

주요국의 서비스장벽 현황과 대응방안

kotra
Korea Trade-Investment
Promotion Agency



CONTENTS

목 차

요 약 / 1

I. 서비스산업 해외 진출 현황 / 3

- | | |
|---|------------------|
| 3 | 1. 서비스산업 해외진출 개요 |
| 4 | 2. 서비스산업 발전 동향 |
| 9 | 3. 해외시장 진출 사례 |

II. 주요국의 서비스장벽 현황 / 12

- | | |
|----|-------------------|
| 12 | 1. 서비스장벽 개요 |
| 13 | 2. 업종별 서비스장벽 세부내용 |

III. 서비스장벽 개선방안 / 22

참고 : 서비스 수지 통계상의 주요 서비스 교역의 정의 / 24

요 약

우리나라 서비스 수출은 꾸준히 성장해 1990년 92억 달러에서 2007년 643억 달러로 괄목할만한 성장을 이뤘다. 세계 서비스시장 점유율도 1990년 1.17%에서 2007년 1.97%로 증가했다. 우리나라 서비스 기업의 해외시장 진출도 2000년대 후반 들어서 급격하게 증가했다. 2003년 16억 달러에 그친 서비스업 해외진출이 2007년에는 111억 달러에 달했다. 서비스산업의 해외진출은 양적인 증가와 더불어 질적인 면에서도 발전했다. 서비스 수출은 금융서비스와 특허권 수출이 크게 늘고, 해외진출도 사업서비스업과 금융업의 해외진출이 눈에 띄게 성장했다.

그러나 우리나라 서비스산업의 경쟁력은 아직 낮은 수준에 머물러 있다. 서비스 무역수지는 IMF 금융위기이후 지속적인 적자를 보이며 1999년 7억 달러 적자에서 2007년 206억 달러 적자로 확대됐다. 서비스산업의 생산성은 제조업 생산성의 절반에도 미치지 못하고 있다.

서비스 무역적자해소와 지속적인 서비스산업의 해외진출을 위해서는 국내 서비스산업의 경쟁력 강화와 더불어 해외시장 진출을 위한 지원이 병행돼야 한다. 서비스산업의 해외진출에서 가장 중요하게 관심을 가져야 하는 부분은 해외시장의 진입장벽이다. 서비스산업은 무정형이어서 상품수출과는 달리 관세에 의한 시장접근 제한이 아닌 정부정책으로 시장진입을 금지하거나 제한하고 있다.

코트라는 2008년 4~5월 13개의 주요 해외시장의 금융, 통신, 건설, 유통 등 주요서비스분야의 서비스장벽을 조사했다. 서비스장벽은 크게 두 가지로 구분된다. 첫째는 자국 내에 외국인 법인 설립을 제한하거나 외국법인이 서비스를 제공하는 것을 제한하는 시장접근제한 형태이다. 둘째는 시장접근은 허용하나 시장개방 이행을 지연하거나 운영상에 차별적인 조항을 뒤 외국계 서비스업체의 영업활동을 제한하는 형태다.

서비스산업의 원활한 해외시장 진출을 위해서는 서비스장벽에 적절한 대응이 필요하다. 해외시장의 서비스장벽 대응은 국내와 해외 양방향에서 준비를 해야 한다. 국내에서는 상품교역의 수입규제 모니터링 시스템과 유사한 서비스장벽 데이터베이스 구축과 아울러 서비스업계의 해외진출 애로사항을 수집하고 종합적으로 관리할 수 있는 협의체 구축도 필요하다.

해외에서는 다자·양자협상에 능동적으로 참여하는 동시에 협상능력을 제고하는 것이 관건이다. WTO와 FTA를 통한 시장개방과 국제서비스규범 협상에 적극적으로 참여해 우리입장을 반영시켜야 한다. 또한 통신서비스와 같은 기간산업은 외국계기업의 시장진입이 원천 봉쇄되는 경우가 많아 정부간 경제·기술협력 프로젝트를 통해 우리서비스기업의 진출을 지원하는 전략이 필요하다.

국제협상참여와 더불어 주재공관과 유관기관들의 역할도 중요하다. WTO나 FTA를 통해 시장개방이 된 경우에도 이행단계나 면허발급 등 운영단계에서, 이행·운영주체인 지방정부의 관료주의와 행정력 미비가 서비스장벽으로 작용한다. 이를 상시 모니터링하고 해당정부에 효율적으로 의견을 개진할 수 있도록 전문성을 갖춰야 한다.

I. 서비스산업 해외시장진출 현황

1. 서비스 산업 해외진출 개요

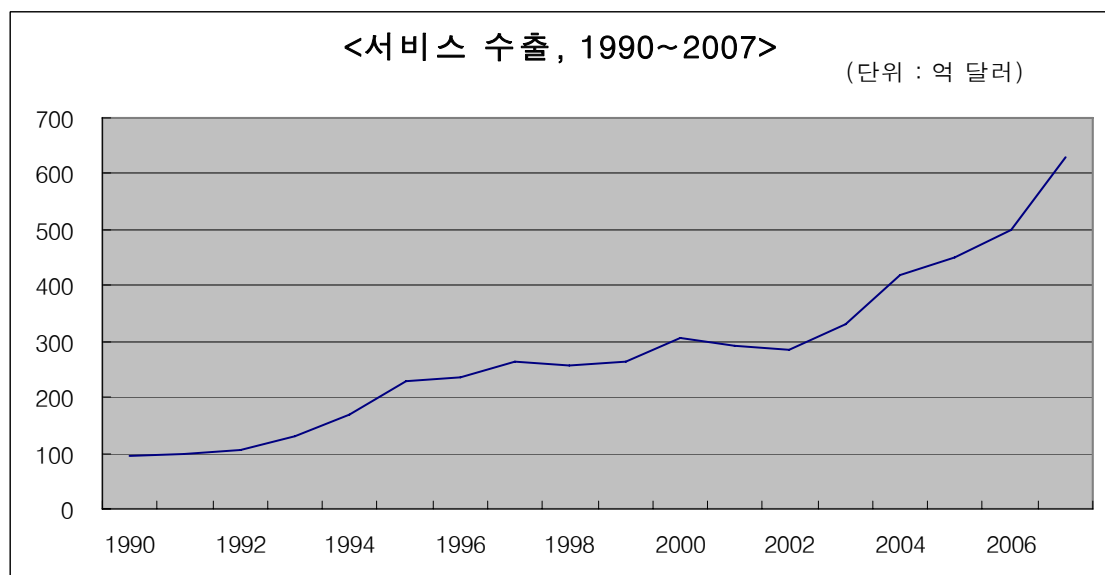
- 상품수출이 조선, 자동차, 반도체 등을 중심으로 세계적인 경쟁력을 갖춰 나가며 괄목할 만한 성장을 이뤄 2007년 세계 수출 11위, 3715억 달러를 달성함.
- 서비스산업의 경우도 OECD회원국과 비교, 아직은 생산성과 경쟁력이 낮으나 국내서비스시장의 포화와 몇몇 선도기업들의 경쟁력 강화로 해외 시장 개척을 적극 추진해 나가고 있음.
 - 서비스 수출은 1990년 92억 달러 시장 점유율 1.17%(19위)에서 2007년 643억 달러 세계시장 점유율 1.97%의 세계 15위로 성장
 - 서비스 투자 진출은 2003년 16억 달러에서 2007년 110억 달러로 최근 4년간 급격히 증가함.
- 그러나 우리나라 서비스산업의 만성적인 서비스 무역수지 적자와 여전히 낮은 생산성은 지속적인 서비스산업 발전에 걸림돌이 되고 있어 생산성향상을 위한 노력이 필요함.
 - IMF 금융위기이후 서비스 수지 적자폭 확대
 - * 1999년 → △7억 달러, 2003년 → △74억 달러, 2007년 → △206억 달러
 - 한국의 서비스업 1인당 부가가치는 2003년 기준 미국의 46.7%에 그침.
- 한편 국내 서비스 시장의 선진화와 우리나라의 서비스 수출 및 해외 진출의 지속적인 확대를 위해서 주요 해외시장의 직·간접적 서비스 장벽을 파악해 서비스장벽 제거를 위한 전략적 노력이 필요함.
- 이 보고서에서는 서비스 수출과 투자진출의 일반적인 현황을 분석하고 주요국의 서비스장벽 특징과 대응방향을 논의함.

2. 서비스 산업 발전 동향

□ 서비스 산업이 한국 경제에 미치는 영향 증가

- 국가의 경제규모가 성장하면서 서비스 산업의 중요성은 높아지고 서비스 산업의 종류도 다양해지는 경향이 있음.
- 서비스 산업의 경제 기여도 증가
 - 1990년에 49.5%를 기록했던 서비스 산업이 경제에서 차지하는 비중은 2002년 잠시 하락한 이후 지속적으로 증가, 2007년에는 57.6%를 기록¹⁾
 - 고용 비중도 1990년에 55%였으나 2007년에 67%로 급증²⁾
 - 컨설팅과 같은 사업관련 서비스의 확대 등 서비스 다양화도 진행 중

□ 서비스 수출의 다양화 및 꾸준한 성장 진행 중



자료 : 한국은행 통계시스템

1) SERI (2008) 서비스산업의 생산성 국제비교

2) 기획재정부 (2008) 성장동력 확충과 서비스수지 개선을 위한 서비스산업 선진화 방안

- OECD 여타 국가와 비교, 수준은 낮으나 서비스 수출이 다양화 되고, 서비스산업의 생산성과 경쟁력이 타국가와 비교 상대적으로 빠르게 성장하고 있음.

<서비스 수출, 1990~2007>

(단위 : 백만 달러, %)

분류	1990 (비중)	1995 (비중)	2000 (비중)	2005 (비중)	2007 (비중)
운수	3,179 (33.0)	9,272 (40.6)	13,687 (44.8)	23,877 (52.9)	33,767 (53.6)
사업서비스	2,376 (24.7)	6,761 (29.6)	7,200 (23.6)	9,422 (20.9)	14,124 (22.4)
여행	3,161 (32.8)	5,150 (22.6)	6,834 (22.4)	5,806 (12.9)	5,797 (9.2)
금융서비스	1 (0.0)	105 (0.5)	705 (2.3)	1,651 (3.7)	4,146 (6.6)
특허권 등 사용료	37 (0.4)	299 (1.3)	688 (2.3)	1,908 (4.2)	1,920 (3.0)
정부서비스	482 (5.0)	694 (3.0)	787 (2.6)	1,418 (3.1)	1,497 (2.4)
통신서비스	395 (4.1)	561 (2.5)	387 (1.3)	443 (1.0)	574 (0.9)
개인, 문화, 오락 서비스	0 (0.0)	0 (0.0)	137 (0.4)	268 (0.6)	416 (0.7)
컴퓨터 및 정보서비스	3 (0.0)	5 (0.0)	11 (0.0)	57 (0.1)	339 (0.5)
보험서비스	4 (0.0)	-20a (-0.1)	68 (0.2)	169 (0.4)	319 (0.5)
건설서비스	0 (0.0)	0 (0.0)	29 (0.1)	111 (0.2)	136 (0.2)
총 서비스	9,637 (100.0)	22,827 (100.0)	30,534 (100.0)	45,129 (100.0)	63,034 (100.0)

자료 : 한국은행 경제통계시스템

a : 보험서비스 수출의 경우 프리미엄수입과 보험금 지급의 차이를 계상해 몇몇 경우 마이너스 실적 존재

- 서비스 수출금액 또한 꾸준한 증가세

- 총 서비스 수출은 1990년 96억 달러에서 2007년 630억 달러로 증가해 연평균 32.6% 성장률을 기록, 동기간 세계 서비스 수출 연평균 증가율 18.7%를 상회함.

- 수출구조도 단순한 운수·여행서비스 중심에서 금융·사업서비스 등 다양한 서비스 분야로 확대
 - 1990년 전체 서비스 수출의 32.8%로 서비스 수출 2위를 차지했던 여행서비스의 경우 지속적으로 비중이 낮아져 2007년에는 9.2%에 그침.
 - 반면 금융서비스와 사업서비스 비중이 지속적으로 높아져 금융 서비스는 1990년 100만 달러에서 2007년 41억 달러로 급증해 운수, 사업서비스, 여행에 이어 서비스 수출 4위를 기록함.
 - 특허권 등 지적재산권 사용료에 대한 수입도 같은기간 중 3700만 달러에서 19억 달러로 증가, 서비스수출이 다양화 됨.

□ 서비스 기업의 해외진출 현황

- 우리나라 서비스 산업의 전반적인 해외시장진출 현황을 파악하기 위해서는 서비스 무역수지를 통한 서비스 수출 현황파악과 더불어 해외투자진출 실적을 통한 해외투자진출 현황파악도 필요
 - 현재 무역수지의 서비스 수출 통계는 해외에 현지법인을 설립해 제공하는 서비스는 제외되고 있기 때문에 해외투자 통계를 통한 간접적 해외서비스 수출을 살펴볼 필요가 있음.
- 서비스 기업의 해외진출 현황
 - 해외서비스 투자는 2007년에 사업서비스업, 도·소매업, 부동산·임대업, 금융·보험업, 건설업 등의 순서로 투자금액이 많았음.
 - 사업서비스업의 급격한 증가는 2007년 들어서 해외 M&A를 위한 우리 기업의 해외지주회사 진출이 증가한 것에 기인함.³⁾
 - 캄보디아, 베트남, 카자흐스탄 등 경제가 급성장하면서 부동산 경기가 활황인 신흥시장의 부동산업 투자도 급격히 증가함.

3) 수출입은행 (2008) 2007 해외직접투자 통계. 대표적인 예는 아일랜드에 설립한 두산의 지주회사

<서비스산업 주요 업종별 해외직접투자>

(단위 : 백만 달러, %)

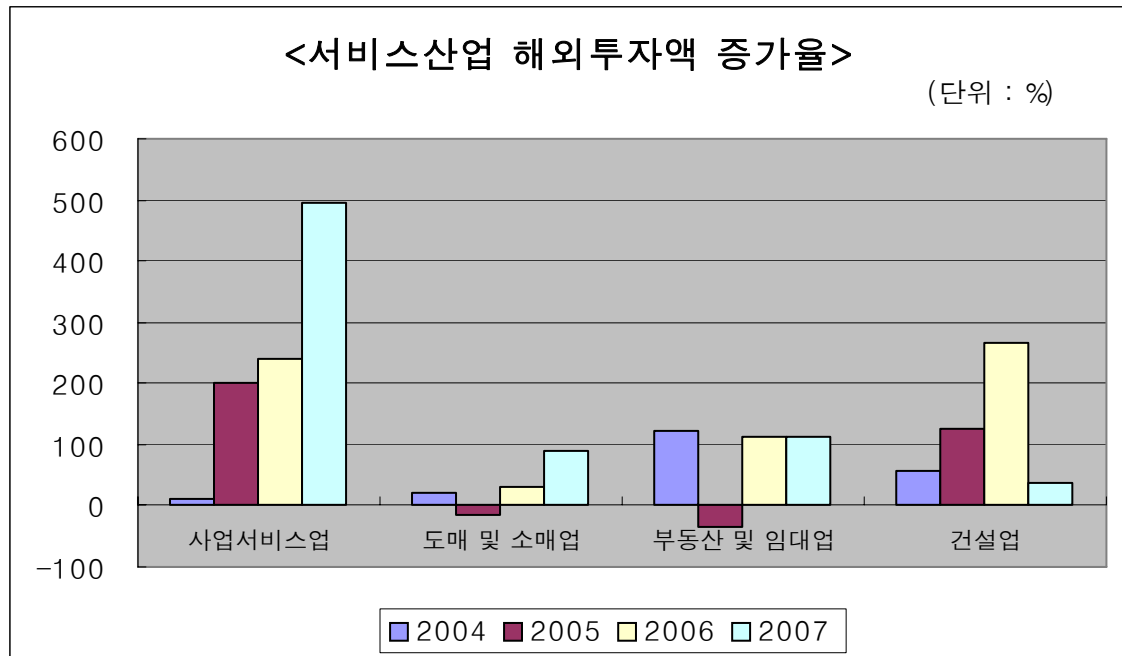
	2003 (비중)	2004 (비중)	2005 (비중)	2006 (비중)	2007 (비중)
사업서비스업	50 (3.1)	56 (2.4)	169 (6.6)	572 (13.0)	3,400 (30.7)
도매 및 소매업	961 (58.9)	1,168 (49.5)	988 (38.6)	1,292 (29.4)	2,461 (22.2)
부동산 및 임대업	251 (15.4)	556 (23.6)	371 (14.5)	789 (17.9)	1,679 (15.1)
금융 및 보험업	51 (3.1)	83 (3.5)	146 (5.7)	146 (3.3)	1,033 (9.3)
건설업	50 (3.1)	79 (3.3)	178 (7.0)	653 (14.9)	887 (8.0)
전기, 가스 및 수도사업	0 (0)	0 (0)	60 (2.4)	31 (0.7)	398 (3.6)
운수업	15 (0.9)	21 (0.9)	123 (4.8)	207 (4.7)	382 (3.4)
숙박 및 음식점업	79 (4.8)	111 (4.7)	202 (7.9)	212 (4.8)	314 (2.8)
오락, 문화 및 운동관련 서비스업	45 (2.7)	97 (4.1)	89 (3.5)	153 (3.5)	234 (2.1)
통신업	66 (4.0)	82 (3.5)	139 (5.4)	203 (4.6)	137 (1.2)
기 타	64 (3.9)	105 (4.5)	94 (3.7)	142 (3.2)	162 (1.5)
합 계	1,631 (100)	2,357 (100)	2,558 (100)	4,400 (100)	11,089 (100)

자료 : 수출입은행 해외투자진출통계

○ 국내 시장개방으로 서비스산업 경쟁력 강화 추세

- 전반적인 한국 서비스 산업의 생산성이 낮은 부분이 아직은 많고 세계적으로 인지도가 높은 기업들이 많지 않은 편임.
- 그러나 전체 서비스 산업의 전반적인 낮은 생산성에도 불구하고 국내 서비스시장 개방이후 치열한 경쟁을 통해 몇몇 선도기업들이 해외 시장 진출에 충분한 역량을 축적하기 시작함.

- 예로서, 국내 유통서비스의 경우 이마트·롯데마트 등은 경쟁력을 확보, 아시아 유통시장에 성공적인 진출 활동을 펼치고 있음.



- 보험과 같이 이미 다국적 기업이 장악하고 있는 분야도 있지만, 아시아 및 이머징마켓에서 틈새시장이 확대되고 새롭게 시장이 형성되는 분야도 있어 우리 서비스기업에게 기회로 다가옴.
- 지리적 이점과 문화적 유사성 등은 아시아 지역 서비스 시장 진출에 유리한 측면으로 작용하고 있으며, 사업서비스와 같이 최근 제조업 진출과 동반해 해외진출을 확대하는 경우도 있음.

3 해외시장 진출 사례

□ 통신서비스 해외진출

- SK텔레콤은 선진적인 국내 통신시장에서 얻은 경험과 경쟁력을 바탕으로 1990년대 후반부터 이동통신, 초고속 인터넷서비스 분야에서 베트남, 몽골, 중국, 러시아 등 신흥시장에 진출을 시작함.⁴⁾
 - 1999년 몽골 통신업체인 Skytel에 현물출자 방법으로 진출해 이듬해인 2000년 매출 4백만 달러, 순이익 2백만 달러의 성과를 거둠.
 - 2001년 6월 차이나유니콤의 CDMA망 구축/운용 자회사인 신시공이동통신유한공사와 CDMA 기술 컨설팅 형식으로 CDMA 망 설계 및 건설 컨설팅을 제공함.
 - 2005년 1월 미국 인터넷 서비스 업체인 EarthLink사와 합작으로 미국 인터넷 서비스 시장에도 진출
- KTF는 일본 NTT도코모와 함께 2008년 초 말레이시아의 GSM 사업자 'U-모바일'의 지분을 33% 인수 등 해외진출 적극 추진

□ 금융·보험업

- 우리나라 은행 등 금융 기관들은 IMF 외환위기 이후 빠르게 진행된 금융시장 개방과 글로벌 스탠더드 도입으로 금융시스템의 글로벌화와 경쟁력 향상을 이뤘으며 이를 바탕으로 해외시장 진출을 시작함.
- 2008년 3월 기준 금융권의 해외진출은 은행권이 지점·현지법인·사무소 등의 형태로 총 120개, 보험권이 59개 등 총 255개의 해외 점포를 보유하고 있음.⁵⁾

4) SKT website의 해외사업 현황. <http://www.sktelecom.com/>

5) 금융감독원 2008년 3월 기준

- 국민은행은 2003년 인도의 BII(Bank International Indonesia)의 지분 14% 인수를 시작으로 2008년 영업점 200여개의 네트워크를 갖춘 카자흐스탄의 5위 은행인 BBC(Bank Center Credit) 은행을 1조원을 투자해 30개월에 걸친 단계적 인수 계약을 체결함.⁶⁾
- 삼성생명은 해외 6개국에 투자법인 2개, 합작사 2개, 주재사무소 6개를 운영하고 있음.⁷⁾
 - 1997년 11월 삼성생명과 태국계 3개사가 합작 파트너로 각각 25%씩 지분 참여를 하고 삼성생명이 경영권을 행사하는 형태로 태국 보험시장 진출

□ 도·소매업, 유통업, 요식업 포함 프랜차이즈

- 까르푸 등 세계적인 할인점이 경쟁하고 있는 중국에서 신세계 이마트는 중국에서 1997년 상하이 취양점을 1호점으로 시작, 2008년 4월 29일 중국 11호점을 개점하는 등 사업을 확장하고 있으며 2012년까지 최소 50여개 이상의 점포망 확보 계획⁸⁾
- 2007년 아직 글로벌 유통기업이 진출하지 않은 베트남에 롯데마트는 베트남쇼핑을 설립하고 2008년 호찌민에 1호점을 오픈할 예정이며 점포를 20여개 까지 늘릴 계획⁹⁾
- 백화점의 경우 2007년 8월 말 러시아 모스크바점을 오픈하고 2008년에는 베이징에 중국 1호점을 개장할 계획으로 준비 중임.
- 프랜차이즈 음식업의 경우에는 중소기업의 한국업체의 해외진출도 활발해 베트남에서 인삼전문 유통 프랜차이즈인 스타코리아가 직영점 12개를 오픈해 고급 인삼제품 판매점으로 성장함.¹⁰⁾

6) 한국경제 2008.5 “은행 해외진출 패턴이 바뀐다.”

7) KIF 2007 “국내 금융회사의 해외진출 전략”

8) 조선일보 2008.3.4. “롯데 백화점 중국 상륙 눈앞 이마트 연내 중국 점포수 2배로”

9) 아시아투데이 2007.7.26 “유통업체, ‘해외로...해외로...’ 백화점, 할인점 등 해외 지점 경쟁적 오픈”

10) KOTRA 2008 아세안 주요국 프랜차이즈 산업 분석

□ 기타 서비스 산업

○ 문화서비스 산업

- CJ그룹 극장 계열사인 CGV는 포화상태가 된 국내 영화시장에서 탈피해 새로운 수입원으로 해외시장에 눈을 돌림.¹¹⁾

- * 2006년 10월 중국 상하이에 CGV 1호와 2008년에 2호점을 오픈

- * CJ그룹 극장 계열사인 CGV가 2008년 5월 미국 LA에 멀티플렉스 극장을 오픈

○ 운수업

- 1998년 대우가 설립한 것을 2004년 삼미건설이 인수한 파키스탄의 삼미 대우익스프레스는 파키스탄 소비자에 고급 교통서비스를 제공하며 파키스탄 최대 고속버스업체로 성장함.¹²⁾

11) KOFIC 2006 [중국] 상영CGV의 설립이 가지는 의의

12) 주간조선 2006.4.17. “파키스탄서 폭동으로 버스 불탄 삼미대우버스 5일 만에 다시 운행 ‘재기의 드라마’”

II. 주요국의 서비스장벽 현황

1. 서비스장벽 개요

□ 경쟁력 보유 서비스 산업의 해외 진출 가시화

- 앞 장에서 살펴본 것과 같이 국내 서비스시장의 포화로 시장 확대에 한계를 느낀 국내 서비스 업체들은 1990년대 말부터 유통업을 중심으로 해외시장 진출을 본격적으로 시작

- 금융위기이후 주춤했던 금융권의 해외진출도 최근 들어 본격적으로 진행됨.

□ 서비스 산업의 장벽으로 해외 진출에 제한

- 그러나 우리기업의 주 진출지역인 아시아 개도국 등은 WTO의 서비스 협정과 자국의 필요에 따라 단계적으로 시장을 개방하고 있으나,

- 여전히 자국 서비스 산업 보호·육성을 위해 다양한 규제와 행정 지도를 통해 외국인의 시장진입을 제한하고 있음.

- 중국은 행정 권력의 직간접 개입으로 시장진입장벽을 형성하는 반경쟁적 시장형성, 각 지방정부 차원의 지방보호주의 장벽, 국영기업의 독점 등이 잔존해 외국기업의 시장진입을 제한하고 있음.

□ 체계적 지속적 서비스장벽 모니터링 필요

- 우리 서비스산업의 성공적 해외진출 확대를 위해서는 직·간접적으로 우리 기업의 진출을 제한하는 서비스장벽에 대한 체계적이고 지속적인 모니터링이 필요함.

2. 업종별 서비스장벽 세부내용

□ 해외 주요 서비스 시장의 서비스장벽 조사

- 코트라는 우리나라 서비스 산업의 지속적인 해외시장 확대를 위해 우리나라 서비스 업체의 주요 진출 지역과 진출 관심 지역을 중심으로 해외 서비스시장의 주요 서비스 교역 및 투자 장벽을 조사함.
- 대상 국가 : 남아프리카공화국, 대만, 러시아, 말레이시아, 멕시코, 미국, 베트남, 싱가포르, 인도, 인도네시아, 일본, 중국, 카자흐스탄
- 대상 서비스 분야 : 운수, 여행, 금융, 통신, 방송, 건설, 유통 등
- 조사기간 : 2008년 4월~5월

□ 서비스장벽의 일반적 형태

- 서비스 교역은 기본적으로 상품교역과는 달리 관세를 통한 수입의 제한이 아닌 서비스시장접근에 대한 정책을 통해 수입을 제한함.

<서비스 교역·투자 장벽 유형>

	시장접근제한/투자진출제한	운영상 제한
비차별적	예 : 서비스 사업자 수 제한 (통신서비스 업체 2개로 제한)	예 : 중앙정부와 지방정부의 이중적 건설 인허가
차별적	예 : 투자지분제한 (외국인 투자 49%이하)	예 : 외국계 은행 ATM 숫자 제한

자료 : Bernard Hoekman (2006) Liberalizing Trade in Services : A Survey

- 서비스 교역과 투자진출 장벽은 크게 두 가지로 구분됨.
- 자국 내에 서비스산업관련 외국계 법인 설립을 제한하는 투자진출 제한이나 서비스 공급을 제한하는 시장접근제한 형태
- 시장접근은 허용하면서 시장개방 이행을 지연하거나 운영상에 차별적인 조항을 뒤 외국계 서비스업체의 영업활동을 제한하는 형태가 있음.

□ 건설

- 건설분야 서비스장벽은 면허와 인허가에 대한 제한요건과 건설회사에 근무하는 전문인력 요건에 대한 제약사항이 주요 장벽

국가	제목	내용
남아공	건설면허 심사요건 강화	건설면허 심사요건 중 기술사·설계사 등 인력의 남아공 현지 체류 요구와 적정 급여수준을 요구해, 현지 법인 설립과 인력 현지 장기 체류비용 등 복잡한 행정절차 및 불필요한 비용발생
남아공	건설 인허가 중복규제	남아공 내 건설 인허가 취득을 위해서는 중앙정부 및 지방정부로부터 각각 인허가를 받아야 하고 인허가 기준도 서로 상이함.
싱가포르	전문엔지니어 인정 범위 확대 지체	한·싱FTA에서 타결된 우리나라 20개 대학교 졸업생의 전문기술자 자격증 인정이 시행되지 않고 있음. - 2008년 5월 현재 기존 6개 대학교 출신 졸업자만 인정
인도	부동산개발 최소개발면적 제한	외국인이 부동산을 개발할 경우 택지개발 시에는 10헥타르, 기타 개발 프로젝트는 5만m ² 이상의 면적을 확보 요구
인도네시아	건설/건축 건설업 투자 금지	인도네시아 정부는 건설/건축/플랜트 엔지니어링에 대한 자문·설계 등의 서비스업에 대한 외국인 투자 금지와 공장·상업용 빌딩 등 시공분야에서 외국인 투자 55%로 제한
필리핀	외국인 지분참여 제한	건설 서비스업 분야에 대한 외국인 투자 지분 40%까지만 허용

- 남아공 건설 인허가 중복 규제로 국내 기업 진출 난항
 - 남아공 내 부동산 개발을 추진하고 있는 국내 모기업의 경우, 복잡하고 중앙정부와 지방정부별로 상이한 건축인허가 제도로 인해 본격적인 사업 추진이 지연되고 있음.
- 싱가포르 정부의 FTA 합의 사항 미이행 피해
 - 싱가포르가 한·싱FTA 합의사항인 한국의 20개 대학이 아닌 기존의 6개 대학 출신 졸업자에게만 전문기술사 자격을 인정하고 있어, 해당 인력 수 미달로 쌍용건설의 등급 상향조정이 안되고 있음.

- 싱가포르에서는 건설업체의 등급별로 수주에 참여할 수 있는 건설 계약 금액이 제한됨.

* 예) A1 - 무제한, B1 - S\$ 30,000,000, B2 - S\$ 10,000,000

○ 인도 부동산업 개발 제한으로 L쇼핑 사업진행 어려움.

- 외국인이 택지개발 시에는 최소 10헥타르, 기타 개발 프로젝트는 5만m² 이상의 면적을 확보해 개발해야 하는데 이미 대도시 주변은 주요부지가 인도 거대개발업자에게 입도선매됨.
- 델리지역에 백화점을 개발코자 2006년 12월에 진출한 L쇼핑은 규정에서 정한 5만m² 이상의 부지를 확보하지 못해 어려움을 겪고 있으며 동사는 델리 대신 다른 도시로 진출할 것을 검토 중임.

□ 공공서비스 조달시장

- 공공서비스분야는 자국 중소기업과 특별계층에 우선적으로 낙찰기회를 부여해 외국계기업의 정부조달 시장 참여가 제한적임.

국가	제목	내용
대만	차별적 낙찰기회 부여	최저입찰가가 동이라거나 자국기업의 입찰가가 일정 한도(3%) 이내에서 높을 경우 대만입찰자에 우선 낙찰기회 부여
말레이시아	말레이계 우대 입찰제도	외국 건축회사는 특정 프로젝트에 대한 합작투자 형태로만 말레이시아에서 운영가능하고 대부분의 입찰이 부미트라(말레이계) 기업에게 낙찰됨.
미국	관공공사 입찰시 보증보험서 요구	신규 외국기업의 경우 미국 보증기관이 외국기업의 정보를 실질적으로 확인할 수 있는 수단이 제한적이어서 보증기관들이 외국계 신규기업에 보증서 발급을 거부할 가능성이 큼.
일본	공공공사 입찰기준	지방정부 발주 건설 일반경쟁입찰 공사계약 기준액이 중앙정부보다 높아

○ 부미트라(말레이계) 기업 우선 정책으로 외국업체 정부조달 시장 접근 불가

- 대우건설 등 외국계 건축회사 진출은 오래됐지만 현지 건축기업들이 저렴하게 견적을 제시하고 대부분의 프로젝트가 말레이계 회사에게 한정돼 말레이시아 정부 조달시장 진입이 어려움.

○ 미국 관급공사 조달 입찰 외국기업에 보험보증서 발급 기피

- 미국은 관급공사 입찰시 보증보험서를 요구하는데 보증보험서는 미국기업만 발행할 수 있으며 보증보험발행기관은 입찰에 신규로 참여하는 외국 건설사에 보증보험 발행을 기피하는 경향이 있음.
- 신규 외국기업의 경우 미국 내 과거 실적이 없고 보증기관이 필요로 하는 세부 정보 유형의 확인을 위해 외국에서 미국 보증기관이 이를 수행하는 데는 상대적으로 언어장벽 등의 불편이 수반됨.

□ 유통서비스

- 유통서비스 시장이 성숙하지 않은 개도국들은 자국 유통산업보호와 발전을 위해 지분소유 제한과 유통가능 품목 수 제한으로 외국계 기업의 진입을 막고 있음.

국가	제목	내용
말레이시아	말레이계 우대 조항	현존 기업들 말레이계가 지분 30%를 소유하지 않는 한 지점개설 불가하며 말레이계 중소기업에 의해 제조된 재화를 최소 30%이상 점포에서 판매 의무
베트남	복잡한 프랜차이즈 심사절차	'09년 1월부터 100% 외국기업의 단독 프랜차이즈 투자가 허용될 예정이나 할인매장 형태의 진출은 개별적 심사 절차가 복잡해 완전한 시장개방이 어려울 것으로 보임.
인도	멀티브랜드 유통업 진출제한	단일브랜드 판매점은 51%까지 지분투자 가능하나 멀티브랜드 경우는 투자가 원천봉쇄되고 있음.
인도네시아	투자금지	자국 소매유통기업 보호를 위해 중소기업 유통업에 대한 외국인 투자 금지
인도네시아	지분제한	직영점 네트워크를 통한 마케팅 분야에 대한 외국인 투자를 최대 60%로 제한
중국	직판매업종 투자제한	최소 등록 자본금 8,000만 위안, 보증금 전액 은행 입금, 직판종사자 3년 이상 동종업계 관리업무 경험 요구
태국	최소자본금 제한	소매는 최소자본금 1억 바트 이상과 각 점포당 최소자본금 2천만 바트 이상, 도매는 최소자본금 1억 바트 이상 요구하며 미충족시 외국인 지분비율 50% 미만으로 제한
필리핀	최소납입자본금 제한	외국인의 경우 250만 미달러 이하 외국인 투자 금지, 250만~750만 미달러 외국인 지분 60% 이하, 750만 미달러 이상 100% 투자 허용

- 인도 유통시장은 멀티브랜드 투자 원천봉쇄로 아웃렛 할인매장, 마트 등 경쟁력이 있는 우리나라 유통기업들의 인도 진출이 어려운 상태임.

□ 금융(은행·보험)

- 금융업은 투자지분 제한, 지점 수의 제한, 까다로운 인허가 조건, 인허가 승인의 지체, 수행가능한 영업분야 제한 등으로 외국계 기업의 금융업 진출을 제한하고 있음.

국가	제목	내용
남아공	지분비율 일정초과 시 승인필수	남아공 내 은행 설립 시 외국인 지분비율이 15%를 초과할 경우 중앙은행의 승인, 49%를 초과할 경우 재무부 승인 필수
대 만	최저 운영 자금 과다 책정	외국은행 지점 설립 시 최저운영자금투자액 1억 5천만 대만달러 이상 요구. 신규 지점 설립 시 추가 1억 2천만 대만달러 투자 요구
러시아	금융·보호업 지분제한 및 영업 제한	러시아 내 외국은행 지점은 허용되지 않음. 보험분야는 외국자본의 25%이상 지분취득을 허용치 않음. 단, 49%를 초과하는 러시아 기업은 일반인 대상보험 등에서 업무가 제한됨.
말레이시아	이슬람 금융에 대한 진입제한	일반은행과 달리 이슬람율법에 바탕해 운영되는 이슬람 은행 및 보험은 현재 한국업체에 대한 면허 승인이 수여되지 않고 있음.
멕시코	은행지분소유 제한	FTA내 금융서비스 협약을 체결하지 않은 국가에 대해서는 외국인 지분을 49%까지 소유 제한
인 도	대출의무 등 까다로운 규제	전체대출금의 32%를 수출기업·중소기업·농업·주택분야 등에 우선대출, 해외차입제한, 예금과 차입금의 25% 금액 인도국채투자 의무
중 국	동일년도에 설립 가능한 지점 수 제한	은행 설립 시 동시에 2개의 은행 설립 추진이 불가능 하며 은행 1개 설립 시 약 6개월 시간 소요(년 2개 가능)
중 국	까다로운 보험사 설립요건	외자보험사 설립을 위해서는 보험업무 경력 30년 이상, 중국 내 대표사무소 설립 2년 이상 경과, 설립 신청서 제출 전년도 자산총액 50억 달러 이상의 요건을 충족해야함.
캐나다	예금업무 소매예금 수취금지	외국계 은행의 15만 캐나다달러 미만 소매예금 수취는 금지
태 국	외국인 투자, 경영 규제	보험산업에 대한 외국인 투자 및 외국인 경영권 한도는 25%(2008년 8월 49%까지 확대 예정)

- 말레이시아는 아세안의 대표적인 신흥경제 국가임에도 불구하고 우리나라 금융업체는 우리투자증권이 사무소를 개설한 정도
- 말레이시아 정부는 한국에 말레이시아 이슬람 금융이 진출하면 한국계 은행에도 면허를 주겠다는 입장으로 우리나라 금융업체에 시장문호가 닫혀 있음.
- 100% 투자진출이 보장되는 멕시코와 FTA를 체결한 국가와는 달리 한국은 은행 지분소유가 49%로 제한되어 현재로서는 비영리 대표사무소 설치 정도만 가능함.
- 인도는 외국계 은행의 진출을 여러 규제로 제한하고 있는 것 이외에도 인도 정부가 외국계 은행지점 승인자체를 이유 없이 지연하고 있음.
- 신한은행의 경우 2006년 12월 신청한 승인이 현재까지 지연되고 있음.

□ 운수·택배서비스업

- 운수·택배서비스업은 국경에서 국경까지의 운수는 무한경쟁체제이나 자국내 또는 연안 운수서비스는 외국기업의 서비스 제공을 원천적으로 봉쇄해 자국내 운수업체를 보호하고 있음.

국가	제목	내용
미국	연안해운선박 미국산으로 제한	연안 해운에 사용되는 선박은 반드시 미국 내에서 건조돼야 하며, 미국 시민이나 기업에 의해 적어도 75% 이상 소유 필수
미국	여객	미국내에서 여객·화물 항공 서비스를 제공하는 항공운송권을 미국기업에게만 한정
베트남	지분제한	현재 49%이하 합작회사만 설립이 허용되나 WTO 가입 8년 이후부터 100%까지 허용됨. (배달료 12불 이하 및 중량 2,000그램 이하 제외)
일본	외국사업자 항공운송업무 금지	화물이용운송사업법은 외국인이 항공기를 이용한 일본 내 화물운송업무를 하는 것을 금지함.
태국	지분제한	특급운송업 중 육로(트럭)운송의 경우 외국인 소유지분은 49%로 제한

- 외국계 화물수송업자는 자동차, 철도, 해운 등의 수단으로는 고객의 화물을 운송할 수 있으나 일본 국내에서 항공운송을 할 수 없어 원격지간 신속을 요하는 항공화물운송은 대응할 수 없게 됨.
- 태국에서는 육로(트럭) 운송은 외국인 소유지분을 49%로 제한하고 있는데 화물의 신속한 배송을 위해 육로와 항공 복합운송이 필요한 특급운송회사에게 장애로 작용함.

□ 통신서비스 시장

- 통신서비스는 대부분의 국가에서 전략산업으로 지정해 외국기업의 진입을 지분소유 제한을 통해 제한적으로 받아들이고 있음.

국가	제목	내용
대만	지분보유제한	외국 자본 직접투자 지분을 49%로 제한, 직접·간접투자의 지분을 합계는 50%이하
러시아	지분보유제한	50% 이상 지분 취득을 원하는 외국 투자자는 총리 주재 위원회의 허가를 득해야 하며, 외국 정부에 소속된 투자기업의 경우 25% 이상을 취득하려고 하면 허가가 필요함.
멕시코	지분보유제한	원칙적으로 49%이상의 외국인 지분보유 불허하나 고용 및 산업발전에 미치는 영향 고려 정부의 승인 하에 선별적 투자 허용.
베트남	지분보유제한	WTO가입 2년 후 음성전화 등 기본통신서비스는 외국투자 지분이 49%로 제한, 전자메일 등 부가가치 통신서비스는 51% 이내로 제한
인도	지분제한 및 승인 장기간 소요	이동통신서비스는 49%까지 자동 승인이 되며, 외국인 투자촉진위원회의 승인 시 74%까지 투자가 가능하나 승인기간이 장기간 소요됨.
중국	지분보유제한	기본통신서비스는 49% 이내 투자 허용하며 부가가치통신서비스는 50% 까지 투자 허용
캐나다	지분보유제한	통신장비 및 서비스 제공기반소유 사업자에 대한 외국인 지분 취득 20%로 제한
태국	지분보유제한	외국인 지분한도 49%까지 제한
필리핀	지분보유제한	외국인 투자지분 한도를 40%로 제한
호주	지분보유제한	호주 최대 통신기업 Telstra의 외국인 지분한도 35%로 제한

- 멕시코의 경우 이동통신 사업에 원칙적으로 49%이상의 외국인 지분 보유를 허용하지 않으나 정부의 승인 하에 고용증진과 국내산업 경쟁력 향상 기여 등을 고려 선별적인 투자를 허용하고 있음.
- 그러나 승인절차에 있어서 그 기준이 모호하고 자의적 판단이 개입될 여지가 많아 한·멕시코FTA를 통해 승인과정의 투명성 제고가 필요함.

□ 방송, 영화, 콘텐츠 서비스산업

- 방송, 영화, 인터넷 콘텐츠 등은 자국 산업 발전을 위해 자국제작 방송물을 의무방영하거나 외국제작 프로그램 수입 검열을 까다롭게 하는 등 외국 기업의 시장진입을 제한함.
- 영화배급사, 인터넷카페 등에 대한 투자 등도 지분소유제한으로 외국인의 시장진입을 제한하고 있음.

국가	제목	내용
대 만	자국 방송 프로그램 공급자 우선	공중파 및 TV 방송 프로그램 중 자국 제작 프로그램 비중 최소 70%이상 방영 규정. 케이블방송은 20%이상 의무방영 규정
베트남	영화제작, 배급, 영사 지분제한	현재 49%까지 투자가 가능하며 WTO 가입 3년 이후부터 외국자본 출자제한은 51%가 될 것이나 베트남 정부의 검열 절차가 매우 복잡하고 자의적 해석이 심해 국내영화 수출에 부정적 영향을 미치고 있음.
인 도	방송 투자지분제한	FM 라디오 20%까지만 외국인 투자촉진위원회의 승인 아래에 투자허용. 케이블 및 위성방송은 49%까지 투자허용
인도네시아	콘텐츠서비스업 투자금지	자국 중소기업자 보호를 위해 인터넷카페나 게임센터와 같은 콘텐츠 소매체인에 대한 외국인 투자 금지

- 베트남에서는 영화수입에 있어서 정부의 검열 절차가 매우 복잡하고 자의적 해석 등으로 매우 까다로운 상황으로 최근 한류열풍에 따른 국내 영화 및 드라마 수출 시 많은 문제가 발생하는 상황임.

- 인도네시아에서는 인터넷카페나 게임센터와 같은 콘텐츠 소매체인이 국내 중소기업자 보호명목으로 외국인 투자금지대상으로 분류
- 기존의 PC방 운영경험을 바탕으로 인도네시아 게임센터 시장에 진출을 희망하는 한국기업들이 많은데 동 규정으로 인해 진출이 좌절되는 경우가 많음.

III. 서비스장벽 개선방안

<서비스장벽 대응방안>

분 야	내 용
국내기능강화	서비스장벽 모니터링 강화 - 서비스장벽 DB 구축 - 서비스장벽 대응 협의회 구축
해외기능강화	다자·양자협상 능동적 참여 - 관심 개도국 시장개방 - 국제 서비스규범 형성 참여 - FTA 통한 추가 시장개방
	주재공관·유관기관 기능 강화 - 주재국 국내규범 정책변화 모니터링 - 현지진출 서비스기업 애로사항 수집 - 대주재국 정부 외교역량 강화

□ 다자·양자간 협상 능동적 참여

- 해외시장의 서비스장벽을 제거하기 위한 1차적인 방법으로 국제통상협상을 통한 서비스시장 자유화와 국제적 규범 형성에 적극적으로 참여해야 함.
 - WTO DDA에서 진행 중인 서비스협상에 능동적으로 참여 서비스시장 자유화와 국제서비스규범 형성에 우리입장 적극반영
 - 한·ASEAN FTA 등 우리 서비스기업들의 진출관심이 높은 국가와 FTA 협상을 통한 추가적인 서비스 개방 노력 필요
- 정부간 경제·기술 협력을 통한 시장진입장벽 제거
 - 통신산업과 같이 국가전략산업분야는 외국계기업의 자국내 시장진입을 원천적으로 봉쇄하는 경우가 많아 전략서비스산업의 해외진출은 정부 간 협력관계가 매우 중요함.¹³⁾

13) KISDI 2004 통신서비스 해외시장 진출 사례분석 및 시사점

- ODA와 EDCF를 활용한 국가기간 서비스산업의 기술협력 프로그램 제공으로 진입장벽이 높은 개도국 서비스시장에 우리기업의 조기진입 지원

□ 서비스장벽 모니터링 및 국내외 관련 기관 역할 강화

- 국내의 서비스장벽 모니터링 기능 강화와 한국기업의 해외 서비스시장진출 애로사항을 국제협상 채널을 통해 적극적으로 개선
 - 상품교역 수입규제 모니터링과 같은 서비스장벽 모니터링 시스템 구축과 국내 서비스업체들의 서비스장벽관련 네트워크 구성으로 국내업체 애로사항 수집 및 해결 지원
 - 서비스장벽 모니터링 시스템과 국내서비스장벽관련 협의체를 통해 수집된 서비스장벽들을 WTO의 정기무역정책검토회의와 FTA협상 시 적극 활용 가능
- 현지 주재공관 및 유관기관의 서비스장벽 대응 및 외교역량 강화
 - WTO·FTA 등 국제통상협정을 통해 서비스 시장의 투자진출을 허용했지만 실질적으로는 사업운영을 위한 면허나 인허가 과정을 통해 외국계 기업의 원활한 서비스 제공을 제한하는 경우도 있음.
 - 시행령의 미비나 면허발급·사업인가 등을 처리하는 지방정부부처의 관료 주의·부패에 기인한 서비스장벽은 현장에서의 지속적인 우리기업의 애로 사항 청취와 주재국 정책변화 모니터링이 필수
 - 주재공관 및 유관기관이 암묵적 관행에 대한 지속적 시정요구를 상대국 정부에 효과적으로 전달할 수 있는 외교 역량과 전문성 강화

참고 : 서비스 수지 통계상의 주요 서비스 교역의 정의

* 자료 : 우리나라의 국민계정체계 2005

- 운수서비스 : 모든 종류의 운송수단(해상, 항공, 육상 및 내륙수로, 파이프라인 등)을 이용한 여객 및 재화의 수송, 선원을 포함한 운송수단의 임대, 기타 지원 및 보조서비스 등을 포괄
- 통신서비스 : 우편 및 송달서비스, 원격통신서비스(음성·영상·기타정보의 각종 형태의 송신 및 거주자와 비거주자 간에 제공된 통신서비스관련 유지보수)
- 보험서비스 : 수출입재화에 대한 화물보험서비스, 기타 형태의 원수보험서비스(생명, 손해보험 포함)와 재보험 관련 서비스도 포함.
- 건설서비스 : 건설서비스는 건설사와 그 직원이 일시적으로 국외에서 수행하는 건설 및 설치작업에 대한 수입을 포함. 그러나 해외자회사 또는 특정요건을 갖추어 이와 동일하게 취급될 수 있는 비법인 현지사무소에 의해 행해지는 것은 포함하지 않음.
- 금융서비스 : 신용장, 신용한도, 금융리스서비스, 외환거래, 소비자신용·기업신용서비스, 중개서비스, 증권인수 서비스, 각종 헷지거래 계약 등에 관련된 커미션과 수수료
- 컴퓨터 및 정보서비스 : 컴퓨터와 정보서비스는 거주자와 비거주자 간에 발생하는 하드웨어 컨설팅 서비스, 소프트웨어의 구축, 정보서비스(정보처리, 데이터베이스구축, 통신)와 컴퓨터 및 관련 장비의 유지보수 등
- 기타사업서비스
 - 중개 및 기타무역관련서비스 : 상인, 상품중개인, 딜러, 대리인과 비거주자 간에 수수되는 수수료를 의미

- 운용리스서비스 : 금융리스 이외의 리스계약과 승무원이 동반되지 않은 선박, 항공기와 철도차량, 컨테이너, 시추장비 등 수중 장비의 임대계약을 포함.
- 기술 및 전문서비스 : 법률, 회계, 경영컨설팅, 홍보 서비스와 광고 및 시장조사 서비스, 연구개발서비스, 건축, 공학 및 기타 기술서비스를 포함.
- 개인·문화·오락서비스 : 음향·영상 및 관련서비스에는 영화나 비디오 테이프 제작관련 서비스, 영화, 라디오·텔레비전 프로그램, 음향 레코딩 제작관련 서비스가 포함됨. 기타문화서비스 도서관, 박물관 또는 기타 문화·스포츠활동 등이 포함.
- 여행서비스 : 1년 미만 방문기간 중에 획득한 재화 및 서비스를 대상. 유학 및 치료목적의 환자는 1년 기준에서 제외
- 정부서비스 : 대사관, 영사관, 군대 및 방위기관뿐 아니라 기타 공적기관 (원조사절단, 해외주재의 정부운영 관광, 정보, 홍보사무소 등)이 주재하는 모든 거래를 포함.

2008년 KOTRA 발간자료목록

● Global Business Report

번 호	제 목	발간일자
08-001	한-EU FTA가 수출/투자유치에 미치는 영향 : 유럽 바이어 및 대한 잠재투자가 설문조사 결과	2008.1
08-002	대중 섬유수입규제 해제와 세계 섬유시장의 변화	2008.1
08-003	일본 소비패턴 동향 및 시사점	2008.2
08-004	주목해야 할 이머징 마켓의 소비 패턴 변화	2008.3
08-005	아세안 주요국 프랜차이즈 산업 분석 및 진출 전략	2008.3
08-006	유럽 그린구매 동향과 진출확대를 위한 키워드	2008.3
08-007	한-GCC FTA 체결에 대한 시각 및 반응	2008.3
08-008	중국의 최저임금 인상 동향과 전망	2008.4
08-009	중동 아프리카 선도시장 유망품목 및 진출확대 방안	2008.4
08-010	중남미 보안시장 동향	2008.4
08-011	중국 · 인도 · 일본의 아프리카 시장쟁탈전	2008.4
08-012	러시아기업의 해외진출확대에 따른 우리의 대응방안	2008.4
08-013	2008 서남아시아를 주목하라	2008.4
08-014	미국 FDA의 통관정책과 우리상품 통관거부에 대한 반응	2008.4
08-015	노동계약법 실시조례(초안)의 해석	2008.5
08-016	해외자원개발 피해사례 및 국가별 유의사항	2008.5

● 무공자료

번 호	제 목	발간일자
08-001	2008년 지역별 진출확대 전략	2008.1
08-002	러시아 투자실무 가이드	2008.1
08-003	중국 최고인민법원 지식재산권 10대 판례집	2008.2
08-004	멕시코 투자실무 가이드	2008.4
08-005	청산매뉴얼	2008.5
08-006	중국지재권대리사무소 디렉토리	2008.5
08-007	중국 유통시장 진출 가이드	2008.5
08-008	EU 현지 기업들의 REACH 대응사례와 시사점	2008.5
08-009	중국 신노동법 下 인력관리 매뉴얼	2008.5

● 설명회자료

번 호	제 목	발간일자
08-001	2008 세계시장 진출전략설명회	2008.1
08-002	2008 세계시장진출전략 비즈니스포럼	2008.1
08-003	2008 세계시장진출전략 설명회 및 비즈니스 포럼 가이드북	2008.1
08-004	한-아세안 FTA순회설명회 (Korean -Asean FTA Seminar)	2008.5
08-005	몽골투자포럼(Mongol Korea Investment Forum)	2008.5
08-006	러시아 우랄시장 설명회	2008.5
08-007	극동 시베리아 개발 프로젝트 설명회 및 상담회	2008.5
08-008	중국 사업환경 변화와 대응하라	2008.5
08-009	중동 산유국 진출전략 설명회 및 상담회	2008.5

작성자

통상전략팀	김성재 과장
뉴델리 무역관	박민준 과장
도쿄 무역관	홍상영 과장
마닐라 무역관	박병국 과장
모스크바 무역관	서기원 차장
멕시코시티 무역관	엄기웅 과장
방콕 무역관	이성훈 과장
상하이 무역관	김윤희 과장
시드니 무역관	최원석 과장
싱가포르 무역관	윤성희 과장
알마티 무역관	최진형 과장
요하네스버그 무역관	고일훈 과장
워싱턴 무역관	이정선 과장
자카르타 무역관	복덕규 과장
팔라렘푸르 무역관	김현호 과장
타이베이 무역관	김신아 차장
토론토 무역관	손호성 과장
하노이 무역관	박동욱 과장

Global Business Report 08-017

주요국의 서비스장벽 현황과 대응방안

발 행 인 | 홍 기 화
발 행 처 | KOTRA
발 행 일 | 2008년 6월 5일
주 소 | 서울시 서초구 헌릉로 13
(우 137-749)
전 화 | 02) 3460-7114(대표)
홈페이지 | www.kotra.or.kr

Copyright © 2008 by KOTRA. All rights reserved.

이 책의 저작권은 KOTRA에 있습니다.

저작권법에 의해 한국 내에서 보호를 받는 저작물이므로
무단전재와 무단복제를 금합니다.