필요한 외국어 홍보동영상의 개발을 지원하는 ‘동영상개발’이라고 정의하였다.

2.3 디자인서비스 성과에 관한 연구

2.3.1. 성과와 성과관리

성과의 개념은 다양한 학자에 의해서 정의되고 있지만 모호한 특성을 지니고 있다. 공동성 외(2011)에 따르면, 성과는 공공부문이 서비스를 제공함에 있어 형평성, 효과성, 효율성 그리고 정책 순응 등과 같이 다양한 개념을 포함한다고 보았다.

성과와 마찬가지로 성과관리에 대한 개념도 상당히 다양하게 정의되고 있다. 정부의 정부업무평가기 본법 제2조 6항에서는 “성과관리라함은 정부업무를 추진함에 있어서 기관의 임무, 중 장기목표, 연도별목표 및 성과지표를 수립하고, 그 집행과정 및 결과를 경제성 능률성 효과성 등의 관점에서 관리하는 일련의 활동을 말한다”고 정의하고 있다. 성과관리에 대한 개념 정의는 다양하다. 이러한 성과는 Robert (2003)이 주장한 것처럼 공공부문에서의 성과측정(performance measurement)이 성과 향상과 개선을 위한 중요한 과정인 것으로 볼 수 있다.

2.3.2. 수출기반활용사업의 성과와 고려사항

본 연구에서는 기업의 수출 경쟁력 강화를 목적으로 하는 수출지원기반활용사업 특성을 반영하여, 수출기반활용사업 성과를 다음과 같이 정의하였다.

첫째, 수출기반활용사업을 통하여 수출/매출 증대 효과가 나타났는지가 중요하다. 둘째, 수출시장 개척에 있어서 직/간접적인 효과가 있었는지가 중요하다. 셋째, 기업브랜드 홍보 강화나 인지도가 상승하였는지가 중요하다. 넷째, 기업내의 추가적인 고용창출의 효과가 있었는지가 중요하다.

또한, 수출기반활용사업 성과 연구에 있어서 현재의 디자인서비스에 대한 문제점을 파악하는 것도 중

요하기에 수출지원기반활용사업에서 디자인서비스 분야에 대한 지원 비용, 수행하는 디자인전문기업과의 진행과정과 제공하는 디자인서비스의 수준, 디자인서비스에 대한 신청 및 평가 절차와 선정 후 행정 처리 절차 등에 대한 부분도 검토가 필요하다.

3. 연구설계 및 방법

3.1 연구설계

본 연구는 기록자료(archival records)를 활용하여 디자인서비스의 정확한 성과를 측정할 수 있도록 정량적 설문(survey) 조사를 설계하였다.

설문조사는 조사원이 응답자의 면접결과를 조사표에 기록하는 형식인 타기식(他記式) 조사표를 활용하지 않고, 응답자가 응답내용을 조사표에 직접 기록하는 형식인 자기식(自記式) 조사표 방식을 활용하였다. 구체적으로 전자 설문 조사방식을 적용하였다. 이는 가입자 DB에 있는 사람을 조사 대상으로 한다는 방식에서는 회원조사

Tab. 3-1 Research procedure

1 단계	디자인서비스에 대한 조사 설계 진행	디자인서비스 분야에 대한 정확한 실태파악을 위한 조사 설계
▼		
2 단계	전체사업 개요, 일반 현황 파악	(디자인서비스를 포함하여 전체 사업의 일반적 현황 파악)
	디자인서비스 이용 실태 파악	(구체적 이용현황 파악을 위하여 2차년도 완료된 기업으로 한정)
▼		
3 단계	정량적 (설문) 조사	참여 유도 및 응답 편의 위하여 총 3회에서 걸쳐온라인 설문조사로 진행
▼		
4 단계	결론 및 시사점	진행된 조사에 대한 결론 및 시사점 도출

와 동일한 형태나, 질문지를 게시하여 응답자를 모집하는 것은 방문조사의 형태와 같다.

이와 관련하여 본 연구는 참여기업의 담당자 중심의 설문을 통하여 1단계 디자인서비스 분야에 대한 조사 설계를 진행하였다. 조사 설계의 기준으로 디자인서비스 지원사업의 2차년도인 2018년 5월에서 2019년 4월에 참여한 기업으로 한정하였다. 2단계에서 디자인서비스를 포함하여 전체 사업의 일반적 현황을 파악하였다. 여기에서도 구체성을 띄기 위하여 대상은 2차년도에 완료된 참여기업으로만 한정하였다. 이러한 기준하에서 3단계로 전자설문조사를 실시하였는데, 참여 유도 및 응답 편의를 제공하기 위하여 총 3회에서 걸쳐서 설문조사가 진행되었다.

2차년도(2018년 - 2019년) 참여기업을 대상으로 디자인서비스 분야(디자인개발, 동영상개발)에 대한 이용 현황을 온라인 설문조사방법¹⁾을 활용하여 정량적 조사를 진행하였다. 설문 조사 항목은 참여기업의 일반 현황과 참여한 디자인서비스의 상세 분

Tab. 3-2 Designed a questionnaire (quantitative survey) of participating companies

구분	참여기업
모집단	1차년도에 수출지원기반 활용사업에서 디자인서비스를 이용한 참여기업 (2,254개사)
조사대상	참여기업 CEO 또는 본 사업 담당자
조사방법	구조화된 질문지를 이용한 온라인 설문조사
조사대상 시점	2018년 5월 1일~2019년 4월 30일까지 진행된 디자인서비스 기준
조사기간	2019년 12월 30일 ~ 2020년 1월 25일 (총 3회 발송)
표본크기	135개사 응답
조사항목	참여기업 일반현황, 수행한 서비스 현황 디자인 서비스 분야 신청 내역, 디자인 서비스가 수출경쟁력에 미친 영향 정도, 사업 진행 과정, 디자인서비스 개선에 대한 의견

1) <https://forms.gle/rNy5qtr6f3SC8n679>

야, 수출경쟁력 강화에 미친 영향, 사업진행 과정에서의 문제, 향후 사업 진행 및 발전을 위한 의견 등을 조사하였다.

2019년 12월 30일부터 2020년 1월 25일까지 진행된 설문은 총 3차례 발송을 통하여 참여기업은 135개사에서 응답하였다. 설문결과에서 중복되거나, 기록이 잘못됐다고 판단된 결과를 제외하고 4단계에서 결론 및 시사점을 제시하였다.

3.2. 주요 변수 분석

본 연구의 독립변수는 수출지원기반활용사업의 디자인서비스에 대한 성과다. 즉 디자인개발과 홍보영상제작이 내수 및 수출 중소기업이 해외진출에 어떠한 영향을 미치는 지를 분석하였다. 본 연구에서 초점을 맞춘 것은 디자인서비스의 이용 현황, 디자인서비스의 효과 측정, 디자인서비스의 개선 및 발전방향이다. 보다 구체적으로 응답한 참여기업의 매출액 및 사업분야, 디자인서비스의 신청 내역, 참여기업이 판단하는 효과적인 지원서비스 분야, 수출경쟁력에 미친 영향요소, 디자인서비스의 구체적 효과, 디자인서비스 이용시의 문제점 및 개선방향을 선정하였다.

총 8개 문항로 측정되었다. 측정에 사용된 지표들은 선행연구와 한국디자인진흥원이 발행한 '2018 수출지원기반활용사업 성공사례'에서 참여기업용 디자인서비스 이용 실태조사에 사용된 지표를 활용하였다.

3.3. 표본 빈도 및 신뢰성 분석

본 연구의 분석방법은 다음과 같이 진행하였다. 먼저, 수출지원기반활용사업의 디자인서비스의 성과분석에 사용된 변수들에 대한 빈도분석을 하였다.

다음으로 Cronbach α (알파) 계수를 활용하여 신뢰성을 검증하였다. 신뢰성 분석은 측정하고자 하는

개념이 설문 응답자로부터 정확하고 일관되게 측정되었는가를 확인하는 것이다. 즉, 같은 개념에 대하여 측정을 반복했을 때 동일한 측정값을 받을 수 있는 가능성을 말한다. 신뢰성 분석은 측정도구의 정확성이나 정밀성을 나타내는 것이다.

$$n = \frac{Z_{\alpha}^2 \cdot p(1-p)}{e^2} \quad e = Z_{\frac{\alpha}{2}} \cdot \sqrt{\frac{p(1-p)}{n}}$$

Fig. 3-1 Sample size and sample error formula

신뢰성 분석은 Cronbach α(크롬바흐 알파)와 같은 신뢰도 척도를 계산한 값을 가지고 판단한다. 신뢰성 분석은 연구 결과의 해석을 위한 필요조건일 뿐 충분조건은 아니다[송지준, 2011]. 본 연구에서는 신뢰도 검증 결과 모든 항목의 Cronbach α(알파) 값이 모두 0.7 이상으로 신뢰성이 있다고 할 수 있다(송지준, 2005).

Tab. 3-3 Z-score by confidence level

신뢰수준	z-score
90%	1.65
95%	1.96
99%	2.58

- N : 모집단의 크기(Population Size)
분석하려는 집단의 전체 수(본 연구에서는 1차년도 디자인서비스 분야에 참여한 2,254개 기업 수)
- n : 표본의 크기(Sample Size) 설문조사에서는 전체 응답 완료자수
- e : 표본오차(Margin of error or confidence interval). 신뢰수준 하에서 샘플에 의한 추정이 모집단의 측정치와 표본오차 범위만큼 차이 날 수 있음

Z : 신뢰수준(Confidence Level)에 대응하는 z-score를 사용.

P : 관찰치(The observed percentage) 보통 최대 표본오차를 구하기 위해서 P=0.5를 사용.

4. 연구결과

4.1 참여기업 설문조사 요약

2019년 12월 30일부터 2020년 1월 25일까지 수행된 설문조사에서 1차년도 디자인서비스 분야에 참여한 2,254개 기업중에서 135개 기업이 설문에 참여했다. 질의사항은 크게 참여기업들의 디자인서비스의 이용 현황, 디자인서비스의 효과 측정, 디자인서비스의 개선 및 발전방향으로 진행되었다.

디자인서비스 이용 현황에서 중요한 점은 매출액에 대한 차이와는 상관없이 디자인서비스를 모든 기업들이 이용하고 있으며, 생활소비재(27 %)와 전기/전자/제품 분야(26 %)가 주요사업인 기업들에게 디자인서비스가 매우 효과적이었다.

디자인서비스 효과 측정 측면에서는 설문 참여기업들의 96 %가 디자인서비스가 가장 효과적이었던 서비스라고 답변하였다. 수출에 미친 영향력 측면에서 수출시장 개척 효과가 있다고 답변한 비율이 35 %, 수출 상품화 전략으로 효과가 있다고 답변한 비율은 28 %로서 수출지원기반활용사업에 있어서 디자인서비스의 중요성을 잘 보여주고 있다.

디자인서비스 개선 및 발전방향에서는 현재의 문제와 향후 개선에 있어서 52 %, 59 %의 비율로서 지원비용의 문제를 제시하고 있으며, 수행기관의 디자인서비스 수준의 문제와 디자인전문기업과의 진행 과정상의 문제가 중요하다고 응답하였다.

4.2 디자인서비스의 이용 현황

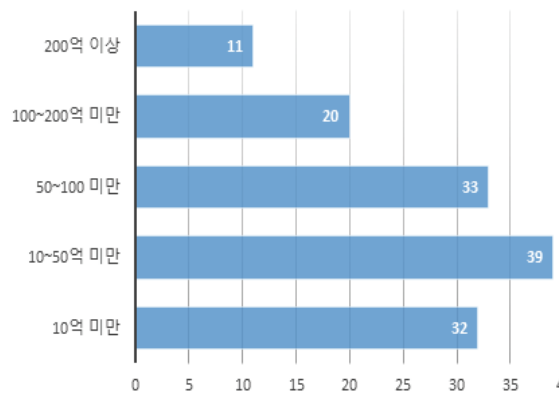
디자인서비스를 활용한 참여기업들은 전기/전자제품이 33개사, 의료/바이오/헬스케어 분야가 32개사로 가장 많았다. 그 다음으로 생활소비재가 28개사, 산업용품이 주요 사업분야인 참여기업이 23개사를 차지하고 있다.

Tab. 4-1 Business areas of participating companies

사업분야(수출품목)	기업수
기타	4
산업용품	23
생활소비재	28
소프트웨어	15
의료/바이오/헬스케어	32
전기/전자제품	33
합계	135

(base: total n = 135, unit: number)

설문 참여기업들의 2018년 기준 매출액은 10억 미만이 32 개사, 10~50억 미만이 39 개사, 50억~100억이 3 개사, 100~200억 매출의 기업이 20 개였다.



(base: total n = 135, unit: number)

Fig. 4-1 Sales distribution of participating companies

디자인서비스 신청 내역은 홍보동영상 제작이 1차에서 36개사로 가장 많았고, 외국어전자 카탈로그(catalog) 제작이 33개사였다. 종이 카탈로그(catalog) 제작은 23개사, 포장디자인 분야는 19개사에서 신청한 수준이었다.

2차에서는 모든 기업이 참여를 신청하지 않고, 84개 기업만이 신청하였다. 그 중에서 외국어 종이 카탈로그(catalog) 제작을 28개사가 신청하였고, 외국어 전자 카탈로그(catalog) 제작을 24개사에서 신청하였다.

Tab. 4-2 Design service application details

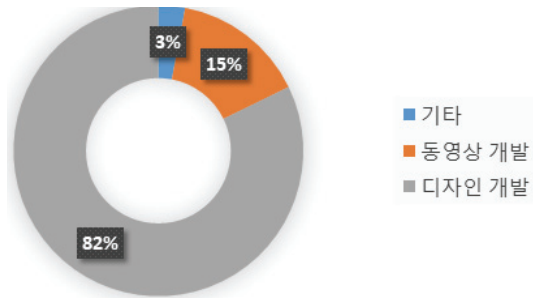
신청 분야	신청 1순위	신청 2순위
외국어 모바일 웹/앱 제작	4	-
외국어 반응형 홈페이지	11	-
외국어 전자 탈로그	33	24
외국어 종이 카탈로그	23	28
외국어 포장디자인 제작	19	14
외국어 홍보동영상 제작	36	14
제품디자인 제작	5	4
해외 온라인 쇼핑몰 상품페이지 제작	4	-
합계(기업수)	135	84

(base: total n = 135, unit: number)

4.3 디자인서비스의 성과 측정

참여기업들에게 전체 수출지원기반활용사업에서 제공하는 서비스 중에서 가장 효과적인 분야를 묻는 질문에서 디자인서비스라고 답한 비율은 전체의 97% 수준이었다.

세부적으로 디자인개발이 효과적이라고 답한 기업은 82%였고, 15%는 동영상개발이 효과적이었다고 답하였다. 설문 문항의 신뢰도는 Cronbach's α 계수는 .78로 분석되어 신뢰도가 검증되었다. 이는 디자인서비스의 성과가 유의미하다는 것을 정량적으로 보



(base: total n = 135, unit: %)

Fig. 4-2 The most effective support services

여주는 가장 좋은 지표라고 할 수 있다.

수출 경쟁력을 묻는 질문에는 응답자의 87 %가 ‘매우 효과있다’고 답하였고, 나머지 13%도 효과적이라고 응답하였다. 전체 135개사에 질의한 응답에서 모두 디자인서비스가 효과적이라고 답하였다. 설문 문항의 신뢰도를 검증하는 Cronbach’s α 계수는 .74로 분석되어 신뢰도가 검증되었다. 이로써, 디자인 서비스의 성과는 유의미하다고 증명할 수 있다.

Tab. 4-3 The specific effects of design services

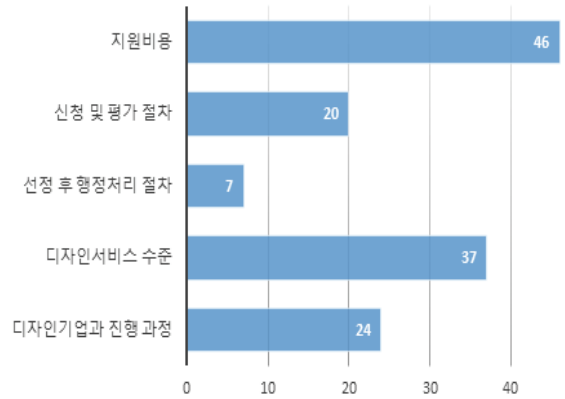
디자인서비스의 영향	기업수
기업브랜드 홍보/인지도 강화	31
수출/매출 증대 효과	29
수출시장 개척 효과	63
추가 고용창출	12
합계	135

(base: total n = 135, unit: number)

4.4 디자인서비스의 개선 및 발전 방향

디자인서비스 이용 시의 참여기업들이 가장 많이 제시하는 문제점은 지원비용이 46개사(34 %)로 가장 많았다. 다음으로는 디자인서비스 수준에 대한 문제가 37개사(28 %)였다. 수행기관인 디자인전문기업과

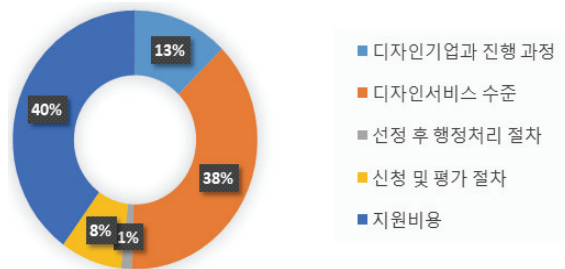
의 진행 과정이라고 답변한 참여기업은 24개사(18 %)였고, 신청 및 평가 절차의 문제점을 제시한 곳이 20개사(15 %)였다.



(base: total n = 135, unit: number)

Fig. 4-4 Problems when using design services

향후 디자인서비스 개선에 있어서는 지원비용의 개선이 중요하다는 응답(40%)과 디자인서비스 수준이 중요하다는 응답(38%) 수준으로 비슷한 양상을 나타냈다.



(base: total n = 135, unit: %)

Fig. 4-5 Design Service Improvement Direction

5. 시사점 및 결론

5.1 시사점

앞에서 제시한 이용실태조사에서 전반적으로 디자인서비스에 대한 성과를 판단할 수 있는 참여기업의 만족도는 그들의 응답을 분석해 보면 매우 높은 편으로 나타나고 있다. 설문에 응답한 전체 기업이 디자인서비스가 효과가 있다고 응답하였고, 매우 효과가 있다고 응답한 비율도 87%였다. 구체적 효과를 묻는 질문에서도 수출시장 개척 효과가 있다고 직접적으로 응답한 기업이 47%(63개)를 차지하고 있다. 때문에 지속적인 디자인서비스 분야의 양적 확대와 질적 개선을 위한 대안이 중요하다. 종합적으로 볼 때, 수출바우처 사업에서 디자인서비스는 중요성은 설문 등에 잘 드러나 있다. 향후 디자인서비스가 우리나라 4차산업형 분야에서 수출 경쟁력을 높이기 위해서 디자인서비스의 가치에 대한 질적, 양적 측면에서의 효과 측정이 중요하다.

디자인지원사업으로 기업의 디자인에 대한 자체 경쟁력 강화보다는 공공 의존도가 커질 수 있다. 장기적은 수출경쟁력 확보 측면에서 디자인의 역할은 가장 중요한 요소이다. 하지만, 참여기업의 자체적인 역량강화보다는 공공에 의존한 일시적인 지원은 경쟁력 차원의 문제가 될 수 있다. 때문에 디자인지원사업으로 디자인의 중요성을 인식한 기업들은 자체적으로 디자인 인력을 갖추고, 양성할 수 있는 제도적 지원책 마련이 중요하다.

본인부담금제도로 인한 일부 참여기업의 서비스 접근 제한과 장기적으로 디자인서비스 수요의 양극화 가능성이 존재한다. 본인부담금제도는 참여기업의 책임과 성실 수행에 필요한 요소이다. 하지만, 신생기업들에게는 참여에 발목을 잡는 요소가 될 수 있다. 이로 인하여, 제한적 기업만이 디자인서비스 혜택을 받는 양극화의 가능성에 대한 주의가 필요하다.

5.2 결론 및 제언

결론적으로 디자인서비스의 유의미한 성과를 위해서는 의료/바이오/헬스케어, 전기/전자제품 등 국가 주력산업군의 수출에서 디자인 역할이 중요하다. 디자인서비스는 4차산업형 기술산업인 의료/바이오/헬스케어 분야와 전기/전자제품 분야에서 수출 경쟁력을 높이기 위해서 중소기업들이 필수적으로 지원이 필요한 분야이다.

디자인서비스의 개선을 위해서는 디자인서비스 수준에 대한 체계적 관리와 디자인기업과의 진행과정 등에 대한 절차가 중요하다. 디자인서비스의 개선을 통한 중소기업의 수출 경쟁력을 증대하기 위해서는 디자인서비스의 질적 개선이 중요하다. 또한 선정, 진행, 정산에 이르는 관리에 있어서도 좀 더 체계적이며, 시스템화된 관리가 중요할 것이다.

향후 발전방향에 대한 제언으로서 '디자인서비스 관리 시스템 도입이 중요하다. 대기업이 아닌, 중소기업 입장에서 수출에 우선 요인은 기술력인데, 기술력만으로 수출시장을 개척하기에는 한계가 있다. 수출 중소기업의 경쟁력 제고를 위해서는 자체 브랜드와 디자인된 제품을 가지는 것이 중요한데, 그들이 기술개발 R&D가 아닌, 디자인과 브랜드에 투자하기는 어렵다(안진호, 이정선, 2019).

그래서, 중소기업에는 사소한 디자인지원이라도 상당한 힘을 갖게 한다. 실제 수출바우처 지원을 받았던 대다수 중소기업들이 디자인 품질 수준에 상관없이 디자인된 자사 제품을 갖게 된 부분에 만족했고, 그들의 바이어들도 디자인지원 이후 자체 브랜드가치를 인정해주는 분위기로 전환됐다고 한다.

디자인서비스 분야의 특성상 효과 측정의 어려움으로 향후 방향설정과 정책 수립이 어려운데, 시스템 기반에서 다양한 디자인서비스에 대한 DB를 활용하여 객관적 정책 수립이 가능하다. 디자인기업에 따라서 수준에 많은 차이가 나는 부분을 평준화 할 수 있다. 참여기업에서 가장 어려워하는 부분이 디자인기

업의 디자인품질 수준에 대한 검증이다. 이러한 부분도 디자인기업의 실적과 평판 등에 대하여 시스템으로 확인이 가능하다면, 디자인기업의 실적 향상과 참여기업의 만족도가 증가할 것이다.

References

- [1] Ahn, Jinho, Lee, Jeungsun (2018), 'Study on strategy formulation and system through mining of UI/UX related unstructured data', Pfoceednigs of IT service science society(안진호, 이정선, 'UI/UX 관련 비정형 데이터의 마이닝을 통한 전략수립 방법과 시스템 연구', IT서비스학회 춘계학술대회. 2019)
- [2] Kong, Dongsung, Park, JungHun, Lee, Jungwook (2011), 'Research on the development plan of the performance management system for the government'(공동성·박중훈·이정욱. '정부업무 성과관리제도 발전방안 연구', 국무총리실. 2011)
- [3] Korea Trade-Investment Promotion Agency (2017), 'Export Support Infrastructure Utilization Management Guidelines'(대한무역투자진흥공사, '수출지원기반활용사업 관리지침', 2017)
- [4] Korea Institute of Design Promotion (2018), '2017 Export Support Infrastructure Utilization Survey'(한국디자인진흥원, '2017 수출지원기반 활용사업 실태조사', 2018)
- [5] Korea Institute of Design Promotion (2019), 'Successful cases of export support-based utilization business'(한국디자인진흥원, '수출지원기반활용사업 성공사례', 2019)
- [6] Korean Federation of Design Industry Association, '2nd year research on the foundation of design industry', 2018. (디자인산업연합회, '2차년도 디자인산업 기반조성 제도 연구', 2018)
- [7] Robert D. Behn (2003), 'Why Measure Performance? Difference Purpose Require Different Measures. Public' Administration Review 63(5): 586-606
- [8] Song, Jijun (2005), 'SPSS / AMOS statistical analysis method'(송지준, 'SPSS/AMOS 통계분석방법', 무역경영사, 2005)
- [9] <https://www.exportvoucher.com/portal/sample/main>, Export Support Infrastructure Utilization Project
- [10] <https://www.kotra.or.kr/kh/main/KHMIUI010M.html>, Korea Trade-Investment Promotion Agency
- [11] <https://www.mss.go.kr/site/smba/main.do>, Small and Medium Venture Business Department

Lee, Sungsu (loel99@kidp.or.kr)



He majored in advertising design at Hongik University's Graduate School of Industrial Art and at the Korea Institute of Design Promotion. It carries out the government's design policy such as design research, design education, and corporate design support. He is currently working as an Invited Designer by Korea Design Exhibition.

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.

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 Study on the Performance of Design Services in the Export Voucher

Lee, Sungsu* · Ahn, Jinho** · Kim, Injun***

ABSTRACT

This study is a study on the performance of design services among export voucher projects. In particular, we have identified the actual state of use of design services from the perspective of participating companies and the corresponding problems. The purpose of the study is to provide basic data for the preparation of successful support plans in the field of design services. This study designed a quantitative survey to measure accurate performance of design services using archive records, and the survey was sent three times in total to 135 participating companies. A significant achievement of design services the study found is that the role of design were important in the export of the nation's main industries such as medical/biological/healthcare and electrical/electronic products. In addition, we could see that all participating companies were using design services regardless of the difference in sales. In particular, 96% of participating companies answered that the design service effect was the most effective service. As a result, it proved the importance of design services in export voucher projects, and suggested the importance of introducing a management system as a direction for the development of design services in future export voucher projects. He majored in advertising design at Hongik University's Graduate School of Industrial Art and at the Korea Institute of Design Promotion. It carries out the government's design policy such as design research, design education, and corporate design support. He is currently working as an Invited Designer by Korea Design Exhibition.

Keywords: Export support base utilization business, design service, design outsourcing, design performance

* Korea Institute of Design Promotion, loel99@kidp.or.kr

** idinnolab Inc. pibuchi@gmail.com

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