



저작자표시-비영리-변경금지 2.0 대한민국

이용자는 아래의 조건을 따르는 경우에 한하여 자유롭게

- 이 저작물을 복제, 배포, 전송, 전시, 공연 및 방송할 수 있습니다.

다음과 같은 조건을 따라야 합니다:



저작자표시. 귀하는 원저작자를 표시하여야 합니다.



비영리. 귀하는 이 저작물을 영리 목적으로 이용할 수 없습니다.



변경금지. 귀하는 이 저작물을 개작, 변형 또는 가공할 수 없습니다.

- 귀하는, 이 저작물의 재이용이나 배포의 경우, 이 저작물에 적용된 이용허락조건을 명확하게 나타내어야 합니다.
- 저작권자로부터 별도의 허가를 받으면 이러한 조건들은 적용되지 않습니다.

저작권법에 따른 이용자의 권리는 위의 내용에 의하여 영향을 받지 않습니다.

이것은 [이용허락규약\(Legal Code\)](#)을 이해하기 쉽게 요약한 것입니다.

[Disclaimer](#)

2019년 8월

석사학위 논문

# 디자인지원사업 구성요소의 우선순위도출 연구

-AHP기법을 활용한 수혜기업의 수요분석을 중심으로-

조선대학교 대학원

창의공학디자인융합학과

정 호 은

# 디자인지원사업 구성요소의 우선순위도출 연구

-AHP기법을 활용한 수혜기업의 수요분석을 중심으로-

Study on the Priority of Design Support Project Components

-Focusing on the demand analysis of beneficiary companies using  
AHP technique-

2019년 8월 23일

조선대학교 대학원

창의공학디자인융합학과

정 호 은

# 디자인지원사업 구성요소의 우선순위도출 연구

-AHP기법을 활용한 수혜기업의 수요분석을 중심으로-

지도교수 이 진 렬

이 논문을 디자인학석사학위 신청 논문으로 제출함

2019년 4월

조선대학교 대학원

창의공학디자인융합학과

정 호 은

## 정호은의 석사학위논문을 인준함

위원장 조선대학교 교수 황 영 성

위 원 조선대학교 교수 류 시 천

위 원 조선대학교 교수 이 진 렬



2019년 5월

조선대학교 대학원

# 목 차

## ■ ABSTRACT

### 01 서론

---

1절	연구의 배경 및 목적	2
2절	연구의 방법 및 구성	4

### 02 이론적 고찰

---

1절	디자인지원사업의 유형과 구성요소	7
	1. 디자인지원사업의 유형	7
	2. 디자인지원사업의 구성요소	17
2절	창업유형에 따른 디자인사업자 분류	24
	1. 디자인지원사업의 디자인사업자 분류 현황	24
	2. 디자인지원사업 지원대상 분류 기준	30
3절	유형에 따른 국내 디자인지원사업 분석	34
	1. 기관별 디자인지원사업 분석	34
	2. 유형에 따른 디자인지원사업 현황	45
	3. 국내 디자인지원사업 유형별 결과	48

### 03 AHP기반 디자인지원사업 구성요소의 상대적 중요도와 우선순위 분석

---

1절	AHP기법 활용을 위한 설문지 작성	54
----	---------------------	----

<b>2절</b>	<b>자료의 수집</b>	62
	1. 자료 수집 과정	62
	2. 자료 수집 결과	63
<b>3절</b>	<b>AHP 분석과정 및 결과</b>	79
	1. AHP분석기법 과정	79
	2. 수혜대상자별 디자인지원사업 구성요소의 상대적 중요도와 우선순위	82

## 04 AHP기반 디자인지원사업 구성요소의 상대적 중요도와 우선순위 도출

---

	디자인지원사업의 현황과 AHP기법을	
<b>1절</b>	<b>활용한 디자인지원사업 구성요소의 상대적 중요도와 우선순위 비교 분석</b>	129
	1. 디자인지원사업 수혜대상자별 비교 분석	129
<b>2절</b>	<b>디자인지원사업 지원내용 구성에 대한 제안</b>	136

## 05 결론

---

<b>1절</b>	<b>연구의 결과 및 시사점</b>	145
<b>2절</b>	<b>연구의 한계점 및 향후 연구방향</b>	148

참고문헌 150

부록 153

국문초록 159

# 표 목 차

<표 1-1> 디자인지원사업에 대한 현장의 목소리 .....	3
<표 2-1> 디자인의 중요성과 역할 확대 .....	8
<표 2-2> 영국과 국내의 디자인 기업의 비즈니스 모델 비교 .....	9
<표 2-3> 종합 컨설팅 서비스와 전주기적 지원 서비스 .....	1· 1
<표 2-4> 기업 지원사업 분류 분석 대상 .....	2 1
<표 2-5> 기업 지원사업 대상별 유형 정리_정부기관 .....	3 1
<표 2-6> 기업 지원사업 대상별 유형 정리_포털 사이트 .....	4 1
<표 2-7> 기업 지원사업 대상별 유형 정리_학술 논문 .....	5 1
<표 2-8> 디자인지원사업의 유형 .....	7 1
<표 2-9> 디자인 혁신 유망기업 육성사업 지원사업 지원내용 .....	8 1
<표 2-10> 시군구 지역연고산업 육성(비R&D) 지원내용 .....	9 1
<표 2-11> 디자인 제품화 지원사업 지원분야 .....	0 2
<표 2-12> 지역 특화산업 융합디자인 개발 사업 지원내용 .....	1 2
<표 2-13> 디자인지원사업의 유형과 구성요소 .....	2 2
<표 2-14> 신·기보 창업기업 지원 보증 개선 .....	4 2
<표 2-15> 중소벤처기업부, 2019년도 정부 창업지원사업 현황 .....	6 2
<표 2-16> 지원사업 지원대상인 사업자 분류 종합표 .....	1 3
<표 2-17> 중소벤처기업부 디자인지원사업 분류 .....	5 3
<표 2-18> 한국디자인진흥원 디자인지원사업 분류 .....	6 3
<표 2-19> 광주디자인센터 디자인지원사업 분류 .....	9 3
<표 2-20> 부산디자인센터 디자인지원사업 분류 .....	2 4
<표 2-21> 대구경북디자인센터, 공동 디자인지원사업 분류 .....	4 4
<표 2-22> 유형과 구성요소에 따른 디자인지원사업의 현황 .....	6 4
<표 2-23> 국내 디자인지원사업의 유형별 결과 (수치화) .....	8 4
<표 2-24> 국내 디자인지원사업의 유형과 구성요소의 우선순위 산출 .....	0 5
<표 2-25> 국내 디자인지원사업의 유형과 구성요소의 우선순위 결과 .....	1 5
<표 3-1> 상위요인과 하위요인의 구성 및 설명 .....	5 5
<표 3-2> AHP분석 기반 설문지조사 구성_사업체 현황 정보 .....	6 5
<표 3-3> AHP분석 기반 설문지조사 구성_지원사업 유형 .....	7 5



<표 3-4> AHP분석 기반 설문지조사 구성_개발 구성요소 .....	7. 5
<표 3-5> AHP분석 기반 설문지조사 구성_홍보 구성요소 .....	8. 5
<표 3-6> AHP분석 기반 설문지조사 구성_교육 구성요소 .....	9. 5
<표 3-7> AHP분석 기반 설문지조사 구성_경영(제도) 구성요소 .....	9. 5
<표 3-8> 설문지 유형과 구성요소별 문항 조합 수 .....	0. 6
<표 3-9> AHP 기법 쌍대비교 척도의 설명 .....	1. 6
<표 3-10> 자료수집과정_개요 .....	2. 6
<표 3-11> AHP분석기법을 활용한 연구 과정 .....	0. 8
<표 3-12> AHP기법을 활용한 사업자별 분석과정 .....	2. 8
<표 3-13> 전체 수혜대상자의 상위요인 상대적 중요도와 우선순위 _요소 및 중요도 정의 .....	3
<표 3-14> 전체 수혜대상자의 상위요인 상대적 중요도와 우선순위 _가중치 표준화 및 평균 .....	3
<표 3-15> 전체 수혜대상자의 상위요인 상대적 중요도와 우선순위 _신뢰성(일관성) 검증 .....	3
<표 3-16> 전체 수혜대상자의 상위요인 상대적 중요도와 우선순위_결과 .....	4. 8
<표 3-17> 전체 수혜대상자의 하위요인(개발) 상대적 중요도와 우선순위 _요소 및 중요도 정의 .....	5
<표 3-18> 전체 수혜대상자의 하위요인(개발) 상대적 중요도와 우선순위 _가중치 표준화 및 평균 .....	5
<표 3-19> 전체 수혜대상자의 하위요인(개발) 상대적 중요도와 우선순위 _신뢰성(일관성) 검증 .....	5
<표 3-20> 전체 수혜대상자의 하위요인(개발) 상대적 중요도와 우선순위_결과 .....	6. 8
<표 3-21> 전체 수혜대상자의 하위요인(홍보) 상대적 중요도와 우선순위 _요소 및 중요도 정의 .....	7
<표 3-22> 전체 수혜대상자의 하위요인(홍보) 상대적 중요도와 우선순위 _가중치 표준화 및 평균 .....	7
<표 3-23> 전체 수혜대상자의 하위요인(홍보) 상대적 중요도와 우선순위 _신뢰성(일관성) 검증 .....	7
<표 3-24> 전체 수혜대상자의 하위요인(홍보) 상대적 중요도와 우선순위_결과 .....	8. 8
<표 3-25> 전체 수혜대상자의 하위요인(교육) 상대적 중요도와 우선순위 _요소 및 중요도 정의 .....	9

<표 3-26> 전체 수혜대상자의 하위요인(교육) 상대적 중요도와 우선순위	
_가중치 표준화 및 평균 .....	8
<표 3-27> 전체 수혜대상자의 하위요인(교육) 상대적 중요도와 우선순위	
_신뢰성(일관성) 검증 .....	8
<표 3-28> 전체 수혜대상자의 하위요인(교육) 상대적 중요도와 우선순위_결과	0... 9
<표 3-29> 전체 수혜대상자의 하위요인(경영) 상대적 중요도와 우선순위	
_요소 및 중요도 정의 .....	9
<표 3-30> 전체 수혜대상자의 하위요인(경영) 상대적 중요도와 우선순위	
_가중치 표준화 및 평균 .....	9
<표 3-31> 전체 수혜대상자의 하위요인(경영) 상대적 중요도와 우선순위	
_신뢰성(일관성) 검증 .....	9
<표 3-32> 전체 수혜대상자의 하위요인(경영) 상대적 중요도와 우선순위_결과	2... 9
<표 3-33> 전체 수혜대상자의 상위, 하위요인 간 상대적 중요도와 우선순위	3... 9
<표 3-34> 예비창업자의 상위요인 상대적 중요도와 우선순위	
_요소 및 중요도 정의 .....	9
<표 3-35> 예비창업자의 상위요인 상대적 중요도와 우선순위	
_가중치 표준화 및 평균 .....	9
<표 3-36> 예비창업자의 상위요인 상대적 중요도와 우선순위	
_신뢰성(일관성) 검증 .....	9
<표 3-37> 예비창업자의 상위요인 상대적 중요도와 우선순위_결과	5... 9
<표 3-38> 예비창업자의 하위요인(개발) 상대적 중요도와 우선순위	
_요소 및 중요도 정의 .....	9
<표 3-39> 예비창업자의 하위요인(개발) 상대적 중요도와 우선순위	
_가중치 표준화 및 평균 .....	9
<표 3-40> 예비창업자의 하위요인(개발) 상대적 중요도와 우선순위	
_신뢰성(일관성) 검증 .....	9
<표 3-41> 예비창업자의 하위요인(개발) 상대적 중요도와 우선순위_결과	7... 9
<표 3-42> 예비창업자의 하위요인(홍보) 상대적 중요도와 우선순위	
_요소 및 중요도 정의 .....	9
<표 3-43> 예비창업자의 하위요인(홍보) 상대적 중요도와 우선순위	
_가중치 표준화 및 평균 .....	9

<표 3-44> 예비창업자의 하위요인(홍보) 상대적 중요도와 우선순위	
_신뢰성(일관성) 검증 .....	9
<표 3-45> 예비창업자의 하위요인(홍보) 상대적 중요도와 우선순위_결과 .....	9
<표 3-46> 예비창업자의 하위요인(교육) 상대적 중요도와 우선순위	
_요소 및 중요도 정의 .....	100
<표 3-47> 예비창업자의 하위요인(교육) 상대적 중요도와 우선순위	
_가중치 표준화 및 평균 .....	100
<표 3-48> 예비창업자의 하위요인(교육) 상대적 중요도와 우선순위	
_신뢰성(일관성) 검증 .....	10
<표 3-49> 예비창업자의 하위요인(교육) 상대적 중요도와 우선순위_결과 .....	101
<표 3-50> 예비창업자의 하위요인(경영) 상대적 중요도와 우선순위	
_요소 및 중요도 정의 .....	102
<표 3-51> 예비창업자의 하위요인(경영) 상대적 중요도와 우선순위	
_가중치 표준화 및 평균 .....	102
<표 3-52> 예비창업자의 하위요인(경영) 상대적 중요도와 우선순위	
_신뢰성(일관성) 검증 .....	102
<표 3-53> 예비창업자의 하위요인(경영) 상대적 중요도와 우선순위_결과 .....	101
<표 3-54> 예비창업자의 상위, 하위요인 간 상대적 중요도와 우선순위 .....	401
<표 3-55> 3년 이내 창업자의 상위요인 상대적 중요도와 우선순위	
_요소 및 중요도 정의 .....	105
<표 3-56> 3년 이내 창업자의 상위요인 상대적 중요도와 우선순위	
_가중치 표준화 및 평균 .....	105
<표 3-57> 3년 이내 창업자의 상위요인 상대적 중요도와 우선순위	
_신뢰성(일관성) 검증 .....	105
<표 3-58> 3년 이내 창업자의 상위요인 상대적 중요도와 우선순위_결과 .....	601
<표 3-59> 3년 이내 창업자의 하위요인(개발) 상대적 중요도와 우선순위	
_요소 및 중요도 정의 .....	107
<표 3-60> 3년 이내 창업자의 하위요인(개발) 상대적 중요도와 우선순위	
_가중치 표준화 및 평균 .....	107
<표 3-61> 3년 이내 창업자의 하위요인(개발) 상대적 중요도와 우선순위	
_신뢰성(일관성) 검증 .....	107
<표 3-62> 3년 이내 창업자의 하위요인(개발) 상대적 중요도와 우선순위_결과 .....	801

<표 3-63> 3년 이내 창업자의 하위요인(홍보) 상대적 중요도와 우선순위	
_요소 및 중요도 정의 .....	109
<표 3-64> 3년 이내 창업자의 하위요인(홍보) 상대적 중요도와 우선순위	
_가중치 표준화 및 평균 .....	109
<표 3-65> 3년 이내 창업자의 하위요인(홍보) 상대적 중요도와 우선순위	
_신뢰성(일관성) 검증 .....	109
<표 3-66> 3년 이내 창업자의 하위요인(홍보) 상대적 중요도와 우선순위_결과	111
<표 3-67> 3년 이내 창업자의 하위요인(교육) 상대적 중요도와 우선순위	
_요소 및 중요도 정의 .....	111
<표 3-68> 3년 이내 창업자의 하위요인(교육) 상대적 중요도와 우선순위	
_가중치 표준화 및 평균 .....	111
<표 3-69> 3년 이내 창업자의 하위요인(교육) 상대적 중요도와 우선순위	
_신뢰성(일관성) 검증 .....	111
<표 3-70> 3년 이내 창업자의 하위요인(교육) 상대적 중요도와 우선순위_결과	111
<표 3-71> 3년 이내 창업자의 하위요인(경영) 상대적 중요도와 우선순위	
_요소 및 중요도 정의 .....	113
<표 3-72> 3년 이내 창업자의 하위요인(경영) 상대적 중요도와 우선순위	
_가중치 표준화 및 평균 .....	113
<표 3-73> 3년 이내 창업자의 하위요인(경영) 상대적 중요도와 우선순위	
_신뢰성(일관성) 검증 .....	113
<표 3-74> 3년 이내 창업자의 하위요인(경영) 상대적 중요도와 우선순위_결과	113
<표 3-75> 3년 이내 창업자의 상위, 하위요인 간 상대적 중요도와 우선순위	115
<표 3-76> 3년 이상 사업자의 상위요인 상대적 중요도와 우선순위	
_요소 및 중요도 정의 .....	116
<표 3-77> 3년 이상 사업자의 상위요인 상대적 중요도와 우선순위	
_가중치 표준화 및 평균 .....	116
<표 3-78> 3년 이상 사업자의 상위요인 상대적 중요도와 우선순위	
_신뢰성(일관성) 검증 .....	116
<표 3-79> 3년 이상 사업자의 상위요인 상대적 중요도와 우선순위_결과	117
<표 3-80> 3년 이상 사업자의 하위요인(개발) 상대적 중요도와 우선순위	
_요소 및 중요도 정의 .....	118

<표 3-81> 3년 이상 사업자의 하위요인(개발) 상대적 중요도와 우선순위 _가중치 표준화 및 평균 .....	118
<표 3-82> 3년 이상 사업자의 하위요인(개발) 상대적 중요도와 우선순위 _신뢰성(일관성) 검증 .....	118
<표 3-83> 3년 이상 사업자의 하위요인(개발) 상대적 중요도와 우선순위_결과	119
<표 3-84> 3년 이상 사업자의 하위요인(홍보) 상대적 중요도와 우선순위 _요소 및 중요도 정의 .....	120
<표 3-85> 3년 이상 사업자의 하위요인(홍보) 상대적 중요도와 우선순위 _가중치 표준화 및 평균 .....	120
<표 3-86> 3년 이상 사업자의 하위요인(홍보) 상대적 중요도와 우선순위 _신뢰성(일관성) 검증 .....	120
<표 3-87> 3년 이상 사업자의 하위요인(홍보) 상대적 중요도와 우선순위_결과	121
<표 3-88> 3년 이상 사업자의 하위요인(교육) 상대적 중요도와 우선순위 _요소 및 중요도 정의 .....	122
<표 3-89> 3년 이상 사업자의 하위요인(교육) 상대적 중요도와 우선순위 _가중치 표준화 및 평균 .....	122
<표 3-90> 3년 이상 사업자의 하위요인(교육) 상대적 중요도와 우선순위 _신뢰성(일관성) 검증 .....	122
<표 3-91> 3년 이상 사업자의 하위요인(교육) 상대적 중요도와 우선순위_결과	121
<표 3-92> 3년 이상 사업자의 하위요인(경영) 상대적 중요도와 우선순위 _요소 및 중요도 정의 .....	124
<표 3-93> 3년 이상 사업자의 하위요인(경영) 상대적 중요도와 우선순위 _가중치 표준화 및 평균 .....	124
<표 3-94> 3년 이상 사업자의 하위요인(경영) 상대적 중요도와 우선순위 _신뢰성(일관성) 검증 .....	124
<표 3-95> 3년 이상 사업자의 하위요인(경영) 상대적 중요도와 우선순위_결과	121
<표 3-96> 3년 이상 사업자의 상위, 하위요인 간 상대적 중요도와 우선순위	121
<표 4-1> 전체 수혜대상자의 디자인지원사업 구성요소 비교 분석 결과	131
<표 4-2> 예비창업자의 디자인지원사업 구성요소 비교 분석 결과	131
<표 4-3> 3년 이내 창업자의 디자인지원사업 구성요소 비교 분석 결과	131
<표 4-4> 3년 이상 사업자의 디자인지원사업 구성요소 비교 분석 결과	131
<표 4-5> 전체 수혜대상자의 디자인지원사업 추진 방향	131

<표 4-6> 예비창업자의 디자인지원사업 추진 방향 .....81  
 <표 4-7> 3년 이내 창업자의 디자인지원사업 추진 방향 .....93  
 <표 4-8> 3년 이상 사업자의 디자인지원사업 추진 방향 .....94  
 <표 4-9> 연구 결과 종합 정리표 .....4

## 그림 목 차

<그림 1-1> 연구 프레임워크(framework) ..... 4  
 <그림 2-1> 디자인 지원 유형 구조 .....6 1  
 <그림 2-2> 지원사업 지원대상인 사업자 분류 기준 .....3 3  
 <그림 2-3> 국내 디자인지원사업의 유형별 순위 .....0 5  
 <그림 3-1> 사업체 기본 현황\_예비창업자 .....4 6  
 <그림 3-2> 사업체 기본 현황\_3년 이내 창업자 .....4 6  
 <그림 3-3> 사업체 기본 현황\_3년 이상 사업자 .....5 6  
 <그림 3-4> 수혜대상자 전체의 사업체 기본 현황\_업종 .....6 6  
 <그림 3-5> 수혜대상자 전체의 사업체 기본 현황\_정부디자인 지원과제 참여경험 .....6 6  
 <그림 3-6> 수혜대상자 전체의 사업체 기본 현황\_디자인 R&D 추진경험 .....7 6  
 <그림 3-7> 수혜대상자 전체의 사업체 기본 현황\_근로자수 .....7 6  
 <그림 3-8> 수혜대상자 전체의 사업체 기본 현황\_전년도 매출액 .....8 6  
 <그림 3-9> 예비창업자의 사업체 기본 현황\_업종 .....8 6  
 <그림 3-10> 예비창업자의 사업체 기본 현황\_정부디자인 지원과제 참여경험 .....9 6  
 <그림 3-11> 예비창업자의 사업체 기본 현황\_디자인 R&D 추진경험 .....9 6  
 <그림 3-12> 3년 이내 창업자의 사업체 기본 현황\_업종 .....0 7  
 <그림 3-13> 3년 이내 창업자의 사업체 기본 현황\_정부디자인 지원과제 참여경험 .....0 7  
 <그림 3-14> 3년 이내 창업자의 사업체 기본 현황\_디자인 R&D 추진경험 .....1 7  
 <그림 3-15> 3년 이내 창업자의 사업체 기본 현황\_근로자수 .....1 7  
 <그림 3-16> 3년 이내 창업자의 사업체 기본 현황\_전년도 매출액 .....2 7

<그림 3-17> 3년 이상 사업자의 사업체 기본 현황_업종 .....	2· 7
<그림 3-18> 3년 이상 사업자의 사업체 기본 현황_정부디자인 지원과제 참여경험 ..	7
<그림 3-19> 3년 이상 사업자의 사업체 기본 현황_디자인 R&D 추진경험 .....	3· 7
<그림 3-20> 3년 이상 사업자의 사업체 기본 현황_근로자수 .....	4· 7
<그림 3-21> 3년 이상 사업자의 사업체 기본 현황_전년도 매출액 .....	4· 7
<그림 3-22> 예비창업자의 AHP분석 기반 설문 응답에 따른 척도 .....	6· 7
<그림 3-23> 3년 이내 창업자의 AHP분석 기반 설문 응답에 따른 척도 .....	7· 7
<그림 3-24> 3년 이상 사업자의 AHP분석 기반 설문 응답에 따른 척도 .....	8· 7
<그림 3-25> B-Box 프로그램_AHP분석기법 .....	1· 8
<그림 3-26> 전체 수혜대상자의 상위요인 상대적 중요도와 우선순위 _그래프 이미지화 .....	8
<그림 3-27> 전체 수혜대상자의 하위요인(개발) 상대적 중요도와 우선순위 _그래프 이미지화 .....	8
<그림 3-28> 전체 수혜대상자의 하위요인(홍보) 상대적 중요도와 우선순위 _그래프 이미지화 .....	8
<그림 3-29> 전체 수혜대상자의 하위요인(교육) 상대적 중요도와 우선순위 _그래프 이미지화 .....	9
<그림 3-30> 전체 수혜대상자의 하위요인(경영) 상대적 중요도와 우선순위 _그래프 이미지화 .....	9
<그림 3-31> 예비창업자의 상위요인 상대적 중요도와 우선순위 _그래프 이미지화 .....	9
<그림 3-32> 예비창업자의 하위요인(개발) 상대적 중요도와 우선순위 _그래프 이미지화 .....	9
<그림 3-33> 예비창업자의 하위요인(홍보) 상대적 중요도와 우선순위 _그래프 이미지화 .....	9
<그림 3-34> 예비창업자의 하위요인(교육) 상대적 중요도와 우선순위 _그래프 이미지화 .....	101
<그림 3-35> 예비창업자의 하위요인(경영) 상대적 중요도와 우선순위 _그래프 이미지화 .....	103
<그림 3-36> 3년 이내 창업자의 상위요인 상대적 중요도와 우선순위 _그래프 이미지화 .....	106

<그림 3-37> 3년 이내 창업자의 하위요인(개발) 상대적 중요도와 우선순위 _그래프 이미지화 .....	108
<그림 3-38> 3년 이내 창업자의 하위요인(홍보) 상대적 중요도와 우선순위 _그래프 이미지화 .....	110
<그림 3-39> 3년 이내 창업자의 하위요인(교육) 상대적 중요도와 우선순위 _그래프 이미지화 .....	112
<그림 3-40> 3년 이내 창업자의 하위요인(경영) 상대적 중요도와 우선순위 _그래프 이미지화 .....	114
<그림 3-41> 3년 이상 사업자의 상위요인 상대적 중요도와 우선순위 _그래프 이미지화 .....	117
<그림 3-42> 3년 이상 사업자의 하위요인(개발) 상대적 중요도와 우선순위 _그래프 이미지화 .....	119
<그림 3-43> 3년 이상 사업자의 하위요인(홍보) 상대적 중요도와 우선순위 _그래프 이미지화 .....	121
<그림 3-44> 3년 이상 사업자의 하위요인(교육) 상대적 중요도와 우선순위 _그래프 이미지화 .....	123
<그림 3-45> 3년 이상 사업자의 하위요인(경영) 상대적 중요도와 우선순위 _그래프 이미지화 .....	125



## ABSTRACT

### Study on the Priority of Design Support Project Components –Focusing on the demand analysis of beneficiary companies using AHP technique–

Jeong, Ho-Eun

Advisor : Prof. Lee. Jin-ryeol

School of Design and Creative Engineering,  
Graduate School of Chosun University

Currently, design support projects have the limitations of short-term, tangible and limited support. It doesn't properly reflect the actual demand of the design company. Existing data for design support policies suggested policy direction as survey, review or revision. Therefore, there is no practical and objective data based on the demand of design companies. This study's purpose is to propose a way to construct a design-supporting project with comparison and research on current state of design support project and the priority of components of design support project using AHP, which is the highest-rated among the decision making methods.

Using AHP through the analysis and survey on domestic design support projects, the priority of design support project was derived with targeting on potential founders, less than 3-years experienced founders, more than 3-years experienced founders. For these all beneficiaries, various supporting systems of manpower, advertising and production should be established. And specifically for potential founders, marketing supports should be expanded for them to be aware of the first market trial and consumer responses. For less than 3-years experienced founders, production supports linked to the sales and profits should be expanded. For more than 3-years experienced founders, it should consist of personnel and advertising supports to maintain the company and promote its long-term image.

It is expected that the priority of design support project components by beneficiaries derived from the results of this study will be used as useful data in establishing direction of design supporting policies in the future. And it is expected that the reorganization of the support system is essential to reflect the opinions and demand of the beneficiaries properly.

Key words : Design Support Project, Relative importance and priority, AHP

# 제 1 장 서 론

제 1절 연구의 배경 및 목적

제 2절 연구의 방법 및 구성

# 제 1 장 서 론

## 제 1절 | 연구의 배경 및 목적

디자인산업의 패러다임이 도래하면서 영국, 프랑스, 일본 등 선진국뿐 만 아니라 중국, 동남아에서도 강력한 디자인 진흥정책을 추진함에 있어 정부는 디자인산업 분야의 국가 주도의 정책지원을 강화하고 있다. 과거 제품 외관인 스타일링과 결과물로만 디자인을 바라보았다면 기업들이 경영자원으로 디자인을 전략적으로 활용하고 국가적 차원에서도 사회문제를 해결하는 ‘문제해결’의 원동력으로 디자인을 활용하려는 시도가 점차 일어나 디자인에 대한 인식이 확장되었다.<sup>1)</sup> 그럼에도 디자인기업을 대상으로 하는 디자인지원정책이 교육, 개발, R&D 지원사업 분야의 제한적인 지원을 추진하고 있으며 여전히 스타일링인 외관과 단기적인 성과 창출에만 머물러 있다. 특히, R&D지원사업이 강화되면서 전체 R&D 예산규모 대비 디자인 R&D예산은 1%미만이다.<sup>2)</sup>

아직까지 디자인분야의 기업을 대상으로 디자인지원사업이 국가적 현 지원체계 하에 단기적, 가시적, 한정적 지원이라는 한계점을 지니고 있으며 디자인기업의 실질적인 수요를 반영하지 못하고 있다.<sup>3)</sup> 그러므로 디자인기업들을 대상으로 체계적인 지원과 지원의 구성요소의 다양화, 그리고 무엇보다 수혜대상자인 디자인기업들의 실질적인 현장 수요를 반영한 지원 체계의 재정비가 필요하다.

- 
- 1) 문은정, 황보나, 나건(2014), 디자인산업 변화에 따른 한국 중소기업 디자인정책의 개선 방향성-한국디자인진흥원 &지역디자인센터 디자인 지원사업 분석, 디지털디자인학연구, 14(1), 457-467
  - 2) 산업통상부, 지식경제부 산산업정책관실(2013~2017), 산업디자인 진흥실행 계획, 디자인 산업융합 전략 추진 계획서, 정책·정보
  - 3) 산업통상부(2016), 산업 고부가가치화를 견인하는 디자인 혁신전략, 우리나라 디자인 산업 진단, 문제점

[표 1-1] 디자인지원사업에 대한 현장의 목소리

A사	“현재 디자인지원 사업이 한쪽으로만 치우쳐져 있다는 생각이 든다. 디자인을 개발하고 발전시키기 위해 지원사업이 보다 다양해지길 바란다.”
B사	“지원사업이 눈에 보이는 결과물에 중요시 하다 보니 디자인에서 중요한 프로세스보다 결과물에만 초점이 맞춰져 오히려 제품의 완성도가 떨어지는 것 같다.”
C사	“일반적으로 디자인 지원사업이 중소기업과 연계되는 용역사업이 많으며 디자인기업의 제품개발과 경영, 홍보에 대한 지원사업은 아직 협소한 것 같다.”

※ 출처 : 본 연구자가 디자인 지원사업 참여 기업 대상으로 기업 담당자의 의견을 듣고 정리한 것임

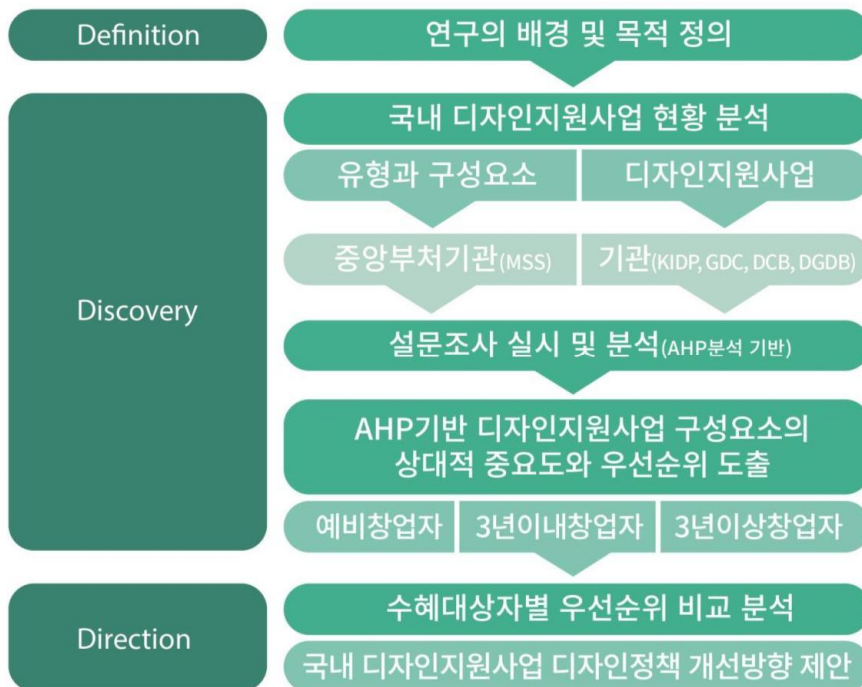
이렇듯 현 디자인지원사업의 실질적 수혜 대상자인 디자인기업들의 현장 수요를 반영한 체계적인 지원의 필요성을 인지하였다. 즉, 디자인 지원사업이 기업들이 요구하는 수요에 적절히 대응하지 못하고 있는 실정이다. 그리하여 본 연구는 디자인지원사업의 구성요소를 다양화 시키고 이에 따른 수혜 대상자가 중요한 요소라고 인지하는 정확하고 객관적인 자료를 통해 디자인지원사업의 지원 체계를 수립할 수 있는 유용한 자료가 되고자 한다.

따라서 본 연구는 디자인 지원사업 수혜대상자들의 의견을 객관적으로 반영하기 위해 이론적 의사결정 방법 중 가장 높은 평가를 받은 계층화분석기법(AHP)을 활용하여 디자인 지원사업 구성요소의 상대적 중요도와 우선순위를 도출한다. 최종적으로 도출된 AHP분석 기반 우선순위와 국내 디자인지원사업의 현 우선순위를 비교 및 분석하여 지원내용의 구성 방안과 정부의 디자인지원정책의 방향성을 제시하고자 한다.

## 제 2절 | 연구의 방법 및 구성

본 연구는 국내 디자인지원사업의 현황인 중앙부처와 디자인기관의 디자인산업정책 동향을 파악하고 지원사업을 세부적으로 분석했다. 기관별로 디자인 기업을 대상으로 한 지원사업을 중심으로 자료를 조사하였으며 AHP분석기법을 기반으로 설문조사를 실시했다. 설문 결과를 수치화하여 AHP분석 과정을 통해 지원사업 구성요소의 우선순위를 도출하고 지원사업의 현황과 비교 분석하여 실질적으로 디자인지원사업 수혜 대상자들의 현장 수요인 의견을 반영한 디자인지원체계의 방향성을 제안하였다.

본 연구의 연구 프레임워크(Framework)는 다음 [그림 1-1]과 같다.



[그림 1-1] 연구 프레임워크(Framework)

가장 먼저 연구의 배경을 파악하고 목적을 정의하는 Definition 단계를 거쳐 문헌연구, 지원사업 공고문과 창업지원 포털 사이트를 통해 두 번째로 디자인 지원사업의 유형과 구성요소를 선정했다.

이후 중소벤처기업부, 한국디자인진흥원, 광주디자인센터, 부산디자인센터, 대구경북디자인센터의 국내 디자인 지원사업의 현황을 유형과 구성요소에 따라 정리하였다. AHP 분석기법에 활용할 수 있는 설문지를 작성해 예비창업자, 3년 이내 창업자, 3년 이상 사업자에게 배포 및 회수하여 사업체 정보와 설문에 대한 응답 척도를 정리하였다. 도출된 척도의 평균치를 통해 AHP 기법 기반으로 디자인 지원사업 구성요소의 상대적 중요도와 우선순위를 전체 수혜대상자를 시작으로 예비창업자, 3년 이내 창업자, 3년 이상 사업자 순으로 반복하여 분석과정을 거쳤다.

세 번째로, Direction 단계를 통해 최종적으로 산출된 수혜대상자별 우선순위를 국내 디자인 지원사업의 현황과 비교 분석하였다. 이에 따른 각 수혜대상자별 디자인 지원정책의 방향성과 측면을 제시하여 수혜대상자들의 현장 수요(의견)를 반영한 지원체계를 구축할 자료로 활용할 수 있도록 제안하였다.

# 제 2 장

## 이론적 고찰

### 제 1절 디자인지원사업의 유형과 구성요소

1. 디자인지원사업의 유형
2. 디자인지원사업의 구성요소

### 제 2절 창업유형에 따른 디자인사업자 분류

1. 디자인지원사업의 디자인사업자 분류 현황
2. 디자인지원사업 지원대상 분류 기준

### 제 3절 유형에 따른 국내 디자인지원사업 분석

1. 기관별 디자인지원사업 분석
2. 유형에 따른 디자인지원사업 현황
3. 국내 디자인지원사업 유형별 결과

## 제 2 장 이론적 고찰

본 연구의 제2장 이론적 고찰에서는 AHP분석기법의 요인이 되는 디자인지원사업의 유형(상위요인)과 유형의 세부내용인 구성요소(하위요인)을 결정하고자 한다. 제1절에서는 여러 기관과 자료를 참고하여 디자인지원사업의 유형과 구성요소를 분석한 후 최종적으로 AHP분석기법에 활용할 유형과 구성요소를 결정했다. 제2절에서는 디자인기업의 사업자를 창업유형에 따라 분류하기 위해 디자인지원사업의 디자인사업자 분류 현황과 예비창업자, 3년 이내 창업자, 3년 이상 사업자에 대해 정의하였다. 마지막으로 제3절에서는 제1절에서 도출한 디자인지원사업을 디자인관련 기관별로 분석하고 유형별 결과물의 평균치를 산출해 우선순위를 도출하여 최종 AHP를 기반으로 한 우선순위와 비교 분석하여 연구방향을 제시하고자 한다.

### 제 1절 | 디자인지원사업의 유형과 구성요소

#### 1. 디자인지원사업의 유형

##### (1) 국내 디자인지원사업의 변화와 방향성

점차 소비형태가 변화됨에 따라 디자인의 역할도 기존의 스타일링 디자인에서 설계하고 개발하는 엔지니어링 디자인으로 변화, 발전해왔다. 과거, 제품 외관의 예술적 개선 차원의 디자인 역할에서 이미지를 구성하고 컨셉을 설계하고 개발, 발전의 전 단계를 진입해가면서 국내의 디자인의 중요성과 역할이 확대되고 있다.<sup>4)</sup>

4) 산업통상자원부(2016), 산업 고부가가치화를 견인하는 디자인 혁신전략



다음 [표 2-1]은 디자인의 중요성과 역할이 확대됨으로서 기존의 디자인정책 지원사업의 방향성도 변화되고 있음을 알 수 있다.

[표 2-1] 디자인의 중요성과 역할 확대

스타일링 디자인	엔지니어링 디자인
<ul style="list-style-type: none"> <li>① 제품 외관을 심미적으로 개선</li> <li>② 先 제품개발 → 後 디자인</li> <li>③ 개인의 예술적 심미성 중요</li> </ul>	⇨
	<ul style="list-style-type: none"> <li>① 제품의 이미지, 컨셉 설계</li> <li>② 기획, 생산, 마케팅 등 제품 주기 전 단계 관리</li> <li>③ 공학, 인문 등 종합적 이해력 요구</li> </ul>

※ 출처 : 산업통상자원부. 산업고부가가치화를 견인하는 디자인혁신전략(2016) - 디자인의 중요성과 역할 확대

과거 디자인지원정책의 방향이 예술성, 심미성을 중요로 하는 제품 외관인 스타일링 디자인에 중점을 두었다면 단계적 디자인지원의 중요성이 부각되면서 제품의 이미지 및 컨셉·설계와 기획, 생산, 마케팅 등 제품의 주기 전 단계를 관리하여 공학, 인문 등 종합적 이해력을 요구하는 전반적인 엔지니어링 디자인으로 디자인지원정책의 방향성이 변화되고 있는 추세이다.

이처럼 기존의 국내 디자인지원 사업은 예술성, 심미성에 맞춘 일회성 지원인 스타일링 중점 지원 사업을 추진했다면 앞으로는 디자인개발의 전 단계인 디자인프로세스에 있어 정책적인 지원의 필요성이 부각되고 있다.

다음 [표 2-2]는 영국과 국내의 디자인기업의 비즈니스 모델 비교하여 국내의 디자인기업이 상품개발주기 단계 중 개발영역 단계에만 집중되어 있어 전반적인 프로세스로 디자인을 개발해야 함을 보여주고 있다.

[표 2-2] 영국과 국내의 디자인 기업의 비즈니스 모델 비교

토탈디자인	◀----- 영국 디자인기업 -----▶				
상품개발 주기	상품기획 영역	디자인 영역	개발 영역	생산 영역	유통 영역
수행 업무	경영전략 시장/ 소비자분석 트렌드/ 감성 분석	UI, GUI IDEA 스케치 렌더링/ 목업	기구/ 회로개발 프로토 타입 설계	품질, 성형 소재, 후가공 조립	물류 매장관리 광고/ 포장
디자인, 개발에 집중			← 국내 → 디자인기업		

※ 출처 : 송성일, 이수철(2012). 디자인 R&D 지원사업 혁신방안 연구.한국디자인문화학회지

디자인기업이 디자인개발에 있어 주로 상품의 개발영역의 기구/회로개발, 프로토타입 및 설계를 중점으로 디자인, 개발에 집중하고 영국의 디자인기업은 상품개발 주기를 기준으로 상품기획영역(경영전략시장, 소비자 분석, 트렌드 및 감성 분석), 디자인영역(UI, GUI, IDEA, 스케치, 렌더링 및 목업), 개발영역, 생산영역(품질, 성형, 소재, 후가공 및 조립), 유통영역(물류, 매장관리, 광고 및 포장)으로 전반적인 디자인 전 단계에 집중하고 있다.

한국디자인문화학회지인 「디자인 R&D 지원 사업 혁신방안 연구-디자인기반구축사업을 중심으로(송성일, 이수철)」 5)에서도 위 [표 2-2]에 따라 국내의 디자인기업이 상품개발주기 중 디자인개발에 중점적으로 비용을 투자하여 전체의 프로세스의 중요성을 인지하고 노력함에도 불구하고 기존의 디자인기업들은 디자인개발에 집중하고 있으며 지원사업의 방향성도 일회성일 수밖에 없

5) 송성일, 이수철(2012), 디자인 R&D 지원사업 혁신방안 연구. 한국디자인문화학회지, 18(1), 155-164

었다. 이는 정책적으로 디자인프로세스에 있어 모든 주기에 대해 중요성을 인지하고 단계적 지원을 통한 디자인지원 사업을 추진해야 함을 보여주며 국내 디자인지원 사업의 유형 또한 프로세스를 기반으로 지원 사업이 확대되고 있다.

앞에서 언급했던 산업통상자원부의 「산업 고부가가치화를 견인하는 디자인 혁신전략(2016)」에서는 다음과 같이 현 디자인지원사업의 문제점과 디자인산업 지원체계의 전면 개편 사항을 제시했다.

### ① 우리나라 디자인 산업 진단의 문제점

- 디자인 활용 기업에 대한 미흡한 체계적인 지원
  - 현 디자인기업에 대해서 전략적인 지원의 미비로 인해 가시적인 성과 창출에 한계가 있다.
  - 기존의 지원책은 교육, 인력 파견, R&D 연구 등 사업별로 개별적이고 제한적으로 추진하고 있다.
  - 기업의 디자인 활용은 스타일링이나 상표 부분에 치우쳐 있으며 현재는 단기적으로 성과 창출 도모를 목적으로 하는 지원체계에 머물러 있다.
  - 디자인을 전반적인 경영에 활용할 수 있는 전략적, 전주기적 지원 사업은 부재이다.

### ② 디자인산업의 지원체계 전면 개편

- 디자인기업의 성장과 니즈에 맞춘 전주기적 집중 지원 제공
  - 현 디자인 지원 사업이 일회성 지원이었다면 3년 이내의 중장기 지원으로 개선한다.
  - 기존의 분절적 사업을 추진했다면 기업의 비즈니스 전주기에 걸쳐 지원한다.
  - 다음 [표 2-3]으로 종합, 전문적 컨설팅 서비스와 전주기적 지원 서비스를 확대한다.

[표 2-3]와 같이 디자인, 마케팅, 기술 전문가 등으로 구성된 전문 컨설팅 지원과 디자인기업의 제품개발 단계를 기준으로 한 전주기적 지원으로 디자인경영, 실무교육의 인식제고와 디자인개발에 중점을 둔 선행디자인, 설계와 모델을 개발하며 디자이너 등 인건비를 보조하는 상품기획과 차별화를 위한 디자인 개발 및 연구, 제품에 대한 국내외 마케팅과 유통망을 확보하고 지원할 수 있는 마케팅지원으로 전주기적(프로세스) 지원 서비스의 체계를 확립, 재정비하고 있다.

[표 2-3] 종합 컨설팅 서비스와 전주기적 지원 서비스

종합 컨설팅 서비스	
경영환경 및 디자인 경쟁력 분석, 디자인 활용 전략 제시 (정부지원 사업 연계)	
↓	
전주기적 지원 서비스	
인식제고	CEO 디자인경영과정, 디자인씽킹 직원교육
선행디자인	미래 제품 및 서비스에 대한 선행디자인 개발
상품기획	새로운 제품·서비스 모델 개발
	디자이너 파견 및 인건비 보조
디자인개발	제품 차별화 및 현지화를 위한 디자인 개발
마케팅	해외 및 국내 마케팅 및 유통망 확보 지원

※ 출처 : 산업통상자원부, 산업고부가가치화를 견인하는 디자인혁신전략(2016) - 종합 컨설팅 서비스와 전주기적 지원 서비스

과거에는 단순한 스타일링 개념의 디자인지원 사업이 대다수였던 반면, 현재는 시대의 흐름에 맞게 프로세스 개념에서의 지원 사업이 늘어나고 있다. 현재는 단순히 디자인 기술을 지원하는 것에서 벗어나 디자인을 문제해결 개념으로 인식하고, 디자인 개발을 위한 통합적 지원 사업을 펼치고 있다. 국내 디

자인산업 발전을 위해 국내 디자인정책 또한 프로세스 관점의 미래지향적 디자인정책을 연구해야 한다.<sup>6)</sup> 이처럼 본 연구는 국내 디자인지원 사업이 프로세스를 중점으로 시행되고 있음에 따라서 디자인개발 전주기적 단계를 기반으로 지원사업의 유형과 구성요소를 분석하고자 한다.

## (2) 디자인지원사업의 유형 분류

지원사업의 유형과 구성요소에 있어서 단계적, 전주기적 지원 방향에 따라 기업의 디자인개발 주기에 맞춰 지원사업의 유형을 분석하여 구분하고자 한다. 디자인지원사업의 유형을 종합적으로 분류하기 위해 [표 2-4]와 같이 지원 사업을 유형별로 분류해 놓은 정부기관, 정부기관의 포털 사이트와 지원사업 관련 포털 사이트, 학술논문을 참조하였다.

[표 2-4] 기업 지원사업 분류 분석 대상

연 번	구 분	대 상 (내용)
1	정부기관	중소벤처기업부 (지원정책 분야별)
2		한국디자인진흥원 (2018 사업종합안내)
3		중소벤처기업진흥공단 (정책사업 지원절차)
4		창업진흥원 (사업안내)
5	포털 사이트	대구창조경제혁신센터 (대구창업지원포털)
6		중소벤처기업부 (K-스타트업)

6) 문은정, 황보나, 나건(2014), 디자인산업 변화에 따른 한국 중소기업 디자인정책의 개선 방향성. 14(1), 457-467

7	학술논문	안준환(2007), 디자인기관의 디자인지원 역할 유형
8		이성훈(2015), 디자인분야 창업지원 사업의 현황과 발전방향

국내 디자인지원사업의 유형과 구성요소를 구분하기 위해 [표 2-4]의 대상에 제시된 유형들을 나열한 후 종합적으로 분석한 본 연구의 유형을 결정하고 세부적인 구성요소를 도출해 제시하고자 한다. 각 대상별로 디자인지원사업에 대한 유형은 다음 [표 2-5], [표 2-6], [표 2-7]로 정리하였다.

[표 2-5] 기업 지원사업 대상별 유형 정리\_정부기관

대상	중소벤처기업부 <sup>7)</sup>	한국디자인진흥원 <sup>8)</sup>	중소벤처기업진흥공단 <sup>9)</sup>	창업진흥원 <sup>10)</sup>
지원사업 유형	금융	개발	자금	창업교육
	창업	인력	컨설팅	시설
	기술	홍보	마케팅	공간
	인력	해외진출	일관	사업화
	수출	창업	인력	멘토링
	내수	산업육성	수출	컨설팅
	기타	권리보호	인증	네트워크
	-	R&D	-	-

7) 중소기업부, retrived from <http://www.mss.go.kr/> "분야별 주요정책" 2019.03.05.

8) 한국디자인진흥원, retrived from <http://kidp.or.kr/> "2018 한국디자인진흥원 사업종합안내" 2019.03.05.

9) 중소기업진흥공단, retrived from <http://hp.kosmes.or.kr/> "중소기업 정책사업 지원절차" 2019.03.10.

10) 창업진흥원, retrived from <http://www.kised.or.kr/> "사업안내" 2019.03.20.

중소벤처기업부는 주요정책을 분야별로 금융, 창업, 기술, 인력, 수출, 내수, 기타로 나누어 지원사업을 제시했다. 한국디자인진흥원은 2018 사업종합안내에서 지원사업들을 개발지원, 인력지원, 홍보지원, 해외진출, 창업지원, 생활소비재 산업 육성, 권리보호, R&D연구로 유형을 구분하여 제시했다. 중소기업진흥공단은 중소기업 정책사업 지원으로 자금, 컨설팅, 마케팅, 일관지원(정책자금, 기술개발, 수출, 컨설팅 등 지원 사업을 한꺼번에 지원해주는 사업), 인력, 수출, 인증으로 유형을 구분하였다. 창업진흥원 사업안내에서는 지원사업의 유형을 창업교육, 시설, 공간, 사업화, 멘토링, 컨설팅, 행사, 네트워크로 나누어 제시하였다.

[표 2-6] 기업 지원사업 대상별 유형 정리\_포털 사이트

대상	대구창업 지원포털 <sup>11)</sup>	K- 스타트업 <sup>12)</sup>
지원 사업 유형	창업교육	창업교육
	멘토링	시설, 공간
	컨설팅	멘토링
	시설, 공간	컨설팅
	사업화	사업화
	융자, 보증, 투자	정책자금
	해외진출	R&D
	행사, 네트워크	판로, 해외진출
	-	행사, 네트워크

대구창조경제혁신센터의 대구창업지원포털 사이트에는 지원사업의 유형을 예

11) 대구창조경제혁신센터, 대구창업지원포털, retrived from <http://startup.daegu.go.kr/> "지원사업" 2019.03.20.

12) 중소기업부, retrived from <http://www.k-startup.go.kr/> "K-Startup 유형별" 2019.03.20.

비창업단계, 창업초기단계(3년이내), 창업성장단계(7년이내)로 나누어 창업교육, 멘토링, 컨설팅, 시설 및 공간, 사업화, 융자·보증·투자, 해외진출, 행사 및 네트워크로 구성되어 있다. 중소벤처기업부의 주요 기업 지원사업 포털 사이트인 K-스타트업에서는 지원사업의 유형을 창업교육, 시설 및 공간, 멘토링, 컨설팅, 사업화, 정책자금, R&D, 판로 및 해외진출, 행사 및 네트워크로 구성되어 있다.

[표 2-7] 기업 지원사업 대상별 유형 정리\_학술 논문

<b>대상</b>	<b>안준환. 2007</b> <b>(디자인기관의 디자인지원 역할 유형)<sup>13)</sup></b>	<b>이성훈. 2015</b> <b>(디자인분야 창업지원 사업의 현황과 발전방향)<sup>14)</sup></b>
<b>지원사업 유형</b>	홍보 ----- 인증, 공모전 ----- 교육 ----- 자문	우수 지식재산 발굴 ----- 시제품 제작 ----- 창업 멘토링 ----- 마케팅

[표 2-7]은 디자인 지원사업 각 학술 논문에서 큰 범위로 유형을 제시했다. 안준환(2007)은 디자인기관이 좀 더 세분화하고 유형화 하면서 디자인지원을 디자인 홍보, 디자인 인증/공모전, 디자인 교육, 디자인 자문으로 분류할 수 있다고 제시했다. 디자인 홍보는 주로 기업이 전시회를 개최하고 이벤트나 출판과 미디어를 활용해 홍보하는 것을 말하여 디자인 인증과 공모전은 디자인의 역량과 경쟁력을 상승하기 위한 수상 및 인증 제도를 말한다. 디자인 교육은 세미나, 컨퍼런스, 교육 프로그램 등을 제공해주며 디자인 자문은 지적재산

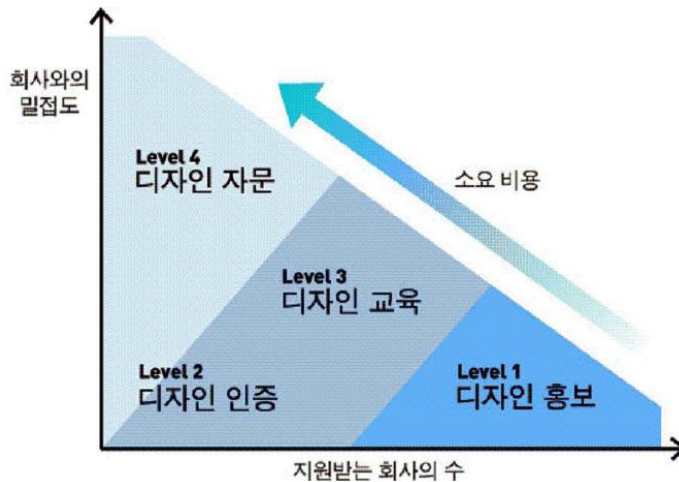
13) 안준환(2007), 중소기업을 위한 국제디자인지원 모델의 유형화 연구\_디자인기관의 디자인지원 역할 유형, 한국디자인학회, 112-113

14) 이성훈(2015), 디자인분야 창업지원 사업의 현황과 발전방향\_창의적 지식재산(디자인) 사업화 지원 절차, 기초조형화연구, 467-478



권의 변리 업무나 재정적 지원, 컨설팅 및 멘토링을 지원해 주는 것을 말한다.

[그림 2-1]은 안준환(2007)의 디자인 지원 유형 구조를 그래프로 나타낸 것으로 디자인에 교육과 자문으로 갈수록 지원비용이 증가함을 보여준다.



[그림 2-1] 디자인 지원 유형 구조

이성훈(2015)은 창의적 지식재산인 디자인 사업화 지원 절차로 1단계는 제품화, 2단계는 사업화로 단계를 구성했다. 단계별 지원 절차로는 1단계 제품화에서 창의적이고 사업적으로 우수한 지식재산을 발굴하는 우수 지식재산 발굴과 보유된 지식재산에 대한 권리화와 시제품 제작 지원이 있다. 2단계 사업화에는 창업자의 시장 조사와 사업 전략 수립을 위한 멘토링 지원과 기업의 홍보와 마케팅을 연계해주는 지원으로 유형을 구분하였다.

따라서 디자인지원사업의 유형과 구성요소를 분류하기 위해 앞서 제시한 기관과 포털 사이트, 학술논문의 지원사업 유형과 세부 구성요소를 종합적으로 활용하여 아래 [표 2-8]로 정리하였다. 상위요인인 유형은 개발, 홍보, 교육, 경영으로 구분하였고 유형의 분류로 하위요인을 제시하였으며 구성요소에 대

한 세부적인 내용은 다음 [2. 디자인지원사업의 구성요소]에서 자세히 다룬다. 하위유형인 세부 지원사업 유형들은 실제 정부기관과 디자인 관련 기관의 디자인기업 대상 지원사업 지원 분야를 분석해 각 유형별로 구성요소들을 정리했다.

[표 2-8] 디자인지원사업의 유형

디자인지원사업의 유형 분류		
연번	유형	분류
1	개발	기술, 내수, R&D, 자금, 사업화
2	홍보	홍보, 해외진출, 수출, 네트워크, 판로, 마케팅
3	교육	창업교육, 컨설팅, 멘토링
4	경영	금융, 인력, 권리보호, 인증, 시설, 공간

[표 2-8]과 같이 정부기관과 디자인 관련 기관의 지원사업 포털 사이트, 지원사업 유형 관련 학술 논문들이 제시한 유형들을 유사한 종류별로 묶어 기술, 내수, R&D, 자금, 사업화 등을 ①개발 유형으로 보았고 홍보, 해외진출, 수출, 네트워크, 판로, 마케팅은 ②홍보 유형으로 분류하였다. 창업교육, 컨설팅, 멘토링은 ③교육 유형으로 분류하고 금융, 인력, 권리보호, 인증, 시설, 공간은 ④경영 유형으로 분류하여 본 연구의 디자인지원사업의 유형을 크게 개발, 홍보, 교육, 경영으로 구분하였다.

## 2. 디자인지원사업의 구성요소

### (1) 국내 디자인지원사업의 유형과 구성요소 현황

디자인지원사업의 유형을 4가지(개발, 홍보, 교육, 경영)로 나눈 후 분석한 세부 분류 외에 기관별 국내 디자인지원사업의 현황과 공고, 지원방법을 세분화하여 유형에 따라 배치해 최종 디자인지원사업의 유형에 따른 구성요소를 도

출하고자 한다. 지원방법과 절차에 대해 자세하게 공지된 기관들의 디자인지원사업들을 추출해 유형의 구성요소에 적용하였으며 본 연구의 <제 3절> 유형에 따른 국내 디자인지원사업을 분석하는 과정에서 지원사업의 요소들을 추가하고 재배치하는 반복과정을 통해 본 연구에 활용할 수 있는 분석 기준인 최종 디자인지원사업의 유형과 구성요소를 분류하였다. 구성요소를 제시하기에 앞서 실제 국내의 디자인지원사업은 어떻게 분류되어있는지 몇 가지 기관의 사업 분류의 현황을 통해 알 수 있다.

① 디자인 혁신 유망기업 육성사업 지원기업<sup>15)</sup>

산업통상자원부의 전담기관인 한국디자인진흥원(KIDP)의 디자인혁신유망기업은 성장 유망 기업을 발굴하여 디자인을 경영 혁신전략으로 활용할 수 있도록 지원하는 사업을 목적으로 한다. 이 사업의 지원 내용은 다음 [표 2-9]와 같다.

[표 2-9] 디자인 혁신 유망기업 육성사업 지원사업 지원내용

디자인 혁신 유망기업 육성사업 지원사업		
연번	구분	내용
1	상품개발	신상품 전략 컨설팅, 상품화 지원
2	R&D	단기, 중장기 R&D
3	혁신문화	디자인 씽킹 교육 및 컨설팅
4	인력·교육	디자인 인력 지원
		디자인 실무 교육 지원
5	마케팅 홍보	전시회 참가
		GD(good design)인증, 디자인 대상 후보
		SNS홍보, 도서발간

15) 산업통상자원부, 한국디자인진흥원(KIDP), retrived from <http://kidp.or.kr/?menuno=1121> "디자인 혁신 유망기업 육성사업 지원기업 모집" 2019.03.22.

상품화 개발은 제품 디자인 및 설계, 시제품 제작 등을 지원하고 R&D는 중장기 신상품 개발과 디자인 개발 바우처를 지원해준다. 혁신문화는 교육과 컨설팅 지원이며 인력지원은 디자이너 채용을 위한 인건비 보조 이다. 마케팅 홍보는 주로 전시회 참가와 인증 및 SNS 등을 활용한 광고 지원이 있다.

② 시군구 지역연고산업 육성(비R&D) 지원<sup>16)</sup>

중소벤처기업부의 지역의 연고산업을 발굴, 육성하고 지역의 기업들의 매출 증대와 일자리 창출을 통한 지역 경제 활성화를 기여하여 기업의 지속성장을 도모하고자 하는 시군구 지역연고산업 육성(비R&D) 지원사업으로 지원 내용은 다음 [표 2-10]과 같다.

[표 2-10] 시군구 지역연고산업 육성(비R&D) 지원내용

시군구 지역연고산업 육성(B&D) 지원		
연번	구분	내용
1	시제품 제작	기술 기반 금형 제조 지원을 통한 시제품 생산
2	기술지도	제품 사업화 촉진을 위한 기술지도
3	디자인	디자인 개선 지원
4	마케팅	B2C, B2B 시장 등 판로 지원
5	시험 분석·인증	시험 분석과 인증 및 마크 획득 지원

위 사업은 제품의 사업화를 위해 기술 기반으로 시제품 생산을 목적으로 한 금형 제조 지원인 시제품 제작과 기술지도가 있다. 디자인 개선을 지원하고 B2C, B2B 시장 등을 판로 지원하며 시험 분석과 인증 및 마크 획득 지원하는 분야로 분류 되어 있다.

16) 중소벤처기업부, retrived from <http://www.mss.go.kr/> “시군구 지역연고산업 육성(B&D) 지원 계획 공고” 제2019-137호, 사업내용\_지원 프로그램, 2019.03.23.

③ 디자인 제품화 지원사업<sup>17)</sup>

경기콘텐츠진흥원 북부 경기문화창조허브에서는 예비창업자와 창업초기 스타트업 기업을 대상으로 창의적인 디자인 및 아이디어 제품을 개발하고자 제품 기획부터 시제품제작까지의 사업화 지원을 추진하고 있다. 사업의 목적은 창의적인 제품, 디자인, 콘텐츠 융복합 아이디어를 보유한 창업자를 발굴하여 시제품제작 지원, 디자인 고도화, 제품 개발을 통해 우수한 디자인개발과 상품화를 지원하고 있다. 이 사업인 디자인 제품화 지원사업의 지원 분야는 다음 [표 2-11]과 같다. 특히, 이 사업의 지원 분야는 분야를 스타트업, 제품화, 사업화인 3가지 단계로 나누어 구분하였고 창업교육부터 제품설계 및 디자인개발, 시제품 제작, 디자인 출원, 클라우드 펀딩 등 일괄 지원을 통해 상용화 성공을 제고 한다.

[표 2-11] 디자인 제품화 지원사업 지원분야

디자인 제품화 지원사업			
연번	구분	분야	
Track I	스타트업 지원	디자인 창업교육	
		창업 멘토링	
		창업 공간 지원	입주 지원
			장비 지원
Track II	제품화 지원	기술 멘토링	
		IP 지원	
		사업비 지원	
Track III	사업화 지원	펀딩 지원	
		후속 지원	
		연계 지원	

17) (재)경기콘텐츠진흥원, 북부 경기문화창조허브, retrived from <https://www.gcon.or.kr/> "디자인 제품화 지원사업 공고" 2019.03.23.

위 사업은 지원사업의 분야를 단계적으로 보고 스타트업, 제품화, 사업화를 구분하여 지원사업을 분류하였다. 스타트업 지원에는 기업이 창업 초기 단계에 필요한 창업아이템 개발, 제품디자인고도화, 시제품 제작, 사업계획서 작성 등 단계별로 제품 디자인분야에 특화된 창업교육을 제공하고 디자인, 기술, 사업계획서, 경영 등 창업에 관련된 멘토링을 제공한다. 그리고 개별 및 공동의 창업을 준비할 수 있는 창업공간을 제공한다. 기업의 중간 단계인 제품화를 위해 디자인 기술 부분의 기술 멘토링과 제품 지식재산권 출원을 위한 IP지원이 있으며 기술개발 및 시제품 제작비를 지원하는 사업비 지원으로 구분한다. 마지막으로 제품의 사업화를 위해 크라우드펀딩에 대한 스토리작성 및 펀딩 절차, 모의 펀딩 등 교육과 등록에 대한 지원을 하고 후속지원으로 성과 상급 지급과 연계지원인 타 지원사업을 위한 판로지원으로 구성되어 있다.

④ 지역 전략산업의 제조기업과 디자인 연계를 통한 특화산업 융합디자인 개발 사업<sup>18)</sup>

한국디자인진흥원의 지역 디자인 연계를 통해 소비자 중심의 지역 특화상품 개발로 지역 전략산업의 제조기업과 디자인 연계를 통한 특화산업 융합디자인 개발 사업을 목적으로 서울, 경기, 인천 등 디자인개발을 통해 상품화를 위한 지원사업을 추진했다. 사업의 주 내용은 기업의 디자인개발 상품 사업화 지원으로 지원범위를 제품 디자인, 포장 디자인, 시각 디자인으로 나누어 각각의 지원내용을 세분화 하였다. 내용은 [표 2-12]를 통해 참고할 수 있다.

[표 2-12] 지역 특화산업 융합디자인 개발 사업 지원 내용

지역 특화산업 융합디자인 개발 사업 지원		
연번	구분	내용
1	제품 디자인	자체 상품의 제품 디자인 개발지원 (시장조사, 컨셉 및 렌더링, 목업, 디자인출원 등)

18) 한국디자인진흥원, retrived from <http://www.kidp.or.kr/> "사업안내", 지역 전략산업의 제조기업과 디자인 연계를 통한 특화산업 융합디자인 개발 사업 시행계획, 공고 제2017-33호, 2019.03.23.

2	포장 디자인	개발 상품의 포장 디자인 개발 지원 (시장조사, 컨셉 및 렌더링, 제작사양, 매뉴얼, 디자인출원 등)
3	시각 디자인 (BI, 기타 등)	개발 상품의 시각 및 기타 디자인 개발지원 (시장조사, 컨셉 및 렌더링, 브랜드, 네이밍, 로고, UX/UI, 매뉴얼, 상표출원 등)

위 사업은 지역 특화산업 관련으로 제품 디자인, 포장 디자인, 시각 디자인으로 지원사업을 구분하였으며 세부적으로 분야를 구분하여 지원사업을 제시하였다.

이처럼 디자인지원사업에 관련하여 다양한 기관에서는 지원사업을 단계별, 종류별, 특징별로 세분화 하였다. 본 연구는 국내 디자인정책과 디자인사업을 펼치고 있는 중앙 정부기관인 중소벤처기업부(MSS)와 디자인 진흥기관인 한국디자인진흥원(KIDP)과 지역디자인센터(RDC)인 광주디자인센터(GDC), 부산디자인센터(DCB), 대구경북디자인센터(DGDC)의 지원사업의 분야를 반복 분석(<제 3절> 유형에 따른 국내 디자인 지원사업 분석에서 자세히 살펴 볼 수 있음)과정을 통해 다음 [표 2-13]과 같이 연구에 활용할 수 있는 최종 종합적인 디자인 지원사업 유형과 구성요소를 분류하였다.

[표 2-13] 디자인지원사업의 유형과 구성요소

디자인지원사업의 유형과 구성요소			
연번	유형	구성요소	내용
1	개발	시제품제작	3D 프린터 제작, 디자인 목업, 시제품 제작에 대한 비용 지원
		생산(양산)	제품 상품화를 위한 금형, 기구 설계 제작 지원
		패키지	제품의 상품 및 매출 증대를 위한 포장 디자인, 홍보물 제작 지원

		<b>브랜드</b>	기업의 identity 및 방향과 CI, BI 디자인 개발 지원
		<b>제품개발 (R&amp;D)</b>	신상품 개발, R&D 연구 및 디자인 개발 바우처 지원
2	홍보	<b>전시참가</b>	전시회 참가를 위한 지원(참가, 부스, 항공, 경비 등)
		<b>수출상담</b>	해외 바이어 국내 초청 및 수출상담회 참가 지원
		<b>판로개척</b>	행사, 프리마켓, 팝업숍 등 디자인 기업의 제품 홍보 지원
		<b>광고</b>	온라인 SNS, 발간도서 등 디자인 기업의 제품에 대한 광고 지원
3	교육	<b>컨설팅/멘토링</b>	문제점과 애로사항 등을 컨설팅, 멘토링을 통해 해소하고 자문을 지원
		<b>실무교육</b>	디자이너, 기업의 디자인 업무를 위한 실무 교육 지원
		<b>창업교육</b>	창업을 위한 맞춤형 창업 교육지원
4	경영 (제도)	<b>출원</b>	지식재산권, 디자인, 상표 등 출원비 지원
		<b>인증</b>	GD(good design)인증, 마크 제공 등 지원
		<b>공간</b>	디자인, 창업 관련 센터 사무실 입주 및 공용시설, 숙소 등 공간 지원
		<b>장비</b>	제품 제작을 위한 장비, 경비, 기구 등 기자재 지원
		<b>인력</b>	디자인인력 지원 (디자인 개발 강화 및 일자리 창출)

위 [표 2-13]으로 최종 정리된 디자인지원사업의 유형과 구성요소를 기준으로 기관별 디자인사업을 분석해 <제 3절>에서 국내 디자인지원사업의 중요도 현황을 살펴보고자 한다.



## 제 2절 | 창업유형에 따른 디자인사업자 분류

### 1. 디자인지원사업의 디자인사업자 분류 현황

본 연구는 유형과 구성요소에 따른 디자인지원사업의 중요도와 우선순위를 분석하기 위해 디자인기업의 대상을 3가지로 결정하여 분석 기준의 척도로 활용하였다. 디자인사업자인 대상을 분류하기 위해 국내 디자인지원 진흥정책 보고서와 연구서, 통합 공고문, 사업안내, 보도자료 등을 참고자료로 활용하고자 한다. 다음은 참고한 자료들의 디자인지원사업의 디자인사업자 분류 현황이다.

#### (1) 금융위원회(2017), 창업생태계 조성 지원방안<sup>19)</sup>

금융위원회의 보도자료(2017)인 건강한 창업생태계 조성을 위한 지원방안 마련에서 창업자의 사업자 분류를 단계별로 제시하였다. 예비창업자의 집중지원과 창업 후 7년 이내의 창업 단계별 맞춤형 지원 강화를 제시하였으며 지원사업의 지원 대상을 신·기보를 기준으로 4단계로 구분하였고 초기, 예비창업자일 수록 지원을 강화한다고 말하고 있다. 다음 [표 2-14]는 보도자료에 제시한 신·기보 창업기업 지원 보증 개선을 나타낸 표로 창업자를 4단계로 나누어 분류하였다.

[표 2-14] 신·기보 창업기업 지원 보증 개선

구분	예비(창업前6월)		초기(1년~3년)		중기(4년~5년)		후기(6년~7년)	
	현행	개선	현행	개선	현행	개선	현행	개선
보증비율(%)	100	100	90~100	95~100	90	95	90	90
수수료감면(%)	△0.5~ 0.7	△0.7	△0.3~ 0.4	△0.4	△0.2	△0.3	△0.2	△0.3

19) 금융위원회(2017), retrived from <http://www.fsc.go.kr/> "보도자료" 건강한 창업생태계 조성을 위한 지원방안 마련, 2019.03.25.

창업하기 전 6개월을 예비창업자로 구분하였고, 1년~3년 이내 창업자를 초기 단계로 보고 이후 4년~5년을 중기, 6년~7년을 후기로 구분하였다. 금융위원회에서는 창업금융 3종 세트 도입이라는 명목으로 다음과 같이 창업 사업자를 분류하였고 본 연구 또한 창업금융 기준의 3가지 사업자유형을 기준으로 활용했다.

- ① 예비창업자 : 창업 1년 이내 스타트업을 대상
- ② 창업 초기기업 : 창업 1년에서 3년 이내의 창업 초기기업을 대상
- ③ 창업 도약기 중소기업 : 창업 3년에서 7년 중소기업을 대상

예비창업자란 현재 사업자등록을 하지 않았으며 6개월 이내에 창업이 가능한 자를 말하며 3년 이내의 창업기업인 창업 초기기업은 사업 개시일로부터 창업 기간이 3년 이내인 기업을 말한다. 사업개시일은 법인등기부 등본 상 법인설립일이다.<sup>20)</sup>

**(2) 중소벤처기업부(2019), 공고 제2019-1호, 정부 창업지원사업 통합공고<sup>21)</sup>**

중소벤처기업부는 예비창업자, 중소기업, 창업기업 등의 준비된 창업과 안정적인 성장, 원활한 재기를 위해 정부부처별 ‘2019년 정부 창업지원사업’을 통합 공고하였다. 지원대상은 예비창업자, 중소기업, 창업기업, 벤처기업 등이며 아래 [표 2-15]는 2019년 창업지원의 사업 현황을 사업명, 전담(주관)기관, 지원 대상으로 구분하여 정리하였다.

20) Start-up NEST, retrived from <http://www.startip-nest.com/> "사업 모집 대상 및 지원 요건, 2019.03.25.

21) 중소벤처기업부, retrived from <http://www.mss.go.kr/> "사업안내" 2019년 정부 창업지원사업 통합공고, 공고 제2019-1호, 2019.03.25.

[표 2-15] 중소기업부, 2019년도 정부 창업지원사업 현황

2019년도 창업지원사업 현황			
연번	사업명	전담(주관)기관	지원대상
▶ 사업화			
1	청년 등 협동조합 창업지원 사업	한국사회적기업 진흥공단	청년, 시니어 등 예비창업팀
2	실험실특화형 창업선도대학 육성	한국연구재단	기술혁신형 창업팀
3	K-Global 액셀러레이터 육성	정보통신산업 진흥원	액셀러레이터 선발 창업팀
4	K-Global 스타트업 공모전	정보통신산업 진흥원	예비창업자, 창업 후 3년 이내 기업
5	관광벤처사업 발굴 및 지원	한국관광공사	관광분야 예비창업자, 창업 초기기업
6	콘텐츠 스타트업 창업육성프로그램	한국콘텐츠진흥원	콘텐츠 예비창업자, 창업 후 3년 이내 기업
7	스포츠산업 액셀러레이터	국민체육진흥공단	5년 미만 창업자
8	농산업체판로지원	농업기술실용화 재단	창업 후 7년 미만 농산업체
9	지역 클러스터-병원 연계 창업 인큐베이팅 지원사업	한국보건산업 진흥원	창업 후 7년 이내 기업
10	사회적기업가 육성사업	한국사회적기업 진흥원	예비 및 2년 미만 기창업자, 재도전창업자
11	공간정보창업지원	한국국토정보공사 (LX)	대학생, 예비창업자
12	해양수산 창업 투자 지원센터	테크노파크 등	예비창업자 및 유망기업
13	해양신산업 인큐베이팅	해양수산과학기술진흥원	예비창업자 및 유망기업
14	초기창업패키지	창업진흥원	창업 후 3년 미만 기업
15	예비창업패키지	창업진흥원	예비창업자
16	창업성공패키지 (청년창업사관학교)	중소기업진흥공단	창업 후 3년 이하 기업 (만 39세 이하)
17	창업도약패키지	창업진흥원	창업 후 3년 이상 7년 이내 기업
18	민관공동 창업자 발굴 육성(TIPS)	창업진흥원	창업 후 7년 이내 기업
19	재도전 성공패키지	창업진흥원	예비 및 3년 이내 재창업자
20	창업기업지원 서비스 바우처	창업진흥원	창업 후 3년 이내 기업
21	포스트 팁스(TIPS)	창업진흥원	팁스(R&D) 성공(졸업)기업 중 업력 7년 이내 기업

22	사내벤처 육성 프로그램	창업진흥원	사내벤처팀 및 3년 이내 분사창업기업
23	글로벌 액셀러레이팅	창업진흥원	예비 창업자 및 창업 7년 미만 기업
24	장애인 창업사업화 지원	(재)장애인기업 종합지원센터	장애인 예비 창업자 및 업종전환희망자
25	장애인기업 시제품 제작 지원	(재)장애인기업 종합지원센터	장애인 예비창업자 등
26	스타트업 특허바우처	한국특허전략 개발원	창업 후 7년 미만 및 매출액 100억 미만
27	기상기후산업 청년창업 지원사업	한국기상산업 기술원	만 34세 이하의 개인 또는 팀 단위(2~5인)
<b>▶ R&amp;D</b>			
28	농식품벤처창업 바우처 지원	농림식품기술 기획평가원	농식품 분야 예비창업자 또는 창업 초기 기업
29	창업성장기술 개발사업	중소기업기술 정보진흥원	창업 후 7년 이내 기업
30	재도전기술개발	중소기업기술 정보진흥원	재창업 후 7년 미만기업
<b>▶ 창업교육</b>			
31	대학창업 교육체제 구축사업	한국연구재단 등	대학, 전문대학, 대학(원)생, 교수 등
32	공공기술기반 시장연계 창업지원	한국연구재단	대학(원)생, 연구원 등 실험실 (예비)창업팀
33	스포츠산업 창업지원센터	국민체육진흥공단	예비창업자 및 3년 미만 창업자
34	농촌현장창업보육	농업기술실용화 재단	예비 창업자 및 창업 후 5년 미만 기업
35	신사업창업사관학교	소상공인시장 진흥공단	소상공인 예비창업자
36	청소년 비즈쿨	창업진흥원	청소년(초중고 및 학교밖)
37	메이커 문화 확산	창업진흥원	창작활동 관심 일반인
38	실전창업교육	창업진흥원	예비창업자
39	대학기업가센터	창업진흥원	대학생 등 (애비)창업인력
40	장애인맞춤형 창업교육	(재)장애인기업 종합지원센터	장애인 예비 창업자 및 업종전환 희망자
41	IP기반차세대영재 기업인 육성사업	한국발명진흥회	중학교 1~3학년 또는 이에 준하는 연령(13~16세)
<b>▶ 시설·공간·보육</b>			
42	K-Global 빅데이터 스타트업 기술지원	한국정보화진흥원	빅데이터 기반 (예비)창업기업

43	지역주도형 청년일자리 사업(창업투자생태계조성형-2유형)	지자체	만18~39세 미취업 청년
44	출판지식창업보육센터운영	한국출판문화산업진흥원	예비 창업자 및 창업 후 3년 미만 기업
45	지역혁신생태계 구축지원 (창조경제혁신센터)	창업진흥원	예비창업자, 창업 후 3년 미만 기업
46	메이커 스페이스 구축	창업진흥원	창작활동 관심 일반인
47	창업보육센터 운영지원	한국창업보육협회	예비 및 3년 미만 창업자
48	스타트업파크	창업진흥원	예비 창업자 및 창업가
49	판교밸리창업존 운영	창업진흥원	예비창업자 및 7년 미만 창업기업
50	1인창조기업지원센터(1인 창조기업활성화)	창업진흥원	(예비) 1인 창조기업
51	중장년기술창업센터	창업진흥원	만 40세 이상 (예비)창업자 (창업 후 3년 이내)
52	소셜벤처 육성	기술보증기금	소셜벤처
53	장애인기업 창업보육실 운영	(재)장애인기업종합지원센터	장애인 예비창업자 또는 창업 후 3년 미만 기업
<b>▶ 멘토링·컨설팅</b>			
54	K-Global 창업멘토링 (ICT 혁신기술 멘토링)	한국청년기업가정신재단	ICT분야 창업 후 7년 이내 기업
55	실험실창업이노베이터 육성	한국연구재단	고경력 과학기술인, 이공계 창업경력자 등
56	K-Global 클라우드 기반 SW개발환경 지원	정보통신산업 진흥원	예비 창업자 및 3년 미만 창업자
57	K-Global 시큐리티 스타트업	한국인터넷진흥원	창업 후 3년 이내 기업
58	농식품 크라우드 펀딩 플랫폼 구축·운영	농업정책보험 금융원	창업 초기기업
59	아이디어사업화 온라인플랫폼 운영	창업진흥원	아이디어 보유 (예비) 창업자
60	생활혁신형 창업지원사업	소상공인시장 진흥공단	소상공인 예비창업자
61	여성벤처창업케어 프로그램	한국여성벤처협회	우수 아이디어 보유 여성 예비창업자
62	IP 나래 프로그램	한국발명진흥회	7년 이내 창업기업 및 5년 이내 전환 창업기업
63	IP 디딤돌 프로그램	한국발명진흥회	예비창업자

▶ 행사·네트워크			
64	예술창업아이디어 경진대회(예술해커톤)	(재)예술경영지원센터	예술, 기술, 디자인, 등 각 분야 전문가 등
65	환경창업대전 (Eco+Start Up Fair)	한국환경산업 기술원	전 국민, 업력 7년 미만의 창업기업
66	글로벌스타트업 페스티벌	창업진흥원	(예비)창업기업, 일반인
67	대한민국 창업리그	창업진흥원	예비 창업자 및 창업 후 3년 이내기업
68	여성창업경진대회	(재)여성기업 종합지원센터	예비창업자 및 창업 후 5년 미만 기업(여성)
69	장애인 창업아이템 경진대회	(재)장애인기업 종합지원센터	장애인 예비창업자 및 창업 3년 미만 기업

### (3) 한국디자인진흥원(2017), 공고 제2017-29호, 디자인융합벤처창업학교 (예비)창업팀 모집 공고문<sup>22)</sup>

산업통상자원부와 한국디자인진흥원의 디자인 주도 소프트파워형 창업생태계 조성 및 일자리 창출을 위한 디자인융합벤처 창업학교를 설립해 창업지원사업을 추진하고 있다. 사업의 목적은 인프라 및 주도형 디자인 프로그램을 활용하여 시장에 출시할 수 있는 창업을 전반 지원하고자 한다. 사업의 지원대상은 디자인 융합형 (예비)창업팀 2인 이상이며 디자이너와 기술 전문가가 협업하는 만 29세 이하의 예비창업팀 또는 창업 3년 미만의 사업체이다. 신청자격에 대한 자세한 내용을 다음과 같이 공지하였다.

#### ① 예비창업팀 신청자격

- 구성원 전원이 만 39세 이하로 2인 이상으로 구성된 팀
- 신청일을 기준으로 구성원 전체가 예비창업자로 구성된 팀
- 신청일을 기준으로 사업자등록 및 법인등록을 하지 않은 팀으로 사업 참여시 사업자등록 또는 법인등록이 가능한 팀

22) 한국디자인진흥원, retrived from <http://kidp.or.kr/> "사업안내" 공고 제2017-29호, 디자인융합벤처창업학교 (예비)창업팀 모집 공고문, 지원대상, 2019.03.25.

## ② 기창업팀 신청자격

- 구성원 전원이 만 39세 이하로 2인 이상으로 구성된 팀
- 사업 공고일을 기준으로 3년 미만 창업기업을 설립한 팀
  - \* 사업자등록증(개인, 법인)상 사업개시일 기준
- 의사결정권한을 가진 디자인, 기술 분야 전문가를 각 1인 포함함을 원칙
  - \* 디자인, 기술 업무 등기이사(법인), 부서장이상 직책으로 사업 기간 내 직위 변동 불가

## 2. 디자인지원사업 지원대상 분류 기준

보도자료, 통합공고문, 사업안내 등 자료를 통해 디자인지원사업에서 지원대상이 어떻게 분류되어 있는지 파악하고 본 연구의 지원사업의 중요도와 우선순위의 기준이 될 디자인사업자의 분류를 결정했다.

1. 디자인지원사업의 디자인사업자 분류 현황에서 제시한 (1) 금융위원회(2017), 창업생태계 조성 지원방안과 (2) 중소벤처기업부(2019), 정부 창업지원사업 통합공고, (3) 한국디자인진흥원(2017), 디자인융합벤처창업학교(예비)창업팀 모집 공고문의 사업자 분류를 살펴보고 지원사업들이 가장 많이 분류한 사업자에 따라 본 연구의 대상으로 적용했다.

현재 대부분의 지원사업은 사업 수혜대상자들의 창업기간을 기준으로 대상을 구분하였다. 그러므로 본 연구 또한 수행되고 있는 실제 지원사업의 대상을 기준으로 두기 위해 다음 [표 2-16]와 같이 분석한 지원사업을 사업자별로 분류하여 정리하였다. 분석 결과 분포된 사업 대상자의 빈도수를 산출하여 가장 높은 비율을 차지한 3가지를 선정해 본 연구의 기간에 따른 사업 대상자를 기준점으로 결정했다.

[표 2-16] 지원사업 지원대상인 사업자 분류 종합표

지원사업 지원대상별 종합 분류									
구분	지원사업 대상								
	예비 창업 자	2년 미만 창업	3년 이내 창업	5년 이내 창업	7년 미만 창업	재도 전창 업자	대학 (교수, 학생)	일반 창업	일반 인
(1)금융위원회(2017)	■		■		■				
(2)중소 벤처 기업부 (2019)	1	■							
	2							■	
	3							■	
	4	■		■					
	5	■		■					
	6	■		■					
	7				■				
	8					■			
	9					■			
	10	■	■				■		
	11	■						■	
	12	■						■	
	13	■						■	
	14			■					
	15	■							
	16			■					
	17					■			
	18					■			
	19			■			■		
	20			■					
	21					■			
	22			■					
	23	■				■			
	24	■							
	25	■							
	26					■			
	27							■	■
	28	■		■					
	29					■			
	30					■			
	31							■	
	32	■						■	
	33	■		■					



34	■			■					
35	■								
36									■
37									■
38	■								
39	■						■		
40	■								
41									■
42	■								
43									■
44	■		■						
45	■		■						
46									■
47	■		■						
48	■							■	
49	■					■			
50	■								
51	■		■						
52								■	
53	■		■						
54						■			
55									■
56	■		■						
57			■						
58			■						
59	■								
60	■								
61	■								
62				■	■				
63	■								
64									■
65						■			
66	■								■
67	■		■						
68	■			■					
69	■		■						
(3)한국디자인진흥원(2017)	■		■						
계	35	1	22	4	14	2	4	7	9

위 [표 2-16]의 분석결과 지원사업의 사업자분류 빈도수에 따른 지원사업 사업자의 순위는 가장 많이 분포되어 있는 사업자가 예비창업자(35)이며 두 번째로 높은 사업자는 3년 이내 창업기업(22)이다. 다음으로는 7년 이내 창업기업(14), 일반인(9), 일반창업(7), 대학·교수·학생(4)과 5년 이내 창업기업(4), 재도전창업자(2), 2년 이내 창업기업(1)순이다.

가장 높은 빈도수와 지원사업의 사업자로 분포되어 있는 예비창업자와 3년 이내 창업기업을 기준으로 7년 이내 창업기업이나 이상의 창업기업들을 중장기 창업기업으로 보고 3년 이상 사업기업으로 구분 짓도록 하였다. 그러므로 본 연구에서 지원사업의 대상 사업자분류로 기준이 될 사업자는 [그림 2-2]와 같으며 창업을 시작하기 전인 ①예비창업자와 창업 초기단계인 ②3년 이내 창업자와 중·장기 창업기업인 ③3년 이상 사업자로 3년 이상은 창업단계를 넘어서 사업단계로 보고 창업자가 아닌 사업자로 지칭하였다. 그리하여 3가지 사업자 분류로 나누어 지원사업의 중요도와 우선순위를 분석하고자 한다.



[그림 2-2] 지원사업 지원대상인 사업자 분류 기준

## 제 3절 | 유형에 따른 국내 디자인지원사업 분석

### 1. 기관별 디자인 지원사업 분석

국내 디자인지원사업을 유형과 구성요소에 따라 분석하기 위해 중소벤처기업부(MISS)와 산업통상부 소속의 한국디자인진흥원(KIDP), 지역 디자인센터(RDC)인 광주디자인센터(GDC), 부산디자인센터(DCB), 대구경북디자인센터(DGDC)의 디자인기업을 대상으로 한 디자인 지원사업의 사업목적, 지원내용 및 범위, 대상, 지원금, 기간(상반기는 1월~6월, 하반기는 7월~12월)으로 나누어 분석하였다. 분석 기준은 2017년, 2018년, 2019년 상반기로 나누어 정리하였다.

각 기관의 사업명 앞에는 기관의 첫 번째 영문의 앞 글자를 기준으로 지원사업명의 기호를 지정하여 지원사업간의 분석 시 구분할 수 있도록 하였다.

- ① 중소벤처기업부(MSS) : M-1 ~ M-3
- ② 한국디자인진흥원(KIDP) : K-1 ~ K-17
- ③ 광주디자인센터(GDC) : G-1 ~ G-15
- ④ 부산디자인센터(DCB) : B-1 ~ B-12
- ⑤ 대구경북디자인센터(DGDB) : D-1 ~ D-5
- ⑥ 지역디자인센터 공동(Cooperation) : C-1

연도별로 중복된 지원사업은 한가지로 선택하였으며 대상은 디자인기업이며 일반 중소기업만을 위한 사업과 프로젝트는 제외, 디자인기업이 사업의 대상으로 가능할 때 분석과정에 적용하였으며 디자인기업과 일반 중소기업의 수혜기업 지원사업은 특별한 사유 없이 배제하였다. 본 연구는 디자인 기업들을 대상으로 집중적인 지원사업을 중점으로 분석하였다.

(1) 중소벤처기업부(Ministry of SMEs and Startups)<sup>23)</sup>

중소벤처기업부는 중소·벤처기업이 일자리를 창출하고 소득을 주도로 성장을 선도하는 비전을 가지고 있으며 주요 정책사업은 중소기업, 창업·벤처기업, 소상공인, 공통사항을 구분하여 지원사업을 추진하고 있다. 분야별로는 금융, 창업, 기술, 인력, 수출, 내수, 기타로 나누어 지원사업을 제공하고 있다. 다양한 지원사업들 중 디자인기업을 대상으로 한 지원사업을 다음 [표 2-17]로 정리하였다.

[표 2-17] 중소벤처기업부 디자인지원사업 분류

중소벤처기업부(MSS)의 디자인지원사업 목록					
사업명		사업목적	지원내용 및 범위	대상	기간
M-1	1인 창조기업 마케팅 지원사업	1인 창조기업의 유통 제품, 서비스를 홍보하기 위한 마케팅 소요비용을 지원하여 판로 확대 및 사업화 역량 강화에 기여함	홍보용 모바일 웹/앱 지원, 홍보 동영상, 홈페이지 제작 지원, 홍보물 제작, 포장 디자인, 브랜드 개발, 기구, 장비, 제품디자인, 광고(옥외, 온라인) 홍보	예비 창조기업	상반기
M-2	창업성공 패키지 사업화지원 -청년창업 사관학교 청년창업자	우수한 창업 아이템과 고급기술을 보유한 초기 창업자를 발굴하고 창업 전 단계를 패키지 방식으로 일괄 지원하여 성공창업 기업을 육성	기술개발 및 시제품제작비, 기술정보활동비, 지적권취득비, 마케팅비, 해외멘토링 등 지원	3년 이내 창업	상반기
M-3	지역특화산업 육성사업 (비R&D) 지원	지역특화산업 중점 육성으로 지역 일자리 창출 확대 및 지역 기업 매출 신장 등 지역경제 활성화에 기여	기술지원(컨설팅, 시제품제작, 기술지도, 인증지원, 특허지원 등), 사업화지원(컨설팅, 제품 고급화, 디자인·브랜드 개선, 상품기획, 네트워크, 전시회, 마케팅), 역량강화(장비교육, 기술교류, Lab운영 등)	중소 중견 기업	상반기

23) 중소벤처기업부, retrived from <http://www.mss.go.kr/> "사업공고(2017-2019)" 2019.03.28.

(2) 한국디자인진흥원(Korea Institute of Design Promotion)<sup>24)</sup>

산업통상자원부의 산하기관이며 국내 전반적인 디자인정책을 담당하고 수행하는 한국디자인진흥원은 수출지원기반활용사업, 디자인인력지원사업, 디자인 전문회사 신고·등록, 중부권 디자인거점센터 운영, 창업보육센터 운영, 양산시 기업 디자인개발 지원사업, 디자인생활산업 협의체, 디자인 해외진출지원, 국제 교류협력, KIDP China, 디자인혁신기업100, 지역특화산업 융합디자인개발, 예비창업패키지, 디자인주도 사회적기업 혁신역량강화 등 다양한 디자인지원사업을 펼치고 있다. 디자인기업을 대상으로 한 세부적인 내용은 다음 [표 2-18]과 같이 정리하였다.

[표 2-18] 한국디자인진흥원 디자인지원사업 분류

한국디자인진흥원(KIDP)의 디자인지원사업 목록					
사업명	사업목적	지원내용 및 범위	대상	기간	
K-1	제조기업디자인인력지원사업	경험이 풍부한 디자인 인력을 지원하여 기업의 디자인 역량을 강화하고 일자리를 창출	디자인 투자 시 발전 가능성이 높은 기업을 대상으로 디자인 전문인력 채용연계 및 인건비 보조	기업 및 스타트업	상반기
K-2	양산시 기업디자인개발지원사업	중소기업 디자인개발지원을 통한 기업 마케팅 효율 증대 및 제품, 서비스의 고부가가치화 등에 기여하고 기업 경쟁력 향상을 도모	제품디자인, 포장디자인, 시각디자인 등 제작에 대한 사업비 전반 지원	중소기업	상반기
K-3	중국 춘계 캔톤페어 한국디자인관 참가	우수디자인 서비스 및 상품 기업의 중국 수출확대를 위해 중국 최대의 수출입무역 박람회 한국디자인관 참가	전시참가, 비즈니스 매칭, 통역, 기업 소개 홍보	디자인기업	상반기
K-4	한베 디자인센터 입주기업 모집	디자인 기업 대상 베트남 시장 진출 지원하기 위하여 베트남 하노이에 '한베 디자인센터'를 구축하여 운영	자체상품 판로 개척 등을 위한 현지 지원, 베트남 엑스포(공간, 사업, 정보, 컨설팅 지원)	디자인기업	상반기

24) 한국디자인진흥원, retrived from <http://www.kidp.oo.kr/> "기업지원" 사업별 공지사항(공고), 2019.03.28.

K-5	디자인 혁신 유망기업 육성사업	성장 유망 중소·중견기업을 발굴하여 디자인을 경영 혁신전략으로 활용할 수 있도록 집중지원 함으로써 글로벌 경쟁력 강화	전략 컨설팅, 상품화 지원, R&D개발, 디자인교육, 디자이너 채용을 위한 인건비 보조	디자인 기업	상반기
K-6	지역 전략산업의 제조기업과 디자인 연계를 통한 특화산업 융합디자인 개발 사업	수도권 및 중부권 소재 특화산업군(주력산업, 연고산업, 경제협력권산업 등)의 디자인 연계를 통한 소비자 중심의 지역 특화상품 개발로 지역 중소·중견기업 역량 및 경쟁력 강화	지역 특화산업 관련 기존 제품, 신상품의 외관 및 소재 등의 기능개선을 위한 디자인개발, 패키지, BI 등 시각 디자인 개발	중소 중견 기업	상반기
K-7	세대융합 창업캠퍼스(예비)창업 팀 모집	기술·경력·네트워크를 보유한 중·장년과 청년의 아이디어를 매칭하는 세대융합형(예비)창업팀을 발굴하여 초기창업 수단계를 집중 지원	매칭프로그램, 사업화 자금, 교육 및 멘토링, 인프라, 성장프로그램 지원 등	예비 창업, 3년 미만 기업	상반기
K-8	온라인 기반 제조 서비스 지원사업	온라인 제조 서비스에 대한 수요창출 및 플랫폼 전문기업 역량강화를 통해 초기 산업 생태계 활성화 기반 마련	아이디어(디자인·설계도면)를 시제품(디자인목업, 워킹목업)으로 제작 및 제조 기술 관련 서비스 제공, 온라인 시스템 기능 고도화	중소 중견 기업	상반기
K-9	소비재디자인 EXPORT 수출권소사업	베트남시장(호치민) 진출을 지원하기 위한 소비재 디자인 수출 권소사업	전시참가, 비즈니스 매칭, 기업 소개 홍보	디자인 기업	하반기
K-10	중부권 디자인거점 센터운영 디자인컨설팅 지원사업	중소기업들에게 디자인 관련 문제점과 애로사항 등 컨설팅을 통해 해소하고 기업의 부가가치 향상도모	디자인경영, 제품·서비스·UX/UI, IT 기술, 환경 분석 등 컨설팅 지원	중소 중견 기업	하반기
K-11	창업보육센터(대전) 입주기업 모집	창업보육센터 입주기업 지원 (시설 및 공간 지원)	컨설팅 지원 및 편의시설, 지원사업 연계 등 입주 지원	예비 창업, 3년 미만 기업	하반기

K-12	우수 디자인상품 선진시장 팝업숍 참여기업 모집	소비재 시장의 트렌드를 이끄는 유럽, 미주 선진시장 내 글로벌생활명품 및 국내 우수 디자인생활소비재 상품의 성공적인 수출 마케팅 지원	런던, 미국 선진시장 팝업숍 운영에 대한 임차비, 디스플레이 마케팅, 수출 업무지원 등	디자인 기업	하반기
K-13	한국디자인 베이징센터 입주업체 모집	우수디자인업체 및 상품의 중국시장 진출을 지원하기 위하여 중국 베이징시에 한국디자인베이징센터 입주 지원	비즈니스, 스토어 입점, 바이어 발굴, 전시홍보, 정보수집 등	디자인 기업	하반기
K-14	한국디자인 이우센터 입주기업 모집	기업 및 상품의 중국시장 진출을 지원하기 위한 한국디자인이우센터 입주 지원	사무실, 인테리어, 공용시설, 기업별 숙소, 비즈니스 매칭 상담회 지원	디자인 기업	하반기
K-15	세대융합 창업캠퍼스 장년인재 서포터즈 지원사업	숙련된직 인재와 청년(예비) 창업기업 간 매칭을 통하여 경험·기술을 가진 중장년층 일자리 창출과 청년(예비)창업기업의 경쟁력 강화	코칭 및 파트너 연계형 인건비 지원, 후속연계 지원, 창업교육 지원	예비 창업, 3년 미만 창업	하반기
K-16	Design Innovation Lab 참가 스타트업 모집	스타트업을 선정하여 아이디어, 비즈니스모델의 구체화부터 생산·마케팅·유통연계까지 전주기를 기업 맞춤형으로 지원	아이디어 검증부터 시제품개발 및 제작, 사업화, 투자연계, 판로지원 등 사업전주기에 걸쳐 지원	7년 이내 창업 기업	하반기
K-17	창업도약 패키지 지원사업	창업기업의 혁신성장에 필요한 유통, 글로벌, 제품개선, 투자유치, IT콘텐츠, 제조사매칭 등 교육 및 자금 지원	디자인, 유통, 제품 개선 등 분야별 교육과 자금, 서비스 지원, 유통망, 투자유치, 디자인역량강화	3년~7년 이내 기업	하반기

### (3) 광주디자인센터(Gwangju Design Center)<sup>25)</sup>

지역디자인센터 중 광주디자인센터는 디자인의 국제화, 서남권 디자인 산업 육성, 지역 전통산업 및 특화산업을 연계하는 지역산업의 경쟁력을 강화하고

25) 광주디자인센터, retrived from <http://www.gdc.or.kr/> "주요사업" 사업공지사항(공고), 2019.03.28.

지역 경제의 활성화를 기여함을 목적으로 하고 있다. 광주디자인센터의 주요 사업은 디자인 진흥, 연구개발, 인력양성, 법률자문단으로 구분되어 있다. 디자인 융합산업 육성기반 확립, 디자인 비즈니스 시장 확대, 디자인 국제교류 및 디자인 진흥, 성장 지향적 혁신조직 구현을 전략 목표로 삼고 있다. 세부적인 지원사업의 내용은 다음 [표 2-19]로 정리하였다.

[표 2-19] 광주디자인센터 디자인지원사업 분류

광주디자인센터(GDC)의 디자인지원사업 목록				
사업명	사업목적	지원내용 및 범위	대상	기간
G-1 창업 지원 브릿지형 벤처상품 개발지원 사업	예비창업자의 창의적인 아이디어를 사업화할 수 있도록 지원하고, 광주지역 청년 예비창업자의 성공적인 창업을 지원	창업 교육 프로그램 제공, 전문가 컨설팅 및 멘토링, 시제품제작 지원, 디자인 권 등 지식재산권 출원 지원, 판로지원(박람회 참가), 연계지원, 투자유치 대회 참가, 입주지원	예비 창업	상 반 기
G-2 우수 공예문화 상품 양산화 지원사업	지역 우수 공예품의 고급화·상용화를 위한 양산화 지원을 통해 사업화 촉진 장려	양산품 제작(금형제작비, 설계비, 재료비, 지식재산권 출원비 등), 전문가 컨설팅, 유통·마케팅(공예품 판매장 입점)	디자인 공예 기업	상 반 기
G-3 스타상품 개발 및 일자리창출 사업-팝업 스토어 지원	지역 공예 상품의 우수성을 홍보하고 공방들의 타 지역 진출 기회를 제공하여 상품 반응 조사 및 매출 증대를 위한 공예산업 경쟁력 강화	판매장소 제공, 디자인장터 전시참가, 상품운반 및 교통, 숙박, 식비 제공 등	디자인 공예 기업	상 반 기
G-4 스타상품 개발 및 일자리창출 사업-오펜 즈 브랜드 지정	공예문화상품에 대한 소비자의 신뢰제고, 생산자에 대한 품질향상과 판로지원	패키지/홍보물 디자인 및 제작, 인증패, 인증서 발급, 지식재산권(디자인 출원비) 지원, 사후지원 (온라인 홍보, 전시참가, 판매점 입점) 등	디자인 공예 기업	상 반 기



G-5	스타상품 개발 및 일자리창출 사업-스타상품 개발사업 컨소시엄	다양한 소재+기법+현대디자인 융합과 국내외 최신 트렌드를 접목한 공예기반 스타 문화상품 개발	양산이 가능한 구조의 스타상품 시제품 개발, 지적재산권(디자인 출원 지원), 사후지원(온·오프라인 홍보, 전시참가 및 판매장 입점 지원) 등	디자인 공예 기업	상반기
G-6	서비스디자인기반 디자인융합특화산업연계 기술개발사업	특화산업(광융합/바이오헬스푸드/가전산업)의 실시(제조)기업과 서비스 디자인 융합 개발을 통해 시장경쟁력 제고 및 고부가가치 창출	제품디자인(사업화, 디자인권, 목업(시제품제작)), 브랜드디자인(전략, 출원, BI, 패키지 등), 패키지디자인 등	디자인 기업	상반기
G-7	디자인기업 홍보 전시관 참가기업 모집	지역디자인기업의 우수 디자인개발품 및 디자인기업에 대한 소비자 인지도 향상과 판로개척을 위한 홍보 마케팅 지원체계 구축	광주유스퀘어 전시장 홍보, 기업 소개 홍보물 제작 및 배포 등	디자인 기업	상반기
G-8	디자인 매니지먼트 기반 제품고급화 지원사업	지역 주력산업 및 프리트렉(디자인·ICT·콘텐츠) 산업의 상품 고급화를 통해 경쟁력 확보 및 부가가치 창출 지원	UX/UI 개선지원, 지적재산권(디자인권)출원, 목업, 재료구입, 정보수집비, 개발비(인건비) 등 제작	디자인 기업	상반기
G-9	창의지식 기반 디자인 상품기획 및 네트워킹 지원사업	지역 디자인벤처·ICT·콘텐츠기업의 수익구조 다변화 및 신 비즈니스 모델 발굴로 지역산업 경쟁력 강화	상품기획 전략도출, 디자인목업 제작 및 양산화 지원, 전문가 컨설팅, 지적재산권 출원	디자인 기업	하반기
G-10	디자인기업 해외 매칭 행사 참여 기업 모집	지역 디자인 전문기업의 해외시장 진출을 위한 해외용역계약, 시장개척 등 해외시장 진출 기회 마련	기업소개 및 홍보, 기업매칭 및 네트워킹, 유관기관 방문 및 벤치마킹	디자인 기업	하반기
G-11	중소기업 디자인 개발 지원사업	중소기업의 자사 상품에 대한 사업화를 촉진함과 동시에 매출, 수출 활성화를 위한 디자인개발 지원	BI, 브랜딩, 패키지 디자인, 구조 개발, 지식재산권 디자인 출원 지원	디자인 기업	하반기

G-12	국제박람회 (홍콩메가쇼) 공동관 참가기업 모집	주지역 디자인·ICT·콘텐츠기업의 수익구조 다변화를 위한 신 비즈니스 모델 창출 지원으로 지역 지식서비스산업의 고용 및 매출 증대 기여	목공부스 지원, 해외 운송 지원, 수출, 바이어 통역 및 전담인력 배치 등	디자인 기업	하반기
G-13	창업육성 지원사업	우수 수공예 아이템을 보유한 예비 창업자의 창업 촉진 및 초기 창업자의 성장 발전을 지원하여 지역 공예 산업 육성에 기여	창업 아이템 제작비 지원, 컨설팅 지원, 지식재산권 출원, 사후(전시 및 판매장 입점) 지원 등	예비 창업	하반기
G-14	디자인상품 양산화 지원사업	디자인기업의 아이디어 상품 중 상품 개발이 완료된 제품에 대해 양산을 지원하여, 참여기업의 매출증대와 지역경제 활성화	양산, 금형 제작지원 및 제조에 필요한 경비 지원	디자인 기업	하반기
G-15	복구 소재 1인 창조기업 창업지원	광주광역시 복구 소재 1인 창조기업 및 예비창업자를 대상으로 창업을 위한 전문가 상담, 창업 기자재 구축을 지원	H/W장비(컴퓨터 1대 가능) 및 S/W시스템, 재료, 환경구축 및 설치, 사인물(간판) 구축 및 설치, 디자인개발 및 양산, 전시참가 부스설치·참가·등록비 등 창업전문전용 기자재	예비 창업, 3년 미만 창업 기업	하반기

#### (4) 부산디자인센터(Design Center Busan)<sup>26)</sup>

지역디자인센터 중 부산디자인센터는 부산광역시 산하 공공기관으로 디자인 창의와 나눔을 통한 행복사회 구현이라는 비전을 가지고 5대 전략목표로 지역 산업 디자인 경쟁력 고도화, 선도인력 양성 및 일자리 창출, 공공분야 디자인 지원, 신규 수탁사업 유치 극대화, 경영효율화 및 고객만족 실현을 목표로 삼고 있다. 디자인 지원사업으로 기업 대상으로 한 기업 지원사업에 대한 세부적인 내용은 다음 [표 2-20]과 같이 정리하였다.

26) 부산디자인센터, retrived from <http://www.dcb.or.kr/> "사업안내", 기업지원 사업 공지사항(공고), 2019.03.28.

[표 2-20] 부산디자인센터 디자인지원사업 분류

부산디자인센터(DCB)의 디자인지원사업 목록					
사업명	사업목적	지원내용 및 범위	대상	기간	
B-1	신상품 개발 디자인 지원	지역 중소기업 생산제품의 고부가가치화 도모하고 지역경제 활성화 촉진, 우수한 기술과 디자인을 보유한 중소기업의 양산지원을 통한 제품화 유도	중소기업 생산제품의 디자인 컨설팅 및 개발지원으로 제품 고부가가치화 도모를 위해 지역 중소기업 우수제품, 시각, 포장 디자인개발 지원	디자인 기업	상반기
B-2	부산명품 육성 디자인 지원사업	지역 중소기업 생산제품의 고부가가치화 도모하고 지역경제 활성화 촉진, 우수한 기술과 디자인을 보유한 중소기업의 양산지원을 통한 제품화 유도	제품, 시각디자인 개발 및 양산, 포장디자인 개발, 해외마케팅, 디자인출원지원	디자인 기업	상반기
B-3	부산지능형 기계 산업 디자인 지원사업	부산지능형기계산업 기업지원사업(디자인컨설팅, 디자인개발)	디자인 컨설팅, 디자인 개발(제품 제작), 시각, 포장 디자인 개발 지원	디자인 기업	상반기
B-4	리사이클 디자인 상품 개발 지원사업	리사이클디자인 상품개발 관련 창의적인 아이디어와 기술을 가진 디자인 기업의 신규상품개발 지원	시제품 제작 지원, 특허권 및 디자인권 등록비, 전문가 멘토비용, 제품 홍보를 위한 전시회 참가 지원 등	창업 1년 이상 기업	상반기
B-5	부산프랜차이즈 해외 진출지원	차별화된 브랜드 디자인·IP 지원 및 인프라 구축을 통한 프랜차이즈 산업 경쟁력 강화와 글로벌 진출 활성화 견인	해외 브랜드 네이밍 개발, 브랜드 권리화, 상표 출원, 브랜드 디자인 개발, 해외 박람회 참가, 수출상담 등	디자인 기업	상반기
B-6	유망업종 공동, 특화 마케팅 지원사업	유망업종 발굴을 통해 단계적 지원과 동반성장 기반을 마련하고, 부산특화 브랜드로 육성하여 관광자원화를 도모	브랜드 확산 및 마케팅지원, 온오프라인 홍보, 관광 상품화 지원, 행사참여, 컨설팅 지원 등	디자인 기업	상반기
B-7	부산대표 관광기념품 개발 지원사업	부산관광기념품 개발 업체를 발굴하고 상품 개발 전 과정 지원을 통해 실용적이고 우수한 부산대표 관광기념품 육성	상품개발 지원금, 전문가 컨설팅, 홍보 및 판로지원 등	디자인 기업	하반기
B-8	부산섬유패션산업 R&D 지원사업	부산의 기간산업인 섬유패션산업의 고부가가치화를 위해 현장 애로기술 및 디자인개발을 통한 경쟁력 향상 도모	상품디자인개발, 브랜드화, 상품에 대한 연구 등	디자인 기업	하반기

B-9	사회적 기업가 육성사업 창업팀	사회적 목적 실현 및 사업화 등 창업의 전 과정을 지원하여 사회문제를 창의적인 방법으로 해결해 나가는 사회적기업가 육성	창의적인 아이디어가 실제 사회적기업 창업으로 연계될 수 있도록 창업공간 및 창업자금, 교육, 멘토링, 자원연계, 사후지원 등	예비 창업, 3년 미만 기업	하반기
B-10	브랜드-스토어 링크 사업	부산지역 패션관련 브랜드와 백화점, 대형마트 등과 연계하여 마케팅 및 판로지원을 통해 브랜드의 가치를 성장	백화점, 대형마트 등 판매망을 확보한 유통업체와 연계하여 부산지역에서 활동중인 패션관련 브랜드에 대한 판로지원	디자인 기업	하반기
B-11	사회적 경제 기업 디자인 개선사업	지역 사회적경제기업 상품의 디자인개선을 통한 이미지제고 및 고부가가치화 추진	브랜드·패키지디자인 개발, 제품디자인 개발	디자인 기업	하반기
B-12	창업도약 패키지 지원 사업-디자인 역량강화 프로그램 교육	디자인 전문가 매칭을 통한 창업기업이 가지고 있는 디자인 문제점을 해결하기 위한 디자인 진단 컨설팅	창업교육, 창업기업의 디자인 개발 컨설팅 등	디자인 기업	하반기

### (5) 대구경북디자인센터(Daegu Gyeongbuk Design Center)<sup>27)</sup>

지역디자인센터 중 대구경북디자인센터는 국내를 넘어 아시아 최고 디자인 리딩 센터로의 도약이라는 비전을 지니고 있으며 전략방향으로는 지역 디자인 중심 거점으로 정부 및 지역 정책과 연계한 산업, 경제의 활성화와 차별화된 디자인 관련 사업의 연구·전개 및 윤리경영 등 내부역량 강화와 지속가능한 미래 선도형 디자인 인재 육성 허브 구축, 특화 디자인콘텐츠를 활용한 자립 기반 형성을 목표로 삼고 있다. 대구경북디자인센터의 디자인기업대상 기업지원사업에 대한 세부적인 내용 다음 [표 2-21]과 같이 정리하였다. 또한, 지역 디자인센터인 광주디자인센터, 부산디자인센터, 대구경북디자인센터의 공동 사업으로 지역디자인 국외 공동마케팅(C-1)을 아래 표에 함께 정리하였다.

27) 대구경북디자인센터, retrieved from <http://www.dgdc.or.kr/> "사업안내" 기업지원사업, 사업 공지 사항 (공고), 2019.03.28.

[표 2-21] 대구경북디자인센터, 공동 디자인지원사업 분류

대구경북디자인센터(DGDB), 공동의 디자인지원사업 목록					
사업명	사업목적	지원내용 및 범위	대상	기간	
D-1	디자인기반 건축 사업 사회문제 해결형 제품 (서비스) 개발지원	지역 현안 및 지역사회 문 제점을 디자인과 융합하여 지역경제 활성화 및 지역민 삶의 질 개선	제품디자인, 시각디자인, 샘플 디자인 목업 제작 등	디자인 기업	상 반 기
D-2	쉬메릭 (CHIMERIC) 신규제품 모집	세계시장을 함께 개척해 나 갈 우수하고 특색있는 지역 의 중소기업의 제품 개발	쉬메릭 인증 브랜드 사용, 온 오프라인 홍보, 전문 판 매장 제품 등록, 국내외 전 사회 참가, 수출상담회 지 원 등	디자인 기업	상 반 기
D-3	IT융복합 감성디자인 소재산업- 육성사업- 한중비즈니스 상담회 마케팅 지원	대구·경북 지역의 소재 특 화(감성디자인 소재 관련 원부자재 및 완제품), 중소· 중견기업의 글로벌 마케팅 지원을 통한 실질적인 매출 성과 창출	한중 비즈니스 상담회, 항공비, 상담회 운영 등 지원	중소 중견 기업	하 반 기
D-4	업사이클 아트 청년창업 프로젝트 지원	업사이클 관련 창업을 준비 또는 창업 초기에 있는 청년 들의 비즈니스 기반 마련을 위한 지원을 실시함으로써, 창 업 성공가능성 제고 및 일자 리 창출 도모	공간, 장비 임차비, 개발 활동, 아이템 구체화 활 동, 시제품 비용, 역량 교 육, 맞춤형 컨설팅, 홍보 마케팅 지원	예비 창업, 디자인 기업	하 반 기
D-5	디자인 상품개발 지원	대구에 소재한 우수 디자인 아 이템을 보유한 기업의 비즈니스 영역 확대를 위한 자체상품 화 지원 및 성공 가능성이 높 은 기업의 제품 상품화를 지원 하여 기업의 매출 증대 유도	디자인개발 및 시제품 제 작, 목업, 디자인 출원 등	디자인 기업	하 반 기
C-1	지역디자인 국의 공동 마케팅	디자인활용기업과 디자인전 문기업의 글로벌시장 진출 확대를 위한 비즈니스 지원	전시참가, 비즈니스 매 칭, 기업 소개 홍보	디자인 기업	하 반 기

위 기관별 디자인지원사업을 중소기업부(3개), 한국디자인진흥원(17개), 광주디자인센터(15개), 부산디자인센터(12개), 대구경북디자인센터(5개)와 지역 디자인센터 공동 지원사업(1개)로 총 53개의 디자인 지원사업을 분류하고 분석하였다. 분석한 내용에 따라 <제 1절>에서 제시한 디자인지원사업의 유형과 구성요소에 맞추어 연구에 활용할 수 있는 디자인 지원사업의 현황과 중요도를 파악하고자 한다.

## 2. 유형에 따른 디자인지원사업 현황

중소벤처기업부, 한국디자인진흥원, 광주디자인센터, 부산디자인센터, 대구경북디자인센터의 디자인지원사업을 분석한 자료를 토대로 <제 1절>에서 종합적으로 도출한 디자인지원사업의 유형과 구성요소에 맞춰 국내 사업의 현황을 살펴보고자 한다. 4가지 유형인 개발, 홍보, 교육, 경영에서 각 기관의 지원사업들이 어떤 구성요소의 지원사업들을 지원하고 있는지와 대상이 예비창업자, 3년 이내 창업자, 3년 이후 사업자인지 구분하며 사업의 공고 기간 중 상반기인지 하반기인지로 나눠 전반적인 종합 분석을 실시하였다.

앞에서 기호로 언급했던 것과 같이 중소기업부의 지원사업은 M-1 ~ M3(3가지)로 나타냈으며 한국디자인진흥원은 K-1 ~ K-17(17가지), 광주디자인센터는 G-1 ~ G-15(15가지), 부산디자인센터는 B-1 ~ B-12(12가지), 대구경북디자인센터는 D-1 ~ D-5(5가지)로 나타냈고 C-1(1가지)은 지역디자인센터인 광주, 부산, 대구경북디자인센터의 공동 주관 사업을 나타낸다.

각 사업이 유형별, 대상별, 기간별로 해당되는 곳은 “●”로 표시하였다. 기관별 디자인지원사업의 유형에 따른 현황은 다음 [표 2-22]과 같이 정리하였다.

[표 2-22] 유형과 구성요소에 따른 디자인지원사업의 현황

유형과 구성요소에 따른 디자인지원사업의 현황																						
지원사업	개발				홍보				교육		경영(제도)				기업대상		지원기간					
	세계품제작	생산-양산	패키지	브랜드	개발-R & D	전시참가	수출상담	판로개척	광고	컨설팅/마케팅	실무교육	창업교육	출원	인증	공간	장비	인력	예비창업자	3년 이내 창업자	3년 이상 사업자	상반기	하반기
M-1	●		●	●	●			●							●		●				●	
M-2	●	●			●	●	●	●	●		●	●		●	●			●	●		●	
M-3	●			●		●			●	●		●	●					●	●		●	
K-1																	●	●	●		●	
K-2	●		●	●								●						●	●		●	
K-3						●	●											●	●		●	
K-4						●	●	●	●						●			●	●		●	
K-5	●	●			●			●	●	●			●				●	●	●		●	
K-6	●		●	●								●						●	●		●	
K-7	●	●					●		●		●				●			●	●		●	
K-8	●	●															●	●	●		●	
K-9						●	●										●	●	●		●	
K-10									●									●	●		●	
K-11									●						●			●	●		●	
K-12							●											●	●		●	
K-13						●	●											●	●		●	
K-14							●								●			●	●		●	
K-15									●		●						●	●	●		●	
K-16	●	●			●	●	●	●	●	●	●							●	●		●	
K-17	●	●	●	●		●		●	●	●	●		●					●	●		●	
G-1	●					●			●		●	●		●				●			●	
G-2	●						●		●			●						●	●		●	
G-3						●	●											●	●		●	
G-4			●			●	●	●				●	●					●	●		●	
G-5	●					●	●	●				●						●	●		●	

G-6	●		●	●					●						●	●	●
G-7			●			●										●	●
G-8	●									●					●	●	●
G-9	●	●						●		●						●	●
G-10						●	●									●	●
G-11		●	●	●						●						●	●
G-12						●	●									●	●
G-13	●					●		●		●					●		●
G-14	●															●	●
G-15		●				●									●	●	●
B-1			●	●	●			●								●	●
B-2	●	●	●	●	●					●						●	●
B-3	●		●	●	●			●								●	●
B-4	●					●		●		●						●	●
B-5				●		●	●			●						●	●
B-6				●		●		●	●	●						●	●
B-7	●				●	●		●	●							●	●
B-8	●	●	●	●	●											●	●
B-9	●				●			●	●				●	●	●	●	●
B-10							●									●	●
B-11	●		●	●	●											●	●
B-12								●	●							●	●
D-1	●			●	●											●	●
D-2						●	●	●	●						●	●	●
D-3							●									●	●
D-4	●			●			●	●	●	●			●	●	●	●	●
D-5	●			●						●						●	●
C-1						●	●									●	●

위 [표 2-22]를 활용하여 중소벤처기업부, 한국디자인진흥원, 지역디자인센터의 디자인지원사업을 유형과 구성요소에 따라 전반적인 디자인 진흥기관의 지원현황을 파악할 수 있었다.



중소벤처기업부는 상반기에 전반적인 디자인기업을 대상으로 개발, 홍보, 교육, 제도, 경영에 다양한 지원사업을 펼치고 있으며 한국디자인진흥원은 상·하반기에 고루 분포되어있으며 주로 초기창업자인 3년 이내 창업자, 3년 이상의 디자인기업을 대상으로 제품 개발과 국제적인 홍보와 교육에 지원분야가 분포되고 있음을 알 수 있다.

광주디자인센터는 지역 디자인기업과 공방을 대상으로 제품개발, 전시참가를 연계한 홍보와 출원 지원으로 분포되어있으며 부산디자인센터는 상반기를 중점으로 1년 이상의 디자인기업들에게 제품개발 지원사업이 집중되어 있다. 대구경북디자인센터는 3년 이내, 이상 디자인기업들의 홍보 부분의 디자인 지원사업이 분포되어 있음을 알 수 있다.

### 3. 국내 디자인지원사업 유형별 결과

디자인지원사업의 유형과 구성요소, 기관별 디자인지원사업을 분석하고 현황을 파악하는 과정을 통해 국내 디자인지원사업이 제시한 유형별로 어떤 지원 분야에 중점적으로 정책을 추진해 나가는지 파악할 수 있다. [표 2-22] 유형과 구성요소에 따른 디자인지원사업의 현황을 통해 지원사업 분야별로 국내 디자인지원사업의 지원 방향을 파악 할 수 있다. 다음 [표 2-23]로 국내 디자인지원사업의 유형별 결과를 수치화 하여 정리하였다.

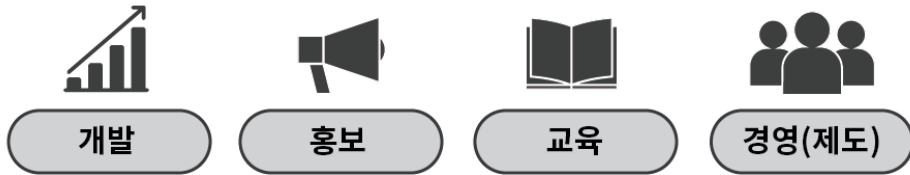
[표 2-23] 국내 디자인지원사업의 유형별 결과 (수치화)

유형	구성요소	수치화	합계	평균
개발	시제품제작	28	82	17
	생산(양산)	11		
	패키지	13		
	브랜드	15		
	개발(R&D)	15		

홍보	전시참가	23	61	15.25
	수출상담	11		
	판로개척	17		
	광고	10		
교육	컨설팅/멘토링	22	35	11.66
	실무교육	4		
	창업교육	9		
경영 (제도)	출원	18	43	8.6
	인증	5		
	공간	8		
	장비	6		
	인력	6		
디자인 기업대상	예비창업자	9	-	-
	3년 이내 창업자	50	-	-
	3년 이상 사업자	44	-	-
지원사업 기간	상반기	30	-	-
	하반기	23	-	-

종합적으로 분석한 후 지원사업 유형과 구성요소별로 수치화를 통해 국내 디자인지원사업의 현황을 파악할 수 있다. 개발 부분에서 시제품제작(28)로 가장 많았으며 그다음은 생산·양산(11)과 패키지, 브랜드, 개발R&D(15) 비슷한 수치를 나타냈다. 홍보 유형에서는 전시참가(25)가 가장 많았으며 다음으로는 판로개척(17), 수출상담(11), 광고(10) 순으로 수치를 나타냈다. 교육 유형에서는 컨설팅/멘토링(22)이 가장 많았으며 창업교육(9), 실무교육(4) 순으로 수치를 나타냈다. 마지막으로 경영(제도) 유형에서는 출원(18)이 가장 많았으며 그 다음으로는 공간(8)이 장비(6)와 인력(6)은 동일하게 나왔으며 인증(5) 순으로 수치화를 나타냈다. 디자인 기업대상으로 3년 이내 창업자(50)가 가장 많았으며 다음으로는 3년 이상 사업자(44)이며 예비창업자(9)가 가장 낮은 수치화를 나타냈다. 지원사업 기간은 상반기, 하반기 비슷한 비율이었으며 상반기(30)가 하반기(23)보다 조금 더 높다고 볼 수 있다.

지원사업의 구성요소별로 수치화된 수와 유형을 기준으로 합산한 뒤 전체 평균을 산출하여 유형별 우선순위를 다음 [그림 2-3]와 같이 나타낼 수 있다.



[그림 2-3] 국내 디자인지원사업의 유형별 순위

유형별로 국내 디자인지원사업은 1순위 개발, 2순위 홍보, 3순위 교육, 4순위는 경영 순으로 볼 수 있다. 다음 [표 2-24]는 디자인지원사업의 유형별 구성요소들의 수치화를 유형의 평균치와 곱하여 우선순위를 산출했다. 즉, 우선순위에 대한 수치는 (지원사업 구성요소의 수치 X 유형 평균치 = 지원사업 분야 우선순위)의 과정으로 최종적으로 산출했다. 소수점 뒷자리는 반올림해서 표기했다.

[표 2-24] 국내 디자인지원사업의 유형과 구성요소의 우선순위 산출

유형	구성요소	수치화	합계	평균	수치*평균
개발	시제품제작	28	82	17	476
	생산(양산)	11			187
	패키지	13			221
	브랜드	15			255
	개발(R&D)	15			255
홍보	전시참가	23	61	15.25	351
	수출상담	11			168
	판로개척	17			259
	광고	10			126

교육	컨설팅/멘토링	22	35	11.66	257
	실무교육	4			47
	창업교육	9			105
경영 (제도)	출원	18	43	8.6	155
	인증	5			43
	공간	8			69
	장비	6			52
	인력	6			52

전반적인 디자인지원사업의 구성요소의 우선순위를 산출하기 위해 각 구성요소의 수치화와 평균을 곱하여 최종 산출 수치를 기준으로 우선순위를 선정했다. 개발, 홍보, 교육, 경영(제도)의 4가지 유형 안에서 각각의 구성요소 17가지에 대한 수치를 기준으로 국내디자인지원사업의 현황이자 우선순위를 다음 [표 2-25]와 같이 정리하여 나타내었다.

[표 2-25] 국내 디자인지원사업의 유형과 구성요소의 우선순위 결과

우선순위	구성요소	유형
1 순위	시제품제작	개발
2 순위	전시참가	홍보
3 순위	판로개척	홍보
4 순위	컨설팅/멘토링	교육
5 순위	브랜드	개발
	개발(R&D)	개발
6 순위	패키지	개발
7 순위	생산(양산)	개발
8 순위	수출상담	홍보
9 순위	출원	경영(제도)
10 순위	광고	홍보
11 순위	창업교육	교육

12 순위	공간	경영(제도)
13 순위	장비	경영(제도)
	인력	경영(제도)
14 순위	실무교육	교육
15 순위	인증	경영(제도)

1순위는 개발 유형의 시제품제작(476)이며 2순위는 홍보 유형의 전시참가(351), 3순위는 판로개척(259)이다. 4순위는 교육 유형의 컨설팅/멘토링(257)이며 5순위는 개발 유형의 브랜드(255)와 개발·R&D(255)이다. 6순위는 개발 유형의 패키지(221)지원이며 7순위는 개발 유형의 생산·양산(187) 지원이다. 7 순위 안에는 개발 유형의 구성요소들이 모두 들어있다. 8순위는 홍보 유형의 수출상담(168) 지원이며 9순위는 경영(제도) 유형의 출원(155)이며 10순위는 홍보 유형의 광고(126) 지원이다. 11순위는 교육 유형의 창업교육(105)이며 12순위는 경영(제도) 유형의 공간(69)지원, 13순위는 장비(52)지원과 인력(52) 지원이 있다. 14순위는 교육 유형의 실무교육(47)이며 마지막 15순위는 경영(제도) 유형의 인증(43) 지원이다.

위 우선순위는 디자인지원사업 수혜대상자인 예비창업자, 3년 이내 창업자, 3년 이상 사업자의 종합적인 분석 순위이며 각 창업유형별로에 대한 우선순위는 <제 4장\_1절>에서 AHP분석기법 우선순위 결과물과 비교 시 제시된다.

주로 국내 디자인지원사업은 개발과 홍보 분야의 시제품제작이나 브랜드 연구개발, 전시참가와 판로개척, 교육 분야의 컨설팅과 멘토링을 중점으로 지원 사업을 추진해가고 있음을 알 수 있다. 국내 디자인지원사업의 유형과 구성요소를 통해 최종 도출한 우선순위 1위부터 15위(공동 5위, 공동 13위)와 본 연구의 제 3장인 자료의 수집 및 분석에서 <제 3절>의 AHP분석기법을 활용하여 최종 디자인지원사업의 상대적 중요도와 우선순위의 비교 대상으로 분석결과를 도출하고자 한다.

# 제 3 장

## AHP기반 디자인지원사업 구성요소의 상대적 중요도와 우선순위 분석

### 제 1절 AHP기법 활용을 위한 설문지 작성

### 제 2절 자료의 수집

1. 자료 수집 과정
2. 자료 수집 결과

### 제 3절 AHP기법 분석과정 및 결과

1. AHP분석기법 과정
2. 수혜대상자별 디자인 지원사업 구성요소의 상대적 중요도와 우선순위

## 제 3 장

# AHP기반 디자인지원사업 구성요소의 상대적 중요도와 우선순위 분석

본 연구의 제3장 AHP기반 디자인지원사업 구성요소의 상대적 중요도와 우선순위 분석에서는 제4장의 AHP분석과정을 위한 표본이 될 설문지(AHP기반)를 배포하고 회수한 자료를 바탕으로 응답자의 척도 평균치를 산출한다. 산출된 척도를 기준으로 3절에서 AHP분석과정을 창업유형에 따라 전체 디자인지원사업 수혜대상자와 예비창업자, 3년 이내 창업자, 3년 이상 사업자로 4가지를 구분해 디자인지원사업의 구성요소의 상대적 중요도와 우선순위를 도출한다.

### 제 1절 | AHP기법 활용을 위한 설문지 작성

본 연구는 디자인지원사업의 유형과 구성요소에 따라 예비창업자, 3년 이내 창업자, 3년 이상 사업자 기준으로 설문조사를 진행하여 디자인지원사업의 유형과 구성요소의 상대적 중요도와 우선순위를 비교 분석한 후 지원내용 구성에 대한 실질적인 연구 자료를 제안하고자 한다. 디자인 지원사업의 수혜대상자별 상대적 중요도 및 우선순위를 파악하는데 초점을 두고 있으며 예비창업자, 3년 이내 창업자, 3년 이상 사업자를 연구대상으로 선정하였다.

앞 과정(서론, 이론적 고찰)을 기반으로 선행 연구한 설문지를 구성하였으며 디자인지원사업의 유형과 구성요소에 대한 중요도와 우선순위의 기준으로 <제 2절>에서 분석한 국내 디자인 지원사업 유형별 결과를 토대로 상위요인 4개(개발, 홍보, 교육, 경영)와 하위요인 17개에 대한 AHP기법을 활용할 수 있는 어의적 표현은 [표 3-1]와 같다.

[표 3-1] 상위요인과 하위요인의 구성 및 설명

상위요인	하위요인	내용
개발 지원	시제품제작 지원	3D프린터 제작, 목업(mock-up), 시제품 제작에 대한 비용 제작지원
	생산(양산)지원	제품 상품화를 위한 금형, 기구 설계 제작 지원
	패키지지원	제품의 상품 및 매출 증대를 위한 포장디자인, 홍보물 제작 지원
	브랜드지원	기업의 identity 및 방향과 CI, BI 디자인 개발 지원
	제품개발 R&D지원	신상품 개발, 제품개발 R&D 연구 및 디자인 개발 바우처 지원
홍보 지원	전시참가지원	전시회 참가를 위한 지원 (참가, 부스, 항공, 정비 비용 등)
	수출상담지원	해외 바이어 국내 초청 및 수출상담회 참가 지원
	판로개척지원	행사, 프리마켓, 팝업숍 등 디자인 기업의 제품 홍보 지원
	광고지원	온라인 SNS, 발간도서 등 디자인 기업의 제품에 대한 광고 지원
교육 지원	컨설팅& 멘토링지원	문제점과 애로사항 등을 컨설팅, 멘토링을 통해 해소 지원받음
	실무교육지원	디자이너, 기업의 실질적인 디자인 업무를 위한 실무 교육 지원
	창업교육지원	창업을 위한 맞춤형 창업 교육 지원
경영 (제도) 지원	출원지원	지식재산권, 디자인 출원비 지원
	인증지원	GD(good design)인증, 마크 제공 등 지원
	공간지원	디자인, 창업 관련 센터 사무실 입주 및 공용시설, 숙소 등 공간 지원
	장비지원	제품 제작을 위한 장비, 경비, 가구 등 기자재 지원
	인력지원	디자인 인력 지원(디자인 개발 강화 및 일자리 창출)



위 상위요인과 하위요인을 기준으로 AHP분석기법을 활용하기 위한 설문지를 구성하였다. 설문지는 사업체의 기본 현황을 [표 3-2]와 같은 표로 먼저 조사하고 상위요인과 하위요인을 나누어 각 유형별로 쌍대비교 설문을 구성하였다. [표 3-3]은 4가지 지원사업 유형별 쌍대비교와 [표 3-4]는 개발 유형의 구성요소로 비교기준항목과 비교대상항목으로 구분하여 상대적으로 비교할 수 있게 쌍대비교로 구성하였다. [표 3-5]는 홍보 유형의 구성요소로, [표 3-6]는 교육 유형의 구성요소, [표 3-7]은 경영(제도) 유형의 구성요소로 쌍대비교를 구성했다.

[표 3-2] AHP분석 기반 설문지조사 구성\_사업체 현황 정보

1. 사업장 위치	<input type="checkbox"/> 동구 <input type="checkbox"/> 서구 <input type="checkbox"/> 남구 <input type="checkbox"/> 북구 <input type="checkbox"/> 광산구
2. 업종	<input type="checkbox"/> 제품디자인업 <input type="checkbox"/> 환경·공공디자인업 <input type="checkbox"/> 시각디자인업 <input type="checkbox"/> 멀티미디어·디지털콘텐츠디자인업 <input type="checkbox"/> 광고·인쇄업 <input type="checkbox"/> 서비스디자인업 <input type="checkbox"/> 공예업 <input type="checkbox"/> 엔지니어링·제조업 <input type="checkbox"/> 기타
3. 사업체 업력	<input type="checkbox"/> 예비창업자 <input type="checkbox"/> 창업 3년 미만기업 <input type="checkbox"/> 창업 3년 이후 기업
4. 정부 디자인지원과제 참여경험 유무	<input type="checkbox"/> 정부 디자인지원과제 참여경험 있음 <input type="checkbox"/> 정부 디자인지원과제 참여경험 없음
5. 디자인 R&D추진경험	<input type="checkbox"/> R&D추진경험 있음 <input type="checkbox"/> R&D추진경험 없음
6. 근로자 수	<input type="checkbox"/> 3명 미만 <input type="checkbox"/> 3명~6명 <input type="checkbox"/> 7명~10명 <input type="checkbox"/> 11명~20명 <input type="checkbox"/> 20명 이상
7. 전년도 매출액	<input type="checkbox"/> 1억 미만 <input type="checkbox"/> 1억이상~3억미만 <input type="checkbox"/> 3억이상~6억 미만 <input type="checkbox"/> 7억 이상~12억 미만 <input type="checkbox"/> 12억 이상~30억 미만 <input type="checkbox"/> 30억 이상

[표 3-3] AHP분석 기반 설문지조사 구성\_지원사업 유형

비교기준 항목	비교기준항목(왼쪽)과 비교대상항목(오른쪽)의 상대적 중요도 비교										비교대상 항목	
	⑥비교기준이 ①중요도가 ⑥비교대상이 더 중요함      비슷함      더 중요함											
	⑥	⑤	④	③	②	①	②	③	④	⑤		⑥
① 개발지원	⑥	⑤	④	③	②	①	②	③	④	⑤	⑥	홍보지원
	⑥	⑤	④	③	②	①	②	③	④	⑤	⑥	교육지원
	⑥	⑤	④	③	②	①	②	③	④	⑤	⑥	경영(제도)지원
② 홍보지원	⑥	⑤	④	③	②	①	②	③	④	⑤	⑥	교육지원
	⑥	⑤	④	③	②	①	②	③	④	⑤	⑥	경영(제도)지원
③ 교육지원	⑥	⑤	④	③	②	①	②	③	④	⑤	⑥	경영(제도)지원

[표 3-4] AHP분석 기반 설문지조사 구성\_개발 구성요소

비교기준 항목	비교기준항목(왼쪽)과 비교대상항목(오른쪽)의 상대적 중요도 비교										비교대상 항목	
	⑥비교기준이 ①중요도가 ⑥비교대상이 더 중요함      비슷함      더 중요함											
	⑥	⑤	④	③	②	①	②	③	④	⑤		⑥
① 시제품 제작 지원	⑥	⑤	④	③	②	①	②	③	④	⑤	⑥	생산(양산)지원
	⑥	⑤	④	③	②	①	②	③	④	⑤	⑥	패키지개발지원
	⑥	⑤	④	③	②	①	②	③	④	⑤	⑥	브랜드개발지원
	⑥	⑤	④	③	②	①	②	③	④	⑤	⑥	제품개발R&D지원
② 생산(양산) 지원	⑥	⑤	④	③	②	①	②	③	④	⑤	⑥	패키지개발지원
	⑥	⑤	④	③	②	①	②	③	④	⑤	⑥	브랜드개발지원
	⑥	⑤	④	③	②	①	②	③	④	⑤	⑥	제품개발R&D지원

③ 패키지개발 지원	⑥	⑤	④	③	②	①	②	③	④	⑤	⑥	브랜드개발지원
	⑥	⑤	④	③	②	①	②	③	④	⑤	⑥	제품개발R&D지원
④ 브랜드개발 지원	⑥	⑤	④	③	②	①	②	③	④	⑤	⑥	제품개발R&D지원

[표 3-5] AHP분석 기반 설문지조사 구성\_홍보 구성요소

비교기준 항목	비교기준항목(왼쪽)과 비교대상항목(오른쪽)의 상대적 중요도 비교										비교대상 항목	
	⑥비교기준이 ①중요도가 ⑥비교대상이 더 중요함      비슷함      더 중요함											
	⑥	⑤	④	③	②	①	②	③	④	⑤		⑥
⑥ 전시참가지원	⑥	⑤	④	③	②	①	②	③	④	⑤	⑥	수출상담지원
	⑥	⑤	④	③	②	①	②	③	④	⑤	⑥	관로개척지원
	⑥	⑤	④	③	②	①	②	③	④	⑤	⑥	광고지원
⑦ 수출상담지원	⑥	⑤	④	③	②	①	②	③	④	⑤	⑥	관로개척지원
	⑥	⑤	④	③	②	①	②	③	④	⑤	⑥	광고지원
⑧ 관로개척지원	⑥	⑤	④	③	②	①	②	③	④	⑤	⑥	광고지원

[표 3-6] AHP분석 기반 설문지조사 구성\_교육 구성요소

비교기준 항목	비교기준항목(왼쪽)과 비교대상항목(오른쪽)의 상대적 중요도 비교										비교대상 항목	
	⑥비교기준이 더 중요함			①중요도가 비슷함				⑥비교대상이 더 중요함				
	⑥	⑤	④	③	②	①	②	③	④	⑤		⑥
⑩ 컨설팅& 멘토링 지원	⑥	⑤	④	③	②	①	②	③	④	⑤	⑥	실무교육지원
	⑥	⑤	④	③	②	①	②	③	④	⑤	⑥	창업교육지원
⑪ 실무교육지원	⑥	⑤	④	③	②	①	②	③	④	⑤	⑥	창업교육지원

[표 3-7] AHP분석 기반 설문지조사 구성\_경영(제도) 구성요소

비교기준 항목	비교기준항목(왼쪽)과 비교대상항목(오른쪽)의 상대적 중요도 비교										비교대상 항목	
	⑥비교기준이 더 중요함			①중요도가 비슷함				⑥비교대상이 더 중요함				
	⑥	⑤	④	③	②	①	②	③	④	⑤		⑥
⑬ 출원지원	⑥	⑤	④	③	②	①	②	③	④	⑤	⑥	인증지원
	⑥	⑤	④	③	②	①	②	③	④	⑤	⑥	공간지원
	⑥	⑤	④	③	②	①	②	③	④	⑤	⑥	장비지원
	⑥	⑤	④	③	②	①	②	③	④	⑤	⑥	인력지원
⑭ 인증지원	⑥	⑤	④	③	②	①	②	③	④	⑤	⑥	공간지원
	⑥	⑤	④	③	②	①	②	③	④	⑤	⑥	장비지원
	⑥	⑤	④	③	②	①	②	③	④	⑤	⑥	인력지원
⑮ 공간지원	⑥	⑤	④	③	②	①	②	③	④	⑤	⑥	장비지원
	⑥	⑤	④	③	②	①	②	③	④	⑤	⑥	인력지원
⑯ 장비지원	⑥	⑤	④	③	②	①	②	③	④	⑤	⑥	인력지원

구성으로 총 5문항의 질문에 사업자들은 응답하였으며 쌍대비교를 통해 디자인지원사업의 유형별 그룹 간 비교로 설문을 진행하였다. 세부적인 그룹 간 문항 수는 각 구성요소의 개수의 2가지씩 쌍대비교를 함으로 구성요소별 조합 수를 수학의 콤비네이션(확률)을 활용해 아래 [표 3-8]과 같이 산출하여 문항의 경우의 수를 문항에 적용하였다.

· 콤비네이션 Combination (조합)

- 의미 : 서로 다른 n개의 물건 중에서 r개를 택하는 것 (조합)
- 기호 :  $nCr$
- 수식 :  $nCr = nPr/r!$   

$$= n*(n-1)*...*(n-r+1)r!=n!/r!(n-r)!$$

[표 3-8] 설문지 유형과 구성요소별 문항 조합 수

문항번호	구성요소 개수	수식	총 문항수
Q1	4개	$4C2=(4*3)/2$	6
Q2	5개	$5C2=(5*4)/2$	10
Q3	4개	$4C2=(4*3)/2$	6
Q4	3개	$3C2=(3*2)/2$	3
Q5	5개	$5C2=(5*4)/2$	10
계			25

위 설문지의 유형과 구성요소별로 문항의 조합 수를 콤비네이션(Combination)을 활용하여 문항의 수를 지정하였다. Q1인 지원사업 유형은 4가지로 총 6문항이며 Q2는 개발 유형의 5가지 구성요소로 총 10문항, Q3는 홍보 유형의 4가지 구성요소로 총 6 문항, Q4는 교육 유형의 3가지 구성요소로 총 3문항, Q5는 경영(제도) 유형의 5가지 구성요소로 총 10문항으로 총 25문항으로 설문이 구성되었다.

평가요인인 비교대상항목들 간의 쌍대비교에 사용되는 비교 척도는 동등한 척도 1을 기준으로 2점부터 6점까지 상대적 중요도에 대한 응답자의 주관적인 판단을 수치화 하였다. 본 연구에서 사용되는 쌍대비교의 비율척도 6점까지의 설명은 [표 3-9]와 같다.

[표 3-9] AHP 기법 쌍대비교 척도의 설명

척도	해석
1	2개의 요인이 동등하게(equal) 중요함
2	어느 한 쪽이 약간(weak) 중요함
3	어느 한 쪽이 조금 더(moderately) 중요함
4	어느 한 쪽이 강하게(strongly) 중요함
5	어느 한 쪽이 매우 강하게(very strongly) 중요함
6	어느 한 쪽이 극단적으로(extremely) 중요함

전체적으로 배포한 설문지의 형태는 본 연구의 부록에 첨부되어 있다.

## 제 2절 | 자료의 수집

### 1. 자료 수집 과정

설문조사는 2019년 3월 1일부터 4월 30일까지 이루어졌으며, 디자인 기업으로써 창업을 목표로 하거나 3년 이내에 창업을 할 예정인 예비창업자와 창업한지 3년 이내인 초기 창업자와 3년 이상이 된 디자인기업 사업자를 대상으로 설문을 실시하였다. 광주 창업지원센터의 창업스쿨, 창업아카데미의 교육생 중 디자인 분야 창업자들과 그 외 디자인기업들의 협조를 받아 인편과 온라인을 통해 설문지 85부를 배부하여 디자인기업을 중심으로 총 60부의 설문지를 회수하였다. AHP기법을 활용한 디자인지원사업의 유형과 구성요소의 중요도와 우선순위에 대한 설문지 과정의 개요를 다음 [표 3-10]로 정리하였다.

[표 3-10] 자료수집과정\_개요

구분	내용	
조사 목적	디자인지원사업의 유형과 구성요소에 대한 사업자별 중요도와 우선순위의 주관적 판단 파악	
조사 대상	디자인분야 예비창업자, 3년 이내 창업자, 3년 이상 사업자	
조사 인원	배포	85부(명)
	회수	60부(명)
조사 장소	창업지원센터의 창업스쿨, 창업아카데미 교육 참여자 및 디자인 관련 예비창업자, 1년 이상 창업자	
조사 방법	온·오프라인 설문지 배포 및 회수	
조사 기간	2019년 3월 1일 ~ 4월 30일, 2개월간	

## 2. 자료 수집 결과

본 연구를 위한 설문조사는 예비창업자, 3년 이내 창업자, 3년 이상 사업자인 3가지 사업자로 분류하여 각 20명씩 총 60부의 설문지를 회수 했다. 설문지에 대한 자료 수집 결과는 예비창업자, 3년 이내 창업자, 3년 이상 사업자, 전체 수혜대상자(예비창업자 + 3년 이내 창업자 + 3년 이상 사업자)로 구분하여 사업체 기본 현황과 AHP분석기반 질문 5가지로 제시할 수 있다.

사업체 기본 현황은 사업장 위치와 사업체 업력을 제외한 업종, 정부디자인 지원과제 참여경험 유무, 디자인 R&D 추진경험, 근로자 수, 전년도 매출액으로 구분하였으며 AHP분석 기반 설문 5가지(유형, 개발, 홍보, 교육, 경영)는 사업자별 평균치와 도출한 척도를 나타낸다.

전체적으로 사업체 기본 정보와 척도를 기준으로 정리한 종합 분석표는 부록에 첨부되어 있다.

### (1) 사업체 기본 현황

각 디자인지원사업 수혜대상자별 사업체 기본 현황에 대한 비율을 제시하기에 앞서 설문조사 응답 결과를 정리한 표로 예비창업자는 [그림 3-1]과 같이, 3년 이내 창업자는 [그림 3-2]와 같이, 3년 이상 사업자는 [그림 3-3]과 같이 정리하였다. 해당되는 정보는 “●”로 표시하였으며 개수를 합산하여 평균치를 산출해 설문조사 응답결과의 비율로 표현하였다.





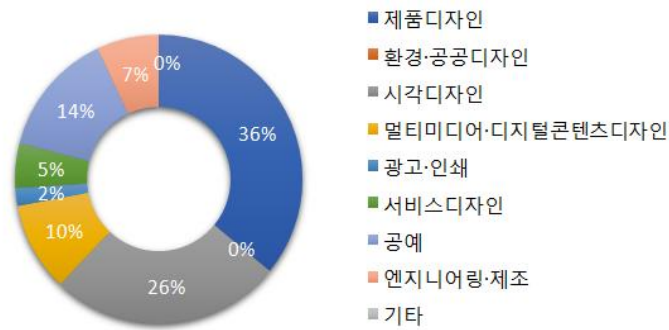
구분		설문응답자																				소계	평균 (%)	척도			
		3년 이상 사업자																									
		C1	C2	C3	C4	C5	C6	C7	C8	C9	C10	C11	C12	C13	C14	C15	C16	C17	C18	C19	C20						
사업체 기본 현황	사업장 위치	동구			●	●																●	8	40	-		
		서구		●				●	●					●		●		●						6	30	-	
		남구								●					●									2	10	-	
		북구	●		●															●				4	20	-	
	업종	광산구																						0	0	-	
		제품디자인	●		●	●	●			●	●	●		●	●	●	●		●	●			●	14	43.8	-	
		환경·공공디자인																						0	0	-	
		시각디자인	●	●	●				●	●	●		●			●		●	●			●	●	12	37.5	-	
		멀티미디어·디지털콘텐츠디자인																						0	0	-	
		광고·인쇄																						0	0	-	
		서비스디자인		●																	●			2	6.25	-	
		판매							●										●					2	6.25	-	
		연지내어빌·제조									●													2	6.25	-	
		기타																						0	0	-	
	사업체 기본 현황	사업체 업력	예비창업자																					0	0	-	
			창립 3년 미만 기업																					0	0	-	
		정부 디자인 지원과제 참 여경험 유무	창립 3년 이후 기업	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	20	100	-
			참여경험 있음	●			●	●		●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	14	70	-
			참여경험 없음						●									●							6	30	-
			디자인 R&D 추진경험	추진경험 있음	●	●	●							●	●			●		●	●				●	8	40
추진경험 없음							●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	12	60	-
근로자수			3명미만		●				●	●	●								●					●	8	40	-
			3명~6명	●			●	●																●	10	50	-
			7명~10명			●						●	●	●	●						●	●	●		2	10	-
	11명~20명																						0	0	-		
	20명 이상																						0	0	-		
전년도 매출액	1억 미만		●													●							2	10	-		
	1억 이상~3억 미만			●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	16	80	-		
	3억 이상~6억 미만	●															●						2	10	-		
	7억 이상~12억 미만																						0	0	-		
	12억 이상~30억 미만																						0	0	-		
30억 이상																						0	0	-			

[그림 3-3] 사업체 기본 현황\_3년 이상 사업자

① 디자인 지원사업 수혜대상자 (예비창업자+3년 이내 창업자+3년 이상 사업자)

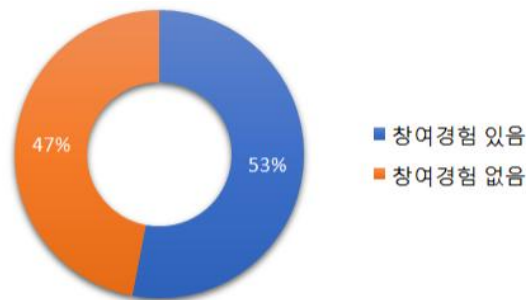
본 설문조사의 전체적인 디자인 지원사업의 수혜대상자인 예비창업자, 3년 이내 창업자, 3년 이상 사업자의 종합적인 설문 비율을 먼저 제시 한 후 예비 창업자, 3년 이내 창업자, 3년 이상 사업자 순서대로 각 비율을 원 그래프로 나타냈다.

먼저 전체 디자인 지원사업의 수혜대상자의 사업체 기본현황 중 업종에 대한 비율은 [그림 3-4], 정부 디자인 지원과제 참여 경험 유무는 [그림 3-5], 디자인 R&D 추진경험은 [그림 3-6], 근로자 수는 [그림 3-7], 전년도 매출액은 [그림 3-8]로 나타내었다.



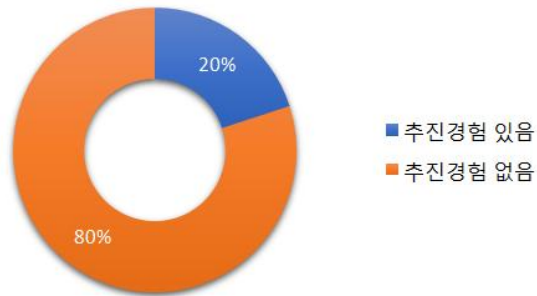
[그림 3-4] 수혜대상자 전체의 사업체 기본 현황\_업종

전체 수혜대상자들의 사업체 기본 현황 중 업종에 대한 비율은 제품디자인이 36%로 가장 높았으며 다음으로는 시각디자인 분야가 26%, 공예 분야가 14%, 멀티미디어·디지털콘텐츠디자인 분야가 10%, 엔지니어링·제조 분야가 7%, 서비스디자인이 5%, 광고·인쇄 분야가 2%를 차지했다. 전체적으로 사업자의 업종 분야는 절반 이상이 제품디자인과 시각디자인 분야임을 알 수 있다.



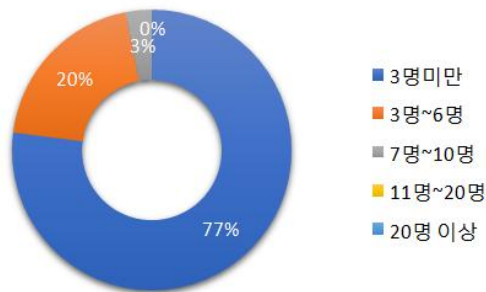
[그림 3-5] 수혜대상자 전체의 사업체 기본 현황\_정부디자인 지원과제 참여경험

전체 수혜대상자의 사업체 기본 현황 중 정부디자인 지원과제 참여경험 유무에 대한 비율은 53%가 참여경험이 없으며 47%가 참여경험이 있다고 나타났다. 수혜대상자들의 정부디자인 지원과제 참여경험은 거의 비슷하다고 볼 수 있다.



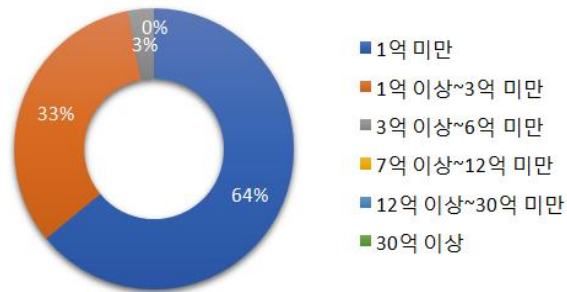
[그림 3-6] 수혜대상자 전체의 사업체 기본 현황\_디자인 R&D 추진경험

전체 수혜대상자의 사업체 기본 현황 중 디자인 R&D 추진경험의 비율은 80%가 추진경험이 없으며 20%의 비율이 추진경험이 있다고 나타났다. 정부 디자인 지원과제 참여경험과 달리 디자인 R&D 추진경험이 없는 경우가 많으므로 기업들이 제품개발 연구 지원사업에는 아직 미흡한 단계라고 볼 수 있다.



[그림 3-7] 수혜대상자 전체의 사업체 기본 현황\_근로자수

전체 수혜대상자의 사업체 기본 현황 중 근로자 수는 전체 비율에서 77%가 3명 미만을 차지하며 20%가 3명~6명, 3%가 7명~10명의 비율을 차지했다.

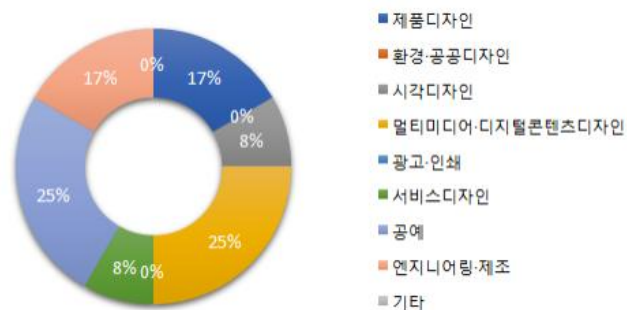


[그림 3-8] 수혜대상자 전체의 사업체 기본 현황\_전년도 매출액

전체 수혜대상자의 사업체 기본 현황 중 전년도 매출액은 1억 미만이 64%를 차지했으며 33%가 1억 이상~3억 미만의 매출액을, 3%가 3억 이상~6억 미만의 비율을 차지했다.

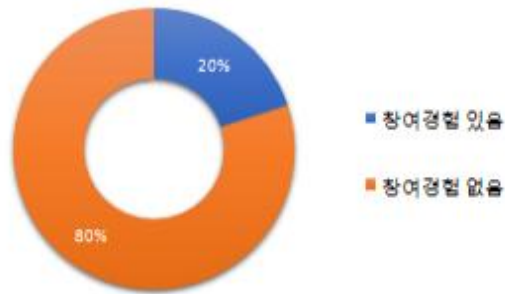
## ② 예비창업자

본 설문조사의 예비창업자 사업체 기본현황의 각 비율들을 원 그래프로 제시하였으며 예비창업자의 업종에 대한 비율은 [그림 3-9], 정부 디자인 지원과 제 참여 경험 유무는 [그림 3-10], 디자인 R&D 추진경험은 [그림 3-11], 근로자 수는 모두 3명 미만이므로 제외하였으며 전년도 매출액 예비창업자 기준이기 때문에 매출액 1억 미만으로 제외하였다.



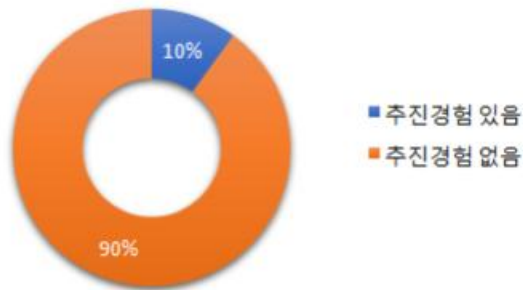
[그림 3-9] 예비창업자의 사업체 기본 현황\_업종

예비창업자의 사업체 기본 현황 중 업종에 대한 비율은 공예와 멀티미디어·디지털콘텐츠디자인 분야가 25%로 가장 높으며 그 뒤를 이어 엔지니어링·제조, 제품디자인 분야가 17%로 높고 시각디자인과 서비스디자인이 8% 비율을 차지하고 있다.



[그림 3-10] 예비창업자의 사업체 기본 현황\_정부디자인 지원과제 참여경험

예비창업자의 사업체 기본 현황 중 정부디자인 지원과제 참여경험에 대한 유무 비율은 80%가 참여경험이 없으며 20%가 참여경험이 있다고 나타났다.

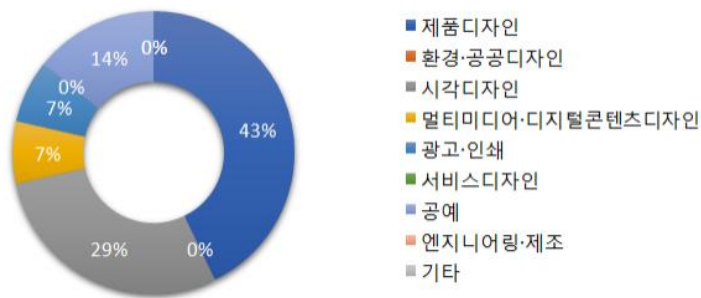


[그림 3-11] 예비창업자의 사업체 기본 현황\_디자인 R&D 추진경험

예비창업자의 사업체 기본 현황 중 디자인 R&D 추진경험 비율은 90%가 참여경험이 없으며 10%가 참여경험이 있다고 나타났다.

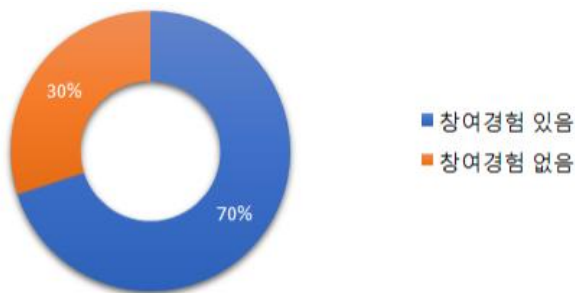
③ 3년 이내 창업자

본 설문조사의 3년 이내 창업자 사업체 기본현황의 각 비율들을 원 그래프로 제시하였으며 3년 이내 창업자의 업종에 대한 비율은 [그림 3-12], 정부 디자인 지원과제 참여 경험 유무는 [그림 3-13], 디자인 R&D 추진경험은 [그림 3-14], 근로자 수는 [그림 3-15], 전년도 매출액은 [그림 3-16]로 나타내었다.



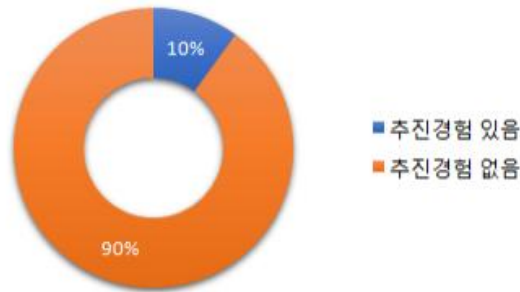
[그림 3-12] 3년 이내 창업자의 사업체 기본 현황\_업종

3년 이내 창업자의 사업체 기본 현황 중 업종에 대한 비율은 제품디자인이 43%로 가장 높으며 그 다음으로는 시각 디자인 29%, 공예 분야가 14%를 차지하며 멀티미디어·디지털콘텐츠디자인과 광고·인쇄 분야가 7%로 동일함을 보여주고 있다.



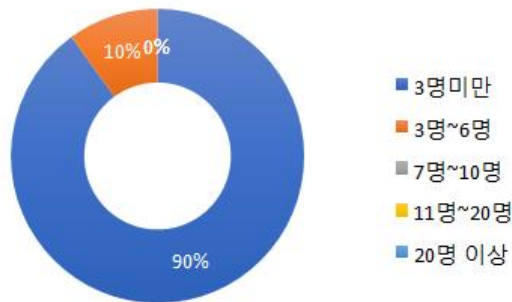
[그림 3-13] 3년 이내 창업자의 사업체 기본 현황\_정부디자인 지원과제 참여경험

3년 이내 창업자의 사업체 기본 현황 중 정부디자인 지원과제 참여경험 유무에 대한 비율은 70%가 참여경험이 없으며 30%가 참여경험이 있다고 나타났다.



[그림 3-14] 3년 이내 창업자의 사업체 기본 현황\_디자인 R&D 추진경험

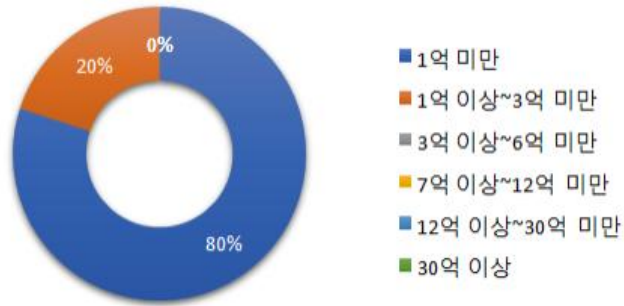
3년 이내 창업자의 사업체 기본 현황 중 디자인 R&D 추진경험의 비율은 90%가 추진경험이 없으며 10%만 추진경험이 있다.



[그림 3-15] 3년 이내 창업자의 사업체 기본 현황\_근로자수

3년 이내 창업자의 사업체 기본 현황 중 근로자 수는 전체 비율에서 90%가 3명 미만이며 10%가 3명이상 ~ 6명 미만의 비율을 차지하고 있다.



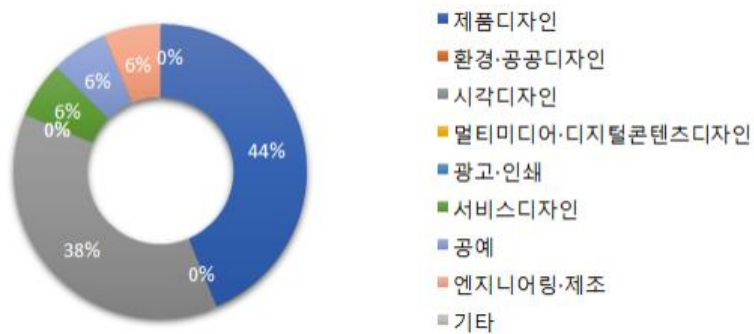


[그림 3-16] 3년 이내 창업자의 사업체 기본 현황\_전년도 매출액

3년 이내 창업자의 사업체 기본 현황 중 전년도 매출액은 1억 미만이 80%를 차지했으며 1억 이상~3억 미만이 20%를 차지했다.

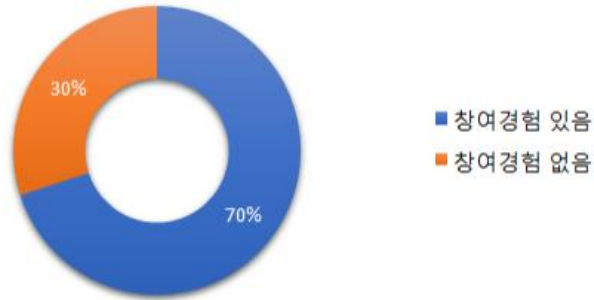
#### ④ 3년 이상 사업자

본 설문조사의 3년 이상 사업자 사업체 기본현황의 각 비율들을 원 그래프로 제시하였으며 3년 이상 사업자의 업종에 대한 비율은 [그림 3-17], 정부 디자인 지원과제 참여 경험 유무는 [그림 3-18], 디자인 R&D 추진경험은 [그림 3-19], 근로자 수는 [그림 3-20], 전년도 매출액은 [그림 3-21]로 나타내었다.



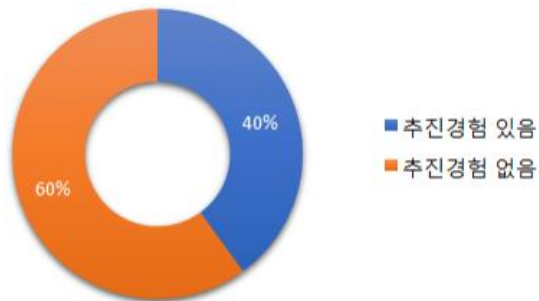
[그림 3-17] 3년 이상 사업자의 사업체 기본 현황\_업종

3년 이상 사업자의 사업체 기본 현황 중 업종에 대한 비율은 제품디자인이 44%로 가장 높으며 다음으로 시각디자인이 38%로 높은 비율을 차지하고 있다. 서비스디자인, 공예, 엔지니어링·제조 분야는 6%로 동일한 비율을 차지했다.



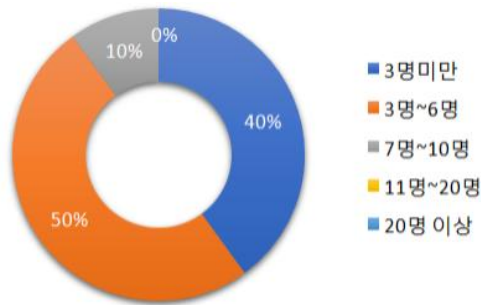
[그림 3-18] 3년 이상 사업자의 사업체 기본 현황\_정부디자인 지원과제 참여경험

3년 이상 사업자의 사업체 기본 현황 중 정부디자인 지원과제 참여경험 유무에 대한 비율은 70%가 참여경험이 없으며 30%가 참여경험이 있다고 나타났다.



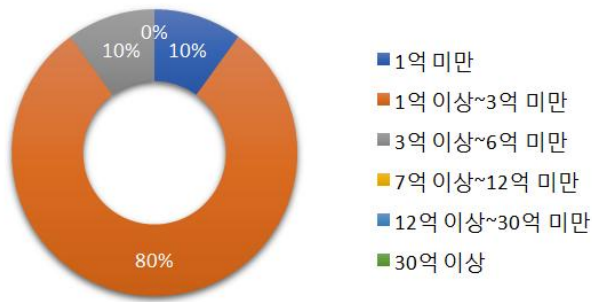
[그림 3-19] 3년 이상 사업자의 사업체 기본 현황\_디자인 R&D 추진경험

3년 이상 사업자의 사업체 기본 현황 중 디자인 R&D 추진경험의 비율은 60%가 추진경험이 없으며 40%의 비율이 추진경험이 있다고 나타났다.



[그림 3-20] 3년 이상 사업자의 사업체 기본 현황\_근로자수

3년 이상 사업자의 사업체 기본 현황 중 근로자 수는 전체 비율에서 50%가 3명~6명을 차지하며 3명 미만이 40%, 7명~10명이 10%를 차지했다.



[그림 3-21] 3년 이상 사업자의 사업체 기본 현황\_전년도 매출액

3년 이상 사업자의 사업체 기본 현황 중 전년도 매출액은 1억 이상 ~ 3억 미만이 80%를 차지했으며 1억 미만과 3억 이상~6억 미만이 10%의 비율을 차지했다.

## (2) AHP분석기반 설문 (5가지)

위 사업체의 기본 현황과 같이 예비창업자 10인(A1~A10), 3년 이내 창업자 10인(B1~B10), 3년 이상 사업자(C1~C10)와 3가지 사업자의 전체적인 수혜 대상자로 총 4가지 AHP분석 기반 설문을 함께 진행했다. 설문은 앞서 설명한 유형에 대한 설문과 개발유형에 따른 구성요소 설문, 홍보유형에 따른 구성요소 설문, 교육유형에 따른 구성요소 설문, 경영(제도)유형에 따른 구성요소 설문으로 응답자가 각 설문에 선택한 척도를 분배하고 사업자별로 평균치를 산출하여 해당하는 평균 척도를 지정하였다.

<제 3절> AHP 분석과정 및 결과에서 산출된 척도를 활용해 AHP분석과정을 거치며 디자인지원사업의 현황과 비교 분석해 최종 지원사업 구성요소의 상대적 중요도와 우선순위를 도출하고자 한다.

① 예비창업자

AHP분석기반 설문 응답 결과에 대한 예비창업자의 척도는 다음 [그림 3-22]과 같이 정리하였다.

구분	설문지 질문 (유형)	설문응답자																			소계	평균 (%)	척도		
		예비창업자																							
		A1	A2	A3	A4	A5	A6	A7	A8	A9	A10	A11	A12	A13	A14	A15	A16	A17	A18	A19				A20	
설문지 질문 (유형)	Q1-1	기법지원 홍보지원	-5	1	1	1	4	1	-3	5	1	-2	4	1	1	-2	2	1	-3	-2	1	-3	4	0.2	1
	Q1-2	기법지원 교육지원	-5	4	1	1	4	4	1	5	4	1	4	4	-5	1	1	5	4	1	4	1	4.0	2	2
	Q1-3	기법지원 경영제조사원	6	2	1	1	4	-5	-4	3	-2	-3	-3	2	5	1	-5	1	-4	-2	3	5	6	0.3	1
	Q1-2-1	홍보지원 교육지원	4	3	1	1	4	1	4	5	5	3	5	3	2	1	1	2	1	1	3	4	5.4	2.7	3
	Q1-2-2	홍보지원 경영제조사원	5	1	1	1	4	4	-5	3	1	1	2	1	4	3	1	-2	3	1	2	1	3.2	1.6	2
Q1-3-1	교육지원 경영제조사원	4	-2	1	1	4	-5	-6	-3	-3	-4	-2	1	1	-3	-5	1	-4	2	-3	1	-2.4	-1.2	1	
설문지 질문 (개발)	Q2-1-1	시제품제작지원 생산양산지원	4	-2	2	1	1	1	1	1	-4	-3	3	2	1	-3	1	-2	1	1	-2	1	5	0.25	1
	Q2-1-2	시제품제작지원 판매기법지원	5	1	2	1	1	-3	4	4	4	-3	-2	1	3	2	4	2	4	1	1	-2	3.0	1.5	2
	Q2-1-3	시제품제작지원 브랜드개발지원	-4	1	-3	1	1	-4	1	4	1	1	1	-3	1	3	4	2	1	1	2	1	4	0.2	1
	Q2-1-4	시제품제작지원 제품개발지원	4	-3	-3	1	1	-4	1	1	1	-2	1	1	-2	1	1	1	-4	-2	-3	1	-8	-0.4	1
	Q2-2-1	생산양산지원 판매기법지원	-4	2	-2	1	1	4	3	4	4	-2	1	-3	1	2	2	2	1	1	4	-2	0	0	1
Q2-2-2	생산양산지원 브랜드개발지원	-5	1	2	1	1	4	1	3	1	-2	1	2	3	1	-2	1	1	1	4	1	4	0.2	1	
Q2-2-3	생산양산지원 제품개발지원	-4	-3	-2	1	1	-4	3	3	-3	1	-2	1	1	4	-3	-2	1	-2	3	1	-1.3	-0.7	1	
Q2-3-1	판매기법지원 브랜드개발지원	-5	-3	-3	1	1	-4	-3	-3	1	2	1	-3	-4	-2	1	-2	-3	1	-2	-2	-3.1	-1.6	-2	
Q2-3-2	판매기법지원 제품개발지원	4	-4	3	1	1	-4	-4	-3	-4	1	1	2	-2	1	4	-2	-4	1	1	4	-1.9	-1	1	
Q2-4-1	브랜드개발지원 제품개발지원	4	-2	3	1	1	-4	1	1	1	2	3	1	-2	1	1	-3	1	2	-2	11	0.55	1		
설문지 질문 (홍보)	Q3-1-1	전시홍보지원 수출상담지원	6	4	-3	1	3	-5	-4	4	5	-2	1	2	1	4	3	1	1	-5	1	-3	7	0.35	1
	Q3-1-2	전시홍보지원 판매기법지원	-3	-2	2	1	3	-5	-5	-4	-3	-4	-2	-2	1	1	4	2	3	-5	-5	-2	-3.3	-1.7	-2
	Q3-1-3	전시홍보지원 광고지원	6	1	-3	1	3	-6	4	1	1	-3	1	1	-2	1	4	-2	3	-3	1	1	10	0.5	1
	Q3-2-1	수출상담지원 판매기법지원	3	-2	1	1	3	-5	1	1	1	-3	-3	1	-2	1	1	1	-3	2	1	2	2	0.1	1
	Q3-2-2	수출상담지원 광고지원	-4	-2	-3	1	3	6	4	1	1	-3	2	-2	1	-3	1	3	-4	2	1	-2	-1	-9	-0.5
Q3-3-1	판매기법지원 광고지원	-4	1	-3	1	3	1	4	1	1	3	-2	1	2	4	1	1	1	2	1	-2	1.7	0.85	1	
설문지 질문 (교육)	Q4-1-1	기술개발지원 연구개발 지원 실무교육지원	3	1	-3	1	3	-6	-4	4	-4	-2	1	-2	1	1	4	-2	1	4	-5	-3.0	-1.5	-2	
	Q4-1-2	기술개발지원 연구개발 지원 창업교육지원	3	1	1	1	-3	-4	5	4	2	3	1	1	2	-2	1	2	1	-3	1	7	0.35	1	
	Q4-2-1	실무교육지원 창업교육지원	4	1	1	1	-3	5	5	-4	4	2	-4	3	5	-2	5	1	4	2	3	1	3.4	1.7	2
설문지 질문 (경영 제도)	Q5-1-1	홍보지원 인력지원	6	1	-4	1	4	4	-6	4	1	-3	1	2	1	-2	-2	4	-2	3	1	-3	11	0.55	1
	Q5-1-2	홍보지원 경영지원	-5	-3	1	1	4	4	5	1	4	3	1	3	2	-5	1	4	1	4	3	1	3.6	1.8	2
	Q5-1-3	홍보지원 홍보지원	-5	-3	1	1	4	4	5	1	-2	3	1	1	-2	1	2	3	1	1	-5	2	5	0.25	1
	Q5-1-4	홍보지원 인력지원	4	1	-4	1	4	-2	-3	1	-2	-2	-3	-2	1	-4	1	2	-2	-3	1	-1.3	-0.7	1	
	Q5-2-1	인력지원 경영지원	-4	-3	3	1	-3	1	4	1	1	2	1	4	2	-3	1	1	3	-3	-2	1	8	0.4	1
Q5-2-2	인력지원 홍보지원	-4	1	3	1	-3	-5	4	1	1	2	-5	-3	1	1	1	4	1	2	-4	2	1	0.65	1	
Q5-2-3	인력지원 인력지원	-3	-3	-4	1	-3	1	1	1	-2	2	1	-3	-2	1	1	-3	2	-4	1	1	-1.4	-0.7	1	
Q5-3-1	경영지원 홍보지원	4	1	1	1	3	-5	4	-2	-3	3	-2	2	1	1	-5	-2	1	2	1	2	8	0.4	1	
Q5-3-2	경영지원 인력지원	4	2	-3	1	3	1	4	-2	-3	-3	-4	-2	1	4	3	1	2	-3	-3	1	-1.2	-0.6	1	
Q5-4-1	홍보지원 인력지원	3	1	-3	1	-5	6	-4	2	-4	-3	1	5	2	-3	1	-2	-4	2	2	1	-1	-0.1	1	

[그림 3-22] 예비창업자의 AHP분석 기반 설문 응답에 따른 척도

응답자의 척도를 산출하여 평균치에 따른 척도를 선정했으며 예비창업자는 유형에서 총 6가지 문항에 척도 [1, 2, 1, 3, 2, 1]와 개발유형 10문항에서는 척도 [1, 2, 1, 1, 1, 1, 1, -2, 1, 1]가 나왔다. 여기서 -2처럼 앞에 -가 붙는 이유는 전체 평균치와 AHP분석기반의 척도인 1/2를 대신하여 나타내는 기호이다. 홍보유형 6문항에서는 척도 [1, -2, 1, 1, 1, 1]가 나타났으며 교육유형 3문항은 척도 [-2, 1, 2]와 경영(제도)유형 10문항은 척도 [1, 2, 1, 1, 1, 1, 1, 1, 1, 1]로 정리하였다.

② 3년 이내 창업자

AHP분석기반 설문 응답 결과에 대한 3년 이내 창업자의 척도는 다음 [그림 3-23]과 같이 정리하였다.

구분		3년 이내 창업자의 AHP 분석 기반 척도																				소계	평균 (%)	척도	
		3년 이내 창업자																							
		B1	B2	B3	B4	B5	B6	B7	B8	B9	B10	B11	B12	B13	B14	B15	B16	B17	B18	B19	B20				
설문지 질문 (유형)	Q1-1-1	3	5	5	5	5	-4	4	4	5	4	4	5	5	5	5	1	4	3	1	3	72	3.6	4	
	Q1-1-2	6	5	-5	4	6	-4	4	5	-4	5	5	3	1	4	-3	6	-2	3	5	6	58	2.9	3	
	Q1-1-3	6	3	-5	-4	1	-6	4	1	-2	-5	1	1	3	4	2	-5	6	-2	-3	-4	4	-0.2	1	
	Q1-2-1	6	4	-4	5	6	4	3	3	2	5	3	4	2	1	1	5	3	5	3	2	63	3.15	3	
	Q1-2-2	6	4	-4	-5	-6	-2	-5	-2	-3	-4	-3	-5	-2	4	-2	4	-2	2	1	4	-44	-2.2	-2	
설문지 질문 (기법)	Q2-1-1	1	-3	5	-5	-6	-3	-4	4	-4	-5	-3	-6	-4	4	-5	-4	-3	-5	2	1	-99	-3	-3	
	Q2-1-2	4	3	-5	5	6	-4	4	3	-3	5	-2	6	-3	4	5	3	4	-3	3	2	37	1.85	2	
	Q2-1-3	3	3	1	4	6	1	4	3	-4	6	3	4	3	6	3	4	6	3	-2	5	55	2.75	3	
	Q2-1-4	3	3	1	5	6	5	4	4	4	4	5	3	4	6	4	4	5	4	6	2	82	4.1	4	
	Q2-2-1	4	3	4	4	6	-5	6	5	5	5	5	3	4	4	5	4	5	5	5	4	81	4.05	4	
	Q2-2-2	5	3	4	4	6	-3	6	5	5	5	4	5	4	6	4	5	3	6	2	84	4.2	4		
	Q2-2-3	4	3	4	4	-6	-3	6	5	5	5	4	6	-5	5	4	4	5	-5	4	5	54	2.7	3	
	Q2-3-1	3	3	1	-4	6	4	-4	4	4	4	1	4	2	5	3	2	-4	3	2	5	44	2.2	2	
	Q2-3-2	-3	3	1	-4	-6	4	-4	3	4	-4	1	-2	-4	-3	-4	-5	2	1	4	2	-22	-1.1	1	
	Q2-4-1	-3	3	1	4	-6	4	-4	4	-4	-6	4	1	-2	1	4	-3	1	4	-6	-4	-7	-0.4	1	
	설문지 질문 (홍보)	Q3-1-1	2	3	1	-4	-6	4	2	4	3	-5	2	-6	2	3	3	1	-5	1	4	-4	5	0.25	1
		Q3-1-2	-5	-6	1	-4	-6	-5	-4	-3	-4	1	-4	-5	-4	-4	-4	-2	-4	-5	-6	-7	-37	-3.7	-4
Q3-1-3		-3	-4	-4	-4	-6	-6	-4	-4	-3	-5	-6	-4	-5	-3	-4	-3	-6	-4	4	-8	-43	-4.3	-4	
Q3-2-1		-4	-4	1	-4	-6	-4	-4	-4	-3	-5	1	-3	-4	-4	-5	-4	-6	-4	-4	-5	-75	-3.8	-4	
Q3-2-2		-3	-3	-5	-4	-6	-4	-4	-4	-3	-5	-4	-4	-3	-5	-4	-3	-5	-3	-4	-6	-82	-4.1	-4	
설문지 질문 (교육)	Q4-1-1	2	3	-3	-4	-4	-3	-4	-3	-2	-5	-2	4	-5	-3	-3	-2	-4	-3	3	-2	-37	-3.9	-2	
	Q4-1-2	5	3	-6	-4	-6	1	4	4	3	-4	1	-6	-5	2	-4	5	4	3	1	-6	-5	-0.3	1	
	Q4-1-3	3	-4	-6	-4	-3	-3	4	3	-4	-3	4	-3	3	-6	-4	-4	-2	4	3	-18	0.9	1		
	Q4-2-1	-3	-3	-6	4	-3	1	-3	-2	-2	4	1	-3	4	-3	-2	1	-2	-3	-3	-5	-36	-1.8	1	
	Q5-1-1	2	3	1	4	5	-3	4	4	3	5	1	1	5	4	5	-3	4	-2	4	4	41	2.05	2	
	Q5-1-2	4	4	5	4	5	-5	-4	4	4	-5	-4	1	4	5	5	-5	-4	-4	-5	-35	-1.8	-2		
	Q5-1-3	-3	-4	-4	-4	5	-6	-4	-4	-5	-4	-4	-4	6	-3	3	-4	-5	-3	4	67	-3.4	-3		
	Q5-1-4	-4	-3	5	-4	-6	4	-4	-4	-4	4	-4	-3	4	-6	-4	5	-3	4	-4	-3	-16	-2		
	Q5-2-1	-4	-4	4	4	-6	-4	-4	-4	-5	-4	-5	-4	4	3	6	-2	-4	4	3	-6	-2.3	-2		
	Q5-2-2	-4	-4	1	-4	4	-6	-4	-4	-5	-4	-4	1	1	-6	-4	-4	-5	-4	-6	-3	-3.2	-3		
Q5-2-3	-4	-4	6	-4	-6	3	-4	-4	-4	6	-4	4	3	4	-4	-4	-3	-4	-3	-4	-2	-2			
Q5-3-1	3	4	1	-4	-4	-6	4	-2	-4	-5	-4	-5	-4	1	-6	3	4	3	2	-24	-1.2	1			
Q5-3-2	2	3	1	-4	-6	5	-2	-4	5	-2	-6	-2	-2	-4	1	-2	-4	5	1	-2	-11	-1.1	1		
Q5-4-1	-3	-3	1	4	-6	6	-3	-3	-4	4	-3	-3	1	6	3	2	1	-3	-3	-2	-11	-1.1	1		

[그림 3-23] 3년 이내 창업자의 AHP분석 기반 설문 응답에 따른 척도

3년 이내 창업자는 유형에서 총 6가지 문항에 척도 [4, 3, 1, 3, -2, -4]와 개발유형 10문항에서는 척도 [-3, 2, 3, 4, 4, 4, 3, 2, 1, 1]가 나왔다. 홍보유형 6문항에서는 척도 [1, -4, -4, -4, -4, -2]가 나타났으며 교육유형 3문항은 척도 [1, 1, 1]와 경영(제도)유형 10문항은 척도 [2, -2, -3, -2, -2, -3, -2, 1, 1, 1]로 정리하였다.

③ 3년 이상 사업자

AHP분석기반 설문 응답 결과에 대한 3년 이상 사업자의 척도는 다음 [그림 3-24]과 같이 정리하였다.

구분		3년 이상 사업자의 AHP 분석 기반 척도																				소계	평균 (%)	척도		
		설문응답자																								
		C1	C2	C3	C4	C5	C6	C7	C8	C9	C10	C11	C12	C13	C14	C15	C16	C17	C18	C19	C20					
설문지 질문 (유형)	Q1-1-1	개발지원-홍보지원	1	-4	5	5	3	4	3	5	5	5	-4	5	3	5	-4	2	5	4	5	3	56	2.8	3	
	Q1-1-2	개발지원-교육지원	6	4	5	6	3	4	4	5	5	5	6	5	6	4	5	3	5	5	4	4	94	4.7	5	
	Q1-1-3	개발지원-경영(제도)지원	6	-5	3	-5	1	-2	-2	5	2	2	5	4	-3	2	-2	-5	-2	1	-5	1	1	0.05	1	
	Q1-2-1	홍보지원-교육지원	6	1	4	5	2	3	2	4	4	3	6	5	1	1	2	4	3	2	3	4	65	3.25	3	
	Q1-2-2	홍보지원-경영(제도)지원	6	5	-2	-5	-2	-2	-3	-4	-5	-4	-5	-4	-3	1	-4	-3	-5	3	2	-2	-36	-1.8	-2	
설문지 질문 (개발)	Q2-1-1	교육지원-홍보(제도)지원	4	5	-4	-5	-3	-3	-4	-5	-4	-3	-4	-3	-3	-5	-2	-5	1	-4	3	-55	-2.8	-3		
	Q2-1-1	시제품제작지원-생산(양산)지원	1	6	3	-5	-3	-4	5	-2	4	-3	-3	1	5	-3	6	-2	3	4	-4	-5	4	0.2	1	
	Q2-1-2	시제품제작지원-패키지개발지원	1	-6	2	4	-3	-4	5	-2	4	4	-2	-6	4	4	-4	1	1	2	-3	4	6	0.3	1	
	Q2-1-3	시제품제작지원-브랜딩개발지원	1	-6	2	4	3	3	5	3	4	4	3	1	3	-6	4	2	4	3	4	5	46	2.3	2	
	Q2-1-4	시제품제작지원-제품개발R&D지원	1	6	-4	-4	3	3	5	3	1	4	1	4	-4	3	1	3	-4	3	2	5	32	1.6	2	
	Q2-2-1	생산(양산)지원-패키지개발지원	5	-6	5	5	4	6	4	4	2	4	5	6	3	3	2	5	4	4	-4	4	65	3.25	3	
	Q2-2-2	생산(양산)지원-브랜딩개발지원	5	-6	4	4	2	4	4	4	2	3	2	4	2	5	4	-6	4	4	3	52	2.6	3		
	Q2-2-3	생산(양산)지원-제품개발R&D지원	5	-6	-2	-3	2	4	4	3	-2	3	-3	-2	-6	4	5	2	-3	3	2	15	0.75	1		
	Q2-3-1	패키지개발지원-브랜딩개발지원	1	6	-3	-4	-2	-2	-3	2	2	1	2	-2	-4	-2	1	6	2	-2	1	-4	-4	-0.2	1	
	Q2-3-2	패키지개발지원-제품개발R&D지원	1	6	5	-4	-2	1	-2	2	-2	1	-2	5	1	6	1	-4	2	1	-2	2	16	0.8	1	
설문지 질문 (홍보)	Q3-1-1	브랜딩개발지원-제품개발R&D지원	1	-6	5	-4	-2	1	1	-2	-2	1	-2	1	-2	-6	-2	1	-2	1	1	-16	-0.8	1		
	Q3-1-1	전시참가지원-수출상담지원	4	6	-4	-5	-3	3	-3	6	-3	-3	-4	6	-3	6	-4	6	-3	-3	-4	-8	-0.4	1		
	Q3-1-2	전시참가지원-판로개척지원	4	6	3	4	-3	-3	-3	-4	-3	-3	4	-3	3	-3	-3	4	-3	-3	4	-3	4	2	0.1	1
	Q3-1-3	전시참가지원-광고지원	3	-6	-5	-3	-3	-3	-4	-3	-5	3	-3	-6	4	3	-4	-5	-5	-3	-3	-1	-59	-3	-3	
	Q3-2-2	수출상담지원-판로개척지원	-3	-6	3	3	-4	-4	-4	-5	-4	-4	3	-4	-6	4	-3	-4	-3	-4	-4	-4	-61	-3.1	-3	
설문지 질문 (교육)	Q3-2-2	수출상담지원-광고지원	-4	-6	-5	3	-4	-4	-4	-5	-4	-6	-4	-5	-5	-6	3	-4	-4	-6	4	1	-73	-3.7	-4	
	Q3-3-1	판로개척지원-광고지원	4	6	-5	-3	-5	1	-5	-5	-4	-6	1	-5	1	6	4	-5	-4	-5	-2	-5	-52	-2.6	-3	
	Q4-1-1	컨설팅/연도링지원-실무교육지원	-5	-6	3	2	4	4	4	2	4	4	2	4	-5	4	4	2	4	-5	4	34	1.7	2		
	Q4-1-2	컨설팅/연도링지원-창업교육지원	3	-6	5	-3	4	4	4	2	4	4	4	4	5	4	-3	3	4	4	-6	4	44	2.2	2	
	Q4-2-1	실무교육지원-창업교육지원	1	6	4	-3	1	2	-4	2	4	-2	2	4	6	2	2	1	4	1	2	1	36	1.8	1	
설문지 질문 (경영 제도)	Q5-1-1	출원지원-인증지원	5	-6	-3	4	3	3	-3	2	1	2	2	4	1	5	-3	1	3	-6	3	20	1	1		
	Q5-1-2	출원지원-공간지원	-4	-6	-3	-5	-4	3	-3	-3	-4	-5	-3	-3	-4	3	1	3	-2	-4	-5	-5	-53	-2.7	-3	
	Q5-1-3	출원지원-장비지원	-4	-6	4	-4	-2	-3	-3	-4	-5	-5	-4	-2	4	-4	-5	1	-2	-4	-2	-62	-3.1	-3		
	Q5-1-4	출원지원-인력지원	-4	-6	-5	-6	-4	-5	-6	-3	-6	-5	-4	-5	-3	-3	-6	-4	-4	-3	-5	-6	-93	-4.7	-5	
	Q5-2-1	인증지원-공간지원	1	-6	3	-5	-3	-4	-3	-4	-5	-5	-3	-4	-3	-5	-6	1	-4	-4	-3	1	-61	-3.1	-3	
	Q5-2-2	인증지원-장비지원	1	-6	4	-4	-3	-4	-3	-4	-5	-5	-4	-2	-4	1	-5	-4	-5	-5	-3	-3	63	-3.2	-3	
	Q5-2-3	인증지원-인력지원	1	-6	-3	-6	-3	-4	-6	-4	-5	-5	-5	-6	-3	4	-5	-3	-5	-4	-5	-4	85	-4.3	-4	
Q5-3-1	공간지원-장비지원	4	-6	3	4	-4	1	-3	-2	-5	-5	-6	-3	-5	-2	1	-3	4	-2	-5	4	-30	-1.5	1		
Q5-3-2	공간지원-인력지원	-4	-6	-4	-6	-5	-4	-6	-2	-5	-5	-4	-2	-6	-4	-5	-3	4	-5	-6	-6	-92	-4.6	-5		
Q5-4-1	장비지원-인력지원	-4	-6	-6	-6	-5	-4	-6	-2	-5	-5	-4	-4	-6	-5	-4	-4	-5	-4	-6	-6	-97	-4.9	-5		

[그림 3-24] 3년 이상 사업자의 AHP분석 기반 설문 응답에 따른 척도

3년 이상 사업자는 유형에서 총 6가지 문항에 척도 [3, 5, 1, 3, -2, -3]와 개발유형 10문항에서는 척도 [1, 1, 2, 2, 3, 3, 1, 1, 1, 1]가 나왔다. 홍보유형 6문항에서는 척도 [1, 1, -3, -3, -4, -3]가 나타났으며 교육유형 3문항은 척도 [2, 2, 1]와 경영(제도)유형 10문항은 척도 [1, -3, -3, -5, -3, -3, -4, 1, -5, -5]로 정리하였다.

## 제 3절 | AHP 분석과정 및 결과

### 1. AHP분석기법 과정

본 연구는 국내 디자인지원사업의 현황을 분석하여 현재 어떤 유형과 구성요소에 집중적으로 지원되고 있는지 파악하고 AHP분석기법을 통해 실제 디자인지원사업의 유형과 구성요소에 대한 사업자별 중요도와 우선순위를 분석하여 비교한 후 디자인기업의 지원사업의 방향과 방법을 제시하는 것을 목표로 한다.

연구에 활용되는 AHP분석기법은 전문가의 지식과 경험, 직관 등 주관적인 판단이 결과에 반영되기 때문에 정량적인 평가기준이 될 뿐만 아니라 정성적 평가기준까지 고려할 수 있으며 이론적으로 의사결정 방법 중 가장 높은 평가를 받아오고 있다.<sup>28)</sup> 계층화 과정(AHP, Analytic Hierarchy Process)은 평가기준과 의사결정이 복잡적이고 다수일 때 활용되며, 계층별 주요 요인과 세부 요인들을 분해해 요인들과 쌍대비교를 통해 중요도와 우선순위를 산출하는 분석 방법이다.

기준이 다수일 때 사용되는 의사결정 방법 중 가장 널리 사용되어온 방법론으로 미국 펜실베이니아 대학의 Thomas Saaty 교수에 의해 고안된 의사결정론 방법이다. 계층화 과정 AHP분석 기법의 특징은 의사결정 과정에서 대상 또는 목적, 선택의 기준, 대안들을 세밀하게 분석하고 찾아내어 계층화 구조로 정리한 후 수학적 방법을 활용해 최선의 대안을 찾아내고자 한다. 즉, 객관적인 요소와 주관적인 요소의 융합을 통해 측정이 어려운 주관적인 요소들과 측정 가능한 객관적 요소들을 의사결정 과정에서 효과적으로 융합시켜 합리적인 의사결정이 이루어지도록 한다.<sup>29)</sup>

AHP분석은 각 요인 간에 쌍대비교(Pairwise Comparisons) 또는 이원비교로 중요도와 우선순위를 산출하는 과정을 통해 복잡한 문제를 계층화하여 주요

28) 문유석, 이시원, 정준금, 최상한(2014), 지방농정 거버넌스 구축 요인들 간의 우선순위에 관한 연구: 전문가 인식을 중심으로, 지방정부연구, 17(4), 101-120

29) 이재호(2014), 녹색건축물 보급을 위한 설문조사 및 가치분석 연구-업무용건축물과 계층분석과정을 중심으로, 학위논문, 14(3), 398-406



요인과 세부 요인을 나누어 판단기준을 구분한다.<sup>30)</sup> 또한, 단계별로 의사결정의 전 과정을 분석함으로써 의사결정의 객관성을 높이고 신뢰도를 향상시키며 쌍대비교를 통해 도출된 가중치의 일관성을 검증하는 정확도를 지니고 있다.<sup>31)</sup>

본 연구는 <제 2장>이론적 고찰에서 도출한 디자인지원사업의 유형과 구성요소를 AHP분석기법에 계층구조화 하고 설문조사를 통해 산출한 평균 가중치를 통해 AHP분석기법 과정으로 지원사업의 중요도와 우선순위를 현재 국내 지원사업의 현황과 비교 분석하여 적절한 지원내용을 파악하고 정책방안을 제시하기 위한 연구자료로 활용하기 위한 과정을 수행한다. AHP분석기법을 활용한 본 연구의 과정을 정리하면 다음 [표 3-11]와 같다.

[표 3-11] AHP분석기법을 활용한 연구 과정

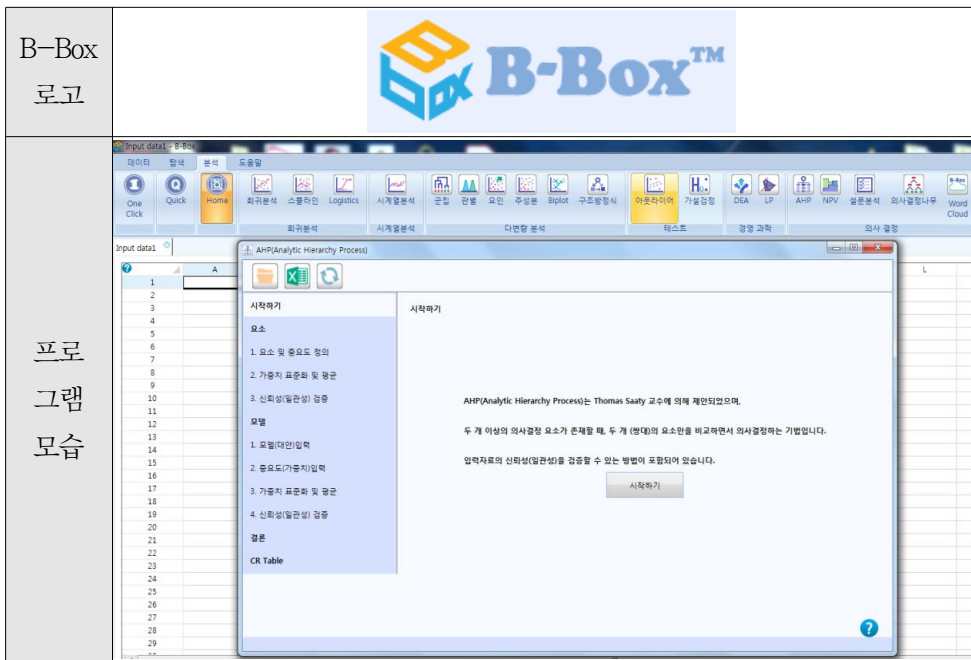
단계	구분	연구내용	
1단계	계층구조화	디자인지원사업의 유형과 구성요소	
2단계	요소 및 중요도 정의와 가중치 표준화 및 평균	응답 항목별 기하평균(가중치) 산출	
		쌍대비교 계산	전체 수혜대상자
			예비창업자
			3년 이내 창업자
3년 이상 사업자			
3단계	논리적 일관성	일관성 비율을 계산	
4단계	상대적 중요도와	전체 수혜대상자	
		예비창업자	

30) 마은경, 이수경(2014), AHP기법을 활용한 보육교사 채용기준에 대한 우선순위 분석, 529-549

31) 최준규(2013), 사회적기업 지원정책에 대한 정책우선순위 분석, 한국지방정부학회 2013 춘계학술대회 발표논문집, 279-304

	우선순위	3년 이내 창업자 3년 이상 사업자
5단계	비교분석	국내디자인지원사업 현황의 우선순위와 비교 분석해 결과물 도출

설문을 통해 최종 산출된 평균치 척도에 대한 수혜대상자별 반복 AHP분석 기법을 활용하기 위해 다양한 의사결정 기법(AHP, LP, NPV, 설문분석, 의사결정나무 등)을 제공해주는 대표나 한윤의 (주)갈랩에이비씨 B-Box프로그램을 사용하였다.<sup>32)</sup> B-Box™은 현재 법인이나 학교법인, 실습실에서는 유료로 구매해야하며 개인으로 사용할 시에만 무료로 배포되고 있다.



[그림 3-25] B-Box 프로그램\_AHP분석기법

32) (주)갈랩에이비씨, 대표자 한윤, Get B-Box, 다운로드, <http://www.bboxworld.com>

위 AHP분석기법 과정과 B-Box의 프로그램 활용을 통해 전체 수혜대상자, 예비창업자, 3년 이내 창업자, 3년 이상 사업자인 수혜대상자별로 AHP분석과정을 거치고 <제 2장>이론적 고찰에서 제시한 디자인지원사업의 현황과 비교 분석해 구성요소의 상대적 중요도와 우선순위에 대한 연구결과를 제안하고자 한다.

## 2. 수혜대상자별 디자인지원사업 구성요소의 상대적 중요도와 우선순위

설문을 통해 문항별로 디자인지원사업 수혜대상자 전체와 예비창업자, 3년 이내 창업자, 3년 이상 사업자의 산출된 척도를 기준으로 AHP분석을 실시하였다. 각 사업자별로 AHP분석 과정 절차를 요약하면 다음 [표 3-12]과 같다.

[표 3-12] AHP기법을 활용한 사업자별 분석과정

단계	구분	반복과정
1단계	상위요인(유형)의 상대적 중요도와 우선순위	1. 요소 및 중요도 정의 2. 가중치 표준화 및 평균 3. 신뢰성(일관성) 검증 4. 그래프 이미지화 5. 상대적 중요도 및 우선순위  반복과정
2단계	하위요인(개발)의 상대적 중요도와 우선순위	
3단계	하위요인(홍보)의 상대적 중요도와 우선순위	
4단계	하위요인(교육)의 상대적 중요도와 우선순위	
5단계	하위요인(경영)의 상대적	

	중요도와 우선순위	
	▼	
6단계	상위, 하위요인 간 최종 상대적 중요도와 우선순위	복합가중치 적용 및 사업자별 우선순위 도출

(1) 전체 수혜대상자(예비창업자+3년 이내 창업자+3년 이상 사업자)

① 단계 : 전체 수혜대상자의 상위요인 상대적 중요도와 우선순위

- 요소 및 중요도의 정의

[표 3-13] 전체 수혜대상자의 상위요인 상대적 중요도와 우선순위  
\_요소 및 중요도 정의

상위요인(유형)	개발지원	홍보지원	교육지원	경영(제도)지원
개발지원	1	2	3	1
홍보지원	1/2	1	3	1
교육지원	1/3	1/3	1	1/3
경영(제도)지원	1	1	3	1

※ 위 척도는 수혜대상자별 산출된 평균 척도에 소수점 이하 반올림 후 1~6점의 척도를 산정하여 기입함

- 가중치 표준화 및 평균

[표 3-14] 전체 수혜대상자의 상위요인 상대적 중요도와 우선순위  
\_가중치 표준화 및 평균

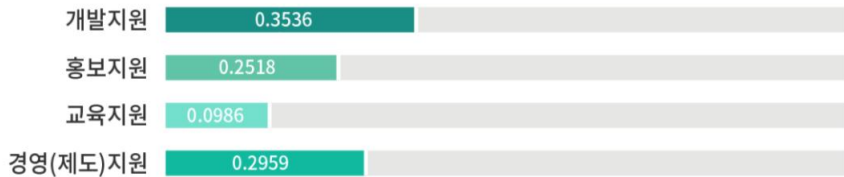
상위요인(유형)	개발지원	홍보지원	교육지원	경영(제도)지원	중요도
개발지원	0.3529	0.4615	0.3000	0.3000	0.3536
홍보지원	0.1765	0.2308	0.3000	0.3000	0.2518
교육지원	0.1176	0.0769	0.1000	0.1000	0.0986
경영(제도)지원	0.3529	0.2308	0.3000	0.3000	0.2959
합계	1.0000	1.0000	1.0000	1.0000	1.0000

• 신뢰성(일관성) 검증

[표 3-15] 전체 수혜대상자의 상위요인 상대적 중요도와 우선순위  
\_신뢰성(일관성) 검증

요소	기중치 평균(A)	행렬의 곱(B)	일관성 측도(B/A)	일관성치수
개발지원	0.3536	1.4491	4.0979	0.0326
홍보지원	0.2518	1.0205	4.0526	0.0175
교육지원	0.0986	0.3991	4.0459	0.0153
경영(제도)지원	0.2959	1.1973	4.0459	0.0153

• 그래프 이미지화



※결론: 평가한 결과 [개발지원]요소가 가장 중요합니다.

[그림 3-26] 전체 수혜대상자의 상위요인 상대적 중요도와 우선순위  
\_그래프 이미지화

• 상대적 중요도 및 우선순위

[표 3-16] 전체 수혜대상자의 상위요인 상대적 중요도와 우선순위\_결과

상위요인(유형)	중요도(기중치)	우선순위	일관성비율
개발지원	0.3536	1	0.02
홍보지원	0.2518	3	
교육지원	0.0986	4	
경영(제도)지원	0.2959	2	

분석 결과 전체 수혜대상자(예비창업자+3년 이내 창업자+3년 이상 사업자)의 상위요인 상대적 중요도와 우선순위는 개발지원(0.3536)이 1위를 차지했으며 2위는 경영·제도지원(0.2959), 3위는 홍보지원(0.2518), 4위는 교육지원(0.0986)으로 나타났다. 일관성 비율은 0.02이다.

② 단계 : 전체 수혜대상자의 하위요인(개발) 상대적 중요도와 우선순위

- 요소 및 중요도의 정의

[표 3-17] 전체 수혜대상자의 하위요인(개발) 상대적 중요도와 우선순위  
\_요소 및 중요도 정의

하위요인(개발)	시제품제작	생산(양산)	패키지개발	브랜드개발	제품개발R&D
시제품제작	1	1	1	2	2
생산(양산)	1	1	2	2	1
패키지개발	1	1/2	1	1	1
브랜드개발	1/2	1/2	1	1	1
제품개발R&D	1/2	1	1	1	1

- 가중치 표준화 및 평균

[표 3-18] 전체 수혜대상자의 하위요인(개발) 상대적 중요도와 우선순위  
\_가중치 표준화 및 평균

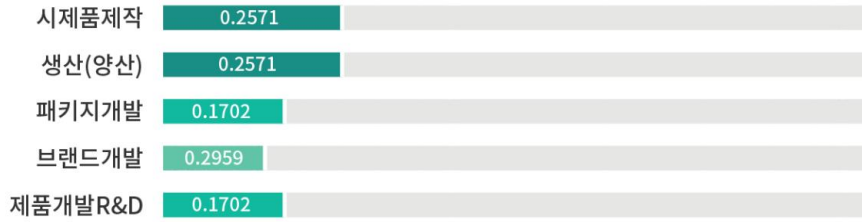
하위요인(개발)	시제품제작	생산(양산)	패키지개발	브랜드개발	제품개발R&D	중요도
시제품제작	0.2500	0.2500	0.1667	0.2857	0.3333	0.2571
생산(양산)	0.2500	0.2500	0.3333	0.2857	0.1667	0.2571
패키지개발	0.2500	0.1250	0.1667	0.1429	0.1667	0.1702
브랜드개발	0.1250	0.1250	0.1667	0.1429	0.1667	0.1452
제품개발R&D	0.1250	0.2500	0.1667	0.1429	0.1667	0.1702
합계	1.0000	1.0000	1.0000	1.0000	1.0000	1.0000

- 신뢰성(일관성) 검증

[표 3-19] 종합 사업자의 하위요인(개발) 상대적 중요도와 우선순위  
\_신뢰성(일관성) 검증

요소	가중치 평균(A)	행렬의 곱(B)	일관성 척도(B/A)	일관성지수
시제품제작	0.2571	1.3155	5.1157	0.0289
생산(양산)	0.2571	1.3155	5.1157	0.0289
패키지개발	0.1702	0.8714	5.1189	0.0297
브랜드개발	0.1452	0.7429	5.1148	0.0287
제품개발R&D	0.1702	0.8714	5.1189	0.0297

• 그래프 이미지화



※결론 : 평가한 결과 [ 시제품제작, 생산(양산) ]요소가 가장 중요합니다.

[그림 3-27] 전체 수혜대상자의 하위요인(개발) 상대적 중요도와 우선순위 \_그래프 이미지화

• 상대적 중요도 및 우선순위

[표 3-20] 전체 수혜대상자의 하위요인(개발) 상대적 중요도와 우선순위\_결과

하위요인(개발)	중요도(가중치)	우선순위	일관성 비율
시제품제작	0.2571	1	0.02
생산(양산)	0.2571	1	
패키지개발	0.1702	2	
브랜드개발	0.1452	3	
제품개발R&D	0.1702	2	

분석 결과 전체 수혜대상자의 하위요인(개발) 상대적 중요도와 우선순위는 다. 시제품제작(0.2571)과 생산·양산(0.2571)이 공동 1위를 차지했으며 패키지 개발(0.1702), 제품개발R&D(0.1702)이 공동 2위, 3위는 브랜드개발(0.1452)로 나타났다. 일관성 비율은 0.02이다.

③ 단계 : 전체 수혜대상자의 하위요인(홍보) 상대적 중요도와 우선순위

• 요소 및 중요도의 정의

[표 3-21] 전체 수혜대상자의 하위요인(홍보) 상대적 중요도와 우선순위  
\_요소 및 중요도 정의

하위요인(홍보)	전사참가	수출상담	판로개척	광고
전사참가	1	1	1/2	1/2
수출상담	1	1	1/2	1/3
판로개척	2	2	1	1
광고	2	3	1	1

• 가중치 표준화 및 평균

[표 3-22] 전체 수혜대상자의 하위요인(홍보) 상대적 중요도와 우선순위  
\_가중치 표준화 및 평균

하위요인(홍보)	전사참가	수출상담	판로개척	광고	중요도
전사참가	0.1667	0.1429	0.1667	0.1765	0.1632
수출상담	0.1667	0.1429	0.1667	0.1176	0.1485
판로개척	0.3333	0.2857	0.3333	0.3529	0.3263
광고	0.3333	0.4286	0.3333	0.3529	0.3620
합계	1.0000	1.0000	1.0000	1.0000	1.0000

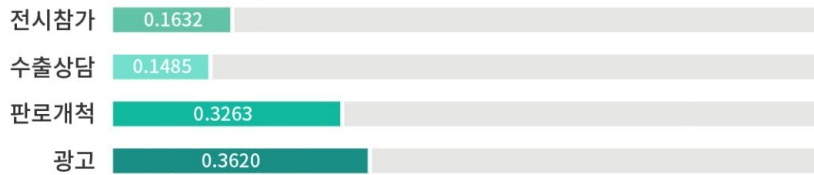
• 신뢰성(일관성) 검증

[표 3-23] 전체 수혜대상자의 하위요인(홍보) 상대적 중요도와 우선순위  
\_신뢰성(일관성) 검증

요소	가중치 평균(A)	행렬의 곱(B)	일관성 척도(B/A)	일관성지수
전사참가	0.1632	0.6558	4.0193	0.0064
수출상담	0.1485	0.5955	4.0110	0.0037
판로개척	0.3263	1.3116	4.0193	0.0064
광고	0.3620	1.4601	4.0329	0.0110



• 그래프 이미지화



※결론 : 평가한 결과 [광고]요소가 가장 중요합니다.

[그림 3-28] 전체 수혜대상자의 하위요인(홍보) 상대적 중요도와 우선순위 \_그래프 이미지화

• 상대적 중요도 및 우선순위

[표 3-24] 전체 수혜대상자의 하위요인(홍보) 상대적 중요도와 우선순위\_결과

하위요인(홍보)	중요도(기준치)	우선순위	일관성 비율
전시참가	0.1632	3	0.00
수출상담	0.1485	2	
판로개척	0.3263	2	
광고	0.3620	1	

분석 결과 전체 수혜대상자의 하위요인(홍보) 상대적 중요도와 우선순위는 광고(0.3620)이 1위를 차지했으며 수출상담(0.1485)과 판로개척(0.3263)이 공동 2위를 했고 전시참가(0.1632)가 3위를 차지했다. 일관성 비율은 0.00이다.

④ 단계 : 전체 수혜대상자의 하위요인(교육) 상대적 중요도와 우선순위

- 요소 및 중요도의 정의

[표 3-25] 전체 수혜대상자의 하위요인(교육) 상대적 중요도와 우선순위  
\_요소 및 중요도 정의

하위요인(교육)	컨설팅&멘토링	실무교육	창업교육
컨설팅&멘토링	1	1	1
실무교육	1	1	1
창업교육	1	1	1

- 가중치 표준화 및 평균

[표 3-26] 전체 수혜대상자의 하위요인(교육) 상대적 중요도와 우선순위  
\_가중치 표준화 및 평균

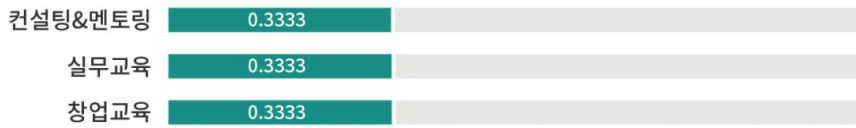
하위요인(교육)	컨설팅&멘토링	실무교육	창업교육	중요도
컨설팅&멘토링	0.3333	0.3333	0.3333	0.3333
실무교육	0.3333	0.3333	0.3333	0.3333
창업교육	0.3333	0.3333	0.3333	0.3333
합계	1.0000	1.0000	1.0000	1.0000

- 신뢰성(일관성) 검증

[표 3-27] 전체 수혜대상자의 하위요인(교육) 상대적 중요도와 우선순위  
\_신뢰성(일관성) 검증

요소	가중치 평균(A)	행렬의 곱(B)	일관성 척도(B/A)	일관성치수
컨설팅&멘토링	0.3333	1.0000	3.0000	0.0000
실무교육	0.3333	1.0000	3.0000	0.0000
창업교육	0.3333	1.0000	3.0000	0.0000

• 그래프 이미지화



※결론 : 평가한 결과 [ 컨설팅&멘토링, 실무교육, 창업교육 ]요소가 가장 중요합니다.

[그림 3-29] 전체 수혜대상자의 하위요인(교육) 상대적 중요도와 우선순위  
\_그래프 이미지화

• 상대적 중요도 및 우선순위

[표 3-28] 전체 수혜대상자의 하위요인(교육) 상대적 중요도와 우선순위\_결과

하위요인(교육)	중요도(가중치)	우선순위	일관성 비율
컨설팅&멘토링	0.3333	1	0.00
실무교육	0.3333	1	
창업교육	0.3333	1	

분석 결과 전체 수혜대상자의 하위요인(교육) 상대적 중요도와 우선순위는 컨설팅&멘토링(0.3333), 실무교육(0.3333), 창업교육(0.3333)지원이 모두 공동 1위를 했으며 일관성 비율은 0.00이다.

⑤ 단계 : 전체 수혜대상자의 하위요인(경영) 상대적 중요도와 우선순위

• 요소 및 중요도의 정의

[표 3-29] 전체 수혜대상자의 하위요인(경영) 상대적 중요도와 우선순위  
\_요소 및 중요도 정의

하위요인(경영)	출원	인증	공간	장비	인력
출원	1	1	1	1/2	1/2
인증	1	1	1/2	1/2	1/2
공간	1	2	1	1	1/2
장비	2	2	1	1	1/2
인력	2	2	2	2	1

• 가중치 표준화 및 평균

[표 3-30] 전체 수혜대상자의 하위요인(경영) 상대적 중요도와 우선순위  
\_가중치 표준화 및 평균

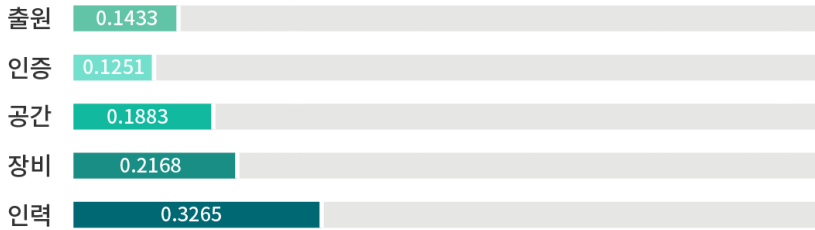
하위요인(경영)	출원	인증	공간	장비	인력	중요도
출원	0.1429	0.1250	0.1818	0.1000	0.1667	0.1433
인증	0.1429	0.1250	0.0909	0.1000	0.1667	0.1251
공간	0.1429	0.2500	0.1818	0.2000	0.1667	0.1883
장비	0.2857	0.2500	0.1818	0.2000	0.1667	0.2168
인력	0.2857	0.2500	0.3636	0.4000	0.3333	0.3265
합계	1.0000	1.0000	1.0000	1.0000	1.0000	1.0000

• 신뢰성(일관성) 검증

[표 3-31] 전체 수혜대상자의 하위요인(경영) 상대적 중요도와 우선순위  
\_신뢰성(일관성) 검증

요소	가중치 평균(A)	행렬의 곱(B)	일관성 측도(B/A)	일관성치수
출원	0.1433	0.7283	5.0835	0.0209
인증	0.1251	0.6342	5.0699	0.0175
공간	0.1883	0.9618	5.1088	0.0272
장비	0.2168	1.1051	5.0963	0.0241
인력	0.3265	1.6735	5.1249	0.0312

• 그래프 이미지화



※결론: 평가한 결과 [인력]요소가 가장 중요합니다.

[그림 3-30] 전체 수혜대상자의 하위요인(경영) 상대적 중요도와 우선순위  
\_그래프 이미지화

• 상대적 중요도 및 우선순위

[표 3-32] 전체 수혜대상자의 하위요인(경영) 상대적 중요도와 우선순위\_결과

하위요인(경영)	중요도(가중치)	우선순위	일관성 비율
출원	0.1433	4	0.02
인증	0.1251	5	
공간	0.1883	3	
장비	0.2168	2	
인력	0.3265	1	

분석 결과 전체 수혜대상자의 하위요인(경영) 상대적 중요도와 우선순위는 인력(0.3265)지원이 1위를 차지했으며 2위는 장비(0.2168), 3위는 공간(0.1883), 4위는 출원(0.1433), 5위는 인증(0.1251)지원이 차지했다. 일관성 비율은 0.02이다.

⑥ 단계 : 전체 수혜대상자의 상위, 하위요인 간 상대적 중요도와 우선순위

[표 3-33] 전체 수혜대상자의 상위, 하위요인 간 상대적 중요도와 우선순위

상위요인	하위요인	복합중요도(가중치)			전체 우선순위
		상위중요도	하위중요도	복합중요도	
개발	시제품제작	0.3536	0.2571	0.0909	3
	생산(양산)		0.2571	0.0909	3
	패키지개발		0.1702	0.0602	6
	브랜드개발		0.1452	0.0513	8
	제품개발R&D		0.1702	0.0602	6
홍보	전시참가	0.2518	0.1632	0.0411	10
	수출상담		0.1485	0.0374	11
	판로개척		0.3263	0.0822	4
	광고		0.3620	0.0912	2
교육	컨설팅&멘토링	0.0986	0.3333	0.0329	13
	실무교육		0.3333	0.0329	13
	창업교육		0.3333	0.0329	13
경영 (제도)	출원	0.2959	0.1433	0.0424	9
	인증		0.1251	0.0370	12
	공간		0.1883	0.0557	7
	장비		0.2168	0.0642	5
	인력		0.3265	0.0966	1

종합적으로 분석한 전체 수혜대상자의 AHP기법 분석 결과 디자인지원사업의 구성요소의 상위, 하위요인 간 상대적 중요도와 우선순위의 1위는 경영 유형의 인력 (0.0966)지원이 차지했으며 2위는 광고(0.0912)지원, 3위는 시제품제작(0.0909)과 생산·양산(0.0909), 4위는 판로개척(0.0822), 5위는 장비(0.0642)지원이다. 6위는 패키지개발(0.0602)과 제품개발R&D(0.0602)이며 7위는 공간(0.0557), 8위는 브랜드개발(0.0513), 9위는 출원(0.0424), 10위는 전시참가(0.0411)이다. 11위는 수출 상담(0.0374), 12위는 인증(0.0370)이며 마지막으로 13위는 교육 유형의 컨설팅&멘토링(0.0329), 실무교육(0.0329), 창업교육(0.0329)으로 도출되었다.

(2) 예비창업자

① 단계 : 예비창업자의 상위요인 상대적 중요도와 우선순위

- 요소 및 중요도의 정의

[표 3-34] 예비창업자의 상위요인 상대적 중요도와 우선순위  
\_요소 및 중요도 정의

상위요인(유형)	개발지원	홍보지원	교육지원	경영(제도)지원
개발지원	1	1	2	1
홍보지원	1	1	3	2
교육지원	1/2	1/3	1	1
경영(제도)지원	1	1/2	1	1

- 가중치 표준화 및 평균

[표 3-35] 예비창업자의 상위요인 상대적 중요도와 우선순위  
\_가중치 표준화 및 평균

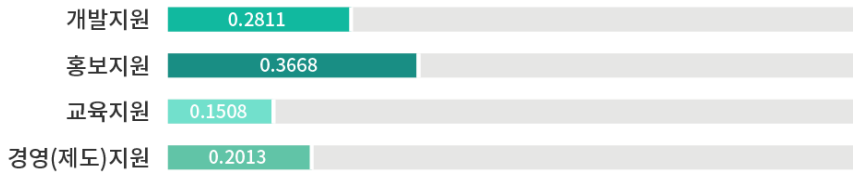
상위요인(유형)	개발지원	홍보지원	교육지원	경영(제도)지원	중요도
개발지원	0.2857	0.3529	0.2857	0.2000	0.2811
홍보지원	0.2857	0.3529	0.4286	0.4000	0.3668
교육지원	0.1429	0.1176	0.1429	0.2000	0.1508
경영(제도)지원	0.2857	0.1765	0.1429	0.2000	0.2013
합계	1.0000	1.0000	1.0000	1.0000	1.0000

- 신뢰성(일관성) 검증

[표 3-36] 예비창업자의 상위요인 상대적 중요도와 우선순위  
\_신뢰성(일관성) 검증

요소	가중치 평균(A)	행렬의 곱(B)	일관성 척도(B/A)	일관성지수
개발지원	0.2811	1.1508	4.0942	0.0314
홍보지원	0.3668	1.5029	4.0974	0.0325
교육지원	0.1508	0.6149	4.0766	0.0255
경영(제도)지원	0.2013	0.8166	4.0574	0.0191

• 그래프 이미지화



※결론: 평가한 결과 [홍보지원]요소가 가장 중요합니다.

[그림 3-31] 예비창업자의 상위요인 상대적 중요도와 우선순위  
\_그래프 이미지화

• 상대적 중요도 및 우선순위

[표 3-37] 예비창업자의 상위요인 상대적 중요도와 우선순위\_결과

상위계층(유형)	중요도(가중치)	우선순위	일관성 비율
개발지원	0.2811	2	0.03
홍보지원	0.3668	1	
교육지원	0.1508	4	
경영(제도)지원	0.2013	3	

분석 결과 예비창업자의 상위요인 상대적 중요도와 우선순위는 홍보지원 (0.3668)이 1위, 개발지원(0.2811)이 2위, 경영(제도)지원(0.2013)이 3위, 교육 지원(0.1508)이 4위로 나타났으며 일관성 비율은 0.03이다.



② 단계 : 예비창업자의 하위요인(개발) 상대적 중요도와 우선순위

- 요소 및 중요도의 정의

[표 3-38] 예비창업자의 하위요인(개발) 상대적 중요도와 우선순위  
\_요소 및 중요도 정의

하위계층개발	시제품제작	생산(양산)	패키지개발	브랜드개발	제품개발R&D
시제품제작	1	1	2	1	1
생산(양산)	1	1	1	1	1
패키지개발	1/2	1	1	1/2	1
브랜드개발	1	1	2	1	1
제품개발R&D	1	1	1	1	1

- 가중치 표준화 및 평균

[표 3-39] 예비창업자의 하위요인(개발) 상대적 중요도와 우선순위  
\_가중치 표준화 및 평균

하위계층개발	시제품제작	생산(양산)	패키지개발	브랜드개발	제품개발R&D	중요도
시제품제작	0.2222	0.2000	0.2857	0.2222	0.2000	0.2260
생산(양산)	0.2222	0.2000	0.1429	0.2222	0.2000	0.1975
패키지개발	0.1111	0.2000	0.1429	0.1111	0.2000	0.1530
브랜드개발	0.2222	0.2000	0.2857	0.2222	0.2000	0.2260
제품개발R&D	0.2222	0.2000	0.1429	0.2222	0.2000	0.1975
합계	1.0000	1.0000	1.0000	1.0000	1.0000	1.0000

- 신뢰성(일관성) 검증

[표 3-40] 예비창업자의 하위요인(개발) 상대적 중요도와 우선순위  
\_신뢰성(일관성) 검증

하위계층개발	가중치 평균(A)	행렬의 곱(B)	일관성 측도(B/A)	일관성지수
시제품제작	0.2260	1.1530	5.1011	0.0253
생산(양산)	0.1975	1.0000	5.0643	0.0161
패키지개발	0.1530	0.7740	5.0581	0.0145
브랜드개발	0.2260	1.1530	5.1011	0.0253
제품개발R&D	0.1975	1.0000	5.0643	0.0161

• 그래프 이미지화



※결론 : 평가한 결과 [ 시제품제작, 브랜드개발 ]요소가 가장 중요합니다.

[그림 3-32] 예비창업자의 하위요인(개발) 상대적 중요도와 우선순위  
\_그래프 이미지화

• 상대적 중요도 및 우선순위

[표 3-41] 예비창업자의 하위요인(개발) 상대적 중요도와 우선순위\_결과

하위요인(개발)	중요도(가중치)	우선순위	일관성 비율
시제품제작	0.2260	1	0.01
생산(양산)	0.1975	2	
패키지개발	0.1530	3	
브랜드개발	0.2260	1	
제품개발R&D	0.1975	2	

분석 결과 예비창업자의 하위요인(개발) 상대적 중요도와 우선순위는 시제품 제작(0.2260)과 브랜드개발(0.2260)이 공동 1위, 생산(0.1975)과 제품개발 R&D(0.1975)이 공동 2위, 패키지개발(0.1530)으로 3위를 나타냈다. 일관성 비율은 0.01이다.

③ 단계 : 예비창업자의 하위요인(홍보) 상대적 중요도와 우선순위

• 요소 및 중요도의 정의

[표 3-42] 예비창업자의 하위요인(홍보) 상대적 중요도와 우선순위  
\_요소 및 중요도 정의

하위요인(홍보)	전사참가	수출상담	판로개척	광고
전사참가	1	1	1/2	2
수출상담	1	1	1	1
판로개척	2	1	1	1
광고	1/2	2	1	1

• 가중치 표준화 및 평균

[표 3-43] 예비창업자의 하위요인(홍보) 상대적 중요도와 우선순위  
\_가중치 표준화 및 평균

하위요인(홍보)	전사참가	수출상담	판로개척	광고	중요도
전사참가	0.2222	0.2500	0.1429	0.4000	0.2538
수출상담	0.2222	0.2500	0.2857	0.2000	0.2395
판로개척	0.4444	0.2500	0.2857	0.2000	0.2950
광고	0.1111	0.2500	0.2857	0.2000	0.2117
합계	1.0000	1.0000	1.0000	1.0000	1.0000

• 신뢰성(일관성) 검증

[표 3-44] 예비창업자의 하위요인(홍보) 상대적 중요도와 우선순위  
\_신뢰성(일관성) 검증

요소	가중치 평균(A)	행렬의 곱(B)	일관성 측도(B/A)	일관성치수
전사참가	0.2538	1.0642	4.1935	0.0645
수출상담	0.2395	1.0000	4.1756	0.0585
판로개척	0.2950	1.2538	4.2495	0.0832
광고	0.2117	0.8731	4.1242	0.0414

• 그래프 이미지화



※결론 : 평가한 결과 [ 판로개척 ]요소가 가장 중요합니다.

[그림 3-33] 예비창업자의 하위요인(홍보) 상대적 중요도와 우선순위  
\_그래프 이미지화

• 상대적 중요도 및 우선순위

[표 3-45] 예비창업자의 하위요인(홍보) 상대적 중요도와 우선순위\_결과

하위요인(홍보)	중요도(가중치)	우선순위	일관성 비율
전시참가	0.2538	2	0.06
수출상담	0.2395	3	
판로개척	0.2950	1	
광고	0.2117	4	

분석 결과 예비창업자의 하위요인(홍보) 상대적 중요도와 우선순위는 판로개척(0.2950)으로 1위, 전시참가(0.2538)가 2위, 수출상담(0.2395)이 3위, 광고(0.2117)지원이 4위로 나타났으며 일관성 비율을 0.06이다.

④ 단계 : 예비창업자의 하위요인(교육) 상대적 중요도와 우선순위

- 요소 및 중요도의 정의

[표 3-46] 예비창업자의 하위요인(교육) 상대적 중요도와 우선순위  
\_요소 및 중요도 정의

하위요인(교육)	컨설팅&멘토링	실무교육	창업교육
컨설팅&멘토링	1	1/2	1
실무교육	2	1	2
창업교육	1	1/2	1

- 가중치 표준화 및 평균

[표 3-47] 예비창업자의 하위요인(교육) 상대적 중요도와 우선순위  
\_가중치 표준화 및 평균

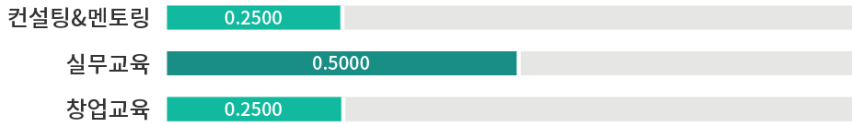
하위요인(교육)	컨설팅&멘토링	실무교육	창업교육	중요도
컨설팅&멘토링	0.2500	0.2500	0.2500	0.2500
실무교육	0.5000	0.5000	0.5000	0.5000
창업교육	0.2500	0.2500	0.2500	0.2500
합계	1.0000	1.0000	1.0000	1.0000

- 신뢰성(일관성) 검증

[표 3-48] 예비창업자의 하위요인(교육) 상대적 중요도와 우선순위  
\_신뢰성(일관성) 검증

요소	가중치 평균(A)	행렬의 곱(B)	일관성 척도(B/A)	일관성치수
컨설팅&멘토링	0.2500	0.7500	3.0000	0.0000
실무교육	0.5000	1.5000	3.0000	0.0000
창업교육	0.2500	0.7500	3.0000	0.0000

• 그래프 이미지화



※결론 : 평가한 결과 [실무교육]요소가 가장 중요합니다.

[그림 3-34] 예비창업자의 하위요인(교육) 상대적 중요도와 우선순위\_그래프 이미지화

• 상대적 중요도 및 우선순위

[표 3-49] 예비창업자의 하위요인(교육) 상대적 중요도와 우선순위\_결과

하위요인(교육)	중요도(가중치)	우선순위	일관성비율
컨설팅&멘토링	0.2500	2	0.00
실무교육	0.5000	1	
창업교육	0.2500	2	

분석 결과 예비창업자의 하위요인(교육) 상대적 중요도와 우선순위는 실무교육(0.5000)이 1위, 컨설팅&멘토링(0.2500)과 창업교육(0.2500)이 공동 2위를 했으며 일관성 비율은 0.00이다.

⑤ 단계 : 예비창업자의 하위요인(경영) 상대적 중요도와 우선순위

• 요소 및 중요도의 정의

[표 3-50] 예비창업자의 하위요인(경영) 상대적 중요도와 우선순위  
\_요소 및 중요도 정의

하위요인(경영)	출원	인증	공간	장비	인력
출원	1	1	2	1	1
인증	1	1	1	1	1
공간	1/2	1	1	1	1
장비	1	1	1	1	1
인력	1	1	1	1	1

• 가중치 표준화 및 평균

[표 3-51] 예비창업자의 하위요인(경영) 상대적 중요도와 우선순위  
\_가중치 표준화 및 평균

하위요인(경영)	출원	인증	공간	장비	인력	중요도
출원	0.2222	0.2000	0.3333	0.2000	0.2000	0.2311
인증	0.2222	0.2000	0.1667	0.2000	0.2000	0.1978
공간	0.1111	0.2000	0.1667	0.2000	0.2000	0.1756
장비	0.2222	0.2000	0.1667	0.2000	0.2000	0.1978
인력	0.2222	0.2000	0.1667	0.2000	0.2000	0.1978
합계	1.0000	1.0000	1.0000	1.0000	1.0000	1.0000

• 신뢰성(일관성) 검증

[표 3-52] 예비창업자의 하위요인(경영) 상대적 중요도와 우선순위  
\_신뢰성(일관성) 검증

하위요인(경영)	가중치 평균(A)	행렬의 곱(B)	일관성 추도(B/A)	일관성 지수
출원	0.2311	1.1756	5.0865	0.0216
인증	0.1978	1.0000	5.0562	0.0140
공간	0.1756	0.8844	5.0380	0.0095
장비	0.1978	1.0000	5.0562	0.0140
인력	0.1978	1.0000	5.0562	0.0140

• 그래프 이미지화



※결론 : 평가한 결과 [출원]요소가 가장 중요합니다.

[그림 3-35] 예비창업자의 하위요인(경영) 상대적 중요도와 우선순위  
\_그래프 이미지화

• 상대적 중요도 및 우선순위

[표 3-53] 예비창업자의 하위요인(경영) 상대적 중요도와 우선순위\_결과

하위요인(경영)	중요도(기준치)	우선순위	일관성 비율
출원	0.2311	1	0.01
인증	0.1978	2	
공간	0.1756	3	
장비	0.1978	2	
인력	0.1978	2	

분석 결과 예비창업자의 하위요인(경영) 상대적 중요도와 우선순위는 출원 (0.2311)지원이 1위 인증(0.1978), 장비(0.1978), 인력(0.1978)이 공동 2위, 공간(0.1756)지원이 3위를 나타냈으며 일관성 비율은 0.01이다.



⑥ 단계 : 예비창업자의 상위, 하위요인 간 상대적 중요도와 우선순위

[표 3-54] 예비창업자의 상위, 하위요인 간 상대적 중요도와 우선순위

상위요인	하위요인	복합중요도(가중치)			전체 우선순위
		상위중요도	하위중요도	복합중요도	
개발	시제품제작	0.2811	0.2260	0.0635	6
	생산(양산)		0.1975	0.0555	7
	패키지개발		0.1530	0.0430	9
	브랜드개발		0.2260	0.0635	6
	제품개발R&D		0.1975	0.0555	7
홍보	전시참가	0.3668	0.2538	0.0931	2
	수출상담		0.2395	0.0878	3
	판로개척		0.2950	0.1082	1
	광고		0.2117	0.0777	4
교육	컨설팅&멘토링	0.1508	0.2500	0.0377	11
	실무교육		0.5000	0.0754	5
	창업교육		0.2500	0.0377	11
경영 (제도)	출원	0.2013	0.2311	0.0465	8
	인증		0.1978	0.0398	10
	공간		0.1756	0.0353	12
	장비		0.1978	0.0398	10
	인력		0.1978	0.0398	10

예비창업자의 AHP기법 분석 결과 디자인지원사업의 구성요소의 상위, 하위요인 간 상대적 중요도와 우선순위는 홍보 유형의 판로개척(0.1082)으로 1위, 2위는 전시참가(0.0931), 3위는 수출상담(0.0878), 4위는 광고지원(0.0777)로 홍보 유형에 구성요소가 1위부터 4위까지 우선순위가 도출되었음을 알 수 있다. 5위는 실무교육(0.0754), 6위는 시제품제작(0.0635)과 브랜드개발(0.0635)이며 7위는 생산·양산(0.0555)과 제품개발R&D(0.0555)이다. 8위는 출원(0.0465), 9위는 패키지개발(0.0430), 10위는 인증(0.0398), 장비(0.0398), 인력(0.0398)지원이며 11위는 컨설팅&멘토링(0.0377), 창업교육(0.0377)이다. 마지막으로 12위는 공간(0.0353)지원이다.

(2) 3년 이내 창업자

① 단계 : 3년 이내 창업자의 상위요인 상대적 중요도와 우선순위

- 요소 및 중요도의 정의

[표 3-55] 3년 이내 창업자의 상위요인 상대적 중요도와 우선순위  
\_요소 및 중요도 정의

상위요인(유형)	개발지원	홍보지원	교육지원	경영(제도)지원
개발지원	1	4	3	1
홍보지원	1/4	1	3	1/2
교육지원	1/3	1/3	1	1/4
경영(제도)지원	1	2	4	1

- 가중치 표준화 및 평균

[표 3-56] 3년 이내 창업자의 상위요인 상대적 중요도와 우선순위  
\_가중치 표준화 및 평균

상위요인(유형)	개발지원	홍보지원	교육지원	경영(제도)지원	중요도
개발지원	0.3871	0.5455	0.2727	0.3636	0.3922
홍보지원	0.0968	0.1364	0.2727	0.1818	0.1719
교육지원	0.1290	0.0455	0.0909	0.0909	0.0891
경영(제도)지원	0.3871	0.2727	0.3636	0.3636	0.3468
합계	1.0000	1.0000	1.0000	1.0000	1.0000

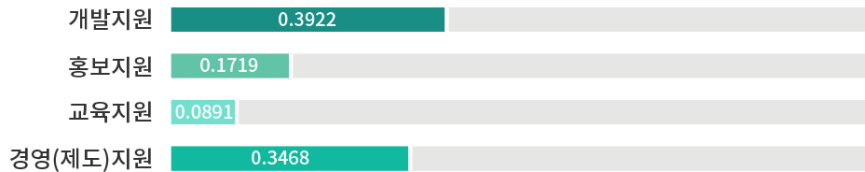
- 신뢰성(일관성) 검증

[표 3-57] 3년 이내 창업자의 상위요인 상대적 중요도와 우선순위  
\_신뢰성(일관성) 검증

요소	가중치 평균(A)	행렬의 곱(B)	일관성 측도(B/A)	일관성치수
개발지원	0.3922	1.6939	4.3187	0.1062
홍보지원	0.1719	0.7106	4.1333	0.0444
교육지원	0.0891	0.3638	4.0844	0.0281
경영(제도)지원	0.3468	1.4391	4.1501	0.0500

• 그래프 이미지화

[그림 3-36] 3년 이내 창업자의 상위요인 상대적 중요도와 우선순위  
\_그래프 이미지화



※결론: 평가한 결과 [ 개발지원 ]요소가 가장 중요합니다.

• 상대적 중요도 및 우선순위

[표 3-58] 3년 이내 창업자의 상위요인 상대적 중요도와 우선순위\_결과

상위요인(유형)	중요도(가중치)	우선순위	일관성 비율
개발지원	0.3922	1	0.06
홍보지원	0.1719	3	
교육지원	0.0891	4	
경영(제도)지원	0.3468	2	

분석 결과 3년 이내 창업자의 상위요인 상대적 중요도와 우선순위는 개발지원(0.3922)이 1위를 나타냈으며 2위는 경영(제도)지원(0.3468), 3위는 홍보지원(0.1719), 4위는 교육지원(0.0891)이며 일관성 비율은 0.06이다.

② 단계 : 3년 이내 창업자의 하위요인(개발) 상대적 중요도와 우선순위

- 요소 및 중요도의 정의

[표 3-59] 3년 이내 창업자의 하위요인(개발) 상대적 중요도와 우선순위  
\_요소 및 중요도 정의

하위요인(개발)	시제품제작	생산(양산)	패키지개발	브랜드개발	제품개발R&D
시제품제작	1	1/3	2	3	4
생산(양산)	3	1	4	4	3
패키지개발	1/2	1/4	1	2	1
브랜드개발	1/3	1/4	1/2	1	1
제품개발R&D	1/4	1/3	1	1	1

- 가중치 표준화 및 평균

[표 3-60] 3년 이내 창업자의 하위요인(개발) 상대적 중요도와 우선순위  
\_가중치 표준화 및 평균

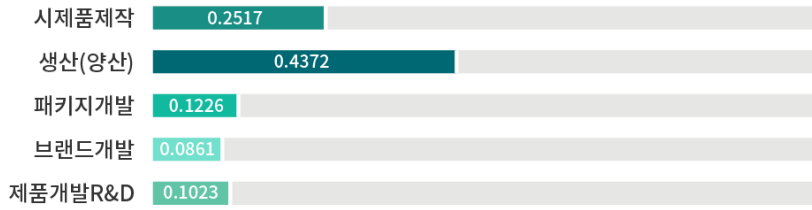
하위요인(개발)	시제품제작	생산(양산)	패키지개발	브랜드개발	제품개발R&D	중요도
시제품제작	0.1967	0.1538	0.2353	0.2727	0.4000	0.2517
생산(양산)	0.5902	0.4615	0.4706	0.3636	0.3000	0.4372
패키지개발	0.0984	0.1154	0.1176	0.1818	0.1000	0.1226
브랜드개발	0.0656	0.1154	0.0588	0.0909	0.1000	0.0861
제품개발R&D	0.0492	0.1538	0.1176	0.0909	0.1000	0.1023
합계	1.0000	1.0000	1.0000	1.0000	1.0000	1.0000

- 신뢰성(일관성) 검증

[표 3-61] 3년 이내 창업자의 하위요인(개발) 상대적 중요도와 우선순위  
\_신뢰성(일관성) 검증

하위요인(개발)	가중치 평균(A)	행렬의 곱(B)	일관성 척도(B/A)	일관성지수
시제품제작	0.2517	1.3104	5.2059	0.0515
생산(양산)	0.4372	2.3344	5.3396	0.0849
패키지개발	0.1226	0.6324	5.1564	0.0391
브랜드개발	0.0861	0.4430	5.1426	0.0357
제품개발R&D	0.1023	0.5198	5.0799	0.0200

• 그래프 이미지화



※결론 : 평가한 결과 [생산(양산)]요소가 가장 중요합니다.

[그림 3-37] 3년 이내 창업자의 하위요인(개발) 상대적 중요도와 우선순위\_그래프 이미지화

• 상대적 중요도 및 우선순위

[표 3-62] 3년 이내 창업자의 하위요인(개발) 상대적 중요도와 우선순위\_결과

하위요인(개발)	중요도(기중치)	우선순위	일관성 비율
시제품제작	0.2517	2	0.04
생산(양산)	0.4372	1	
패키지개발	0.1226	3	
브랜드개발	0.0861	5	
제품개발R&D	0.1023	4	

분석 결과 3년 이내 창업자의 하위요인(개발) 상대적 중요도와 우선순위는 생산(양산)지원(0.4372)이 1위를 나타냈으며 2위는 시제품제작(0.2517), 3위는 패키지개발(0.1226), 4위는 제품개발R&D(0.1023), 5위는 브랜드개발(0.0861)이다. 일관성 비율은 0.04이다.

③ 단계 : 3년 이내 창업자의 하위요인(홍보) 상대적 중요도와 우선순위

- 요소 및 중요도의 정의

[표 3-63] 3년 이내 창업자의 하위요인(홍보) 상대적 중요도와 우선순위  
\_요소 및 중요도 정의

하위요인(홍보)	전사참가	수출상담	판로개척	광고
전사참가	1	1	1/4	1/4
수출상담	1	1	1/4	1/4
판로개척	4	4	1	1/2
광고	4	4	2	1

- 가중치 표준화 및 평균

[표 3-64] 3년 이내 창업자의 하위요인(홍보) 상대적 중요도와 우선순위  
\_가중치 표준화 및 평균

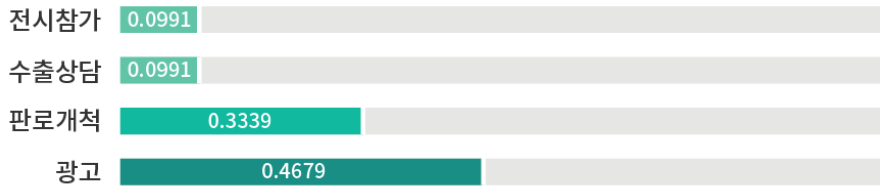
하위요인(홍보)	전사참가	수출상담	판로개척	광고	중요도
전사참가	0.1000	0.1000	0.0714	0.1250	0.0991
수출상담	0.1000	0.1000	0.0714	0.1250	0.0991
판로개척	0.4000	0.4000	0.2857	0.2500	0.3339
광고	0.4000	0.4000	0.5714	0.5000	0.4679
합계	1.0000	1.0000	1.0000	1.0000	1.0000

- 신뢰성(일관성) 검증

[표 3-65] 3년 이내 창업자의 하위요인(홍보) 상대적 중요도와 우선순위  
\_신뢰성(일관성) 검증

요소	가중치 평균(A)	행렬의 곱(B)	일관성 측도(B/A)	일관성치수
전사참가	0.0991	0.3987	4.0225	0.0075
수출상담	0.0991	0.3987	4.0225	0.0075
판로개척	0.3390	1.3607	4.0749	0.0250
광고	0.4679	1.9286	4.1221	0.0407

- 그래프 이미지화



※결론: 평가한 결과 [광고]요소가 가장 중요합니다.

[그림 3-38] 3년 이내 창업자의 하위요인(홍보) 상대적 중요도와 우선순위  
\_그래프 이미지화

- 상대적 중요도 및 우선순위

[표 3-66] 3년 이내 창업자의 하위요인(홍보) 상대적 중요도와 우선순위\_결과

하위요인(홍보)	중요도(가중치)	우선순위	일관성 비율
전시참가	0.0991	3	0.02
수출상담	0.0991	3	
판로개척	0.3339	2	
광고	0.4679	1	

분석 결과 3년 이내 창업자의 하위요인(홍보) 상대적 중요도와 우선순위는 광고(0.4679)지원이 1위를 나타냈으며 2위는 판로개척(0.3339), 3위는 전시참가(0.0991)와 수출상담(0.0991)으로 도출되었고 일관성 비율은 0.02이다.

④ 단계 : 3년 이내 창업자의 하위요인(교육) 상대적 중요도와 우선순위

- 요소 및 중요도의 정의

[표 3-67] 3년 이내 창업자의 하위요인(교육) 상대적 중요도와 우선순위  
\_요소 및 중요도 정의

하위요인(교육)	컨설팅&멘토링	실무교육	창업교육
컨설팅&멘토링	1	1	1
실무교육	1	1	1
창업교육	1	1	1

- 가중치 표준화 및 평균

[표 3-68] 3년 이내 창업자의 하위요인(교육) 상대적 중요도와 우선순위  
\_가중치 표준화 및 평균

하위요인(교육)	컨설팅&멘토링	실무교육	창업교육	중요도
컨설팅&멘토링	0.3333	0.3333	0.3333	0.3333
실무교육	0.3333	0.3333	0.3333	0.3333
창업교육	0.3333	0.3333	0.3333	0.3333
합계	1.0000	1.0000	1.0000	1.0000

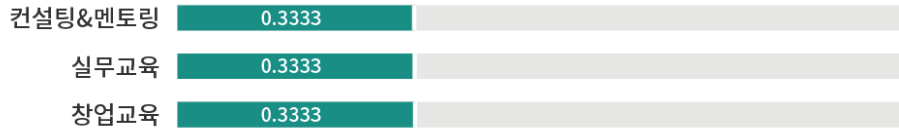
- 신뢰성(일관성) 검증

[표 3-69] 3년 이내 창업자의 하위요인(교육) 상대적 중요도와 우선순위  
\_신뢰성(일관성) 검증

요소	가중치 평균(A)	행렬의 곱(B)	일관성 척도(B/A)	일관성지수
컨설팅&멘토링	0.3333	1.0000	3.0000	0.0000
실무교육	0.3333	1.0000	3.0000	0.0000
창업교육	0.3333	1.0000	3.0000	0.0000



• 그래프 이미지화



※결론 : 평가한 결과 [ 컨설팅&멘토링, 실무교육, 창업교육 ]요소가 가장 중요합니다.

[그림 3-39] 3년 이내 창업자의 하위요인(교육) 상대적 중요도와 우선순위\_그래프 이미지화

• 상대적 중요도 및 우선순위

[표 3-70] 3년 이내 창업자의 하위요인(교육) 상대적 중요도와 우선순위\_결과

하위요인(교육)	중요도(가중치)	우선순위	일관성 비율
컨설팅&멘토링	0.3333	1	0.00
실무교육	0.3333	1	
창업교육	0.3333	1	

분석 결과 3년 이내 창업자의 하위요인(교육) 상대적 중요도와 우선순위는 컨설팅&멘토링(0.3333), 실무교육(0.3333), 창업교육(0.3333)지원이 모두 공동 1위를 했으며 일관성 비율은 0.00이다.

⑤ 단계 : 3년 이내 창업자의 하위요인(경영) 상대적 중요도와 우선순위

- 요소 및 중요도의 정의

[표 3-71] 3년 이내 창업자의 하위요인(경영) 상대적 중요도와 우선순위  
\_요소 및 중요도 정의

하위요인(경영)	출원	인증	공간	장비	인력
출원	1	2	1/2	1/3	1/2
인증	1/2	1	1/2	1/3	1/2
공간	2	2	1	1	1
장비	3	3	1	1	1
인력	2	2	1	1	1

- 가중치 표준화 및 평균

[표 3-72] 3년 이내 창업자의 하위요인(경영) 상대적 중요도와 우선순위  
\_가중치 표준화 및 평균

하위요인(경영)	출원	인증	공간	장비	인력	중요도
출원	0.1176	0.2000	0.1250	0.0909	0.1250	0.1377
인증	0.0588	0.1000	0.1250	0.0909	0.1250	0.0999
공간	0.2353	0.2000	0.2500	0.2727	0.2500	0.2416
장비	0.3529	0.3000	0.2500	0.2727	0.2500	0.2851
인력	0.2353	0.2000	0.2500	0.2727	0.2500	0.2416
합계	1.0000	1.0000	1.0000	1.0000	1.0000	1.0000

- 신뢰성(일관성) 검증

[표 3-73] 3년 이내 창업자의 하위요인(경영) 상대적 중요도와 우선순위  
\_신뢰성(일관성) 검증

요소	가중치 평균(A)	행렬의 곱(B)	일관성 측도(B/A)	일관성치수
출원	0.1317	0.6683	5.0736	0.0184
인증	0.0999	0.5025	5.0272	0.0068
공간	0.2416	1.2317	5.0978	0.0245
장비	0.2851	1.4633	5.1320	0.0330
인력	0.2416	1.2317	5.0978	0.0245

• 그래프 이미지화



※결론: 평가한 결과 [장비]요소가 가장 중요합니다.

[그림 3-40] 3년 이내 창업자의 하위요인(경영) 상대적 중요도와 우선순위\_그래프 이미지화

• 상대적 중요도 및 우선순위

[표 3-74] 3년 이내 창업자의 하위요인(경영) 상대적 중요도와 우선순위\_결과

하위요인(경영)	중요도(기준치)	우선순위	일관성 비율
출원	0.1377	3	0.01
인증	0.0999	4	
공간	0.2416	2	
장비	0.2851	1	
인력	0.2416	2	

분석 결과 3년 이내 창업자의 하위요인(경영) 상대적 중요도와 우선순위는 장비(0.2851)지원이 1위를 나타냈으며 2위는 공간(0.2416)과 인력(0.2416)지원이며 3위는 출원(0.1377), 4위는 인증(0.0999)지원으로 보였고 일관성 비율은 0.01이다.

⑥ 단계 : 3년 이내 창업자의 상위, 하위요인 간 상대적 중요도와 우선순위

[표 3-75] 3년 이내 창업자의 상위, 하위요인 간 상대적 중요도와 우선순위

상위요인	하위요인	복합중요도(기중치)			전체 우선순위
		상위중요도	하위중요도	복합중요도	
개발	시제품제작	0.3922	0.2517	0.0987	3
	생산(양산)		0.4372	0.1715	1
	패키지개발		0.1226	0.0481	7
	브랜드개발		0.0861	0.0338	11
	제품개발R&D		0.1023	0.0401	9
홍보	전시참가	0.1719	0.0991	0.0170	13
	수출상담		0.0991	0.0170	13
	판로개척		0.3339	0.0574	6
	광고		0.4679	0.0804	5
교육	컨설팅&멘토링	0.0891	0.3333	0.0297	12
	실무교육		0.3333	0.0297	12
	창업교육		0.3333	0.0297	12
경영 (제도)	출원	0.3468	0.1377	0.0478	8
	인증		0.0999	0.0346	10
	공간		0.2416	0.0838	4
	장비		0.2851	0.0989	2
	인력		0.2416	0.0838	4

3년 이내 창업자의 AHP기법 분석 결과 디자인지원사업의 구성요소의 상위, 하위요인 간 상대적 중요도와 우선순위는 1위로 개발유형의 생산·양산(0.1715) 지원으로 나타났으며 2위는 장비(0.0989)지원, 3위는 시제품제작(0.0987), 4위는 공간(0.0838), 인력(0.0838), 5위는 광고(0.0804)지원으로 나타났다. 6위는 판로개척(0.0574), 7위는 패키지개발(0.0481), 8위는 출원(0.0346), 9위는 제품 개발R&D(0.0401), 10위는 인증(0.0346)지원이다. 11위는 브랜드개발(0.0338), 12위는 교육 유형의 컨설팅&멘토링(0.0297), 실무교육(0.0297), 창업교육(0.0297)이며 마지막으로 13위는 전시참가(0.0170)와 수출상담(0.0170)이다.

### (3) 3년 이상 사업자

#### ① 단계 : 3년 이상 사업자의 상위요인 상대적 중요도와 우선순위

- 요소 및 중요도의 정의

[표 3-76] 3년 이상 사업자의 상위요인 상대적 중요도와 우선순위  
\_요소 및 중요도 정의

상위요인(유형)	개발지원	홍보지원	교육지원	경영제도지원
개발지원	1	3	5	1
홍보지원	1/3	1	3	1/2
교육지원	1/5	1/3	1	1/3
경영제도지원	1	2	3	1

- 가중치 표준화 및 평균

[표 3-77] 3년 이상 사업자의 상위요인 상대적 중요도와 우선순위  
\_가중치 표준화 및 평균

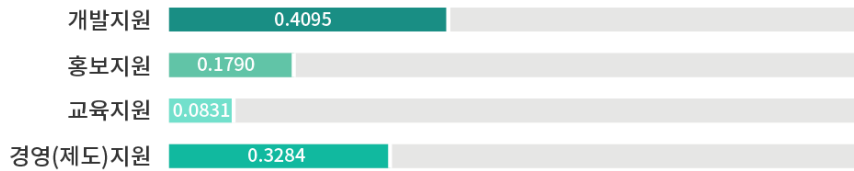
상위요인(유형)	개발지원	홍보지원	교육지원	경영제도지원	중요도
개발지원	0.3947	0.4737	0.4167	0.3529	0.4095
홍보지원	0.1316	0.1579	0.2500	0.1765	0.1790
교육지원	0.0789	0.0526	0.0833	0.1176	0.0831
경영제도지원	0.3947	0.3158	0.2500	0.3529	0.3284
합계	1.0000	1.0000	1.0000	1.0000	1.0000

- 신뢰성(일관성) 검증

[표 3-78] 3년 이상 사업자의 상위요인 상대적 중요도와 우선순위  
\_신뢰성(일관성) 검증

요소	가중치 평균(A)	행렬의 곱(B)	일관성 척도(B/A)	일관성지수
개발지원	0.4095	1.6905	4.1282	0.0427
홍보지원	0.1790	0.7291	4.0735	0.0245
교육지원	0.0831	0.3342	4.0192	0.0064
경영제도지원	0.3284	1.3453	4.0968	0.0323

• 그래프 이미지화



※결론 : 평가한 결과 [개발지원]요소가 가장 중요합니다.

[그림 3-41] 3년 이상 사업자의 상위요인 상대적 중요도와 우선순위  
\_그래프 이미지화

• 상대적 중요도 및 우선순위

[표 3-79] 3년 이상 사업자의 상위요인 상대적 중요도와 우선순위\_결과

상위요인(유형)	중요도(가중치)	우선순위	일관성 비율
개발지원	0.4095	1	0.02
홍보지원	0.1790	3	
교육지원	0.0831	4	
경영(제도)지원	0.3284	2	

분석 결과 3년 이상 사업자의 상위요인 상대적 중요도와 우선순위는 개발지원(0.4095)이 1위로 나타났으며 경영지원(0.3284)이 2위, 3위는 홍보(0.1790) 지원, 4위는 교육(0.0831)지원으로 나타났다. 일관성 비율은 0.02이다.

② 단계 : 3년 이상 사업자의 하위요인(개발) 상대적 중요도와 우선순위

• 요소 및 중요도의 정의

[표 3-80] 3년 이상 사업자의 하위요인(개발) 상대적 중요도와 우선순위  
\_요소 및 중요도 정의

하위요인(개발)	시제품제작	생산(양산)	패키지개발	브랜드개발	제품개발&D
시제품제작	1	1	1	2	2
생산(양산)	1	1	3	3	1
패키지개발	1	1/3	1	1	1
브랜드개발	1/2	1/3	1	1	1
제품개발&D	1/2	1	1	1	1

• 가중치 표준화 및 평균

[표 3-81] 3년 이상 사업자의 하위요인(개발) 상대적 중요도와 우선순위  
\_가중치 표준화 및 평균

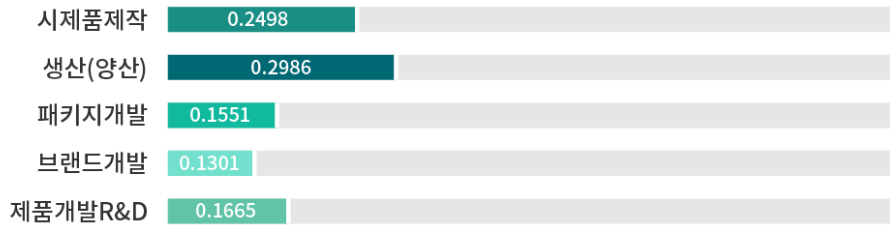
하위요인(개발)	시제품제작	생산(양산)	패키지개발	브랜드개발	제품개발&D	중요도
시제품제작	0.2500	0.2727	0.1429	0.2500	0.3333	0.2498
생산(양산)	0.2500	0.2727	0.4286	0.3750	0.1667	0.2986
패키지개발	0.2500	0.0909	0.1429	0.1250	0.1667	0.1551
브랜드개발	0.1250	0.0909	0.1429	0.1250	0.1667	0.1301
제품개발&D	0.1250	0.2727	0.1429	0.1250	0.1667	0.1665
합계	1.0000	1.0000	1.0000	1.0000	1.0000	1.0000

• 신뢰성(일관성) 검증

[표 3-82] 3년 이상 사업자의 하위요인(개발) 상대적 중요도와 우선순위  
\_신뢰성(일관성) 검증

요소	가중치 평균(A)	행렬의 곱(B)	일관성 척도(B/A)	일관성치수
시제품제작	0.2498	1.2965	5.1906	0.0477
생산(양산)	0.2986	1.5703	5.2592	0.0648
패키지개발	0.1551	0.8009	5.1645	0.0411
브랜드개발	0.1301	0.6760	5.1969	0.0492
제품개발&D	0.1665	0.8751	5.2575	0.0644

• 그래프 이미지화



※결론 : 평가한 결과 [생산(양산)]요소가 가장 중요합니다.

[그림 3-42] 3년 이상 사업자의 하위요인(개발) 상대적 중요도와 우선순위  
\_그래프 이미지화

• 상대적 중요도 및 우선순위

[표 3-83] 3년 이상 사업자의 하위요인(개발) 상대적 중요도와 우선순위\_개발

하위요인(개발)	중요도(기준치)	우선순위	일관성 비율
시제품제작	0.2498	2	0.04
생산(양산)	0.2986	1	
패키지개발	0.1551	4	
브랜드개발	0.1301	5	
제품개발R&D	0.1665	3	

분석 결과 3년 이상 사업자의 하위요인(개발) 상대적 중요도와 우선순위는 생산(양산)지원(0.2986)으로 1위를 나타냈으며 2위는 시제품제작(0.2498), 3위는 제품개발R&D(0.1665), 4위는 패키지개발(0.1551), 5위는 브랜드개발(0.1301)로 나타났다. 일관성 비율은 0.04이다.



③ 단계 : 3년 이상 사업자의 하위요인(홍보) 상대적 중요도와 우선순위

• 요소 및 중요도의 정의

[표 3-84] 3년 이상 사업자의 하위요인(홍보) 상대적 중요도와 우선순위  
\_요소 및 중요도 정의

하위요인(홍보)	전사참가	수출상담	판로개척	광고
전사참가	1	1	1	1/3
수출상담	1	1	1/3	1/4
판로개척	1	3	1	1/3
광고	3	4	3	1

• 가중치 표준화 및 평균

[표 3-85] 3년 이상 사업자의 하위요인(홍보) 상대적 중요도와 우선순위  
\_가중치 표준화 및 평균

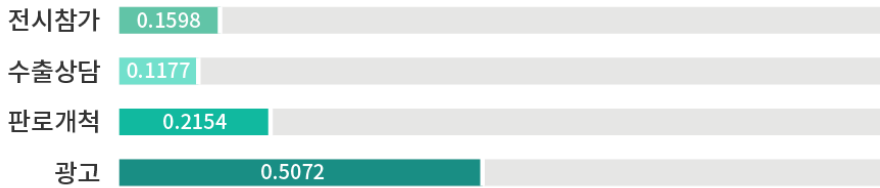
하위요인(홍보)	전사참가	수출상담	판로개척	광고	중요도
전사참가	0.1667	0.1111	0.1875	0.1739	0.1598
수출상담	0.1667	0.1111	0.0625	0.1304	0.1177
판로개척	0.1667	0.3333	0.1875	0.1739	0.2154
광고	0.5000	0.4444	0.5625	0.5217	0.5072
합계	1.0000	1.0000	1.0000	1.0000	1.0000

• 신뢰성(일관성) 검증

[표 3-86] 3년 이상 사업자의 하위요인(홍보) 상대적 중요도와 우선순위  
\_신뢰성(일관성) 검증

요소	가중치 평균(A)	행렬의 곱(B)	일관성 척도(B/A)	일관성치수
전사참가	0.1598	0.6619	4.1420	0.0473
수출상담	0.1177	0.4761	4.0454	0.0151
판로개척	0.2154	0.8972	4.1664	0.0555
광고	0.5072	2.1033	4.1472	0.0491

• 그래프 이미지화



※결론 : 평가한 결과 [ 광고 ]요소가 가장 중요합니다.

[그림 3-43] 3년 이상 사업자의 하위요인(홍보) 상대적 중요도와 우선순위 \_그래프 이미지화

• 상대적 중요도 및 우선순위

[표 3-87] 3년 이상 사업자의 하위요인(홍보) 상대적 중요도와 우선순위\_결과

하위요인(홍보)	중요도(가중치)	우선순위	일관성 비율
전시참가	0.1598	3	0.04
수출상담	0.1177	4	
판로개척	0.2154	2	
광고	0.5072	1	

분석 결과 3년 이상 사업자의 하위요인(홍보) 상대적 중요도와 우선순위는 광고(0.5072)지원이 1위로 나타났으며 2위는 판로개척(0.2154), 3위는 전시참가(0.1598), 4위는 수출상담(0.1177)으로 정리할 수 있다. 일관성 비율은 0.04이다.

④ 단계 : 3년 이상 사업자의 하위요인(교육) 상대적 중요도와 우선순위

- 요소 및 중요도의 정의

[표 3-88] 3년 이상 창업자의 하위요인(교육) 상대적 중요도와 우선순위  
\_요소 및 중요도 정의

하위요인(교육)	컨설팅&멘토링	실무교육	창업교육
컨설팅&멘토링	1	2	2
실무교육	1/2	1	1
창업교육	1/2	1	1

- 가중치 표준화 및 평균

[표 3-89] 3년 이상 사업자의 하위요인(교육) 상대적 중요도와 우선순위  
\_가중치 표준화 및 평균

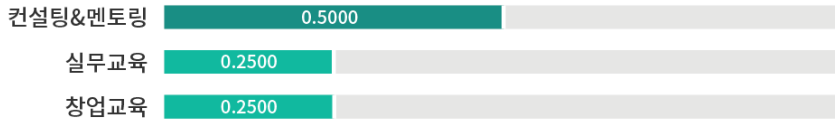
하위요인(교육)	컨설팅&멘토링	실무교육	창업교육	중요도
컨설팅&멘토링	0.5000	0.5000	0.5000	0.5000
실무교육	0.2500	0.2500	0.2500	0.2500
창업교육	0.2500	0.2500	0.2500	0.2500
합계	1.0000	1.0000	1.0000	1.0000

- 신뢰성(일관성) 검증

[표 3-90] 3년 이상 사업자의 하위요인(교육) 상대적 중요도와 우선순위  
\_신뢰성(일관성) 검증

요소	가중치 평균(A)	행렬의 곱(B)	일관성 척도(B/A)	일관성지수
컨설팅&멘토링	0.5000	1.5000	3.0000	0.0000
실무교육	0.2500	0.7500	3.0000	0.0000
창업교육	0.2500	0.7500	3.0000	0.0000

• 그래프 이미지화



※결론 : 평가한 결과 [ 컨설팅&멘토링 ]요소가 가장 중요합니다.

[그림 3-44] 3년 이상 사업자의 하위요인(교육) 상대적 중요도와 우선순위 \_그래프 이미지화

• 상대적 중요도 및 우선순위

[표 3-91] 3년 이상 사업자의 하위요인(교육) 상대적 중요도와 우선순위\_결과

하위요인(교육)	중요도(가중치)	우선순위	일관성 비율
컨설팅&멘토링	0.5000	1	0.00
실무교육	0.2500	2	
창업교육	0.2500	2	

분석 결과 3년 이상 사업자의 하위요인(교육) 상대적 중요도와 우선순위는 컨설팅&멘토링(0.5000)이 1위를 차지했으며 2위는 실무교육(0.2500)과 창업교육(0.2500)이다. 일관성 비율은 0.00이다.

⑤ 단계 : 3년 이상 사업자의 하위요인(경영) 상대적 중요도와 우선순위

- 요소 및 중요도의 정의

[표 3-92] 3년 이상 사업자의 하위요인(경영) 상대적 중요도와 우선순위  
\_요소 및 중요도 정의

하위요인(경영)	출원	인증	공간	장비	인력
출원	1	1	1/3	1/3	1/5
인증	1	1	1/3	1/3	1/4
공간	3	3	1	1	1/5
장비	3	3	1	1	1/5
인력	5	4	5	5	1

• 가중치 표준화 및 평균

[표 3-93] 3년 이상 사업자의 하위요인(경영) 상대적 중요도와 우선순위  
\_가중치 표준화 및 평균

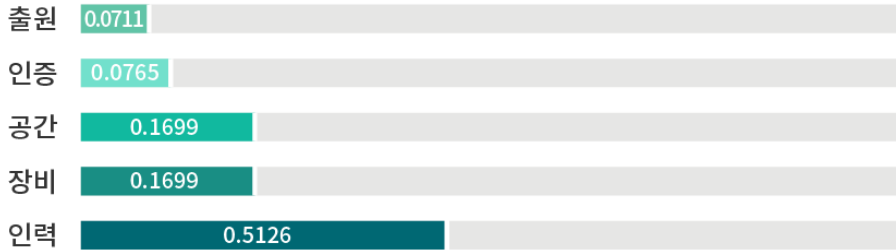
하위요인(경영)	출원	인증	공간	장비	인력	중요도
출원	0.0769	0.0833	0.0435	0.0435	0.1081	0.0711
인증	0.0769	0.0833	0.0435	0.0435	0.1351	0.0765
공간	0.2308	0.2500	0.1304	0.1304	0.1081	0.1699
장비	0.2308	0.2500	0.1304	0.1304	0.1081	0.1699
인력	0.3846	0.3333	0.6522	0.6522	0.5405	0.5126
합계	1.0000	1.0000	1.0000	1.0000	1.0000	1.0000

• 신뢰성(일관성) 검증

[표 3-94] 3년 이상 사업자의 하위요인(경영) 상대적 중요도와 우선순위  
\_신뢰성(일관성) 검증

요소	가중치 평균(A)	행렬의 곱(B)	일관성 측도(B/A)	일관성지수
출원	0.0711	0.3633	5.1129	0.0282
인증	0.0765	0.3890	5.0867	0.0217
공간	0.1699	0.8850	5.2075	0.0519
장비	0.1699	0.8850	5.2075	0.0519
인력	0.5126	2.8733	5.6056	0.1514

- 그래프 이미지화



※결론 : 평가한 결과 [인력]요소가 가장 중요합니다.

[그림 3-45] 3년 이상 사업자의 하위요인(경영) 상대적 중요도와 우선순위 \_그래프 이미지화

- 상대적 중요도 및 우선순위

[표 3-95] 3년 이상 사업자의 하위요인(경영) 상대적 중요도와 우선순위\_결과

하위요인(경영)	중요도(기준치)	우선순위	일관성 비율
출원	0.0711	4	0.05
인증	0.0765	3	
공간	0.1699	2	
장비	0.1699	2	
인력	0.5126	1	

분석 결과 3년 이상 사업자의 하위요인(경영) 상대적 중요도와 우선순위는 인력(0.5126)지원이 1위를 차지했으며 2위는 공간(0.1699)지원과 장비(0.1699) 지원이, 3위는 인증(0.0765), 4위는 출원(0.0711)을 나타냈다. 일관성 비율은 0.05이다.

⑥ 단계 : 3년 이상 사업자의 상위, 하위요인 간 상대적 중요도와 우선순위

[표 3-96] 3년 이상 사업자의 상위, 하위요인 간 상대적 중요도와 우선순위

상위요인	하위요인	복합중요도(가중치)			전체 우선순위
		상위중요도	하위중요도	복합중요도	
개발	시제품제작	0.4095	0.2498	0.1023	3
	생산(양산)		0.2986	0.1223	2
	패키지개발		0.1551	0.0635	6
	브랜드개발		0.1301	0.0533	8
	제품개발R&D		0.1665	0.0682	5
홍보	전시참가	0.179	0.1598	0.0286	11
	수출상담		0.1177	0.0211	14
	판로개척		0.2154	0.0386	10
	광고		0.5072	0.0908	4
교육	컨설팅&멘토링	0.0831	0.5000	0.0416	9
	실무교육		0.2500	0.0208	15
	창업교육		0.2500	0.0208	15
경영 (제도)	출원	0.3284	0.0711	0.0233	13
	인증		0.0765	0.0251	12
	공간		0.1699	0.0558	7
	장비		0.1699	0.0558	7
	인력		0.5126	0.1683	1

3년 이상 사업자의 AHP기법 분석 결과 디자인지원사업의 구성요소의 상위, 하위요인 간 상대적 중요도와 우선순위는 1위로 경영 유형의 인력(0.1683)지원으로 나타났으며 2위는 생산·양산(0.1223)지원, 3위는 시제품제작(0.1023), 4위는 광고(0.5072), 5위는 제품개발R&D(0.0682)로 나타났다. 6위는 패키지 개발(0.1551), 7위는 공간(0.0558), 장비(0.0558)지원이며 8위는 브랜드개발(0.0533), 9위는 컨설팅&멘토링(0.0416), 10위는 판로개척(0.0386), 11위는 전시참가(0.0286), 12위는 인증(0.0251)이다. 13위는 출원(0.0233), 14위는 수출 상담(0.0211), 15위는 실무교육(0.0208)과 창업교육(0.0208)로 나타났다.

이처럼 위 AHP분석 기법을 통해 최종 산출한 예비창업자, 3년 이내 창업자, 3년 이상 사업자, 전체적인 사업 수혜대상자 4가지 사업자를 기반으로 <제 2 장>에서 분석한 국내 디자인지원사업의 현황을 비교 분석하여 디자인기업을 대상으로 국내의 지원사업의 지원내용의 구성 방안과 정부의 디자인지원정책의 방향성을 제시하고자 한다.



# 제 4 장

## AHP기반 디자인지원사업 구성요소의 상대적 중요도와 우선순위 도출

제 1절 디자인지원사업의 현황과 AHP기법을  
활용한 디자인지원사업 구성요소의 상대적  
중요도와 우선순위 비교분석

1. 디자인지원사업 수혜대상자별 비교 분석

제 2절 디자인지원사업 지원내용 구성에 대한  
제안

## 제 4 장

# AHP기반 디자인지원사업 구성요소의 상대적 중요도와 우선순위 도출

본 연구는 <제 3장>에서 AHP기법을 활용해서 분석한 결과를 기반으로 <제 2장>에서 국내 디자인지원사업의 현황을 분석한 결과와 우선순위를 비교 분석하고자 한다. 가장 먼저 디자인지원사업의 전체 수혜대상자(예비창업자, 3년 이내 창업자, 3년 이상 사업자)의 종합적인 구성요소의 상대적 중요도와 우선순위를 제시하고 각 수혜대상자별로 예비창업자, 3년 이내 창업자, 3년 이상 사업자 순으로 구성요소의 우선순위를 비교 분석하고자 한다. 비교 분석된 최종 자료를 통해 2절에서 디자인지원사업의 지원내용이 수혜대상자별로 어떤 방향성을 추진해야 하는지 구성에 대한 제안을 하고자 한다.

### 제 1절 | 디자인지원사업의 현황과 AHP기법을 활용한 디자인지원사업 구성요소의 상대적 중요도와 우선순위 비교 분석

#### 1. 디자인지원사업 수혜대상자별 비교 분석

##### (1) 전체 수혜대상자(예비창업자+3년 이내 창업자+3년 이상 사업자)

예비창업자, 3년 이내 창업자, 3년 이상 사업자인 종합 사업자를 기준으로 <제 2장>의 분석 결과와 <제 3장>의 디자인지원사업 구성요소의 우선순위를 비교하면 다음 [표 4-1]과 같다.

[표 4-1] 전체 수혜대상자의 디자인지원사업 구성요소 비교 분석 결과

순 위	국내 디자인지원사업 현황의 구성요소	AHP분석 기반 디자인지원사업의 구성요소
1순위	시제품제작	인력
2순위	전시참가	광고
3순위	판로개척	시제품제작 생산(양산)
4순위	컨설팅&멘토링	
5순위	브랜드개발	판로개척
6순위	제품개발R&D	장비
7순위	패키지개발	패키지개발
8순위	생산(양산)	제품개발R&D
9순위	수출상담	공간
10순위	출원	브랜드개발
11순위	광고	출원
12순위	창업교육	전시참가
13순위	공간	수출상담
14순위	장비	인증
15순위	인력	컨설팅&멘토링 실무교육 창업교육
16순위	실무교육	
17순위	인증	

최종적으로 도출된 위 우선순위 비교 분석표를 통해 전체 수혜대상자를 기준으로 국내 디자인지원사업 현황의 구성요소와 AHP기법을 통해 산출된 구성요소의 우선순위를 비교할 수 있다. 기존의 국내 디자인지원사업은 개발유형의 시제품 제작이 1순위인 반면 실제 수혜대상자들이 요구하는 구성요소는 경영(제도)유형의 인력지원임을 알 수 있다. 이는 디자인·문화콘텐츠 산업 인적자원개발위원회(ISC) 2016년 인력수급전망 및 실태 조사 분석 보고서에 따르면 2014년 기준 디자인 활용 업체의 부족한 디자이너 인력 수는 평균 0.03명, 전문 디자인업체는 부족한 디자이너 인력 수가 평균 0.10명이며 제품디자인업종

이 가장 인력이 부족하다고 제시했다. 즉, 점차 3D 직종 근로자 고령화와 청년층의 취업기피로 디자인기업의 인력난이 가중되고 있다.<sup>33)</sup> 실질적으로 많은 디자인기업들이 현재 인력난 부족으로 인해 인력지원이 디자인지원사업의 구성요소 중 가장 많은 부분을 차지하고 있음을 알 수 있다.

상위 1~5순위를 살펴보면 현재 디자인지원사업의 추진 방향이 시제품 제작, 전시참가, 판로개척, 컨설팅 및 멘토링 지원으로 추진하고 있으나 실질적으로 디자인 분야의 수혜대상자들이 필요하다고 생각하는 구성요소는 인력, 광고, 시제품제작, 생산(양산)지원이다. 반면, 국내 디자인지원사업의 구성요소 중 4위인 컨설팅&멘토링 지원이 실제 수혜대상자들에게는 필요성이 15~17위 순위로 하위임을 알 수 있다.

## (2) 예비창업자

예비창업자를 기준으로 <제 2장>의 분석 결과와 <제 3장>의 디자인지원사업 구성요소의 우선순위를 비교하면 다음 [표 4-2]과 같다.

[표 4-2] 예비창업자의 디자인지원사업 구성요소 비교 분석 결과

순 위	국내 디자인지원사업 현황의 구성요소	AHP분석 기반 디자인지원사업의 구성요소
1순위	컨설팅&멘토링	판로개척
2순위	시제품제작	전시참가
3순위	창업교육	수출상담
4순위	공간	광고
5순위	제품개발R&D	실무교육
6순위	장비	시제품제작
7순위	전시참가	브랜드개발

33) 디자인·문화콘텐츠 산업 인적자원개발위원회(ISC), 2016년 인력수급전망 및 실태 조사분석 보고서

8순위	판로개척	생산(양산)
9순위	생산(양산)	제품개발R&D
10순위	광고	출원
11순위	출원	패키지개발
12순위	패키지개발	인증
13순위	브랜드개발	장비
14순위	인력	인력
15순위	수출상담	컨설팅&멘토링
16순위	실무교육	창업교육
17순위	인증	공간

최종적으로 도출된 위 우선순위 비교 분석표를 통해 예비창업자를 기준으로 국내 디자인지원사업 현황의 구성요소와 AHP기법을 통해 산출된 구성요소의 우선순위를 비교할 수 있다. 예비창업자인 경우 기존의 국내 디자인지원사업의 1순위가 컨설팅&멘토링지원인 반면 AHP분석기법을 통한 실질적인 예비창업자들이 가장 필요성을 느끼는 구성요소는 판로개척임을 알 수 있다. 이는 예비창업자들이 자신들의 아이템을 첫 시장에 내놓는 과정이 가장 중요하다고 느끼고 있음을 알 수 있다.

상위 1~5순위를 살펴보면 국내 디자인지원사업의 구성요소는 컨설팅&멘토링, 시제품제작, 창업교육, 공간, 장비, 제품개발R&D 지원으로 예비창업자들을 위한 교육과 시제품, 제품개발, 공간, 장비 쪽으로 구성하고 있다. 반면 실질적으로 예비창업자들이 지원내용 중 필요하다고 생각하는 구성요소는 판로개척, 전시참가, 수출상담, 광고, 실무교육이다. 이는 실제 예비창업자들이 자신들의 제품을 홍보하는 과정을 중요하게 생각한다는 것을 알 수 있다.

국내 디자인지원사업의 1순위를 차지했던 컨설팅&멘토링 지원이 오히려 실제 예비창업자들에게는 하위 15~16위를 차지했다.

### (3) 3년 이내 창업자

3년 이내 창업자를 기준으로 <제 2장>의 분석 결과와 <제 3장>의 디자인지원사업 구성요소의 우선순위를 비교하면 다음 [표 4-3]과 같다.

[표 4-3] 3년 이내 창업자의 디자인지원사업 구성요소 비교 분석 결과

순 위	국내 디자인지원사업 현황의 구성요소	AHP분석 기반 디자인지원사업의 구성요소
1순위	시제품제작	생산(양산)
2순위	전시참가	장비
3순위	컨설팅&멘토링	시제품제작
4순위	관로개척	공간
5순위	출원	인력
6순위	브랜드개발	광고
7순위	제품개발R&D	관로개척
8순위	패키지개발	패키지개발
9순위	생산(양산)	출원
10순위	수출상담	제품개발R&D
11순위	광고	인증
12순위	창업교육	브랜드개발
13순위	공간	컨설팅&멘토링
14순위	인력	실무교육
15순위	인증	창업교육
16순위	장비	전시참가
17순위	실무교육	수출상담

최종적으로 도출된 위 우선순위 비교 분석표를 통해 3년 이내 창업자를 기준으로 국내 디자인지원사업 현황의 구성요소와 AHP기법을 통해 산출된 구성요소의 우선순위를 비교할 수 있다. 3년 이내 창업자는 창업을 시작하고 활동하

는 초기 단계에 진입했다고 볼 수 있다. 그래서 국내 디자인지원사업은 구성요소 중 1순위가 시제품제작을 차지했으나 실질적으로 3년 이내 창업자들은 1순위로 생산(양산)지원을 가장 필요로 했다. 이는 초기 단계인 3년 이내 창업자들이 개발된 제품을 통해 실제 판매를 하고 이윤을 창출할 수 있는 생산(양산)지원을 가장 중요하게 생각하고 있음을 알 수 있다.

상위 1~5순위를 살펴보면 국내 디자인지원사업의 구성요소는 시제품제작, 전시참가, 컨설팅&멘토링, 판로개척, 출원지원으로 추진하고 있으며 실제 3년 이내 창업자들은 생산(양산), 장비, 시제품제작, 공간, 인력 지원에 필요성을 느끼고 있음을 알 수 있다. 즉, 3년 이내 창업자들은 제품판매와, 개발, 사무실 관리과 같이 창업 초기단계에 이윤창출과 연계된 지원에 중요도를 높게 보고 있다.

또한, 국내 디자인지원사업의 구성요소 중 상위를 차지했던 전시참가, 컨설팅&멘토링지원이 실제 3년 이내 창업자들에게 하위 13~17위를 차지했다.

## (2) 3년 이상 사업자

3년 이상 사업자를 기준으로 <제 2장>의 분석 결과와 <제 3장>의 디자인지원사업 구성요소의 우선순위를 비교하면 다음 [표 4-4]과 같다.

[표 4-4] 3년 이상 사업자의 디자인지원사업 구성요소 비교 분석 결과

순 위	국내 디자인지원사업 현황의 구성요소	AHP분석 기반 디자인지원사업의 구성요소
1순위	시제품제작	인력
2순위	전시참가	생산(양산)
3순위	컨설팅&멘토링	시제품제작
4순위	출원	광고
5순위	브랜드개발	제품개발R&D
6순위	판로개척	패키지개발

7순위	패키지개발	공간 장비
8순위	수출상담	
9순위	제품개발R&D	브랜드개발
10순위	생산(양산)	컨설팅&멘토링
11순위	광고	판로개척
12순위	인증	전시참가
13순위	인력	인증
14순위	실무교육	출원
15순위	창업교육	수출상담
16순위	공간	실무교육
17순위	장비	창업교육

최종적으로 도출된 위 우선순위 비교 분석표를 통해 3년 이상 사업자를 기준으로 국내 디자인지원사업 현황의 구성요소와 AHP기법을 통해 산출된 구성요소의 우선순위를 비교할 수 있다. 3년 이상 사업자는 창업을 시작하고 활동하는 초기 단계를 넘어서 중·장기 단계에 진입했다고 볼 수 있다. 국내 디자인지원사업은 구성요소 중 1순위가 시제품제작을 차지했으나 실질적으로 3년 이상 사업자들은 1순위로 인력지원을 가장 필요로 했다. 이는 3년 이상 사업자들이 중·장기 단계로 안정기에 들어섰으며 고용과 발전을 통해 기업의 확대를 목표로 하고 있음을 알 수 있다. 상위 1~5순위를 살펴보면 국내 디자인지원사업의 구성요소는 시제품제작, 전시참가, 컨설팅&멘토링, 출원지원이며 AHP분석기법을 통한 3년 이상 창업자들은 인력, 생산(양산), 시제품제작, 광고, 제품개발 R&D지원을 중요하게 생각함을 알 수 있다. 이는 3년 이상 사업자들이 기업을 유지하고 발전하는 과정에 필요성을 느끼고 있음을 파악할 수 있다.

국내 디자인지원사업의 상위 출원 지원은 실제 3년 이상 사업자들에게 하위의 필요성을 차지하고 있으며 시제품제작인 제품을 개발하고 프로토타입을 제작하는 과정은 국내 디자인지원사업과 비슷하게 3년 이상 사업자들이 중요하게 생각하는 구성요소임을 알 수 있다.



## 제 2절 | 디자인지원사업 지원내용 구성에 대한 제안

본 연구는 1절에서 국내 디자인지원사업의 현황과 AHP기법을 활용한 디자인지원사업의 구성요소의 상대적 중요도와 우선순위를 정리하여 분석 비교하는 과정을 통해 앞으로 추진될 디자인지원정책이 디자인기업의 업력별로, 전체적으로 어떤 유형과 구성요소의 지원내용이 실질적으로 어떤 부분이 필요하고 원하는지 파악한 연구 자료를 통해 디자인지원정책을 수립할 수 있는 귀중한 자료로 활용되길 바란다.

수혜 대상자별(창업 유형별)로 국내 디자인지원사업과 AHP분석기법 기반으로 도출한 구성요소의 상대적 중요도와 우선순위 비교해 수혜 대상자별로 국내 디자인 지원사업 개선방향과 구성에 대한 제안을 제시하고자 한다.

국내 디자인지원사업은 전체적으로 시제품제작과 전시참가, 판로개척, 컨설팅 & 멘토링 분야에 집중적으로 지원하고 있다. 예비창업자를 대상으로는 교육을 우선시 하여 컨설팅&멘토링, 시제품제작, 창업교육, 공간, 제품개발R&D, 장비 분야에 지원하고 있다. 3년 이내 창업자를 대상으로 시제품제작, 전시참가, 컨설팅&멘토링, 판로개척, 출원 분야에 지원하고 있다. 3년 이상 사업자를 대상으로 시제품제작, 전시참가, 컨설팅&멘토링, 출원, 브랜드개발, 판로개척 분야에 집중적으로 지원하고 있다. 국내 디자인지원사업은 이처럼 개발유형의 시제품제작과 홍보유형의 전시참가, 판로개척, 교육유형의 컨설팅&멘토링 위주로 지원사업을 펼치고 있다. 디자인지원사업의 다양한 구성요소가 있음에도 불구하고 대부분의 지원사업은 시제품제작, 전시참가, 컨설팅&멘토링에 치중되어 있으며 실질적으로 디자인지원사업 수혜대상자들이 필요로 하는 구성요소가 무엇인지 AHP분석기법을 통해 도출한 결과물을 자료로 활용하여 앞으로의 디자인기업 상황에 맞는 적절한 지원내용을 파악하고 추진해야한다.

예비창업자, 3년 이내 창업자, 3년 이상 사업자가 제품을 개발하고 홍보와 교육과정과 기업을 유지하기 위해 디자인지원사업 수혜대상자인 그들이 실질적으로 필요한 지원내용이 무엇인지 파악해야하며 더불어 국내 디자인산업이 발전할 수 있도록 지원사업의 구성에 대한 방향성을 제안해야한다.

다음은 전체 수혜대상자, 예비창업자, 3년 이내 창업자, 3년 이상 사업자로 나누어 본 연구의 분석된 결과를 토대로 국내의 디자인지원사업의 구성에 대한 방향성을 제시하고자 한다.

(1) 전체 수혜대상자 측면 : 지원시스템 다양화 구축

전체 수혜대상자인 예비창업자, 3년 이내 창업자, 3년 이상 사업자가 모두 중요하다고 생각하는 지원사업 구성요소는 1순위 인력, 2순위 광고, 3순위 시제품제작, 4순위 생산(양산), 5순위는 판로개척이다. 이 내용을 정리해 보면 다음 [표 4-5]와 같이 나타낼 수 있다.

[표 4-5] 전체 수혜대상자의 디자인지원사업 추진 방향

순위	국내 디자인지원사업 현황의 구성요소	AHP분석기반 디자인지원사업의 구성요소	추진방향
1	시제품제작	인력	지원시스템 다양화 구축
2	전시참가	광고	
3	판로개척	시제품제작	
4	컨설팅&멘토링	생산(양산)	
5	브랜드개발 / 제품개발R&D	판로개척	

AHP분석기법 결과 전체 수혜대상자는 디자인지원사업 중 경영(제도)유형의 인력지원과 홍보유형의 광고, 판로개척지원, 개발유형의 시제품제작과 생산(양산)지원의 필요성이 높다고 판단된다. 그러므로 전체 수혜대상자에게는 교육지원과 개발, 전시참가지원의 한정적 지원보다는 다방면의 인력, 광고, 생산(양산)에 대한 지원시스템을 추가로 구축하여 디자인정책을 수립해야 할 것이다. 현재 인력난이라는 국내적 경제흐름에 맞추어 일자리 창출과 도모하여 인력 지원사업을 강화해야하며 SNS, 유튜브 등 온라인 마케팅이 활성화 되면서 홍

보부분의 광고 지원사업을 확대하고 개발 유형의 시제품제작에만 국한 되어있지 않은 기업의 판매율, 이윤창출과 연결되는 생산(양산)지원과 판로개척을 중점적으로 지원해야 한다.

**(2) 예비창업자 측면 : 홍보(마케팅)지원 확대**

예비창업자가 중요하다고 생각하는 지원사업 구성요소는 1순위 판로개척, 2순위는 전시참가, 3순위는 수출상담, 4순위는 광고, 5순위는 실무교육이다. 이 내용을 정리해 보면 다음 [표 4-6]와 같이 나타낼 수 있다.

[표 4-6] 예비창업자의 디자인지원사업 추진 방향

순위	국내 디자인지원사업 현황의 구성요소	AHP분석기반 디자인지원사업의 구성요소	추진방향
1	컨설팅&멘토링	판로개척	<b>홍보(마케팅) 지원 확대</b>
2	시제품제작	전시참가	
3	창업교육	수출상담	
4	공간	광고	
5	제품개발R&D / 장비	실무교육	

AHP분석기법 결과 예비창업자는 디자인지원사업 중 1순위~4순위가 압도적으로 홍보유형의 판로개척, 전시참가, 수출상담, 광고지원을 모두 차지하는 결과를 보였다. 이는 아직 창업 전, 사업자등록 전에 예비창업자들이 지원을 받고자 하는 지원사업 중 자신들의 제품을 첫 시장에 내보내고 소비자의 반응을 알아보는 과정에서 필요성을 지니고 있다는 것을 알 수 있다. 기존의 예비창업자를 대상으로 교육과 시제품을 제작하고 공간을 제공하는 것에 지원사업이 한정되었다면 창업을 시작하는 초기 단계의 첫 번째 부분인 제품의 홍보(마케팅)에 대한 지원사업이 강화되어야 함을 알 수 있다.

이현규(2015)는 디자인 개발과 상품화과정 이후 초기 창업자들이 시장에 진입하는 단계에서 초기에 마케팅 부족에 대해 체계적으로 관리되거나 지원되지 않을 때 기업 경영 전반이 융합되지 않고 있음을 시사했다.<sup>34)</sup> 이처럼 오히려 창업 전 단계인 예비창업자들이 창업 초기인 디자인개발과 상품화 과정 보다 제품과 연결되는 마케팅지원에 필요성이 더 느끼고 있다는 것이다. 그러므로 국내 디자인지원사업은 예비창업자들을 대상으로 홍보부분에 다양한 구성을 중점적으로 지원해야 한다.

### (3) 3년 이내 창업자 측면 : 매출증대를 위한 중점적인 지원

3년 이내 창업자가 중요하다고 생각하는 지원사업 구성요소는 1순위는 생산(양산), 2순위는 장비, 3순위는 시제품제작, 4~5순위는 공간, 인력지원이다. 이 내용을 정리해 보면 다음 [표 4-7]와 같이 나타낼 수 있다.

[표 4-7] 3년 이내 창업자의 디자인지원사업 추진 방향

순위	국내 디자인지원사업 현황의 구성요소	AHP분석기반 디자인지원사업의 구성요소	추진방향
1	시제품제작	생산(양산)	▶ 매출증대를 위한 중점적인 지원
2	전시참가	장비	
3	컨설팅&멘토링	시제품제작	
4	관로개척 / 출원	공간 / 인력	
5			

AHP분석기법 결과 3년 이내 창업자는 창업 이후 초기단계 진입자로 디자인 지원사업 중 1순위~5순위가 주로 개발유형과 경영(제도)지원으로 집중되어 있다.

34) 이현규(2015), 중소기업 디자인 지원사업 성과 확대를 위한 연구, 한국디자인지식학회, 89-98

생산(양산)지원이 1순위를 차지하면서 실질적으로 3년 이내 창업자들은 창업 후 초기 단계에서 시제품제작 뿐만 아니라 제품이 판매와 이윤창출까지 연결되는 생산(양산)과정을 중요시하고 있음을 알 수 있다. 금형, 기구 설계 등 대량 생산, 양산화의 지원을 필요로 하며 제품을 활용하고 판매율을 높일 수 있는 장비지원과 기업의 경영활동과 유지를 위한 공간, 인력지원을 필요로 하고 있다. 이는 3년 이내 창업자들이 매출증대를 위한 지원사업 분야가 중요하다고 인지하고 있다. 그러므로 국내 디자인지원사업은 3년 이내 창업자인 초기 창업자들을 대상으로 매출 증대를 중점으로 지원해 줄 수 있는 지원사업을 강화해야 한다.

**(4) 3년 이상 사업자 측면 : 기업유지와 발전의 경영지원**

3년 이상 사업자가 중요하다고 생각하는 지원사업 구성요소는 1순위는 인력, 2순위는 생산(양산), 3순위는 시제품제작, 4순위는 광고, 5순위는 제품개발 R&D지원이다. 이 내용을 정리해 보면 다음 [표 4-8]와 같이 나타낼 수 있다.

[표 4-8] 3년 이상 사업자의 디자인지원사업 추진 방향

순위	국내 디자인지원사업 현황의 구성요소	AHP분석기반 디자인지원사업의 구성요소	추진방향
1	시제품제작	인력	기업유지와 발전의 경영 지원
2	전시참가	생산(양산)	
3	컨설팅&멘토링	시제품제작	
4	출원	광고	
5	브랜드개발 / 판로개척	제품개발R&D	

AHP분석기법 결과 3년 이상 사업자는 초기 단계를 지난 중·장기 창업자이며 디자인지원사업 중 경영활동과 제품개발을 위한 인력지원을 가장 중요하게 생

각하며 제품을 판매하고 개발하는 과정과 광고지원에 집중적으로 중요도를 보이고 있다.

3년 이상 사업자는 중·장기 단계로 어느 정도 기업의 기반을 형성해가고 있으며 교육과 판로개척의 홍보보다는 실질적으로 기업을 유지하는데 필요한 인력과 기업의 이미지를 장기적으로 홍보할 수 있는 광고지원이 중요함을 알 수 있다. 더불어 개발 유형의 생산(양산)과 시제품제작, 제품개발R&D의 중요도가 높은 순위를 차지함으로써 3년 이상 사업자는 기존의 제품이 아닌 새롭고 발전된 제품개발과 수익성에 필요성이 부각됨을 알 수 있다.

그러므로 국내 디자인지원사업은 3년 이상 사업자이자 디자인 기업으로 중소·중견기업을 대상으로 기업유지와 제품의 발전, 그리고 경영활동을 지원할 수 있는 인력, 광고, 개발지원 분야에 집중적으로 지원방향을 추진해야한다.

연구를 통해 최종적으로 도출한 전체 수혜대상자, 예비창업자, 3년 이내 창업자, 3년 이상 사업자를 기준으로 현재 디자인지원사업 현황부터 AHP기반 연구 결과와 추진 방향을 다음 [표 4-9]와 같이 종합적으로 확인 할 수 있게 정리하였다.

[표 4-9] 연구 결과 종합 정리표

순 위	전체 수혜대상자		예비창업자		3년 이내 창업자		3년 이상 사업자	
	현황	AHP	현황	AHP	현황	AHP	현황	AHP
1	시제품 제작	인력	컨설팅& 멘토링	판로개척	시제품 제작	생산 (양산)	시제품 제작	인력
2	전시참가	광고	시제품 제작	전시참가	전시참가	장비	전시참가	생산 (양산)
3	판로개척	시제품 제작	창업교육	수출상담	컨설팅& 멘토링	시제품 제작	컨설팅& 멘토링	시제품 제작
4	컨설팅& 멘토링	생산 (양산)	공간	광고	판로개척	공간	출원	광고
5	브랜드 개발	판로개척	제품개발 R&D	실무교육	출원	인력	브랜드 개발	제품개발 R&D
6	제품개발 R&D	장비	장비	시제품 제작	브랜드 개발	광고	판로개척	패키지 개발
7	패키지 개발	패키지 개발	전시참가	브랜드 개발	제품개발 R&D	판로개척	패키지 개발	공간
8	생산 (양산)	제품개발 R&D	판로개척	생산 (양산)	패키지 개발	패키지 개발	수출상담	장비
9	수출상담	공간	생산 (양산)	제품개발 R&D	생산 (양산)	출원	제품개발 R&D	브랜드 개발
10	출원	브랜드 개발	광고	출원	수출상담	제품개발 R&D	생산 (양산)	컨설팅& 멘토링
11	광고	출원	출원	패키지 개발	광고	인증	광고	판로개척
12	창업교육	전시참가	패키지 개발	인증	창업교육	브랜드 개발	인증	전시참가
13	공간	수출상담	브랜드 개발	장비	공간	컨설팅& 멘토링	인력	인증
14	장비	인증	인력	인력	인력	실무교육	실무교육	출원
15	인력	컨설팅& 멘토링	수출상담	컨설팅& 멘토링	인증	창업교육	창업교육	수출상담
16	실무교육	실무교육	실무교육	창업교육	장비	전시참가	공간	실무교육
17	인증	창업교육	인증	공간	실무교육	수출상담	장비	창업교육
추진 방향	지원시스템 다양화 구축		홍보(마케팅) 지원 확대		매출 증대를 위한 중점적인 지원		기업유지와 발전의 경영지원 확대	

본 연구는 이를 통해 디자인지원사업의 수혜대상자인 예비창업자, 3년 이내 창업자, 3년 이상 사업자의 디자인지원사업 중요도와 우선순위에 대해서 AHP 분석기법을 활용하여 최종적으로 분석된 결과를 도출했다. 도출한 결과를 바탕으로 수집한 현 디자인지원사업의 현황과 비교 분석하여 현재 국내 디자인 지원사업의 방향성과 실질적인 수혜대상자들이 중요하다고 판단되는 구성요소의 방향성을 비교 분석하는 과정을 거쳤다.

이를 통해 수혜대상자별로 구성요소의 지원 방향성을 제안했으며 기존의 디자인지원사업 정책이 정부기준이 아닌 수혜자인 디자인 분야 예비창업자, 3년 이내 창업자, 3년 이상 사업자를 기준으로 방향성을 재조명했다는 점에서 의미가 있으며 본 연구의 자료가 앞으로의 디자인지원 정책을 수립하기 위한 귀중한 자료가 되길 기대한다.



# 제 5 장 결 론

제 1절 연구의 결과 및 시사점

제 2절 연구의 한계점 및 향후 연구방향

# 제 5 장

## 결론

### 제 1절 | 연구의 결과 및 시사점

#### 1. 연구의 결과

본 연구는 국내 디자인지원사업의 현황을 분석하고 어떤 구성요소 비중에 따라 우선순위를 파악한 후 효율적 의사결정 분석방법은 AHP기법을 활용하여 디자인지원사업 수혜대상자별인 예비창업자, 3년 이내 창업자, 3년 이상 사업자를 반복적으로 분석하여 최종적인 디자인지원사업 구성요소의 중요도와 우선순위를 도출했다. 이후 도출된 우선순위를 수혜대상자별로 현 디자인지원사업의 현황과 비교 분석하는 과정을 통해 정부에서 추진하는 디자인지원사업 방향과 실질적인 수혜대상자들이 중요하고 필요로 하는 구성요소를 비교해 앞으로 정부가 추진해야할 구성 방안을 제안했다. 그 결과와 수혜대상자별 지원 방향은 전체 수혜대상자, 예비창업자, 3년 이내 창업자, 3년 이상 사업자인 4가지로 구분할 수 있다.

전체 수혜대상자(예비창업자 + 3년 이내 창업자 + 3년 이상 사업자)는 1순위가 인력지원, 2순위는 광고지원, 3순위는 시제품제작지원, 4순위는 생산(양산)지원, 5순위는 판로개척지원이라는 결과가 도출되었다. 3년 이내 창업자와 3년 이상 창업자의 인력지원의 높은 비중으로 인해 인력지원이 가장 높은 중요도를 차지했다. 디자인지원사업의 대상이 전체 수혜대상자일 경우 기존의 교육, 개발, 전시참가의 한정적인 지원보다는 지원방향의 다양성을 두고 인력, 광고, 생산(양산)에 대한 지원시스템을 추가로 구축하며 특히, 일자리창출과도 모할 수 있는 인력지원사업을 강화해야 한다.

예비창업자는 1순위가 판로개척, 2순위는 전시참가지원, 3순위는 수출상담지원, 4순위는 광고지원, 5순위는 실무교육지원이라는 결과가 도출되었다. 창업하기 전 단계인 예비창업자의 경우 자신들의 제품을 시장에 처음 내보내며 소비자의 반응을 알아보는 과정인 홍보유형에 가장 높은 중요도를 보였다. 무엇보다 다른 수혜대상자들과 다르게 1~4순위 모두 홍보지원에 치중되어 있으며 이는 기존의 교육과 시제품제작 및 공간을 제공하는 것에 한정된 지원사업을 펼쳤다면 앞으로 예비창업자들의 지원사업의 방향성은 홍보(마케팅)유형의 지원이 확대되고 강화되어야 한다.

3년 이내 창업자는 1순위가 생산(양산)지원, 2순위는 장비지원, 3순위는 시제품제작지원, 4~5순위는 공간 및 인력지원이라는 결과가 도출되었다. 창업 이후 초기 단계 진입자인 3년 이내 창업자는 주로 개발유형과 경영(제도)지원이 집중적으로 중요함을 인지하고 있다. 이는 창업 초기 단계에서 시제품제작 뿐만 아니라 제품이 판매율을 높여 수익을 창출할 수 있는 생산(양산)과정에 필요성을 가지고 있음을 알 수 있다. 그러므로 3년 이내 창업자일 경우 디자인 지원사업 방향성은 매출 증대를 중점적으로 지원해 줄 수 있는 양산화와 시제품제작지원과 기업을 유지하고 관리할 수 있는 경영지원사업이 추진되어야 한다.

3년 이상 사업자는 1순위가 인력지원, 2순위는 생산(양산)지원, 3순위는 시제품제작지원, 4순위는 광고지원, 5순위는 제품개발R&D지원이라는 결과가 도출되었다. 창업의 초기 단계를 지나 중·장기단계 사업자인 3년 이상 사업자는 기업의 기반이 형성되어가는 과정이며 주로 기업의 유지와 발전, 수익창출과 경영지원에 높은 중요도를 보였다. 실질적으로 기업을 유지하는데 필요한 인력 지원이 가장 높으며 기업의 이미지를 장기적으로 홍보하는 광고와 판매율을 높이고 새로운 제품을 개발하는 양산화, 시제품제작, R&D지원에 필요성을 보이고 있다. 그러므로 디자인기업을 대상으로 기업의 유지와 발전 및 경영활동으로 지원방향을 추진해야 한다.

## 2. 연구의 시사점

본 연구는 디자인분야의 수혜대상자들이 창업 전 후 단계에서 다양한 지원의 구성요소가 있음에도 불구하고 정부의 디자인지원사업 정책은 개발에서는 시제품제작이나 제품개발R&D, 홍보에서는 전시참가, 교육에서는 컨설팅&멘토링, 경영(제도)지원에서는 출원지원으로 국한되어 있다. 아직까지 디자인기업을 대상으로 한 디자인지원사업에 대한 체계적 지원은 미흡하며 기존 지원책은 교육, 제작, R&D 등으로 파편적으로 추진되어지고 있다. 디자인기업이 전략적으로 경영 전반에 활동할 수 있는 전주기적인 지원사업은 현재 부재인 상황이다.

기존의 디자인지원정책에 대한 자료들은 기업들을 대상으로 설문조사를 진행하거나 기관의 디자인 지원사업을 분석해 디자인산업흐름에 맞추어 디자인 지원사업의 재검토 및 미흡한 부분에 대한 수정정보안을 제시하는 방향으로 디자인지원사업의 방향성을 제시하였다. 본 연구는 기존 연구와 달리 디자인지원 정책 방향성의 분석 기준이 현재 추진되어지고 있는 지원사업이 아닌 실질적으로 디자인지원사업을 수혜 하는 예비창업자, 3년 이내 창업자, 3년 이상 사업자를 나누었다는 것에 차별점이 있다. 특히, 이론적으로 의사결정 방법 중 가장 높은 평가를 받아오고 있는 계층화분석기법(AHP)을 활용한 결과물은 연구결과의 세밀하고 효과적인 높은 정확도를 제공한다. 수혜대상자별로 실제 어떤 지원사업의 구성요소를 중요하게 생각하며 필요로 생각하는지 실질적인 필요성을 파악할 수 있다. 연구 결과물을 통해 수혜대상자별로 앞으로의 국내 디자인지원사업의 방향성 수립에 있어서 귀중한 자료로 활성화 하는데 기여할 수 있을 것으로 기대한다.

제작, 교육, R&D지원의 한정적인 지원이 아닌 앞으로는 국내 디자인지원사업이 수혜대상자별로 단계적으로 지원사업의 방향성이 다양해야 하며 체계적으로 디자인정책으로 개선해야 할 것이다. 보다 전주기적으로 디자인 지원사업의 체계를 확립해야 하며 수혜대상자별로 그들의 의견과 수요를 반영한 지원 체계의 재정비가 필요할 것으로 예상된다.

## 제 2절 | 연구의 한계점 및 향후 연구방향

본 연구는 이론적 의사결정 방법 중 가장 높은 평가를 받은 AHP분석 기법을 활용하였으며 디자인지원사업의 추진 방향성의 기준이 수혜대상자별로 비교 분석했다는 점에서 실질적으로 유용한 디자인지원정책 자료가 될 수 있다는 것에 가치가 있다고 할 수 있다. 하지만 본 연구는 다음과 같이 몇 가지 한계점과 그에 따른 향후 연구방향을 지니고 있다.

첫째, 표본의 부족성과 공간의 한계점이다. 본 연구의 AHP분석기법을 위한 설문 응답자의 표본은 60명이며 설문에 응답한 응답자의 사업체가 한 지역에 국한되었다는 점에서 연구결과를 일반화하기에는 한계점이 있다. 그러므로 향후 연구방향은 표본의 수치를 높이고 지역의 다양성을 넓혀야 한다. 공간은 향후 전국적으로, 지역적으로 특성에 따라 다른 결과물이 도출될 수 있으며 이는 지역의 디자인특화산업을 경향한 지원사업의 연구 자료로 활용 될 수 있을 것이다.

둘째, 유형과 구성요소 분류의 한계점이다. 본 연구에서는 다양한 지원사업을 토대로 유형과 구성요소를 개발, 홍보, 교육, 경영(지원)인 4가지로 나누어 분류하였으며 각 유형별로 세부적인 구성요소를 분류했다. 개발유형에는 시제품 제작, 생산(양산), 패키지개발, 브랜드개발, 제품개발R&D로 구성하였으나 본 연구에서 분석 결과 명시한 구성요소 외에 개발 유형에 해당되는 세부적인 요소들이 다양하다. 그러므로 구성요소를 세분화하고 다양화한다면 보다 연구의 범위가 넓어지고 세부적인 연구 자료로 활용 될 수 있을 것이다.

셋째, 수혜기업 대상 기준의 한계점이다. 본 연구에서는 현 지원사업의 수혜대상을 분석하여 가장 높은 비율을 차지한 3가지 대상인 예비창업자, 3년 이내 창업자, 3년 이상 사업자로 선정하였다. 설문에 응답한 기업의 창업기간이 3년일 경우 2.9년과 3.1년이라는 창업기간을 가진 기업이 있을 수 있다. 이는

표본의 중간점수에 대한 한계점을 가지며 창업기간의 명확한 기준이 필요할 것으로 예상된다.

넷째, 업종에 대한 한계점이다. 본 연구는 디자인분야의 업종으로 제한하여 디자인지원정책의 방향성을 제시했으며 다소 융합화된 업종이 다양해지면서 디자인과 엔지니어링, 제조 분야의 모호성에 대한 한계점이 있을 수 있다. 그러므로 향후 연구방향이 디자인업종에만 국한되지 않고 지원사업의 수혜대상의 업종별로 다양하게 연구되어진다면 국내 산업정책의 지원사업 방향성을 수립하는 귀중한 자료가 많아질 것으로 기대해 본다.

## 참고문헌

※가,나,다 순으로

### 학위 및 학술논문

- 마은경, 이수경(2014), AHP기법을 활용한 보육교사 채용기준에 대한 우선순위 분석, 한국영유아교원교육학회, 529-549
- 문유석, 이시원, 정준금, 최상한(2014), 지방농정 거버넌스 구축 요인들 간의 우선순위에 관한 연구 : 전문가 인식을 중심으로, 지방정부연구, 17(4), 101-120
- 문은정, 황보나, 나건(2014), 디자인산업 변화에 따른 한국 중소기업 디자인정책의 개선 방향성-한국디자인진흥원&지역디자인센터 디자인 지원사업 분석, 디지털디자인학연구, 14(1), 457-467
- 송성일, 이수철(2012), 디자인 R&D 지원사업 혁신방안 연구, 한국디자인문화학회지, 18(1), 155-164
- 안준환(2007), 중소기업을 위한 국제디자인지원 모델의 유형화 연구\_디자인기관의 디자인지원 역할 유형, 한국디자인학회, 112-113
- 이성훈(2015), 디자인분야 창업지원 사업의 현황과 발전방향\_창의적 지식재산(디자인) 사업화 지원 절차, 기초조형화 연구, 467-478
- 이재호(2014), 논색건축물 보급을 위한 설문조사 및 가치분석 연구 : 업무용건축물과 계층분석과정(AHP)을 중심으로
- 이현규(2015), 중소기업 디자인 지원사업 성과 확대를 위한 연구, 한국디자인지식학회, 89-98
- 최준규(2013), 사회적기업 성과에 대한 정책도구 효과 : 지역형 예비사회적기업 사례를 중심으로

## 정책자료 및 보고서

- 광주디자인센터, 2017-2019 디자인지원사업 관련 사업 공고
- 금융위원회(2017), 건강한 창업생태계 조성을 위한 지원방안 마련, 보도자료
- 대구경북디자인센터, 2017-2019 디자인지원사업 관련 사업 공고
- 디자인·문화콘텐츠 산업 인적자원개발위원회(ISC), 2016년 인력수급전망 및 실태 조사분석 보고서
- 부산디자인센터, 2017-2019 디자인지원사업 관련 사업 공고
- 산업통상자원부(2016), 산업 고부가가치화를 견인하는 디자인 혁신전략, 우리나라 디자인 산업 진단, 문제점
- 산업통상자원부, 지식경제부 신산업정책관실(2013-2017), 산업디자인 진흥실행 계획, 디자인 산업융합 전략 추진 계획서, 정책·정보
- 산업통상자원부, 한국디자인진흥원(KIDP), 디자인 혁신 유망기업 육성사업 지원사업 모집, <http://kidp.or.kr/?menuno=1121>
- (재)경기콘텐츠진흥원, 북부 경기문화창조허브, 디자인 제품화 지원사업 공고\_사업안내
- 중소벤처기업부, 2017-2019 디자인지원사업 관련 사업 공고
- 중소벤처기업부, 제2019-1호, 2019년 정부 창업지원사업 통합공고
- 중소벤처기업부, 제2019-137호, 시군구 지역연구산업 육성(R&D) 지원 계획 공고, 사업내용\_지원 프로그램
- 한국디자인진흥원, 제2017-29호, 디자인융합벤처창업학교 (예비)창업팀 모집 공고, 사업안내, 지원대상(자격)
- 한국디자인진흥원, 공고 제2017-33호, 지역 전략산업의 제조기업과 디자인 연계를 통한 특화산업 융합디자인 개발 사업 시행계획 공고
- 한국디자인진흥원, 2017-2019 디자인지원사업 관련 사업 공고



## 웹사이트

- Start-up NEST, 사업모집대상 및 지원요건, <http://www.startup-nest.com/>
- 광주디자인센터, <http://www.gdc.or.kr/>
- 금융위원회, <http://www.fsc.go.kr/>
- 대구경북디자인센터, <http://www.dgdc.or.kr/>
- 대구창조경제혁신센터, 대구창업지원포털, 지원사업, <http://startup.daegu.go.kr/>
- 부산디자인센터, <http://www.dcb.or.kr/>
- (재)경기콘텐츠진흥원, 사업안내, <https://www.gcon.or.kr/>
- (주)갈렙에이비씨, Get B-Box, <http://www.bboxworld.com>
- 중소벤처기업부, K-Startup, <http://www.k-startup.go.kr/>
- 중소벤처기업부, 분야별 주요정책, <http://www.mss.go.kr/>
- 중소벤처기업진흥공단, 중소기업 정책사업 지원절차, <http://hp.kosmes.or.kr/>
- 창업진흥원, 사업안내, <http://kised.or.kr/>
- 한국디자인진흥원, 2018 한국디자인진흥원 사업종합안내, <http://kidp.or.kr/>

## 부록

- AHP분석기반 설문지 (배포용)

### 설문지

안녕하십니까?

본 조사는 정부의 디자인지원과제에 대한 디자인기업의 수요를 파악하기 위한 기업수요조사의 일환으로 진행되고 있습니다. 본 조사는 디자인기업의 정부의 디자인지원과제를 추진하는데 있어서 디자인기업의 상황에 맞는 적절한 지원내용을 파악하기 위한 조사로서 디자인지원정책을 수립하기 위한 귀중한 자료로 활용될 예정입니다.

번거로우시겠지만 잠시만 시간을 내시어 설문조사에 협조해 주시면 대단히 감사하겠습니다. 응답하신 내용은 통계법 33조에 의해 비밀이 철저히 보장되고, 통계작성 목적으로만 사용되며, 귀사에 피해가 가는 일은 없으므로 솔직한 응답을 부탁드립니다.

조선대학교 창의공학디자인융합학과 정호은  
(☎ 010-2636-1035)

조선대학교 창의공학디자인융합학과 이진렬  
(☎ 010-2630-6630)

■ 사업체 기본 현황(해당되는 항목에 대하여 □안에 V표 하시오)

1. 사업장 위치	<input type="checkbox"/> 동구 <input type="checkbox"/> 서구 <input type="checkbox"/> 남구 <input type="checkbox"/> 북구 <input type="checkbox"/> 광산구
2. 업종	<input type="checkbox"/> 제품디자인업 <input type="checkbox"/> 환경·공공디자인업 <input type="checkbox"/> 시각디자인업 <input type="checkbox"/> 멀티미디어·디지털콘텐츠디자인업 <input type="checkbox"/> 광고·인쇄업 <input type="checkbox"/> 서비스디자인업 <input type="checkbox"/> 공예업 <input type="checkbox"/> 엔지니어링·제조업 <input type="checkbox"/> 기타
3. 사업체 업력	<input type="checkbox"/> 예비창업자 <input type="checkbox"/> 창업 3년 미만기업 <input type="checkbox"/> 창업 3년 이후 기업
4. 정부 디자인지원 과제 참여경험 유무	<input type="checkbox"/> 정부 디자인지원과제 참여경험 있음 <input type="checkbox"/> 정부 디자인지원과제 참여경험 없음
5. 디자인 R&D추진경험	<input type="checkbox"/> R&D추진경험 있음 <input type="checkbox"/> R&D추진경험 없음
6. 근로자 수	<input type="checkbox"/> 3명 미만 <input type="checkbox"/> 3명~6명 <input type="checkbox"/> 7명~10명 <input type="checkbox"/> 11명~20명 <input type="checkbox"/> 20명 이상
7. 전년도 매출액	<input type="checkbox"/> 1억 미만 <input type="checkbox"/> 1억이상~3억미만 <input type="checkbox"/> 3억이상 ~ 6억 미만 <input type="checkbox"/> 7억 이상 ~ 12억 미만 <input type="checkbox"/> 12억 이상 ~ 30억 미만 <input type="checkbox"/> 30억 이상

<참고사항>

디자인지원사업 유형			
연번	구분	세부항목	내용
1	개발	시제품제작	3D프린터 제작, 디자인 육업, 시제품 제작에 대한 비용
		생산	제품 상품화를 위한 금형, 기구설계 제작 지원
		패키지	제품의 상품 및 매출 증대를 위한 포장디자인, 홍보물 제작 지원
		브랜딩	기업의 identity 및 방향과 CI, BI 디자인 개발 지원
		개발/연구	신상품 개발 R&D 연구 및 디자인 개발 바우처 지원
2	홍보	전시참가	전시회 참가를 위한 지원(참가, 부스, 항공, 경비 등)
		수출상담	해외바이어 국내 초청 및 수출상담회 참가 지원
		판로개척	행사, 프리마켓, 팝업숍 등 디자인기업의 제품 홍보 지원
		광고	SNS, 도서 등 디자인기업과 제품에 대한 광고 지원
3	교육	컨설팅/멘토링	디자인 관련 문제점과 애로사항 등 컨설팅을 통해 해소, 자문 지원 (멘토링 포함)
		실무교육	디자이너, 기업의 디자인 업무를 위한 실무 교육 지원
		창업교육	창업을 위한 맞춤형 창업교육 지원
4	경영(제도)	출원	지식재산권, 디자인, 상표 등 출원비 지원
		인증	GD(good design)인증, 마크제공 등
		공간	디자인 관련 센터 등에 사무실 입주, 공유시설, 숙소 등 지원
		장비	디자인 제품 제작을 위한 장비, 경비, 기구 등 기자재 지원
	인력	디자인인력 지원(디자인개발 강화 및 일자리 창출)	

Q1) 다음은 디자인과제의 지원항목 유형 중 비교기준항목과 비교대상항목이 상대적으로 얼마나 더 중요한지 그 정도를 ①(비슷함)을 기준으로 왼쪽과 오른쪽 해당란에 V표 해 주세요.

비교기준 항목	비교기준항목(왼쪽)과 비교대상항목(오른쪽)의 상대적 중요도 비교						비교대상항목					
	⑥비교기준이 더 중요함		①중요도가 비슷함		⑥비교대상이 더 중요함							
① 개발지원	⑥	⑤	④	③	②	①	②	③	④	⑤	⑥	홍보지원 교육지원 경영(제도)지원
	⑥	⑤	④	③	②	①	②	③	④	⑤	⑥	
	⑥	⑤	④	③	②	①	②	③	④	⑤	⑥	
② 홍보지원	⑥	⑤	④	③	②	①	②	③	④	⑤	⑥	교육지원 경영(제도)지원
	⑥	⑤	④	③	②	①	②	③	④	⑤	⑥	
③ 교육지원	⑥	⑤	④	③	②	①	②	③	④	⑤	⑥	경영(제도)지원

Q2) 다음은 디자인과제의 개발 지원항목 중 비교기준항목과 비교대상항목이 상대적으로 얼마나 더 중요한지 그 정도를 ①(비슷함)을 기준으로 왼쪽과 오른쪽 해당란에 V표 해 주세요.

비교기준 항목	비교기준항목(왼쪽)과 비교대상항목(오른쪽)의 상대적 중요도 비교										비교대상항목					
	⑥비교기준이 더 중요함					①중요도가 비슷함						⑥비교대상이 더 중요함				
	⑥	⑤	④	③	②	①	②	③	④	⑤		⑥	⑥	⑤	④	③
① 시제품 제작지원	⑥	⑤	④	③	②	①	②	③	④	⑤	⑥	생산(양산)지원				
	⑥	⑤	④	③	②	①	②	③	④	⑤	⑥	패키지개발지원				
	⑥	⑤	④	③	②	①	②	③	④	⑤	⑥	브랜드개발지원				
	⑥	⑤	④	③	②	①	②	③	④	⑤	⑥	제품개발 R&D지원				
② 생산(양산)지원	⑥	⑤	④	③	②	①	②	③	④	⑤	⑥	패키지개발지원				
	⑥	⑤	④	③	②	①	②	③	④	⑤	⑥	브랜드개발지원				
	⑥	⑤	④	③	②	①	②	③	④	⑤	⑥	제품개발 R&D지원				
③ 패키지개발지원	⑥	⑤	④	③	②	①	②	③	④	⑤	⑥	브랜드개발지원				
	⑥	⑤	④	③	②	①	②	③	④	⑤	⑥	제품개발 R&D지원				
④ 브랜드개발지원	⑥	⑤	④	③	②	①	②	③	④	⑤	⑥	제품개발 R&D지원				

Q3) 다음은 디자인과제의 홍보 지원항목 중 비교기준항목과 비교대상항목이 상대적으로 얼마나 더 중요한지 그 정도를 ①(비슷함)을 기준으로 왼쪽과 오른쪽 해당란에 V표 해 주세요.

비교기준 항목	비교기준항목(왼쪽)과 비교대상항목(오른쪽)의 상대적 중요도 비교										비교대상항목					
	⑥비교기준이 더 중요함					①중요도가 비슷함						⑥비교대상이 더 중요함				
	⑥	⑤	④	③	②	①	②	③	④	⑤		⑥	⑥	⑤	④	③
⑤ 전시참가지원	⑥	⑤	④	③	②	①	②	③	④	⑤	⑥	수출상담지원				
	⑥	⑤	④	③	②	①	②	③	④	⑤	⑥	판로개척지원				
	⑥	⑤	④	③	②	①	②	③	④	⑤	⑥	광고지원				
⑦ 수출상담지원	⑥	⑤	④	③	②	①	②	③	④	⑤	⑥	판로개척지원				
	⑥	⑤	④	③	②	①	②	③	④	⑤	⑥	광고지원				
⑥ 판로개척지원	⑥	⑤	④	③	②	①	②	③	④	⑤	⑥	광고지원				

Q4) 다음은 디자인과제의 교육 지원항목 중 비교기준항목과 비교대상항목이 상대적으로 얼마나 더 중요한지 그 정도를 ①(비슷함)을 기준으로 왼쪽과 오른쪽 해당란에 V표 해 주세요.

비교기준 항목	비교기준항목(왼쪽)과 비교대상항목(오른쪽)의 상대적 중요도 비교										비교대상항목					
	⑥비교기준이 더 중요함					①중요도가 비슷함						⑥비교대상이 더 중요함				
	⑥	⑤	④	③	②	①	②	③	④	⑤		⑥				
⑩ 컨설팅 & 멘토링 지원	⑥	⑤	④	③	②	①	②	③	④	⑤	⑥	실무교육지원				
⑪ 실무교육 지원	⑥	⑤	④	③	②	①	②	③	④	⑤	⑥	창업교육지원				

Q5) 다음은 디자인과제의 제도 & 경영 지원항목 중 비교기준항목과 비교대상항목이 상대적으로 얼마나 더 중요한지 그 정도를 ①(비슷함)을 기준으로 왼쪽과 오른쪽 해당란에 V표 해 주세요.

비교기준 항목	비교기준항목(왼쪽)과 비교대상항목(오른쪽)의 상대적 중요도 비교										비교대상항목					
	⑥비교기준이 더 중요함					①중요도가 비슷함						⑥비교대상이 더 중요함				
	⑥	⑤	④	③	②	①	②	③	④	⑤		⑥				
⑬ 출원 지원	⑥	⑤	④	③	②	①	②	③	④	⑤	⑥	인증지원				
	⑥	⑤	④	③	②	①	②	③	④	⑤	⑥	공간지원				
	⑥	⑤	④	③	②	①	②	③	④	⑤	⑥	장비지원				
	⑥	⑤	④	③	②	①	②	③	④	⑤	⑥	인력지원				
⑭ 인증 지원	⑥	⑤	④	③	②	①	②	③	④	⑤	⑥	공간지원				
	⑥	⑤	④	③	②	①	②	③	④	⑤	⑥	장비지원				
	⑥	⑤	④	③	②	①	②	③	④	⑤	⑥	인력지원				
⑮ 공간 지원	⑥	⑤	④	③	②	①	②	③	④	⑤	⑥	장비지원				
	⑥	⑤	④	③	②	①	②	③	④	⑤	⑥	인력지원				
⑯ 장비 지원	⑥	⑤	④	③	②	①	②	③	④	⑤	⑥	인력지원				

본 설문조사에 응해주셔서 다시 한 번 감사드립니다.

• AHP분석기반 설문지 응답척도 종합 분석표

구분	영문용답자										한문시용답자									
	S1	S2	S3	S4	S5	S6	S7	S8	S9	S10	S11	S12	S13	S14	S15	S16	S17	S18	S19	S20
사업장 위치	도로	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
	남구	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
	북구	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
	중구	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
	북부권역	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
	중부권역	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
	남부권역	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
	중도권역	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
	동부권역	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
	서부권역	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
사업장 기본	사업장 위치	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
	사업장 위치	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
	사업장 위치	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
	사업장 위치	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
	사업장 위치	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
	사업장 위치	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
	사업장 위치	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
	사업장 위치	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
	사업장 위치	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
	사업장 위치	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
사업장 환경	사업장 위치	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
	사업장 위치	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
	사업장 위치	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
	사업장 위치	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
	사업장 위치	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
	사업장 위치	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
	사업장 위치	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
	사업장 위치	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
	사업장 위치	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
	사업장 위치	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●



## 【 국 문 초 록 】

### 디자인지원사업 구성요소의 우선순위도출 연구

-AHP기법을 활용한 수혜기업의 수요분석을 중심으로-

#### Study on the Priority of Design Support Project Components

-Focusing on the demand analysis of beneficiary companies using AHP technique-

현재 디자인지원사업이 단기적, 가시적, 한정적 지원이라는 한계점을 지니고 있으며 디자인 기업의 실질적인 수요를 적절하게 반영하지 못하고 있다. 기존의 디자인지원정책 자료들은 설문조사나 재검토 및 수정보완으로 정책 방향성을 제시했다. 그러므로 실질적으로 디자인 기업들의 수요를 바탕으로 한 객관적인 자료는 부재한 상황이다. 본 연구의 목적은 의사결정방법 중 가장 높은 평가를 받는 계층화분석기법(AHP)을 활용한 디자인지원사업 구성요소의 우선순위와 현재 디자인지원사업의 현황을 비교 분석하여 디자인지원의 구성 방안을 제시한다.

국내 디자인지원사업의 분석과 설문과정을 통해 AHP분석을 실시하여 예비창업자, 3년 이내 창업자, 3년 이상 사업자를 대상으로 한 디자인지원사업의 우선순위를 도출하였다. 전체 수혜대상자들의 측면으로는 인력, 광고, 생산에 대한 다양한 지원시스템을 구축해야 한다. 예비창업자 측면으로는 첫 시장과 소비자의 반응을 파악할 수 있는 홍보(마케팅) 지원이 확대되어야 한다. 3년 이내 창업자 측면으로는 제품의 판매와 수익창출과 연계되는 생산지원이 확대되어야 한다. 3년 이상 사업자 측면으로는 기업의 유지와 장기적 이미지를 홍보하기 위한 인력과 광고 지원으로 구성되어야 한다.

본 연구의 결과로 도출된 수혜대상자별 디자인지원사업 구성요소의 우선순위를 통해 앞으로 디자인지원정책 방향성 수립에 있어 유용한 자료로 활용되어지기 기대하며 수혜대상자들의 의견과 수요를 적절하게 반영한 지원 체계의 재정비가 필요할 것으로 예상된다.

**키워드 :** 디자인지원사업, 상대적 중요도와 우선순위, AHP