



## 경제포커스

### ■ 비즈니스서비스 산업의 현황과 발전과제

오천수(대한상공회의소 회원사업본부)

### ■ 서울시 비즈니스서비스 산업의 도전과 응전

정병순(서울시정개발연구원 연구위원)

# 비즈니스서비스 산업의 현황과 발전과제

오천수\*

대한상공회의소 회원사업본부

ocsv@korcham.net

## I. 서론

최근 들어 세계경제는 서비스경제로의 구조 변동이 가속화되고 있다. OECD 국가들의 서비스 산업의 비중이 부가가치 기준으로 평균 70%에 근접하고 있고 주요국가의 서비스산업의 인력비중도 70%에 달하는 상황이다. 이는 시장의 주도권이 소비자에게 쏠리면서 시장흐름에 민감한 고객의 만족도를 높일 수 있는 유연한 비즈니스 구조와 효율적인 네트워크의 확보가 기업경쟁력의 핵심으로 자리 잡아가고 있기 때문이다. 특히 이러한 서비스경제로의 산업구조 변화를 촉발시키는 요인으로서 비즈니스 서비스 산업의 중요성이 갈수록 주목을 끌고 있다.

〈표 1〉 서비스 산업비중 국제 비교(2003년 명목부가가치 기준)

(단위: %)

한국	미국	영국	일본	프랑스	독일
55.8	75.6	73.2	69.6	73.2	70.1

자료: OECD Structural Analysis Database

\* 저자 학력, 경력 및 최근 연구:

- 미시간 대학교 경제학 석사, 고려대학교 경제학과 학사
- 대한상공회의소 이사/정보화서비스팀장, 전자상거래표준화포럼 사무국장
- e비즈니스 표준 제정, 지식경영 보급, 비즈니스 서비스 DB 구축사업에 관여함

비즈니스 서비스산업이란 생산 공정과 기업경영 과정에서 발생하는 수요의 일부를 생산, 공급하는 산업으로서 해당 서비스를 구매하는 기업의 입장에서 보면 외주(outsourcing)의 대상이 되는 산업이다. OECD 보고서(1999)에 따르면 비즈니스 서비스산업의 발전은 경제의 서비스화, 지식기반경제화, 기업의 유연화, 전문화와 기업의 아웃소싱 등에 좌우된다. 특히 선진국들이 새로운 성장 동력으로서 고용창출과 산업구조의 고도화를 이루는 전략산업으로서 금융, 통신, 비즈니스 서비스 분야를 선정, 이 분야에서 대표적인 산업을 육성해 온 것은 우리에게 시사하는 바가 크다.

비즈니스 서비스 산업이라는 개념은 경제발전과 산업구조의 변화에 따라 새로이 정의된 개념으로 통계청에서 관리하는 전통적인 표준산업분류체계에 수용된 개념은 아니다. 하지만 비즈니스 서비스는 표준산업분류 상의 사업서비스의 영역과 거의 유사하기 때문에 이를 분석의 기준으로 삼는데 무리가 없다. 사업서비스는 다른 기업체를 위하여 기술 및 과학적 업무와 일상적 업무를 계약에 의하여 수행하는 산업으로 정보처리 및 기타 컴퓨터 운영 관련업, 연구 및 개발업, 전문·과학 및 기술서비스업, 사업지원 서비스업 등으로 구성되어 있다.

여기에서는 비즈니스 서비스 산업을 둘러싼 환경변화와 대응실태를 아웃소싱의 개념을 중심으로 살펴보고 새로운 경제발전의 동력으로서의 육성과제를 모색해 보고자 한다.

## II. 비즈니스 서비스 산업의 국제 동향

### 1. 태동 배경

근래에 들어 기업들이 핵심역량을 제외한 업무를 아웃소싱하면서 비즈니스 서비스 산업이 빠르게 성장하고 있다. 이러한 변화는 정보통신기술의 급속한 발전과 지식기반경제의 진전에 힘입어 생산자 중심에서 고객중심으로 시장질서가 재편되면서 수요의 소프트화가 가속화되고 고객만족을 달성하기 위한 생산방식의 유연화 등 경제의 서비스화가 진전되는데 따른 결과이다.

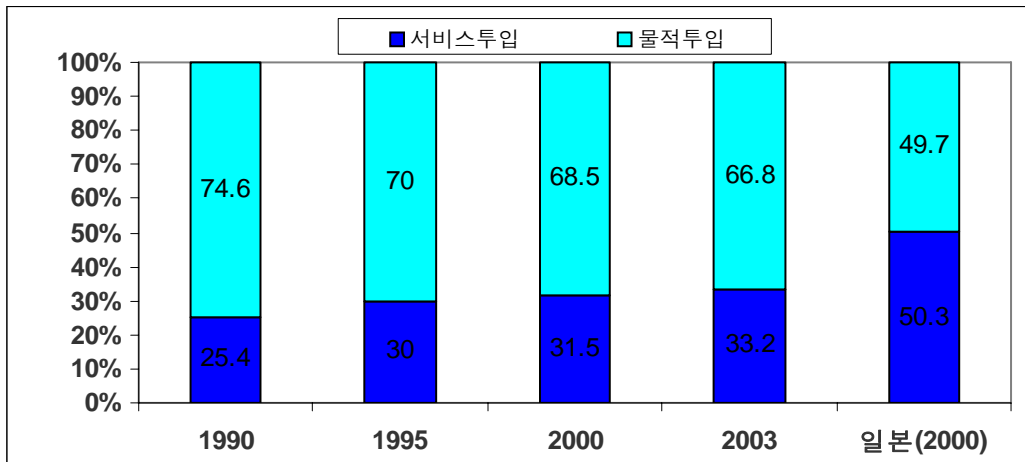
#### 1) 수요의 소프트화

소득수준이 향상되고 인터넷 등 정보통신기술의 급속한 발전으로 상품관련 지식정보의 획득이 쉬워져 소위 ‘똑똑한 소비자’가 시장을 장악하게 되면서 수요의 소프트화가 급진전되었다. 즉, 의식주 등 생필품 중심의 전통적인 수요가 교육, 레저, 복지 등 무형의 서비스 분야로 전환되고, 기호가 고급화되고 까다로워진 고객의 주관적 가치가 중요해짐에 따라 생산시스템의

대응도 달라질 수밖에 없게 되었다. 즉, 기계설비 등 하드웨어 보다는 연구개발, 디자인, 마케팅, 홍보 등 소프트웨어 즉, 서비스 분야가 생산과정에서 점차 중요도를 더하게 되었다.

## 2) 경제의 서비스화

지식정보화 시대가 진전될수록 변화무쌍한 고객의 주관적 만족도에 대응하기 위한 유연한 생산시스템을 가능케 하는 소프트웨어의 운영서비스가 더욱 중요해지고 있다. 가령 산업사회에서는 표준화된 상품을 대량생산하기 위한 기계설비가 상대적으로 중요하고 단순한 운영체계를 뒷받침하는 소프트웨어는 부수적일 수밖에 없었다. 그러나, 주어진 기계설비를 유연하게 활용하여 복잡하고 까다로운 고객의 기호를 만족시킬 수 있는 다양한 제품을 생산하도록 하는 운영 소프트웨어가 상대적으로 더욱 중요해지면서 ‘서비스의 제품화’가 크게 진전되고 있다. 아울러 Dell사에서 제공하는 웹사이트에서 맞춤형 PC를 직접 주문하도록 하는 ‘맞춤형 주문 서비스’와 같이 기존 제품에 서비스를 추가하여 고객의 만족도를 높여주는 ‘제품의 서비스화’도 확산되고 있다. 제조업에서의 이러한 서비스화가 파급, 확산되면서 경제 전반의 서비스화가 크게 약진하고 있다. 서비스 부문이 경제 전반에 미치는 파급효과에 대한 계량적 증거로서 우리 경제의 총 투입액에서 중간재로서 투입되는 서비스의 비중이 1990년에 25.4%에서 2003년에 33.2%로 증가하고 있는데 이러한 추세는 지속되고 있다.



자료: 한국은행, “2003년 산업연관표로 본 우리나라의 경제구조”, 2003. 9.

〈그림 1〉 총 투입액 중 중간재 투입 구성비 추이(%)

### 3) 글로벌화와 IT활용서비스

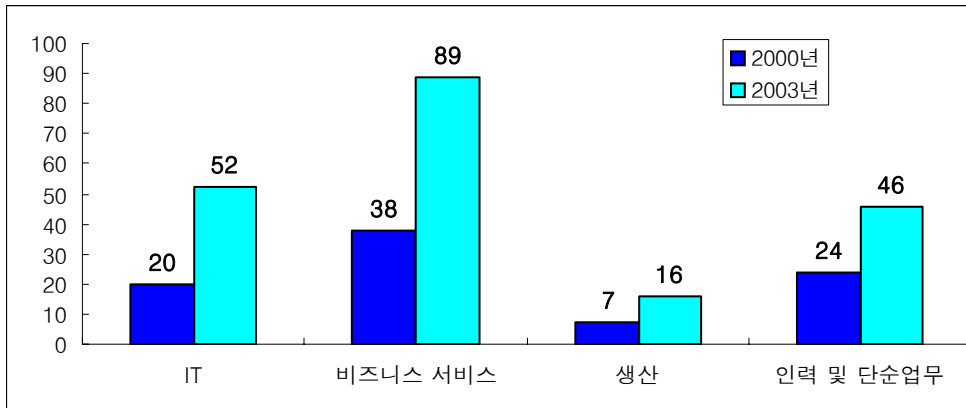
글로벌경제의 진전과 정보통신기술의 급속한 발전으로 기업들은 핵심역량에 전념하고 여타 비즈니스분야는 글로벌 아웃소싱을 통해 네트워크의 통합 효율을 추구하는 가상기업체제가 더욱 촉진되고 있다. 또한 IT서비스는 컨설팅, SI, 그리고 IT를 활용한 새로운 비즈니스의 개발까지를 포괄하는 산업으로 BPO 등을 중심으로 하는 아웃소싱을 촉발시키고 높은 고용유발효과를 창출할 뿐 아니라 다른 산업부문과 연계하여 국가경쟁력을 향상시키는 주된 기간산업으로 자리를 잡고 있다. 현재 IT서비스 산업은 IT분야에서 가장 큰 시장으로 부상하였으며, 그 규모가 메모리 반도체와 휴대폰 시장을 합친 규모의 7배에 이르고 있다.

## 2. 국제 동향

선진국의 비즈니스 서비스 산업은 경영컨설팅, 디자인, 광고 등 기업경영 전반에 걸쳐 전문적인 서비스를 제공함으로써 제조업의 경쟁력을 강화하는데 기여하고, 제조업의 성장은 비즈니스서비스산업을 발전시키는 선순환의 고리가 형성되고 있다. OECD의 비즈니스 서비스 산업의 시장규모는 1995년에 1,100억 달러에서 매년 10% 이상씩 성장하고 국가별 OECD 시장 점유율은 미국(49%), 일본(21%), 프랑스(10%)의 순이다. 최근에는 국가간 인력이동 및 전자상거래의 증가, 다국적 기업의 진출 등으로 비즈니스 서비스의 교역에서 글로벌 경쟁이 심화되고 있다.

우수한 고급인력이 인도, 러시아, 중국 등 개도국에서 선진국으로 대거 공급되고 글로벌 아웃소싱이 단순 서비스에서 IT와 비즈니스 서비스 등 전문분야로 확산되고 있다. 즉, 80년대와 90년대의 아웃소싱은 데이터 및 신용카드 처리 등 비용절감을 위하여 저임금 국가에서 단순 서비스를 조달하는 것이 대부분이었으나 최근에는 시장조사, 회계, 세무, 고객관리 등 보다 복잡한 영역으로 확장되고 있다. 특히 미국은 세계 최대의 아웃소싱 국가로서 미국기업의 90% 가량이 아웃소싱을 경영에 활용하고 있는 것으로 알려졌으며, 일본기업의 경우는 77%가 아웃소싱을 경영에 활용하고 있는 것으로 조사되었다.

주요 선진국의 아웃소싱 시장규모(2002년 기준)를 살펴보면 미국(409억 달러), 독일(391억 달러), 일본(247억 달러), 네덜란드(210억 달러), 이탈리아(203억 달러), 프랑스(191억 달러)의 순을 보이고 있다. 선진국의 비즈니스 서비스 산업이 발달한 것은 성장성 보다는 수익성을 중시하는 경영전략에 기인한다. 즉, 수직적 통합과 비관련 부문으로의 다각화 보다는 핵심역량과 전문분야에의 집중 투자를 통한 차별화와 고부가가치화를 추구하려는 기업풍토 때문이다. 특히 1990년대 들어 급속히 확산되고 있는 아웃소싱은 초기단계의 비용절감 목적에서 최근에는



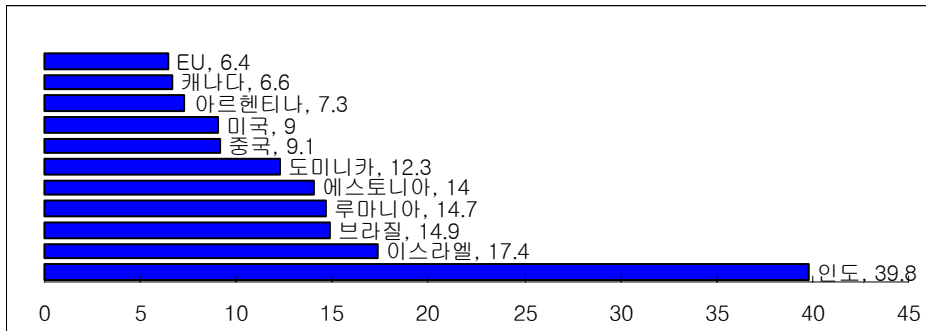
자료: 삼성경제연구소, “아웃소싱 확산과 전략적 대응”, 2004. 4.

〈그림 2〉 미국기업의 경영분야별 아웃소싱 활용비율(%)

한걸음 더 나아가 주력산업을 성장시키기 위한 전략차원에서 운용되고 있다. 이에 따라 생산과 단순 업무 중심에서 벗어나 IT 관련 서비스와 비즈니스 서비스로 중심이동이 이루어지고 있다.

최근 미국을 비롯한 선진국을 중심으로 비즈니스 서비스 산업의 글로벌 아웃소싱이 급속히 확산되고 있다. 이미 지적한 바와 같이 글로벌 아웃소싱이 단순한 비용절감 차원을 넘어 디자인, R&D 등 기업의 핵심 분야로까지 확대되고 있다. 실제로 미국의 Dell, 모토로라, HP 등 선진 기업들이 거의 모든 하이테크 제품에 대한 디자인을 아웃소싱에 의존하고 있으며, 보잉사는 인도의 HCL 테크놀로지와 함께 최신 기종에 사용할 소프트웨어를 개발하고 있다. 선진국들의 비즈니스 서비스산업에 대한 글로벌 아웃소싱으로 인도, 브라질 등 개도국들의 비즈니스 서비스 산업의 성장이 촉진되고 있다. 참고로 글로벌 아웃소싱의 경제적 효과를 살펴보면 비즈니스 서비스를 국내 조달할 경우 보다 글로벌 아웃소싱을 할 경우 30% 정도의 비용절감이 가능한 것으로 분석되고 있다(저임효과에 의한 비용절감 70% - 추가 거래비용 증가 20% - 모니터링 비용 증가 20% = 글로벌 아웃소싱의 총 비용절감 효과 30%).

특히 서비스부문 가운데 90년대 이후 IT 및 비즈니스 프로세스 아웃소싱(Business Process Outsourcing: BPO)을 중심으로 한 비즈니스 서비스의 아웃소싱이 급속하게 확산되고 있고 향후에도 큰 폭의 신장률이 전망되고 있다. 이는 기업들이 경쟁력 확보전략으로서 IT 활용을 추구하면서 나타나는 현상으로 보인다. 과거에는 단순한 IT인프라를 대행해주는 데 그쳤으나 최근에는 기업의 내부 비즈니스 프로세스를 효율화할 수 있는 BPO와 고객사의 프로세스 자체를 변화시키고 효율화하는 아웃소싱으로 BTO(Business Transformation Outsourcing)가 각광을 받고 있



자료: IMF, 대외경제정책연구원

〈그림 3〉 비즈니스 및 기타 서비스 수출 증가율(% , 연평균/1995~2002년)

다. 이에 따라 전 세계 IT 아웃소싱 시장규모는 2003년 1,768억 달러에서 2005년에는 연평균 13.8% 성장한 2,012억 달러에 이르고 2007년에는 연평균 7.8% 성장한 2,356억 달러에 이를 것으로 전망되고 있다. 미국의 경우 이와 같은 글로벌 아웃소싱으로 인하여 기업 이윤이 증가하고 재투자가 활성화됨으로써 2005년 국내총생산(GDP) 증가가 6,800만 달러에 이르고 2010년에는 1억 4,700만 달러 증가할 것으로 예상되고 있다.

〈표 2〉 주요 글로벌 컨설팅사의 영업현황(2003년)

순위	회사명	컨설팅수익 (백만불)	전년대비 성장률 (%)	시장점유율 (%)	컨설턴트 (명)
1	IBM	14,900	-8.6	12.5	72,986
2	Accenture	8,909	-7.0	7.5	66,000
3	Deloitte Touche Tohmatsu	6,075	-4.0	5.1	30,320
4	Cap Gemini Ernst & Young	5,394	-22.6	4.5	37,492
5	CSC	3,170	-12.0	2.7	13,640
6	Hewlett-Packard	3,100	-5.0	2.6	14,987
7	Mckinsey & Company	3,000	-8.9	2.5	7,000
8	BearingPoint	2,368	-17.1	2.0	11,987

자료: Kennedy Information. 박진수, “글로벌 및 국내 컨설팅기업의 경쟁구도 변화”

선진국의 비즈니스 서비스 분야의 산업조직을 보면 대규모 기업의 시장 점유율이 높은 것으로 나타났다. 유럽의 비즈니스 서비스 시장의 경우를 살펴보면 상위 20대 기업의 매출 비중이 거의 절반에 가까운 47%를 점하고 있으며, 종업원 300인 이상인 기업의 수는 1% 미만이지만 고용수준은 30% 내외를 점유하고 있다. 이러한 대규모 기업들은 인수합병을 통하여 기업규모가 더욱 대형화되는 추세를 보이고 있다. 예를 들면, 2000년대 들어 영국의 시장조사업체인

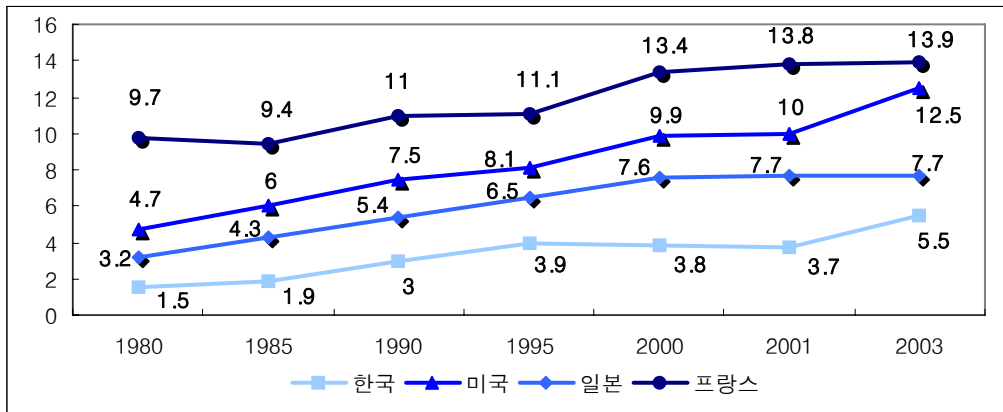
TNS가 프랑스 6대 기업인 Sofres사를 인수 합병한데 이어 미국의 NFO사를 잇달아 인수 합병하였으며, 세계 최대의 컨설팅 기업인 PWC가 IBM에 흡수 합병되었다.

### Ⅲ. 국내 비즈니스 서비스 산업의 현황 및 문제점

#### 1. 부가가치 및 고용 창출

우리나라 비즈니스 산업의 특징은 낮은 생산성과 영세성으로 요약할 수 있다. GDP에서 차지하는 부가가치 생산액의 비중이 5.5%의 낮은 수준에 머물러 있는 반면 대부분의 선진국들은 10%를 훨씬 넘는 수준을 보이고 있다. 더욱이 선진국의 경우 GDP에서 차지하는 부가가치 비중의 상승세가 우리나라 보다 높아 격차가 크다는 점이다. 최근 이 격차가 줄어들고 있으나 여전히 우리나라의 부가가치 비중이 절대 미흡한 수준에 머물고 있다.

또한 비즈니스 서비스 산업의 고용비중(2002년도 기준 5.3%)에 비해 GDP에서 차지하는 부가가치 비중(4.5%)이 낮은 수준을 보여 줌으로써 비즈니스 서비스 산업의 생산성이 전체산업의 평균을 밑돌고 있음을 보여주고 있다.



자료: OECD, Structural Analysis Database

〈그림 4〉 비즈니스 서비스 산업의 대 GDP 비중 변화 추이(% , 명목부가가치 기준)

#### 2. 시장구조

우리나라 비즈니스 서비스 산업은 국내기업들의 아웃소싱 활용이 늘어남에 따라 시장수요가 확대되고 있으나 아직은 초기단계라고 볼 수 있다. 최근 대한상공회의소가 보유하고 있는 기



업정보 DB에 수록된 34,000여개의 비즈니스 서비스 기업들을 분석한 결과 비즈니스 서비스 기업(외감법인 대상)의 매출액이 2001년 44조원에서 2005년 74조원으로 68.0% 증가하였다. 그러나, 비즈니스 서비스 기업들의 평균 연령이 7.5세로서 전체 평균(10.4세)보다 크게 낮았으며 전체 비즈니스 서비스 기업의 96.7%가 100인 미만 기업으로서 영세성을 드러내고 있다. 비즈니스 서비스 산업을 대상으로 한 실태조사에서도 시장개방 및 업체 난립으로 인한 경쟁 심화(33.7%)와 비즈니스 서비스에 대한 인식 부족과 시장규모 협소(18.3%), 그리고 업체의 영세성과 경쟁력 낙후(15.7%) 등이 가장 큰 문제점으로 지적되어 이를 뒷받침하고 있다.

다만, 대한상공회의소의 조사결과를 보면 비즈니스 서비스 관련기업의 69.0%가 국내 비즈니스 서비스 시장이 성장할 것으로 예상하고 있어 향후 전망은 밝은 편이다. 이러한 국내 비즈니스 서비스 시장의 성장은 IT, 물류, 디자인 분야를 중심으로 이루어질 것으로 조사되었다.

국내 기업들이 비즈니스 서비스를 아웃소싱하는 이유가 인건비 등 비용절감을 위한 것이 아직은 35.8%로 가장 높은 수준을 보이고 있으나, 조직 간소화와 경영신속성 증대(27.0%), 전문지식 및 기술인력 부족문제 극복(20.4%), 핵심역량 집중(12.9%) 등도 상당히 높은 비중을 보이고 있어 점차 생산성 향상과 가치 창조 등 선진국 형으로 이행하는 것으로 분석된다.

〈표 3〉 비즈니스 서비스 산업의 활성화 저해요인

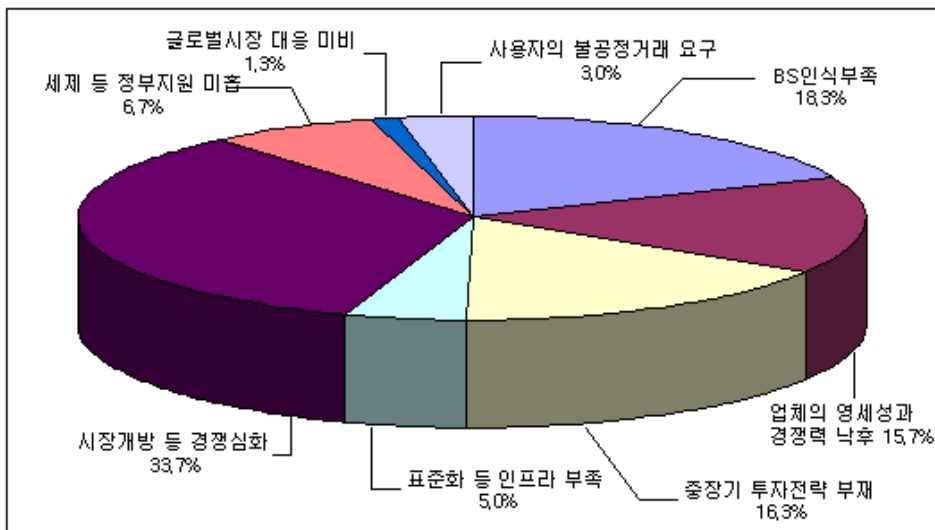
(단위: %)

이용자 기업	응답률(%)	BS기업	응답률(%)
BS의 활용필요성 모름	4.1	수요기업의 아웃소싱 촉진기법 부족	14.3
영세성 등 신뢰도 부족	19.3	영세성 등으로 신뢰기반 취약	15.7
아웃소싱해당 업무 분리 어려움	6.5	수요기업의 BS인식 부족	29.0
관련업무 질 저하 우려	13.1	인력조정에 대한 노조반발	4.3
비용절감효과 의문	14.1	현장중심의 전문인력 부족	18.0
경영성과제고 미흡	6.2	BS의 종합정보 부족	6.3
기업비밀 유출우려	15.4	표준 및 인증제도 부재	3.7
잉여인력 재배치 어려움	4.9	관련 법제도의 불합리	8.0
BS업체에 대한 정보부족	8.5	기타	0.7
BS활용절차 등 표준모델 부재	5.6		
기타	2.3		
전체	100.0	전체	100.0

자료: 대한상공회의소, “비즈니스 서비스산업의 실태와 활성화 과제, 2006. 9.

한편 아웃소싱을 활용하는 기업은 영세성 등으로 신뢰할 만한 비즈니스 서비스기업을 찾기 어렵다는 점(19.3%), 기업비밀이나 노하우 유출 우려(15.4%), 비용절감효과 기대난(14.1%), 관련업무의 질적 저하 우려(13.1%) 등 때문에 아웃소싱을 통한 경영효율을 제대로 추구하지 못하는 것으로 조사되었다. 이에 비해 비즈니스 서비스 기업들은 수요기업의 비즈니스 서비스에 대한 이해부족(29.0%), 현장중심의 전문 인력 부족(18.0%)과 영세성 및 전문성 부족으로 인한 신뢰기반 취약(15.7%), 그리고 관련법제도의 불합리한 규제(8.0%) 등을 주된 경영애로요인으로 호소하고 있다. 이를 종합하면 국내 비즈니스 서비스 산업의 활성화를 위해서는 영세성과 전문성 부족, 그리고 수급업체간 신뢰성 미흡 등이 극복돼야 할 과제로 분석된다.

국내 비즈니스 서비스 분야는 90년대 말 IMF사태를 기점으로 간접부문의 분사를 통해 아웃소싱을 한 것을 계기로 태동되기 시작하였다. 이후 텔레마케팅 등 산업종의 탄생과 경영효율을 위한 아웃소싱의 확대 등에 힘입어 비즈니스 서비스 분야에 신규 참여기업의 수와 함께 고용비중이 늘어나고 이에 따라 매출액 등 시장규모가 여타 서비스 업종에 비해 빠르게 성장하고 있다. 그러나 일부 대기업을 제외하곤 국내 아웃소싱 위주로 시장흐름이 전개되고 있으며, 국내 비즈니스 서비스 기업들은 기업규모, 전문성, 국제화 수준 등에서 선진국 기업들에 비해 현저히 뒤떨어져 있어 글로벌 아웃소싱의 확산추세에 따른 시장 확대의 수혜를 누리지 못하고 있는 실정이다.



자료: 대한상공회의소, “비즈니스 서비스산업의 실태와 활성화 과제, 2006. 9

〈그림 5〉 비즈니스 서비스 업계의 시장불안 요소.

국내 비즈니스 서비스 기업들은 FTA 등 시장개방 및 업체 난립으로 인한 경쟁심화(33.7%), 비즈니스 서비스에 대한 인식 부족(18.3%) 등을 우려하고 있다. 특히 컨설팅(50.0%), 물류(45.5%), 인재파견(45.2%) 등의 업종은 시장개방으로 인한 경쟁심화에 대해 타 업종보다 상대적으로 큰 부담을 느끼고 있는 것으로 조사되었다.

### 3. 경쟁력

비즈니스 서비스 분야의 국내산업의 경쟁력은 선진국에 비해 매우 취약한 실정이다. 경쟁력을 구성하는 요소로는 인력, 교육, 기술, R&D, 브랜드 파워, 표준, 인증, 정부구매, 연관산업의 경쟁력, 외국기업의 진출정도 등이다. 비즈니스 서비스 산업 중에서도 컨설팅 등 부가가치가 높은 분야에서는 고급인력과 기술력, 그리고 브랜드 파워를 앞세운 선진국 기업들이 국내시장의 절반 이상을 점유하고 있으며 상위 기업그룹은 외국계 기업들로 채워져 있다. 이에 비해 우리나라 비즈니스 서비스 기업들은 대부분 중소기업들로 구성되어 있고 영세성을 면치 못하고 있다.

대한상공회의소의 실태조사에서도 비즈니스 서비스 업체들은 업체의 영세성과 경쟁력 낙후(15.7%)와 R&D 등 중장기 경쟁력 강화 투자전략의 부재(16.3%)를 문제점으로 지적하고 있으며, 수요업체들도 영세성 등 신뢰할 만한 아웃소싱 업체를 찾기 어려움(19.3%)과 비용절감효과를 기대하기 어려움(14.1%), 그리고 관련업무의 질 저하 우려(13.1%)와 경영성과나 효율제고 효과 기대 어려움(6.2%) 등을 지적함으로써 국내 비즈니스 서비스업체의 경쟁력에 의문을 품고 있음을 알 수 있다.

컨설팅분야를 기준으로 볼 때 국내 대표기업들의 생산성은 외국계 기업의 절반 수준에 불과한 것으로 알려졌으며, 교육시간도 미국기업의 20% 수준에 머물러 있다. 또한 브랜드 파워나 R&D에서도 외국계 기업들과는 비교가 되지 않아 경쟁력 기반이 취약한 편이다.

〈표 4〉 주요 비즈니스 서비스 분야의 경쟁력 분석

분야	현황	경쟁력	정책과제
컨설팅	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 국내대표기업의 생산성: 국내진출 외국기업의 1/2</li> <li>- 외국계기업 국내진출 증대</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 교육부족(미국 400시간, 국내 80시간)</li> <li>- 외국기업은 R&amp;D 비중이 높고, 센터 보유</li> <li>- 브랜드 파워 미흡</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 핵심역량 개발</li> <li>- 인력 개발</li> <li>- 해외기업 진출 대응</li> </ul>
시장조사	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 조사비용지수: 미국 242, 한국 96</li> <li>- 단순조사 위주</li> <li>- 외국기업이 국내 시장 점유율 1~3위 차지</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 교육 및 연구개발 미흡</li> <li>- 표준화 및 인증제도 미비</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 인력 개발</li> <li>- 솔루션 개발</li> <li>- 표준화</li> <li>- 정부구매</li> </ul>
인력공급	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 외국의인력파견자수: 경제활동인구의 1~2%</li> <li>- 국내 인력파견자수: 경제활동인구의 0.27%</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 근로자파견법 직종, 기간제한이 성장 저해</li> <li>- 과당경쟁</li> <li>- 인식도 낮음</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 규제완화</li> <li>- 인력개발</li> <li>- 솔루션 개발</li> <li>- 인식개선</li> </ul>

자료: 박진수, “글로벌 및 국내 컨설팅기업의 경쟁구도 변화”

## Ⅳ. 우리나라 비즈니스 서비스 산업의 발전 방향

### 1. 정책 과제

우리 경제가 선진국 경제로 확실한 자리매김을 하기 위해서는 국내 비즈니스 서비스 산업을 새로운 성장 동력으로 삼아 체계적인 육성정책을 추진해 나가야 한다. 대한상공회의소의 실사결과를 바탕으로 국내 비즈니스 서비스 산업의 발전과제를 공급 기업과 수요 기업의 입장에서 정리하면 다음과 같다.

먼저 비즈니스 서비스 기업들이 제기한 정책과제를 살펴보면 첫째, 무엇보다도 현장의 비즈니스 과제를 효과적으로 해결할 수 있는 전문 인력을 양성해서 공급할 수 있는 체계의 확립(34.3%)이 시급하다. 둘째, IT기술 등을 접목시켜 고부가가치 산업으로 육성하는 정책지원(28.3%)이 필요하다. 셋째, 경쟁력 강화를 위한 투자 활성화를 촉진하는 법제도의 유인체제를 보강(24.7%)해야 한다. 넷째, 해외 진출 및 글로벌 아웃소싱 수주 확보를 위한 지원체계의 구축(8.0%)이 필요하다. 이 밖에도 과당경쟁을 방지하고 영세성을 극복, 경쟁력을 높여 나가기 위해서는 비즈니스 서비스 기업간의 인수 합병을 촉진하기 위한 정책지원(4.3%)의 보완 필요성도 제시되었다.

반면, 수요업체들은 비즈니스 서비스 업체의 전문성 확보(29.5%), 비즈니스 서비스 업체의 신뢰성과 경쟁력 향상(23.0%), 비즈니스 서비스 이용활성화를 위한 가이드라인과 참조모델 제시 등 인프라 확충(17.5%), 비즈니스 서비스 업체의 철저한 사후관리 서비스 체계 구축(11.5%) 등을 주요 정책과제로 제기하고 있다. 이 밖에 비즈니스 서비스 이용촉진을 위한 경영기법 확산 보급(5.0%)과 서비스 표준화 및 인증시스템 개발 확산(5.0%) 등도 보완되어야 할 과제로 제시되었다.

이상의 결과를 종합하면 우리나라의 비즈니스 서비스 산업의 발전을 위한 정책과제는 다음과 같이 요약될 수 있다.

- 전문 인력 양성, 공급체계 구축
- 비즈니스 서비스 산업의 경쟁력 향상을 위한 투자활성화
- 국내 비즈니스 서비스 시장의 확대 조성
- 아웃소싱 관련 경영기법의 보급과 참조모델의 확산
- 인수합병 등 관련 법제의 개선
- 서비스 표준화 및 인증 시스템 구축 등

## 2. 발전 방향

21세기는 지식정보화가 더욱 진척되고 불확실성이 더욱 심화될 것이 확실시됨에 따라 기업 경쟁력을 구성하는 요소에서 IT활용 능력과 네트워크 통합능력이 핵심요인으로 부각되고 있다. 따라서 국가경쟁력 강화를 위해 새로운 성장 동력으로서 비즈니스 서비스 산업의 활성화를 촉진할 전략적 대응이 시급하다. 이러한 발전 전략은 무엇보다도 먼저 기업차원에서 자생적으로 추진되어야 하며, 국가는 이러한 기업의 노력이 효과적으로 추진될 수 있도록 다각적인 정책지원 체계를 개발해 나가야 하겠다.

먼저 기업들은 아웃소싱 확산에 따른 산업발전의 새로운 패러다임에 잘 적응해야 한다. 정보통신기술의 급속한 발전과 산업의 수직적 계열구조의 해체, 그리고 전문성을 기반으로 한 글로벌 네트워크 통합과 참여 능력이 기업 경쟁력의 큰 틀을 형성한다는 인식을 확실히 해야 한다. 또한 자신의 핵심역량을 명확히 하고 글로벌 수준의 역량을 지속적으로 확보하기 위한 전략을 추진하면서 경쟁력 있는 산업네트워크에 참여할 수 있어야 한다. 이를 위해서는 디자인, R&D와 같은 가치사슬 상층부의 선진기업을 공급업체로 활용, 자신의 부족한 부분을 보완할 수 있어야 한다. 또한 유사업종이나 이업종기업간 인수합병을 통해 대형화와 전문화를 이루어 나가야 한다. 아울러 비즈니스 서비스 업체들은 전문성과 신뢰성을 확보하기 위한 투자를 통해 BPO등 장기적이고 포괄적인 아웃소싱 시장의 확산에도 대비해야 할 것이다.

이러한 기업의 노력과 병행하여 정부는 비즈니스 서비스 기업의 전문성을 육성하는 정책을 우선적으로 추진해야 한다. 이를 위해서는 전문성과 국제화 능력이 뛰어난 고급인력을 양성 공급하는 체계를 구축해 나가야 한다. 해외 유학생, 교포, 외국인 등 해외 우수인력의 국내 유치를 촉진하기 위한 출입국 관리 및 조세 정책을 재정비할 필요가 있다. 또한 비즈니스 서비스 전문의 학제와 교육기관을 설립하고, 대학의 컨설팅 활동과 R&D 활동을 장려하는 제도 정비도 병행 추진되어야 한다. 둘째, 비즈니스 서비스 산업의 경쟁력 강화를 위한 투자활성화를 촉진하여야 한다. 지적재산권보호, 아웃소싱 DB구축, 선진계약관행 정착 등 비즈니스 서비스 산업의 저변 확대와 인프라를 구축하는 한편 부지와 시설 부담을 경감해주고, IT기반 확충을 위한 투자와 전문인력 양성 등에 세제금융 지원을 확대해 나가야 한다. 아울러 지역과 산업의 클러스터별로 아웃소싱 특화분야를 선정하고 전문업체를 집중 육성하는 방안도 강구해 나가야 한다. 셋째, 비즈니스 서비스 시장확충을 위한 조치를 병행해 나가야 한다. 즉, 정책 개발, 행정 혁신, 서비스 개선, 공익 광고 등 공공부문의 업무에서 민간의 아웃소싱을 확대하되 가격경쟁을 지양하고 지식에 대한 가치를 중심으로 한 합리적인 거래 관행을 정착 시키는데 선도적 역할을 수행해야 한다. 이와 함께 세계최고 수준의 디지털 인프라와 능동적

인 선도소비층 등 디지털 분야에서의 경쟁우위 환경을 십분 활용하여 글로벌 아웃소싱의 거점국가를 지향하는 등 해외수요를 적극적으로 활용하는 시장개척 노력을 전개해 나가야 한다. 넷째, 대기업과 중소기업간 개방적 협력체제로의 전환을 유도하는 정책을 추진해 나가야 한다. 대기업과 중소기업이 수평적 거래관계가 형성되도록 아웃소싱 관련법과 제도를 현실에 맞게 개선하는 등 중소기업을 비즈니스 서비스 전문업체로 거듭나도록 대형화 전문화를 촉진해 나가야 한다. 이 밖에도 서비스 표준화 및 인증시스템, 그리고 아웃소싱 성과의 홍보 확산 등을 통해 비즈니스 서비스 산업의 발전 기반을 확충해 나가야 할 것이다.

## 참고문헌

- 남기찬(2006), “비즈니스 중심의 IT아웃소싱 서비스 제공 전략”, 서강아웃소싱센터
- 대한상공회의소(2006), “비즈니스 서비스 산업의 실태와 활성화 과제”
- 박명수·정인수(2004), “지식기반서비스업의 고용구조 변화 분석”, 한국노동연구원
- 박진수(2006), “글로벌 및 국내 컨설팅기업의 경쟁구도 변화”, 한국산업연구원
- 박진수(2005), “비즈니스 서비스 산업의 현황과 과제”, 한국산업연구원
- 삼성경제연구소(2005), “전략 서비스 산업의 경쟁력 강화방안”
- 삼성경제연구소(2004), “아웃소싱 확산과 전략적 대응”
- 오정연(2006), “서비스산업의 부상과 서비스 사이언스의 태동”, 한국정보사회진흥원
- 이흥식·이경희(2006), “서비스산업의 아웃소싱 확산과 한·미 FTA에 대한 시사점”, 대외경제정책연구원
- 한국은행(2007), “2003년 산업연관표로 본 우리나라의 경제구조”
- 한국IT서비스학회 서비스사이언스연구회(2006), “서비스 사이언스”, 매일경제신문사