

지방자치단체의 외국인 투자유치 마케팅:
한국의 경상북도와 중국의 허난성 사례를 중심으로

권영철(Kwon, Yung-Chul)

영남대 국제통상학부 교수

최혁수(Choi, Hyurk Soo)

경북 투자유치과 전문위원

[요약]

지방자치단체 차원에서 외국인투자 유치의 목표는 단기적으로는 매년 일정규모 이상의 외국인투자 유치를 달성하여 장기적으로는 지역경제의 지속적인 성장을 도모하고자 하는데 있다. 이러한 장·단기적 목표를 달성하기 위해서는 제품 개념(product concept)에 의거한 유치 활동이 아니라 마케팅 개념(marketing concept)에 의거한 유치 활동이 펼쳐져야 할 것이다. 즉, 외국인투자유치도 외국 투자자들에게 국가 입지를 세일즈하는 행위라 볼 때 외국인투자자들이 자국의 입지를 선택할 것이라는 비합리적 기대보다는 외국투자자들이 선호할 수 있는 투자 환경을 조성하고 적극적 홍보를 펼치고, 나아가서 사후관리까지 하는 마케팅 개념에 입각한 노력이 외국인투자유치에 더 효과적일 것이라는 개념이다. 이러한 관점에서 코틀러(Kotler) 외(1997)는 그들의 공저 [국가마케팅]에서 외국인투자 유치도 국가마케팅 차원에서 접근할 필요성이 있음을 지적했다. 피투자국 정부나 정부기관의 마케팅 노력 여하에 따라 외국투자기업 유치 성과가 달라질 수 있다는 것이다.

마케팅 개념에 입각한 외국인투자유치 모델은 최소한 네 단계, 즉 (1) 외국인 투자고객을 발굴하여 그들의 욕구와 필요 규명을 위한 시장조사 단계, (2) 입지 세일즈 측면에서 상품개발단계, (3) 홍보와 촉진을 통한 영업 단계, 그리고 (4) 외국인 투자고객 만족을 위한 애프터서비스 차원에서 사후관리단계의 과정을 포괄한다.

시장조사의 주 업무는 정보생성이다. 그러면 외국인투자 유치와 관련하여 어떠한 정보가 필요시 되나? 시장조사를 통해 획득해야 할 주요 정보는 투자고객에 대한 정보, 즉 **목표 고객과 고객요구사항에 대한 정보**일 것이다.

투자유치를 위한 잠재적 고객을 규명하는데 있어서 첫 번째 사안은 어떠한 업종에서 어떠한 기업을 유치할 것인가 하는 점이다. 이 과정에서 고려해야 할 점은 **지역의 입지조건과 잠재적 외국인 투자자와의 연계 가능성**이다. 투자고객이 규명되면 다음으로는 그 고객이 무엇을 요구하고 필요로 하는지를 파악하여 최대한 충족시켜주는 노력을 기울여야 할 것이다. 이를 위해서는 투자대상기업의 투자 동기와 요구조건에 대한 규명이 우선시 된다.

외국투자기업유치란 입지 마케팅이다. 즉 입지를 외국기업에게 세일즈하는 것이다. 상품으로서 입지경쟁력은 입지조건(하드웨어) 뿐만 아니라 제도 및 행정적 서비스(소프트웨어)에 의해서도 결정된다. 외국인투자가 입장에서는 투자조건을 구매하는 비용이 입지조건에 따른 생산비용 등과 같은 직접비용과 행정규제나 지연 등에 따른 간접비용으로 구분될 수 있을 것이다. 따라서 이러한 직·간접비용의 최소화가 이루어져야 외국인투자유치 경쟁력을 갖출 수 있는 것이다.

외국인투자 유치를 위한 홍보와 촉진활동은 별개 활동이 아니라 동시에 이루어진다고 볼 수 있다. 홍보가 잠재적 투자자와의 의사소통이라면 촉진이란 직접적 투자창출활동으로 볼 수 있다. 외국투자기업들은 피투자국 사정에 생소하기 때문에 투자유치국 정부의 자국에 대한 투자환경이나 행정적 서비스에 대한 적극적 홍보는 외국기업의 투자결정에 중요한 영향을 미칠 수 있으며, 특히 투자 전 현지국 정부의 외국투자유치 기관이나 담당관의 잠재적 투자자와의 개인적 접촉을 통한 촉진은 그 효과가 매우 크다. 따라서 홍보 및 촉진활동의 노력과 효과에 따라 실제보다 좋은 이미지를 구축한 국가나 지방자치단체가 있는가 하면 그렇지 못한 국가나 지방자치단체들도 있다.

마지막 단계로 **사후관리는 국내진출 외국투자기업과의 관계 관리**로 투자기업을 존속시키고 추가적 투자를 유발시키는 목적을 띤다. 외국기업들은 대체로 처음에는 적은 규모로 투자를 시행하고 현지에서의 사업 진척과 애로 정도에 따라 투자를 확대하거나 축소하고 또는 여의치 않으면 생산시설을 다른 국가로 이전시키기도 한다. 따라서 신규 외국기업의 유치도 중요하지만 기존 진출한 외국기업이 떠나지 않도록 그들이 느끼는 애로사항 개선에 관심을 가질 필요가 있다. 이러한 사후관리는 후광효과(halo effect), 즉 우리나라에 진출한 외국기업의 경영상의 애로사항을 보고 다른 외국기업들이 우리나라 진출 여부를 결정짓는 데에도 중요한 영향을 미친다.

외국인투자가 입지마케팅이라는 관점에서 중국은 한국에 비해 입지조건이 유리한 위치에 있다. 외국인직접투자 결정시 가장 중요시 고려하는 입지조건이 시장 규모와 생산비용인데, 이 두 가지 조건에서 중국은 한국에 비해 월등하다. 중국이 외국인투자유치 세계 제1위국으로 부상된 것도 이러한 유리

한 입지 조건에 기인한다. 따라서 우리나라 지방자치단체 차원에서는 외국투자기업을 한국으로 일단 유치하도록 해야 하는 것이 급선무인데 반해, 중국의 지방자치단체는 이미 중국으로 투자하기로 결정한 외국 기업을 대상으로 자기 지역으로 유치하는데 더 높은 관심을 보인다. 허난성이 북경, 상해, 광저우, 마카오 네 곳에 투자유치사무소를 두고 있는 것이 좋은 본보기다.

허난성을 비롯한 중국의 지방정부는 경제특구를 중심으로 외국인투자유치 촉진 전략을 활용하였으며, 어느 정도 성공을 거두었다고 판단된다. 중국이 워낙 인프라가 부족해 경제개발특구를 중심으로 선택과 집중 전략을 통해 외국기업을 유치하고 이를 바탕으로 경제발전을 도모한 것이다.

외국인투자유치와 관련하여 허난성을 비롯한 중국 지방정부의 또 하나의 특징은 외국인투자유치에 공헌한 민간인이나 공무원 당사자에 대해 과감한 인센티브를 제공하고 있다는 점이다. 허난성의 경우 외국인기업을 유치한 민간인에 대해서는 유치한 기업의 업종과 투자액에 따라 0.2~5%의 인센티브를 주며 공무원에 대하여는 0.1%의 인센티브를 주고 있다. 인센티브뿐만 아니라 유치 실적이 부서 평가나 승진과도 직결되기 때문에 행사 위주로 끝나는 것이 아니라 기업의 투자가 실제로 이뤄질 수 있도록 많은 노력을 쏟고 있다. 토지는 임대 제도가 원칙으로 초기 투자 부담이 훨씬 적은 이점을 갖고 있다. 특히 임대료 감면 혜택은 한국보다 많은 기업에 돌아가고 있다.

인적 구성으로 본 특징은 투자 유치에 적합한 공무원을 뽑아 오랫동안 같은 부서에서 근무하도록 한다는 것이다. 그로 인해 업무의 연속성을 지닐 수 있을 뿐만 아니라 노하우를 축적할 수 있다는 점이다. 중국뿐만 아니라 다른 선진국에서도 적어도 투자 유치에 대해서는 전문 인력을 고용하는 데 비해 한국의 지방자치단체에서는 그렇지 못한 형편이다.

허난성의 또 하나의 특징은 자기지역 입지조건을 반영해서 투자인센티브를 제공하고 있다는 점이다. 즉 허난성은 농업 비중이 높고 인프라가 부족한 만큼 이들 업종에 종사하는 기업에 대해서는 우대 조치를 해 주고 있다. 특히 기업별로 다양한 인센티브 제도를 마련해놓고 있다. 기업의 요구에 따라 유연하게 대처할 수 있는 능력을 갖추고 있다고 할 수 있다.

결론적으로 외국인투자유치와 관련하여 우리나라의 경상북도와 중국의 허

난성 모두 체계적이지는 않지만 어느 정도 마케팅 개념을 활용하고 있다고 판단된다. 외국인투자유치에 불리한 입지조건에 있는 우리나라 지방자치단체는 이를 극복하기 위해 향후 더 계획적인 마케팅 모델을 입안, 실천해나가는 것이 중요하다고 할 것이다.

외국인투자 유치 마케팅의 효과를 극대화시키기 위해서는 시장조사-상품개발-홍보 및 촉진-애프터서비스 활동에 걸쳐 중앙정부 차원에서의 외국인투자유치 전담기관(이를테면 'Invest Korea')과 각 지방자치단체의 외국인투자유치 전담부서와의 유기적인 협력 체계 구축이 요망된다. 유기적인 협력 체계는 오프라인과 온라인 측면에서 고려해 볼 수 있다.

우선 오프라인 측면에서 첫째, 'Invest Korea'는 각 지방담당관 제도를 신설하여 책임과 권한을 갖고 각 지방자치단체의 외국인투자 유치 지원을 도모하는 방안을 고려해 볼 수 있다. 둘째는 'Invest Korea' 내에 우리나라 각 지자체 외국인투자유치 사무소를 개소토록 하는 방안이다. 이는 중앙부서와 지자체간 의견교환 촉진과 정보접근 측면에서 중요하다. 내년 9월 완공예정인 Invest Korea Plaza에 내에 지방자치단체가 입주하도록 유도하고 있으나 좀 더 적극적인 방안이 요구된다.

한편, Invest Korea와 각 지방자치단체간 외국인투자유치와 관련된 모든 정보, 지식, 경험을 실시간으로 공유하기 위해서는 최근 활발히 도입되고 있는 온라인상에서의 지식관리시스템(knowledge management system) 구축이 시급히 요구된다.

목 차

I. 연구목적 및 배경	6
1.1. 연구목적	6
1.2. 연구의 의의	6
II. 지방자치단체의 외국인투자 유치 마케팅 연구모델	8
2.1. 시장조사단계	8
2.2. 상품개발단계	9
2.3. 홍보 및 촉진단계	10
2.4. 애프터서비스 관점에서의 사후관계관리.....	12
III. 경상북도 외국인투자 유치 사례연구	14
3.1. 경상북도의 외국인투자 유치 실적	15
3.2. 외국인투자 유치 마케팅	16
3.2.1. 시장조사	16
3.2.2. 상품개발	17
3.2.3. 홍보 및 촉진 활동.....	19
3.2.4. 사후관리	24
IV. 중국 허난성 외국인투자 유치 사례연구.....	24
4.1. 허난성 외국인투자 유치 실적	24
4.2. 외국인투자 유치 마케팅	25
4.2.1. 시장조사	25
4.2.2. 상품개발	26
4.2.3. 홍보 및 촉진 활동	29
4.2.4. 사후관리.....	34
V. 요약 및 결론	35
참고문헌	38

I. 연구목적 및 배경

1.1. 연구목적

지방자치단체 차원에서 외국인투자 유치의 목표는 단기적으로는 매년 일정규모 이상의 외국인투자 유치를 달성하여 장기적으로는 지역경제의 지속적인 성장을 도모하고자 하는데 있다. 이러한 장·단기적 목표를 달성하기 위해서는 제품 개념(product concept)에 의거한 유치 활동이 아니라 마케팅 개념(marketing concept)에 의거한 유치 활동이 펼쳐져야 할 것이다. 제품 개념이란 훌륭한 제품을 만들면 소비자가 구입할 것이라는 가정에 입각하는데 반해, 마케팅 개념이란 소비자의 욕구를 파악하여 소비자가 원하는 제품을 만들어야 소비자가 구입할 것이라는 가정에 입각한다. 즉, 제품 개념은 생산자 위주의 개념이고 마케팅 개념은 고객 위주의 개념이다. 외국인투자유치도 외국 투자자들에게 국가 입지를 세일즈하는 행위라 볼 때 외국인투자자들이 자국의 입지를 선택할 것이라는 비합리적 기대보다는 외국투자자들이 선호할 수 있는 투자 환경을 조성하고 적극적 홍보를 펼치는 마케팅 개념에 입각한 노력이 외국인투자유치에 더 효과적일 것이다.

본 연구의 주목적은 이러한 마케팅 개념에 입각한 외국인투자 유치 모델 개발과 실제 사례 연구를 통해 지방정부 차원에서 외국인투자 유치에 일조하고자 하는데 있다. 이를 위한 지방정부 외국인투자유치 사례 연구는 한국의 경상북도와 경상북도의 자매 자치단체인 중국의 허난성을 대상으로 한다.

1.2. 연구의 의의

(1) 배경 및 필요성

본 연구의 배경과 필요성을 요약하면 다음과 같다.

첫째, 외국인투자유치란 정부 입장에서는 외국투자가인 고객에게 국가 입지를 세일즈하는 것이고 지방정부 입장에서는 자기지역 입지를 세일즈하는 것이 된다. 즉 입지에 대한 마케팅인 것이다. 이러한 관점에서 코틀러(Kotler) 외(1997)는 그들의 공저 [국가마케팅]에 있어서 외국인투자 유치도 국가마케팅 차원에서 접근할 필요성이 있음을 지적했다. 즉, 피투자국 정부나 정부기관의 마케팅 노력 여하에 따라 외국투자기업 유치 성과가 달라질 수 있다는 것이다.

둘째, 외국인투자를 유치하기 위해 현재 각국 간 치열한 경쟁을 벌이고 있다. 이는 자기 지역 내로 이동 가능한 생산 요소(자본, 기술 등)를 유치시켜 지역 발전과 복리 증진 도모하기 위한 입지경쟁(location competition)을 의미한다. 특히 1997년

금융대란을 맞이하여 아시아국들이 외국자본 유치에 매우 열심이다. 따라서 지방자치단체 차원에서 외국자본 유치 경쟁에 있어 우위를 점하기 위해서는 고객만족이라는 마케팅 개념에 입각해 투자유치정책이 입안되고 실행될 필요가 있다.

셋째, 외국인 직접투자가 국가 및 지역 경제에 중요한 공헌(고용창출, 자금유입, 기술이전, 생산 및 수출증대, 경쟁촉진, 산업구조조정 등)을 하기 때문에 지속적인 경제 발전을 위해서는 외국투자기업 유치를 성공적으로 수행할 필요가 있다. 예를 들어, 영국의 경우 현재 외국기업들이 영국 총고용인구의 20%와 총수출의 40% 정도를 차지하고 있는 실정이다. 우리나라 지방자치단체들도 성공적인 외국인투자 유치 모델이 절실한 형편이다.

넷째, 외국기업들은 대체로 처음에는 적은 규모로 투자를 시행하고 현지에서의 사업 진척과 애로 정도에 따라 투자를 확대하거나 축소하고 또는 여의치 않으면 생산시설을 다른 국가로 이전시키기도 한다. 이는 신규 외국기업의 유치도 중요하지만 기존 진출한 외국기업이 떠나지 않도록 그들이 느끼는 애로사항 개선에 관심을 가질 필요가 있음을 시사한다. 이러한 사후관리는 후광효과(halo effect), 즉 우리나라에 진출한 외국기업의 경영상의 애로사항을 보고 다른 외국기업들이 우리나라 진출 여부를 결정짓는 데에도 중요한 영향을 미친다. 따라서 마케팅 개념의 애프터서비스 차원에서 투자 후 관계 관리도 매우 중요하다.

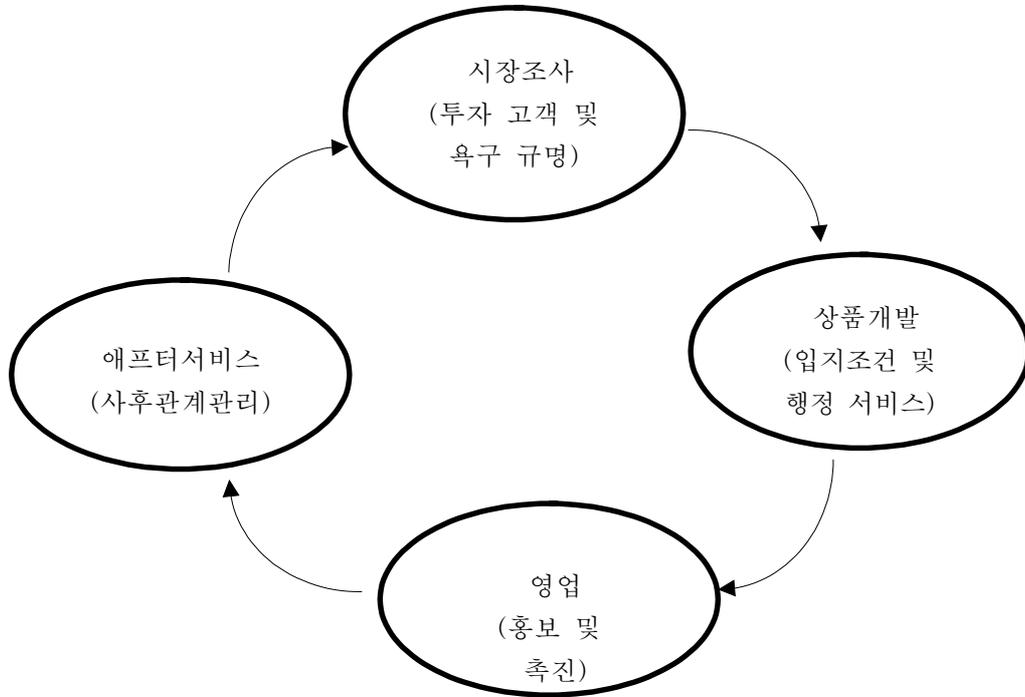
다섯째, 외투기업유치 정책은 중앙정부와 지방정부 주도로 이루어지는 경우가 보통인데, 효과성을 높이기 위해서는 기업의 마케팅 마인드와 기법을 적극 도입할 필요가 있다.

(2) 시의성

IMF 외환위기 이후 우리나라는 국가 차원에서 적극적인 외국인투자유치를 통해 위기 극복의 한 방편으로 삼아 어느 정도 효과를 거두었다. 동시에 지방자치제가 케도에 오름에 따라 각 지방자치단체들은 자기 지역의 경제 성장을 도모하기 위해 외국기업 유치에 발 벗고 나서고 있는 현 시점에서 외국인투자유치를 위한 마케팅 모델 개발과 사례연구는 매우 시의 적절하다고 볼 수 있다. 본 연구 결과는 지방자치단체들에게 성공적인 외국인투자유치를 위한 일련의 시사점을 제공할 수 있을 것이다.

II. 지방자치단체의 외국인투자 유치 마케팅 연구모델

<도 1> 외국인투자 유치 마케팅 모델



마케팅 개념에 입각한 외국인투자유치 모델은 <도 1>에서 보듯이 최소한 네 단계, 즉 (1) 외국인 투자고객을 발굴하여 그들의 욕구와 필요 규명을 위한 시장조사 단계, (2) 입지 세일즈 측면에서 상품개발단계, (3) 홍보와 촉진을 통한 영업단계, 그리고 (4) 외국인 투자고객 만족을 위한 애프터서비스 차원에서 사후관리단계의 과정을 포괄한다. 그 주요 내용을 요약하면 다음과 같다.

2.1. 시장조사단계

시장조사의 주 업무는 정보생성이다. 그러면 외국인투자 유치와 관련하여 어떠한 정보가 필요시 되나? 시장조사를 통해 획득해야 할 주요 정보는 투자고객에 대한 정보, 즉 목표 고객과 고객요구사항에 대한 정보일 것이다.

투자유치를 위한 잠재적 고객을 규명하는데 있어서 첫 번째 사안은 어떠한 업종에서 어떠한 기업을 유치할 것인가 하는 점이다. 이 과정에서 고려해야 할 점은 지역의 입지조건과 잠재적 외국인 투자가와의 연계 가능성이다. 예를 들어, 북아일랜드 지역의 경제 활성화와 고용확대를 위해 외국인투자 유치를 전담하는 경제개발부(Department of Economic Development) 산하 기구인 북아일랜드 산업개발청(IDB)

은 주요 유치대상국으로 미국, 영국, 아시아, 태평양, 유럽 등을, 그리고 주요 투자 유치업종으로는 정보서비스, 전자, 자동차부품, 네트워크서비스 등을 선정한 사례를 들 수 있다.

투자고객이 규명되면 다음으로는 그 고객이 무엇을 요구하고 필요로 하는 지를 파악하여 최대한 충족시켜주는 노력을 기울여야 할 것이다. 이를 위해서는 투자대상기업의 투자 동기와 요구조건에 대한 규명이 우선시 된다. 한편, 투자동기에 따라 기대조건이 상이할 수 있음을 인지해야 한다. 이를테면 수입대체 목적의 현지시장지향형투자는 지역의 시장조건(시장잠재력, 타기업 시장진입 규제 등)을 중요시하며, 생산비용이나 인센티브 조건에 대해서는 비교적 무관심하다. 반면, 생산효율성 추구형 또는 글로벌 통합형 투자는 투자결정에 있어서 생산비용이나 인센티브(조세 감면, 관세환급 등) 조건을 중요시하며 지역별 비교분석에 높은 관심을 기울이는 경향을 띤다.

2.2. 상품개발단계(입지조건과 제도 및 행정적 서비스)

외국투자기업유치란 입지 마케팅이다. 즉 입지를 외국기업에게 세일즈하는 것이다. 상품으로서 입지경쟁력은 입지조건(하드웨어) 뿐만 아니라 제도 및 행정적 서비스(소프트웨어)에 의해서도 결정된다. 외국인투자가 입장에서는 투자조건을 구매하는 비용이 입지조건에 따른 생산비용 등과 같은 직접비용과 행정규제나 지연 등에 따른 간접비용으로 구분될 수 있을 것이다. 따라서 이러한 직·간접비용의 최소화 이루어져야 외국인투자유치 경쟁력을 갖출 수 있는 것이다.

(1) 투자환경 분석

전반적으로 우리나라의 입지조건에 따른 외국인투자환경의 약점과 강점을 요약하면, 약점으로는 규제위주의 정책과 투명성 미흡, 노동, 자본, 부동산 등 생산요소의 경직성, 경제전반의 고비용 구조, 금융산업 등 지원서비스업 미발달, 노동법의 유연성 부족, 외국인에 대한 배타적 국민정서 등을 들 수 있고, 반면 강점으로는 임금이 일본보다 낮고 기술과 생산성이 동남아국가나 중국보다 높은 점, 최대 잠재시장인 중국에 인접해 있다는 점, 부품 제공국인 일본에 인접해 있다는 점, 양질의 노동인력이 풍부하다는 점 등을 들 수 있다.

[한국갤럽]이 2004년 12월에 주한 외국인기업인 223명을 대상으로 설문조사한 '2004년외국인투자기업 경영/생활환경 애로조사 보고서' 결과를 보면, 노무, 금융, 세무, 입지선정 및 공장설립, 물류, R&D 등의 경영 환경에 대해 만족한다는 대답이 17%인데 반해, 불만족한다는 대답이 36%로 더 높게 나타났다. 그 중 불만족율은 노무환경 52%, 세무환경 35%, 물류환경 33%의 순으로 높게 나왔다. 이러한 결과는

우리나라의 입지경쟁력이 하드웨어보다는 제도나 행정 규제와 같은 소프트웨어에 더 큰 타격을 입고 있음을 시사하는 것이다. 물론 이러한 투자환경조건이 각 지방자치단체별로 상이할 것이다.

(2) 소프트웨어 상품으로서의 행정적 서비스

하드웨어적 입지조건인 경쟁력을 단기간 내에 높이기 어렵다고 볼 때 효과적인 투자 제도와 행정적 서비스 체제를 갖추는 것이 급선무라 할 수 있다. 사실 입지조건은 상품 매력도를 높이는데 있어서 통제하기 어려운 요인이지만 제도나 행정적 서비스는 노력 여하에 따라 얼마든지 단기간 내에 효과를 볼 수 있다.

소프트웨어 상품으로서 행정적 서비스의 경쟁력을 제고시키기 위해서는 외국인투자지원 기관을 설치하여 운영하는 것이 효과적이다. 외국인 투자 결정 과정에 있어서 투자지원기관의 서비스 효과는 첫째, 투자 결정 과정에서 대두되는 불확실성 해소시켜 주고, 둘째, 현지 접근을 용이하게 해주고, 셋째, 프로젝트의 착수와 사후 조치를 촉진시켜 준다. 지방자치단체 차원에서는 이러한 행정적 서비스에 강점을 갖도록 최선의 노력을 기울여야 할 것이다.

(3) 외국인투자전용지역 개발

주어진 제품을 그냥 팔려고 하기 보다는 고객 요구에 맞추어 상품을 개발한다는 마케팅 개념 관점에서 외국인투자전용지역의 개발은 그 당위성이 매우 높다. 지방자치단체 차원에서 수용자 중심의 입지개발 정책으로, 특정지역을 외국인투자 자유지역으로 지정하여 관련 규제의 극소화, 행정서비스 질의 제고, 사회간접자본시설의 확충, 기업 활동에 대한 종합적인 지원 등을 통해 매력 있는 입지조건을 조성할 수 있다.

2.3. 홍보 및 촉진단계

외국인투자 유치에 위한 홍보와 촉진활동은 별개 활동이 아니라 동시에 이루어진다고 볼 수 있다. 홍보가 잠재적 투자자와의 의사소통이라면 촉진이란 직접적 투자창출활동으로 볼 수 있다. 코틀러(Kotler)는 그의 저서 [국가마케팅(1977)]에서 외국인투자 유치에서 촉진의 세 가지 역할로 첫째, 투자유망지역으로서의 국가 이미지 제고, 둘째, 특정 투자 유치를 위한 영업 활동, 셋째, 유망 투자자를 위한 카운슬링 등 서비스 제공을 들고 있다. 외국투자기업들은 피투자국 사정에 생소하기 때문에 투자유치국 정부의 자국에 대한 투자환경이나 행정적 서비스에 대한 적극적 홍보는 외국기업의 투자결정에 중요한 영향을 미칠 수 있으며, 특히 투자 전 현지국

정부의 외국투자유치 기관이나 담당관의 잠재적 투자가와의 개인적 접촉을 통한 촉진은 그 효과가 매우 크다. 따라서 홍보 및 촉진활동의 노력과 효과에 따라 실제보다 좋은 이미지를 구축한 국가나 지방자치단체가 있는가 하면 그렇지 못한 국가나 지방자치단체들도 있다.

(1) 홍보 및 촉진 수단

외국인투자유치를 위한 홍보와 촉진활동은 물론 동시에 이루어진다고 볼 수 있으나, 내용상 홍보에 더 가까운 활동이 있는가 하면 촉진에 더 가까운 활동이 있다.

가장 기본적인 홍보 수단으로는 자기 지역의 투자환경, 인센티브제도, 합작파트너 정보 등을 설명하는 외국인투자 가이드 발간을 통하여 세계적인 외국기업이나 투자컨설팅회사, 각국의 상공회의소 등 국내외 주요 투자가 및 투자기관들에게 정기적인 투자정보를 제공하는 것을 들 수 있다.

지방자치단체 차원에서 좀 더 적극적인 촉진수단으로 해외투자유치사절단 파견을 들 수 있다. 지역별, 업종별 전문가로 구성된 소규모 태스크포스(Task Force)팀을 파견해 실질적이고 구체적인 투자 상담을 추진할 수 있다. 지방자치단체가 직접 해외시장에 뛰어 들어 투자설명회(투자 상품, 환경, 지원내역 등), 직접 상담, 투자의향서나 합의각서 교환을 통한 외국인투자를 유치하는 '로드쇼'를 펼치는 경우가 좋은 본보기다.

또한 투자유망 대상국에 해외투자사무소를 개설하여 투자자와 직접 접촉을 통한 촉진 활동을 펼칠 수 있다. 대표적인 예로 영국 투자유치기관들이 해외공관을 적극 활용하고 있는 것을 들 수 있는데, 주요국의 해외공관에 대영투자유치국(IBB) 상무관이 상주하면서 투자 유망 기업을 일일이 방문해 홍보 및 촉진활동을 벌이고 있다. 이를테면 우리나라에만도 WDA, NDC, LIS, IDB 등 11개 지방 투자유치기관들이 서울 사무소를 가지고 활동하고 있으며 중앙정부 기관인 IBB도 대사관에 5명의 직원을 파견해놓고 있어 우리나라에서만 30여명이 영국으로의 투자유치를 위해 전업으로 뛰고 있다.

(2) 홍보 및 촉진전략

홍보 및 촉진은 크게 두 가지 전략방안, 즉 (1) Pull 전략과 (2) Push 전략에 의거해 수행될 수 있다. Pull 전략이란 유치 프로그램 등의 일반적인 홍보를 통해 외국 투자대상기업들의 관심을 끄는 방법으로서 당장은 가시적인 성과를 거둘 수는 어렵지만 일단 잠재적 투자자에게 긍정적인 이미지를 심어주는 효과가 있다. 한편 Push 전략이란 타깃 유치대상기업을 규명하여 직접 접촉을 갖는 방안으로서 특히 기업의 투자 결정권자를 파악하여 접촉을 갖는 것이 중요하다. 실례로 1970년대 초

반에 말레이시아 산업개발청(Industry Development Authority)은 유망 투자유치대상국, 특히 미국의 전자산업분야에 타깃을 맞추어 반도체 산업 분야에서 급성장을 보이는 기업들을 규명하여 회사 간부와와의 면담 시도 및 설득을 통해 성공적으로 외국기업(예를 들어, National Semiconductor)을 유치할 수 있었는데 이 결과 1987년에 말레이시아는 반도체 세계 최대 수출국 및 세 번째 생산국으로 부상된 바 있다.

어떠한 전략방안을 택하든 홍보촉진활동은 다양성, 적극성, 지속성을 띠어야 한다. 즉, 매체의 다양화를 통한 홍보 및 촉진효과의 제고, 적극적인 홍보 및 촉진활동의 전개, 그리고 지속적이고 일관성 있는 홍보 및 촉진활동이 중요한 것이다.

(3) 촉진수단으로서의 인센티브

인센티브는 외국투자기업의 투자비용을 절감시켜 투자를 촉진시키는 효과가 있다. 외국인투자에 대한 인센티브 유형은 크게 (1) 세금관련 인센티브(세금감면, 이중과세 공제 등) (2) 금융관련 인센티브 (보조금, 장기저리융자 등) (3) 시장편의관련 인센티브(시장보호, 수입권 등) 등 세 범주로 구분할 수 있다.

인센티브 정책으로는 모든 외국투자에 대해 동일한 인센티브를 제공하는 일괄(uniform) 정책과 개별 투자에 따라 상이한 인센티브 제공하는 선별적(discriminating) 정책을 들 수 있는데, 일괄 정책에 비해 선별적 정책이 일정규모의 외국인투자를 유치하는데 있어 낭비적 요인을 제거할 수 있어 더 비용 효과적이며, 성과요구(performance requirement) 부담에 비례한 보상 제공이 가능하며, 또한 개별투자에 따라 협상력 발휘할 수 있어 경쟁국과의 투자유치 경쟁에 있어서 더 높은 유연성을 견지할 수 있다.

2.4. 애프터서비스 관점에서의 사후관계관리

사후관리는 국내진출 외국투자기업과의 관계 관리로 투자기업을 존속시키고 추가적 투자를 유발시키는 목적을 띤다. 외국기업들은 대체로 처음에는 적은 규모로 투자를 시행하고 현지에서의 사업 진척과 애로 정도에 따라 투자를 확대하거나 축소하고 또는 여의치 않으면 생산시설을 다른 국가로 이전시키기도 한다. 따라서 신규 외국기업의 유치도 중요하지만 기존 진출한 외국기업이 떠나지 않도록 그들이 느끼는 애로사항 개선에 관심을 가질 필요가 있다. 이러한 사후관리는 후광효과(halo effect), 즉 우리나라에 진출한 외국기업의 경영상의 애로사항을 보고 다른 외국기업들이 우리나라 진출 여부를 결정짓는 데에도 중요한 영향을 미친다. <표 2-1>에서 보듯이 기존투자기업의 추가투자 비중이 신규투자 비중과 그리 큰 차이가 없으므로 기존투자자의 만족도를 높여줄 수 있는 사후관리의 역할은 매우 중요하다

할 것이다.

<표 2-1> 신규 및 추가 외국인직접투자 비중

(신고기준, 단위 : 백만불, %)

연도	신규		증액		장기차관		전체
	금액	비중	금액	비중	금액	비중	금액
1998	4,134	46.7	3,635	41.1	1,083	12.2	8,853
1999	8,553	55.0	6,351	40.9	637	4.1	15,542
2000	5,452	35.8	9,419	61.9	346	2.3	15,217
2001	6,346	56.2	4,329	38.3	616	5.5	11,292
2002	5,688	62.5	3,219	35.4	196	2.2	9,101
2003	2,456	38.0	3,933	60.8	80	1.2	6,468
2004	6,210	48.6	5,529	43.3	1,031	8.1	12,770

자료: 산업자원부, 외국인투자동향, 2005.1

(1) 옴부즈만제도 시행

우리나라의 경우 1999년 대한무역투자진흥공사에서 외국기업의 애로요인을 해결해 주기 위한 전문기구로 옴부즈만 사무소를 개소하여 경영상의 애로요인 뿐만 아니라 주택, 자녀교육, 의료보험 등 일상생활의 문제도 해결해 주고 있다. 옴부즈만 사무소는 세무, 금융, 법률, 건축, 노무, 통관, 등 각 분야별 30여명의 전문 홈닥터로 구성되어 지역별, 언어별로 팀을 이뤄 우선 중점관리 대상으로 선정된 6백개 외국기업에 대해 1 대 1 서비스 제공하고 있다. 지방자치단체별로 이러한 옴부즈만 제도를 운영할 필요가 있다.

(2) 외국투자기업의 사기 진작 프로그램

외국투자기업의 사기 진작 프로그램도 투자 기업과의 관계 관리 측면에서 그 효과가 크다 할 것이다. 예를 들어, 대한무역투자진흥공사와 한국경제신문이 주관하고 산업자원부가 후원하여 분기마다 4-5개 분야별로 우수 외국투자기업, 단체 또는 개인에게 수상하고 있는 것도 외국투자기업의 사기 진작책으로 볼 수 있다. 이러한 사기진작 프로그램 또한 지방자치단체별로 운영 시행 가능할 것이다.

(3) 여타 사후서비스 프로그램

여타 사후서비스 활동으로 부품 공급, 수출 시장 개척, 품질 관리 등과 관련 지원 시스템 마련을 들 수 있다. 예를 들어, 영국의 경우 외국기업유치가 확정되면 각 지역개발청을 중심으로 부품업체들을 모아 부품공급조합(Supply Association)을 구성해 준다. 자기 지역 내에서 해결되지 않으면 다른 지역이나 다른 나라에서까지

부품업체를 알선해준다. 특히 웨일즈의 경우 '소스 웨일즈(Source Wales)'라는 이름으로 지역 내 3천여 제조업체들에 대한 데이터베이스를 갖춰놓고 적시에 필요한 외국 기업과 관계를 맺어주고 있다. 부품조달망을 확보하게 되면 현지 환경에 생소한 외국기업들은 물류비용과 금융비용을 크게 줄일 수 있게 된다.

북아일랜드 산업개발청(IDB)의 경우 투자 후 서비스책으로 기존투자업체의 수출 시장개척 지원을 위해 해외에서 개최되는 전시회, 박람회 참가 지원 또는 해외시장에서 북아일랜드 상품전시회를 개최하는 무역지원 프로그램(Trade Mission Program), 미국 등 특정시장을 효과적으로 공략하기 위해 전략적 시장진출보고서 제공과 수출시 중점을 두어야 하는 부분 등에 대해 자문을 하는 무역자문 프로그램(Trade Advisor Program, 그리고 영국표준인 BS 5750 품질보증 획득과 총품질관리 지도를 담당하는 품질관리지도 프로그램(Advisory Service to Industry Scheme) 등을 운영하고 있다. 지방자치단체별로 이러한 사후서비스 프로그램을 마련 운영해 나갈 필요가 있다.

(4) 이행 의무 사항 관리 및 감독

외국 기업들이 유리한 투자 조건을 받아내기 위해 현지국 정부에 고용, 수출, 현지산 부품조달, 기술 이전 등과 관련 여러 가지 의무사항을 약속할 것이나, 투자 후에는 의무 사항 실행에 있어 소극적인 태도를 보일 수 있으므로 이에 대한 사후 관리 및 감독도 요구된다.

III. 경상북도 외국인투자 유치 사례연구

본장에서는 앞의 외국인투자유치 마케팅 모델을 경상북도의 사례에 적용해보기로 하겠다. 본 사례 연구를 통해 지방자치단체의 투자 유치 실태와 앞으로의 과제를 알아보기로 하겠다.

우리나라의 적극적인 외국인 투자 유치는 1997년의 외환 위기를 극복하기 위한 수단으로서 적극적으로 추진됐다. 외국인 자본이 절실한 상황에서 1998년 9월 외국인투자촉진법을 공포하여 외국인투자자에 대한 조세감면, 국유재산 무상임대 등 각종 지원 근거를 마련했고 외국인토지취득과 적대적 M&A를 전면 허용하였다. 이때부터 대한무역투자진흥공사(KOTRA) 내에 외국인투자지원센터(KISC)가 설치되었으며 지방자치체별로 투자 유치 조직이 생겨났다. 이후 외국인투자유치 조직과 제도가 보완을 거듭하며 현재까지 내려오고 있다.

경상북도 투자유치 조직은 경제통상과 내에 네 명의 인원으로 시작했다. 이 때는 투자유치의 기반을 마련하는 단계라고 할 수 있었다. 외국인기업전용단지 조성, 투자유치설명회 개최, 외국인투자유치 조례 제정, 민간 기업 합작 지원 등의 활동을 펼쳤으나 인원 부족 등으로 본격적인 유치 활동이라는 측면에서는 한계가 있었다.

이후 경상북도가 '경제도정'을 본격화하면서 2003년 삼성전자에서 투자유치단장을 영입하였고 국내투자유치팀을 신설했다. 2004년에는 투자유치과로 조직을 분리했으며 2005년에는 투자관리팀을 신설해 현재 14명으로 구성된 투자 유치과에 이르렀다.

조직의 확대와 더불어 투자유치 업무가 새로이 확대됐으며 목표도 바뀌었다. 초기에는 외환 위기 탈출이 주요 목표였다면 도내 주요 산업을 중심으로 하는 산업 고도화와 균형 발전으로 목표가 수정됐다고 할 수 있다.

3.1. 경상북도의 외국인투자 유치 실적

이와 같은 투자유치 노력에 힘입어 경상북도의 투자유치액은 2004년 기준으로 194개사 51억달러를 기록하고 있다. 이는 산업자원부가 1962년부터 2004년간 외국인투자신고액을 기준으로 자체 집계한 실적이다¹⁾. 산업자원부의 지방자치단체별 투자유치 누계액을 기준으로 보면 2003년까지 우리나라의 외국인투자유치액은 911억 달러에 달한다. 이 가운데 서울을 포함한 수도권이 전체의 절반을 차지해 외국인투자의 수도권 집중 현상을 나타내고 있다. 경상북도의 외국인투자유치액은 51억달러(전체의 5.6%)로 경상북도가 한국 GDP에서 차지하는 경제력(6.6%)보다 낮은 수준이다.²⁾

<표 3-1> 1962~2003년간 지방자치단체별 외국인투자누계 (신고기준, 건, 백만불)

지방자치단체	서울	경기	제주	경북	미정 및 기타	총계
건수	13,159	3,616	102	565	8,797	26,239
금액	30,522	13,752	5,737	5,079	36,027	91,117
순위/점유율	1/33.5	2/15.1	3/6.3	4/5.6	-	-

경상북도 내 외국인투자는 1999년 필립스와 LG간 LCD 부문 합작에 따른 영향으로 26억달러로 최고점을 찍은 후 점차 줄어드는 경향을 보였다. 그러나 2004년에는 도레이와 아사히글라스 두 곳을 외국인투자지역으로 지정하는 등의 성과를 보이며 외국인투자가 활성화될 조짐을 보이고 있다.

경상북도의 외국인 투자는 산업과 지역별 편중 현상을 보이고 있다. 외국인투자의 92%가 제조업이라는 수치에서 볼 수 있듯이 제조업 비중이 절대적이라는 특징을 보이고 있다. 그중에서도 구미를 중심으로 하는 전기전자 산업이 23억달러로 제조

1) 산업자원부와 지방자치단체가 발표하는 통계 수치간에는 신고 후 투자 가능성이 없는 업체의 포함 여부, 영업소가 여러 지역에 걸쳐있는 기업의 지역 분류, 시간 오차, 외국인의 주식양도 및 말소의 포함 여부, 실제 투자지역과 신고지역간 상이함 등의 이유로 차이가 난다. 또한, 대부분의 기업이 서울에서 투자 신고를 하기 때문에 지방의 외자 유치액과는 차이를 보이고 있다.

2) 한국은행 보도자료, 'GRDP로 본 지역경제의 현황 및 주요 특징', 2004. 12

업의 절반을 차지하고 있다. 반면 서비스업은 4억달러로 전체의 8%밖에 차지하지 못하고 있으며 그나마도 경주 주위의 숙박업이 대부분이다. 지역별로 보면 구미가 34억7천만달러로 전체 유치액의 절반을 훨씬 웃돌고 있다. 이처럼 외국인기업이 특정 지역과 산업에 몰리는 원인은 대규모 산업단지가 조성돼 있는데다 기업간 협력이 용이하기 때문인 것으로 풀이된다. 국가별로 살펴보면 유럽 32억달러, 북미 8억9천만달러, 일본 8억5천만달러로 이들 세 지역이 전체 투자의 92%를 차지한다.

<표 3-2> 연도별 외자유치 실적

(단위:천불, KORTA신고기준)

연도	업체수	건수	금 액	투자유형			주요기업
				신규	증자	차관	
'90	8	8	40,058	8			한국오웬스코닝
'91	3	3	1,576	3			디앤에프전자
'92	3	3	963	3			교창실업
'93	3	3	31,263	3			자원메디칼
'94	4	4	20,148	4			유니참
'95	6	6	117,675	6			에어리퀴드코리아
'96	8	8	80,273	8			광진상공
'97	10	10	411,996	10			신라도시가스
'98	7	7	34,910	7			보인메디카
'99	30	38	2,596,822	15	20	3	LG필립스LCD
2000	22	35	804,528	10	24	1	알칸대한
2001	24	25	419,937	16	8	1	LG필립스디스플레이
2002	20	24	46,905	16	8		범우화학, 한일
2003	18	23	43,293	12	11		한옥테크노글라스, 필맥스
2004	20	25	356,758	13	11	1	도레이새한, 아사히글라스

3.2. 외국인투자 유치 마케팅

3.2.1. 시장조사

경상북도는 교수, 기업인, 투자관계자 등으로 구성된 투자유치협의회와 '외국인기업 CEO 초청 간담회' 등을 통해 기존 투자 기업의 애로사항과 개선점을 청취하고 있다. 기존 투자 기업을 직접 방문해 현장의 소리를 청취하고 있기도 하다. 또한 대구경북연구원을 통해 경북 투자 유치 발전 방안에 대한 연구 용역 보고서를 제공받고 있다. 이밖에도 인베스트코리아, 주한외국인상공회의소, 외국인기업협회 등과 같은 유관 기업에서 기업의 애로점을 담은 연구보고서가 작성되고 있다. 이와 같은 점들을 고려해 정책을 수립하고 외국인기업을 유치하는 자료로 활용하고 있다. 그

러나 지방자치단체의 정책은 중앙정부가 정한 범위 내에서 이뤄지고 있기 때문에 지방간 큰 차이점을 발견하기는 힘들다.

한편, 2005년 경상북도의 투자유치 타깃을 살펴보면, 아래 그림에서 보듯이 전기·전자, 자동차 부품, 바이오 등 지역 내 산업 클러스터 육성 정책과 연계해 선정된 타깃 기업을 유치하는 것에 초점을 맞추고 있다. 이들 기업을 유치해 산업 고도화와 지역경제 활성화를 추진한다는 것이다.

3.2.2. 상품 개발

(1) 경상북도의 입지조건

지방자치단체로서 상품 개발이란 기업이 경상북도 지역을 투자하고 싶은 곳으로 조성하거나 투자하기 쉬운 환경을 만드는 것을 뜻한다. 기업이 투자를 결정하기 전에 고려하는 결정 요인³⁾은 복수 응답을 했을 때 시장성장잠재력(61%), 높은 시장 수요(45%), 인근 시장 진출 교두보(12%), 산업인프라(9%), 기술인력 확보(8%), 생산 효율성(6%), 기술제휴 및 R&D 환경(5%), 외국인투자유치 인센티브(4%), 부품조달의 용이성(3%), 기타(6%)의 순으로 나타났다. 그 가운데 지방자치단체가 단기적으로 조절할 수 있는 수단으로는 인센티브 정도밖에 없으나 그나마도 큰 효과를 보기 어렵다는 점을 알 수 있다. 따라서 기업을 유치하기 위해서는 장기적으로 전략 산업을 중심으로 산업 클러스터화를 이루는 것이 장기적으로 중요하다. 그런 점에서 현재의 전략 산업 육성 정책은 적절한 방안이라고 할 수 있다.

경상북도는 산업 구조 고도화를 꾀하기 위해 신성장 동력 산업을 집중적으로 육성할 계획이다. 경상북도 권역을 구미-칠곡-경산을 잇는 첨단 IT 서남부권, 포항을 중심으로 하는 NT 동해연안권, 상주-안동-영주-울진을 잇는 BT 북부권으로 나누고 이들 지역을 장기 경제 발전의 주축으로 삼을 계획이다. 이를 위해 2007년까지 구미디지털전자정보기술단지과 울진해양생명환경산업지원센터를 건립하고, 2008년까지 안동에 경북바이오산업단지를, 2009년까지 포항 나노기술집적센터를 연달아 세울 계획이다 (경북 산업발전 전략도 참조).

현재 경상북도는 기업이 입주를 선호하는 지역에는 '단지형 외국인투자지역'과 국민임대단지를 확대·조성해 산업 클러스터화를 돕고, 입주를 꺼리는 낙후 지역을 중심으로 지정된 '유치촉진지구'에는 파격적인 인센티브를 주어 기업의 입주를 돕는다는 방침을 세워놓고 있다.

3) 한국갤럽, '2004년 외국인투자기업 경영/생활환경 애로조사 보고서' 2004, p 81

같은 사업을 수행하는 것을 말한다. 앞으로 주5일제가 본격 시행되면 관광 프로젝트의 상품화 사업이 더욱 활발해질 것이다. 그러나 아직까지는 비교적 먼 수도권과의 거리, 외국인 투자가의 위험 기피 성향 등으로 관광업에 대한 투자 유치가 활발히 추진되고 있지 않은 편이다.

SOC 사업은 외국인 기업이 비교적 관심을 많이 보이고 있는 분야다. 국가가 추진하는 SOC 사업에 투자할 경우 실패하더라도 목표 수익률의 90%까지 국가가 보조해주기 때문에 투자 위험이 작기 때문이다. SOC 사업은 특성상 대도시를 중심으로 사업이 이뤄지고 있어 경북 내 SOC 프로젝트는 많지 않은 편이나 최근 수력, 태양열 등의 에너지와 환경 사업을 중심으로 외국인 기업이 관심을 보이고 있다. 그러나 자연 조건, 군사보호시설, 민원 등으로 사업이 지연되거나 조사 단계에 머물러 있기도 하다. KM그린의 폐기물처리사업, 포항 구만리 풍력 발전소 등이 그러한 예이다.

(2) 무형상품으로서 행정적 서비스

행정적 서비스 또한 무형상품으로서 외국인투자 유치에 중요한 역할을 한다. 경상북도의 행정서비스를 설명하면 다음과 같다. 기업이 투자를 하겠다는 의사를 통보해오면 투자유치과에서는 기업을 방문해 부지 문제, 인센티브 부여, 투자액 및 일정 조정 등에 대해 상담을 벌인다.

아사히글라스를 예로 들면, 2003년 3월 아사히글라스가 투자할 계획을 갖고 있다는 정보 입수한 후 구미시, KOTRA 등과 연계해 다각적인 접촉을 시도했다. 2003년 11월 아사히글라스 실무관계자가 경북 지역을 방문하자 구미국가4단지 내의 외국인기업전용단지 및 기타 투자 가능한 부지를 안내하였으며 동시에 경상북도의 인센티브 및 행정지원 내용을 담은 투자제안서를 발송하였다. 이후에도 여러 차례 실무진이 방문하여 부지 무상 제공 면적, 부지 위치, 외국인투자지역 지정 가능 여부 등을 협의하였다. 특히 아사히글라스는 원하는 시점(공장 준공시점)까지 부지 평탄작업이 가능한 지, 그 경비를 한국이 부담해 줄 수 있는지, 공장 건설 전에 예정 부지 내 있는 전력 송신탑을 이전해 줄 수 있는 지에 대해 물었다. 이에 관해 경상북도는 산업자원부, 구미시, 한국산업단지공단, 인베스트코리아, 수자원공사, 전력공사, 가스공사 등 모든 유관기관과 대책 회의를 갖고 문제를 해결하기 위해 적극적으로 대처하였다. 여러 차례의 대책 회의를 거친 후 2004년 6월 경상북도는 이희범 산자부장관, 이의근 경상북도지사, 김관용 구미시장 등의 기관장과 실무단이 아사히글라스 본사를 방문해 투자양해각서(MOU)를 체결했다. 그 후 순조롭게 일이 진행돼 같은 해 7월 아사히글라스는 외국인전용단지 입주 계약을 맺었으며 8월에는 공장 기공식을 가졌다. 12월 외국인투자지역으로 지정받은 아사히글라스는 2005년 7월 공장을 완공할 예정이다.

(3) 외국인투자지역 개발

외국인투자를 유치할 위한 입지 개발 정책으로 단지형 외국인투자지역이 대표적이다. 고도기술수반사업을 영위하는 외국인업체에 우선 입주 자격이 부여되는데, 입주 기업은 연간 평당 3600원의 임대료를 내고 입주할 수 있다. 특히 고도기술수반사업을 영위하며 100만불 이상 투자 기업에는 임대료가 면제되고 500만불 이상만 투자해도 임대료의 75%를 감면 받을 수 있다. 현재로는 구미에 17만평이 조성돼 있는데 입주가 거의 완료돼 포항, 경주 등 타지역으로 단지를 확대할 계획을 갖고 있다. 이밖에 도의 전략산업, 고도기술수반 사업 등은 국내 기업 지원 조례에 따라 분양가 차액 보조, 임대료 감면 등의 혜택을 받을 수 있다.

3.2.3. 홍보 및 촉진 활동

(1) 촉진 및 홍보

경상북도의 마케팅 활동은 크게 인베스트코리아, 주한 외국인기업 단체 등의 외부 기관을 활용하는 방법과 내부의 독자적인 마케팅 활동으로 나눌 수 있다.

2003년 투자유치단이 만들어지기 전까지 경상북도의 외국인투자기업 발굴은 주로 국내 주재 해외기업을 대상으로 하는 투자유치 설명회와 인베스트코리아(당시 KISC)가 주관하는 시도합동해외투자유치 설명회 중심으로 이뤄졌다. 자체적인 마케팅 활동으로는 이미 투자한 기업과 컨설팅사를 대상으로 국내 투자유치 설명회가 주를 이뤘는데 대규모 설명회로는 서울, 경주 등에서 연간 두어 차례 개최하였으며 기업 경영진을 경북으로 초청하는 투어형 투자설명회 등 소규모 설명회를 개최하기도 했다. 해외 기업을 대상으로 하는 마케팅 활동은 주로 외부 기관이 주도하는 투자유치 설명회에 의존해왔다. 해외투자유치 설명회에서 잠재 투자자와 상담하고 투자 설명회 방문객을 대상으로 홍보물을 배포하는 방식으로 홍보가 이뤄졌다. 또 홍보물을 해외 KOTRA 지점에 송부해 관심을 갖는 투자가가 정보를 쉽게 입수하도록 도왔다.

2003년 투자유치단이 구성된 후에는 인베스트코리아에 의존하는 비중이 줄인 대신 자체적인 홍보 활동 비중을 높였다. 인베스트코리아가 지방자치단체 합동투자설명회를 하지 않기로 한 것도 있지만 경상북도가 자체적으로 마케팅 활동을 할 수 있는 능력이 강화된 이유도 있다.

지방자치단체가 해외 정보를 얻을 수 있는 창구로서 인베스트코리아의 역할이 큰 편이나 실제로 인베스트코리아를 통해 잠재 투자가 정보를 얻는다거나 투자자를 알선 받는 일은 많지 않다. 인베스트코리아는 해외 지점을 통해 투자자를 접촉하고 잠재 투자자에 대한 데이터베이스를 구축하고 있으나 지방자치단체간의 경쟁을 우려해 타깃기업이나 잠재적 투자자의 정보를 공개하지 않는 사실도 있지만 그것보다

는 인베스트코리아의 역할이 지방정부의 해외 지점 역할보다는 한국이라는 이미지 홍보에 주력하고 있기 때문일 것이다. 이에 따라 경기도와 같은 지방자치단체는 해외에 투자유치 사무실을 운영하고 있으나 경상북도를 비롯한 대부분의 지방자치단체는 그렇지 못하다. 경상북도는 현재 일본, 프랑스, 중국 등에 해외 지점을 갖고 있으나 투자 유치 업무보다는 해외 연락 사무소와 같은 역할을 하고 있다.

경상북도는 인베스트코리아 이외에도 여러 기관과의 업무 협조를 통해 투자가 정보를 얻고 있다. 현재 주한유럽연합상공회의소(EUCCK)의 회원사로 등록해 투자유치설명회 개최, 타깃기업 선정 등과 같은 일을 함께 추진하고 있다. 또한 미국 투자가 정보를 얻기 위해 미국의 컨설팅사인 GLP와 용역 계약을 체결하기도 했다. 이밖에 KOTRA, 호주 맥쿼리 한국법인과도 업무 협약을 맺고 있다. 이밖에 시군의 공무원 또는 이미 투자한 도내 기업을 통해 투자 정보를 수집하고 있다.

<표 3-3> 투자유치 촉진활동

연도	촉진활동
2003	<ul style="list-style-type: none"> ◦ 도지사 일본 도레이사 방문 ◦ 미국 지방자치단체합동 투자설명회 참가 ◦ 세계무역센터협회(WTCA) 총회연계 북미 투자설명회 ◦ SOC사업 민자유치설명회 참가 ◦ 외국인투자기업 초청 투자 설명회(서울) ◦ 문화엑스포 연계 외투 기업 CEO 초청 투자설명회(경주)
2004	<ul style="list-style-type: none"> ◦ 도지사 일본 아사히글라스사 방문 ◦ 외국인투자기업 초청 투자 설명회(서울) ◦ 인베스트코리아 해외 지사 투자 담당자 대상 경북투자환경설명회(경주) ◦ 유럽 본사 방문 IR 활동 : 미국, 독일, 프랑스 ◦ 미국 타깃 기업 조사 및 방문 활동

<표 3-4> 2004년 투자유치 성과

<input type="checkbox"/> 2004년 투자유치 활동 및 성과 <ul style="list-style-type: none"> ○ 『외국인기업전용단지』 확대 : 5만평 → 17만평 ○ 『외국인투자지역』 지정 : 2개사 12만5천평 (아사히글라스, 도레이) ○ 『기업및투자유치촉진조례』 및 시행 규칙 개정 ○ 국내기업 『투자유치촉진지구』 지정 : 영주, 봉화 14만평 ○ 투자유치타깃기업 조사 : 미국, 유럽 등 34개사 ○ 『투자최적지 경북이미지』 광고 : MBC와 CBS라디오, 야립광고탑. 영자신문 등 ○ 투자유치설명회 개최 : 서울, 경주 ○ 해외 기업 방문 : 미국, 독일, 프랑스, 일본
<input type="checkbox"/> 2004년 외자유치실적 <ul style="list-style-type: none">

- 21건 7억7천만달러 (MOU 체결 기준)
- 도레이(일) 4억달러, 아사히글라스(일) 2억6천만달러, ZF렘페더(독) 2천2백만달러 등
⇒ 2004 투자 유치 최우수 대통령 기관 표창

경상북도는 팸플릿, 동영상, 인터넷 등을 통하여 투자 여건을 홍보하고 있다. 이런 홍보물은 도 차원에서 투자 여건, 인센티브, 프로젝트 등을 묶어 제작하기도 하지만 기초지방자치단체에서 자체적으로 만들기도 한다. 도의 홍보물은 한국어, 영어, 일본어로 매년 제작하고 있으며 그 내용을 도청 홈페이지에 올려놓고 있다. 동영상은 한국어와 영어 두 종류를 만들고 있다. 초기에는 자체적으로 홍보물을 기획했으나 외부 용역에 맡기는 경우가 점차 늘고 있다.

(2) 투자 인센티브

인센티브는 기업의 투자를 유인하는 단기적인 촉진 수단이라고 할 수 있다. 기업은 투자를 결정할 때 원가 절감, 시장 등 여러 요소를 고려해 투자를 결정한다. 그러나 임금 수준, 생활 환경, 금융 조달 환경, 시장과 같은 요소들은 쉽게 바꿀 수 없기 때문에 지방 정부로서는 인센티브를 정책 수단으로 활용하고 있다.

지방자치단체는 외국인 기업을 지원하는 근거로 '외국인투자지원 조례'를 두고 있다. 그러나 대부분 산업자원부의 '지방자치단체의 외국인투자유치활동에 대한 국가의 재정자금 지원기준'의 틀 내에서 조례를 제정하고 있다. 이 기준에 맞아야 중앙정부로부터 재정 지원을 받을 수 있기 때문이다.

외국인 투자에 대한 경상북도의 인센티브는 크게 조세 감면, 입지 지원, 보조금 지원, 현금 지원으로 나눌 수 있다. 이들 인센티브는 입주 지역, 업종, 투자액에 따라 나뉘는데 조세 감면의 경우, 고도기술수반사업 및 산업지원서비스업, 개별형 외국인투자지역 입주 기업에 대해 국세 5년간 면제 후 2년간 50% 감면, 지방세 5년간 면제 혜택을 주고 있다. 단지형 외국인투자지역 입주 기업에 대해서는 1천만불 이상 투자하며 고도기술수반사업 및 산업지원서비스업에 종사하는 기업에 대해 국세 3년간 면제 후 2년간 50% 감면, 지방세 5년간 면제 혜택을 주고 있다.

이밖에 20인 이상 신규로 고용하여 교육 훈련을 실시하는 기업에 대해서는 고용보조금과 교육훈련보조금을 지원하고 있다. 국가 차원의 인센티브로는 현금 지원을 들 수 있다. 공장 등을 신규 설립하는 그린필드형 투자로 1천만불 이상 투자하는 고도기술 제조업체 또는 500만불 이상을 투자하는 연구개발기관으로 석사 이상의 학위를 갖고 3년 이상의 연구 경력을 가진 인력을 20명 이상 채용하는 연구소는 투자의 일정액을 보조받을 수 있다.

경상북도는 2003년 '외국인투자유치촉진지원 조례'를 제정해 외국인투자기업에 대

해 인센티브를 주고 있으며 2004년에는 이를 '기업및투자유치촉진조례'로 개정해 국내 기업에까지 인센티브 수여 범위를 확대하였다.

<표 3-5> 입지에 따른 인센티브 비교표

구분	단지형 외국인투자지역	개별형 외국인투자지역	국가/지방산업단지
입주 및 자격 요건	<ul style="list-style-type: none"> 산자부 장관이 고시 외자 30% 이상 첨단업종 제조업 우대 	<ul style="list-style-type: none"> 제조업: 외자 3천만불 이상 관광업: 외자 2천만불 이상 물류업: 외자 1천만불 이상 연구소: 고도기술 등 연구 개발에 외자 500만불 이상 & 경력 3년 이상인 석사 학위 연구원 10명 이상 	<p>제조업 물류업</p>
조세 감면	<ul style="list-style-type: none"> ◇대상: 제조업 1천만불이상 물류업 5백만불이상 투자 법인세/소득세: 3년간 면제 이후 2년간 50% 감면 	<ul style="list-style-type: none"> 법인세/소득세: 5년간 면제 후 2년간 50% 등록세/취득세: 면제 재산세: 15년간 면제 관세/특별소비세/VAT: 신고 후 3년 이내 수입 자본재에 한해 면제 	<ul style="list-style-type: none"> ◇ 대상: 신규창업 중소기업 법인세/소득세: 4년간 50% 재산세/종토세: 5년간 50%
	<ul style="list-style-type: none"> ◇ 공통: 100만불이상 투자하는 고도기술수반사업 및 산업지원서비스업 및 R&D 센터 법인세/소득세: 5년간 면제 후 2년간 50% 등록세, 취득세, 재산세, 종토세: 15년간 면제 관세/특별소비세/VAT: 신고 후 3년 이내 수입 자본재에 한해 면제 		
토지 매입	임대 전용	무상임대를 원치 않을 경우 부지매입비/분양가 차액 보조	15~45만원/평
임대료 감면	기간	10년(갱신 가능)	50년(갱신 가능)
	감면율	<ul style="list-style-type: none"> 100%: 외자 1백만불이상인 고도 기술수반산업 75%: 외자 5백만불이상인 일반 제조업 임대료: 연간 3600원/평 	무상 임대(100% 면제) 분양을 원칙으로 함
기타 지원	인프라 시설 완비	인프라건설, 컨설팅비 지원, 7대 부담금 면제	인프라 시설 완비
교육훈련 보조금	<ul style="list-style-type: none"> 지원대상 - 외투비율 30%이상이거나 외국인이 제1대 주주인 기업이 20명 이상을 신규로 고용하여 교육 훈련을 실시하는 경우 지원금액 - 1인당 100만원까지 6개월의 범위 안에 지급(기업당 6억원 한도) 		
고용보조금	<ul style="list-style-type: none"> 지원대상 - 외투비율 30% 이상이거나 외국인이 제1대 주주인 기업이 20명 이상을 신규로 고용하는 경우 지원금액 - 초과인원 1인당 100만원까지 6개월의 범위 내 지급(기업당 6억원 한도) 		

현금지원 (Cash Grant)		<ul style="list-style-type: none"> • 지원대상 - 공장 등을 신규 설립하는 그린필드형 외국인투자자 1천만불 이상 투자한 고도기술 제조업체 또는 500만불 이상을 투자하고 석사학위를 가진 자로 연구 경력이 3년 이상인 연구원을 20명 이상 고용하여 고도기술을 연구하는 R&D 센터 • 지원비율 - 기술이전효과, 고용창출효과 등을 감안하여 정부와 외투기업간 협상에 의해 탄력적으로 결정
공유 재산	임대료 감면	<ul style="list-style-type: none"> • 100% : 투자금액 2천만불 이상 또는 1일 평균 고용인원 300명 이상 • 75% : 투자금액 1천만불 이상 또는 1일 평균 고용인원 200명 이상 • 50% : 투자금액 5백만불 이상 또는 1일 평균 고용인원 100명 이상
	매각금 감면	<ul style="list-style-type: none"> • 100% : 투자금액 1억불 이상 또는 1일 평균 고용인원 1천명 이상 • 75% : 1일 평균 고용인원 500명 이상 • 50% : 1일 평균 고용인원 300명 이상

3.2.4. 사후관리

지금까지 외국인 투자 유치 정책은 기업 유치에 중점을 두어 왔으며 이미 투자한 기업에 대한 애프터서비스는 아직 충분하지 않은 편이었다. 그러나 이미 투자한 외국인 투자 기업에 대한 관심이 점차 높아지고 있다. 2005년 초 외국인기업관리팀을 신설해 외국인 기업 현황을 파악하고 있으며 기업의 애로점을 해소하는 데 주력하고 있다. 주요 사후관리 활동을 살펴보면, 외국인투자기업 임원을 외국인투자협의회 회원으로 임명해 기업 활동의 어려움을 청취하고, 부정기적으로 외국인투자기업을 방문하고 있다. 또한 2004년 기업노동과 내에 기업애로해소 센터를 설치해 불합리한 법령 또는 제도 개선, 행정기관 및 담당 공무원의 불합리한 행태 신고 등의 업무를 수행해나가고 있다. 입주한 외국인투자기업에 대해서는 기업별 관리카드를 제작하고, 정기적으로 방문해 체계적인 사후 관리를 펼치고 있다.

2005년 2월에는 지역 내 외국인투자기업 및 투자 유치 유관 기관 관계자를 초청해 감사패를 수여했으며 같은 해 7월에는 '외국인기업 CEO 초청 간담회'를 개최해 기업 활동의 애로점을 도지사가 직접 듣는 자리를 마련하기도 했다. 2005년 하반기부터는 희망하는 외국인투자기업에 대해 명예 공무원 사원을 지정해 정보를 제공하고 행정 지원을 해 주는 등의 활동을 펼칠 예정이다.

IV. 중국 허난성 외국인투자 유치 사례연구

4.1. 허난성 외국인투자 유치 실적

2002년말 기준으로 허난성의 외국인투자 신고건수와 투자액 누계(신고기준)는 7716건과 107억불에 달했다. 도착기준으로는 54억불로 2002년 전체 중국 투자액(도

착기준) 4479억불 가운데 1.2%를 차지했다. 합작 투자시 건당 평균 외국인투자액은 1991년 44만불에서 2002년 352만달러로 크게 늘어났다. 세계 500대 기업 중 허난성에 투자한 기업은 4개사이다. 투자국은 홍콩, 미국, 일본, 대만 등 90여개국에 달하며 주로 제조업, 농업, 부동산, 전기, 운송, 광업에 투자하였다. 지역의 총수출과 수입(2003년 기준)은 각각 33억3074만 달러와 22억 5179만 달러인데, 이중 외국인기업의 수출입액은 각각 5억 3652만불과 5억 2676만불에 달했다.

<표 4-1> 허난성의 외국인 투자와 수출입 동향

(단위: 백만불)

	2002	2003
외국인투자 (허난성 / 중국 전체)	405 /52,742	539 /53,505
외국인기업 수출액 (허난성 / 중국 전체)	372 /169985	537/ 240305
외국인기업 수입액 (허난성 / 중국 전체)	298/ 160254	527/ 231863

자료: 중국통계청 :(www.stats.gov.cn)

4.2. 외국인투자 유치 마케팅

중국의 외국인 투자 관련 주요 법률은 중외합자경영기업법 및 동법 실시 조례, 중외합작경영기업법 및 동법 실시세칙, 외자기업법 및 동법 실시세칙, 외상투자주식유한회사에 관한 잠정규정이 있다. 이들 법령은 외국인 투자 보호, 설립 허가, 운영 기관 및 권한, 기업 설립 후 수속등록사항, 투자 당사자의 권리 의무에 관한 사항을 규정하고 있다. 또한, 외국인투자를 장려하는 산업과 억제하는 산업을 규정하기 위해 “外商投資產業指導目錄”과 “外商投資方向指導暫定規定”을 제정하고 있다.

중국 지역에 투자하려는 외국인투자기업은 우선 외국인 투자 허가를 얻어야 한다. 허가 업무는 원칙적으로 상무부에서 관장하며, 3천만달러 이하의 투자에 대해서는 지방 정부가 허가 권한을 보유하고 있다.

4.2.1. 시장조사

무역, 국제 경제 기술 합작, 투자와 관련된 정책에 대하여서는 허난성 상무청이 전반적인 업무를 맡고 있다. 성 상무청 아래에는 17개 부서가 있으며 외국인투자과 관련해서는 외국기업인 투자관리처, 외국기업서비스센터, 외국기업·대만기업 신고센터가 조직돼있다. 성 아래의 행정조직마다도 외국인 기업 투자 유치와 관련하여 대외무역경제합작국 또는 상무청과 같은 부서가 조직돼 있다.

외국인투자기업에 대한 정보는 주로 외국 외국인투자관리청과 외국기업서비스센터에 의존하고 있다. 외국인투자관리청은 3천만달러 이하의 외국인투자기업의 설립, 계약, 변경에 대해 심사할 권한을 갖고 있다. 또한 할당액, 허가증 관리와 관련

된 업무를 맡고 있다. 외국인기업과 관련한 법률과 계약을 집행하며 조정한다. 외국인 기업의 수출입을 지도·관리한다. 이밖에 외국인기업 시장 조사, 외국인 투자 통계, 경제기술개발구 관리 등의 업무를 맡고 있다. 한편, 외국인기업서비스센터는 외국 기업 유치를 원활히 하기 위해 법규를 정비하며 투자자문, 합작파트너 물색 등의 서비스를 제공한다.

4.2.2. 상품개발

(1) 허난성의 입지조건

허난성은 면적이 17만km²이며 인구는 9917만명으로 중국에서 가장 인구가 많은 성이다. 성도(省都)는 정저우[鄭州]이며 17개의성급 도시, 한 곳의 허난성의 직속 관할 지역, 21개의 성급 도시, 89개 시급 구로 구성돼 있다. 지명에서 알 수 있듯이 허남성은 황하강 남쪽 중국 동북 내륙에 위치해 있으며 서쪽과 남쪽은 산지, 동부는 평원을 이루고 있다. 또한, 산둥, 안후이, 후베이, 산시[陝西], 산시[山西]성과 경계를 이루고 있다. 허난성은 예전에 중원으로 불리던 지역으로 내륙 교통이 잘 발달된 덕택에 고대 20여개 왕조가 수도로 삼았던 곳이다. 고대 중국 문화가 번성했던 곳이기도 한데 ‘페이리강 문화’, ‘양샤오 문화’, ‘룽산 문화’가 번성하였다.

현재도 허난성은 중국 내륙 교통의 요충지 역할을 충실히 맡고 있다. 베이징-광저우, 란저우-렌윈강, 베이징-코우룬, 자오취-지칭의 4대 철도가 허난성을 통과한다. 2001년말 기준으로 도로 총연장은 75,711km로 중국에서 6번째이다. 내륙 수로가 잘 발달해 있는데 황하, 후아이강, 하이강, 장강의 4대 수계가 허난성을 통과한다. 하류는 100개 이상으로 수출입 물품을 수로를 통해 운송한다.

허난성은 중국의 중요한 에너지 기지다. 허난성의 연간 석탄생산량은 1억톤으로 전국 2위, 석유와 천연가스는 전국 5위를 차지하고 있다. 풍부한 지하자원을 바탕으로 한 철강, 기계, 전력, 화학, 석유, 전력 등의 중공업이 발달했으며 이밖에 방직, 경공업, 식품, 전자재, 기계, 전자 등이 나머지를 차지하고 있다. 농업으로는 밀, 수수, 쌀, 목화, 밀, 담배, 참깨 등을 재배하고 있다.

<표 4-2> 허난성 주요 경제지표

주요지표	2003년
------	-------

면적 (만km ²)	17
인구(만명)	9917
GDP(억원)	7049
1인당 GDP(元)	7570
주요산업	철강, 기계, 전력, 화학
주요자원	석탄, 석유, 천연가스, 금
수출(억불)	33
수입(억불)	23

허난성의 지역내총생산(GRDP)은 7049억 위안(2003년기준)으로 중국 GDP 11조 6603억 위안의 6% 가량을 차지하고 있다. 1인당 주민 소득은 7,570위안으로 전국 평균 9101위안에 못 미치고 있다. 산업별로 보면 GRDP 중 1차산업이 1240억 위안, 2차산업이 3552억 위안, 3차산업이 2257억 위안으로 각각 GRDP의 18%, 50%, 32%를 차지하고 있다. 다른 연안 지역과 산업 구조를 비교해 보면 허난성은 농업의 비중이 높은 편이며 제조업 중심으로 경제 구조가 짜여져 있다는 것을 알 수 있다.

외국인투자기업 관점에서 중국의 매력은 저렴한 인건비 등 낮은 사업비용이다. 이를테면 허난성의 수도 정저우에서 일반 노무자 급여는 월 400내지 800위안으로 한국 노무자의 10분의 1에도 못 미치는 수준이다(표 4-3참조).

<표 4-3> 정저우에서의 사업비용 (단위: 위안)

인프라		
상수	산업용 : 1.8/톤 낮 시간대 : 1.6/톤 특수용도 : 3.3/톤	
전력	산업용 : 0.35/kwh 낮 시간대 : 0.5/kwh 상업용 : 0.65/kwh	
난방	4.5/m ² 낮 시간대 : 3.9/m ²	
천연가스	1.6/m ³	
스팀	80/톤	
전화설치	158/라인	
임대료		
구 분	최 저	최 대
공업용지 사용료	240/m ²	2000/m ²
사무실 임대료	30/m ²	100/m ²
작업장 임대료	20/m ²	70/m ²
창고 임대료	15/m ²	50/m ²

토지 양도세	전체 비용의 4%		
토지 등록세	100		
노동 비용			
구 분	최 저		최 대
일반 노동자 급여	400/월		800/월
엔지니어 급여	1,000/월		3,000/월
연금 보험	고용인 : 24.23%		피고용인 : 5.0%
실업 보험	고용인 : 2%		피고용인 : 1%
산재 보험	고용인 : 8%		피고용인 : 2%
물류비 (정저우와 다른 도시간 20' 컨테이너 기준)			
칭다오	2100	렌윤강	1500
톈진	2000	상하이	2000

자료: 허난성 투자가이드 홈페이지(<http://www.fdi-hn.gov.cn>)

(2) 행정적 서비스

외국인투자유치를 위한 행정적 서비스로 원스톱 서비스를 들 수 있다. 외국인 기업서비스센터는 외국인기업의 투자를 돕는 역할을 하고 있다. 국내외 기업유치 활동과 대외 홍보 전반을 책임지고 있는 부서다. 외국인기업서비스센터는 투자유치를 위한 산업정책자문, 투자유치, 홍보 활동, 투자 프로젝트 및 공단 안내, 투자 프로젝트의 개발, 상담 등의 일을 맡고 있다. 외국인기업의 설립, 변경, 철거에 대하여 대외경제무역청, 공상국, 세무국이 수속을 대행하는 등의 원스톱 서비스를 제공한다. 외국인투자기업이 설립된 후에는 인재 채용 서비스와 정책 자문 서비스를 제공한다. 외국인기업·대만기업 고충신고센터는 외국인기업의 애로사항을 신고 받아 해결해주는 역할을 하고 있다.

(3) 외국인 투자특구

중국은 외국인 투자를 촉진하기 위해 특구를 지정해 세제 감면, 규제 완화와 같은 인센티브를 제공하고 있다. 현재 지정된 특구로는 경제특구, 연해개방도시, 연해 경제개방구, 경제기술개발구, 변경대외개방도시, 沿江개방도시, 내륙개방도시 등의 지구⁴⁾가 있으며 서부 개발에 대해서도 완화된 규제와 인센티브를 부여하고 있다.

4) 하이난, 선전, 샤먼, 주하이, 산토후가 경제특구로 지정되어 있으며 국가급 경제기술개발구는 49곳, 국가급 중국 고신기술 산업개발구는 53곳이 구성되어 있다. 중국 전역의 각종 개발구를 합하면 약

특히, 중국은 경제개발구를 중심으로 외국인 직접투자 자본을 적극적으로 이용하는 경제발전전략을 채택하여 왔다.

경제개발구는 국가급과 지방급에 따라 약간의 다른 특징을 보이고 있다. 경제개발구는 국가가 설립하는 국가급 경제개발구와 각 지방정부가 설립하는 지방급 경제개발구로 나뉘는데 국가급 개발구는 대규모이며 자본집약적이고 기술집약적 산업 위주의 산업 구조를 형성하는 반면, 지방급 개발구는 성시 정부급 중형개발구, 또는 현 단위의 소규모 개발구도 있으며 노동집약적인 산업에 치우친 경향을 보이고 있다.⁵⁾

허난성도 현재 8개의 하이테크산업개발구와 7개의 성급경제기술개발구가 있는데 정저우와 낙양의 국가급 하이테크산업개발구를 비롯하여 정둥신구, 안양 고도기술 개발구, 허비 경제기술개발구, 자오쥘 고도기술 산업개발구, 푸양 고도기술 산업개발구, 상추 경제기술개발구, 뤄허 고도기술 개발구, 뤄양 고도기술 산업개발구, 쉬창 경제기술개발구, 신상 고도기술 산업개발구, 주마옌 고도기술 산업개발구, 정저우수출 가공구역, 핑딩산 고도기술 산업개발구 등이 소재하고 있다.

4.2.3. 홍보 및 촉진 활동

(1) 촉진 및 홍보

허난성은 외국인 기업을 유치하기 위해 다각적인 활동을 벌이고 있다. 2005년 5월까지 미국, 홍콩에서 해외투자유치설명회를 개최하였으며 한국, 유럽 등에서도 투자설명회를 개최할 예정이다. 투자유치 사무소는 현재 북경, 상해, 광저우, 마카오 네 곳에 두고 있으며 미국, 한국, 유럽 등에도 해외 사무소를 설립하기 위해 중앙 정부에 승인 신청을 해 놓은 상태다.

허난성은 또한 외국인 투자 유치를 위해 매년 홍보 책자, 경제 협력 프로젝트 리스트, 동영상 등 영어와 중국어로 제작하고 있다. 홈페이지는 상무청과 투자유치 홈페이지를 독자적으로 운영하고 있으며 영어와 중국어로 투자 환경, 가이드, 프로젝트, 서비스, 뉴스, 투자지역, 다운로드의 메뉴로 구성돼 있다. 하부 메뉴로는 허난성 소개, 인프라, 실적, 천연자원, 정책, 법률, 투자비용, 행정 부서 등의 내용으로 되어 있다.

허난성을 비롯한 중국 지방정부가 활용하고 있는 투자유치 촉진책의 하나는 외국인기업을 유치한 민간인에 대한 인센티브 제공이다. 유치한 기업의 업종과 투자액에 따라 0.2~5%의 인센티브를 주며 공무원이 외국인기업을 인수했을 경우에는

2000여 개에 이른다. 현재 중국에 진출한 한국 기업들은 약 3만여 개에 달하며, 이들 중 상당수가 각종 개발구에 입주해 있다.

5) 전경련, “한중 산업단지 경쟁력 비교 및 정책과제”, 2004.

0.1%의 인센티브를 주고 있다.6) 또한 외국인투자유치 실적이 부서 평가에 많은 영향을 주기 때문에 중국 공무원들은 외국인 기업을 유치하기 위해 적극적인 활동을 펼치고 있다.

<표 4-4> 투자 유치인에 대한 인센티브

구분	대상자	인센티브
투자	생산성기업7), 자원개발 기업, 혁신 기업, 고도기술 기업, 수출 기업을 유치하는 자	투자액의 1~3%
	50만불이상의 외국인투자를 유치하는 자	투자액에 따라 차등 지급
	고속도로, 전력 산업과 같은 대규모 투자를 유치한 자	협의 후 결정
기타	원자재 가공업을 유치하는 자	가공수입의 3~5%
	구상무역을 증개하는 자	계약액의 0.2%
	국내 기업의 해외 계약을 알선하는 자	계약액의 0.2% (용역 서비스 : 3%)
	외국인 또는 화교의 기부금을 알선하는 자	기부금의 10%

(2) 투자 인센티브

허난성을 비롯한 중국 지방정부 외국인투자 유치 촉진책 중의 하나는 세제 감면 등 인센티브를 제공이다. 외국 기업에 대한 세수 정책은 1991년 국무원이 발표한 ‘중화인민공화국 외국인투자기업 및 외국 기업소득세법’의 기본틀 내에서 집행되나 지역별·업종별로 세수 우대 정책에 다소 차이가 있다. 경제특구 및 상해 푸둥신구 내 외국인투자기업, 국가급 경제기술개발구내 생산성 외국인투자기업, 고급신기술산업개발구내 고급신기술기업, 보세구내에서 수출 가공하는 외국인투자기업의 경우 기업소득세를 50% 감면해 15%를 적용하며 연해개방도시, 연해경제개발구 및 변경

6) 칭다오시의 경우 투자를 유치한 공무원에게 최대 5%의 포상금을 준다고 한다(2003.12.2. 중앙일보) 그러나 포상금 제도는 중국 전체의 성시에서 행해지는 아직 보편적인 제도는 아닌 것 같다. 허난성, 운저우시, 영화회족자치구 등의 중국 공무원을 인터뷰한 결과, 포상금은 대체로 투자를 유치한 외부 기관에 대한 인센티브 제도로 운영되고 있으며 공무원에 대한 일반적인 인센티브 제도는 아니라는 것이 대체적인 의견이었다. 다만 부서별 상여금 지급, 부서 평가 등의 인센티브가 더 일반적인 것 같다. 대부분의 우리나라 지방자치단체도 투자 유치 공무원에 대한 포상금 및 특진에 규정을 두고 있지만 실질적으로는 단체에 대한 수상 성격이 짙다. 또한 조례에 따라 특진한 공무원은 아직 없다.

7) 공작기계, 전자, 경공업, 식물·섬유, 금속재료, 화학재료, 건설 자재, 의료기 및 제약, 농업, 임업, 축산업, 양식업, 통신 및 운송, 석유와 천연가스를 제외한 에너지 개발, 연구·개발, 산업정보컨설팅, 위원회가 인정한 산업 등에 종사하는 기업

등 대외개방도시 내 외국인투자기업과 성급 경제기술개발구 내 외국인투자기업에 대해서는 24% 세율을 적용한다. 투자 금액이 3천만 달러 이상이거나 투자회수기간이 장기인 경우 및 사회간접자본을 건설하는 외국인투자기업에게는 15% 세율을 적용한다.

<표 4-5> 입주 지역에 따른 조세 인센티브

정책 내용	전국	경제 특구	국가급 개발구				개방도시와 지역 (沿海, 沿江, 内陆, 国境)
			경제기술개발구 및 수출 가공구	첨단 기술 산업 개발구	보세구	국경 경제 합작구	
1. 생산성 기업	30%	15%	15%	15%	15%	24%	24%
2. 생산성 기업이 아닌 경우	30%	15%	30%	30%	30%	30%	30%
① 지식 기술 집약 사업/기술연구 개발센터/투자 회임 기간이 장기인 사업	30%	15%	15%	15%	15%	15%	15%
② 후대기간 만료 후 생산 제품 70% 이상 수출 하는 기업	15%	10%	10%	10%	10%	12%	12%
③ 1천만불 이상 투자한 금융사로 경영 기간이 10년 이상	30%	15%	15%(사전 심사 필요)				
④ 에너지, 교통, 항만, 국가가 특별히 인정한 장려 산업	15%						

자료: 중국투자 가이드 홈페이지(www.fdi.gov.cn)

<표 4-6> 입주 지역에 상관없이 주어지는 공통적인 조세 제도

소득에 대한 원천징	이자, 주식 배당금, 임대료, 특허권 라이선스료, 기타 소득 (중국 내 사업체가 없는 경우)	10%
	고도 기술 또는 특허 조건 제공	면세 또는 10% 이하

수	기업 외국투자기업의 이익금	면세
경 영 기 간 이 10 년 이 상 일 때	생산성 기업, 첨단기술 기업, 기술 연구 센터	최초 2년간 면세 후 3~5년간 50% 감면
	중서부의 지역에서 교통, 전력, 저수, 우편, TV 방송 등에 종사하는 신설 기업	최초 2년간 면세 후 3~5년간 50% 감면
	생산성 기업이 아닌 경우	① 경제특구 안에서 서비스업에 500만달러 이상 투자하고 10년 이상 경영한 기업 ② 경제특구 또는 국무원과 비준한 지역에서 설립한 기업으로, 1천만달러 이상을 투자하고 10년 이상 경영한 기업 * 초년도 면세 후 2~3년간 50% 감면
	선진 기술 기업	세금 우대 기간 이후 추가로 3년간 50% 감면
	중서부 지역	국가 장려 업종에 종사하는 기업의 경우, 세금 우대 기간 이후 추가로 3년간 15%의 세율 적용
	항만, 부두 건설 기업으로 경영 기간 15년 이상	최초 5년간 면세 후 6~10년간 50% 감면
감 면	농업, 임업, 목축업 종사 기업 및 국경 저개발 지역내의 기업	세금 면제 기간 이후 15~30%의 기업 소득세를 최장 10년간 감면 (국가 승인 필요)
	추가 투자 항목	《외상투자산업지도목록》의 장려 산업에 해당하고 추가 투자가 일정 규모 이상일 경우, 최초 2년간 면세 후 3~5년간 50% 감면
세금 환급		① 외국인기업이 중국 투자 기업의 영업 이익으로 자사 또는 5년 이상 활동할 계획인 다른 회사에 재투자할 경우, 이미 납부한 소득세의 40%를 재투자분만큼 환급해 줌 ② 만약 "수출 기업" 또는 "선진 기술 기업"에 재투자할 경우에는 100%를 환급함
관 세	설비 수입	① 《외상투자산업지도목록》 장려 품목 해당 기업이 전체 직접 수출을 목적으로 수입하는 설비에 대해 수입관세와 부가가치세를 일단 징수한 후 전체 직접 수출이 확인되면 5년 이내에 납부한 세금을 환급해 줌 ② 《외상투자산업지도목록》에 부합하고 기술을 이전하는 장려 유형과 제한 유형 B에 해당할 경우, 수입된 자가용 설비는 《외상투자항목 불면세 항목》을 제외하고는 관세와 부가가치세를 면제한다

제품 수출		국가제한품목을 제외하고는 수출 관세를 면제함 경제기술개발구 내 부가가치가가 20% 이상 증가한 상품인 경우, 수출 관세를 면제함 수출 가공구역 및 관리 부문 내에 반입하는 생산용 설비, 원자재, 부품, 건축 물자 및 사무용품은 세금을 환급할 수 있음
부가가치세		① 제품 유형에 따라 17%, 13%, 6%를 각각 적용함 ② 경제특구에서 팔리는 제품은 면세하고, 일반적으로 부가가치세는 6%의 세율에 따라 징수함 ③ 보세구 및 수출 가공구역 제품은 지역 내에서 면세
고정 자산 투자 방향의 조절세		외국인투자기업은 면세
지방정부의 세제	지방소득세	납세액의 10% 징수가 원칙(기업소득세가 30%로 지방소득세는 3%)이나 지방 상황에 따라 감면을 결정할 수 있음.
	민족자치지방의 기업소득세	성급 인민정부의 기준을 거쳐 정기적으로 면세 혹은 감세
	세금 인센티브	지방정부가 정함
	감가상각	지방정부가 정함
	부동산세	지방정부가 정함
	비용 상각	지방정부가 정함

자료: 중국투자가이드 홈페이지(www.fdi.gov.cn)

허난성의 경우, 고도기술개발구와 경제기술개발구에 입주한 기업에는 15%, 정저우시에 입주한 기업에는 24%, 그 밖의 지역에 입주한 기업에는 30%의 기업소득세를 적용하고 있다.

개발구에 입주한 기업의 경우, 제조업체이자 경영기간이 10년 이상인 기업은 기업소득세 30%의 절반인 15%만 납부하면 된다. 이와 함께 이윤 발생 첫해와 두 번째 연도에는 법인세를 면제하며, 3차년도부터 5차년도까지는 50%(7.5%)만 납부하면 된다. 이윤 발생 후 6차년도 이후부터 15%의 법인세만 납부하면 된다.

기업소득세 감면기한이 만료되어도 생산액의 70%를 수출하는 기업(수출형 기업)은 기업소득세를 10%만 납부하면 된다. 이밖에 선진기술기업으로 인정되면 기업소득세 50% 감면정책을 3년간 연장할 수 있다. 즉 생산액의 70% 이상을 수출하면, 당해연도 기업소득세를 10%만 납부하면 되며, 선진기술기업으로 인정될 경우, 기업소득세 50% 감면기한은 이윤발생 후 3차년도에서부터 8차년도까지다. 개발구에 입주한 기업은 이윤에 대한 과실 송금이 가능하며, 송금세율도 면제받는다.

‘해외투자산업 지도 목록’에 포함된 기업은 세금 감면 기간(5년) 이후에도 향후 3년간 기업소득세의 50%를 감면받으며 수입하는 장비와 기술에 대해서는 관세와 부가가치세를 면제받는다. 증액투자를 하는 기업은 이미 납부한 기업소득세의 40%를 증액투자분만큼 환불받으며 고도기술기업 또는 수출 기업은 전액을 환불받는다. 또,

장려업종에 해당하는 연구개발센터, 고도기술기업, 수출기업은 수입시 관세, 부가가치세를 면제받는다. 허난성의 장려 산업과 프로젝트에 종사하는 기업은 3%의 지역소득세를 면제받으며 생산성 기업은 부동산세와 운송기기 이용세를 감면 받는다

허난성은 농업 비중이 높고 인프라가 부족한 만큼 이들 업종에 종사하는 기업에 대해서는 우대 조치를 해 주고 있다. 농업, 임업, 목축업에 종사하는 기업과 저개발 지역에 투자한 기업은 세무주관 부문의 기준을 받아 세금 감면 기간 이후 10년간 15~30%의 소득세를 감면받는다. 국가 소유의 폐경지, 부족 사이의 경지를 이용하는 기업, 저산출 경지를 개선하는 기업, 농업 인프라를 개선하는 기업, 현대 농업 기술과 품종을 가져오는 기업, 좋은 품종을 키울 수 있는 기술을 가져오는 기업, 과일과 채소 개량 기술을 도입하는 기업, 농산물 보관과 저장 관련 기술 도입 기업은 세금 감면 기간 후 10년간 10~15%의 소득세를 감면받는다. 인프라 건설 기업, 농업 개발 기업, 고도기술 기업은 최저 임대료를 적용받는다. 항구 및 부두건설, 교통, 에너지 및 국가가 장려하는 항목에 종사하는 기업은 15%의 기업 소득세율을 적용받는다. 이밖에 관광업, 운송, 환경보호, IT 등과 관련한 산업도 장려 산업으로 분류돼 있다.

세금 감면 이외에 보조금 혜택이 있다. 외국인기업으로 매출액이 1억 위안이 넘는 기업, 성장률이 15% 이상인 기업, 실질 소득세 증가율이 15% 이상인 기업은 지방 정부의 지원을 받을 수 있다. 투자액 5백만불 이상의 신설 외국인투자기업, 연간 세금납부액이 5백만 위안인 동시에 증가율이 20% 이상인 기업은 지방 정부의 보조를 받을 수 있다. 고도기술 기업으로 신설 기업인 경우에는 토지 임대료의 20%를 감면받을 수 있다. 이밖에 정저우 수출 가공구역에 입주한 기업은 수입 관세를 면제 받으며 수출 1달러당 0.01~0.04위안의 수출보조금을 지급받는다. 중소기업이라면 수출 상품의 연구·개발에 투자된 금액의 50%를 보조받을 수도 있다.

투자액이 1백만불 이상이고 고도신기술 사업에 종사하는 기업과 200무⁸⁾(畝) 이상의 고신 산업단지를 조성하는 자는 20%를 공제를 받으며 임대료는 따로 정해진 규정에 따른다. 투자액이 5백만 달러 이상이거나 납세액이 많은 기업은 법에 따라 임대료를 환급받을 수 있다.

4.2.4. 사후관리

외국인투자기업에 대한 사후 관리는 상무부 산하의 외국인기업서비스센터와 외국인기업·대만기업 신고센터가 맡고 있으며 산하 단체 및 개발구마다 사후 관리를 위한 조직이 별도로 마련돼 있다. 외국인기업의 허가 신청부터 입주까지 외국인기업서비스센터가 업무를 대행하며 원스톱 서비스를 제공하고 있다. 공장 설립에 걸리는 시간은 모든 서류가 완비됐을 경우, 업무 일을 기준으로 5일 이내에 처리하는 것을 원칙으로 하고 있으며 허난성이 허가할 수 있는 업무 범위를 넘을 지라도 10

8) 전답의 면적단위. 약 52평에 해당함

일 이내에 처리하는 것을 원칙으로 하고 있다. 공장 설립 후 외국인기업은 상수도, 전력, 가스, 통신 등과 같은 인프라에서 특별 대우를 받는다.

외국인기업서비스센터는 외국인 기업인에 대해 중국어 교사, 요리사, 보모, 운전사, 가정 간호 등을 알선해주고 있다. 또한 개발구 내 또는 주위에 주택을 임대하여 주는 등 외국인이 생활하기에 불편이 없도록 특별한 신경을 쓰고 있다. 한편 외국인기업·대만기업 신고센터는 한국의 옴부즈맨과 같은 역할을 한다. 외국인기업의 고충이 접수되면 외국인기업을 대신해 문제점을 해결해주고 있다.⁹⁾

외국인 투자기업이 영업 이익을 재투자할 경우, 한국은 자본금이 늘어나는 경우에만 신규 투자로 보아 세금을 감면해주나 중국은 영업이익을 재투자한 경우 재투자 금액에 대한 기업소득세의 40%를 환급해 줘 감면받는 범위가 더 넓다. 재투자하는 수출형기업 또는 하이테크 기업도 기업소득세를 100% 환급받을 수 있다.

V. 요약 및 결론

외국인투자가 입지마케팅이라는 관점에서 중국은 한국에 비해 입지조건이 유리한 위치에 있다. 외국인직접투자 결정시 가장 중요시 고려하는 입지조건이 시장 규모와 생산비용인데, 이 두 가지 조건에서 중국은 한국에 비해 월등하다. 중국이 외국인투자유치 세계 제1위국으로 부상된 것도 이러한 유리한 입지 조건에 기인한다. 따라서 우리나라 지방자치단체 차원에서는 외국인기업을 한국으로 일단 유치하도록 해야 하는 것이 급선무인데 반해, 중국의 지방자치단체는 이미 중국으로 투자하기로 결정한 외국 기업을 대상으로 자기 지역으로 유치하는데 높은 관심을 보인다. 허난성이 북경, 상해, 광저우, 마카오 네 곳에 투자유치사무소를 두고 있는 것이 좋은 본보기다.

허난성을 비롯한 중국의 지방정부는 경제특구를 중심으로 외국인투자유치 촉진 전략을 활용하였으며, 어느 정도 성공을 거두었다고 판단된다. 중국이 워낙 인프라가 부족해 경제개발특구를 중심으로 선택과 집중 전략을 통해 외국기업을 유치하고 이를 바탕으로 경제발전을 도모한 것이다.

9) 외국인기업의 투자 유치 업무 가운데 가장 차이가 나는 부분이 바로 사후 관리다. 경상북도가 2005년에야 외국인투자관리팀을 신설한 반면 허난성은 외국인의 생활 환경에 많은 신경을 쓰고 있으며 자체적으로 옴부즈만 제도를 운영하고 있다. 쑤저우의 경우, '원맨 서비스 제도'를 도입해 담당 프로젝트 매니저가 기업을 대신해 행정 업무를 대행해주고 있다. 또 많은 권한을 중앙 정부로부터 이양받아 행정 업무를 신속하게 처리해주고 있다. 기업 설립 후에는 매주 고용 시장을 열어 인력을 알선해주고 있으며 사회보장방식도 기업이 유연하게 선택할 수 있도록 하고 있다. 쑤저우의 삼성공장 인사팀장은 "한 건설회사의 실수로 정전 사고가 나자 관리 위원회 서기가 찾아와 직접 사과를 하고 일부 손실을 보전해주기도 하였다"고 말하기도 하였다.(한국경제, 매일경제, 조선일보 2005. 6. 29.) 이처럼 질 높은 서비스가 가능한 것은 민간 기업 출신의 전문 인력 60여명이 업무를 담당하고 있으며 성과에 따라 연봉을 받는 제도가 정착돼 있기 때문이다

외국인투자유치와 관련하여 허난성을 비롯한 중국 지방정부의 또 하나의 특징은 외국인투자유치에 공헌한 민간인이나 공무원 당사자에 대해 과감한 인센티브를 제공하고 있다는 점이다. 허난성의 경우 외국인기업을 유치한 민간인에 대해서는 유치한 기업의 업종과 투자액에 따라 0.2~5%의 인센티브를 주며 공무원이 인수했을 경우에는 0.1%의 인센티브를 주고 있다. 인센티브뿐만 아니라 유치 실적이 부서 평가나 승진과도 직결되기 때문에 행사 위주로 끝나는 것이 아니라 기업의 투자가 실제로 이뤄질 수 있도록 많은 노력을 쏟고 있다. 토지는 임대 제도가 원칙으로 초기 투자 부담이 훨씬 적은 이점을 갖고 있다. 특히 임대료 감면 혜택은 한국보다 많은 기업에 돌아가고 있다.

인적 구성으로 본 특징은 투자 유치에 적합한 공무원을 뽑아 오랫동안 같은 부서에서 근무하도록 한다는 것이다. 그로 인해 업무의 연속성을 지닐 수 있을 뿐만 아니라 노하우를 축적할 수 있다는 점이다. 중국뿐만 아니라 다른 선진국에서도 적어도 투자 유치에 대해서는 전문 인력을 고용하는 데 비해 한국의 지방자치단체에서는 그렇지 못한 형편이다.

허난성의 또 하나의 특징은 자გი지역 입지조건을 반영해서 투자인센티브를 제공하고 있다는 점이다. 즉 허난성은 농업 비중이 높고 인프라가 부족한 만큼 이들 업종에 종사하는 기업에 대해서는 우대 조치를 해 주고 있다. 특히 기업별로 다양한 인센티브 제도를 마련해놓고 있다. 기업의 요구에 따라 유연하게 대처할 수 있는 능력을 갖추고 있다고 할 수 있다.

결론적으로 외국인투자유치와 관련하여 우리나라의 경상북도와 중국의 허난성 모두 체계적이지는 않지만 어느 정도 마케팅 개념을 활용하고 있다고 판단된다. 외국인투자유치에 불리한 입지조건에 있는 우리나라 지방자치단체는 이를 극복하기 위해 향후 더 계획적인 마케팅 모델을 입안, 실천해나가는 것이 중요하다 할 것이다.

Invest Korea에 대한 정책적 제언

외국인투자 유치 마케팅의 효과를 극대화시키기 위해서는 시장조사-상품개발-홍보 및 촉진-애프터서비스 활동에 걸쳐 중앙정부 차원에서의 외국인투자유치 전담 기관(이를테면 'Invest Korea')과 각 지방자치단체의 외국인투자유치 전담부서와의 유기적인 협력 체계 구축이 요망된다. 유기적인 협력 체계는 오프라인과 온라인 측면에서 고려해 볼 수 있다.

우선 오프라인 측면에서 첫째, 'Invest Korea'는 각 지방담당관 제도를 신설하여 책임과 권한을 갖고 각 지방자치단체의 외국인투자 유치 지원을 도모하는 방안을 고려해 볼 수 있다. 둘째는 'Invest Korea' 내에 우리나라 각 지자체 외국인투자유치 사무소를 개소토록 하는 방안이다. 이는 중앙부서와 지자체간 의견교환 촉진과 정보접근 측면에서 중요하다. 현재 Invest Korea Plaza에 내에 지방자치단체가 입주하

도록 유도하고 있으나 좀 더 적극적인 방안이 요구된다.

한편, Invest Korea와 각 지방자치단체간 외국인투자유치와 관련된 모든 정보, 지식, 경험을 실시간으로 공유하기 위해서는 최근 활발히 도입되고 있는 온라인상에서의 지식관리시스템(knowledge management system) 구축이 시급히 요구된다.

참고문헌

- 권영철, “외국인 직접투자에 대한 현지국 정부의 인센티브 결정: 교섭력 모델,” 무역학회지, 제24권 제1호, 한국무역학회, 1999, pp.151-164.
- 권영철, “마케팅 개념에 입각한 외국인직접투자 유치 정책,” 국제경영리뷰, 5권 1호, 2001, pp.1-27.
- 김명신, 중국투자입지 선정을 위한 제언, KOTRA, 2002.
- 김완순.임성훈. “투자진흥기관의 투자유치활동이 외국인투자 유입에 미치는 영향”, 국제통상연구, 제5권 제1호, 2000, pp.109-129.
- 김준동, 외국인직접투자의 장애요인과 촉진방안, 대외경제정책연구원, 1997.3.
- 대구경북개발연구원, 외국자본유치를 통한 지역경제 활성화 방안, 1998.6.
- 대외경제정책연구원, 외국인투자유치정책: 국제적 성공사례와 시사점-투자자유지역에 관한 보고서, 3460-1186
- 박완수, “지방자치단체의 외국인투자 유치방안(경남의 경험과 동서협력 모색)”, 마케팅과학연구 제2집, 1998. 11
- 백상호, 임성훈, 김덕준, 오동화, 김기학, 유상원, 주요국가의 외국인투자유치 제도, KOTRA외국인투자지원센터, 2003.
- 산업연구원, 한국의 투자환경 개선방안, 1996.12.
- 산업연구원, 외국인직접투자의 일석오조 효과 분석, 2001.6.
- 산업자원부 보도자료, 2004년 외국인직접투자 실적 및 2005년 전망과 과제, 2005.1.5.
- 서인원, 경북지역 관광산업 경쟁력 강화방안, 대구경북개발연구원, 2003.12.
- 신동화, 주요국의 투자자관계 관리사례, 대외경제정책연구원, 1998.
- 인베스트코리아, 2004년 외국인직접투자 동향 및 특징, 인베스트코리아, 2005
- 임성훈, 동북아시아 전략적 외국인투자 마케팅, 학현사, 2004.
- 전경련, 한중 산업단지 경쟁력 비교 및 정책과제, 2004.
- 천상덕.김홍석, 아시아 경쟁국가간 투자유치의 경쟁요인 비교, 산업연구원, 1998.
- 최홍석·안종석, 중국 해외직접투자유치의 발전 추이, 효민출판사, 1999.
- 한국갤럽, ‘2004년 외국한국인투자기업 경영/생활환경 애로조사 보고서’ 2004.
- 한국수출입은행, 중국 서부지역의 진출 유망산업과 우리의 진출전략. 2003.
- 한상국, 중국 조세제도와 관계 법률, 한국조세연구원, 2002.
- 허난성 홍보책자 및 CD, Guide to investment in Henan, 2003.
- Invest Korea 홈페이지(www.investkorea.or.kr)
- KOTRA 홈페이지 (<http://www.kotra.or.kr>)
- 중국투자 가이드 홈페이지 (<http://www.fdi.gov.cn>)
- 허난성 상무청 홈페이지 (<http://www.hncom.gov.cn/>)

허난성 투자가이드 홈페이지 (<http://www.fdi-hn.gov.cn>)

- Arpan, J.S. "The impact of state incentives on foreign investor's site selections", *Federal Reserve Bank of Atlanta Economic Review*, 66(December), 1981, pp.36-42.
- Billerbeck, K. and Yasugi, Y. "Private direct foreign investment in developing countries," *World Bank Staff Working Paper No.348*, 1979.
- Bradberry, T.L. *U.S. multinational corporate manager's response to investment incentives and performance requirements*, Ph.D. dissertation, University of Texas at Dallas, 1986.
- Brossard, H. "Importance of organizations for investment promotion during an investment decision process: An exploratory study", *Management International Review*, Vol 38, No.3. 1998.
- Cable, V. and Persaud B. *New trends and policy problems on foreign investment: The commonwealth Secretariat*, Kent: Croom Helm Ltd. 1987.
- Contractor, F.J. *Government policies and foreign direct investment*, New York: UNCTC. 1991.
- _____. "Promoting foreign direct investment in developing countries", *The International Trade Review*, IX(1), 1995.
- Encarnation, D.J. and Well, Jr., "Sovereignty en grade: Negotiating with foreign investors," *International Organization*, 39(1), 1985, pp.47-78.
- Globerman, S. and Safarian, A.E. The impact of government policies on foreign direct investment: The Canadian Case," *Journal of International Business Studies*, 30(3), 1999, pp.492-513.
- Grosse, R. "The bargaining relationship between foreign MNEs and host governments in Latin America," *The International Trade Journal*, X(4), 1996.
- Guisinger, S.E. "Investment incentives and performance requirement: they matter", *The CTC Reporter*, 20(Autumn), 1985.
- Jain, S.C. and Puri, Y. "Role of multinational corporations in developing countries: Policy makers' view", in Ghosh, P.K.(ed.), *Multinational corporations and third world development*, Westport, Connecticut: Greenwood Press, 1984.
- Lim, D. "Fiscal incentives and foreign direct investment in less developed countries", *Journal of Development Studies*, (Jan), 1983.
- Kotler, P. Jatusripitak, S. and Maesincee, S. *The marketing of nations*, NY: The Free Press, 1997.

- Kumar, N. "Determinants of export orientation of foreign production by U.S. Multinationals: An inter-country analysis", *Journal of International Business Studies*, 25(1), 1994.
- MRI, China; Business and Taxation Guide, 2003.
- Reuber, G.L. et.al, *Private Foreign Investment in Development*, Calarendon Press, Oxford, 1973.
- Robinson, R.D. (ed), *Direct foreign investment: Costs and benefits*, NY: Praeger, 1987.
- Root, F.R. "Environmental risks and the bargaining power of multinational corporations", *The International Trade Journal*, 3(1), 1988.
- Shaw, S. and Toye, J. *Fiscal incentives for firms in some developing countries: Survey and Critique in Taxation and Economic Development*, London: Frank Cass. 1978.
- Siebert, Horst(ed.). *Locational competition in the world economy*. J.C.B. Mohr(Paul Siebeck) ' Tubingen, 1995.
- Tong, H.M. *Plant location decisions of foreign manufacturing investors*, Michigan: UMI Research Press, 1979.
- United Nations, *Formulation and implementation of foreign investment policies*, Selected Key issues, N.Y. Transnational and Management Division, Department of Economic and Social Development, 1992.
- United Nations, *World Investment Report*, UNCTD, 1995.
- United Nations, *Transnational corporations and international trade: selected issues*, UNCTC, 1985.
- Wells, L.T. Jr. and Wint, A.G. "The public-private choice: the case of marketing a country to investors", *World Development*, 19(7), 1991.
- Wells, L.T and Wint, A.G. Don't stop with the one-stop shop: Foreign investment in a liberalizing Third world", *The International Executive*, 35(5), 1993.
- Wint, A.G. "Promoting transnational investment: organizing to service approved investors", *Transnational Corporations*, Vol.2, 1993.
- Young, S.H. and Wilson, A. "Targeting policy as a competitive strategy for European inward investment agencies", *European Urban and Regional Studies*, 1(2), 1994, pp.143-159