

## 문화산업과 서비스교역 그리고 한국경제

남 종 현 | 세계경제연구원 원장

세계 속의 한국경제 길잡이-

**IGE** [www.igenet.com](http://www.igenet.com)

자료문의 세계경제연구원(IGE)

주소 서울시 강남구 삼성동 159 무역센터 2505호

전화 02-551-3334~7 팩스 02-551-3339

네 델란드가 낳은 천재화가 빈센트 반 고흐 (1853~1890)<sup>1)</sup>는 그의 짧지만 치열하고 치열했던 삶의 여정을 그의 작품으로 승화시켜 찬란한 유산을 남긴 것으로 유명하지만, 최근에는 그의 작품들이 거의 천문학적 가격에 거래되고 있는 것으로도 유명하다. 지난 1990년 5월 뉴욕의 크리스티 경매에서 그의 그림 '가세 박사의 초상'(1890년작)은 8천 250만 달러에 일본 사업가에 팔렸고, 그의 다른 그림 '해바라기'(1888년작)는 1987년 런던 크리스티 경매에서 역시 일본의 손보재팬이란 회사에 3천 9백만 달러에 팔렸다고 한다. 예술작품의 가치를 평가하는데 있어서 이의 화폐적 가치는 어떤 한 단면에 불과한 것이긴 하지만 그래도 중요한 것 중 하나일 것이다. 이러한 미술품 거래를 경제적 관점에서 볼 때 적어도 몇 가지 중요한 시사점이 발견된다.

1) 고흐의 생애에 관해서는 '고흐의 재발견(이창실 옮김, 2011)'을 참조할 것(원작은 A Self-Portrait in Arts and Letters, edited by H. Anna Suh, 2006)

우선 교역의 중요성이 눈에 띈다. 고흐 그림의 거래가 뉴욕(또는 런던)에서 일어났고 구매자는 일본인(또는 일본기업)이었으니 미국(또는 영국)과 일본 사이에 교역이 발생한 것으로 볼 수 있으며 더욱 중요한 것은 판매자가 이를 통해서 세계 최고의 가격을 제시하는 구매자를 만날 수 있게 된 것이다. 만약 헌신적으로 고흐의 뒷바라지를 했던 동생 테오가 일찍이 미국시장에 판로를 개척할 수만 있었다면 얼마나 좋았겠는가? 사실 유럽화가들이 가난으로부터 탈출하게 된 것은 19세기 말 미국으로의 수출길이 열리고 나서부터였다고 한다. 불행히도 반 고흐는 870여 점에 달하는 유화작품을 남겼지만 살아 생전에 팔 수 있었던 것은 단 한 점이었고 그것도 채 400프랑(약 30달러)이 안되었다고 한다.

또 하나의 시사점은 비록 고흐의 그림이 오늘날 높은 가격에 팔린다 해도 정작 그 그림을 창작한 고흐 또는 그의 대리인이 받을 수 있는 금전적 보상은 아무것도 없다는 사실이다. 보상을 받은 사람은 일찍이 고흐 그림의 예술적 가치를 알아보고 이를 소장 하였던 사람들일 것이다. 그 동안 소장가들의 손이 바뀔 때마다 수익이 발생하였지만 만약 원작자가 전혀 그 과실의 일부를 공유할 수 없었다면 이는 분명 시장실패로 볼 수 있을 것이다. 비록 창작시점과 수익의 발생시점 간에 상당한 시간적 격차가 있을

수 있으나 창작자의 저작권을 보호하고 창작활동을 장려하는 인센티브 시스템이 꼭 필요한 것으로 보인다.

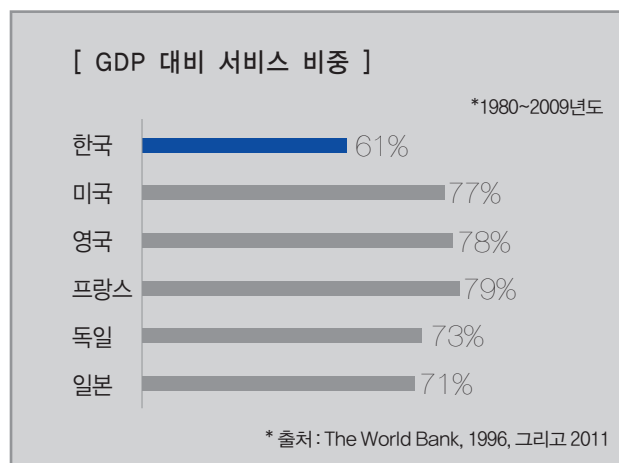
마지막 시사점은 고흐의 그림과 같은 예술작품은 어느 정도의 공공재적 특성을 갖고 있으며 또 상당한 외부경제효과를 수반할 수도 있다는 점이다. 미술작품의 소비는 이를 감상하는 수많은 사람들에게 의해서 장시간에 걸쳐 이루어질 것이고 이 과정에서 일부 소비자들의 무임승차를 배제할 수는 없을 것이다. 또 이를 소장하고 있는 국가나 도시는 수많은 국내외 관람자들을 유치함으로써 지역적 관광산업에도 큰 도움을 줄 수 있으며, 그 밖에 국민의 정서함양과 삶의 질 향상 등 다양한 경로를 통해서 외부경제효과를 발휘할 수 있을 것이다. 바로 이러한 이유 때문에 현재 고흐가 남긴 유화작품 중 절반 가량을 소지하고 있는 네덜란드 암스테르담의 반 고흐 미술관이나 오텔로의 크뤼러 뮐러 미술관이 막대한 공공재정지원을 받는다 해도 그 경제적 타당성을 인정받을 수 있는 것이다.

이상에서 살펴본 미술품 시장의 특성과 이에 따른 정책적 함의는 경우에 따라 정도의 차이는 있겠지만 곧 문화예술산업은 물론 문화산업 전반에 걸쳐 적용될 수 있는 사안들이 아닐까 생각된다. 한국표

준산업분류상 문화산업은 특수목적 분류에 의해서 콘텐츠산업으로 명명되어 제시되고 있는데, 이는 구체적으로 출판, 음악, 영상, 방송, 게임, 공연, 광고, 캐릭터, 그리고 정보서비스산업 등을 포함하고 있다. 이들은 거의가 서비스산업이거나 서비스가 주요 투입물로 사용되는 제조업이라고 볼 수 있다. 또 이들 문화상품은 거의가 음악, 미술 등 전통적 문화예술을 토대로 해서 이에 고급지식서비스를 가미하여 만들어진 새로운 지식기반서비스형 상품임을 알 수 있다. 여기서 고급지식서비스란 연구개발(R&D)서비스, 정보통신기술서비스, 그리고 고급 기술인력서비스 등을 포함한다. 이러한 현상은 제조업을 비롯한 여타 산업에서도 나타나고 있다.

사실 최근 한국경제는 발전단계 면에서 볼 때 제조업 중심 공업화 과정을 거쳐 빠른 속도로 서비스산업화하고 있으며 모든 산업의 생산, 판매, 유통과정에서 고급지식서비스가 중요한 역할을 하는 소위 지식기반경제로 변모되어 가고 있다. 세계은행보고서<sup>2)</sup>에 의하면 1980~2009년 동안 한국의 GDP에서 차지하는 서비스부문의 비중은 45%에서 61%로 크게 증가하였다. 하지만 2009년 현재 한국 서비스부문 비중 61%는 미국(77%), 영국(78%), 프랑스(79%), 독일(73%), 일본(71%) 등 선진국은 물론 세계 평균(70%)에도 훨씬 못 미치는 수준이다. 이

는 앞으로 한국에서 서비스산업의 발전 여지가 그만큼 넓고 크다는 것을 의미한다.



한편, 세계경제의 성장에서 교역의 역할은 매우 중요하였고 또 앞으로도 그럴 것이다. 1980~2010년 동안 세계 GDP가 1.7배 증가하는 동안 세계교역규모는 4.2배 증가하여 교역의 확대가 경제성장을 선도하였음을 알 수 있다.<sup>3)</sup> 그런데 1980~2009년간 세계총교역 중 서비스교역 증가율이 7.9%로 상품교역 증가율 6.6%를 상회하였고, 그 결과로 세계총교역(상품+서비스) 중 서비스부문이 차지하는 비중은 1980년 15%에서 2009년에는 21%로 증가하였다.<sup>4)</sup> 그러한 추세는 한국에서도 발견된다. 즉 1980~2009년 동안 한국의 상품교역 증가율은 10.7%인데 비해 서비스교역 증가율은 11.8%를 기록하여 역시 서비스교역이 상품교역보다 더 빨리 증가하여 왔음을 알 수 있다.<sup>5)</sup> 그 결과 한국의 경우 2009년 총교역(상품+서비스) 중 서비스부문

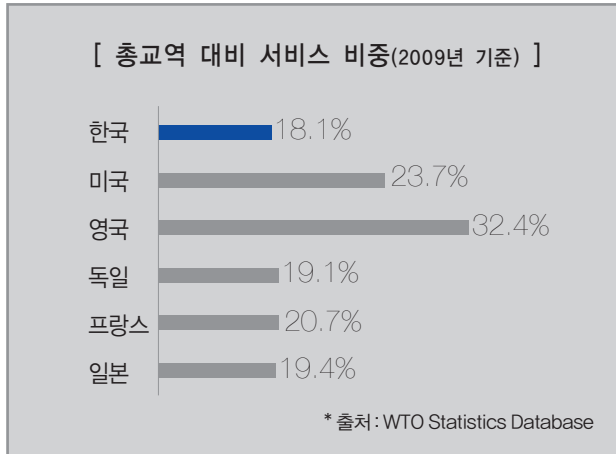
2) The World Development Report 1997, 그리고 2012, The World Bank, 1996, 그리고 2011.

3) KDI Focus, 김주훈, KDI, 2011. 11.

4) Measuring Trade in Services, WTO, 2010.

5) KDI Focus, 김주훈, KDI, 2011. 11.

이 차지하는 비중은 18.1%가 되었으나 이것은 아직도 선진국인 미국(23.7%), 영국(32.4%), 독일(19.1%), 프랑스(20.7%), 일본(19.4%)은 물론 세계평균인 21%에 못 미치는 수준이다.<sup>6)</sup>



여기서 다시 한번 주목할 것은 세계경제는 물론 한국경제에서도 교역이 성장을 선도하여 왔으며 또 교역 중에서는 미약하나마 서비스교역이 상품교역을 선도하고 있다는 사실이다. 이것은 GATT가 설립되었던 1945년 당시의 실정에 비추어볼 때 실로 격세지감을 느끼게 하는데, 그 당시에는 서비스교역이 미미하여 서비스상품이 비교역재(non-traded goods)로 취급되었던 시절이었다. 그 중 많은 서비스상품이 시간이 지나면서 점차 교역재(traded goods)로 변해온 배경에는 2차 대전 이후 꾸준히 지속되어온 통신혁명과 수송혁명에 기인하는 바 크다. 비교역재란 그것의 국내시장가격이 그것과 동일한 상품이나 서비스의 수입가격(cif 기준)

보다는 낮고 수출가격(fob 기준)보다는 높은 재화나 서비스를 말한다. 그래서 통신비와 수송비가 낮아질수록 자연적 무역장벽이 낮아져 비교역재가 교역재로 전환될 가능성이 높아지고 아마도 이러한 추세는 앞으로도 지속될 것으로 보인다.

한국의 서비스산업은 아직 갈 길이 먼 것으로 보인다. 2009년 현재 일인당 부가가치로 본 노동생산성은 미국의 52%, 일본의 67% 수준에 불과하고 이것은 OECD 국가 중 최하위권에 속하는 수준이다.<sup>7)</sup> 그리고 같은 해 미국의 경우 서비스산업의 연구개발비가 제조업의 64.4%, 영국은 23.3%인데 비해 한국은 7.9%에 불과하였다.<sup>8)</sup> 아무튼 현재 한국 서비스산업의 생산성은 국제적 비교를 통해서 보나 국내 제조업과 비교해보나 현저히 낮아서 경제성장의 걸림돌이 되고 있는 것으로 보인다. 서비스교역수지도 2010년 현재 112억 달러 적자를 기록하여 같은 해 상품교역수지 419억 달러 흑자와 대조된다. 서비스교역을 좀 더 구체적으로 보면 2010년 현재 운송(92.5억 달러), 건설(96.1억 달러), 금융(19.9억 달러) 등에서 비교적 큰 폭의 흑자를 거두고 있는 반면에, 여행(79.0억 달러), 지적재산권 및 사용료(58.2억 달러), 사업서비스(168.4억 달러) 부문 등에서 비교적 큰 폭의 적자를 기록하고 있어, 지식기반서비스형 산업에서 특히 국제경쟁력이 약

6) WTO Statistics Database.

7),8) 서비스부문의 선진화를 위한 정책과제, 김준경·차문중 편, KDI 2007, PP 4~5.

한 것으로 보인다. 한편 일부 문화산업이 포함되어 있는 세분류 항목인 개인·문화·오락부문도 같은 해 3.8억 달러 적자를 본 것으로 나타난다.<sup>9)</sup>

하지만 고용측면에서 보면 서비스부문의 기여도가 큰 것으로 나타난다. 서비스부문이 GDP에서 차지하는 비중이 1980~2009년 동안 45%에서 61%로 16% 포인트 증가한데 비해 서비스부문이 차지하는 고용상의 비중은 36%에서 69%로 33% 포인트 증가하였음에 비추어볼 때 서비스부문의 고용흡수가 매우 컸음을 알 수 있다.<sup>10)</sup> 이는 1990년대 이후 한국 제조업의 고용탄성치(취업증가율/실질 GDP 증가율)가 마이너스 값을 보여주고 있는데 비해 서비스부문은 플러스 값을 보여주고 있는데 연유한다. 문제는 서비스부문의 고용증가가 대부분 생산성이 높은 지식기반형 또는 비교적 규모가 큰 기업형 부문에서보다는 노동집약적이고 생산성이 낮은 도소매·음식·숙박업 등 비교적 규모가 작은 생계형 자영업부문에서 많이 이루어졌다는 점이다.<sup>11)</sup>

그렇다면 앞으로 한국의 서비스산업도 과거 제조업의 성공적 수출산업화 경험을 과연 답습할 수 있을까? 그것은 분명히 현재 선진국 문턱에 들어선 한국경제가 해결해나가야 할 중대한 과제임에 틀림없다. 문제의 핵심은 서비스산업의 성공을 위해서는

제조업에서와는 달리 실로 다각적이고 입체적인 접근방법이 요구된다는 점이다. 서비스산업은 대부분의 경우 국내외를 막론하고 불완전경쟁 시장구조를 갖고 있고 정부는 이를 보완한다는 명목 하에 갖가지 규제와 개입을 하고 있으며 이것은 또 자주 무역장벽의 역할을 해온 것이 현실이다. 또 서비스교역은 특정한 시간과 장소에서 공급자와 수요자가 서로 만나는 현장에서 거래가 이루어지는 경우가 많다.

예를 하나 들어 보자. 최근 한 언론의 보고서<sup>12)</sup>에 의하면 한국의 문화산업은 지난 5년간 제조업의 두 배가 넘는 수출성장률을 기록하여 2011년 수출액이 42억 달러에 달하였다고 한다. 그것은 같은 해 한국의 문화콘텐츠 생산액 400억 달러의 약 10%에 해당한다. 하지만 같은 해 문화콘텐츠의 세계시장 규모는 1조 4000억 달러에 달하여 해외시장의 개척여지는 상당히 큰 것으로 보인다. 그런데 최근 세간의 주목을 받고 있는 한류(The Korean Wave)는 주력 콘텐츠가 K-pop과 드라마로 매우 단순하고 진출 지역도 일본과 중국 등 아시아에 편중되어 있으며(99%) 이의 수출규모는 문화콘텐츠 수출액 42억 달러 중 4.8%인 약 2억 달러에 불과하고, 더구나 일본, 중국, 대만인을 대상으로 한 여론조사에 의하면 이들 중 80%가 한류는 5년 안에 끝날 것으로 예상하고 있다는 것이다. 그렇지만 한류가 각별

9) 조사통계월보, 한국은행, 2012. 3.

10) The World Development Report 1997, 그리고 2012, The World Bank, 1996, 그리고 2011.

11) 글로벌 경제위기 이후 서비스산업 선진화 방향, 김준경·차문중 편, KDI, 2010.

12) 한류본색, 매일경제, 2012. 3.

한 주목을 받고 있는 것은 그것이 국가브랜드나 한 국상품의 이미지를 높이는 등의 외부경제효과를 수 반하기 때문이다. 이 언론보고서는 앞으로 한류를 활성화하여 성공적으로 수출산업화 하기 위한 여러 가지 기업전략과 정책적 제안을 제시하고 있다. 예 를 들어 한국기업들에게는 이익을 공유할 수 있는 여타 분야(예컨대, 홍보, 쇼핑, 그리고 공연장 등)에 다른 기업들과 연합하여 동반 진출할 것, 각 지역의 정서와 흥미에 맞는 콘텐츠를 개발할 것, 그리고 원 작가나 작곡가에 대한 저작권을 보호해줄 것 등을 제시하고 있으며, 그 밖에 정부에게는 국제적 예술 학교의 건립을 통한 인재육성, 통번역원 및 공연장 의 설립 등 인프라 구축, 그리고 해외문화원의 확장 을 통한 문화교류확대 등의 정책적 고려사항을 제 시하고 있다. 모두가 음미해볼 가치가 충분히 있는 제안들이라 하겠다.

현재 세계 서비스교역에 대한 규율은 세계무역기 구(WTO)에 의해서 관장되고 있는데 자세한 규 정은 소위 “서비스교역에 관한 일반협정(GATS: General Agreement on Trade in Services)” 에 담겨져 있다. 이 협정은 지난 우루과이라운드 (1986~1993) 다자간협상의 산물로 태어난 것인 데 그 당시 원칙은 정해졌지만 세부적 사항에 대 한 협상은 아직도 진행 중에 있다. GATS의 핵심

은 GATT(General Agreement on Tariff and Trade)에서처럼 최혜국대우의 원칙(MFN: most-favored-nation treatment)이다. GATS는 협상 을 통해서 서비스교역에 장애물이 되는 각종 국내 규정과 대외적 조치들을 제거해나감으로써 서비스 부문에서도 모든 나라가 한 나라 안에서와 같은 자 유무역 혜택을 누리자는 것이다.


GATS에서는 서비스교역을 그 공급형태(Mode)에 따라 4가지로 나누어 정의하고 있는데,<sup>13)</sup> 이에 따 라 서비스교역의 확대전략을 모색해 보는 것도 좋 을 듯하다. Mode 1은 서비스 자체가 국경을 넘어 이동하는 것(cross-border supply)으로, 예컨대 인터넷을 통해서 정보통신서비스를 제공하는 것 등 이다. 이는 제조업 상품의 교역과 비슷한 케이스이 다. Mode 2는 소비자가 공급자가 있는 국가로 이 동하는 것(consumption abroad)으로 예컨대, 관 광, 교육, 의료 등의 서비스가 그런 범주에 속하 며, Mode 3은 공급자가 다른 나라에의 상업적 주 재를 통해서 서비스를 공급하는 것(commercial presence)으로 예컨대, 해외지점이나 자회사를 통 해서 금융서비스나 기타 사업서비스를 제공하는 경 우이다. 그리고 Mode 4는 자연인의 일시적 해외이 동을 통해서 서비스를 공급하는 것(presence of natural persons)으로 예컨대, 건축가, 엔지니어,

13) Measuring Trade in Services, WTO, 2010.

경영컨설턴트 등 주로 독립전문가(independent professional)에 의한 서비스 공급이다.

앞에서도 언급한 바와 같이 서비스 수요는 세계 각국에 그리고 각계 각층의 수요자 그룹에 널리 분포되어 있을 뿐 아니라 공급자와 수요자가 대면할 필요가 있는 경우가 많기 때문에 수요자가 원하는 언어로 말할 수 있고, 이에 더하여 수요자 국가의 문화와 관습, 그리고 전통에 익숙할 뿐 아니라 높은 교양수준을 갖춘 인재들을 필요로 한다. 그것은 모두 충실한 교육과 훈련, 그리고 현장학습(learning by doing)을 통해서 이루어질 수밖에 없는 것들이다. 그리고 Mode 1의 서비스공급을 위해서는 능률적인 사회적 통신망을 구축하는 등 갖가지 사회적 간접자본을 확충하는 것 등이 필요할 것이고, Mode 2를 위해서는 해외수요자가 편리하게 묵을 수 있는 주거시설의 확보는 물론 교통, 안전 및 기타 필요한 정보의 제공을 위한 사회적 시스템을 구축하는 것이 필요할 것이며, Mode 3을 위해서는 해외지사나 자회사를 신속하게 설립하거나 철수할 수 있는 모든 법적 제도의 구축은 물론 현지국과의 호혜적 투자협정 등이 필요할 것이다. 그리고 Mode 4를 위해서는 독립전문가들의 해외이동에 필요한 모든 법적, 제도적 지원정책도 필요하지만, 어디까지나 GATS 협상을 통해서 또는 쌍무적 협

정을 통해서 교역상대국과 독립전문가들의 이동범위와 양적 제한 등에 관하여 호혜적 입장에서 합의를 보는 것이 중요할 것이다.<sup>14)</sup>

끝으로, 이상에서는 서비스산업의 생산성을 높여 이의 교역확대를 통해서 한국경제의 재도약을 시현하는데 필요한 방안이 무엇인지를 살펴보았다. 그러나 여기서 무엇보다 중요한 것은 역시 국내 서비스산업의 대외개방을 통해서 경쟁체제를 구축하는 것이며, 이를 위해서 꾸준히 국내 규제와 제도를 합리화해 나가는 길일 것이다. 

## 필 자 약 력

- 미국 University of Minnesota 경제학 박사 (1975)
- 한국개발연구원(KDI) 수석연구원 (1977~1981)
- 세계은행(IBRD) Senior Economist (1985~1987)
- 한국국제경제학회 회장 (1997~1998)
- 고려대학교 BK21 한국경제 교육연구단 단장 (1999~2006)
- 고려대학교 정책대학원 원장 (2001~2003)
- 고려대학교 경제학과 교수 및 명예교수(1981~현재)
- 세계경제연구원 원장 (2009~현재)
- 수상경력 : 제26회「다산경제학상」,  
한국경제신문사, 2007. 10. 12

14) 서비스자유화 협상의 Mode 4 관련 대응방안 연구: 독립전문가를 중심으로, 김준동 외, KIEP, 2008.

# 세계경제연구원 후원회 가입안내

# IGE

## MEMBERSHIP GUIDE

### 법인 회원

- 1 구좌당 연 1,000만원 (중소기업 연 500만원)
- 연구원 주최 각종 행사에 5인까지 무료 참가 가능
- 연구원 발간 간행물 제공
- 법인회원을 위한 특별 간담회, 세미나 개최 등

### 개인 회원

- 1 구좌당 연 30만원
- 연구원 주최 각종 행사에 우선 초청
- 연구원 발간 간행물 제공

### 학생회원 (대학원 및 대학생)

- 1 구좌당 연 5만원
- 연구원 주최 각종 행사에 우선 초청
- 연구원 발간 간행물 이메일 서비스

※ 모든 후원금은 관련법에 따라 **세금공제** 가능

| 회원가입 문의 |

서울시 강남구 삼성동 159 무역센터 2505호



T 02-551-3334~7

F 02-551-3339

E-mail [igenet@igenet.com](mailto:igenet@igenet.com)

<http://www.igenet.com>