

비즈니스서비스산업의 현황과 과제

박진수

(연구위원 · 신성장산업실)
jinsoop@kiet.re.kr

〈요 약〉

글로벌 아웃소싱 등에 힘입어 급변하는 환경을 맞고 있는 우리나라의 비즈니스서비스산업은 최근 빠르게 성장하고는 있으나, 선진국에 비해서는 규모가 매우 작고 발전속도도 늦다. 선진국의 경우 10% 내외인 비즈니스서비스산업 부가가치의 대GDP 비중이 우리의 경우 3~4% 수준에 머무르고 있다.

선진국의 비즈니스서비스 기업들은 M&A 등으로 규모를 확대할 뿐만 아니라 연구개발 등 혁신역량을 강화시켜 나가고 있다. 우리나라의 비즈니스서비스 기업들은 경쟁력이 낮을 뿐만 아니라 아웃소싱의 환경이 척박하다. 이에 따라 비즈니스서비스산업의 경쟁력을 높이기 위한 정책추진이 필요하며, 현장 중심의 인력 및 연구역량 강화, 표준화·인증제도의 정착, 아웃소싱의 활성화, 네트워크의 강화, 제도 개선 등의 방안이 요구된다.

1. 머리말

최근 비즈니스서비스산업의 중요성이 부각되고 있다. European Commission (2000)에 의하면 비즈니스서비스산업은 기업의 활동을 영위하기 위해서 다른 기업이나 조직의 업무를 구매함으로써 발생하는 서비스산업이라고 정의된다. 이때 구매되는 서비스는 기업 자신의 영업을 영위하기 위한 것이기 때문에 재판매를 위한 구매는 제외된다.

비즈니스서비스산업의 분류는 통계청에서 분류하는 사업서비스(M, 72-75)와 유사하다. 사업서비스는 다른 사업체를 위하여 기술 및 과학적 업무와 일상적 업무를 계약에 의하여 수행함으로써 업무의 전문성과 효율성을 달성하는 산업으로 정보처리 및 기타 컴퓨터 운영 관련업(72, 표준산업분류상 중분류기준), 연구개발업(73), 전문·과학 및 기술서비스업(74), 사업지원서비스업(75)으로 구성되어 있다.

본 보고서는 비즈니스서비스산업의 전략을 개발하기 위해서 비즈니스서비스산업 전반의 현황을 살펴보고,¹⁾ 경영컨설팅(7422), 시장조사 및 여론조사업(7421), 인력공급업(75121), 텔레마케팅(75942) 등의 산업을 중심으로 정책과제를 도출하고자 한다.²⁾

2. 비즈니스서비스산업의 동향과 현황

(1) 세계의 비즈니스서비스산업

OECD(1999)에 의하면, 비즈니스서비스산업의 발전은 경제의 서비스화, 지식기반경제화, 기업내 유연성, 전문성과 노동분업, 기존기업의 아웃소싱 등에 좌우된다. OECD의 비즈니스서비스산업의 시장규모(매출액 기준)는 1995년에 1,100억 달러에서 1990년대 후반에 연평균 10%씩 성장하는 추세로 성장하고 있다. 비즈니스서비스산업은 경쟁력 강화뿐만 아니라 고용창출, 산업구조 고도화에 매우 중요한 요인이 되고 있다.

최근에는 국가간 인력이동 및 전자

상거래의 증가, 다국적기업의 진출 등으로 비즈니스서비스 교역에 있어서 글로벌 경쟁이 심화되고 있다. 우수 고급인력의 업무가 인도, 러시아, 중국 등 개도국(저임금, 저규제)에서 선진국으로 대거 공급되고 글로벌 아웃소싱이 단순서비스에서 전문적으로 확산되고 있다. 2000년 7월 이래 미국 제조업에서만 300만 개의 일자리가 감소하고 IBM사에서 4,700명의 담당업무를 인도, 중국에 이전할 계획을 공개함에 따라 IT 및 서비스 부문의 글로벌 소싱이 노조 및 정치권의 이슈로 부각되고 있다.

비즈니스서비스산업의 산업조직을 보면, 대규모 기업이 높은 시장점유율을 차지하고 있다. 유럽 비즈니스서비스 시장의 경우 20대 기업이 매출의 47%를 차지하고 있으며, 종업원 250명 이상인 기업 수는 1% 미만이나 고용은 34%를 차지하고 있다.³⁾

또한 대규모 기업간 인수합병 등으로 기업규모가 더욱 대형화되고 있다. 2002년 세계 최대 규모의 컨설팅 기업인 PriceWaterhouseCoopers사가 IBM글로벌서비스사에 합병되고,

1) 1999년 OECD장관급 회담에서 빠르게 성장하면서 주목을 받지 못하던 IT, R&D, 컨설팅 및 아웃소싱, 기업교육, 광고 마케팅 등의 산업을 전략적 비즈니스서비스산업이라고 지칭, 분석한 바 있다.

2) 최근에 정부가 서비스산업 활성화 방안을 발표한 바 있는데, 본고는 비즈니스서비스분과의 정책대상을 중심으로 분석한다. 서비스산업 활성화방안에서는 24개 태스크포스를 구성하였는데, 비즈니스서비스분과는 그중에 하나로서 사업서비스에 포함되는 산업 중에 SI, 디자인, 법률 등과는 별도의 분과가 구성되었다.

3) OECD(2004), Digital Delivery in Business Services.

2000년 영국의 5대 시장조사사업체인 Taylor Nielson사가 프랑스의 6대 회사인 Sofres사를 인수합병하고 TNS로 명칭을 변경한 후 2003년 미국의 NFO사를 인수합병하였다.

선진 비즈니스서비스 기업들은 고급인력 유치, 연구개발 등 핵심역량의 확보를 통하여 서비스의 고급화를 추구하고 있다. 이들 기업들은 고급인력 양성, 막대한 홍보비 지출과 함께 본부에 R&D센터와 연구인력도 보유하고 있다. 컨설팅사를 예로 들어 보면, 컨설턴트 수가 Accenture 9만 명, IBM 4만 명, Hewitt Associates 1만 5,000명에 달하고 있으며, 매출액 대비 홍보비 비율이 IBM 2.2%, Bain & Company 1.8%, AT Kearney 1.2%에 달하고 있다. 세계적인 인력 파견업체인 Manpower사의 경우 매년 매출액의 1%를 연구개발에 사용

하고 있다. 시장조사사업의 경우에는 표준화된 상품 및 솔루션 개발에 박차를 가하고 있다(세계 우수기업의 솔루션 수는 8.6개로, 국내 진출기업의 6.5개, 우리 기업의 1.3개를 상회).

이처럼 비즈니스서비스산업은 대기업이 높은 시장점유율을 차지하고 있는 한편, 아웃소싱 및 다운사이징의 확대에 따라 틈새시장을 공략하는 소기업들의 수도 증가하는 추세를 보이고 있다.

(2) 국별 비교

우리나라 비즈니스서비스산업 부가가치의 대GDP 비중은 3.67%⁴⁾로 미국, 유럽, 일본이 10% 또는 이를 상회하는 것과 비교된다. 이 통계에 의하면, 선진국들의 경우 비즈니스서비스산업 부가가치의 대GDP 비중 상승

〈표 1〉 주요 컨설팅기업의 혁신역량

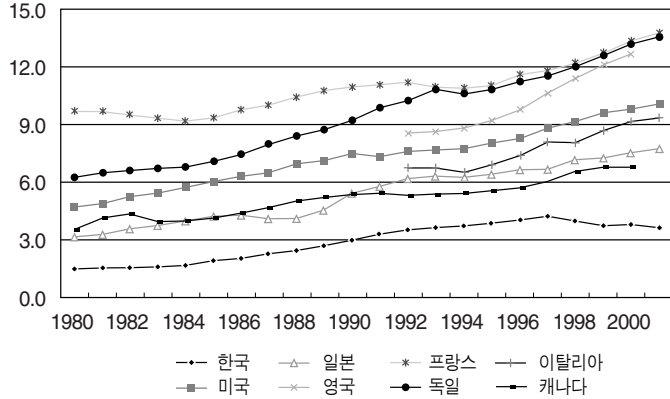
회사명 (주요 컨설팅분야)	컨설턴트 수		연구인력	R&D조직
	해 외	국 내		
Accenture(IT)	90,000	270	300	Accenture Technology Labs 20개 조직
IBM BCS (IT)	40,000	398	300	Service Leader Group
Hewitt Associates (인사조직)	15,000	20	2,000	Consulting Business Support Center
Mckinsey(전략)	6,000	89	220	70개 Mckinsey Global Institute

자료: Kennedy Information, 한국컨설팅협회.

4) OECD에 의한 수치이며, 한국은행 통계에 의하면 4%를 상회하는 것으로 나타난다. 이는 통계 개정에 따른 것이다.

폭이 우리나라보다
빨라 대GDP 비중
격차가 더욱 확대되
고 있다. 고용과 부가
가치의 관계를 보면
프랑스, 독일, 일본은
고용비중이 부가가치
비중보다 낮아 비즈
니스서비스산업의 생
산성이 전산업의 생
산성보다 높다. 캐나
다, 영국, 미국 및 우
리나라의 경우는 비
즈니스서비스산업의
고용비중이 부가가치
비중보다 높아 비즈
니스서비스산업의 생
산성이 전산

〈그림 1〉 각국의 비즈니스서비스산업의 대GDP 비중



자료 : OECD(2004), Stan DB.

주 : 비즈니스서비스산업은 ISIC 72-75이며, PPP지수로 산정한 것임.

업 평균보다 낮다. 미국, 영국과 같이
고부가가치 비즈니스서비스산업을 가

〈표 2〉 각국 비즈니스서비스산업 부가가치의 대GDP 비중(임대업 포함)

단위 : %

		1980	1985	1990	1995	2000	2001
캐나다	부가가치	3.50	4.12	5.36	5.57	6.83	-
	고용	4.99	5.97	7.04	8.00	9.87	9.91
프랑스	부가가치	9.73	9.37	11.00	11.07	13.43	13.79
	고용	6.11	6.81	8.69	9.69	11.97	12.33
독일	부가가치	6.29	7.11	9.28	10.88	13.28	13.64
	고용	4.24	4.92	6.05	7.59	10.41	-
일본	부가가치	3.17	4.26	5.43	6.45	7.56	7.74
	고용	-	4.90	5.19	5.60	5.84	6.00
한국	부가가치	1.47	1.91	2.97	3.91	3.82	3.67
	고용	-	-	-	-	4.77	5.33
영국	부가가치	-	-	-	9.25	12.74	-
	고용	7.22	8.67	10.38	11.57	13.16	13.68
미국	부가가치	4.73	6.04	7.51	8.07	9.86	10.02
	고용	5.28	6.87	8.31	9.30	11.15	11.03

자료 : OECD(2004), Stan DB.

주 : 비즈니스서비스산업은 ISIC 72-75이며, PPP지수로 산정한 것임.

진 국가에서 이러한 결과가 도출되는 것은 동 산업내의 생산성 격차가 크기 때문이라고 사료된다.

(3) 우리나라 비즈니스서비스산업의 현황

1) 수요측면

우리나라 비즈니스서비스산업에 대한 수요는 아직 초기 단계에 있다. 국내 기업이 외부에서 비즈니스서비스를 구매하는 것은 경비절감을 위해서 단순업무를 중심으로 외부위탁(out-sourcing)하는 경우가 주종을 이루고 있다. 종전에는 컨설팅 및 인력파견업 등으로 양분되었으나, 외환위기 이후에는 간접부문을 분사하면서 총무, 인사 등 중간단계의 서비스를 중심으로 비즈니스서비스에 대한 수요가 확산되고 있다. 일부 대기업을 제외하면 국내 아웃소싱 위주로 전개되고 있으며, 글로벌 아웃소싱에 대한 인식이 부족하고 추진역량이 미비하다.

금년 6월에 산업자원부와 아웃소싱 21닷컴이 비즈니스서비스 수요기업 100개사를 대상으로 실시한 기업 아웃소싱 활용 실태조사에 의하면, 기업들이 아웃소싱을 도입한 배경은 경비절감이 21%로 아직까지 가장 높은 이유이나, 핵심역량 집중 16%, 인력 유연성 확보, 경영의 신속성 도모가 각각 15%로 나타나 점차 아웃소싱

활용이 경비절감보다는 생산성 향상 등 선진국형으로 변화되고 있는 것으로 볼 수도 있다.

아웃소싱 활용을 저해하는 가장 큰 요인으로 기업들은 현행 근로자파견법(50%)을 꼽았고 다음으로 부가가치세 문제(12%)와 중소기업 규모 제한(9%)을 지적하였다. 향후 아웃소싱 활용 활성화를 위한 과제로는 아웃소싱 공급업체의 신뢰성과 질 향상이 20%로 나타났으며, 아웃소싱 회사의 전문성 확보 19%, 아웃소싱 회사의 철저한 사후관리 13% 등으로 아웃소싱 공급업체에 양질의 서비스를 요구하고 있는 것으로 나타났다.

2) 공급기업

1997~2002년 동안 비즈니스서비스산업은 텔레마케팅 등 신업태의 발생, 기존기업의 아웃소싱 확대 등에 힘입어 사업체 수, 종사자 수, 매출액 등에서 전체 서비스업에 비해 빠르게 성장하였다.

고부가가치 시장은 브랜드파워와 기술력을 앞세운 외국계 기업이 석권하고 있는 상황이다. 컨설팅산업은 맥킨지 등 외국계회사가 전체 국내시장의 50% 이상을 점유하고 있고, 시장조사업에서는 시장점유율 Top 3개사 모두 외국계 회사이다.

우리나라 비즈니스서비스산업은 중소기업 위주로 구성되어 있으며, 인력

〈표 3〉 비즈니스서비스산업의 변동(1997~2002)

단위 : %

	사업체 수	종사자 수	매출액
서비스업	1.89	5.47	11.72
사업서비스업	7.24	9.17	17.58
· 시장조사 및 경영상담업	17.62	18.27	18.13
· 사업시설유지관리 및 고용서비스업	14.90	30.21	31.32
· 기타사업지원서비스업	8.49	9.49	19.82

자료 : 통계청, 「서비스업통계조사보고서」, 각년도.
 주 : 연평균 증가율.

〈표 4〉 2001년 사업서비스업의 중소기업 비중(사업체 수)

단위 : %

시장조사	경영상담	인력공급	텔레마케팅	사업서비스	서비스
94.7	98.7	90.7	96.1	98.6	99.8

자료 : 2001년 기준 도소매업 및 서비스업 총조사.

공급업의 중소기업 비중이 90.7%로 상대적으로 낮게 나타나는 것은 파견 인력을 포함한 데 기인한다.

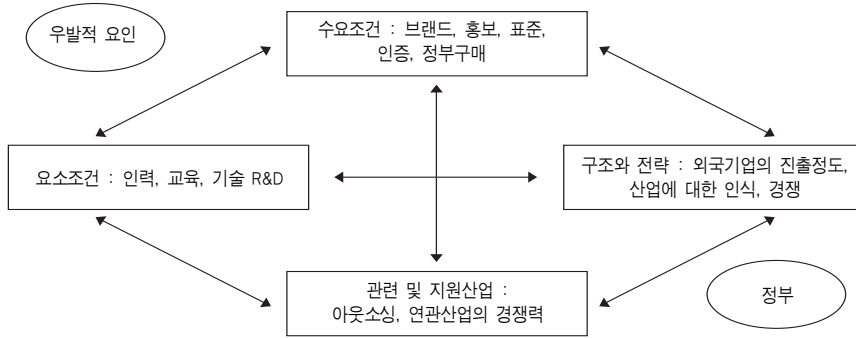
3. 업종별 경쟁력 분석 및 과제

업종별 경쟁력을 보는 틀은 마이클 포터의 다이아몬드 모델을 활용하였다. 다이아몬드 모델을 통해 본 비즈니스서비스산업의 경쟁력 결정요인은 〈그림 2〉와 같다. 요소조건에서 주로 살펴볼 요인은 인력, 교육, 기술, R&D 등이며, 수요조건에서는 브랜드, 홍보, 표준, 인증, 정부구매 등이 고, 관련 및 지원산업에서는 연관산업의 경쟁력 등이며, 구조와 전략에서는 외국기업의 진출정도, 산업에 대한 인

식, 경쟁 등이다.

이를 통해서 업종별 경쟁력 현황 및 결정요인을 살펴보고 정책과제를 도출하였다. 컨설팅 부문에서의 경쟁력은 요소조건에서는 교육훈련의 강화 및 R&D 강화의 필요성이 부각되며, 전문교육 및 공동의 연구개발전략이 필요하다. 수요조건에서는 정부 구매를 비즈니스서비스산업의 고급화 전략에 활용하고, 프로세스 표준화를 통한 서비스산업의 발전을 도모하며, 시장신뢰 회복을 위한 인증제도를 정착하고, 새로운 시장을 개척할 필요가 있다. 관련 및 지원산업조건에서는 지식활용을 위한 네트워크를 구축하고, 인력 유동성 강화를 위한 법제도를 구축하며 아웃소싱 활성화를 위

〈그림 2〉 비즈니스서비스산업의 경쟁력 결정요인



〈표 5〉 업종별 경쟁력 분석 및 우선정책과제

	현 황	경쟁력	정책우선과제
컨설팅	<ul style="list-style-type: none"> - 국내 대표기업 생산성 : 국내진출 외국기업의 1/2 - 외국기업 출신 국내기업 진출 증대 	<ul style="list-style-type: none"> - 교육 부족(미국 400시간, 국내 80시간) - 외국기업은 R&D 비중 높고 센터 보유, 국내기업은 미흡 - 브랜드 부족 	<ul style="list-style-type: none"> - 핵심역량 개발 - 인력개발 - 해외기업진출 대응
시장조사	<ul style="list-style-type: none"> - 조사비용지수 : 미국 242, 한국 96 - 단순조사 위주 - 외국기업이 국내 시장점유율 1~3위 차지 	<ul style="list-style-type: none"> - 교육 및 연구개발 미흡 - 표준화 및 인증제도 미비 	<ul style="list-style-type: none"> - 인력개발 - 솔루션개발 - 표준화 - 정부구매
텔레마케팅	<ul style="list-style-type: none"> - 대기업 분사 증대로 중소기업 불리 - 진출기업의 국내콜센터 구축 및 글로벌 콜센터 아웃소싱 진행 	<ul style="list-style-type: none"> - 인건비는 일본, 호주보다 저가이나, 부지비용 등은 말레이시아 등보다 고가 - 교육미비 및 연구개발 미흡 - 표준화 및 인증제도 미비 	<ul style="list-style-type: none"> - 솔루션개발 - 표준화 - 인식개선
인력공급	<ul style="list-style-type: none"> - 외국의 인력과건자수 경제활동인구의 1~2% - 국내 인력과건자수 6.3만여명으로 경제활동인구의 0.27% - 최근 비정규직의 정규직화로 생산성 향상 시급 	<ul style="list-style-type: none"> - 근로자 과건범의 직종, 기간제한이 성장저해 - 과당경쟁 - 인식도 낮음 	<ul style="list-style-type: none"> - 규제완화 - 인력개발 - 솔루션개발 - 인식개선

한 관련 인프라를 구축할 필요가 있다.

4. 정책방향

공급측면에서 살펴본 정책과제와 함께 수요측면에서 살펴본 아웃소싱 과제 등이 정책적으로 중요한 방향이 된다고 볼 수 있다. 이들을 보다 세분화하여 살펴보면 다음과 같다.

(1) 연구개발역량 강화

국내기업들은 연구개발투자 및 인적 자원에 대한 투자부재 등으로 세계유수의 기업들에 비해 핵심경쟁력을 확보하지 못하고 있다.

정부에서도 디자인, 전자상거래 등 유망서비스분야 연구개발을 지원하고 있으나, 체계적인 지원은 미흡하다. 따라서 R&D 활동 촉진을 위한 중장기 전략을 마련하고, 정부의 R&D 지원을 컨설팅·시장조사, 인력공급 등으로 확대할 필요가 있다. 이를 위해서는 비즈니스서비스산업 R&D 활성화를 위한 관련 기관 및 경제계간 라운드테이블 구성 및 연구개발 로드맵 수립 등 체계적 지원이 필요하다.

(2) 현장 중심의 인력개발

우리나라 전문인력들이 현장성이 떨어진다는 비평을 많이 받고 있으며, 특히 전문인력의 보고인 대학과 비즈니스서비스산업 간의 교류가 미흡하다. 또한 국내 대학원에서 컨설턴트 등 비즈니스서비스 부문의 전문인력을 양성하는 기관이 없다.⁵⁾ 따라서 대학과 컨설팅사간 교류를 강화함으로써 현장수요에 맞는 컨설턴트를 양성할 필요가 있다. 이 정책은 국가균형 5개년 계획 등과 함께 지역산업의 육성도 지원할 수 있을 것이다.

(3) 표준화·인증 등 확대

수요기업과 공급기업간 거래관행 개선과 신뢰 제고를 통한 잠재적 수요를 창출하기 위하여 표준개발, 인증 등이 요구되고 있다.⁶⁾ 서비스분야 표준화는 2001년부터 현재까지 관광, 이사, 택배, 외식, 여행, 보험, 통신판매, 킷서비스, 전시(展示) 등 13개 분야에서 총 35종의 규격이 제정되었지만, 주로 소비자불만이 많은 분야에 치중하고 있으며, 점차 경쟁력 강화를 위한 표준화가 요구되고 있다. 이를 위해 기술표준원 표준화사업의 서비

5) 현재 서울대-Bain & Company간의 “기업구조조정과정”, 품질경영학회와 Nemo Partners의 “컨설팅공동프로젝트수행” 등이 성공적으로 이루어지고 있다.

6) 아웃소싱 수요기업 불만사항 : 전문성부족 24%, 직원교육 미비 24%, 표준화된 프로세스 부재 16%.

스분야를 확대하고,⁷⁾ 우수서비스 인증 기업에 대해 금융지원 우대 및 정부 조달시 우선구매 등으로 지원할 필요가 있다.

(4) 아웃소싱 활성화를 위한 환경조성

우리나라 아웃소싱 활용기업의 수는 많지만 아웃소싱이 성숙되지 못한 상태라고 할 수 있다.⁸⁾ 따라서 핵심역량에 대한 아웃소싱 성숙도를 위한 체계적인 모형을 개발하고, 이에 따라 바람직한 방향으로 유도할 필요가 있다. 또한 아웃소싱의 전문화 및 생산성 향상을 위해 SLA 개발에 대한 요구가 증대하고 있다.⁹⁾ 정부와 아웃소싱기업 컨소시엄 공동으로 재원을 마련하고, 실무팀을 구성하고 시범사업 참여기업을 모집하여 주요 업종을 중심으로 개발할 필요가 있다.

(5) 비즈니스서비스 네트워크 구축

비즈니스서비스산업 발전의 구심점 역할을 수행할 역량 있는 기관이 없

으며, 또한 경제단체 및 정부의 지원 체계도 미흡한 상태이다. 특히 컨설팅, 시장조사, 텔레마케팅 등 사업서비스 업종에는 협회만 있어 조사·연구, 기업간 네트워크 형성, 정책제안에는 한계가 있기 때문에 취약한 비즈니스서비스 업종 중심으로 조사·연구 및 정책개발 등 종합지원기관 역할을 수행할 민간기구 설치도 추진되어야 한다.

(6) 기업애로 해소를 위한 법·제도의 개선

기업애로 해소를 위해서는 여러 가지 개선책을 들 수 있지만 대표적인 것 두 가지를 제안한다. 첫째, 외부 고용인원이 많은 인력고용업의 경우 전체근로자 또는 외형매출액 기준 중소기업 범위는 비현실적이기 때문에,¹⁰⁾ 중소기업 범위를 상시근로자 기준이 아니라 내부관리적 기준으로 적용하거나 외형매출액 대비 손익구조를 고려한 현실적인 적용기준을 마련할 필요가 있다.

둘째, 파견대상 업종이 26개로 한

7) 기술표준원은 2005년에 화물보관, 보안, 카렌탈, 텔레마케팅 서비스 등, 2006년에 시장 및 여론 조사, 시설관리, 단체급식 등으로 확대할 계획이다.
 8) 아웃소싱 활용비율이 청소·건물관리·경비가 38%, 인재파견이 11% 등으로 아웃소싱의 고공화가 절실한 상태이다.
 9) SLA는 서비스요구수준 등 수탁기업과 위탁기업간의 명시적 서비스 계약서이며, 2004년 6월 설문조사에서 아웃소싱 활성화를 위해 SLA 개발이 필요하다는 응답이 78%였다.
 10) 중소기업 범위 : 제조업 300인 미만, 자본금 80억원 이하, 사업지원서비스업 100인 미만, 매출액 100억원 이하.

정(포지티브제)되어 경영활동을 제약하고 새로운 형태의 아웃소싱 성장을 제한하고 있다. 또한 파견기간 2년후의제고용(사용업체 직접채용)은 파견인이 자주 바뀜으로 인해 수요-공급기업에 경영비효율을 초래하고 파견

인에게는 고용불안을 가중시키므로, 파견대상 업종을 일부 위험업종만 제외하는 네거티브제로 전환하거나 단순제조·생산, 판매, 일반사무, IT분야 등을 중심으로 허용업종을 대폭 확대할 필요가 있다. 