

사업서비스 분야 외국인직접투자기업의 한국내 뿌리내림*

이 병 민**

The Embeddedness of Foreign Firms in Korea : The Case of Business Service Activities*

Byungmin Lee**

요약 : 본 연구에서는 사업서비스 분야 한국내 외국인직접투자가 지역경제에 미치는 영향을 분석하였으며, 특히, 지역네트워크와 지식의 활용이라는 측면에서 파악하였다. 외국인직접투자기업은 한국내 시장확보라는 투자동기에 따라 고객과의 네트워크, 공급 네트워크는 높은 비중을 나타내고 있으나, 상대적으로 산학연계 및 협회, 조합, 정부기관과의 관계는 낮게 나타난다. 한국내 지식이전 및 상호작용도 투자모기업의 정책에 따라 제한적으로 이루어지고 있다. 그러나, 협력관계 및 인력이동 등 장기적으로 볼 때 긍정적인 측면과 가능성도 보이고 있어, 지식활용에 기반한 정책지원 및 활용안을 수립하여 실천한다면, 외국인기업이 충분히 지역내 뿌리내리며, 지역경제에 기여할 수 있을 것이다.

주요어 : 뿌리내림, 외국인직접투자, 사업서비스, 지역네트워크

Abstract : This study emphasized the nature of spatial patterns, characteristics and embeddedness of foreign business service firms in Korea utilizing questionnaire survey and interview data. Foreign business services firms are active in forming interfirm networks with clients and supply firms in Korea for widening the market share in Korea. But a low proportion of foreign firms is engaged in academics-industry linkages, government organizations, research institutes, and trade associations. Knowledge transfer and interaction also shows low level of network and the regional development of foreign firms is still in the process of developing, not quite embedded yet. Policy guidances and institutional supports are very essential to strengthen interfirm network and collective learning process of foreign firms in Korea rather than mechanical accumulation of investments. Thus, regional foreign direct investment policy should be targeted towards the incrementation of the potential of foreign firms as a knowledge-intensive industry.

Key Words : embeddedness, foreign direct investment, business service, regional network

1. 서론

1) 연구의 필요성과 목적

20세기 들어서 제조업은 선진국의 경제성장에 주도적인 역할을 하였다. 그러나, 1980년대 이후 선진국의 고용과 성장에서 제조업의 비중이 큰 폭으로 하락하고 서비스업의 비중이 계속 증가하는 소위 '경제의 서비스화'¹⁾ 현상이 나타나면서 산업구조가 크게 변화하였다. 이러한 경향은 전반적인 서비스 산업의 구조가 고도화되어 지식집약화 등 전

문적인 역할이 증대되는 것을 뜻한다. 1990년대 들어서 이러한 변화는 선진국뿐 아니라 한국과 같은 신흥공업국에도 나타나기 시작하였다. 수도권 지역총생산에서 서비스업이 차지하는 비중은 1987년 62.5%에서 1997년 현재 69.7%로 증가하여 경제활동의 서비스화가 급속하게 진행되고 있다(경기도, 2000). 또한, 구조의 변화는 국제적인 관계에도 많은 영향을 주고 있다. 우루과이라운드 타결과 WTO체제 출범 이후 서비스 산업의 상호 개방이 이루어지고 있다. 이로 인해, 전세계적으로 국가간

* 본 논문은 박사학위논문의 일부를 재구성한 것임.

** 서울대학교 국토문제연구소 상근연구원(Research Fellow, The Institute for Korean Regional Studies, Seoul National University).

교역과 해외직접투자에 있어 서비스산업의 비중이 크게 부각되고 있으며, 특히 지식집약적인 서비스 산업의 의미는 더욱 커지고 있다. 서비스 부문에서의 해외직접투자가 중요한 의미를 가지면서 서비스 다국적기업 및 외국인직접투자기업이 투자대상 국내에서 갖는 의미도 중요해지고 있는데, 한국의 경우도 지식집약적 사업서비스 부문 외국인직접투자기업에 대한 관심이 최근 높아지고 있다. 이러한 배경은 한국에서 IMF 외환위기 이후 급증하고 있는 외국인직접투자²⁾의 증가에 대해 실질적인 이익과 영향을 면밀히 검토해볼 필요성을 제기하고 있어, 그 결과 실제적으로 한국내 외국인직접투자업체가 지역내에 어떻게 뿌리내릴 수 있는가 하는 가능성에 관심이 모아진다.

또한, 최근의 논의들은 기능인력의 이동, 기술혁신, 외부경제효과를 통해서 산업이 공간적으로 군집하는 현상이 지역의 성장과 경쟁력의 핵심적 요소라는 사실을 재확인하고 있다. 지역내 기업간의 네트워크가 존재하는가, 정보나 지식이 전파되기 위한 지역내 학습문화 내지 유연한 분위기가 조성되어 있는가, 사회구조 속에 기술혁신의 토양이 뿌리내려져 있는가, 여러 혁신주체 및 행위자들간의 사회적 관계를 튼튼하게 이어주는 제도적인 기관 또는 조직이 얼마나 다양하게 존재하는가 등을 혁신적 지역성공의 조건으로 들고 있다(Malecki and

Oinas, 1999; 박삼욱, 1999).

본 논문은 이러한 맥락에서 최근 서비스 개방과 함께 지식집약산업으로서 국내경제에서 중요한 비중을 차지하고 있는 '사업서비스' 부문 외국인직접투자에 대해 관심을 집중한다. 뿌리내림을 관찰하기 위해서 전문적 지식집약산업인 사업서비스를 통해 산업특성을 관찰하고, 공간적인 특성을 파악하는 지리학적 연구를 시행한다. 지식집약산업 분야 외국인직접투자기업의 한국내 뿌리내림 관찰을 위해 지식의 유통과 기업의 공간적 특성, 외국인직접투자업체의 기업활동, 해당지역과의 상호작용을 파악하고, 지식의 교류를 잘 살펴볼 수 있는 기업네트워크의 틀을 활용한다. 기업네트워크는 '기업이 조직내·외적으로 경제적, 비경제적 활동을 통해 통합과 협력을 이루는 관계'(Yeung, 1994: 476)라고 할 수 있다. 다국적기업은 보통 외국에 진출할 때, 외국인직접투자 등을 통해 특정지역 내에서 해당지역 기업, 환경과 관계를 맺으며, 국내외적인 네트워크를 형성하는데, 지역내에서의 네트워크가 중요하게 인식되고 해당지역 내에서 다국적기업이 국지적 네트워크를 형성하여 지역경제 발전을 위해 중요한 역할을 한다.

구체적으로는 한국내 사업서비스 분야의 외국인직접투자를 대상으로 지역내 뿌리내림을 관찰하고 관련된 공간조직을 밝히고자 하는 의도에서 한국

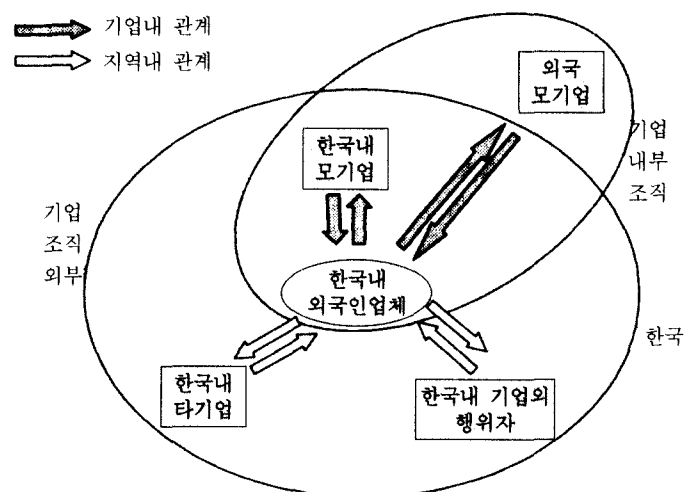


그림 1. 한국내 외국인업체의 네트워크 조직관계

에 진출해 있는 사업서비스 외국인직접투자업체들이 한국내 타기업들과 갖는 네트워크를 밝히고, 함께 대학, 연구소, 정부지원기관, 기업협회 등 기업 외적인 행위자들과 맺는 관계의 특성을 밝힌다. 이를 통해 지역네트워크를 통한 지역내 뿌리내림의 형성여부를 파악하며, 사업서비스 분야 외국인직접투자의 기업네트워크 활동이 한국에서 공간적으로 어떻게 전개되는가를 밝히고자 한다. 이때, '지역네트워크'는 한국내 사업서비스 외국인직접투자기업이 한국내에서 이루는 각종 네트워크의 합을 뜻하며, 이를 타기업과의 네트워크, 기업의 행위자인 기관 및 기업협회와의 네트워크로 구분한다(그림 1).

2) 연구대상 및 연구방법

사업서비스는 전문정보와 지식을 취급하는 지식 집약적인 고차 생산자서비스이다. 기존 연구에 따르면, 대개 법률, 회계, 컴퓨터, 광고, 경영컨설팅 등이 분류에 포함되고 있다. 한국에서는 한국표준 산업분류상 생산자서비스의 하위체계로 보며 중분류상 SIC 72 '정보처리 및 기타 컴퓨터 운용 관련업,' SIC 74 '기타 사업관련 서비스업'에 속한다. 본 연구에서는 그중 소분류로 SIC 721, 722, 723, 724, 725, 729, 741, 742, 743의 9개 업종을 택한다(표 1).

외국인직접투자의 기준설정은 나라마다 다르고 차이가 많이 나기 때문에 한마디로 말하는 것은 어려운 일이다. 상대적인 기준이 각기 다르고 직접투자를 결정하는 내용 또한 투자 지분율, 투자내용, 경영권 개입의 여부 등 다양하게 담겨지기 때

문이다. 본 연구에서는 경영권의 소유여부 자체보다는 외국인기업의 지분변화에 따른 영향력의 변화를 보고자 하는 연구목적에 따라 신고된 모든 사업서비스 외국인직접투자기업을 대상으로 하는데, 이에 외국인직접투자 지분율 10% 미만의 기업들도 연구대상에 포함을 시킨다.

한국내 외국인직접투자 사업서비스업체는 1999년 기준으로 521개의 업체가 있으며,³⁾(산업자원부, 1999) 대개 소프트웨어 관련업, 사업경영상담업, 엔지니어링, 기술서비스업등이 주로 큰 비율을 점하고 있다. 연구지역은 한국 전체를 기본대상으로 분석하되 이 중 특히 서울시 전체에 초점을 두고 따로 분석한다. 사업서비스의 경우 대부분의 외국인 투자업체와 한국의 관련기업들이 서울에 입지하고 있기 때문에 지역단위로 분석이 용이하기 때문이다⁴⁾. 기본자료이자 연구의 주관심인 외국인직접투자 사업서비스 업체자료는 산업자원부와 재정경제부 발간 '외국인투자기업현황'을 구득 가능한 연도별로 정리, 사용한다⁵⁾. 지역분석은 서울을 중심으로 사업서비스 활동의 일반적인 공간적 현황을 정리하고, 구득 가능한 자료를 중심으로 외국인 사업서비스 기업의 입지변화와 공간적 특성을 살펴본다.

구체적인 기업특성과 공간특성을 파악하기 위해 외국인 사업서비스 업체를 대상으로 설문조사와 기업 인터뷰를 실시한다. 설문 및 면담조사의 주요 내용은 사업서비스 외국인직접투자기업의 지역입지 결정요인, 사회적인 관계, 지역내 지식의 활용

표 1. 사업서비스 세부 분류

SIC산업분류(1991년 기준)	업 종	SIC산업분류(1996년 기준)	업 종
843	조사 및 정보관련서비스업	721	컴퓨터설비 자문업
		722	소프트웨어 자문, 개발 및 공급업
		723	자료처리업
		724	데이터베이스업
		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: 총사업체통계조사보고서, 1991; 서비스업총조사보고서, 1996.

등과 관련된 문항 등이며, 외국인직접투자기업의 지식 구득 원천이 어디인가, 서비스는 어떠한 방식으로 조달되는가 하는 것을 공간적인 특성과 관련하여 물어본다. 설문문항의 항목별 응답자료는 주로 투자 지분을 특성에 따라 합작기업과 100% 단독투자의 특징과 업종, 입지지역 등에 따라 평균분석과 cross-table 분석을 통하여 정리한다.

2. 한국내 외국인직접투자기업의 공간적 특성

외국인직접투자와 관련하여 사업서비스는 다국적기업 내지 다입지기업의 본사가 도시에 입지해 있고, 공급자와 고객간의 원활한 교통·통신이 가능하고, 다른 특화된 서비스에 대해 근접해있고, 유용한 고급노동력이 풍부한 내도시에 집적한다 (Hitchens, O'Farrell, and Conway, 1994). 외국인기업이 해당지역내 국내집적지 근처에 입지함으로써

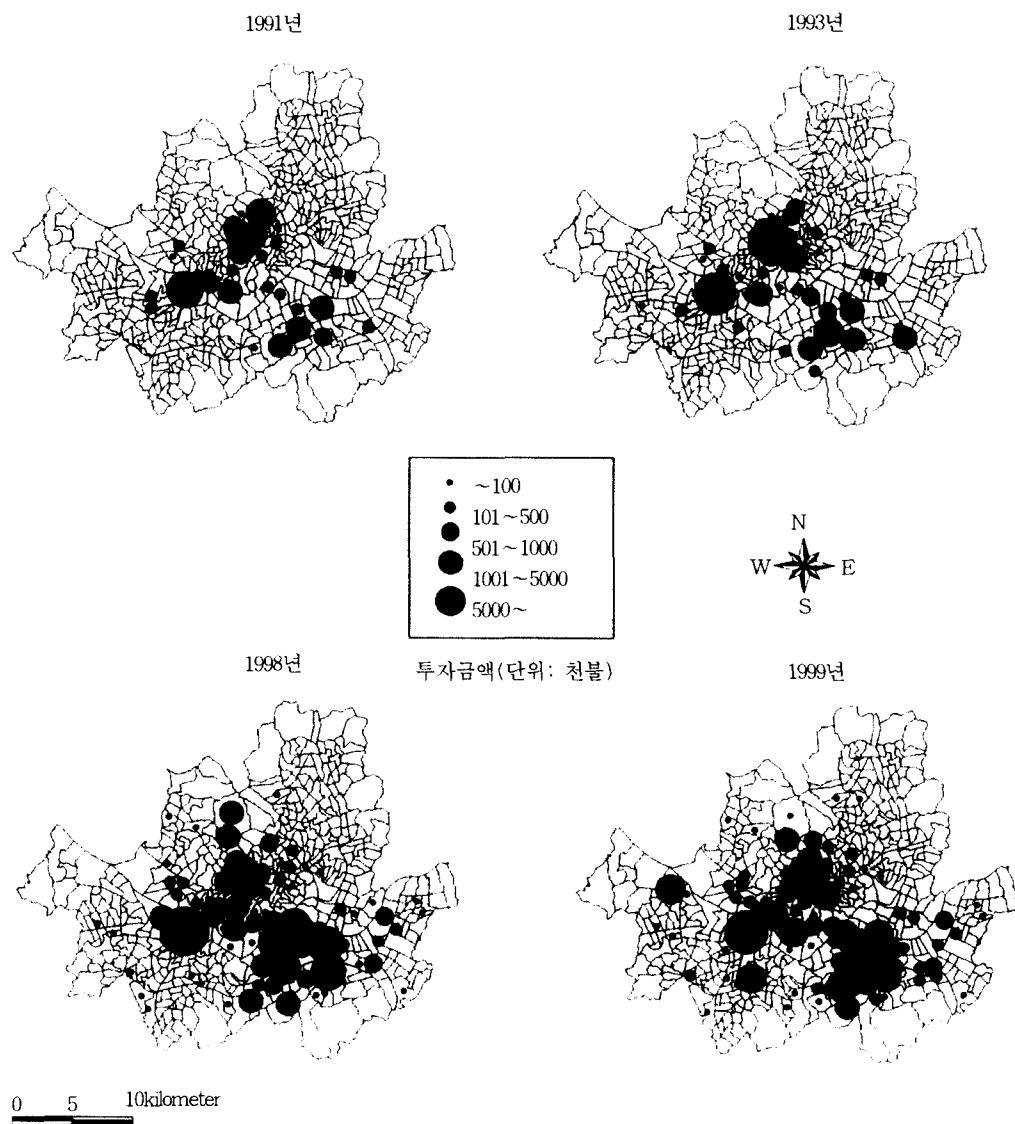


그림 2. 서울시 사업서비스 외국인직접투자업체 연도별 투자금액 분포

공급자, 수요자, 경쟁자와의 접근이 용이하고, 노동시장의 확보가 용이하며, 입지관련 제반 정보수집비용을 줄일 수 있고, 집적지가 제공하는 공급과 수요 인센티브를 향유할 수 있기 때문이다 (Bagchi-Sen, 1995). 또한, 다국적기업이 해외투자를 검토할 때 고려하는 입지적 요소는 여러 가지가 있을 수 있으나, Dunning이 정의해놓은 입지우위요인(locational advantage)을 기준으로 시장접근성, 투입요소의 비용, 문화요인 등 여러 가지 요인을 총괄하여 이야기한다(Dunning, 1995).⁶⁾ 이러한 측면에서 시장접근성과 하부구조 등의 여러 가지 측면에서 우수한 서울은 집적지로서의 강점을 가지고 있으며, 외국인직접투자의 유인요소가 많은 지역이다. 서울지역 사업서비스 외국인직접투자 기업의 공간분포는, 산업세분류에 따라 조금씩 다르게 나타나기는 하지만, 그 공간패턴에 있어 중구, 종로구, 서초구, 강남구, 영등포구 등 주요 집적지에 전체 사업서비스의 2/3가 집중하는 국내산업의 현상을 그대로 본받고 있다. 사업서비스 외국인직접투자의 지리적 분포와 관련하여 서울의 국내 생산자서비스의 지역분화는 기존 1970년대 이전 CBD를 중심으로 집중하였던 경향에서 여의도와 강남구 일대의 집적지로 발달하는 다핵구조로의 변화를 보이고 있다(박삼욱, 1998).

그림 2를 통해 서울시 사업서비스 외국인직접투자업체의 연도별 동별 분포를 투자금액 기준으로 확인할 수 있다. 연도가 변함에 따라 전통적 집적지라고 할 수 있는 종로, 중구에서 강남으로 업체의 비중이 옮겨가는 현상을 관찰할 수 있다. 투자금액이 대형화되면서, 이전연도에 비해 상대적으로 강남의 비중이 높아지고 있다. 종로, 중구 등 전통적 집중지의 비중이 낮아지는 반면 강남, 서초 주요 지역의 외국인직접투자가 1999년 47.6%로 거의 절반을 차지하고 있는데, 최근 강남, 서초지역으로의 집중은 더 가속화되는 것으로 나타난다.

업종별 분석에 따르면, 소프트웨어와 정보통신업체들의 경우 최근 강남구에서도 소위 '테헤란밸리'로 불리우는 삼성, 역삼동 인근에 집중하며, 시너지효과를 창출하고 있다. 이것은 최근 몇년사이의 투자가 각광받는 정보통신 산업부문에 집중되는 반면, 엔지니어링산업과 같이 보다 전통적이고 보수적인 업체들의 경우 전통적 도심이나 영등포

지역을 그대로 선호하는 결과로 나타난다. 이러한 현상은, 서울내 외국인직접투자업체의 집적이 각 특성에 따라 형성되는 특화된 다핵 집중의 특성을 나타낸다고 볼 수 있다. 강남, 서초지역은 정보처리 및 컴퓨터 관련업, 광고업 등 전문, 고도 정보창출활동이 왕성하며, 영등포지역은 컴퓨터 관련업, 사업경영상담업 등 오피스 기능이 집적해있다. 종로,중구는 사업경영상담업과 광고업에서 집중도를 보여주고 있다.

3. 한국내 외국인직접투자기업의 지역네트워크

지역내 행위자들과의 네트워크를 통한 반복적인 관계와 상호학습은 상대방을 이해하고, 적응해 나가는 과정이다. 상호학습을 통해 자기반성과 보완이 이루어지며, 시너지 효과를 창출할 수 있는 근거가 마련된다. 이해관계와 함께 서로가 우호적인 관계를 유지해 나갈 때, 외부로부터의 진입행위자도 사회적과정으로서 해당 환경에 뿌리내림이 가능해진다. 뿌리내림은 사회적 과정으로서, 경제활동이 사회제도적 과정으로 녹아들어가는 '관계'라고 할 수 있다. 네트워크를 이루어내는 관계속에서 관례, 습관, 규범, 제도, 신뢰 등이 이루어지기 때문이다. 때문에 외국인직접투자기업이 해당 지역에 뿌리내릴 때, 국민적 감정, 정서, 문화적 교감대, 지역외식 등도 중요하게 된다.

한국내 기업네트워크의 형성은 지속적 거래에 따른 신뢰성을 높이고, 지역내 문화를 이해하고 문화적 거리를 줄여가려는 외국인업체들의 노력의 결과이다. 한국내 사업서비스 외국직접투자업체가 한국내 투자에서 타기업 및 기관, 기업협회 등과 네트워크를 많이 형성할수록 사회, 문화적 관계가 많아지고 점차 지역경제에 뿌리내린다. 또한, 한국인 노동력을 많이 고용하고, 지역사회의 일원으로 각종 행사 등 한국내 사회활동에 참여하기도 한다.

네트워크 분석은 '과정'을 중요시하는 동태적인 분석이기 때문에 현대의 경제상황에서 기업과 공간발달의 경향을 이해하는데 유용한 분석 틀로 활용되고 있다(Cooke and Morgan, 1993). 이러한 분석은 기업이 해외진출 활동을 펼 때 그 지배 관계를 엿볼 수 있는 유용한 틀이다. 단순한 종래의 경

제적 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).

1) 한국내 타기업과의 네트워크

(1) 고객기업과의 관계

사업서비스 외국인직접투자업체는 고객(외국인업체가 서비스를 제공해주는 대상), 공급자(외국인업체가 서비스의 원천을 공급받는 대상), 파트너 및 경쟁기업(외국인업체가 협력관계를 맺는 대상) 등 3종류의 타기업과의 네트워크를 통해서 관계를 형성한다. 한국내 사업서비스의 타기업과의 네트워크는 외국인직접투자기업과 한국내 국내 기업들과의 네트워크 형성 및 상호작용을 이룬다. 이렇게 지역을 기반으로 형성되는 관계들은 기업간 혹은 산업간에 협력을 활성화시켜서 지역성장에 도움을 준다(Saxenian, 1994).

서비스 매출관련 설문결과에 따르면, 서비스 매출에 관한 질문의 응답결과 국내 내수 매출이 전체의 90%를 넘고 있다. 제조업체에 대한 고객 비중이 높지만, 공기업체와 외국의 경우까지 합치면 비제조업 분야에 대한 매출이 더 높게 나타난다. 설문결과 국내 내수 매출의 비중이 월등하게 나타나는 것은, 인터뷰에서 확인된 투자동기가 동북아 시장 진출보다 내수시장 진출 비중이 높은 것과 관련이 있다. 설문응답결과, 한국에서의 사업서비스 분야의 투자동기는 동북아 시장의 전진기지 등

다른 요인들보다 한국시장을 개척하고 기존시장을 보호하기 위한 동기가 월등하게 나타났다.

업종별 고객 특성을 살펴보면, 소프트웨어 산업을 중심으로 하는 'SIC 72 정보처리 및 기타 컴퓨터 관련운용업'의 경우 서비스업체로의 고객 비중이 평균보다 높게 나타나는 반면 법무, 회계, 광고, 엔지니어링 등의 'SIC 74 기타 사업관련서비스업'의 경우는 제조업체의 고객 비중이 더 높게 나타난다. 특히 제조업과 밀접한 관련을 맺고 있는 엔지니어링 산업의 경우 국내제조업체의 고객 비중이 높게 나타난다. 광고업의 경우 특이한 점은 외국제조업체의 고객비중이 평균보다 높게 나타난다. 외국계 광고회사들은 단독투자를 선호하며, 다국적 광고그룹의 한국내 진출로 인해 외국투자 모기업의 광고를 수주하는 경우도 많기 때문으로 분석된다(김희주 외, 2000)

공간적 특성을 파악하기 위해 수도권 소재 사업서비스 외국인 직접투자기업체의 고객업체 지역분포를 알아보았다. 대상을 수도권 소재업체로 국한시킨 것은 근접지역 고객특성을 파악하기 위해 범위를 수도권으로 한정시킨 까닭이다. 표 2에 나타나 있는 서울소재 업체의 고객업체 지역분포의 관계에서 고객업체에 대한 지역적 근접성은 많은 의미를 갖고 있다. 평균으로 계산한 비율에서, 종로, 중구의 경우 같은 구나 인접구 고객의 비중이 30.5%, 강남, 서초 지역은 22.9%, 영등포지역도 20.1%를 나타낸다. 외국인직접투자업체들이 고객들과 가까운 거리에 위치함으로써 대면접촉을 중요시하는 사업서비스의 고객비중의 중요성이 높은 설명력을 갖는다. 특히 종로·중구의 경우 같은

표 2. 수도권 소재 업체의 고객업체 지역분포 (단위: %)

고객지역 회사위치	서울 같은구	서울 인접구	그 외 서울	서울 소계	그 외 수도권	지방	해외 지역	합 계
강남, 서초	11.9	11.0	27.7	50.6	20.4	23.1	5.9	100.0
종로, 중구	15.5	15.0	37.3	67.7	16.4	11.0	5.6	100.0
영등포	10.7	9.4	30.2	50.4	21.1	13.8	14.8	100.0
서울 기타	2.7	10.0	30.2	42.1	30.8	16.3	10.6	100.0
경기*	-	-	1.3	1.3	70.0	23.8	5.0	100.0
평균	10.9	11.0	29.3	51.2	22.7	18.5	7.8	100.0

주: * 경기지역 기업의 경우는 서울, 수도권, 지방, 해외지역으로 나누어 고객업지를 물어본 결과임.
자료: 설문조사 결과 (평균).

구·인접구 및 서울 전체의 고객비중이 가장 높게 나타나 회사 입지요인 중 고객 요인이 크게 작용한 것으로 나타난다. 전통적으로 도심의 고객들을 중요시해온 사업서비스의 성향이 그대로 반영되는 결과이며, 이는 심층인터뷰에서도 확인된 사항이다. 강남·서초구 지역과 영등포지역은 정보통신 관련산업의 중요 집적지로서 상대적으로 고객이 보다 분산되는 특성을 나타낸다.

업종별로 알아본 고객업체의 지역분포에서는 세부 특성이 두드러진다. 소프트웨어 업체를 중심으로 한 SIC 72의 경우 서울지역의 고객분포가 중심이며, SIC 74의 경우는 전반적으로 수도권, 지방, 해외의 고객업체 비중이 서울지역 고객비중과 비교하여 평균보다 높게 나타난다. 다만, 광고업의 경우는 업종 특성상 서울의 고객비중이 압도적으로 높게 나타나는 특성을 보이고 있다. 설문결과를 참조하면, 광고업과 자료처리, 데이터베이스업 등 서울에 집중할 필요성이 높은 업종이 눈에 띄는데, 광고업의 경우는 대면접촉의 필요성이 높게 대두되는 경우라 할 수 있으며, 자료처리, 데이터베이스업의 경우는 높은 기술과 지식의 교류를 필요로 하는 까닭에 대도시를 선호하는 결과로 보인다. 같은 사업서비스라고 해도 회계업과 같은 경우는 상대적으로 표준화가 용이한 반면, 고객의 의도에 맞추어야 하는 경영상담업, 광고업과 같은 경우는 특정의도에 따라 서비스의 특성이 달라지며, 서비스의 노하우가 더욱 중요하다(OECD, 1996).

한국내 기업간 네트워크 관계의 단서로 한국내 외국인기업의 주요 의사소통수단을 살펴보면, 고객과의 연락을 위해 직접방문 및 전화, 팩스, 인터넷 등 다양한 의사소통수단을 사용하고 있다. 이때 전화, 팩스의 비중이 가장 높고(39.3%), 인터넷, 이메일(35.3%), 직접방문(22.0%)의 순으로 나타나고 있다. 이러한 결과는 사업서비스 외국인직접투자업체가 정보통신기술을 충분히 활용할 수 있는 서울이라는 도시기반시설의 이점을 충분히 활용할 가능성을 열어놓았음을 나타낸다. 대도시지역은 더 긍정적인 정보통신환경을 제공하기 때문에 기술발전이 다른 지역보다 빠르다는 결과는 이러한 내용의 증거가 된다(Castells, 1989). 서울이라는 대도시는 네트워크로 연결된 하나의 혁신환경이므로 고객과의 접촉에 있어 큰 불편을 느끼지 못하기 때문이

다. 사실, 정보통신기술의 발달은 대면접촉이 필요한 기업의 중요한 교류와 만남에 대해서 보완적인 입장에 설 뿐, 대면접촉을 완전히 대체하지는 못한다(Antonelli, 2000). 이러한 특성은 사안의 경중에 따라서 대상자들이 대면접촉과 전화, 인터넷 등의 의사소통수단을 다양하게 사용할 수 있는 가능성이 열려져 있다는 것이며, 다른 의사소통수단의 사용이 많아진다고 해서 대면접촉의 중요성이 줄어드는 것이 아니기 때문이다. 오히려, 정보통신기술의 발달과 질(質)의 향상으로 인해 불필요한 방문과 비용을 절감함으로써 효율적인 의사소통을 꾀한다고 보는 것이 옳다.

(2) 서비스 공급기업과의 관계

서비스의 조달관계에서 드러난 현상은 법률·회계업의 경우 전문적이고 국지적인 서비스와 조언을 필요로 하는 까닭에 한국 기업내 처리보다는 국내외부기관 의뢰의 비중이 평균보다 더 높게 나타난다. 나머지 서비스들에 대해서는 한국내 외국인직접투자기업이 가능한 자체 해결을 시도하고 있다. 기술 수준이 요구되는 기술검사와 외국투자모기업 전체의 지원이 가능한 광고홍보의 경우 투자모기업 지원 비율이 조금 높기는 하지만, 과반수 이상의 서비스를 해당 기업이 처리하고 있고, 고난이도의 전문 서비스를 필요로 하지 않는 수요 조건과 맞물린다(표 3).

한국내 입지하고 있는 사업서비스 외국인직접투자 업체는 높은 수준의 업무를 처리할 만큼 중요한 기능들을 보유하고 있지 않다. 본사 수준에서 중요 업무는 이미 처리가 되고, 한국에서는, 그리 수준이 높지 않는 업무를 처리하는 것이기 때문에 이런 현상이 나오는 것으로 해석된다. 특히 시장조사나 경영상담과 같은 서비스의 경우는 70% 이상을 조사기업에서 처리하고 있다. 사업 및 경영상담업과 같은 사업서비스가 고급의 서비스에 속하지만, 외국인직접투자기업이 요구하는 서비스의 수준이 그리 높은 것이 아니기 때문에 일반적인 수준에서 처리가 가능한 것으로 보여지며, 이에 따른 국내 외부기관에 의뢰 비중도 10.6%로 낮게 나타나고 있다. 반면, 운송, 물류의 경우는 법률·회계 서비스와 함께 지역내 서비스에 의존할 수밖에 없는 공간적 한계로 인해 기업내 처리 비중이 상

표 3. 한국내 사업서비스 외국인투자기업의 서비스 조달 (단위: 업체수, %)

서비스	외국투자 모기업처리	한국 기업내 처리*	국내외부 기관의뢰	기타**	합 계
법률·회계	9.7	55.1	35.2	-	100.0(111)
시장조사 경영상담	13.4	76.0	10.6	-	100.0(106)
엔지니어링기술검사	20.7	68.6	10.7	-	100.0(97)
광고홍보	15.9	68.6	15.5	0.2	100.0(107)
시설·장비임대	11.9	74.6	13.4	0.2	100.0(95)
인력공급	8.2	80.6	11.2	-	100.0(112)
운송·물류	8.7	68.2	23.2	-	100.0(95)
평균	12.6	70.3	17.1	0.1	100.0

주: * 한국내 모기업이 있는 경우도 포함. ** 기술제휴업체에서 대행해주는 경우.
자료: 설문조사 결과(평균).

대적으로 낮고, 국내 외부기관의 의뢰도가 상대적으로 조금 높게 나타나고 있다. 전체평균으로는 87.4%의 서비스를 외국투자 모기업 이외의 원천, 즉 한국내에서 조달하는 것으로 나타나, 국내공급 연계 비율이 높은 것으로 나타나고 있다.

한국내 사업서비스 외국인투자기업의 서비스 조달 지역관계는 전반적으로 같은 구 내지 인접구에서 서비스를 조달하는 비중이 높게 나타나고 있음을 보인다. 같은 구와 인접구에서 대개 40~50% 정도의 서비스를 조달함으로써 서비스의 대면접촉의 중요성을 설명하고 있다. 가까운 지역에서의 조달비율이 가장 높은 법률·회계업의 경우는 50%를 넘어서고 있어 외국기업의 지역선정에 있어 관련업종의 집적이 중요한 입지요인으로 작용한 점을 설명하고 있다. 지역별 서비스 조달 특성에서도 전체 평균으로 볼 때 90% 이상을 국내에서 조달하는 것으로 나타나 한국의 국지적 공급자 연계 비중이 높은 것으로 나타나고 있다.

(3) 기업간 제휴·협력관계

외국인직접투자의 경우 일반적으로 외부혁신 네트워크를 활용하기 위해 해당 지역과의 관계를 중요시한다. 세계화의 시대에 한 지역내 기업이 다른 국가의 기업 내지 행위자들과 네트워크 구성 및 협력을 해야하는 필요성이 있기 때문이다. 이러한 관계는 또한 외국인직접투자업체의 지역내 협력을 요구한다. 보통 고객과 공급업체의 관계를 수직적인 관계로 볼 수 있다면, 수평적인 기업간의 협력은 전략적인 제휴관계라고 볼 수 있다. 협력의 형

태는 연구개발협력 뿐 아니라, 구매, 생산, 판매, 협력, 인력 훈련 등 다양하게 제시될 수 있다(박삼욱 외, 1998).

설문조사 결과분석에 의한 사업서비스 외국인직접투자기업과 국내 기업간 협력관계를 살펴보면 기업간 공동연구, 프로젝트가 가장 많다(그림 3). 그러나, 인터뷰에서 확인한 바에 따르면, 모기업과의 협력관계가 가장 비중이 높고, 사안에 따라 국내기업들과의 컨소시엄을 구성한다던가 하는 부정기적인 협력이 많은 편이다. 보다 자세히 살펴보면, 기업간 공동연구 및 프로젝트와 공동시장조사, 마케팅 제휴의 경우 비율이 40%를 넘고, 기업간 광고협력, 숙련기술인력의 이동, 비공식적인 협력관계의 경우도 거의 30% 대의 협력, 제휴 비율에 육박하고 있다. 사업서비스 분야 외국인직접투자업체가 기초적인 국내기업과의 협력 및 제휴에 있어서는 어느 정도의 수준에 올라와 있다고 이야기할 수 있다. 그러나, 인터뷰 결과에 따르면, 사안에 따른 부정기적인 협력관계가 많고 협력관계의 지속성에도 유연성이 많으며, 아직까지 숙련기술인력의 이동이 잦은 편이 아님을 알 수 있다. 이것은 지역기업과의 연계가 아직 성숙단계가 아님을 나타낸다. 이런 점으로 볼 때 외국인직접투자기업의 국내기업과의 협력은 제한적인 수준에서의 협력이라고 할 수 있다.

이직인원이 창업을 한 경우의 사후 관계에 대한 질문 결과는 전체 응답비중 중 30% 이상의 응답이 어떠한 형태로든지 인력의 상호교환이나, 기술 지원, 재정지원, 장비 공동이용 등을 행하고 있는

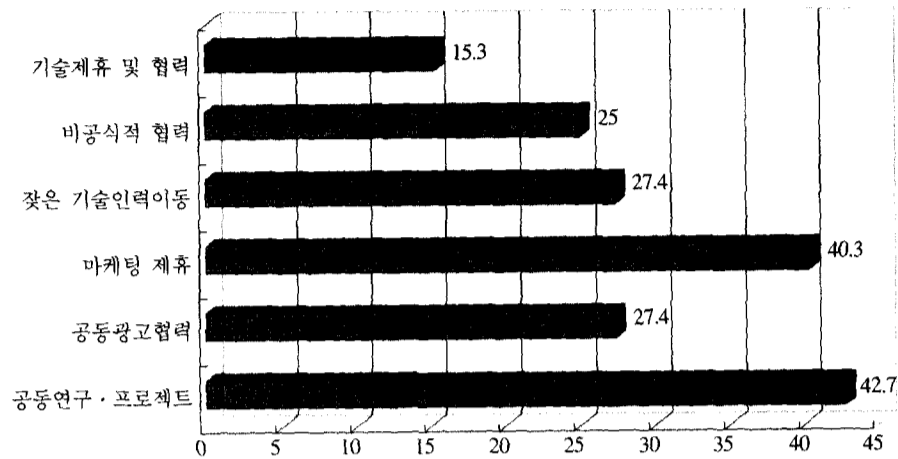


그림 3. 사업서비스 외국인직접투자기업의 기업간 협력특성
 자료: 설문조사 결과(단위: %)

것으로 나타나 지역내 네트워크가 일정 수준에서 이루어지고 있으며, 적극적인 형태의 협력관계는 아니지만, 외국인직접투자업체의 뿌리내림이 어느 정도 나타나고 있음을 나타낸다(설문조사 결과). 응답 중 이직인원이 기존 동종업체에 취업한다는 결과도 있었는데, 다른 사업서비스 업체의 대부분이 서울에 입지하고 있는 상황을 고려한다면 나름대로의 의미를 갖는다. 중요한 지식이전 인자인 외국인직접투자업체의 고용인력이 그대로 서울이라는 혁신환경 속에 남아 지역내 지식 전파에 공헌할 수 있기 때문이다. 혁신적인 기술지구내에서 지식교류의 경로로서 중요하게 인식되는 것이 인력의 이동이기 때문에, 지역내 인력의 이동은 궁극적으로 긍정적인 영향을 지역내에 미칠 것으로 보인다(Antonelli, 2000).

2) 한국내 기관 및 기업협회와의 네트워크

기관 및 기업협회와의 네트워크는 사회, 문화적 특성 등에 입각하여 지역 고유의 입지특성 등에 초점을 두며, 경제적 행위자 외에 영향을 미치는 대학, 연구소, 정부기관, 각종 협회 등과의 관계를 말한다. 특정지역에서 기업의 네트워크가 형성되고, 해당 지역에 뿌리를 내리게 될 때, '국지적인 네트워크'와 '뿌리내림'이 이루어진다고 볼 수 있다.

외국인직접투자업체의 지역내 뿌리내림을 알아보기 위해 설문조사를 통해 이러한 관계를 알아보

았다. 주요 프로젝트 공동개발 파트너를 묻는 질문에는 '외국투자 모기업'을 파트너로 응답하는 경우가 가장 많고, 100% 단독투자일 경우 그 비율이 월등히 높게 나타난다(표 4). 합작투자인 경우 국내기업의 영향력이 많은 탓에 국내기업과의 연계 관련성이 높은 비율로 나타나고 있으며, 전반적으로 연계 공동개발을 제외한 연구소와 대학의 연계 가능성은 많이 떨어지는 것으로 나타난다. 사실, 외국인직접투자기업은 국내기업처럼 지역내에서 모든 지원을 받을 필요는 없는데, 이는 충분히 외국인 모기업 과 기업네트워크를 활용한 능력이 있기 때문이다. 이때문에 모기업과의 연계가 지역과의 연계보다는 상대적으로 단단한 관계로 묶여 있다. 하지만, 국내기업과의 협력 정도가 단독투자기업인 경우 20%, 합작투자인 경우 50%에 육박하는 것은 꽤 의미있는 일로 받아들여야 할 것이다.

지역내 기업과 교육기관, 연구기관의 교류와 상호작용은 지역내 발전과 밀접한 관련이 있다. 그 가운데에서 낮은 교류비용으로 지식을 활용하고, 혁신을 창출할 가능성이 높아지기 때문이다(Antonelli, 2000). 자세한 산학연계를 알아보거나 지속적인 산학연계의 관계를 물어보았다. 사업서비스 분야 외국인직접투자업체의 산학연계는 아직까지는 지역과의 관련을 맺는 비중이 상대적으로 작다. 전체 응답기업 111개 기업 중 76.5%가 지속적으로 관계를 맺고 있는 대학이나 연구소가 없다고

표 4. 사업서비스 외국인직접투자기업의 프로젝트 파트너: 투자유형별 (단위: 업체수, %)

투자유형	파트너	국내기업	공공연구소	대학	외국투자 모기업	기타	없다	합계
합작투자		22(44.9)	2(4.1)	2(4.1)	9(18.4)	3(6.1)	11(22.4)	49(100.0)
단독투자		11(18.3)	2(3.3)	1(1.7)	36(60.0)	2(3.3)	8(13.3)	60(100.0)
합계		33(30.3)	4(3.7)	3(2.8)	45(41.3)	5(4.6)	19(17.4)	109(100.0)

주: * 주요 프로젝트 공동개발 파트너, ** 기타: 모기업이 아닌 외국기업, 자회사.
자료: 설문조사 결과

응답하고 있다. 산학연계를 맺고 있는 경우가 23.5%로, 맺고 있지 않은 경우가 2배 이상 많았다. 첨단산업을 중심으로 수도권내 수준 높은 대학들과 높은 연계관계를 맺고 있는 국내 경우와 대비되는 결과이다. 국내산업의 경우 제조업의 경우이기도 하지만 기업들이 지속적인 교육, 공정기술개발, 인력훈련 등 고등교육기관과의 협력이 중요함을 인식하고 있고, 대학 및 지방정부와의 협력 및 국지적 네트워크 활동이 촉진되고 있다(박삼욱, 1996). 사업서비스와 관련된 국내 소프트웨어 산업의 경우 대학 및 연구소와의 연계정도는 37% 이상으로 알려져 있으며, 기업활동에 도움을 많이 받는 것으로 나타난다(황주성 외, 1999).

산학연계 특성은 응답기업의 주된 공동개발 파트너가 외국투자 모기업이라고 응답한 설문결과와도 관련성을 보이는데, 개발이나 자문에 필요한 정보 등을 외국 모기업을 통해 입수함으로써 지역내 대학이나 연구소와의 관련 필요성을 느끼지 못하는 부분이라 할 수 있다. 특히, 사업서비스의 산업 특성상 제조업과 달리 지역내 적응을 위해 지역내 대학이나 연구소와 도움을 받아야 할 특별한 사안이 그리 많지 않은 것도 이유라고 할 수 있다. 사업서비스 외국인직접투자업체의 수준이 지역에 적응하고 내수시장을 공략하려는 목적을 갖고 있음을 감안한다면, 중간수준의 정보는 외국투자 모

기업이 외국의 현지 대학이나 연구소와의 관계에서 산출된 결과나 정보를 그대로 이용할 수 있기 때문이다. 높은 수준의 기술이나 정보는 사업서비스 외국인직접투자기업의 기업내 지위로 볼 때 상대적으로 필요성이 적은 것으로 보인다.

지속적인 연계관계를 맺고 있는 산학연계의 지역 비중을 알아보면, 산학연계가 있다고 응답한 28개 업체 중 지속적 관계를 맺고 있는 대학, 연구소의 지역비중은 서울이 50%가 넘게 나타나고 있다. 응답업체의 절대수치가 작아서 큰 의미를 부여하기는 힘들지만, 서울이 연구에 필요한 많은 핵심기능 및 지식의 집산지인 까닭을 어느 정도 설명하고 있다(표 5).

한국내 사업서비스 외국인직접투자기업의 지식네트워크와 관련, 사업서비스 외국인직접투자기업의 보편적인 정보 획득 원천을 알아본 결과는 <그림 4>에 나타나 있다.

나타난 결과를 보면 기업활동에 필요한 공개된 정보의 출처는 PC통신 및 인터넷이 가장 많았으며, 정보통신기술의 발달과 시대상을 반영하는 결과라 할 수 있다. 예전 많은 비중을 차지했을 것으로 생각되는 신문, 잡지의 비중이 생각보다 적게 나타나며, 전문서비스라는 특성의 결과, 서적이거나 논문, 학회 등의 비중이 약간 높게 나타난다. 중요한 것은 PC통신과 인터넷을 통한 보편적 정보의 획득이 많

표 5. 사업서비스 외국인직접투자업체의 산학연계 지역 (단위: %)

구분	지속적 연계관계를 맺고 있는 대학, 연구소의 소재지*		
	서울	서울 제외 국내	해외
비율	56.4	35.9	7.7

주: * 산학연계를 맺고 있다고 답한 28개 응답업체에 대한 지역비중임(복수응답).
자료: 설문조사 결과

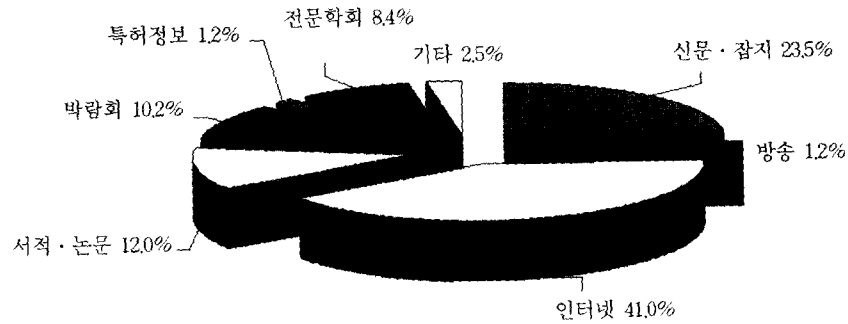


그림 4. 사업서비스 외국인직접투자기업의 정보 획득 원천 (단위: 업체수, %)

주: * 기타는 계약관련 정보제공서비스, 고객 포함.
 자료: 설문조사 결과(복수응답)

았지만, 그래도 지역내 경로(신문, 잡지, 방송, 서적 등)를 통한 보편적 정보의 획득 응답이 과반수가 넘는다는 사실이다. 물론 지역내 기업에게 당연한 일이지만, 지역내 활동을 위한 지역내 정보를 보편적으로 필요로 한다는 사실에 주목한다.

기업외부에서 암묵적인 지식을 어디에서 얻는가에 대한 질문에 대한 설문결과는 고객과 판매시장정보를 고객을 통해서 얻어내는 경우가 가장 많은 것으로 나타난다(표 6).

외국인업체의 투자동기가 대개 내수시장을 공략하기 위함과 고객의 대부분이 국내업체들임을 감안해 본다면, 고객과의 접촉을 통한 판매시장정보 획득은 의미가 있다. 연구개발이나 산학연계가 상대적으로 발달하지 않은 이유가 모기업의 경쟁우위를 중심으로 본국 중심으로 집중되어 있다는 설명을 앞에 한 바 있다. 이에 따르면, 암묵적인 지식

중에서도 판매시장과 고객에 대한 정보를 고객에게서 가장 많이 얻는다는 사실은 고객관련 지식을 가장 최전방에서 획득하려는 시장접근형 태도라 할 수 있다. 업계동향이나 타회사 운영정보를 경쟁업체들과의 직간접적인 접촉에 의한 지식공유로 얻는 비중이 높은 점도 역시 국내 행위자들과의 지식접촉 가능성이 높은 점으로 여겨진다. 경영전략인 신기술정보나 신제품정보를 포럼이나 세미나, 워크샵 등을 통해 많이 획득하는 것도 직간접적인 지역내 지식획득 경로를 통해 입수함을 보여주고 있다. 지역기반 암묵적인 지식의 획득은 지식소유 기업이 다른 기업들과 차별화되고 경쟁력을 갖게 하는 요인이 된다(Zanfei, 2000).

다국적기업의 외국인직접투자의 경우 기업의 정보 내지 지식의 세계적인 확산과정에서 중요한 역할을 하게 되는데, 투자대상국의 경우 외국의 정보

표 6. 한국내 암묵적인 지식의 유형별 출처 구분

(단위: 업체수, %)

구분	한국내 출처							합계
	고객	동종업체	조합협회	인터넷	포럼·세미나	정부지원기관	기타	
판매시장	58(36.7)	24(15.2)	12(7.6)	31(19.6)	27(17.1)	3(1.9)	3(1.9)	158(100.0)
업계동향	41(27.5)	53(35.6)	10(6.7)	23(15.4)	17(11.4)	32(2.0)	2(1.3)	149(100.0)
고객 정보	78(54.2)	23(16.0)	5(3.5)	19(13.2)	12(8.3)	4(2.8)	3(2.1)	144(100.0)
타회사	34(25.8)	48(36.4)	11(8.3)	23(17.4)	12(9.1)	1(0.8)	3(2.3)	132(100.0)
경영전략	31(23.8)	28(21.5)	5(3.8)	21(16.2)	34(26.2)	4(3.1)	7(5.4)	130(100.0)
신기술정보	24(18.3)	18(13.7)	3(2.3)	39(29.8)	38(29.0)	1(0.8)	8(6.1)	131(100.0)
신제품정보	25(18.2)	21(15.3)	4(2.9)	37(27.0)	40(29.2)	3(2.2)	7(5.1)	137(100.0)

자료: 설문조사 결과(복수응답)

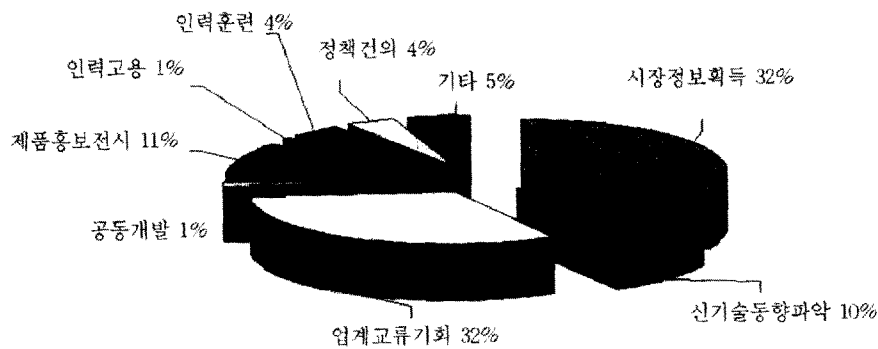


그림 5. 사업서비스 외국인투자기업과 관련 협회, 조합의 도움
자료: 설문조사 결과(복수 응답)

나 지식을 습득하고, 암묵성(tacitness)을 극복하는데 외국인직접투자가 큰 장점을 지니고 있기 때문이다. 실제로 알게 모르게 외국인직접투자를 통해 투자대상국내에서 암묵지가 이전될 가능성이 높으며, 한국의 입장에서 본다면 한국내 외국인직접투자를 통해서 지식이 외국으로 이전되기도 한다. 반면 최신정보나 암묵적 지식에 접근할 수 있는 좋은 기회가 마련되기도 한다. 관련 서적, 보고서, 매뉴얼 뿐 아니라, 사내 교육 및 훈련, 기술이전, 지역내 기업과의 인력교환, 스핀-오프를 통한 외국인기업 취업인력의 지역내 창업 등이 이루어지면서 투자대상국내에서 직간접적으로 지역에 영향을 미치게 된다. 개인의 학습이나 체험 등 체화되어 있는 개개인의 암묵적인 지식은 기업내에서 여러 사람이 공유할 수 있도록 보다 명확하게 표현된 문서나 매뉴얼, 특히 데이터베이스 등과 같은 형식적인 지식의 상호작용으로부터 창조된다. 특이할만한 것은 기업내에서 주로 CEO나 연구개발부서에서 다루어지는 경영전략이나 신기술정보를 인터넷이나 포럼, 세미나 등을 통해서도 획득한다는 점이다. 외국인직접투자기업의 또 다른 지역관계 특성은 외국인직접투자기업이 가입, 활동하고 있는 업종 관련 협회나 조합관련 설문에서도 드러난다. 124개 기업 설문결과 평균적으로 1.8개의 협회나 조합에 가입, 활동하고 있는 외국인직접투자기업의 답변은 상대적으로 소극적인 연계활동의 면을 나타낸다고 할 수 있다. 한국내 관련 협회, 조합의 도움관계에 대한 항목에서 124개 업체 가운데, 협회와 조합이 사업수행에 어떤 면에서 도움을 주고 있는가 하는

질문에 62.9%인 78개 기업만이 응답을 했으며, 그 중에서도 기타로 분류된 5% 응답은 '협회나 조합이 전혀 도움을 주고 있지 못하다'라는 결과이고 보면 협회와 조합이 외국인기업에게 그리 큰 도움이 되지 못하는 상황임을 알 수 있다(그림 5). 기업에게 중요한 문제인 자금 조달 문제에 있어서는 응답치가 전혀 없어 실질적인 도움과 연계되지 못하고 있다. 다만, 시장정보 획득처(30.9%)로서, 동종업계와 교류할 수 있는 창구(31.9%)로 협회·조합을 인식하고 있어 지역내 기업간 교류와 협력의 가능성이 보인다. 또한, 설문과 인터뷰 결과, 정부 공공기관으로부터의 기업지원 도움이나 직업훈련기관 또는 조직관리 자문기관의 도움을 받은 비율이 낮게 나오고 있다. 이것은 외국인직접투자기업과 지역경제의 유기적인 연계, 자발적인 협력 분위기를 만들기 위한 지역혁신 네트워크의 창출을 위해서 고민해야 할 부분이라고 여겨진다. 한국정부는 1990년대 후반 이후로 원칙상 외국인투자 자유화 조치를 취하며, 윈스톱 서비스 등 여러 조치를 취하고 있지만, 아직까지 외국기업의 효과적인 한국시장 접근은 불투명하다. 자의적인 행정지도와 관행 뿐 아니라 법과 제도에 의해 계속 규제를 행하고 있다는 불만이 많은 만큼 이를 고려해보아야 할 것이다(산업연구원, 1996). 산업 경쟁력의 향상은 기업만의 노력으로 이룩되는 것은 아니다. 지방자치단체가 지원하는 '기업간 협력지원 프로그램' 등 각종 지식 관련 인자들과의 네트워크 결성, 국가적 차원의 지원과 혁신잠재력의 제고가 있을 때에 외국인직접

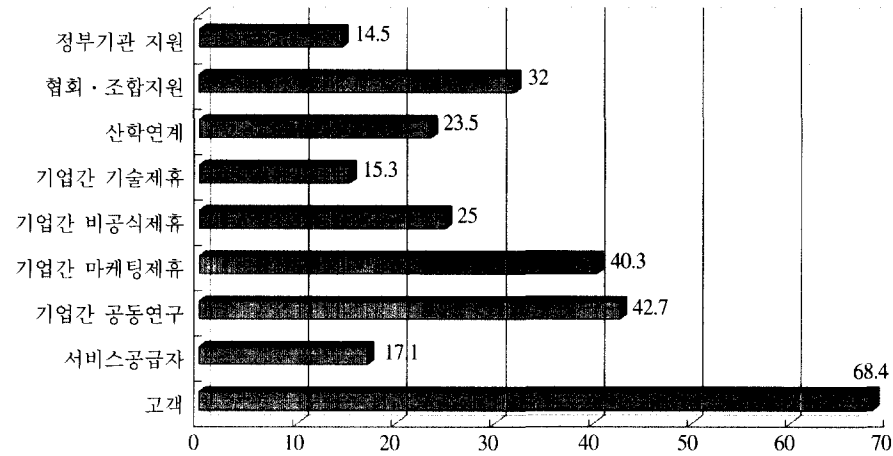


그림 6. 한국내 사업서비스 외국인직접투자기업의 지역네트워크 평균비중 (단위: %)
자료: 설문조사 결과

투자기업이 지역경제의 일원으로써 발전에 공헌할 수 있다.

지역단위 대상별 정보의 결집기회를 물어본 설문 결과 동종업체와의 정보 교류 (외국기업-국내기업, 외국기업-외국기업)는 정기적으로 이루어지는 것보다는 사안에 따라 부정기적으로 이루어지는 경우가 많으며, 고객과는 사업서비스업종의 특성상 대면접촉의 암묵적 지식의 획득기회를 많이 마련하기 위한 기회를 수시로 만드는 것으로 나타난다. 포럼, 세미나나 협회, 조합을 포함하는 각종 단체와의 만남도 동종업체와의 교류와 마찬가지로 사안에 따라 부정기적으로, 필요에 따라 접촉하는 것으로 드러난다. 대학, 연구기관과의 만남은 앞의 설문결과와 마찬가지로 그런 기회조차 만들지 못하는 것으로 드러나, 외국기업과 국내 대학, 연구기관과의 산학연계의 필요성을 나타내는 부분이다. 인터뷰에서 나타난 설명으로는 국내기업의 경우가 외국기업보다 산학연계에 열심이었으며, 외국기업의 경우 모기업이 이미 행하고 있는 산학연계의 부분을 투자대상국인 한국에서 중복되게 행할 필요가 없는 것으로 나타난다.

기업특성에서 지식네트워크가 중요한 의미를 갖는 것은 과거의 '지식'이라고 하는 의미가 특허권과 같이 좁은 의미로 사용되었던 반면, 최근에는 암묵성, 시스템의 상호의존성, 불확실성 등의 개념과 결합하여 상당히 다양한 의미로 쓰여지기 때문

이다. 이런 연고로 지식은 인적자원과 조직의 내부 절차, 심지어는 기업의 윤리외도 연관을 맺고 기업의 지식인자에 체화되어 기존의 '시장'이라는 경로를 통해서 쉽게 전달되기 어렵게 되어버렸다 (Lakshmanan and Okumura, 1995). 이런 상황에서 암묵적인 지식과 숙련된 기술을 활용하는 방법은 기업내부의 조직에 참여하거나 지역 기업간 협력 관계 속에 끼어드는 것이다. 그리고, 기존의 시장 체계가 아닌 지식네트워크라는 관계 속에 있음을 명심하는 것이다. 인터뷰에서 나타난 사항은 최근 외국기업들이 한국기업들에 대한 접근방식에서 한국형 기업문화를 존중하고, 감원이나 정리해고 등 인력조정에 대해서도 대체로 신중하게 접근하고 있다는 점이다. IMF 외환위기 시기를 통한 불가피한 상황에서도 한국기업에 비해 상대적으로 구조조정이 심하지 않았으며, 한국기업의 정확한 실상을 파악하고 한국문화와 조화를 이루려고 많이 노력하고 있다.

실제적인 지역네트워크의 경향을 알아보기 위해 관계의 비율을 정리하였다. 그림 6은 연구결과를 토대로 주요 지역네트워크의 특성을 정리한 것이다. 결과적으로 고객과의 네트워크 비중이 가장 높게 나타나면, 기업간 공동연구, 마케팅 제휴 등이 그 뒤를 따르고 있다.

이를 토대로 한국내 사업서비스 외국인직접투자기업의 지역네트워크 그림을 만든 것이 그림 7이

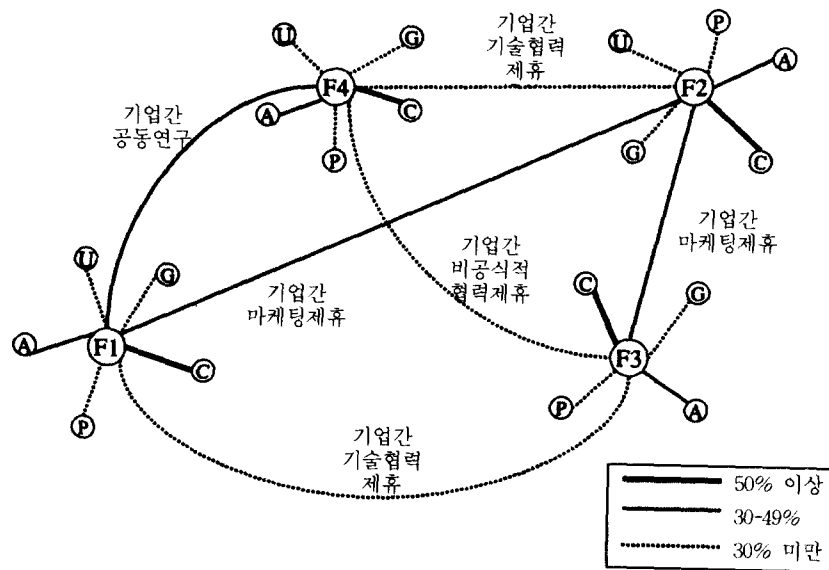


그림 7. 한국내 사업서비스 외국인직접투자기업의 지역네트워크

F: 외국인기업 A: 기업협회, 조합 C: 고객 G: 정부기관 P: 서비스제공자 U: 대학, 연구소
 자료: 설문결과와 인터뷰 결과를 토대로 필자가 정리 (설문에 따른 네트워크 평균 비중임)

며, 이를 통해 지역네트워크의 개략적인 상황을 살펴볼 수 있다. 네트워크 관계의 전체적인 비중평균이 30.9%인 것을 감안하여 30% 미만, 31% - 49%, 과반수가 넘어가는 50% 이상의 3가지로 나누어 관계의 강도를 선의 구분을 통해 표시하였다. 고객과의 관계는 국내고객의 기업비중, 서비스 공급자는 국내외부기관의 공급자비중, 기업간 공동연구, 마케팅제휴, 비공식적 협력, 기술제휴는 각각 해당 건수의 전체대비 비중, 산학연계는 실시 비중, 협회조합은 시장정보 제공 및 업계의 교류창구로 생각하는 평균비중, 정부기관 지원은 지원을 받은 일이 있는 사안의 비중을 사용하였다. 역시, 고객과의 관계 특성이 가장 두드러진다.

4. 결론

사업서비스는 국가의 성장을 이끄는 지식산업이며, 기업의 사회적 관계와 네트워크를 살펴볼 수 있는 중요한 주제이다. 또한, 최근 세계화의 변화에 따라, 국제적인 사업서비스 산업의 성장과 외국인직접투자의 의미가 커지고 있다. 본 논문은 외국

계 사업서비스 산업의 한국내 진출과 관련하여 서비스와 지식의 공간적 특성이 기업관련 행위자들과의 관계에서 비롯된다는 점에 착안하여 그 특성을 파악해보았다.

지금까지의 논의를 종합해서 한국내 지역네트워크를 정리해보았다. 실제 분석된 결과를 종합해보면 기업간 네트워크에 있어서는 국지적 공급관계와 고객연계가 강하게 나타나고 있어 국지적인 네트워크 형성 가능성이 높게 나타나고 있다. 외국인직접투자기업이 국지적 뿌리내림을 통한 지역네트워크의 가능성을 어느정도 보여주는 것이라 할 수 있다. 그러나, 산학연계나 협회, 조합 및 정부기관과의 협력관계 정도는 그리 높지 않는 특성을 보이고 있다. 외국 모기업의 차원에서 어느 정도 지원이 가능한 서비스들을 이미 조달받고 있기 때문에 여겨진다. 기업의 관계에 있어서는 전체적으로는 외국기업의 지역내 뿌리내림이 긍정적으로 나타나지만, 고객으로서의 기업을 목적으로 하는 기업간 관계가 주류를 이루는 제한적인 뿌리내림의 양상을 보이고 있다. 사업서비스업의 외국인직접투자라는 특성상 암묵적인 지식을 중요시하며, 영역내 행위자들과의 네트워크를 형성하는 것보다

는 투자모기업과의 관계를 중요시하는 외국인기업의 정책과 관련이 있는 듯하다. 앞에서 논의된 대로 한국내 사업서비스 외국인직접투자기업의 특성이 내수시장 확보를 위해 제한적인 활동을 하는 것과 관련이 있다. 암묵적인 지식의 획득에 있어 고객정보나 시장정보가 중요하게 인식되고 있는 것은 시장접근형 투자동기에 따른 지역기반의 정보 획득이 중요한 특성을 나타낸다. 이러한 지역네트워크의 상황에서 지식의 중요성이 드러난다. 다국적기업의 특성이 강할수록 세계화의 경향에 따른 지역침투 및 지방화의 경향도 함께 증가하며, 시장접근성 증가에 따른 지역기업간 협력관계의 중요성이 앞으로 두드러짐에 따라 지식기반의 네트워크가 한국내에서 강하게 형성될 것으로 기대된다. 여기서 중요한 것은, 수출이나 라이선싱, 간접투자 등 다른 진출방식과 달리 외국인직접투자의 경우, 지식을 다루며 현지에 진출하는 가장 적절한 방법이라는 점이다. 외국인직접투자를 통한 지역내의 뿌리내림은 암묵적인 지식을 획득하며, 노하우와 암묵지의 이전에 공헌하며, 그와 함께 지역내 뿌리내림에도 기여하게 된다. 앞에서 설명된 대로, 투자기업이나 투자대상국 모두 지식의 상호작용을 통해 영향을 받게 되며, 지식의 세계화와 지방화에 공헌하게 된다는 점이다. 그리고, 이러한 과정에서 외국인직접투자가 가장 큰 장점을 지닌다는 점이다. 이러한 특성에서 볼 때, 지식의 교류와 암묵지의 이전, 지역내의 뿌리내림 등 관련 특성을 보다 면밀히 분석하여, 지역발전에도 도움을 줄 수 있는 방향으로 이끌어 나가는 노력이 한층 더 필요한 것으로 여겨진다.

본 논문은 네트워크와 뿌리내림의 관점에서 사업서비스 분야의 외국인직접투자가 지역에 미치는 영향을 분석하고자 하였다. 사업서비스의 경우 제조업의 전후방연계와 달리 사회적관계가 네트워크 특성에 있어 중요한 요소로 나타나며, 이러한 관계는 수치로 설명되기 어려운 측면이 많다. 이에 따라 설문과 인터뷰에 의존하여 논리가 전개될 수밖에 없었다. 그러나, 분석 여건과 주제의 특성, 제조업 분야 선행연구의 부족 등으로 인해 한정된 부분밖에 분석을 할 수 없었으며, 비교가 될 수 없었던 것은 한계로 생각되며, 앞으로 더 많은 연구가 이루어져야 할 것으로 보인다.

또한, 사업서비스라는 업종 특성으로 인해 본 논문에서는 세부업종별 특성을 세밀하게 분석하지 못하는 한계가 있었다. 앞으로 체계적인 세부업종의 추가분석과 함께, 뿌리내림 정도와 지역발전, 앞으로의 발전방향 등에 대한 추가적인 후속연구가 뒷받침되어야 할 것으로 보인다.

註

- 1) 소위 『경제의 서비스화』란 일반적으로 서비스 산업의 생산 증가 및 자본·지식집약화, 제조업내 서비스 업무의 외주화 등으로 인해 생산·소비·고용 등 국민경제에서 차지하는 서비스 산업의 비중이 높아지는 현상을 말한다(한국은행, 1999, '우리 경제의 서비스화 현황과 특징').
- 2) 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)가 있으나, 본 논문에서는 내부지향적 '외국인직접투자'의 경우만으로 범위를 한정하고, 용어를 사용하기로 한다.
- 3) 1999년 산업자원부 발간 '외국인투자기업현황'에서 정리하였으며, 한국표준산업분류에 따라 재정리, 계산한 결과이다. 기업현황 명부에는 외국인직접투자업체에 대한 SIC 업종분류가 아닌 업종명만이 기록되어 있다.
- 4) 1999년 기준, 업체수 기준으로는 92.7%, 투자금액기준으로는 97.7%가 서울에 집중되어 있다.
- 5) 외국인직접투자에 대한 주관 부서는 1999년 산업자원부로 통합 이관되었으며, 그 이전은 재정경제부에서 관장하였으나, 외국인투자기업 명부가 매년 발간되지 않은 이유로 구득, 활용이 가능한 자료는 1991년, 1993년, 1998년, 1999년 4개년도에 한정되어 있다.
- 6) Dunning은 자신의 절충이론(eclectic theory)에서 외국인투자기업의 입지결정요소를 구체적으로 다음과 같이 열거하고 있다(Dunning, 1995: 476). 투입요소(노동, 에너지, 자원 등)의 공간적분포, 투입요소의 비용, 질, 생산성, 시장의 접근성, 교통·통신비용, 투자대상국 정부의 인센티브 및 규제, 무역장벽, 철도·통신·법 등의 하부구조, 언어·문화·정치·이념의 문제, R&D, 생산, 마케팅에 있어서의 경제성 등이다.

文 獻

경기도, 2000, 21세기 기회와 선택: 지식기반경기 발전전략.

- 김희주, 남상근, 김승택, 최봉현, 2000, 비즈니스 서비스산업의 발전전략, 산업연구원 21세기 준비 연구보고서 시리즈 2000-10.
- 박삼욱, 1999, 현대경제지리학, 아르케.
- 박삼욱, 1998, "IMF 시대의 수도권 산업입지 정책과 지역균형 발전전략," 전환기에 선 우리나라 수도권 정책, 한국지역학회 심포지엄 자료집, 51-89.
- 박삼욱, 1996, "한국 첨단산업의 지방화와 세계적 연계망," 국토계획, 31(1), 대한민국토·도시계획학회지, 309-325.
- 박삼욱·주성재·남기범·황주성 편역, 1998, 경제구조조정과 산업공간의 변화, 한울.
- 산업연구원, 1996, 한국의 외국인 투자환경 개선방안 KJET 연구자료 제1호.
- 산업자원부, 1999, 외국인투자기업현황.
- 한국은행, 1999, "우리 경제의 서비스화 현황과 특징", 1999. 10. 6 보도자료, 한국은행.
- 황주성, 이정성, 김영식, 김병준, 1999, 정보통신산업지구 활성화를 위한 연구: 서울 S/W타운을 중심으로, 정보통신정책연구원 연구보고 99-17.
- Antonelli, C., 2000, Collective knowledge communication and innovation: The evidence of technological districts, *Regional Studies*, 34(6), 535-547.
- Bagchi-Sen, S., 1995, FDI in US producer services: A temporal analysis of foreign direct investment in the finance, insurance and real estate sectors, *Regional Studies*, 29(2), 159-170, Carfax.
- Castells, 1989, *The Informational City: Information Technology, Economic Restructuring and the Urban-Regional Process*, Blackwell, Oxford.
- Cooke, P, and Morgan, K., 1993, The network paradigm: new departures in corporate and regional development, *Environment and Planning D*, 11(5), 543-564.
- Dunning, J.H., 1995, Reappraising the eclectic paradigm in an age of alliance capitalism, *Journal of International Business Studies*, 26(3), 461-491.
- Hitchens, D, O'farrell, P. and Conway, C., 1994, Business service use by manufacturing firms in Mid Wales, *Environment and Planning A*, 26, 95-106.
- Illeris, S., 1994, Proximity between service producers and service users, *Tijdschrift voor Econo. en Soc. Geografie*, 85(4), 294-302.
- Lakshmanan, T.R., and Okumura, M., 1995, The nature and evolution of knowledge networks in Japanese manufacturing, *Papers in Regional Science*, 74(1), 63-86.
- Malecki, E.J. and Oinas, P., 1999, *Making Connections*, Ashgate.
- OECD, 1996, *Networks of Enterprises and Local Development: Competing and Co-operating in Local Productive Systems*, LEED (Local Economic and Employment Development), Organisation for Economic Co-operation and Development.
- Saxenian, A., 1994, *Regional Advantage: Culture and Competition in Silicon Valley and Route 128*, Harvard University Press.
- Yeung, H.W., 1997, Business networks and transnational corporations: A study of Hong King Firms in the ASEAN region, *Economic Geography*, 73(1), 1-25.
- Yeung, H.W., 1994, Critical reviews of geographical perspectives on business organizations and the organization of production: towards a network approach, *Progress in Human Geography*, 18(4), 460-490.
- Zanfei, A., 2000, Transnational firms and the changing organisation of innovative activities, *Cambridge Journal of Economics*, 24, 515-542.

(2001년 8월 17일 접수)