

한국 다국적기업 해외직접투자 네트워크의 시·공간적 변화 패턴: 전자산업을 중심으로*

현기순**

Spatiotemporal Patterns of Change in the Foreign Direct Investment Networks of Korean Multinational Corporations: A Focus on the Electronics Industry*

Kisoon Hyun**

요약: 본 연구는 삼성전자와 LG전자를 대상으로 1978년부터 2023년까지 한국 다국적기업 해외직접투자 네트워크의 시·공간적 변화 패턴을 분석하였다. 두 기업의 해외 종속회사 자료를 이용하여 2-모드 네트워크를 구축하고, 매개중심성 지표로 투자 대상국의 위상을 분석하였으며, 연결 구조의 유사성을 토대로 가치사슬 배치가 동일한 국가들의 유형을 파악하였다. 주요 연구 결과를 요약하면 다음과 같다. 첫째, 한국 전자산업 다국적기업의 해외 진출 초기에는 선진 소비자 시장을 겨냥한 판매 거점 구축이 주를 이루었으나 점차 제조, 생산자서비스, R&D 등으로 사업 영역이 확대되고, 국경 간 M&A가 활발해지면서 해외직접투자 네트워크의 복잡성이 증가하였다. 둘째, 미국이 지속적으로 네트워크의 중심을 차지하고 있으나 최근 중국이 미국에 대한 도전자로 부상하였다. 셋째, 다국적기업의 신흥국 투자 목적이 다양한 사업 영역으로 확대됨에 따라 인도, 베트남, 인도네시아 등 아시아 신흥국의 위상이 강화되었다. 넷째, 2010년대 이후 전자산업 및 신산업과의 융합으로 진출국의 가치사슬 배치 유형이 다양하게 변화하였다.

주요어: 해외직접투자, 다국적기업, 전자산업, 2-모드 네트워크, 진출국

Abstract: This study analyzed the spatiotemporal evolution of Korean multinational corporations' (MNCs') foreign direct investment (FDI) networks from 1978 to 2023, focusing on Samsung Electronics and LG Electronics. Using data on the consolidated overseas subsidiaries of these two companies, a two-mode network was constructed to examine the status of host countries through the betweenness centrality index and to identify types of countries with similar value chain arrangements by investigating their linkage structures. The main findings are as follows. First, during the early phase of Korean electronics MNCs' overseas expansion in the 1980s, they primarily established sales bases in developed consumer markets. However, over time, they gradually expanded into other business areas, including manufacturing, producer services, and R&D, increasing complexity in their FDI networks as cross-border mergers and acquisitions (M&As) became more frequent.

* 이 논문은 2022년 대한민국 교육부와 한국연구재단의 지원을 받아 수행된 연구임(NRF-2022S1A5B5A17044959).

** 성신여자대학교 동아시아연구소 연구교수, 전남대학교 지리학과 강사, 인하대학교 아태물류학부 강사 (Research Professor, Center for East Asian Studies, Sungshin Women's University; Lecturer, Department of Geography, Chonnam National University; Lecturer, Asia Pacific School of Logistics, Inha University, kshyun147@gmail.com)

Second, the United States has remained central to these MNCs' FDI networks since the 1980s, but more recently, China has emerged as a significant hub, challenging the U.S. in global value chains. Third, emerging Asian economies, including India, Vietnam, and Indonesia, have strengthened their positions due to the diversification of MNCs' investment objectives from manufacturing bases to a broader range of business areas. Finally, since the 2010s, the convergence of the electronics industry with the automotive electronics sector and new industries has led to a diversification of the value chain arrangements of Korean electronics MNCs.

Key Words : foreign direct investment, multinational corporations, electronic industry, two-mode network, host country

1. 서론

한국의 전자산업은 1960년대 노동 집약적인 단순 가공산업으로 시작하여 점차 고도의 지식을 요구하는 연구 집약적 산업으로 전환되었으며, 현재는 글로벌 전자산업을 선도하는 핵심 주체로 발전하였다. 1990년대 시장 개방과 세계화 추세를 맞아 기업들은 ‘산업의 글로벌화’를 적극 추진하였고, 이를 통해 한국을 대표하는 전자기업들은 다국적기업으로 성장하였다. 삼성전자는 유엔무역개발회의(UNCTAD)가 공개한 2020년 세계 100대 비금융 다국적기업 명단에서 39위를 기록하였고, 삼성전자와 LG전자 모두 2022년 보스턴 컨설팅 그룹이 선정한 세계 50대 혁신기업 순위권 내에 드는 등 최근 한국 전자산업의 글로벌 위상이 부각되고 있다(한국경제, 2021.4.27; 비즈니스 포스트, 2022.09.15.).

일반적으로 세계 시장에서 경쟁하는 기업들은 두 가지 상반된 압력에 직면하게 되는데, 하나는 낮은 생산 및 유통 비용으로 제품을 수출할 수 있는 규모의 경제를 활용하는 것이고, 다른 하나는 다양한 글로벌 소비자들의 수요 특성에 맞춘 차별화된 제품을 생산해야 하는 필요성이다. 또한 갈수록 확대되고 있는 각국의 보호무역 장벽을 우회할 장치도 필요하다. 이에 따라 글로벌 기업들은 해외에 독자 법인을 설립하거나 합작투자, 인수·합병(M&A) 등의 다양한 해외직

접투자(foreign direct investment, FDI) 방법을 통해 개별 생산 활동들을 국가별로 입지시키면서 다국적기업으로 변모하게 되었다. 1990년대 초 다국적기업들의 글로벌 진출은 주로 해외 자원을 목적으로 한 비교적 단순한 국경 간 투자에서 시작하여, 점차 인건비와 생산성 차이를 활용하려는 보다 복잡한 글로벌 가치사슬(global value chains, GVCs)로 진화하였다. 그 결과 1990년대 초부터 2000년대까지 20년 동안 글로벌 해외직접투자는 약 10배 증가하였고, 다국적기업이 조정하는 공급망 내 무역은 전 세계 무역의 약 2/3를 차지하게 되었다(UNCTAD, 2020).

이러한 대외 환경에 대응하여 우리나라 전자산업 다국적기업인 삼성전자와 LG전자 또한 지난 수십 년 동안 생산의 효율성 추구, 소비시장 접근, 환율 위험 및 무역 장벽의 회피 등을 위해 FDI를 활용해 왔다. 지금까지 다국적기업의 FDI를 설명하는 이론들은 대체로 기업의 독점적 경쟁 우위의 활용(Hymer, 1976), 경영 자원의 내부화(Buckley and Carson, 1976; Rugman, 1981), 독점적 우위론과 내부화 이론을 토대로 입지우위 요소를 결합한 절충이론(Dunning, 1980; 2000) 등으로 구분된다. 절충이론에 따르면 기업의 FDI 결정은 기업 특유의 우위(ownership-specific advantage), 입지 특유의 우위(location-specific advantage), 내부화 우위(internalisation advantage)의 세 가지 요인이 충족될 때 이루어진다고 본다. 일례로 삼성전자와 LG전자가 기술력과 브랜드를 갖고 FDI를 통해 다

국적기업으로 변모한 것은 기업의 경쟁 우위 활용으로 설명할 수 있고, 선진국에 R&D 거점을 구축한 것은 투자 대상 지역 특유의 경영 자원을 활용하기 위한 기업의 내부화 동기에서 비롯된 것이라고 볼 수 있다. 또한 삼성전자와 LG전자가 낮은 인건비, 무역 블록 내 관세 인하, 현지 정부의 투자 유인 정책, 해외 시장과의 접근성 등과 같은 요인에 따라 생산 거점을 이전하는 것은 입지 특유의 우위에 의한 FDI로 설명할 수 있을 것이다.

전술한 바와 같이 지금까지 한국 전자산업 다국적기업인 삼성전자와 LG전자는 FDI를 통해 국제분업시스템을 확립하였다. 다국적기업은 글로벌 수준에서 보다 활발한 투자와 생산활동을 수행하면서 가치사슬의 전 범위를 FDI 네트워크 내로 통합하였다(Carr et al., 2001; Giroud and Mirza, 2015). 전통적으로 기업의 R&D 활동은 대부분 본국에 남겨 놓았던 것과는 다르게 기업의 글로벌화 과정에서 다국적기업은 해외에 연구소를 설립하거나 해외 주요 거점에 R&D 센터를 구축하였고, 비즈니스 서비스와 같은 고부가가치 활동까지도 해외 거점으로 이전시켰다(Pavlínek, 2012; 송재용, 2016). 그러나 최근 4차 산업혁명으로 대변되는 새로운 기술 패러다임에 따라 전자산업과 다양한 이종 산업 간의 융합과 연계가 활발해지면서, 다국적기업의 글로벌 가치사슬 배치에도 근본적인 변화가 나타나고 있다. 특히 다국적기업은 빅데이터(big data), 인공지능(artificial intelligence, AI), 클라우드(cloud), 핀테크(fintech) 분야 기업들과의 M&A를 통해 사업 영역을 확장하면서 이들 기업의 해외 진출 방식에도 변화가 관찰된다(문휘창·박지민, 2014; 이양복, 2023).

지금까지 경제지리학자들은 다국적기업을 세계 경제 변화의 원동력으로 간주하고, 다국적기업의 전략과 해외 투자의 공간성에 대해 관심을 기울여 왔으며, 글로벌 생산 네트워크의 관점에서 기업의 활동과 지역과의 연계에 대한 논의를 활발하게 진행하였다(Yeung and Peck 2003; Coe et al., 2004; Kim,

2006; Yang, 2009; 김성훈, 2020; 현기순, 2023). 그러나 한국 FDI의 공간적 패턴을 분석한 연구들은 EU를 대상으로 한 정성훈(2002)의 연구를 제외하면 주로 중국과 베트남 같은 특정 국가에 초점을 두고 있다. 먼저 한국 기업의 대중국 투자를 중심으로 분석한 연구를 살펴보면, 이승철·정성훈(2004)은 한국의 CDMA 이동통신 사업을 사례로 대중국 직접투자에 대한 입지 효과를 분석하였으며, 이정운(2015)은 중국 성·시별 한국 제조업 FDI 유치 패턴의 차별적 양상을 파악하였다. 또한 최자영·이승철(2016)은 설문 및 면담 조사를 통해 중국에 진출한 한국 자동차 부품기업의 공간 전략과 입지 특성을 분석하였다. 이외에 이승철(2007)은 글로벌 상품사슬의 관점에서 한국 섬유·의류 산업의 대 베트남 투자의 공간 조직을 파악하였으며, 구양미(2017)는 베트남 지역을 대상으로 한국 기업의 해외직접투자 증가가 베트남의 산업구조 및 지역에 미치는 영향을 분석하였다. 아울러 최근 손승호(2020)의 연구는 공간 단위를 도시로 축소하여 베트남의 호치민을 대상으로 한국 기업 진출 패턴의 지역적 특성을 고찰하였다. 이처럼 기존 연구들의 대부분은 중국과 베트남에 진출한 자동차산업과 섬유·의류 산업과 같은 제조업을 대상으로 입지 패턴과 그 변화를 고찰하고 있다.

그렇다면 최근 다양한 산업과의 융합으로 새로운 부가가치를 창출하고 있는 한국 전자산업 다국적기업들의 해외직접투자는 공간적으로 어떤 분포 양상을 보이고 있으며, 이는 어떻게 변화하고 있을까? 더욱 심화되고 있는 각국의 보호무역주의와 더불어, 경제강국들의 기술 및 투자 정책 결정은 글로벌 투자 환경을 재편하고 있으며, 이는 한국 전자산업 다국적기업의 해외 진출에 광범위하고 중대한 영향을 미칠 것으로 예상된다. 그러나 다국적기업의 해외직접투자에 대한 연구의 상당한 진전에도 불구하고, 아직까지 한국 전자산업에 초점을 두고 기업의 다국적화 과정에서 다양하게 변화하는 사업 영역의 해외 진출 패턴에 대해 총체적으로 분석한 연구는 이루어지지 않고 있

다. 이처럼 관련 연구가 미흡한 원인은 다국적기업의 사업 영역별 해외투자 도착지에 대한 자료 구축의 어려움에 기인한다. 또한 진출한 사업 영역이 유사한 국가들의 특성을 정량적으로 일반화할 수 있는 방법론에 대한 논의가 충분하지 않다는 점도 주요 원인으로 작용하고 있다.

이에 본 연구는 현재 한국 경제를 대표하는 산업으로 성장한 전자산업을 중심으로 한국 다국적기업 해외직접투자 네트워크의 시공간적 구조가 어떻게 재편되고 있는지를 2-모드 네트워크(two mode network) 방법론을 활용하여 실증적으로 규명하고자 한다. 이를 위해 삼성전자와 LG전자의 사업보고서 내 연결재무제표 공시 현황 자료를 이용하여 해외 진출 사업 영역과 피투자국 간의 관계를 2-모드 네트워크(two mode network)로 구축하고, 2-모드 네트워크의 연결도수(degree)와 매개중심성(betweenness centrality)을 활용하여 한국 다국적기업의 해외직접투자 패턴과 피투자국의 위상 변화를 파악한다. 아울러 한국 전자산업 다국적기업이 진출해 있는 다양한 사업 영역의 입지를 매개로 이루어지는 국가 간 관계의 유사성을 토대로 피투자국 간 네트워크인 1-모드 네트워크(one mode network)로 변환한 후 가치사슬¹⁾ 분포가 유사한 피투자국의 유형을 도출한다. 이를 통해 피투자국의 특수한 상황에 따른 경쟁력을 파악하고, 특정 피투자국에서 경영 활동을 수행함으로써 기업이 얻게 되는 입지적 이점의 변화를 파악한다.

2. 분석 자료와 네트워크 구축

1) 분석 자료 수집 및 현황

금융감독원 전자공시시스템(DART)에 공시된 삼성전자와 LG전자의 2023년 12월 기준 사업보고서를 이용하여 각 기업들의 시기별 해외 연결대상 종속회

사의 현황 자료를 수집하였다. 기업의 사업보고서는 모회사의 지분율이 50% 이상이거나 실질적으로 지배력이 있는 해외 종속회사의 신규 설립 시기, 설립 국가, 사업 영역의 상세 현황을 제공하기 때문에 이를 통해 기업의 해외직접투자 현황을 파악할 수 있다. 기업들의 해외 진출 사업 영역은 유통(판매), 제조(생산), 연구개발(R&D), 제조와 유통이 결합된 형태, 생산자서비스(해외 자회사관리, 마케팅 등의 생산자서비스 및 고객센터)²⁾, 벤처캐피탈(VC), 신산업³⁾, 전장사업 등의 8개 영역으로 분류되었다. 기업의 신설(greenfield)과 인수·합병(M&A) 등의 해외직접투자 진입 방식과 소유권 형태를 구분하기 위해 주요 언론사 보도자료와 기업의 뉴스룸 자료를 참고하였고, 투자 지분 처분 및 청산된 해외 종속회사를 제외하고, 총 333건의 FDI 자료를 확보하였다(표 1).

표 1은 1978년부터 2023년까지 삼성전자와 LG전자가 신규 편입시킨 해외 종속회사 현황을 1980년 이전, 1980-1989년, 1990-1999년, 2000-2009년, 2010-2019년, 2020-2023년으로 구분하여 보여준다. 한국 전자산업 다국적기업의 해외 연결대상 종속기업 수는 1980년대 이전 3개에 불과했으나, 1990년대에 67개사가 신규 편입되면서 크게 증가했다. 2000년대에는 신규 편입이 62개사로 다소 둔화되었으나, 2010년대에 다시 135개사가 새롭게 추가되었다. 그 결과, 2023년 현재 누적 해외 연결대상 종속기업 수는 333개에 이르고 있다. 한편 2000년대까지 한국 전자산업 다국적기업의 해외직접투자는 주로 신설투자 및 합작투자 형태로 이루어졌으나, 2010년대 들어 M&A를 통한 해외 시장 진입이 크게 증가하고 있다. 1990년대 세계화 추세에 따라 시작된 두 기업의 M&A 기반 해외직접투자는 현지 기업이 보유한 전문 인력, 유통망, 소비시장, 브랜드 이미지 등을 동시에 획득함으로써 신규 진출에 따른 시간과 비용을 절감시켰다(정재영·원종근, 1998).

삼성전자와 LG전자는 1990년대 중반 이후 2000년대까지 주로 현지 생산 거점 확보를 위한 M&A를 진행

표 1. 한국 전자산업 다국적기업의 해외 연결대상 종속회사 추이

(단위: 개)

투자 유형	기업	1980년 이전	1980-1989년	1990-1999년	2000-2009년	2010-2019년	2020-2023년
신설투자 및 합작투자	삼성	2	18	30	31	39	8
	LG	1	7	35	30	20	21
	계	3	25	65	61	59	29
인수합병	삼성	0	0	0	1	63	5
	LG	0	0	2	0	13	7
	계	0	0	2	1	76	12
전체		3	25	67	62	135	41
누적 건수		3	28	95	157	292	333

자료: 금융감독원 전자공시시스템(DART)에 공시된 기업별 사업보고서

하였는데 LG전자는 1999년 ‘커티스’라는 폴란드 현지의 중소 전자업체를 인수하여 폴란드에 진출하였고, 삼성전자는 2009년 폴란드의 전통 가전업체인 아미카(Amica)의 설비와 인력은 인수하고, 브랜드는 포함하지 않는 ‘자산인수 방식’으로 인수하여 유럽에서도 생산 거점을 갖추게 되었다. 이러한 국경 간 M&A를 통해 두 기업은 유럽 현지 시장 수요에 최적화된 TV 공급망을 구축하게 되었다. 실제로 삼성전자는 당시까지 유럽에서 판매되는 제품의 대부분을 중국과 동남아 생산법인에서 공급해 왔으나 유럽의 생산 거점을 확보하면서 제품 공급 리드타임을 4주 이상 줄이고, 물류 비용도 크게 절감하여 가격 경쟁력을 높일 수 있게 되었다(삼성뉴스룸, 2009.12.24.). 이어서 삼성전자는 2007년 이스라엘의 이미지 센서 반도체 기업인 트랜스 칩을 인수하고 같은 해 이를 이스라엘의 현지 연구·개발(R&D) 법인인 삼성 반도체 이스라엘 R&D 센터로 전환함으로써 기술 경쟁력 강화에 주력하였다. 이러한 삼성전자의 M&A는 삼성전자의 비메모리 분야를 단시일 내 성장시kin M&A로 평가되고 있다(동아일보, 2007.10.31.).

여기서 흥미로운 점은 2000년대까지 삼성전자와 LG전자의 국경 간 M&A는 주로 가전 산업과 반도체 등과 같은 기업의 전통적 사업 영역에 국한되었으나 2010년대 들어서부터는 두 기업이 해외 기술 벤처 기

업에 대한 M&A를 적극적으로 추진하기 시작했다는 것이다. 이러한 변화에는 2010년대부터 신성장 사업 동력을 발굴하려는 기업들의 사업 전략⁴⁾이 주요하게 작용하였으며, 그 결과 2010년대 M&A에 의해 두 기업이 해외에 보유하고 있는 연결 종속회사 수가 삼성전자는 63개, LG전자는 13개로 지난 시기 대비 크게 증가하였다(표 1).

표 2를 통해 삼성전자와 LG전자의 신성장 동력 확보와 관련된 2010년대 주요 해외 M&A 실제 사례를 살펴보면, 삼성전자는 뉴로로지카, 스마트싱스, 애드기어, 조이언트, 푸디언트, 코어포토닉스, 룬 등 다수의 해외 스타트업을 인수·합병하면서 해외직접투자를 확대하였다. 특히 2017년 삼성전자는 신성장 분야인 전장사업을 본격화하기 위해 미국의 전장(電裝)전문 기업 하만(Haman)을 인수하였고, 이로써 기존 하만이 북미 및 유럽 지역에서 운영해 오던 법인들이 삼성전자에 종속되면서 2010년대 삼성의 해외 법인 수가 크게 증가하였다(삼성뉴스룸, 2016.11.14.). 한편 전장사업의 사업 역량 강화는 LG전자의 M&A 행보에서도 나타난다. 2018년 LG전자는 오스트리아의 글로벌 자동차 조명 업체 ZKW를 인수하면서 차량용 램프사업을 ZKW로 일원화하였다. 이에 따라 전장사업에서 삼성전자와의 경쟁이 시작되었고, 2021년 LG전자는 이스라엘의 사이버 보안 기업인 사이벨럼(Cybellum)을 인수

표 2. 삼성전자와 LG전자의 주요 M&A

구분	분류	연도	기업명	사업 분야	소재지
삼성전자	AI	2019	FOODIENT Ltd.	AI 식품 기술	영국
		2014	SmartThings, Inc.	IoT 기업	미국
	클라우드	2016	Joyent, Inc.	클라우드 서비스	미국
	헬스케어	2013	NeuroLogica Corp.	의료기기	미국
	5G	2020	TeleWorld Solutions, Inc.	네트워크 장비 설치 및 최적화	미국
		2018	SAMSUNG Zhilabs, S.L.	통신 네트워크 분석	스페인
	스마트 디바이스	2023	eMagin Corporation	OLED 디스플레이	미국
		2019	Corephotonics Ltd.	모바일용 멀티카메라	이스라엘
	전장 부품	2017	Harman International Industries, Inc.	디지털 콕핏 (커넥티드 카 및 오디오 시스템)	미국
		2017	AKG Acoustics GmbH	오디오 장비	오스트리아
	디지털 콘텐츠/ 실감콘텐츠(AR)	2023	Roon Labs, LLC	음악 재생(스트리밍) 플랫폼	미국
		2022	Apostera UA, LLC	AR(증강현실) 내비게이션	우크라이나
		2022	Red Brick Lane Marketing Solutions Pvt. Ltd.	미디어 소비 동향 분석	인도
		2016	AdGear Technologies Inc.	디지털 광고 플랫폼	미국
LG전자	스마트 디바이스	1999	Zenith Electronics LLC	R&D	미국
	클라우드	2021	Cybellum Technologies Ltd.	자동차 사이버 보안	이스라엘
	전장 부품	2018	ZKW	차량용 조명	오스트리아
	디지털 콘텐츠	2021	Alphonso Inc.	TV 광고-콘텐츠 데이터 분석	미국

주: 기업들이 투자 지분을 처분하거나 청산한 해외 종속회사는 제외함.

하여 전장사업의 포트폴리오를 강화하고 있다(LG 전자 뉴스룸, 2021.09.23.).

2) 2-모드 네트워크 구축

삼성전자와 LG전자의 해외직접투자 네트워크 패턴을 분석하기 위해 진출국(host country)과 사업 영역 각각을 노드로 정의하고, 입지로 연결되는 사업 영역과 진출국(host country) 간의 연결을 링크로 정의하여 2-모드 매트릭스(two mode matrix)를 구축하였다. 구체적으로 매트릭스의 행에는 두 기업의 해외 연결대상 종속회사가 입지해 있는 68개국⁵⁾이 위치하고, 열에는 유통, 제조, 연구개발(R&D), 생산자서비스 등 기업 활동의 전형적인 가치사슬 단계에 더하여 새롭게 해외에 입지한 벤처캐피탈(VC), 신산업, 전장사업 등

이 위치한다. 여기서 매트릭스의 각 셀 값은 기업이 해외직접투자를 통해 진출해 있는 개별 사업 영역과 진출국 간의 관계를 나타내는 지표이다(표 3). 예를 들어, 표 3은 2023년 기준 한국 전자산업 다국적기업의 해외직접투자 상위 국가와 현지 활동 사업 영역 간의 관계를 보여준다. 표 3에서 미국과 R&D 간의 관계가 3이라는 것은 기업들의 현지 R&D 활동이 미국에 3건 입지하고 있다는 것을 의미한다.⁶⁾

한편 2-모드 네트워크에서 연결 관계는 오직 서로 다른 종류의 노드들 간에만 형성되기 때문에 같은 종류의 노드인 국가와 국가 간에는 직접적인 연결 관계가 없다. 그러나 여기서 사업 영역의 진출 패턴이 유사한 국가들은 현지 사업 영역들을 통해서 간접적으로 서로 연결 관계를 갖는 것으로 가정할 수 있다. 따라서 가치사슬의 분포가 유사한 피투자국 유형을 도출하기

표 3. 진출국과 사업 영역 간의 관계를 나타내는 2-모드 매트릭스 구조

국가	유통	제조	R&D	생산자서비스	VC	신산업	전장
미국	8	5	3	7	6	10	8
중국	10	20	7	1	1		8
멕시코	4	5		1			4
베트남	4	7	1	1			
독일	4			2			6
인도	2	3	2	1		2	2
폴란드	3	4		1			2
인도네시아	4	3	1	2			
헝가리	3	3					3

주: 삼성전자와 LG 전자의 2023년 12월 말 자료를 토대로 함.

표 4. 사업 영역별 연결도수의 성장과 변화

사업 영역	1980년대	1990년대	2000년대	2010년대	2020-2023년
유통	15	34	49	55	55
제조	5	12	16	16	17
R&D	1	3	6	11	14
생산자서비스	2	7	9	21	27
VC	0	0	0	1	2
신산업	0	0	0	5	9
전장사업	0	0	0	30	30

위해 함께 입지하고 있는 사업 영역의 유사성을 토대로 국가 간의 관계인 1-모드 네트워크(one mode network)로 변환하였다.

3. 한국 전자산업 다국적기업의 해외직접투자 네트워크 변화

1) 사업 영역별 연결도수

그림 1은 1980년대 이후 한국 전자산업이 FDI를 통해 지리적으로 분산시켜 온 개별 사업 영역과 진출국(host country) 간 관계로 형성된 2-모드 네트워크의 시기별 변화를 보여준다. 그림 1에서 보는 바와

같이 1980년대까지 한국 전자산업 다국적기업의 초기 해외직접투자는 유통 분야를 중심으로 진행되었으며 점차 제조, 생산자서비스, R&D 등을 포함하는 가치사슬 활동의 전 세계적인 배치가 이루어지면서 네트워크의 복잡성이 증가하고 있다. 구체적으로 가중치를 고려하지 않은 2모드 네트워크의 시기별 연결도수(degree) 변화를 통해 개별 사업 영역의 해외 진출 패턴에 대한 특성을 살펴본 결과는 다음과 같다(표 4).⁷⁾

첫째, 유통 분야의 연결도수는 1980년대 15에서 2023년 55로 증가하여 유통 분야가 진출한 피투자국 수가 가장 많은 것으로 나타났다. 이는 한국 전자산업 다국적기업이 해외 판매망 구축과 해외 시장 점유율을 높이기 위해 현지 판매법인을 설립하고, 해외 시장에 적극적으로 진입하고 있다는 것을 보여주는 결과이다. 아울러 해외 진출 초기 유통 분야와 연결되어

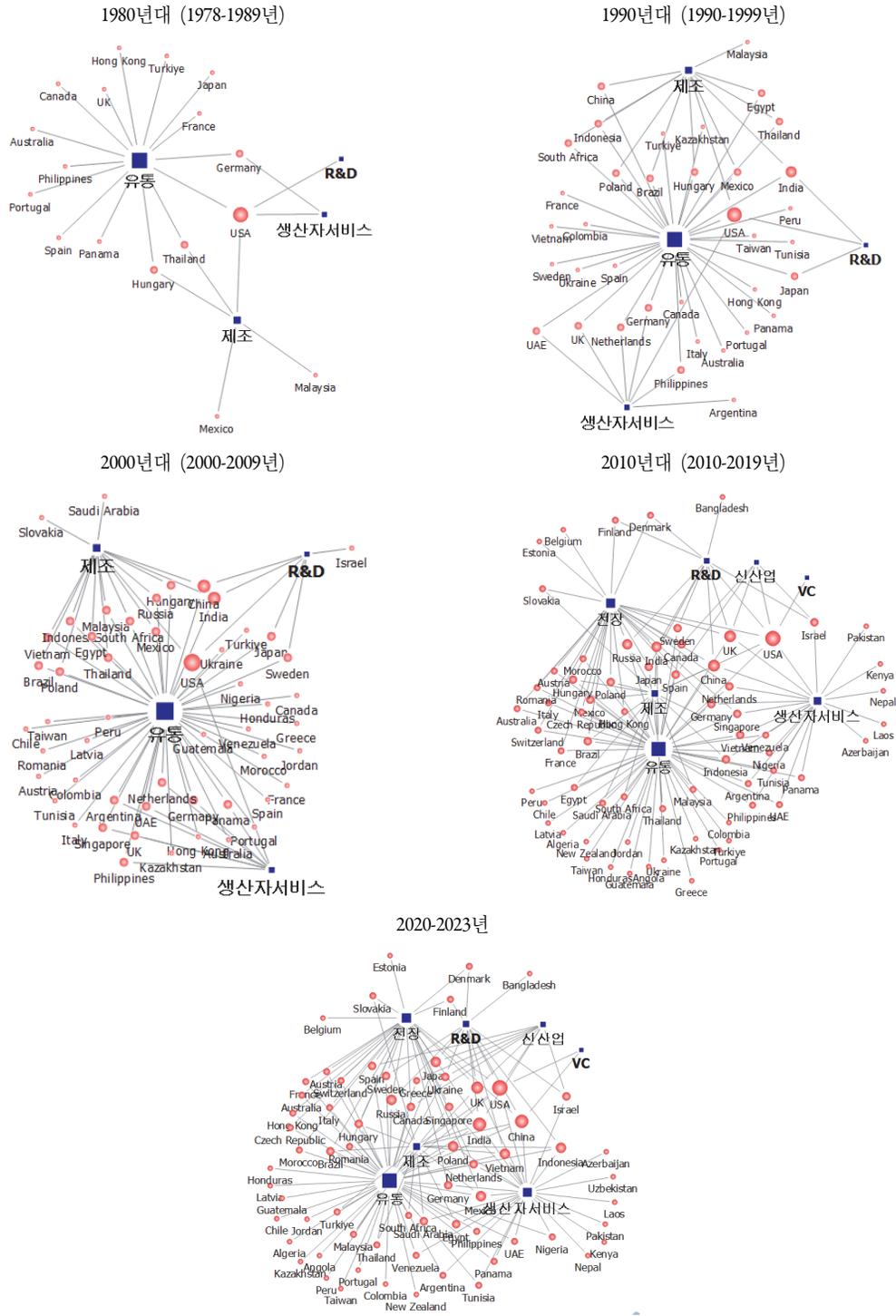


그림 1. 한국 전자산업 다국적기업의 해외직접투자 네트워크

있는 국가들은 대체로 미국과 캐나다, 영국, 프랑스 등의 북미 및 유럽 지역의 국가들로 나타났으며 점차 개도국과 저개발국으로 유통 분야의 진출이 확대되는 양상을 보인다(그림 1). 이처럼 해외 진출 초기에 우리나라 전자산업 다국적기업들은 우리가 흔히 시장 규모가 크다고 인식하는 선진 시장에 초점을 두고, 현지 시장을 추구하는 전략을 추진하였다.

둘째, 제조 분야의 연결도수는 1980년대 5에서 2000년대 16으로 3배 이상 크게 증가했으며 2023년 현재는 17로 소폭 증가한 상태이다. 그림 1에서 보는 바와 같이 제조 영역 해외 진출 초기인 1980년대에는 저원가의 경쟁 우위를 달성하는 효율성을 추구하여 말레이시아, 멕시코, 태국, 헝가리 등의 개도국과 연결을 강화하면서 생산 거점을 구축하였다. 또한 1990년대 이후 기업들은 급속하게 진행된 세계화와 WTO 출범, EU, NAFTA 등의 거대 경제권 출현과 같은 글로벌 경제 환경의 변화에 대응하여 생산 지역을 다변화하기 시작하였다. 이는 더 이상 과거의 저임금 후진국 해외 생산기지 구축이 아닌, 시장이 있는 곳에서 생산한다는 생산의 현지화 전략이 반영된 결과라고 할 수 있다. 이러한 전략을 통해 기업들은 각국에 생산 거점을 마련하여 현지 실정에 맞는 제품을 생산할 수 있게 되었고, 동시에 각국의 보호무역 장벽을 우회할 수 있게 되었다.

셋째, 생산자서비스 영역의 경우 2000년대까지는 제조 영역보다 낮은 연결도수를 보였으나 2010년대 이후부터는 제조 영역의 연결도수를 상회하고 있다. 서비스 영역의 연결도수 증가는 유통 분야 연결도수의 지속적인 증가에 기인한다. 기업들의 해외 판매법인 확대는 이를 지원할 수 있는 고객센터뿐만 아니라 물류, 마케팅, 해외자회사 관리 같은 생산자서비스를 필요로 하게 되고, 이에 따라 생산자서비스 영역의 연결도수가 증가하였다.

넷째, 연구개발(R&D) 부문의 글로벌화도 눈에 띄게 진전되었다. 연구개발(R&D) 영역의 경우 해외 진출 초기인 1980년대에는 미국과 유일하게 연결되어 연결

도수 1을 나타냈으나 2023년 현재는 연결도수가 14까지 증가하여 연구개발(R&D) 부문에서도 글로벌화가 확대되고 있는 것으로 나타났다. 한국 전자산업 다국적 기업들의 R&D 해외 진출 초기에는 미국, 인도, 일본 등 첨단 기술 인력이 풍부한 국가에 연구개발 활동을 위치시키는 전략을 취했다. 그러나 앞서 살펴본 바와 같이 현지 생산 체계가 강화됨에 따라 기업들은 지금까지 단순 생산기지로 간주되던 신흥 지역에서 혁신 테스트를 진행하거나 현지 맞춤형 기술 개발을 위한 R&D 기능을 강화함으로써 혁신을 주도하고 있다.

다섯째, 새로운 사업 영역인 벤처캐피탈(VC), 신산업, 전장사업 등의 피투자국 진출이 2010년대부터 시작되고 있다. 벤처캐피탈(VC) 부문의 경우 2010년대 미국과 처음 연결되기 시작하여 2023년 현재는 미국과 중국 2개국에 진출해 있는 상황이다. 삼성전자와 LG전자는 펀드 혹은 CVC를 설립하는 벤처캐피탈(VC)을 통해 신성장 동력이 될 수 있는 미래 사업 발굴을 추진하고 있다. 삼성전자의 해외 CVC 조직인 삼성넥스트는 지역에 구애받지 않고 실리콘밸리, 뉴욕, 텔아비브 등지에 있는 유능한 기업을 발굴하고, 그러한 기업들이 혁신적인 스타트업으로 성장할 수 있도록 지원하는 데 집중하고 있으며, LG전자는 2018년 벤처투자 전문법인 'LG테크놀로지 벤처스(LG Technology Ventures LLC)'를 미국 실리콘밸리에 설립하여, 이를 통해 실리콘밸리 스타트업 투자를 통한 신성장동력 발굴을 추진하고 있다(삼성뉴스룸, 2017.03.16; 증권뉴스, 2021.09.23.). 한편 헬스케어, 클린테크, 클라우드, 디지털 콘텐츠 등의 신산업 분야는 주로 미국과 영국, 이스라엘, 인도 등 기술 인력이 풍부한 세계 주요 유니콘 강국과 연결되어 있다. 끝으로 2010년대에 전장 사업 영역의 연결도수가 30으로 증가한 것은 삼성전자가 미국의 전장 전문기업 하만(Harman)을, LG전자가 오스트리아의 차량 조명 업체인 ZKW를 인수하면서, 이들 기업이 각국에서 운영하던 법인들이 삼성전자와 LG전자의 해외 종속기업으로 편입되었기 때문이다.

2) 진출국(host country)의 연결도수

표 5는 시기별 상위 연결도수를 갖는 진출국을 보여준다. 진출국의 연결도수는 한국 전자산업 다국적기업의 다양한 사업 영역들이 특정 국가에 진출해 있는 건수를 나타낸다. 다음은 시기별 상위 연결도수를 갖는 국가들의 변화를 살펴본 결과이다.

첫째, 1980년대 이후 현재까지 미국의 연결도수는 지속적으로 증가하고 있으며 2010년대에는 이전 시기 대비 2배 이상 크게 증가하여 2023년 현재 최상위 국가에 위치한다. 이는 2010년대 후반 세계 경제의 저성장 기조와 보호무역주의 확산에 따라 국내 기업들의 해외 법인 효율화가 진행되었음에도, 삼성전자와 LG전자의 미국에 대한 투자는 현지 법인 설립과 M&A를 통해 활발하게 이루어졌다는 것을 보여주는 것이다. 이에 대해 두 가지 시선이 존재하는데 하나는 표면적으로 미국 트럼프 정부의 보호무역주의 기조에 선제적으로 대응하기 위해서라는 것이며, 다른 하나는 트럼프 전 대통령의

압박 때문이 아닌 북미 시장에서의 입지를 확고하게 구축하기 위한 투자라는 것이다. 후자의 시각과 관련하여 2017년 6월 28일자 삼성뉴스룸은 미국 사우스캐롤라니아주에 가진 공장을 설립하는 것에 대해 미국 시장에서의 지속적인 성장 기반 마련을 위한 투자라고 보도하였다.

둘째, 중국의 연결도수는 1990년대 13으로 미국을 앞서기 시작하였고, 이후에도 빠르게 증가하여 2023년 현재 미국과 함께 연결도수 최상위 국가에 위치하고 있다. 1990년대부터 중국의 연결도수가 크게 증가하기 시작한 것은 1990년대 한국의 임금 상승과 원화 절상 등에 따라 악화된 국내 경영 여건과 중국과의 외교 관계 수립 등이 복합적으로 작용한 결과라고 할 수 있다. 아울러 2001년 중국의 WTO 가입으로 시장 개방이 확대되면서 우리나라 다국적기업들의 중국 진출이 더 크게 증가하였다.

셋째, 멕시코의 연결도수는 1980년대 1에서 2023년 현재 14까지 증가하여 미국 및 중국 다음으로 높은

표 5. 진출국 연결도수의 성장과 변화

순위	1980년대까지		1990년대		2000년대		2010년대		2020년대	
	국가	연결도수	국가	연결도수	국가	연결도수	국가	연결도수	국가	연결도수
1	미국	6	중국	13	중국	27	중국	43	미국 중국	47
2	독일	4	미국	11	미국	12	미국	33		
3	태국 헝가리 파나마 캐나다 일본	2	인도 네덜란드	5	인도네시아 폴란드 네덜란드	7	베트남 멕시코	11	멕시코	14
4									베트남	13
5			인도네시아 브라질 영국 독일	4			독일	10	인도 독일	12
6					인도 아랍에미리트	6	인도 폴란드 네덜란드	9		

연결도수를 나타내고 있다. 1980년대부터 멕시코의 연결도수가 측정되기 시작한 것은 당시 한국이 누려왔던 노동 비용의 비교 우위가 크게 감소한 것이 주요하게 작용하였다. 1980년대 이후 한국 경제의 급속한 성장과 함께 나타난 집단적 노동 요구의 분출은 급격한 임금 인상을 초래하였고, 이에 따라 우리나라 전자산업 다국적기업은 비용 절감을 위한 생산기지 확보 차원에서 노동집약적 공정을 해외로 이전시키게 된다. 이처럼 1980년대 개도국에 생산기지를 구축한 것은 내수시장에 기반을 두고 국내에서 국외로 수출하던 지금까지의 기업의 해외 진출 방식과는 다른 것이었다.

넷째, 1990년대 1에 불과했던 베트남의 연결도수는 2023년 현재 13으로 증가하여 멕시코에 이어 다국적기업들의 해외직접투자가 활발히 이루어지는 국가로 부상하였다. 베트남은 1986년 ‘도이머이’ 정책을 채택하여 경제 정책의 쇄신을 추진하였고, 1992년 12월에는 한국과 외교 관계를 수립하였다. 또한 2007년 세계무역기구(WTO)에 가입함으로써 시장 개방을 확대하였다. 이러한 베트남의 경제 개혁과 국제 관계 개선 노력은 1990년대 한국의 임금 상승과 원화 절상 등으로 악화된 국내 경영 여건과 맞물려, 우리 기업의 베트남 투자를 촉진하는 중요한 요인으로 작용하였다.

3) 진출국(host contry)의 매개중심성

매개중심성(betweenness centrality)은 특정 노드가 다른 노드 간의 최단 거리에 등장하는 횟수를 기준으로 측정된다(Newman, 2003). 즉, 서로 다른 두 노드를 연결하는 최단 경로상에 빈번하게 등장할수록 매개중심성은 높아진다. 네트워크 구조 내에서 매개중심성이 높은 노드는 서로 다른 요소들을 통제하거나 중재하는 역할을 수행한다(Rowley, 1997; 현기순·이준엽, 2016). 따라서 한국 전자산업 다국적기업의 사업 영역과 피투자국가 간의 관계로 구성된 2-모드 네트워크에서 매개중심성이 높은 국가는 다양한 사업 영역의 연결을 용이하게 하며, 이러한 위치는 다국적기업들의 운영에 강한 영향력을 미친다. 한편 매개중심성이 높은 노드가 제거될 경우 네트워크의 전체 구조가 와해될 수 있으므로, 매개중심성이 높은 국가가 정치경제적으로 불안정한 상황에 놓이면 다국적기업의 경영에 심각한 위협이 된다.

표 6를 통해 해외직접투자 진출국의 매개중심성 지수를 확인한 결과 1980년대부터 2023년 현재까지 매개중심성이 가장 큰 국가는 미국으로 나타났는데, 이는 다국적 전자기업의 글로벌 가치사슬에 깊이 편입되어 있는 미국의 글로벌 통합 역량을 반영하는 것이다. 따라서 다국적기업들은 미국에서 새로운 사업 기회에 대한 정보를 효과적으로 획득할 수 있다

표 6. 해외직접투자 진출국의 매개중심성 변화

국가	1980년대까지	1990년대	2000년대	2010년대	2020년대
미국	0.11	0.09	0.11	0.20	0.13
중국	0.00	0.01	0.07	0.08	0.11
인도	0.00	0.04	0.07	0.04	0.08
영국	0.00	0.02	0.01	0.09	0.07
멕시코	0.00	0.01	0.02	0.01	0.04
폴란드	0.00	0.01	0.02	0.01	0.04
베트남	0.00	0.00	0.02	0.03	0.04
인도네시아	0.00	0.01	0.02	0.03	0.04

주: 사업 영역과 피투자국가 간의 관계로 구성된 2-모드 네트워크를 대상으로 함.

(Baum *et al.*, 2014). 또한 중국의 매개중심성이 지속적으로 증가하여 최근 미국 다음으로 높은 매개중심성 순위를 보여주고 있는데 이는 다국적기업의 글로벌 입지에서 우위를 차지하려는 중국의 도전과 미국의 견제가 진행되고 있다는 것을 의미한다. 이에 따라 한국 전자산업 다국적기업들은 미국과 중국 양측으로부터 투자 선택을 강요당하는 상황에 직면할 수 있다.

한편 최근 인도, 베트남, 인도네시아, 폴란드 등과 같은 신흥국의 매개중심성 증가세가 두드러지게 나타난다. 이처럼 신흥국들의 매개중심성 증가는 다양한 사업 영역에서 많은 비즈니스 기회를 창출할 수 있는 국가로서의 위상을 보여주는 것이다. 또한 이러한 신흥국들의 매개중심성 증가는 한국 전자산업 다국적기업이 R&D-제조-판매-서비스로 이어지는 ‘현지완결형’ 체제를 구축하기 위해 지속적으로 노력한 결과에 기인한다(Rugman and Verbeke, 2001; Kostova *et al.*, 2016).

아울러 피투자국의 집중도 맵(concentric map)을 통해 피투자국의 중심부 변화를 살펴보면 한국 다국적기업 해외직접투자 네트워크에서 진출국들의 지위

가 뚜렷하게 부각된다(그림 2). 그림 2에서 보는 바와 같이 2000년대에는 한국 다국적기업 해외직접투자 네트워크의 중심에 미국이 단독으로 자리하고, 그 주변에 중국과 인도가 위치한다. 그러나 2020년대에는 중국의 지위가 급격히 상승하여 미국과 함께 네트워크의 중심부에 위치하고 있으며 미국과 중국 주변에 영국, 인도, 인도네시아, 폴란드, 베트남이 자리하면서 네트워크에서 중요한 역할을 담당하고 있는 것으로 나타났다.

4. 한국 전자산업 다국적기업 진출국의 가치사슬 배치 유형

한국 전자산업 다국적기업이 진출한 국가들의 가치사슬 분포에 대한 유사성을 토대로 68개 국가들의 유형을 구분하였다. 표 7은 시기별 기업 활동 배치가 유사한 국가들의 그룹을 보여준다. 표 7에서 보는 바와 같이 가치사슬 분포가 유사한 국가들의 그룹 수는

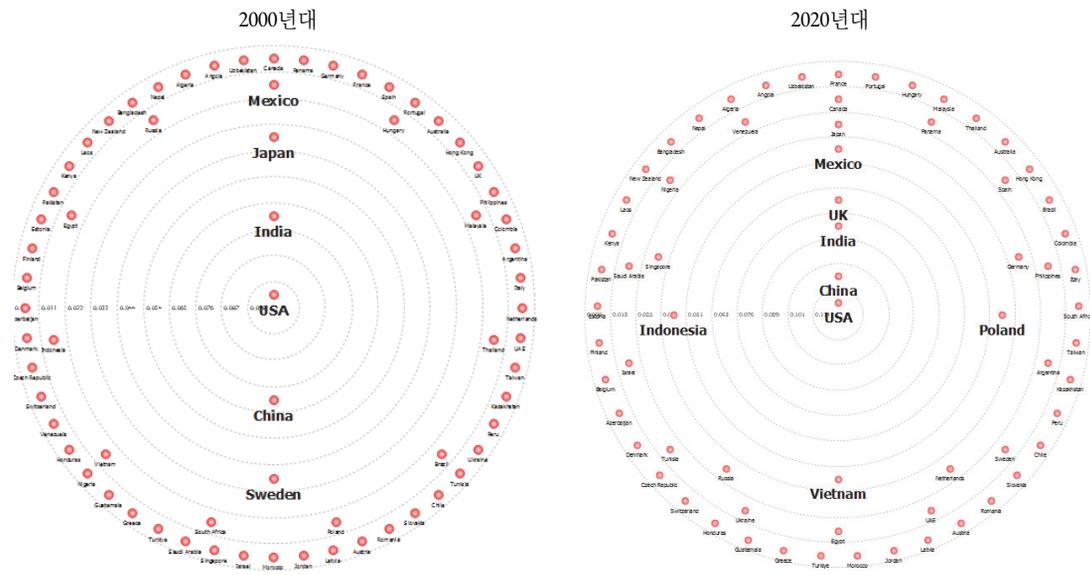


그림 2. 피투자국의 집중도 맵(concentric map)

표 7. 한국 전자산업 다국적기업 진출국의 시기별 유형 변화

시기	가치사슬 배치 형태	국가 그룹
1980년대	유통	일본, 캐나다, 파나마, 프랑스, 스페인, 포르투갈, 호주, 홍콩, 영국, 필리핀, 터키
	유통-제조	헝가리, 태국
	제조	멕시코, 말레이시아
1990년대	유통	캐나다, 파나마, 프랑스, 스페인, 포르투갈, 터키, 호주, 홍콩, 콜롬비아, 이탈리아, 스웨덴, 베트남, 대만, 카자흐스탄, 튀니지, 페루, 우크라이나
	유통-제조	멕시코, 헝가리, 태국, 브라질, 폴란드, 남아프리카 공화국, 인도네시아, 중국, 이집트
	유통-생산자서비스	독일, 필리핀, 영국, 네덜란드, 아랍에미리트
2000년대	유통	캐나다, 프랑스, 스페인, 포르투갈, 호주, 홍콩, 콜롬비아, 이탈리아, 대만, 카자흐스탄, 페루, 우크라이나, 튀니지, 칠레, 루마니아, 오스트리아, 라트비아, 요르단, 모로코, 터키, 그리스, 과테말라, 나이지리아, 온두라스, 베네수엘라
	유통-제조	멕시코, 헝가리, 말레이시아, 태국, 브라질, 폴란드, 남아프리카 공화국, 베트남, 인도네시아, 이집트, 러시아
	유통-생산자서비스	파나마, 독일, 영국, 필리핀, 아르헨티나, 네덜란드, 아랍에미리트, 싱가포르
	제조	슬로바키아, 사우디아라비아
	유통-제조-R&D	인도, 중국
	유통-R&D	일본, 스웨덴
2010년대	유통	포르투갈, 콜롬비아, 대만, 카자흐스탄, 페루, 우크라이나, 칠레, 라트비아, 요르단, 터키, 그리스, 과테말라, 온두라스, 뉴질랜드, 알제리, 앙골라
	유통-전장	프랑스, 호주, 홍콩, 이탈리아, 루마니아, 오스트리아, 모로코, 스위스, 체코
	유통-생산자서비스	파나마, 필리핀, 아르헨티나, 아랍에미리트, 튀니지, 나이지리아, 베네수엘라
	유통-제조	말레이시아, 태국, 남아프리카 공화국, 이집트, 사우디아라비아
	생산자서비스	아제르바이잔, 파키스탄, 케냐, 라오스, 네팔
	유통-제조-전장	멕시코, 헝가리, 브라질, 폴란드
	유통-제조-R&D-전장	인도, 러시아
	유통-제조-생산자서비스	베트남, 인도네시아
	유통-신산업-전장	캐나다, 스페인
	유통-R&D-전장	일본, 스웨덴
유통-생산자서비스-전장	독일, 네덜란드, 싱가포르	
2020년대	유통	포르투갈, 콜롬비아, 대만, 카자흐스탄, 페루, 칠레, 라트비아, 요르단, 과테말라, 온두라스, 뉴질랜드, 알제리, 앙골라
	유통-생산자서비스	파나마, 필리핀, 아르헨티나, 아랍에미리트, 튀니지, 나이지리아, 베네수엘라
	유통-전장	프랑스, 호주, 홍콩, 이탈리아, 루마니아, 오스트리아, 모로코, 스위스, 체코
	생산자서비스	아제르바이잔, 파키스탄, 케냐, 라오스, 네팔, 우즈베키스탄
	유통-제조	말레이시아, 태국, 남아프리카 공화국, 터키
	유통-생산자서비스-전장	독일, 네덜란드, 싱가포르
	R&D-전장	덴마크, 핀란드
	유통-제조-생산자서비스	이집트, 사우디아라비아
	유통-제조-R&D-생산자서비스	베트남, 인도네시아
	유통-제조-전장	헝가리, 브라질
유통-신산업-전장	캐나다, 스페인	
유통-제조-생산자서비스-전장	멕시코, 폴란드	

1980년대 3개에서 2023년 현재 12개로 크게 증가하였다. 이처럼 최근 다양하게 나타나고 있는 국가들의 가치사슬 배치 형태는 생산, 판매, 생산자서비스, R&D에 이르기까지 거의 모든 사업 영역의 해외 진출 확대와 신성장 사업 동력을 발굴하려는 기업들의 적극적인 M&A 행보에 기인한다. 우리나라 전자산업 다국적기업의 해외 진출 초기인 1980년대부터 2023년 현재까지 진출국의 가치사슬 배치 유형별 특징을 살펴보면 다음과 같다.

첫째, 유통 영역 단일 형태로 진출하여 판매 거점 역할만 하는 국가들의 유형이 가장 많은 비중을 차지하고 있으나 그룹 내 국가들의 분포는 시기에 따라 다르게 나타난다. 한국 전자산업 다국적기업들의 해외 진출 초기인 1980년대에는 유통 영역에 포함되어 있는 피투자국이 주로 일본, 캐나다, 프랑스 등의 선진 경제권이었으나 2020년대에는 콜롬비아, 페루, 알제리, 앙골라 등의 중남미 및 아프리카의 신흥국들로 대체되었다.

둘째, 국제 노동 분업의 관점에서 주로 선진국에 입지하던 고부가가치 활동인 연구개발(R&D) 사업 부문이 중국과 인도와 같은 신흥 경제권으로 이동하기 시작하였다. 2000년대 중국과 인도가 유통, 제조, R&D 기능이 결합된 형태인 현지 완결형 사업 구조로 하나의 그룹을 형성한 이후 2010년대는 인도와 러시아, 2020년대는 베트남과 인도네시아 등의 신흥국이 현지 완결형 사업 구조의 주요 그룹으로 등장하였다.

셋째, 한국 전자산업 다국적기업의 해외 R&D 거점은 해외 생산기지 지원을 위한 신흥국 그룹과 일본과 유럽 등의 기술 선진국 그룹으로 양분된다. 신흥국의 R&D 활동이 제조 부문과 결합되어 있는 것과는 다르게 2000년대 일본과 스웨덴은 유통 부문과 R&D 부문이 결합되어 있는 형태로 나타났으며, 2020년대에는 덴마크와 핀란드 같은 북유럽 국가들이 R&D와 전장 사업이 결합된 형태로 하나의 그룹을 형성하고 있다. 이는 한국 전자산업 다국적기업들이 제품을 현지화하기 위해 해외 R&D 센터를 활용할 뿐만 아니라, 글로벌

시장을 공략하고 신기술 트렌드를 모니터링하기 위해 해외에서 R&D 활동을 수행하고 있다는 것을 의미한다.

넷째, 2010년대부터는 고부가가치 영역이 결여된 단순 제조 영역만을 위해 진출해 있는 국가들의 유형이 더 이상 나타나지 않는 반면, 아제르바이잔, 파키스탄, 케냐, 라오스, 네팔 등의 국가들이 마케팅 활동 등을 위한 생산자서비스 부문 진출국 유형으로 새롭게 등장하였다. 이는 한국 전자산업 다국적기업들이 아직까지 소득 수준은 낮지만 시장의 성장 가능성을 염두에 두고 신흥국을 대상으로 전략적인 해외 투자를 진행하고 있음을 보여주는 대목이다.

다섯째, 2010년대부터 국경 간 M&A를 통해 새로운 산업의 융합이 시작됨에 따라 전장산업과 신산업이 기존의 가치사슬 배치 형태에 결합되면서 진출국의 가치사슬 배치 유형이 다양해지고 있다. 지금까지 우리나라 전자산업 다국적기업은 해외에 종속회사를 설립하면서 수직적 통합을 통해 효율성을 강화해 왔으며 최근 들어서는 전장 산업과 같은 이종 산업과의 M&A를 통해 이전과 다른 새로운 가치사슬 배치를 갖는 국가 유형들이 등장하고 있다.

5. 요약 및 결론

본 연구는 한국 전자산업 다국적기업의 해외 투자 전략이 지리적으로 어떻게 변화되고 구조화되는가를 삼성전자와 LG전자의 해외 연결대상 종속회사 현황 자료를 토대로 네트워크 관점에서 실증 분석하였다. 한국 전자산업 다국적기업의 해외 진출 초기인 1980년대까지는 판매 거점을 구축하기 위해 주로 북미 및 서유럽 등의 선진 경제권으로 진입하였으나, 점차 제조, 생산자서비스, R&D 등을 포함하는 가치사슬 활동의 전 세계적인 배치가 이루어지면서 기업들의 해외 직접투자 네트워크의 복잡성이 증가하고 있다. 주요

분석 결과를 요약하면 다음과 같다.

첫째, 제조 영역 진출 초기인 1980년대에는 비용 효율성을 달성하기 위해 주로 개도국에 생산 거점을 확보하였으나 1990년대 이후 생산 지역을 다변화하기 시작하여 2023년 현재는 중동 및 아프리카 지역까지 생산 거점이 확대되었다. 이는 한국 전자산업 다국적기업들이 글로벌 생산 네트워크를 구축하는 동시에 가치사슬의 지역 허브 구축을 확대하고 있다는 것을 시사한다. 예를 들어, 북미 시장의 생산 거점은 멕시코에 구축하고, 유럽 시장을 겨냥해서는 헝가리와 폴란드 등의 동유럽에 생산 거점을 마련하였으며, 아시아 시장 공략을 위해서는 베트남과 인도네시아 같은 동남아시아 지역에 제조시설을 설립하였다. 이러한 지역 허브 구축은 EU, NAFTA 등과 같은 거대 경제권의 출현에 따른 지역 통합에 대응하면서, 현지 수요와 시장 확대에 신속하게 대처하려는 기업들의 해외 진출 전략을 반영하는 것이다.

둘째, 1980년대 이후 2023년 현재까지 미국의 매개 중심성(betweenness centrality) 지수가 지속적으로 높게 나타났으며, 최근에는 중국의 매개중심성이 크게 증가하여 다국적기업의 피투자국으로서의 중국의 위상이 강화된 상황이다. 한국 전자산업 다국적기업 해외 직접투자 네트워크에서 매개중심성이 높은 국가는 R&D부터 생산, 판매, 생산자서비스, 신산업, 벤처캐피탈(VC) 전장 사업에 이르는 다양한 사업 영역이 융합되어 있는 국가로서 가치사슬의 글로벌 통합 역량이 우수하여 다국적기업의 운영에 핵심이 되는 국가이다. 따라서 미국과 중국의 높은 매개중심성은 다국적기업의 글로벌 입지에서 우위를 차지하려는 중국의 도전과 함께 미국의 견제가 진행되고 있다는 것을 시사한다.

셋째, 다국적기업의 사업 영역과 피투자국 간의 관계로 구성된 2-모드 네트워크에서 인도, 베트남, 인도네시아 등을 포함한 아시아 신흥 국가들의 매개중심성 증가세가 두드러지게 나타난다. 이러한 신흥국들의 매개중심성 증가는 R&D 활동 같은 고부가가치 부문에 대한 기업들의 해외 투자가 기술적 역량이 축

적되어 있는 선진 경제권뿐만 아니라 신흥 경제권을 겨냥해서도 진행중에 있다는 것을 시사한다. 또한 신흥국들의 매개중심성 증가는 한국 전자산업 다국적기업들이 R&D-제조-판매-서비스로 이어지는 ‘현지 완결형’ 체제를 구축하기 위해 지속적으로 노력한 결과라고 할 수 있으며, 이는 점차 다양한 사업 영역에서 비즈니스 기회를 창출하고 있는 신흥국들의 위상을 보여주는 것이다.

넷째, 2010년대 이후 국경 간 M&A를 통한 전자산업 및 신산업과의 융합이 확대되기 시작되면서 한국 전자산업 다국적기업 피투자국의 가치사슬 배치 유형이 다양해지고 있다. 특히 2010년대부터는 마케팅 같은 생산자서비스 부문만이 진출해 있는 저소득 국가들로 구성된 피투자국 유형이 새롭게 등장한 반면, 단순히 생산 거점 역할만 하는 국가들의 유형은 더 이상 나타나지 않는다. 이는 한국 전자산업 다국적기업이 향후 시장의 성장 가능성을 염두에 두고 신흥 시장을 선점하기 위해 글로벌 입지를 확대하고 있다는 것을 시사한다.

이처럼 지난 수십 년 동안 한국의 대표적 다국적기업인 삼성전자와 LG전자는 국내외 경제 상황과 통상 정책 변화에 대응하여 글로벌 소비시장에서의 점유율 확보 및 현지 생산기지 구축과 신기술 확보를 위해 해외직접투자를 적극적으로 추진하였다. 그 결과 기업들은 R&D부터 제조, 서비스 부문에 이르는 가치사슬의 전 범위를 해외직접투자 네트워크 내에 내재화하여 수직적 통합을 완성하였고, 이는 직간접적으로 우리 경제 성장과 발전에 밑거름이 되었다. 특히 최근 한국 전자산업 다국적기업들은 M&A와 CVC를 통해 신성장 동력 확보를 추진하면서 유망 기술과 아이디어를 보유한 해외 스타트업을 발굴하는 데 주력하고 있다.

결국 4차 산업혁명으로 대변되는 새로운 기술 혁명 시대에 다국적기업들의 해외 진출은 미국, 영국, 이스라엘, 인도 등과 같은 기술 인력이 풍부한 유니콘 강국들로 집중될 것이다. 이러한 추세로 인해 이들 국가가 세계 경제에 미치는 영향력은 더욱 강화될 것이며,

해외직접투자의 글로벌 불균형이 한층 심화될 것이라는 점은 주목할 만한 사실이다. 아울러 미중 패권 전쟁, 글로벌 보호무역 기조, 첨단산업에 대한 경쟁 가속화 등에 대응하여 한국 전자산업 다국적기업의 해외직접 투자는 지속될 것으로 예측된다. 이에 따라 첨단 기술과 산업 간 융합을 통해 새롭게 재편되고 있는 글로벌 가치사슬에서 한국이 소외되지 않기 위해서는 전 세계 다국적기업에게 매력적인 혁신 생태계를 한국에 조성하기 위한 정부 차원의 선제적이고 지속적인 지원이 필요할 것이다.

주

- 1) 본 연구에서는 Porter의 가치사슬 모델(Porter, 1985)과 Humphrey and Schmitz(2002)의 업그레이딩(upgrading) 개념을 도입하여 가치사슬의 단계를 구분하였다. 구체적으로 삼성전자와 LG전자의 사업보고서를 분석하여 이들 기업이 해외에서 수행하고 있는 전반적인 경영 활동을 가치사슬의 전형적인 단계로 정의하였다. 또한 기업들이 새롭게 해외로 진출시킨 사업 영역을 가치사슬 업그레이딩 부문으로 간주하였다. 이에 따라 본고에서는 유통, 제조, 연구개발(R&D), 생산자서비스, 벤처캐피탈(VC), 신산업, 전장사업 등으로 기업의 가치사슬을 구분하였고, 이러한 구분은 기업의 글로벌 가치사슬 확장 및 고도화 전략을 포괄적으로 반영한다.
- 2) 해외에 진출해 있는 총 41개 서비스 분야 중속회사는 고객 서비스 분야(15개)와 생산자서비스 분야(26개)로 구분된다. 본 연구에서는 생산자서비스 활동의 비중을 고려하고, 분석의 편의를 위해 고객 서비스 분야도 생산자서비스 범주에 포함시켜 분석을 수행하였다.
- 3) 클린테크, 헬스케어, 클라우드, AI, 디지털 콘텐츠, 스마트 디바이스, 5G 등의 사업 형태를 신산업으로 구분하였다.
- 4) 삼성전자는 2010년 5월 태양전지, 자동차용 전지, LED, 바이오 제약, 의료기기 등을 5대 신수종 사업으로 선정하였으며 2018년에는 의료기기를 제외하고 AI, 5G, 바이오, 전장 부품 등을 4대 미래 사업으로 선정하였다. 또한 LG전자는 2013년 VC(Vehicle Components) 사업분부를 신설하고, 2018년에는 이를 VS(Vehicle component Solutions) 사업분부로 개편하면서 전장 부품 사업을 미래 성장 동력의 하나로 육성하기 위한 노력을 경주하고 있다(LG전자 뉴스룸, 2023.6.29.).

- 5) 대표적인 조세피난처로 알려져 있는 케이만군도와 모리셔스는 제외하고 분석을 수행하였다.
- 6) 기업의 사업보고서에 유통과 제조를 동시에 수행하는 법인으로 기재된 경우, 해당 법인이 위치한 피투자국에 대해 제조와 유통을 각각 별도의 사업 영역으로 계산하였다.
- 7) 여기서 연결도수(degree)는 개별 사업이 진출해 있는 국가 수를 의미한다.

참고문헌

- 구양미, 2017, “한국 기업의 베트남 투자와 베트남의 산업구조 및 지역변화,” 대한지리학회지 52(4), pp.435-455.
- 김성훈, 2020, “한국 하청기업의 해외동반진출과 생산 네트워크 형성 및 변화: 베트남 하노이 권역 전자산업을 사례로,” 한국경제지리학회지 23(2), pp.147-165.
- 동아일보, 2007, “삼성전자, 이스라엘 반도체기업 인수,” 2007년 10월 31일.
- 문휘창·박지민, 2014, “해외직접투자의 경제적 효과: 삼성전자의 휴대폰 부문 사례를 중심으로,” *Korea Business Review* 17(2), pp.229-244.
- 비즈니스 포스트, 2022, “보스턴 컨설팅이 선정한 혁신 기업에 삼성 6위, LG 16위, 현대차는 33위,” 2022년 9월 15일.
- 삼성뉴스룸, 2009, “삼성전자, 폴란드 가전업체 아미카 인수,” 2009년 12월 24일.
- 삼성뉴스룸, 2016, “삼성전자, 美 전장전문기업 하만(Harman) 인수,” 2016년 11월 14일.
- 삼성뉴스룸, 2017, “세계곳곳 스타트업 꽃피울 수 있도록... 삼성넥스트(Samsung NEXT) 출범,” 2017년 3월 16일.
- 삼성뉴스룸, 2017, “삼성전자, 美 사우스캐롤라이나주에 생활가전 생산거점 구축,” 2017년 6월 28일.
- 손승호, 2020, “베트남 호치민으로 진출한 한국기업의 입지 특성 및 유형화,” 한국도시지리학회지 23(2), pp.43-56.
- 송재용, 2016, “기업의 글로벌 네트워크 상에서의 지식소싱과 혁신 모드의 진화,” *경영학연구* 45(4), pp.1069-1088.
- 이승철, 2007, “전환경제하의 해외직접투자기업의 가치사슬과 네트워크: 대베트남 한국 섬유·의류산업

- 해외직접투자 사례 연구,” 한국경제지리학회지 10(2), pp.93-115.
- 이승철·정성훈, 2004, “한국 대중국 해외직접투자에 대한 시장, 제도 및 기술의 입지효과: 한국 삼성 CDMA 대중국 해외직접투자 사례연구,” 대한지리학회지 39(2), pp.241-255.
- 이양복, 2023, “국제합작투자와 인수합병을 통한 전자산업 다각화 전략 연구: LG 전자 vs. 삼성전자,” 경영컨설팅연구, pp.295-309.
- 이정윤, 2015, “한국 제조업 대중국 FDI의 공간적 패턴 변화 (1988-2013),” 한국지역지리학회지 21(1), pp.114-136.
- 정성훈, 2002, “글로벌 기업, 글로벌 지역, 그리고 투자 유인의 인센티브 패키지: 한국기업의 유럽연합 Objective 1·2 지역 해외직접투자를 중심으로,” 한국경제지리학회지 5(2), pp.209-228.
- 정재영·원종근, 1998, “국제인수, 합병(M&A) 전략의 이론적 기초와 한국 기업의 M&A 전략 방향,” 국제통상연구 3(1), pp.3-31.
- 증권뉴스, 2021, “구광모도 꽃턴 벤처투자... 국내 CVC 1 조원 시대 연다,” 2021년 9월 23일.
- 최자영·이승철, 2016, “대중국 한국 자동차 부품기업의 공간 전략과 입지 특성: 동풍열달기아완성차 기업의 부품협력기업을 중심으로,” 대한지리학회지 51(2), pp.235-253.
- 한국경제, 2021, “삼성전자, 유엔 선정 ‘세계 100대 다국적 기업’...韓유일,” 2021년 4월 27일.
- 현기순, 2023, “글로벌 경제 환경과 해외직접투자 네트워크의 공간적 재편,” 한국경제지리학회지 26(3), pp.256-273.
- 현기순·이준엽, 2016, “세계무역 네트워크와 주요국 산업의 역할: 부가가치 교역 자료를 이용한 사회연결망 분석 기법을 중심으로,” 한국경제지리학회지 19(4), pp.677-693.
- LG전자 뉴스룸, 2021, “LG전자, 이스라엘 자동차 사이버 보안 기업 사이벨림社 경영권 인수,” 2021년 9월 23일.
- LG전자 뉴스룸, 2023, “LG전자 VS사업본부 출범 10주년 ‘2030년 글로벌 전장시장 리더로 도약,’” 2023년 6월 29일.
- Baum, J. A. C., Cowan, R. and Jonard, N., 2014, “Does evidence of network effects on firm performance in pooled cross-section support prescriptions for network strategy?” *Strategic Management Journal* 35(5), pp.652-667.
- Buckley, P. J. and Casson, M. C., 1976, *The Future of the Multinational Enterprise*, London: Macmillan.
- Carr, D. L., Markusen, J. R. and Maskus, K. E. 2001, “Estimating the knowledge-capital model of the multinational enterprise,” *American Economic Review* 91(3), pp.693-708.
- Coe, N. M., Hess, M., Yeung, H. W.-C., Dicken, P. and Henderson, J., 2004, “‘Globalizing’ regional development: A global production networks perspective,” *Transactions of the Institute of British Geographers* 29(4), pp.468-484.
- Dunning, J. H., 1980, “Toward an eclectic theory of international production: some empirical tests,” *Journal of International Business Studies* 11, pp.9-31.
- Dunning, J. H., 2000, “The eclectic paradigm as an envelope for economic and business theories of MNE activity,” *International Business Review* 9, pp.163-190.
- Giroud, A. and Mirza, H., 2015, “Refining of FDI motivations by integrating global value chains’ considerations,” *Multinational Business Review* 23(1), pp.67-76.
- Humphrey, J. and Schmitz, H., 2002, “How does insertion in global value chains affect upgrading in industrial clusters?” *Regional Studies* 36(9), pp.1017-1027.
- Hymer, S. H., 1976, *The International Operations of National Firms: A Study of Foreign Direct Investment*, Cambridge, MA: MIT Press.
- Kim S-J., 2006, “Networks, scale, and transnational corporations: the case of the South Korean seed industry,” *Economic Geography* 82(3), pp.317-338.
- Kostova, T., Marano, V. and Tallman, S., 2016, “Headquarters–subsidiary relationships in MNCs: Fifty years of evolving research,” *Journal of World Business* 51, pp.176-184.
- Newman, M. E., 2003, “The structure and function of complex networks,” *SIAM Review* 45(2), pp.167-256.
- Pavlínek, P., 2012, “The internationalization of corporate R&D and the automotive industry R&D of east–central Europe,” *Economic Geography*, 88(3), pp.279-310.

- Porter, M. E., 1985, *Competitive Advantage: Creating and Sustaining Superior Performance*, New York: The Free Press.
- Rowley, T. J., 1997, "Moving beyond dyadic ties: A network theory of stakeholder influences," *Academy of Management Review* 22(4), pp.887-910.
- Rugman, A. M., 1981, *Inside the Multinationals: The Economics of Internal Markets*, New York: Columbia University Press.
- Rugman, A. M. and Verbeke, A., 2001, "Subsidiary specific advantages in multinational enterprises," *Strategic Management Journal* 22(3), pp.237-250.
- UNCTAD, 2020, *World Investment Report: International Production Beyond the Pandemic*, New York and Geneva: United Nations.
- Yang, C., 2009, "Strategic coupling of regional development in global production networks: redistribution of Taiwanese personal computer investment from the Pearl River Delta to the Yangtze River Delta, China," *Regional Studies* 43(3), pp.385-407.
- Yeung, H. W.-C. and Peck, J., 2003, Making global connections: A geographer's perspective, in Peck, J. and Yeung, H. W.-C.(eds.), *Remaking the Global Economy: Economic-Geographical Perspectives*, London: Sage, pp.3-23.
- 금융감독원 전자공시시스템(DART), <https://dart.fss.or.kr> (최종열람일: 2024년 8월 1일).
- 교신: 현기순, 02844, 서울 성북구 보문로 34다길 2, 성신여자대학교 동아시아연구소, 전화: 02-920-7751, 이메일: kshyun147@gmail.com
- Correspondence: Kisoon Hyun, Center for East Asian Studies, Sungshin Women's University, 2, Bomun-ro 34da-gil, Seongbuk-gu, Seoul, 02844, Korea, Tel: 82-2-920-7751, E-mail: kshyun147@gmail.com
- 최초투고일 2024년 08월 31일
수정일 2024년 09월 13일
최종접수일 2024년 09월 23일