한국경제지리학회지 제3권 제2호
2000년 12월 pp 43~61

외국인직접투자기업의 기업네트워크 특성*

한국 내 사업서비스업체 사례분석을 중심으로

Characteristics of Foreign Firms' Corporote Networks in Korea: The Case Study of Business Services

이 병 민**

요약문

본 논문은 한국 내 외국인직접투자의 공간특성을 분석함에 있어, 최근 들어 중요한 지식집약산업으로 떠오르고 있는 사업서비스 부문의 기업네트워크를 살펴보고 제반사항을 고찰하고 있다. 이를 위해 설문과 인터뷰를 통하여 사업서비스산업의 한국 내 해외직접투자 특성과 지식의 창출과정을 분석한다. 한국 내 외국인직접투자업체의 기업활동 및 모기업과의 관계, 해당지역과의 상호작용, 한국 내 기업외적인 행위자들과 맺는 관계의 특성을 밝히고자 하며, 결과적으로 국내외 모 기업 의존형, 지역네트워크 의존형 등의 사례를 통해 기업특성을 분석할 수 있었다. 한국내 외국기업은 한국내 내수시장 개척이라는 주된 투자동기를 중심으로 외국모기업과 긴밀한 관계를 유지하고 있으며, 투자 지분율에 따라 국내 행위자들과 맺는 관계의 정도가 달라짐을 알수 있다. 암묵적인 지식의 획득과 관련하여서는 고객정보나 시장정보의 중요성이 크게 인식되고 있다. 이것은 시장접근형 투자동기에 따른 지역기반의 정보 획득이 중요한 특성을 나타낸다. 그러나, 산학연계 및 정부기관, 기업협회 등과의 관계는 제한적으로 나타난다. 이러한 측면에서, 외국인직접투자의 유치는 정보 및 지식의 도입이라는 측면에서 지역경제와의 유기적인 연계, 자발적인 협력 분위기, 지역혁신환경의 창출을 고려하여 기업네트워크를 이루는 방향으로 이루어져야 함이 강조된다고 하겠다.

주요어 : 외국인직접투자, 기업네트워크, 사업서비스, 암묵적 지식

1. 서론

20세기를 거치며 세계 각 국의 경제성장에 주도적인 역할을 하였던 제조업은 1980년대 이후 선진국의 고용과 성장에서 그 비중이 큰 폭으로 하락하였고, 반면, 상대적으로 서비스업의 비중이 계속 증가하면서 산업구조는 크게 변화하였다. 이러한 경향은 단순한 3차 산업의 상대적 비중 증가뿐 아니라, 서비스 산업의 고도화, 지식 집약화 된 서비스 산업의 발전 등 전반적인 구조변화를 의미한다. 20세기말부터 나타난 이러한 징후는 선진국뿐 아니라 최근 한국과 같은 신흥공업국에도 나타나기 시작하였다.

또한, 지식 전문화 경향과 함께, 서비스 부문의 외국인직접투자 증가라는 특성이 국제적으로 많은 변화를 나타내고 있다. 우루과이라운드 타결, WTO체제 출범 등을 통해 전 세계적으로 국가 간 교역과 해외직접

* 본 논문은 박사학위논문의 일부를 재구성한 것임
** 서울대학교 국토문제연구소 상근연구원

투자에 있어 서비스산업의 비중이 중요하게 부각되고 있으며, 특히 지식 집약적인 서비스산업의 의미는 더욱 커지고 있다. 한국의 경우도 서비스 부문 외국인직접투자가 중요한 의미를 가지면서 지식 집약적 사업서비스 부문 외국인직접투자기업에 대한 관심이 최근 높아지고 있다.

이러한 배경을 토대로 한국에서 IMF 외환위기 이후 더욱 급증하고 있는 사업서비스 부문 외국인직접투자[1]의 증가에 대해 실질적인 고찰과 영향력에 대한 분석이 필요하다는 인식이 커지고 있다. '사업서비스' 부문 외국인직접투자는 최근 지식산업으로서 국내경제에서 중요한 비중을 차지하고 있기 때문에 관심이 높다. 본 논문은 전문적 지식 집약적 산업인 사업서비스를 통해 산업특성을 관찰하는 의미뿐 아니라, 지식의 유통과 기업의 공간적 특성이 기업네트워크를 통해 나타난다는 점에서 좋은 사례가 된다고 하겠다. 이를 통해 외국인직접투자업체의 기업활동, 해당지역과의 상호작용, 지식의 교류를 잘 살펴볼 수 있는 기업네트워크의 연구가 가능하다.

본 논문에서는 한국 내 사업서비스 분야의 외국인직접투자를 대상으로 기업네트워크의 공간조직을 밝히고자 하는데, 이때 구체적인 몇 개의 사례분석을 통해 기업관계 특성을 알아보고자 한다. 이는 외국인직접투자기업의 활동 특성을 간략한 도식을 통해 구분해 보는데 의의를 갖는 것으로서, 기업활동과 기업네트워크의 공간적인 특성을 보다 잘 이해하기 위한 기본적인 시도라고 할 수 있다.

이러한 관계분석은 외국의 투자 모 기업 및 국내 모 기업과의 관계, 외국기업과 한국 내 타 기업들과 갖는 관계, 그리고 대학, 연구소, 정부지원기관, 기업협회 등 기업외적인 행위자들과 맺는 관계들을 나타내는 것이며, 궁극적으로는 사업서비스 분야 외국인직접투자의 종합적인 기업네트워크 활동이 공간적으로 어떻게 전개되는가를 밝히는 것이다.

2. 연구대상 및 연구방법

사업서비스는 지식 집약적인 고차 생산자서비스이며, 전문정보와 지식을 취급하는 분야이다. 기존 연구에 따르면, 대개 법률, 회계, 컴퓨터, 광고, 경영컨설팅 등이 분류에 포함되고 있으며, 한국표준산업분류에서 중 분류상 SIC 72 '정보처리 및 기타 컴퓨터 운용 관

표 1. 사업서비스 세부 분류

SIC산업분류 (1991년 기준)	업종	SIC산업분류 (1996년 기준)	업종
843	조사 및 정보관련서비스업	721	컴퓨터설비 자문업
		722	소프트웨어 자문, 개발 및 공급업
		723	자료처리업
		724	데이타베이스업
		725	사무,회계, 계산기기 유지 및 수리업
		729	기타 정보처리 및 컴퓨터 운용관리업
841	법무, 회계 및 기타 사무 관련서비스업	741	법무, 회계, 시장조사 및 사업경영상담업
84492	사업 및 경영상담업		
842	건축, 공학 및 기술검사 서비스업	742	건축, 엔지니어링 및 기타 기술서비스업
8441	광고업	743	광고업

자료: 총 사업체 통계조사보고서, 1991; 서비스업 총 조사 보고서, 1996

련 업,' SIC 74 '기타 사업관련 서비스업'에 속한다. 본 연구에서는 그중 소 분류로 SIC 721, 722, 723, 724, 725, 729, 741, 742, 743의 9개 업종을 택한다 (표 1).

외국인직접투자의 기준설정은 나라마다 다르고 일률적으로 적용하기 어렵기 때문에 한마디로 말하기는 어렵다. 하지만, 본 연구에서는 경영권의 소유여부 자체보다는 외국인기업의 지분변화에 따른 영향력의 변화 등을 보고자 하는 연구의 목적에 따라 신고된 모든 사업서비스 외국인직접투자기업을 대상으로 외국인직접투자 지분율 10% 미만의 기업들도 연구대상에 포함시킨다.

이와 같은 기준에 따라 구분한 한국 내 외국인직접투자 사업서비스업체는 1999년 기준으로 521개의 업체가 있으며[2], 대개 소프트웨어 관련업, 사업경영 상담업, 엔지니어링, 기술서비스 업종 등이 주로 나타나고 있다. 기본분석 대상은 한국 전체이지만, 기업인터뷰와 주된 분석은 특히 서울시 전체에 초점을 두고 분석한다. 사업서비스의 경우 대부분의 외국인투자업체와 한국의 관련기업들이 서울에 입지하고 있고 기업인터뷰 특성상 분석이 용이하기 때문이다[3].

외국인직접투자 사업서비스 기본 자료는 산업자원부와 재정경제부 발간 '외국인투자기업현황'을 구득 가능한 연도별로 정리, 사용한다[4]. 이를 토대로 구체적인 기업특성과 공간특성을 파악하기 위해 외국인 사업서비스 업체를 대상으로 설문조사와 기업 인터뷰를 실시한다. 설문조사는 외국인 사업서비스업체 전수를 대상으로 하되 인터뷰는 업종별 특성에 따라 대표적인 기업을 업종별로 선정 조사한다. 주요 업종은 소프트웨어, 경영상담업, 컴퓨터설비 자문업, 광고업 등이며, 외국인직접투자기업의 투자 지분율별 특성을 보기 위해 100% 투자기업, 50%투자기업, 50% 미만 기업 등으로 나누며, 참고로 비교를 위해 국내기업도 함께 인터뷰한다.

인터뷰 대상기업의 유형 분류를 위해 기업인터뷰를 행하는데, 설문 및 면담조사의 주요 내용은 사업서비스 외국인직접투자기업의 기업조직 내부, 외부네트워크와 관련 지역입지 결정요인, 지역 내 지식의 활용 등과 관련된 문항 등이며, 이를 공간적인 특성과 관련하여 물어본다.

기업조직 내부네트워크와 관련해서는 한국 내 외국인직접투자업체의 주요 사안에 대한 의사결정, 투자동기, 연구개발 활동과 기업특성, 기업 내 지식의 구득원천 등을 조사한다.

기업조직 외부네트워크의 한국 내 타 기업과의 네트워크에 관련된 설문항목에서는 해당기업의 특성에 따라 고객기업, 파트너 및 경쟁기업, 공급기업에 대한 항목을 조사한다. 한국 내 기관 및 기업협회와의 네트워크 항목에서는 연구기관, 학술기관, 정부기관, 기업협회 · 조합과의 관계 등을 조사한다. 또한 기업조직 외부지식의 구득 관계, 기업의 교육 및 정보교환을 위한 기업조직 외부 행위자들과의 만남의 기회 등을 조사한다.

구체적인 설문조사는 크게 3단계 작업을 통해 이루어졌다. 설문조사 전 단계인 사전 조사 작업, 설문우송 및 회신독촉작업, 설문결과 확인 및 보완작업이 그것이다.

설문조사는 약 40일간 우편설문조사와 방문조사를 병행하였으며, 총 124개 업체로부터 설문을 회수하였다(회수율 23.8%). 회수된 설문지의 응답내용 중 불확실하거나 앞뒤가 맞지 않는 내용 등을 확인하기 위해 보완작업이 이루어졌다. 이 작업에는 설문에 기재되지 않거나 잘못된 정보를 인터넷(해당 기업의 홈페이지), 신문, 전국기업체총람, 전화확인 작업등을 통해 보충하

는 과정이 뒤따랐으며, 대부분의 확인작업은 주로 전화를 통해 이루어졌다

3. 한국 내 외국인직접투자의 현황

한국 내 사업서비스 업체의 비율은 연도별로 조금씩 차이가 나기는 하지만, 계속하여 90% 이상이 서울에 집중되는 양상을 나타내고 있다. 1991년 96.4%에서 1993년 91.9%로 약간 둔화되는 듯이 보이지만, IMF 외환위기 기간을 지나면서 다시 1998년 92.6%, 1999년 92.7%로 서울로의 집중도가 더 커지고 있다. 업체 수와 비중 면에서 계속 증가하는 이러한 현상은 계속해서 서울로의 집중을 보이는 극단적인 현상이라 할 수 있다. 이를 통해 사업서비스에 대한 서울의 유인요소가 더욱 커지고 있음을 알 수 있다(표 2).

수도권 전체로 보았을 때는 1991년 98.2%, 1993년 97.3%, 1998년 97%, 1999년 97.1%로 전체대비 비중의 미세한 감소세가 나타나고 있다. 서울지역 사업서비스 외국인직접투자 기업의 공간분포는, 지역 내 산업구조가 조금씩 다르기는 하지만, 전체적으로 중구, 종로구, 서초구, 강남구, 영등포구 등 주요 집적지에 전체 사업서비스의 2/3가 집중하고 있다. 한편, 투자연한에 따라 집적지의 전체대비 비중이 조금씩 줄어들고 기타지역의 비중이 조금씩 늘어나는 것으로 나타나 수도권 내의 분산뿐 아니라 집적지 외로의 분산도 조금씩 일어나고 있음을 나타낸다. 이러한 분산은 주요 집적지 외 서울 기타 구 지역 및 수도권, 지방으로 골고루 나타나는 현상이며, 특히, 용산구, 분당을 중심으로 하는 성남, 지방에서는 부산이 눈에 띈다. 하지만, 투자금액 면에서 수도권으로의 분산은 그 비중이 줄어들고 있어 소규모 업체들이 외곽으로 분산되어 나가는 특성을 나타내고 있다.

집적지 내의 특성에서 주목할 만한 것은 종로, 중구 등 전통적 집중지의 비중이 낮아지는 반면 강남, 서초

표 2. 사업서비스 외국인직접투자의 연도별 지역별 현황

단위 : 업체수, (%)

지역	1991년 업체수	비율	1993년 업체수	비율	1998년 업체수	비율	1999년 업체수	비율
서울 강남구	25	(22.5)	35	(23.5)	137	(33.7)	187	(35.9)
서울 영등포구	21	(18.9)	21	(14.1)	53	(13.0)	67	(12.9)
서울 서초구	9	(8.1)	11	(7.4)	46	(11.0)	61	(11.7)
서울 중구	15	(13.5)	22	(14.8)	35	(8.6)	45	(8.6)
서울 종로구	21	(18.9)	22	(14.8)	26	(6.4)	31	(6.0)
서울 용산구	6	(5.4)	9	(6.0)	30	(7.4)	27	(5.2)
서울 마포구	6	(5.4)	5	(3.4)	10	(2.5)	15	(2.9)
서울 송파구	1	(0.9)	2	(1.3)	10	(2.5)	12	(2.3)
서울 기타	3	(2.7)	10	(6.7)	30	(7.4)	38	(7.3)
서울 소계	107	(96.4)	137	(91.9)	377	(92.6)	483	(92.7)
경기도	2	(1.8)	8	(5.4)	18	(4.4)	23	(4.4)
부산	0	-	2	(1.3)	4	(1.0)	5	(1.0)
지방	2	(1.8)	2	(1.3)	8	(2.0)	10	(1.9)
전 국	111	(100.0)	149	(100.0)	407	(100.0)	521	(100.0)

자료 : 산업자원부, 1999, 외국인투자기업현황; 재정경제부, 1998, 1993, 1991, 외국인투자기업현황

주요 지역의 외국인직접투자가 1999년 47.6%로 거의 절반을 차지하고 있는 점인데, 최근 강남, 서초지역으로의 집중은 더 가속화되는 것으로 나타나고 있다. 세부 지역별로는 강남, 서초구의 비중이 1991년 30.6%, 1993년 30.9%, 1998년 44.7%, 1999년 47.6%로 지속적인 성장세를 거듭하고 있으며, 반면, 종로, 중구의 비중은 1991년 32.4%, 1993년 29.6%, 1998년 15%, 1999년 14.6%로 계속해서 그 비중이 감소하는 추세이다. 영등포구 지역의 비중 또한 1991년 18.9%, 1993년 14.1%, 1998년 13%, 1999년 12.9%로 감소하는 추세이다. 기존 도심지역의 투자비중이 급격히 감소하는 반면, 강남, 서초지역의 비중은 반대로 증가하고 있다.

4. 외국인직접투자기업의 기업네트워크

보통, 다국적기업의 입장에서 해외공간네트워크를 분석하기 위해서는 기업조직 내부네트워크(본사와 자회사의 관계)와 기업조직 외부네트워크(타기업, 기관, 기업 외 행위자들과의 협력)의 관점에서 관찰하는 것이 일반적이다(Zanfei, 2000; 520). 다국적기업의 기업전략이 기업 내 조직을 통해서 자회사 및 해외지사에 영향을 미치며, 다른 기업들 및 기업관련 행위자들과의 협력을 기본으로 외부관계를 또한 형성하기 때문이다(Ghoshal and Bartlett, 1990). 네트워크 조직은 기업에게는 외부효과를 내부화 하기 위한 조직으로 선별적인 협력과 경쟁을 통해서 거래비용을 줄이고 조직의 유연성을 유지한다. 또한, 경영조직의 학습능력을 제고하고 혁신능력을 향상하는 데에 매우 유용한 조직이다. 내부관계와 더불어 특정지역의 이점을 활용하는 이러한 이중 네트워크의 형성은 외국인직접투자업체에게 있어 중요하다.

특히 기업 네트워크의 관찰은 외부에 존재하는 지식이나 혁신의 원천에 접근하는 매우 효율적인 방법이다(이홍구, 1994). 이 때문에 네트워크 조직은 외국인기업과 같은 국제적인 기업의 활동을 위해 중요한 세계화 수단이 된다. 보통 다국적기업은 복합적이고 국제적인 통제와 조정을 효율적으로 수행하기 위해 네트워크 구조로 조직을 개편하며, 기업네트워크는 개별기업, 거래활동, 자원, 지식의 교류활동 등의 여러 가지 구성요소로 이루어진다(박삼옥 외, 1998).

네트워크의 활용이 다국적기업에게 유용한 것은 기업조직을 중심으로 하는 기업조직 내부네트워크와 한국이라는 지역을 중심으로 하는 기업조직 외부네트워크상에서 부족한 점을 서로 보완해주는 상보성(相補性)의 관계를 보이기 때문이다. 근접인자들과의 접촉이 자유로운 한국 내에서, 또한 세계적인 수준에서의 기업 내 조직을 통해 한국 내 외국인직접투자업체는 상대적으로 자유로운 기업특성을 갖게 된다. 기업내부에서 활용이 어려운 지식과 자원은 공간조직을 통해서 수급하고, 한국과 같은 특정지역에서 수급이 어려운 지식은 기업 내 조직을 통해 외국의 선진지식을 수급한다(Camagni, 1995). 기업조직 내부네트워크와 기업조직 외부네트워크의 관계는 궁극적으로 지방화, 세계화의 한 예를 외국인직접투자업체를 통해서 보여준다. 네트워크와 자율성의 정도는 세계화와 지방화라는 공간특성에 또한 영향을 미치게 되며, 이러한 관계의 중심에는 한국 내 외국인직접투자업체의 '지식 활용'이라는 특성이 있다.

본 논문에서는 한국 내 사업서비스 외국인직접투자업체의 내부, 외부네트워크를 모두 합하여 '기업네트워크'라고 조작적으로 부르기로 한다. 이때 한국 내 사업서비스 외국인직접투자업체와 투자 모 기업간에 일어나는 기업조직 내부의 네트워크를 '기업조직 내부네

트워크,' 한국 내에서 일어나는 외국인직접투자업체와 한국 내 다른 기업 간의 네트워크 관계는 '타 기업과의 네트워크', 한국 내 외국인직접투자업체와 한국 내 기업 외 행위자들, 즉, 대학, 연구소, 정부기관, 협회, 조합들과의 네트워크는 '기관 및 기업협회와의 네트워크'로 부르기로 조작적 정의를 내린다.

네트워크 분석은 '과정'을 중요시하는 동태적인 분석이기 때문에 변화가 많은 현재의 경제상황에서 기업과 공간발달의 경향을 이해하는데 유용한 분석 틀로 활용되고 있다(Cooke and Morgan, 1993). 단순한 종래의 경제적 지배관계를 벗어나 사회·문화적 관계와 공간적 상호작용을 통해 기업의 네트워크가 형성된다는 점에서 지리학적 함의를 갖는다. 네트워크관계는 공간상으로 투영되는 하나의 구조인 동시에 개별기업이 의사결정을 해나가는 과정의 표현이기 때문이다(Yeung, 1997).

본 논문의 설문 분석결과는 기업 간 네트워크에 있어서 국지적 공급관계와 고객연계가 강하게 나타나고 있어 국지적인 네트워크 형성 가능성이 높게 나타나고 있다. 그러나, 산학연계나 협회, 조합 및 정부기관과의 협력관계 정도는 그리 높지 않는 특성을 보이고 있다. 외국 모 기업의 차원에서 어느 정도 지원이 가능한 서비스들을 이미 조달받고 있기 때문으로 여겨진다. 기업 외 관계에 있어서는 전체적으로는 외국기업의 지역 내 뿌리내림이 긍정적으로 나타나지만, 고객으로서의 기업을 목적으로 하는 기업 간 관계가 주류를 이루는 제한적인 뿌리내림의 양상을 보이고 있다. 사업서비스업의 외국인직접투자라는 특성상 암묵적인 지식을 중요시하며, 영역 내 행위자들과의 네트워크를 형성하는 것보다는 투자모기업과의 관계를 중요시하는 외국인기업의 정책과 관련이 있는 듯하다. 한국 내 사업서비스 외국인직접투자기업의 특성이 내수시장 확보를 위해 제한적인 활동을 하는 것과 관련이 있다고 할 수 있다. 암묵적인 지식의 획득과 관련된 분석결과에서는 고객정보나 시장정보의 중요성이 크게 인식되고 있다. 이것은 시장접근형 투자동기에 따른 지역기반의 정보획득이 중요한 특성을 나타낸다. 다국적기업의 특성이 강할수록 세계화의 경향에 따른 지역침투 및 지방화의 경향도 함께 증가하며, 시장 접근성 증가에 따른 지역기업간 협력관계의 중요성이 앞으로 두드러짐에 따라 지식기반의 네트워크가 한국 내에서 강하게 형성될 것으로 기대된다.

5. 사례분석

기업네트워크, 주로 지식의 활용과 관련된 네트워크의 공간적인 특징의 구체적인 분석을 위해 사업서비스 분야 외국인직접투자업체 여섯 개 업체에 대해 기업인터뷰를 시행하는데, 참고를 위해 국내 관련업체 한 곳을 비교 인터뷰한다(표 3). 사례 대상기업은 투

표 3. 기업인터뷰 대상업체 특성요약

업체	U사	T사	D사	L사	B사	H사	I사
투자 지분율	100% 단독투자		50% 합작투자		50% 미만		국내기업
업종	컴퓨터설비 자문업체	광고업체	SI업체	SI업체	부동산컨설팅	소프트웨어	의료장비, 관련소프트웨어
입지지역	여의도	강남	강남	여의도	마포	강남	양재동
투자연한	29년	2년	3년	14년	6년	11년	4년

자료 : 기업인터뷰 결과

자지분율에 따른 특성을 비교하기 위해 100% 단독투자 기업 2곳, 50% 합작투자업체 2곳, 50% 미만 기업 2곳 총 6개 업체이며, 비교를 위해 국내기업 1곳을 조사한다.

투자연한과 업종은 대체로 안배를 하였으며, 입지지역은 집적지 특성을 알아보기 위해 주로 집적지를 중심으로 선택하였다. 인터뷰 6개 기업 모두 한국 내 고객에 대한 비중이 강하게 나타나는 시장지향형 기업들이며, 입지에 미치는 영향도 비교적 큰 편이다. 50% 합작투자기업인 D사와 L사의 경우는 외국인직접투자기업이지만, 국내 모기업의 영향력이 더 큰 경우이며, 유형분류시 외국모기업과 국내모기업과의 관계에서 기업조직 내부 관계 특성을 비교하기 위해 설명하였다.

1) 기업조직 내부네트워크의 특성

100% 투자기업인 U사의 경우 핵심기능에 대한 본사의 통제력이 높은 탓에 인력채용 및 중요사안에 대해서는 본사의 결정이 우선되며, 특히 CEO의 임명 등은 본사의 추천에 의해 이루어진다. 특히, 재정 및 회계결산에 대한 본사의 통제력이 철저하며, 회계담당자는 본사의 감사, 승인을 정기적으로 받아야 한다. 임원들 또한 잦은 전문적 미팅을 통해 본사에 보고를 해야 한다.

역시 100% 투자기업이며, 광고업체인 T사의 경우는 다른 부분들에 대해서는 본사의 통제가 거의 없고, 자율에 맡기는 경향이 높지만, 재정부분을 중심으로 한 핵심기능의 관리는 철저하다. 본사는 업무, 재정과 관련하여 사원들에게 매달 업무 보고서(monthly report)를 제출하게 함으로써 지역차원에서의 암묵적 지식을 수집하여, 이를 본사에서 취합하는 형식을 취하고 있다.

국내대기업 자회사와 외국기업의 50% 합작투자 회사인 D사는 최근 시장의 불황 등의 이유로 매출이 줄고 있으며, IMF 외환위기의 영향으로 예전의 다양한 고객 층을 확보하기 쉽지 않아 국내 모 기업의 수주를 많이 받는 형식을 갖추고 있다. 고객으로서의 국내 모기업과의 지식교류가 원활하다. 다양한 포럼, 세미나 참가, 외국어 교육, 학술대회, 워크샵, 인재육성 시스템 등이 사내에서 운영되고 있는데, 대부분이 국내 모기업과 연관되어 있으며, 외국인 파트너와의 관계는 상대적으로 소홀한 편이다.

역시 국내 대기업의 50% 합작투자기업인 L사는 국내 모기업과의 관계에서 사내의 효율적인 지식의 생산 및 관리를 위해 지식관리시스템(Knowledge Management System)을 운영중이며, 대기업 그룹 차원에서 Task Force 팀인 '지식관리팀'이 이를 관리하고 있다. 지식관리팀은 사내 모든 지식산출물을 관리하며, 보고서, 기획서, R&D 제안서, 요약서, 업무의 history, 프로젝트 경험사례, 업무와 관련된 Q&A, 사업관련 자료등록 등 프로젝트와 관련된 의미 있는 모든 산출물, 관련자료 등 문서화할 수 있는 모든 자료를 취합하여 관리한다. 전 사원 누구나 공유할만한 가치가 있다고 생각되는 내용을 반 의무적으로 제출해야만 한다. 이를 통해 과거에 수행한 모든 프로젝트의 사업수행자, 고객, 벤더, 협력업체, 사업산출물 정보 등을 수록하여 유사한 비즈니스 수행시 관련된 정보를 가장 빠르고 정확하게 지원해준다. 기본적으로 취합된 자료는 기업 내 누구에게나 열람이 되며, 사용 희망자가 자료 승인을 요청하면, 제출자가 승인여부를 확인하게 되어 있다.

B사는 외국인투자지분이 49%인 외국인직접투자기업이었으나, 최근에는 한국인 사장이 지분을 인수한 사례이다. 처음에는 세계적인 다국적기업인 외국투자

모 기업의 정보를 토대로 회사를 운영하다가 지역에 뿌리내린 지식을 바탕으로 독자적인 회사를 만들어가며, 새로운 창업에 성공한 사례라고 볼 수 있다. 이전에는 세계적 다국적기업의 조직 내부에 편입되어 국제적인 네트워크를 형성하고 있었다.

개별기업 내부에서는 주로 팀 단위로 많은 업무가 이루어지며, IMF 외환위기 기간을 지나면서 회사의 구조재편과정에서 팀 단위로 사무실의 이전 등, 분사가 많이 이루어졌다. 이 경우 팀이 분사해 나갈 경우 회사는 적극적인 지원을 아끼지 않으며, 자생력을 갖도록 본사와 네트워크를 만들고, 지식의 교류가 원활하다.

외국인투자가의 지분율이 작은 H사는 외국인직접투자기업으로서의 특징보다는 한국기업으로서의 특성이 강하다. 자체 사내에서 인큐베이팅된 팀을 회사로 독립시켜 가족사차원의 관계를 갖고 있으며, 몇 개의 회사들이 이러한 가족사차원에서 본사와 지식네트워크를 통해 교류하며, 지식의 교환이 이루어지고 있다. 외국인 투자자의 투자지분율이 낮은 탓에 외국인기업과의 교류관계는 그리 많지 않다.

인터뷰 대상기업 중 참고 및 비교를 위해 알아본 국내기업 I기업은 임원들 대부분이 S대 공대 출신으로 이루어진 대학 기술 기반의 의료서비스 관련 벤처기업이다. 회사의 연한은 4년이나, 매출을 위한 준비기간으로 2년 동안 개발만 해왔고, 본격적인 매출은 1998년부터 이루어졌다. 해외로 의료기기 및 소프트웨어 등을 수출하는 이 업체는 1999년 러시아로부터 IBRD 차관입찰에 성공하기도 한 한국의 100대 벤처기업이다. 이런 까닭에 기업내부 네트워크는 잘 관찰되지 않는다.

2) 기업조직 외부네트워크 - 한국 내 특성

국내투자연한이 29년이 된 U사의 경우는 한국진출이 오래되어 거의 토착화된 연륜있는 기업이다. 이런 탓에 지역 행위자 및 고객들과의 친밀도 정도는 높다. 영업이라는 목적에 의해 고객들과의 접촉 및 지식의 교류가 빈번하다. 이 경우 업종 특성에 따라 취합되는 지식의 수준도 달라지게 되는데, 국내 외국인직접투자기업의 속성이 영업본부의 특성이 강하기 때문에 고객에 대한 지식이 많은 반면, 산학연계나 업종간의 교류, 제휴는 드문 편이며, R&D투자를 통한 지식창출도 없다. 이것은 한국이라는 좁은 시장과 경쟁 탓으로 전략적인 제휴보다는 치열한 시장확보 노력이 많은 탓이다.

T사의 경우 관련 인원이 이직을 한 경우 높은 연봉수준 및 복지수준의 차로 인해 다른 국내기업으로 이전하는 것이 어려우며, 지역 내 창업을 하는 경우가 많다. 이때 광고 하부조직의 작은 회사들(프로덕션)을 차려서 T사와 계속적으로 업무관계를 유지하는 경우도 있다. 지역 내 정보의 교류가 두드러지며, 가장 많은 교류는 역시 고객들과의 만남이다. 직접방문, 전화, 이메일 등 필요할 때마다 수시로 접촉함으로써 필요한 정보를 얻고 요구사항을 충족시켜주기 위해 노력한다. 또한, 업체 실무자들의 경우 실무자 상호간의 정보교류가 활발한 편이다. 동종업체간의 관련 세미나를 통해 정기적인 교류가 이루어지고, 특성 사안별로 잦은 만남이 있는데, 주로 고객들에 대한 정보를 교환한다. 이러한 교류는 직접적인 대면접촉을 통해 대부분 이루어지지만, 전화를 통해 이루어지는 경우도 많다. 최근에는 실무자들을 대상으로 한 온라인상의 회원들의 클럽도 생겨나서 PC통신 등을 통해서도 정보가 교류될 수 있는 가능성을 보여주고 있다.

D사의 경우 국내 타 기업과의 네트워크는 활발하

나, 부정기적이다. 업종 특성상 고객과의 교류가 가장 활발하고, 산학연계 및 정부지원, 협회 등과의 교류는 그리 많지 않다. 기업조직 내부 특성에 나타난 바와 같이 국내 모기업과의 교류가 가장 많다.

국내대기업의 자회사와 외국투자자의 합자회사인 L사는 업체의 성격상(SI 업체) 고객업체의 비중이 크며, 입지 또한 고객의 입지에 따라 장기간 파견을 나가는 등 변동사항이 크다. 이런 상황에서 빈번한 고객과의 의견교류, 대면접촉 등 암묵적인 지식의 교환이 다른 업종들과 달리 매우 빈번하게 일상적으로 이루어진다.

B사는 대부분의 고객이 외국업체들(서비스업체 위주)인 탓에 3M, 3COM, IBM 등 유명 해외 고객이 대다수이다. 한국 내에서 노하우, 아이디어 등 암묵적 지식과 행위자들의 경험이 대면접촉 등의 긴밀한 만남을 통해 이루어진다. 주로 지식네트워크는 고객, 파트너기업들과 이루어진다. 국내 대표적인 벤처기업이자 소프트웨어기업인 H사는 CEO의 역할이 큰 것으로 알려져 있다. 개인적인 차원에서 지역 내 암묵적 지식을 창출하는 여러 모임에 관여를 하고 있다. '미래모임', 'SEIT', 'Venture Leaders' Club', '벤사모(벤쳐를 사랑하는 모임)' 등이 있다. 최근에는 벤쳐펀드에 대한 논의도 진행중이다. 특히, 'SEIT'의 경우 한달에 한 번씩 모여 동문들의 회사를 평가하는 '비지니스 클리닉'을 함께 연다. 회사차원에서는 국내 몇 개 대학을 비롯, 해외대학들과 관련을 맺고 있으며, 공식적으로는 중국의 대학과 산학연계를 맺고 지식의 교류가 이루어지고 있다. 홈페이지를 통해서 기업의 정보 및 자산활용 상태 등을 고객들에게 공개하고 있으며, 신제품이 나올 때는 미리 고객평가단을 구성하여 제품 출시 전에 제품을 기증하고, 고객들로부터 미비점을 보완하고 제안을 받고 수정해나가는 방식으로 고객들과의 교류관계를 돈독히 하고 있다.

비교 및 참고를 위해 알아본 국내기업 I사는 업종과 관련된 높은 수준의 기술력 및 암묵적인 지식은 많이 보유하고 있으나, 시장, 물류, 광고 등 실물시장에 대한 정보와 적응능력이 부족한 기업이다. 이런 과정에서 국내 관련 중견기업인 B사 등으로부터 제휴 요청이 있었고, 현재 B사와 기술 및 경영전반에 걸쳐 도움을 받고 있다. I사는 첨단 의료장비와 소프트웨어에 대한 기술력과 지식을 제공하고, B사는 국내 기존시장에 대한 각종 정보, 지식, 광고, 물류 등 경영상의 자문을 I사에게 시행하고 있다. 국내시장에서 상당한 연륜을 쌓아온 B사의 시장에 대한 지식과 I사의 업종관련 첨단지식이 한국이라는 특정영역 내에서 공유되는 사회화의 한 사례라고 할 수 있다. I사는 국내기업이라는 특성상 앞의 분석결과에서 드러난 외국기업들과는 달리 국내기업, 공공기관, 산학연계도 굉장히 활발한 편이다. 기업 간의 공동연구, 프로젝트, 협력도 자주 있는 편이며, 산업자원부, 중소기업청, 중소기업진흥공단 등 정부 공공기관의 도움도 재정적인 측면을 포함하여 많이 받고있다. 대학과의 연계는 K대 화학과와의 지속적인 산학관계를 통해서 기술협력 뿐 아니라 장차 지식이전의 중요한 요인인 인력양성을 위해 인턴제를 실시중이다.

3) 공간적 입지특성

U사의 경우 고객들이 도심 및 여의도에 입지하고 있는 정부 및 금융기관들이 많다. 이러한 고객에 대한 지식의 중요성 때문에 여의도라는 입지상황이 중요하게 나타난다. 실제적으로 강남에 입지하고 있는 다른 외국인기업들이 동종업체들의 집중이라는 입지우위요소를 크게 보는 반면, U사는 금융, 증권업체 등 여의도

및 도심 입지 고객들과의 접촉을 중요시한다. 같은 고객 접근성의 조건에서 임대료가 상대적으로 싸고(투자 연한이 긴 이유에서 오는 관성도 있다) 편리한 여의도 지역을 고수하는 것으로 나타난다.

T사의 경우 고객 지향적인 광고업의 특성상 강남에 입지하고 있으며, 잦은 고객과의 의견교류 및 동종업계 종사자와의 네트워크를 통해 공간적인 특성을 나타내고 있다.

D사의 경우 정보통신산업의 집적지인 강남에 입지함으로써 기업의 경쟁력을 잃지 않으려고 노력하고 있지만, 실제로 기업 내에서 강남 입지의 장점을 찾기는 힘들다는 분석도 있다고 한다.

L사의 입지인 여의도는 대기업 본사의 건물로서 국내대기업의 전략에 따라 입지가 결정된 경우이다. 실제로는 고객의 요구에 따라 실제업무가 고객 회사에 파견을 나가 이루어지는 경우가 많기 때문에 개별회사의 입지는 크게 중요하지 않은 경우이다.

B사는 CEO의 개인적인 이유로 선택한 회사의 입지가 주요 집적지에서 벗어난 지역이지만, 회사의 업무와 기업 간 네트워크가 주로 해외기업들과 이루어지는 까닭에 문제는 없다. 또한, 주요 집적지에서 조금 멀지만, 교통편이 나쁘지 않고, 도심과 그리 멀지 않은 마포 지역으로 입지상의 불리한 점은 없다고 한다.

H사는 정보통신산업의 집적지인 강남에 입지함으로써 기업의 경쟁력을 잃지 않으려 하고 있다. 강남에서 중심지였던 역삼동 입지에서 최근 비용 등의 문제로 약간 외곽지역으로 입지를 옮겼다.

비교를 위해 알아본 국내기업 I사의 공간적 특징은 비용상의 문제로 선택한 회사의 입지가 주요 집적지에서 벗어난 지역(양재동)이지만, 100% 수출기업의 특성을 갖고 있기 때문에 문제는 없다. 또한 교통도 편리하고, 강남지역과 인접한 지역이기 때문에 다른 제휴기업 및 협력기업과의 업무 추진을 위해서 불편한 점이 없다.

4) 사례의 유형화

인터뷰 결과와 설문조사 결과를 토대로 간단한 도식화를 시도하였다. 이는 이해를 돕기 위해 인터뷰 상황을 정리하고 설문결과에서 유용한 것을 보강한 것으로 모든 외국기업의 유형분류에 적용되는 것은 아니지만, 외국인직접투자와 관련하여, 기업네트워크의 공간적 특성을 잘 이해할 수 있다는 생각에서 정리를 해본 것이다.

먼저 기업조직 네트워크 중심형과 기업조직 외부네트워크(한국 내) 중심형의 두 가지로 구분을 하고, 다시 전자는 외국 모 기업 의존형과 국내 모 기업 의존형으로, 후자는 고객중심의 지역네트워크 의존형으로 명명한다. 본 논문에 나타난 네트워크 구분은 기업조직 내부네트워크 중심형(외국 모 기업 의존형, 국내 모 기업 의존형)과 기업조직 외부네트워크 중심형(고객중심형)의 총 3종류이며, 그에 따라 네트워크의 특성이 다르게 나타난다. 국내기업으로 제휴기업과의 관계가 부각되는 사례를 비교를 위하여 참조한다. 물질적 흐름은 기업특성으로서의 전후방연계 및 자금의 지원 등을 뜻하고 비물질적 흐름은 정보와 지식의 흐름을 뜻한다. 또한 선의 굵기를 통하여 강한 흐름과 약한 흐름을 표시하려고 한다. 유형 구분은 투자지분율별로 투자 모기업의 영향력이 많이 반영되는 특성을 기준으로 인터뷰 대상 중 100% 투자기업 2곳 중 한곳, 50% 합작투자기업 2곳 중 한곳, 50% 미만 투자기업 두 곳 중 한곳 등, 네트워크의 특성이 잘 부각되는 기업 1곳씩을 선정하여 유형화를 꾀하였다. 굵은 선과 굵은 박스, 굵은 원으로 표시된 부분이 강한 흐름과 강한 네트워크

관계에 있는 행위자임을 나타내고 있다. 또한, 한국과 서울의 영역을 표시하여 국지적, 비 국지적인 공간조직의 특성을 부각시키려고 했다. 또한 음영으로 표시된 곳은 외국인기업인 경우는 기업조직 내부 네트워크 관계에 있는 행위자들을 표시한 것이며, 국내기업의 사례 경우에는 제휴사를 표시한 것이다. 한국 내 사업서비스 외국인직접투자기업의 공간조직 관련 네트워크 특성을 모두 나타낼 수 없는 까닭에 사례기업을 통한 예시를 나타낸 것이며, 이를 통해 기업조직 내부네트워크와 기업조직 외부네트워크 특성에 따른 공간조직 변화에 대한 이해를 돕고자 했다.

국내대기업의 자회사와 외국기업의 50% 합작기업인 경우, 투자지분율이 같은 까닭에 힘의 균형이 예상되지만, 실제적으로는 국내 대기업의 계열사로 영향을 받는 까닭에 기업조직 내부네트워크 형성에서 국내 대기업의 영향력이 강하게 작용한다. 외국인직접투자기업이지만, 국내 모 기업의 영향력이 크다는 조건에 따라 유형 분류를 해보았다. 공간적인 특성은 크게는 국지적 네트워크(서울, 한국 내 지역네트워크)와 비 국지적 네트워크(외국투자 모 기업, 해외기업고객, 해외 공급자고객)의 관계가 나타나고 있으며, 네트워크의 세계화, 지방화의 특성으로 분류될 수 있다. 유형별 특성을 알아보면 다음과 같다.

먼저 〈기업조직 내부네트워크 중심 - 외국 모 기업

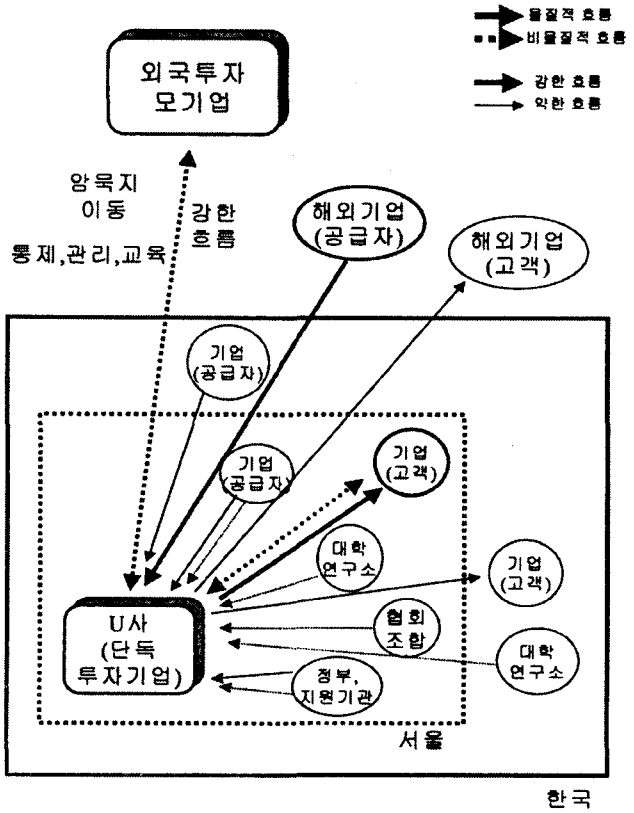

그림 1. 기업조직 내부네트워크 중심 - 외국모기업 의존형 : U사의 경우

의존형)의 경우는 U사의 경우를 유형화한 것으로 외국투자 모기업과 한국 내 사업서비스 외국인직접투자업체간의 비물질적 흐름(특히 암묵적인 지식)이 탁월하게 나타난다. 이때 한국 내 암묵적 지식의 외국투자 모기업으로의 이동, 외국 본사의 통제, 관리, 교육의 특성이 두드러진다. 반면, 여의도 입지기업인 사례로 서울지역 고객들과의 연계가 강하게 나타나고, 해외공급자로부터의 연계도 강하게 나타난다. 반면, 100% 단독투자기업의 특성으로 국내 공급자 및 산학연계, 정부지원기관 등과의 관계는 약하게 나타난다(그림 1).

두 번째 〈기업조직 내부네트워크 중심 - 한국 내 모기업 의존형〉의 경우는 한국 내 모기업과 한국 내 사업서비스 외국인직접투자업체간의 비물질적 흐름(특히 암묵적 지식)이 탁월하게 나타난다. 이때의 관계는 대기업 계열사의 하나로 외국인직접투자 합작기업인 사례로 외국파트너보다 국내 모기업과의 관계가 더 강한 경우이며 모 기업 중심의 KMS(지식관리시스템)를 통해 산출되는 지식을 관리한다. 업종특성상 (SI업체) 국내 고객들과의 유대관계가 강하고, 비물질적 흐름(특히 암묵적인 지식)도 원활하다(그림 2).

세 번째로 〈기업조직 외부네트워크 중심 - 지역 네트워크 의존형〉의 특성을 잘 나타내는 경우이다. 한국 내, 특히 서울지역내의 기업, 고객, 산학연계, 조합, 정부지원기관 등과의 유대관계도 깊고, 비물질적 흐름(암묵적인 지식)도 원활하다. 벤처기업의 특성으로 스핀오프를 유도하여, 가족사를 만들고 그 지역 내 유대

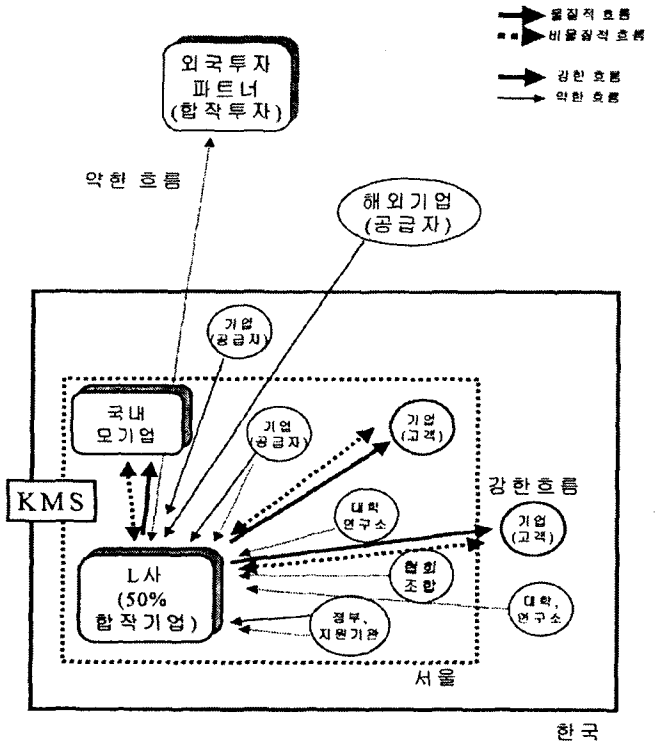

그림 2. 기업조직 내부네트워크 중심 - 국내 모기업 의존형 : L사의 경우

관계도 단단하다. 해외대학과의 산학연계도 실시하고, 수출을 통한 해외고객과의 관계도 돈독하다(그림 3).

네 번째로 외국인직접투자업체의 공간조직 네트워크의 특성을 비교하기 위해 국내기업의 경우를 알아본 경우이다. 서비스 수출이 100%인 까닭에 국내 고객들과의 관계는 없으나, 해외고객과의 관계가 돈독하다. 벤처 기업으로 지식과 기술력이 있으나, 판로가 없을 때 국내 협력사와 제휴하여 지식을 제공하고 판매협력 관계를 맺어 공조한 경우이다. 한국 내, 특히 서울지역 내의 기업과의 공동연구, 산학연계, 조합 등과의 유대관계도 깊고, 비물질적 흐름(암묵적인 지식)도 원활하다. 특히, 정부지원기관으로부터 자금지원을 받은 경우이다(그림 4).

이상의 외국인직접투자기업 6개 사와 국내기업 1개 사의 기업인터뷰 결과를 기업별로, 네트워크 특성별로 요약한 것이 〈표 4〉에 정리되어 있으며, 결과를 종합하여 기업네트워크를 유형화한 3가지 방식과 국내 사례에 대한 특성별 요약이 〈표 5〉에 정리되어 있다. 사례를 통해 유형화한 까닭에 기업네트워크의 개략적인 특성만을 살펴볼 수 있지만, 이를 통해 기업조직 내부네트워크와 기업조직 외부네트워크의 공간특성을 살펴볼 수 있다는 데에 의미가 있다.

사업서비스업이 지식에 기반하고 있기 때문에, 자본, 인력, 기술 및 지식의 도입을 통한 기업네트워크의 활성화는 국가 및 지역발전에 이바지할 수 있다. 사업서비스 외국인직접투자의 영향력이 한국 내 지역경제

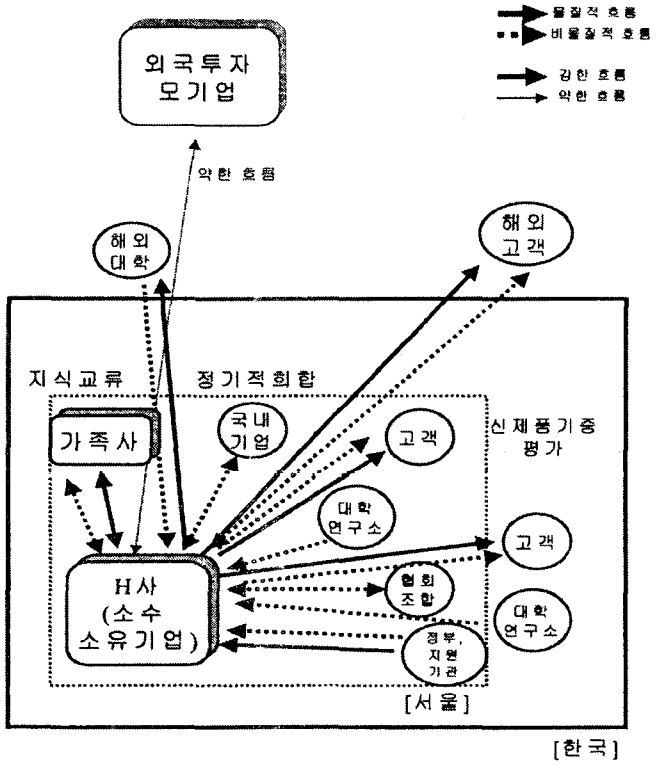

그림 3. 기업조직 외부네트워크 중심 - 지역네트워크 의존형 : H사의 경우

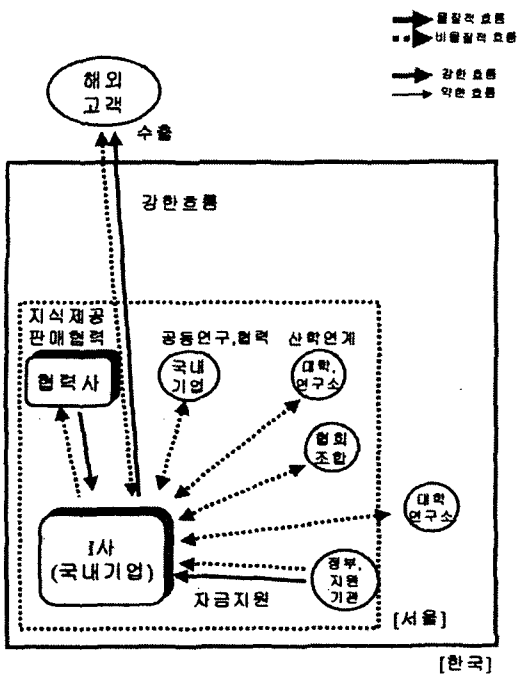

그림 4. 국내사례 : 국내기업 제휴형 (I사 경우)

와 밀접하게 관련되지 않는 것은 본질적으로 기업의 경쟁력과 관련이 있는 지식네트워크의 결성이 이루어지지 못한 까닭이라고 할 수 있다. 상대적으로 우량한 외국기업들의 정보 및 암묵적인 지식들은 국내에서 잘만 이용한다면, 충분히 지역경제 발전을 위해 활용의 가치가 있다. 이에 질적으로 우수하고, 지식 집약적인 사업서비스 분야 외국인직접투자의 의미를 잘 새기고 지역경제와 계속해서 연결시키는 것이 필요하며, 외국인직접투자기업의 행태를 이해하고, 투자와 관련된 질적인 변화와 암묵적인 지식을 끌어낼 수 있어야 한다. 궁극적으로 지역혁신체제의 한 부분으로 외국인직접투자를 이끌어내기 위해서는 지역시장조건과 신뢰의 문화, 기업가 정신과 정보 하부구조가 갖추어진 상황에서 외국인투자기업의 선진지식이 지역에 잘 녹아들 수 있도록 제반 요소들이 긴밀한 네트워크를 형성하는 것이 중요하다. 그때야 비로소 외국인기업이 국내지역에 뿌리내릴 수 있는 이상적인 조건이 완비될 수 있다(그림 5 참조).

표 4. 기업인터뷰 결과 기업별 특성 요약

기업	기업조직 내부네트워크	기업조직 외부네트워크	공간특성	비고
U사	본사통제력 강함	고객 중심, 세계적 기업간 네트워크	여의도 고객중심 입지	연한이 오래된 기업 (29년)
T사	기업조직 내부 네트워크 중심	고객중심, 국지적 기업간 네트워크	강남 고객중심 입지	선진지식활용 광고업
D사	국내 모기업 기업조직 내부 네트워크 중심	타기업과의 네트워크 부정기적 발생	경쟁력에 우선한 강남 입지. 고객 중요	국내 모모기업 중심
L사	국내 모기업 기업조직내부 네트워크 중심. 지식관리 시스템	고객 중심 국지적 네트워크 강함	국내 모기업 행태 중심-여의도 입지. 고객 따라 실제 업무 입지 결정	대기업 계열사
B사	기업조직 내부 네트워크 약함	비국지적/국지적 타기업과의 네트워크 활발	집적지 이외 지역에 입지(마포). 국제적 활동 중심	외국기업 지분을 국내 CEO 최근 인수
H사	기업내 계열사간 네트워크 활발	고객 중심 네트워크 강함. 국지적 기업과의 네트워크 활발	강남 입지 경쟁력 우선 고객 중요	가족사 관계 중요
I사	-	제휴사와의 네트워크 강함	주요 집적지 외 기타지역 입지(양재). 100% 수출 기업	국내 벤처기업

자료 : 기업인터뷰 결과

표 5. 기업인터뷰 결과 기업네트워크 유형화 특성별 요약

구분	기업조직 내부네트워크 중심		기업조직 외부 네트워크 중심	국내 비교 사례
	외국모기업의존형 (U사 경우)	국내모기업의존형 (L사 경우)	지역네트워크의존형 (H사 경우)	국내기업 제휴형 (I사 경우)
판매시장	국내(서울) 중심	국내 / 수출	국내 / 수출	수출
서비스공급처	국외 중심	국내	국내	국내
국내기업과의 관계	네트워크 약함	네트워크 강 (국내모기업)	네트워크 강	네트워크 강(제휴업체)
외국기업과의 관계	네트워크 강함 (외국모기업)	네트워크 약	약함	약함
국내 타기관등 행위자와의 관계	강함	강함	강함	강함(정부지원)
주요 지식교류 대상	외국모기업/고객	국내모기업 / 고객	국내 타기업 / 고객	국내기업(제휴기업)
공간특성	비국지적 네트워크 강함	국지적 네트워크 강함 (고객,모기업)	국지적 네트워크 강함	국지적 / 비국지적(수출)
네트워크 특성	핵심우위 지식중심	국내 대기업 지식관리	기업조직 외부 국지적 네트워크 중심	기업조직 외부 국지적, 비국지적 네트워크 중심
공간적 집적 특성	집적지 선호 (전통적 집적지)	집적지 반드시 선호하지 않음	집적지 선호(강남)	집적지 반드시 선호하지 않음

자료 : 기업인터뷰 결과

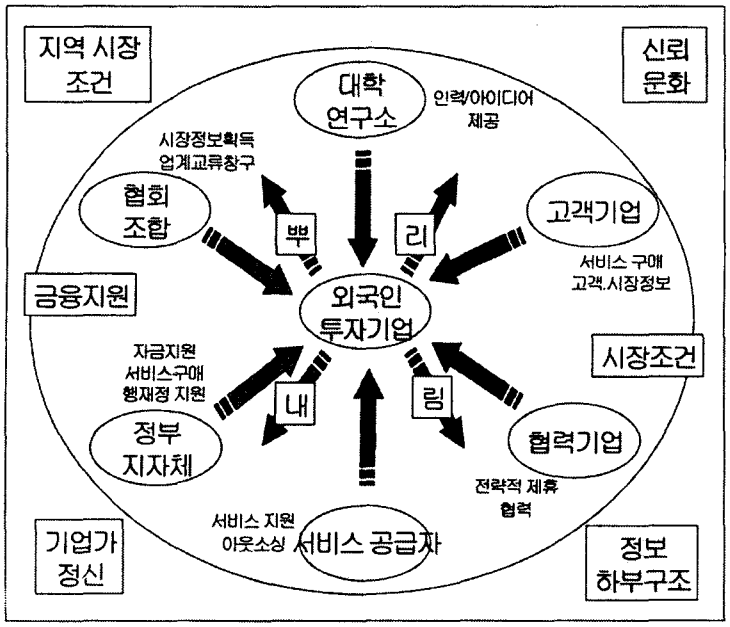

그림 5. 한국 내 외국인기업의 뿌리내림을 위한 구성요소

6. 결론

다국적기업의 기업조직 기반 내부, 외부 지식네트워크간에는 상보성이 강조된다. 기업의 내부지식 네트워크와 외부지식네트워크는 상호 의존적이기 때문이다. 문제는 외국인직접투자기업의 활동과 관련, 지식이 창출되고, 기업이 그 지식을 취득하고, 활용하는 메카니즘을 밝히는 것이 다국적기업이 세계 속에서 변화하는 역할을 해석하고, 산업역동성을 이해하는 단서가 된다는 사실이다. 다국적기업과 관련한 네트워크는 외국인직접투자가 일어났을 때 기업기능단위들이 분산하여 해당지역 내에서 지역 특수적인 암묵적 지식을 축적하는데 유용한 도구가 된다. 다국적기업은 이러한 암묵적인 지식을 기업조직 내부를 통해 전 세계적으로 확장시키고 전파한다. 정보통신기술의 발달과 인터넷의 보편적인 활용으로 인해 비 국지적인 기업네트워크의 확장도 한몫을 하고 있다. 다국적기업은 지역내 행위자들, 파트너들과 긴밀한 관계를 맺고 지식을 얻어내고, 기업조직 내 네트워크를 활용함으로써 국제적인 공간특성을 나타낸다. 기업조직 내부네트워크 측면에서는 외국투자 모 기업, 그리고 한국 내 합작 외국인직접투자업체와 한국 모 기업간에 기업조직측면에서 지식의 공유가 가능하다. 공간조직 내에서 암묵지가 통용되는 것은 주로 고객 및 파트너 등 지역 내 협력인자들과 지식이 통용될 때의 관계이며, 대면접촉과 영역의 일체감으로 인한 지식의 공유로 인해 사회화가 이루어지게 된다. 이것은 특정한 사회 · 문화적 맥락에서 이루어지는 것이다.

본 논문은 외국계 사업서비스 산업의 한국 내 진출에 대한 분석을 위해 설문과 기업인터뷰를 통해 서비스와 지식의 공간적 특성이 기업관련 행위자들과의 관계 특성과 관련이 깊다는 점에 착안하여 기업네트워크라는 틀을 통해 분석하고자 하였다. 이는 유형화를 통하여 기업 행태와 지식의 공간특성을 이해하고자 하는 기초적인 노력이었으나, 인터뷰와 설문 등의 문제로 모든 외국인기업의 특성이 100% 반영되는데는 한계가 있었다. 앞으로 보다 많은 연구가 요구되는 사항이라 할 수 있다. 결과적으로 한국내 외국기업은 한국내 내수시장 개척이라는 주된 투자동기를 중심으로 외국 모기업과 긴밀한 관계를 유지하고 있으며, 투자 지분율에 따라 국내 행위자들과 맺는 관계의 정도가 달라짐을 알수 있었다. 암묵적인 지식의 획득과 관련하여서는 고객정보나 시장정보의 중요성이 크게 인식되고 있다. 이것은 시장접근형 투자동기에 따른 지역기반의 정보 획득이 중요한 특성을 나타낸다. 그러나, 산학연계 및 정부기관, 기업협회 등과의 관계는 제한적으로 나타난다.

최근 폭발적으로 한국 내 외국인직접투자가 증가하고 있다. 그러나, 현재의 한국 외국인직접투자 정책은 외환위기 해소 및 구조조정에 치중하고 있어 투자의 긍정적인 파급효과를 극대화하는 데에는 문제가 많다. 외국인직접투자기업이 한국의 정부 공공기관으로부터의 기업지원 도움을 받은 비율이 낮다는 등의 부정적인 조건들이 많다. 외국인직접투자기업과 지역경제의 유기적인 연계, 자발적인 협력 분위기를 만들기 위한 지역혁신네트워크의 창출을 위해서 이는 고려해야 할 부분이다. 외국인직접투자의 유치는 외환위기 해소라는 단편적인 시각만 강조해서는 안되며, 자본, 인력, 기술 및 지식의 도입을 통한 기업네트워크의 활성화를 통해 국가 및 지역발전에 이바지해야 한다는 방향에서 접근해야 한다. IMF 외환위기와 외국인직접투자의 증가는 한국 내에서 펼쳐지는 기업네트워크의 변화에도 영향을 미친다. 사업서비스 외국인직접투자의 영향력을 한국 내 지역경제와 밀접하게 연관시키기 위해서는 본

질적으로 기업의 경쟁력과 관련이 있는 지식네트워크의 결성이 이루어져야 할 것이다. 상대적으로 우월한 정보, 지식을 갖고 있는 외국기업들과 관련, 지역경제와 연결시키는 것이 계속해서 필요하며, 외국인직접투자기업의 행태를 이해하고, 투자와 관련된 질적인 변화와 암묵적인 지식을 끌어낼 수 있는 노력을 해야한다.

註

1) 광의의 해외직접투자(Foreign Direct Investment)는 투자흐름의 방향에 따라서 투자대상국의 시각에서 투자국내에 외국기업의 투자가 들어오는 외국인직접투자(inward foreign investment)와 이와 반대로 투자국의 시각에서 투자국이 외국으로 투자를 행하는 협의의 해외직접투자(outward foreign direct investment)를 모두 포함하나, 본 논문에서는 내부지향적 '외국인직접투자'의 경우만으로 범위를 한정하기로 한다.
2) 1999년 산업자원부 발간 '외국인투자기업현황'에서 정리하였으며, 한국표준산업분류에 따라 재정리, 계산한 결과이다.
3) 1999년 기준, 업체수 기준으로는 92.7%, 투자금액기준으로는 97.7%가 서울에 집중되어 있다.
4) 외국인직접투자에 대한 주관 부서는 재정경제부에서 1999년 산업자원부로 통합 이관되었으며, 외국인투자기업 명부가 매년 발간되지 않은 이유로 논문 집필시 구득, 활용이 가능한 자료는 1991년, 1993년, 1998년, 1999년 4개년도에 한정되어 있다.

참고문헌

대한상공회의소, 2000, 외국인직접투자" 패턴변화와 유치촉진방안, 경제연구총서 2000-85

박삼옥, 1994, "세계화, 지방화와 경제공간의 조직," 한국경제지리학회지, 제1권 제1호, pp.11-32

박삼옥, 1996, "한국 첨단산업의 지방화와 세계적 연계망," 국토계획, 제31권 제1호, 대한국토·도시계획학회지, pp. 309-325.

박삼옥,남기범, 1998, "서울 대도시지역의 생산자서비스 활동의 발전과 공간구조의 변화," 지역연구, 제13권 제2호, pp. 1-23.

박삼옥,주성재,남기범,황주성 편역, 1998, 경제구조조정과 산업공간의 변화, 한울

산업자원부, 1999, 외국인투자기업현황

외국인투자지원센터, 1998, 외국인직접투자 업무편람

이홍구, 1994, 외국인직접투자와 투자정책, 한국개발연구원

재정경제부, 1998, 1993, 1991, 외국인투자기업현황

통계청, 1991, 총 사업체 통계조사보고서

통계청, 1996, 서비스업 총 조사보고서

Camagni, R.P., 1995, "The concept of innovative milieu and its relevance for public policies in European lagging regions, *Papers in regional science*, 74(4), pp. 317-340.

Cooke, P., and Morgan, K., 1993, "The network paradigm: new departures in corporate and regional development", *Environment and Planning* D, 11(5), pp. 543-564.

Ghosal, S., and Bartlett, C.A., 1990, The multinational corporation as an inter-organizational network, *Academy of Management Review*, 15(4), pp. 603-625.

Malecki, E.J., and Oinas, P., 1999, *Making Connections*, Ashgate

McPherson, A. D., 1997, "A Comparison of Within-Firn and External Sources of Product Innovation," *Growth and Change*, 28, pp. 289-308.

Yeung, H.W., 1997, "Business Networks and Transnational Corporations: A study of Hong Kong Firms in the ASEAN region," *Economic Geography*, 73(1), pp. 1-25.

Zanfei, A., 2000, "Transnational firms and the changing organisation of innovative activities," *Cambridge Journal of Economics*, 24, pp. 515-542.

Abstract

Characteristics of Foreign Firms' Corporate Networks in Korea : the Case Study of Business Service

Byungmin Lee*

This study investigate the spatial characteristics and corporate networks of foreign business service firms in Korea. Specifically intrafirm and extrafirm organization of foreign firms are addressed utilizing the corporate network perspective. For this purpose, this study conducted questionnaire and interview surveys for the foreign firms. Parent-subsidiary relationships are focused on the mechanisms by which Transnational Corporations (TNCs) headquarters control and coordinate their foreign affiliates and subsidiaries in order to achieve investment purpose in Korea (overseas market expansion). But extrafirm networks of foreign business services firms in Korea do not appear to play an important role in regional development to date. A low proportion of foreign firms is engaged in academics-industry linkages, and a low number of foreign firms is formally linked with government organizations, research institutes, and trade associations. To conclude, Foreign direct investment firms in business services in Korea are characteristics by globalized intrafirm networks and localized interfirm and extrafirm networks. It is understood that regional development can be vitalized when Korean local firms have close relationships with technologically advanced foreign firms in tacit knowledge capacity. Foreign firms are able to play an important role in the development of business services in Korea. This study suggests that regional foreign direct investment policy should be targeted towards the corporate networking with foreign firms and domestic firms and incrementation of the potential of foreign firms as a knowledge-intensive industry.

Key words : Foreign Direct Investment, Corporate Network, Business Service, Tacit knowledge

* Research Fellow, The institute for Korean Regional Studies