

## 콜센터산업에 대한 정부의 정책방향

### 산업자원부 산업정책과 권순선

최근 들어 우리 경제의 성장동력으로서 서비스산업의 중요성이 부각되고 있는데 이는 서비스산업이 경제에서 차지하는 비중이 매우 클 뿐만 아니라 향후 성장과 발전의 여지가 크기 때문이다.

그 동안 우리 경제는 '80~'90년대의 자본투입 주도형(investment-driven)발전전략 추진으로 생산공정 분야에서는 세계적 경쟁력을 확보하였으나, 선진국에 비해 신제품개발능력(선진국의 70%)과 부품자급도(선진국의 65%)가 낮고, 중국의 빠른 성장으로 휴대폰·디스플레이 등 주력산업의 기술력 격차가 4~8년에 불과한 것으로 나타나고 있다.

따라서, 우리경제가 국민소득 1만불의 함정에서 벗어나서 2만불을 달성하고, 글로벌 경쟁이 치열해지는 새로운 산업환경 패러다임 하에서 경제성장을 지속하기 위해서는 10년 후 산업환경을 감안한 성장동력의 추진과 함께 기계, 정밀화학 등 전통 산업과 서비스산업을 동반 발전시키는 전략을 추진해야만 할 것이다.

그러나, 우리 나라의 서비스산업의 현실을 보면 2002년 기준으로 GDP의 55.8%, 전체 고용의 63.3%를 차지하면서 외형상 성장하였으나, 노동생산성이 제조업의 63%, 선진국의 절반수준에 불과해 부가가치와 일자리 창출 효과가 높은 서비스업 중심으로 산업 구조를 고도화할 필요성이 대두되고 있다.

80년대 이후 선진국에서는 공통적으로 "탈산업화"(de-industrialization)현상과 소득향상에 따른 서비스 소비 증가로 사회전체가 서비스 중심으로 이동하는 '경제의 서비스화'가 진행되는 한편, 제조기업들이 서비스에 의한 제품 차별화 전략을 적극 추진하는 '제조업의 서비스화' 현상이 나타났다.

미국이 90년대 중반, 전후 최대의 호황을 누렸던 것도 첨단기술 위주의 제조업 재편과 지식기반형 서비스경제화에서 비롯된 것이다.

결국 서비스산업의 지식집약화, 고효율화가 성장동력 추진과 선진경제 진입의 관건임을 시사하는 것이다. 정부는 이와 같은 서비스산업의 중요성을 충분히 인식하고, 특히 콜센터, 컨설팅, 디자인, 광고, 인적자원관리 등 비즈니스서비스산업을 활

성화시키기 위해 노력하고 있으며, 기업이 핵심역량에 모든 자원을 집중하고 비핵심사업은 외주화(outsourcing)하는 것을 적극 유도하고 있다.

콜센터산업은 국가 경제적 측면에서 성장잠재력과 고용창출효과가 크고, 기업 입장에서는 시장정보 수집과 분석, 판매된 상품이나 서비스에 대한 A/S나 불만사항 처리 더 나아가 적극적인 대고객 일선창구로서 차별화된 마케팅 전략과 철저한 고객관계관리(CRM) 등을 통해 기업의 부가가치를 극대화 할 수 있는 중요한 산업이기에 적극적으로 육성해 나갈 방침이다.

콜센터산업 현황을 살펴보면, 미국의 경우, 콜센터 수는 '96년 60,000여개에서 '02년 100,000여개로 급속도로 증가하였고, 상담원 수는 약 230만명에 이르며, 시장규모는 약6,600억불에 달한다. 우리나라의 경우, '90년대 후반부터 급성장하여 '03년 현재 약 2,500여개의 콜센터에 30만여명의 상담원들이 근무하고 있으며, 시장규모는 약 9조5,000억원에이른다. 최근 증가하는 해외진출과 국내 수요처의 다양화로 콜센터산업은 매년 15~24% 증가하여 2008년에는 약 24조원 규모의 시장으로 성장할 것으로 전망된다.

정부는 관련업체간 네트워크 구축, 인력양성 지원, 인증? 포상제도 도입, 제도개선 등을 통해 콜센터산업의 성장기반을 조성해 나갈 계획이다.

한국의 콜센터 관련산업이 성장하기 위해서는 콜센터산업 기술에 대한 정확한 시장의 평가와 기술에 대한 정보공유를 통해 콜센터 운영기업이 관련기기 생산기업의 정확한 기술수준을 알 수 있어야 하고, 관련기술이 산업계 전반에 확산되도록 촉진하는 것이 필요하다. 이에 정부에서는 2003년부터 「콜센터산업 기술정보 인프라 구축사업」을 통해 국내 콜센터 산업 기술정보의 공유와 확산을 촉진해 오고 있으며, 앞으로 해외 선진사례의 벤치마킹을 통하여 국내 콜센터의 선진화를 지원해 나갈 예정이다.

또한, 국내 콜센터 운영의 노하우와 세계수준의 정보통신기술을 감안하여, 국내 관련기업의 중국, 동남아 등 해외시장 개척을 지원할 계획이다. 기업의 관련 기술 및 서비스 수출을 지원하기 위해 KOTRA 등 지원기관과 기업간의 네트워크 및 수출마케팅에 대한 지원을 강화하고, 애로사항을 적극 발굴하여 해결해 나가자 한다.

정부는 중기적으로 최근 급속한 성장세를 보이고 있는 콜센터(고객만족센터) 종사 인력의 전문화를 도모하고 유희 여성인력의 재교육을 통해 업계가 필요로 하는 인력공급을 위해 업계, 대학 등과 협력하여 현장수요에 부응하는 다양한 인력양성 프로그램을 개발하고 인력양성을 지원하는 방안을 검토중이며, 국내 기업의 서비스

품질향상 의식을 고취하기 위하여 우수 콜센터에 대한 인증제도 및 포상제도 도입을 검토중이다.

그러나 콜센터산업도 본질적으로 하나의 산업인 만큼 시장경제의 원칙에서 스스로 생존, 성장하는 것이 바람직하다고 판단한다. 정부는 어디까지나 콜센터기업활동을 성장기반 조성, 불합리한 제도개선 등을 통해 측면에서 지원할 뿐이며, 서비스 및 관련 기술의 고도화를 통해 부가가치를 창출하고 자신의 기업가치를 높이는 것은 개별업체 자신의 몫이라고 생각한다