

기업관계자가 본 광주·전남의 기업유치와 투자환경

The Inducement of Firms and Investment Environment
in Gwangju and Jeonnam: Management's Perspective

강법식 호남대학교 호남발전연구원 연구위원(제1연구자)
김덕모 호남대학교 신문방송학과 부교수

※ 주요단어: 기업유치, 투자환경, 지역발전, 지역이미지

목 차

- I. 서론
 - 1. 연구목적
 - 2. 조사대상 및 방법
- II. 선행연구고찰
- III. 광주·전남의 기업유치와 투자환경
 - 1. 기업경영환경
 - 2. 기업유치 활동 및 효과
 - 3. 투자환경 및 개선사항
- IV. 결론: 기업하기 좋은 환경조성을 위한 제언

I. 서론

1. 연구목적

통계청 자료에 의하면 2004년 12월 말 현재 전국 16개 시·도 중 광주광역시의 지역내총생산은 1조 6,818억 원으로 전국 총생산액의 2%이며, 전남은 3조 7,940억 원으로 전국 총생산액의 4%로 타지역에 비해 경제규모가 매우 작고, 농·수산업 등 1차 산업의 비중이 매우 큰 것으로 나타났다. 이러한 경제규모와 산업구조로 인해 광주·전남은 높은 실업률과 낮은 재정자립도 및 1인당 소비 지출액 등 각종 경제지표가 전국 최하위권이며, 지역발전의 성장동력이 될 제조업과 도로, 항만 등 열악한 산업 및 사회기반시설로 말미암아 국내외 기업의 투자유치 또한 타지역에 비해 불리한 실정이다.

광주·전남지역의 기업관계자(내부기업 96명; 외부기업 60명) 156명을 대상으로 실시한 설문조사에서 응답자들은 전국 16개 시·도 중 가장 기업하기 힘든 지역으로 강원(30.8%), 제주(28.2%), 전남(13.5%), 광주(9.6%) 순으로 평가하였으며, 광주보다는 전남이 상대적으로 기업하기 힘든 지역으로

평가하였다(<표 1 참조>). 또한 응답자들은 가장 바람직한 지역경제 활성화 방향에 대해 타지역 대기업 유치(27.2%), 타지역 중소기업 유치(23.2%), 지역내 광산업 육성(15.0%), 지역연고 대기업육성(14.5%), 문화관광산업 육성(12.2%), 디자인산업 육성(7.9%) 순으로 답하였으며, 지역경제 활성화를 위해 적극적인 외부기업유치가 필요하다는 인식을 갖고 있었다.

낙후된 광주·전남지역의 경제 활성화를 위한 최우선 방안으로 국내외 기업들의 투자유치 필요성이 강조되고 있다. 외부기업유치는 낙후된 지역 사회에 생기를 불어넣고, 산업구조 다변화를 통해 고용창출(실업률감소), 고용수준의 유지, 산업의 경쟁력 강화, 조세기반의 창출, 지역부의 보존, 지역경제의 안정, 경제적인 자급자족, 지역자산가치의 증식, 빈곤의 감소 또는 퇴치 등의 효과를 기대할 수 있다(강병수, 1997; 권선주, 1997).

국내의 기업들의 투자유치를 위해서는 사회기반시설은 물론 노사 간 평화, 중앙정부 및 지방정부의 지원, 지역민들의 참여 등 기업하기 좋은 여건이 마련되어야 투자유치로 이어질 수 있다(강병수, 1997; 강태구, 2003). 그러나 국내외 기업들은 광주·전남지역을 열악한 사회기반시설, 강성

<표 1> 16개 시·도 중 가장 기업하기 힘든 도시 설문조사 결과

(단위: %)

구분	경기	인천	서울	대전	울산	충남	경남	전남	광주	부산	경북	충북	대구	전북	제주	강원
내부기업	0.0	0.0	5.2	1.0	1.0	1.0	0.0	14.6	10.4	0.0	0.0	8.3	1.0	0.0	27.1	30.2
외부기업	1.7	1.7	3.3	0.0	1.7	1.7	0.0	11.7	8.3	0.0	0.0	3.3	0.0	5.0	30.0	31.7
전체	0.6	0.6	4.5	0.6	1.3	1.3	0.0	13.5	9.6	0.0	0.0	6.4	0.6	1.9	28.2	30.8

자료: 자체조사결과

1) 설문조사대상 및 분석방법에 대해서는 I장 2절을 참고하기 바람.

노조, 반기업적 정서가 많아 ‘기업하기 힘든 지역’으로 인식하고 있어 공장이전과 투자를 꺼리는 실정이다(광주일보, 2004. 11. 15). 따라서 지방 정부는 물론 지역민, 노사 모두가 기업하기 좋은 여건을 조성해야 국내의 투자유치를 담보할 수 있을 것이다.

외부기업유치를 통한 지역경제 활성화에 대한 선행연구들은 대부분 외부기업 유치를 위한 투자 지원, 사회기반시설 확충, 조세감면, 용지매입비 지원, 시설보조금 등 제도적 개선에 중점을 두고 있다. 그러나 외부기업을 유치하기 위해서는 제도적 개선뿐만 아니라 외부기업의 애로사항을 파악하고, 외부기업을 우대하고 지원하는 새로운 경제문화 형성을 통해 기업하기 좋은 환경이 조성되어야 한다. 그럼에도 불구하고 외부진출기업의 애로사항을 파악하고 해결하기 위한 노력은 부족했다.

본 연구는 광주·전남지역의 경제 활성화 차원에서 추진하고 있는 외부기업유치와 관련하여 현재 기업활동에 참여하고 있는 광주·전남지역 내·외부기업²⁾ 관계자를 대상으로 기업경영환경, 기업유치활동 및 효과, 투자환경 및 개선사항 등을 파악하고, 기업하기 좋은 환경을 만들기 위한 방안을 모색하고자 한다.

2. 조사대상 및 방법

현재 광주·전남지역에서 기업활동에 참여하고 있는 관리직 이상의 기업관계자(내부기업 96명, 외부기업 60명) 156명을 대상으로 2005년 3

월 25일부터 2005년 5월 9일까지 직접면담 조사를 실시하였다. 내부기업 관계자는 금호타이어 25명, 삼호중공업 18명, 중소기업체 53명으로 구성되었으며, 외부기업 관계자는 삼성광주 전자 14명, 대우 31명, 여수 LG화학 15명으로 구성되었다.

광주·전남의 기업유치와 투자환경에 대해 알아보기 위해 기업경영환경(20문항), 기업유치활동 및 효과(19문항), 투자환경 및 개선사항(8문항)에 관련된 총 47개 문항을 작성하였다. 각 문항은 동의 정도가 낮으면 1점에서 동의 정도가 높아짐에 따라 1점씩 가산하는 방식을 적용하여 5점 Likert 척도로 점수화하였다. 통계분석은 각 질문항목별로 나타난 두 집단(내·외부기업 관계자) 간 인식의 차이를 검증하는 t-검정을 통해 이루어졌다.

II. 선행연구고찰

광주지역은 제조업부문이 상대적으로 취약하고 서비스업의 비중이 높은 특징을 갖고 있으며, 호남권의 정치, 경제, 문화, 교육 등의 중심지로서의 역할에 비해 생산기반이 취약하여 도시의 기능이 생산보다는 소비기능에 치우쳐 있는 실정이다(김안호, 2000). 이민원(2001)은 광주지역경제가 열악한 이유는 99.8%에 달하는 중소기업의 비중과 대기업을 제외한 대부분의 지역기업들의 열악한 자금사정이며, 보다 핵심적인 이유로는 산업의 연결성 부족, 기존사업에 대한 지나친 애착, 디지털산업에 대한 부적절한 시각, 비현실적인 중소기업

2) 내부기업은 광주·전남지역에 본사를 두고 기업활동을 하고 있는 기업을 말하며, 외부기업은 타지역에 본사를 두고 광주·전남지역에 자본 및 기술을 투자하여 사업장을 두고 기업활동을 하고 있는 기업을 말한다.

업육성책 등이라고 주장하였다. 그는 특히 새로운 산업 혹은 대기업을 유치하더라도 관련부품산업이 발달되어 있지 않으면 외지의 부품산업에 의존할 수밖에 없고 지역경제에 큰 영향을 주지 못하기 때문에 현실적인 중소기업육성정책과 우수한 인력 확보 및 기술수준 향상에 노력해야 한다고 주장하였다.

광주·전남은 산업구조의 취약성과 지역경쟁력의 약화를 제거함으로써 광주·전남에 대한 투자환경을 투명하게 조성하려는 목적으로 2개의 국가공단 및 5개의 지방 산업단지를 조성하여 국내외 제조업체들을 유치하고 있지만 미흡한 실정이다. 왜냐하면, 광주·전남은 다른 지역에 비해 사회간접자본시설(SOC)이 절대적으로 부족하고 강성노조에 반기업 정서가 많은 지역이라는 나쁜 이미지를 가지고 있기 때문이다. 그러나 홍성우(2004)의 연구에 의하면 1993년부터 2000년까지 광주의 노사분규건수는 전국대비 절반수준이며 2001년과 2002년은 전국에 비해 많아졌으나 2003년에는 예전수준으로 다시 하락한 것으로 조사되었다. 따라서 지방정부는 투자유치를 위해 노동운동의 과장된 강성 이미지를 교정하기 위해 노력해야 한다고 주장하였다.

심재희(2004)는 1980~1995년 동안의 한국의 지역별 자료를 분석한 결과 지역별 사회간접자본과 경제성장간에 정(+)의 상관관계가 존재함을 발견하였다. 이러한 결과는 지역경제 발전전략으로서의 사회간접자본의 긍정적 역할을 의미하는 것으로, 이는 사회간접자본 확충을 위한 지방정부 차원의 적극적인 노력이 이루어져야 하는 당위성을 갖는 것이고, 향후 중앙정부의 사회간접자본 투자정책은 지역균형발전 차원에서도 그동안 투자

배분에서 소외되어 왔던 낙후지역을 중심으로 이루어져야 함을 시사하는 것이기도 하다(심재희, 2004, p387).

외부기업유치를 위해 지방정부는 생산활동에서 발생하는 거래비용, 즉, 도로, 항만 등 사회간접자본의 확충, 양호한 입지조건을 갖춘 공단의 개발, 각종 규제의 완화 및 폐지, 세제 및 금융상의 혜택 등을 통하여 생산활동의 거래비용을 낮추어야 한다. 이와 같이 생산활동에서 발생하는 거래비용을 축소시킨다면, 이는 지역경제 전체의 효율성 제고로 이어지는 동시에 외부자본의 유치에도 일익을 담당할 것이기 때문이다(박진석, 1999). 그러나 재정능력이 미약한 광주·전남은 신규 생산시설의 유치에 상대적으로 불리한 실정이다. 왜냐하면 인구가 많고 경제기반이 충실하여 지방재정이 양호한 타지역에 비해 그렇지 못한 광주·전남은 신규 생산시설의 유치를 위한 지원규모가 적을 수밖에 없기 때문이다(김명호, 2000).

임현준(2004)의 연구에 의하면 광주·전남지역의 잠재성장률은 장기적으로 둔화추세를 보이고 있으며 최근(2001~2003년)에는 우리나라 경제 전체의 잠재성장률 추정치인 5% 수준에 비해서도 크게 낮은 3.1% 수준에 머물고 있을 뿐 아니라 대도시 권역들 가운데 가장 빠른 둔화세를 보이고 있는 것으로 나타났다. 따라서 향후 지역경제의 성장잠재력 확충을 위해 기존 주력산업의 생산성을 제고하고 이를 대체할 신규 유망산업을 발굴·육성하는 한편 내외국인 투자유치를 촉진할 수 있도록 산업기반 및 생활 인프라의 확충에 주력해야 한다고 주장하였다.

광주·전남권 경제를 활성화시키고 지역격차

를 해소하기 위해서 무엇보다 요구되는 것은 지역 산업, 지방정부, 그리고 지역주민 모두의 의식전환과 생산활동의 여건을 개선하려는 지역 스스로의 적극적인 노력이다. 즉, 광주·전남권경제가 발전하기 위해서는 중앙정부 차원의 투자보다는 지역 스스로의 노력이 선행되어야만 하며, 이는 지역산업이 효율적으로 운용되고, 각종 거래비용이 낮아 경제활동이 원활하며, 생산적인 경제활동으로 축적된 부에 대한 긍정적인 사고가 보장되어야만 외부기업의 자본이 유입되는 등 시장경제의 원리에 따라 지역경제가 활성화될 수 있기 때문이다(박진석, 1999. p10).

기업유치는 지방자치단체의 노력만으로는 불가능한 일이고, 효과적인 기업유치를 위해서는 지역이 구매력을 가져야 하며 지역에서 생산된 제품을 우선적으로 사주는 지역문화가 형성되어야 한다(오수열, 2004).

정경수(1993)는 광주·전남지역소재 139개 수출입업체를 대상으로 실시한 설문조사에서 수출입업체들은 매출부진(26.6%), 자금조달(21.3%), 인력확보(15.3%), 원자재확보(8.3%) 등의 순으로 경영상의 애로점을 갖고 있었으며, 수출증대를 위한 방안 내지는 제도적 개선사항으로 자금지원(25.14%), 기술개발지원(20.14%), 세제지원(14.87%), 해외수출과 투자정보의 지원(13.19%)이 필요한 것으로 조사되었다. 수출입업체들이 자금지원을 가장 필요한 사항으로 들고 있는 것이 지역 수출입업체들이 대부분 중소기업체로 담보부족이나 대출한도의 부족으로 자금대출이 용이하지 않기 때문인 것으로 사료된다.

최외출(1995)은 김천시와 상주군 및 영천군에 유치된 91개 업체를 대상으로 실시한 지역기업의

지원정책에 대한 설문조사결과 조사대상업체들의 입주동기는 공장부지 확보용이(38.4%), 세제 및 금융지원 혜택(35.6%), 노동력풍부(8.7%), 관련 부대시설 양호(8.2%) 등이었으며, 입주 만족도를 묻는 질문에 18.6%가 대체로 만족, 46.6%가 보통이라고 응답하였으며, 33.9%가 만족하지 않다고 응답하였다. 입주불만의 이유는 노동력확보의 어려움(37.7%), 원자재 및 부품확보 곤란(18.2%), 공해방지시설 투자부담 과다(14.3%)의 순으로 나타났다. 행정적 개선사항에 대해 행정절차 규제 및 사업활동 규제의 완화(31.8%), 기술정보 제공활동의 강화(31.3%), 경제적 규제(진입규제, 금융규제 등)의 완화(24.1%), 판로개척지원(11.1%)의 순으로 나타났다(최외출, 1995. pp111-114).

전원보(1998)는 부산지역소재 257개 제조업체를 대상으로 실시한 설문조사결과 제조업체들은 부산지역경제 정책이 지역적 특성이나 여건과는 상관없이 중앙정부에서 획일적으로 수립·집행해왔기 때문에 지역기업들의 기업활동상의 애로사항을 해결해 하는 데 큰 도움이 되지 않고 있으며, 향후 독자적인 지역경제계획을 수립하고 집행하는 것이 필요하며 지역기업들의 경영활동상의 애로사항을 해결하는 데 적극적인 노력이 필요하다는 인식을 갖고 있었다.

지역경제 발전모형은 소수의 대기업을 유치하는 방안과 다수의 중소기업을 육성시키는 방안으로 구분된다. 대기업 중심의 지역경제 발전모형을 채택하기 위해서는 공항이나 항구 등 대규모 물동량을 신속하게 처리할 수 있는 산업지원시설이 절대적으로 필요하지만, 기업체가 필요로 하는 자본이나 기술 및 정보획득, 시장의 판로개척 등을 자체적으로 해결할 능력이 있기 때문에 지방자치단

체에서 지역경제 활성화를 위해 실행해야 할 과제는 환경보전 및 지역경제 활동의 홍보 등 비교적 간단하다. 한편 다수의 중소기업을 유지하는 지역경제 발전모델에서는 지방자치단체가 수행해야 할 과제가 매우 많다. 중소기업은 흔히 자본력 부족, 경영능력의 미숙, 정보 및 기술 습득기회의 제약, 제품판매 시장 개척의 부진 등 여러 가지 문제점을 가지고 있기 때문에 지역경제를 활성화시키기 위해 지방자치단체가 수행해야 할 과제가 매우 많게 된다. 중소기업 중심의 지역경제 발전모형에서 지방자치단체가 수행해야 할 업무는 기업체들에게 정부보조금 및 은행융자 등 자금을 알선하고, 회계, 법률 및 세금 등 정부기관에서 주로 취급하고 있는 업무를 돕고, 특허 및 창업지원 등이 포함된다(강병주, 1999. pp84-85).

강병주(1999)는 지역 내에서 기술인력을 양성하여 산업체에 공급하는 방안은 지방자치단체 산업체의 대다수가 중소기업임을 감안할 때 개별기업에서는 인력양성을 위한 투자가 거의 불가능하기 때문에 지방자치단체에서 지역소재 기업체가 필요로 하는 인력양성의 일환으로 직업훈련원을 설치하여 기술인력을 육성하고 개별 중소기업체에서는 직업훈련원에 파견하는 직원에 대한 훈련경비를 부담하는 형태의 기술교육체제를 구상해야 한다고 주장하였다.

박용규(2005)는 지방자치단체가 대기업이나 외자유치를 통한 외생적 신산업 육성전략을 추진할 경우 대상 기업의 업종, 기능, 성장단계, 기업

의 경영이념 등 투자대상 기업에 대한 맞춤형 입지요인 확충이 중요하며, 이를 위해 핵심적 규제 완화, 대규모의 저렴한 부지의 확보, 종업원을 위한 양호한 배후도시 건설, R&D 시설과의 접근성, 노사관계의 안정성, 양호한 인력 풀의 확보 등이 필요하다고 주장하였다.

최용호(1987), 최외출(1995), 조철주(1996), 강병수(1997), 신승춘(2000) 등은 창업보육센터(Business Incubator)³⁾ 설립하여 중소기업이 창업과정에서 부담하게 되는 위험부담을 완화시키고 창업을 촉진하여 지속적으로 성장할 수 있도록 지원해야 한다고 주장하였다. 신승춘(2000)은 중소기업의 경우 자금 및 인력과 함께 기술, 판매, 유통, 관리상의 정보부족 때문에 경쟁력의 확보는 물론 기업운영에 어려움을 겪게 되므로, 중소기업의 기술혁신활동에 필요한 다양한 정보를 종합적으로 지원하는 정보센터의 설립이 필요하다고 주장하였다.

손상락·이시화(2003)는 지역스스로가 기업가적 투자마인드를 활용하여 특성화된 발전을 도모할 수 있도록 지역특화발전특구제도⁴⁾를 적극 추진하여 지역경제를 활성화하고, 기업하기 좋은 환경을 조성하여야 한다고 주장하였다. 지역특화발전특구는 지역에 따라 인적자원, 경제구조, 문화, 기질 등이 다르기 때문에 발전 잠재력 또한 당연히 다를 것이므로, 전국 일률적 시행이 아니라 특정지역에 한정하여 지역별 특성에 맞게 규제를 완화한다는 것이 합리적이라고 하였다.

3) 창업보육센터는 중소기업을 창업하려는 예비기업가가 직면하게 되는 재원 및 경험부족을 지원하여 창업에 필요한 적절한 시설 및 공간(사업장), 공용서비스, 기술 및 경영지도 등의 서비스를 제공하는 시설물을 일컫는다.

4) 지역경제 활성화를 위하여 지역특성에 따른 특구를 지정하고, 각종 규제를 완화해주는 제도 즉, 기초자치단체가 지역경제를 활성화하기 위한 특화산업을 추진하는 과정에서, 일정지역을 특구로 지정하여 규제의 특례를 적용하는 제도이며, 2004년 9월 지역특화발전특구제도의 근거법인 '지역특화발전특구에 대한 규제 특례법'과 시행령이 시행됨에 따라 본격 시행되었다.

III. 광주·전남의 기업유치와 투자환경

1. 기업경영환경

다음 <표 2>는 광주·전남지역 내·외부기업 관계자를 대상으로 실시한 질문내용 및 질문항목에 따른 집단 간 평균과 표준편차, t-값과 유의확률 값을 나타내 주고 있다. <표 2>에서 보듯이, 기업관계자들은 ‘지역민의 외부기업에 대한 우호적 태도’(질문 1)에 대해 5점 만점 중 평균 3.07점으로 비교적 낮게 평가하였으며, ‘지역민의 타지역인에 대한 우호적 태도’(질문 2)에 대해 평균 3.15점으로 역시 낮게 평가하였다. 또한 내·외부 기업관계자 두 집단간 평가 차이는 통계적으로 유의미하지 않았다. 국내외 기업들이 투자지역을 결정하는 중요한 요인 중의 하나가 기업에 대한 지역민들의 호의적인 태도라는 점을 감안할 때, 지방정부는 외부인과 외부기업이 배타적인 느낌을 갖지 않도록 외부자본과 기업에 대한 긍정적인 이미지 조성을 위한 적극적인 홍보활동을 전개하여 지자체 구성원들의 자발적인 참여를 통해 친기업적 정서가 정착되도록 유도해야 할 것이다.

광주·전남의 경제력(질문 3·4)에 대해 기업관계자들은 광주지역의 경우 평균 2.38점, 전남의 경우 평균 1.81점으로 매우 낮게 평가하였으며, 지역경제 활성화를 위해 적극적인 외부기업 유치가 절대적으로 필요하다는 인식을 갖고 있었다. 내부기업 관계자는 광주·전남의 경제력을 외부기업 관계자에 비해 상대적으로 더 낮게 평가하고 있었으나, 두 집단 간 평가차이는 통계적으로 유의미하지 않았다.

기업경영환경과 관련된 기타 질문항목(질문

6~20) 중 ‘저렴한 노동임금’(질문 7, 평균 3.56점), ‘동북아 경제권의 중심지가 될 지정학적 이점’(질문 9, 평균 3.19점), ‘관광문화자원 풍부’(질문 10, 평균 3.42점), ‘미래발전 가능성’(질문 12, 평균 3.01점), ‘기업활동의 입지조건’(질문 14, 평균 3.12점)에 대해서 평균 3.01점에서 3.56점 사이로 평가하였다. 그러나 ‘광주·전남의 비교우위 요소’(질문 5, 평균 2.35점), ‘안정된 노사관계’(질문 6, 평균 2.64점), ‘생활여건’(질문 8, 평균 2.63점), ‘사회기반시설’(질문 11, 평균 2.65점), ‘시장규모 및 성장성’(질문 15, 평균 2.71점) 등 나머지 질문항목에 대해 평균 3.0점 이하로 매우 낮게 평가하고 있었다.

광주·전남의 기업경영환경에 대해 내부기업 관계자들이 외부기업 관계자들보다 상대적으로 더 높게 평가하고 있는 것으로 조사되었다. 내부기업 관계자들은 외부기업 관계자들에 비해 ‘저렴한 노동임금’(질문 7)에서 평균 0.63점($P<0.001$), ‘동북아 경제권의 중심지가 될 지정학적 이점’(질문 9)에서 평균 0.56점($P<0.01$), ‘관광문화자원 풍부’(질문 10)에서 평균 0.56점($P<0.01$), ‘미래발전 가능성’(질문 12)에서 평균 0.45점($P<0.05$), ‘기업활동의 입지조건’(질문 14)에서 평균 0.49점($P<0.01$), ‘우수한 인적자원’(질문 19)에서 평균 0.38점($P<0.05$), ‘지역기업의 경영투명성’(질문 20)에서 평균 0.37점($P<0.05$)을 더 높게 평가하였다.

광주·전남의 기업경영환경에 대한 조사결과를 종합해 보면, 기업관계자들은 전반적으로 광주·전남은 매우 열악한 기업경영환경을 갖고 있다고 인식하고 있다. 기업활동이 활발하게 이루어질 수 있는 환경을 조성하기 위해 지방정부는 세제 및 행정지원 강화, 사회기반시설 확충, 투자인프라

<표 2> 질문내용 및 분석결과

가. 기업경영환경에 관한 질문내용	내부기업	외부기업	기업전체	t-값
1. 지역민은 외부기업에 대해 우호적인 태도를 가지고 있다	3.15(0.94)	2.95(0.91)	3.07(0.93)	1.64
2. 지역민은 타지역인(외부인)에 대해 우호적인 태도를 가지고 있다	3.26(0.98)	2.97(0.92)	3.15(0.96)	3.45
3. 전국 16개 시·도와 비교하여 광주시의 경제력은 높다	2.35(0.85)	2.43(0.76)	2.38(0.82)	0.34
4. 전국 16개 시·도와 비교하여 전남의 경제력은 높다	1.81(0.81)	1.83(0.84)	1.81(0.82)	0.05
5. 기업이 매력을 느낄만한 특별한 비교우위 요소를 가지고 있다	2.44(0.97)	2.20(0.79)	2.35(0.91)	2.52
6. 노사관계는 안정적이다	2.70(0.98)	2.55(0.87)	2.64(0.94)	0.91
7. 노동임금은 저렴하다	3.80(1.07)	3.17(1.06)	3.56(1.11)	***13.07
8. 교육, 문화, 의료 등 생활 인프라 여건이 양호하다	2.72(0.85)	2.50(0.70)	2.63(0.80)	2.76
9. 동북아 경제권의 중심지가 될 지정학적 이점이 있다	3.40(1.05)	2.87(1.18)	3.19(1.13)	***8.47
10. 관광문화 자원이 풍부하다	3.64(1.21)	3.08(1.03)	3.42(1.17)	***8.54
11. 기업하기에 좋은 산업기반시설을 가지고 있다	2.75(0.91)	2.48(0.93)	2.65(0.92)	3.08
12. 미래에 발전가능성이 높은 지역이다	3.18(1.08)	2.73(1.10)	3.01(1.11)	**6.09
13. 기업경영 및 기업투자 측면에서 양호한 지역이다	2.79(0.95)	2.68(0.79)	2.75(0.89)	0.54
14. 토지/택지가격, 지리적 접근성 등 기업활동의 입지조건이 좋다	3.31(0.98)	2.82(0.96)	3.12(1.00)	***9.47
15. 시장규모 및 성장가능성 등 지역의 시장성이 높다	2.80(0.90)	2.57(0.78)	2.71(0.86)	2.76
16. 지방정부의 비즈니스 마인드가 좋다	2.68(0.85)	2.53(0.87)	2.62(0.86)	1.03
17. 지방정부의 재정 및 세제지원 등 행정지원 서비스가 좋다	2.53(0.78)	2.47(0.76)	2.51(0.77)	0.26
18. 노동시장의 유연성이 높다	2.74(0.90)	2.53(0.79)	2.66(0.86)	2.09
19. 우수한 인적자원(노동인력과 연구인력)이 풍부하다	2.88(1.04)	2.50(0.83)	2.73(0.97)	**5.57
20. 지역기업이나 향토기업의 경영투명성은 높다.	2.75(0.85)	2.35(0.75)	2.58(0.83)	***7.50
나. 기업유치활동에 관한 질문내용	내부기업	외부기업	기업전체	t-값
21. 광주시는 기업유치활동을 잘 하고 있다	2.96(0.74)	3.05(0.69)	2.97(0.73)	1.23
22. 전라남도는 기업유치활동을 잘 하고 있다	3.01(0.84)	2.92(0.67)	2.97(0.77)	0.53
23. 기업 및 투자유치를 위한 홍보 활동은 잘 하고 있다	2.84(0.79)	2.72(0.73)	2.79(0.77)	0.98
24. 조세감면 등 세제지원은 잘 되고 있다	2.69(0.75)	2.52(0.72)	2.62(0.74)	1.93
25. 보조금 등 재정지원은 잘 되고 있다	2.63(0.72)	2.47(0.67)	2.56(0.71)	1.84
26. 연구개발 지원 등 R&D 환경개선 및 지원은 잘 되고 있다	2.64(0.65)	2.50(0.91)	2.58(0.76)	1.16
27. 투자상담 지원 및 민원처리 원스톱 서비스 등 행정지원서비스는 잘 되고 있다	2.80(0.76)	2.62(0.88)	2.73(0.81)	1.92
28. 공무원들의 비즈니스마인드가 높다	2.56(0.76)	2.33(0.96)	2.47(0.85)	2.69
29. 산업공단 지원 및 운영관리는 잘 되고 있다	2.74(0.78)	2.53(0.74)	2.66(0.77)	2.64
30. 외부투자기업에 대한 사후관리는 잘 되고 있다	2.47(0.71)	2.50(0.79)	2.48(0.74)	0.06
31. 외부투자기업의 노동인력 양성 및 노사관계 등 인력관리는 잘 되고 있다	2.65(0.79)	2.47(0.83)	2.58(0.81)	1.80
32. 의료, 교육, 문화 등 생활인프라 기반시설 개선 및 지원이 잘 되고 있다	2.77(0.82)	2.33(0.79)	2.60(0.84)	***10.64

주: ()내는 표준편차. Likert 척도: 동의 정도가 가장 낮으면 1점, 가장 높으면 5점, ** 5% 유의수준, *** 1% 유의수준

<표 2> 계속

다. 기업유치 효과에 관한 질문내용	내부기업	외부기업	기업전체	t-값
33. 외부기업유치는 지역경제 활성화 효과가 크다	4.24(0.88)	4.00(0.93)	4.15(0.90)	2.60
34. 외부기업유치는 지역산업구조 개선효과가 크다	4.01(0.95)	3.87(0.99)	3.96(0.97)	0.80
35. 외부기업유치는 고용창출 효과가 크다	4.16(0.89)	3.83(0.99)	4.03(0.94)	**4.39
36. 외부기업유치는 첨단기술이나 전문기술 등 기술습득 효과가 크다	3.74(1.02)	3.65(0.93)	3.71(0.99)	0.30
37. 외부기업유치는 세수증대 등 지방재정수지 개선효과가 크다	3.99(0.90)	3.78(0.88)	3.91(0.89)	1.96
38. 외부기업유치는 경영자원 확보 효과가 크다	3.77(0.90)	3.45(1.03)	3.65(0.96)	**4.18
39. 광주·전남지역에 투자한 외부기업의 이미지가 과거에 비해 좋아질 것이다	3.84(0.86)	3.50(0.89)	3.71(0.88)	**5.71
라. 투자환경 개선사항에 관한 질문내용	내부기업	외부기업	기업전체	t-값
40. SOC 등 투자인프라 확충이 필요하다	4.20(0.74)	4.27(0.91)	4.22(0.81)	0.26
41. 지방정부의 행정서비스 지원 등 비즈니스 마인드 제고가 필요하다	4.03(0.78)	4.15(0.82)	4.08(0.80)	0.81
42. 각종 규제완화 등 지원제도 개선이 필요하다	4.15(0.72)	4.27(0.84)	4.19(0.77)	0.90
43. 노사 간 평화선언 등 안정된 노사문화 정착이 필요하다	4.07(0.83)	4.12(0.95)	4.09(0.88)	0.09
44. 지역기업들의 경영투명성 등 경영마인드 제고가 필요하다	4.01(0.88)	4.18(0.87)	4.08(0.88)	1.41
45. 친기업적 정서정착 등 지역민의 기업에 대한 태도가 변화되어야 한다	3.81(0.85)	4.10(1.02)	3.92(0.92)	3.61
46. 기업정보 인프라 구축과 안정적 제공이 필요하다	4.09(0.74)	4.22(0.80)	4.14(0.76)	0.95
47. 외부투자기업의 생산제품에 대한 구매운동이 필요하다	3.44(0.99)	3.72(1.10)	3.54(1.04)	2.67

주: ()내는 표준편차. Likert 척도: 동의 정도가 가장 낮으면 1점, 가장 높으면 5점. ** 5% 유의수준; *** 1% 유의수준

라구축 등 적극적인 기업지원체제를 구축해야 할 것이다.

2. 기업유치 활동 및 효과

1) 기업유치 활동

광주·전남이 추진하고 있는 외부기업유치 활동(질문 21~32)에 대해 기업관계자들은 평균 3.0 점 이하로 매우 낮게 평가하고 있었으며, ‘생활 인프라 기반시설 개선 및 지원 분야’(질문 32)를 제외한 모든 항목에서 두 집단 간 평가차이는 통계적으로 유의미하지 않았다. 그러나 내부기업 관계자 집단보다는 유치대상이었던 외부기업 관계자 집단의 평가점수가 더 낮은 것으로 조사되었다.

기업관계자들은 성공적인 기업유치를 위해서는 지방정부의 적극적인 투자유치 기반구축 및 투자인센티브 제공, 투자유치 활동 및 사후관리 등이 필요하다고 인식하고 있었다. 기업유치 활동과 관련하여 특히 주목할 만한 점은 투자유치 담당자인 ‘공무원의 비즈니스 마인드 제고’(질문 28, 평균 2.47점)와 ‘투자기업에 대한 사후관리’(질문 30, 평균 2.48점)에 대해 평균 2.5점 이하로 가장 낮게 평가 하였다는 것이다. 따라서 지방정부는 공무원의 산업정책 및 비즈니스 마인드를 함양해야 한다. 실질적 교육프로그램을 통한 지식정보시대의 지역산업경제 지원주체로서 의식을 제고해야 한다. 또한 단순히 외부기업유치에서 끝나는 것이 아니고 외부기업의 만족도를 제고시키기 위해 기

업체를 직접 방문하여 경영 및 생활 애로사항 등을 정례적으로 파악하고 해결해 나가야 할 것이다.

이러한 사후관리는 향후 후광효과(Halo Effect), 즉 광주·전남지역에 진출한 외부기업의 경영 애로사항을 보고 다른 기업이 이 지역에 진출여부를 결정하는 데 중요한 영향을 미치기 때문이다.

2) 기업유치 효과

외부기업유치(질문 33~39)가 지역에 미칠 효과에 대해 내·외부 기업관계자 모두 평균 점수가 3.50점 이상으로 비교적 높게 평가하고 있는 것으로 조사되었다. 특히 외부기업의 투자유치는 지역경제 활성화(질문 33, 평균 4.15점)와 고용창출(질문 35, 평균 4.03점)효과가 매우 높다고 평가하였으며, 산업구조개선(질문 34, 평균 3.96점), 지방재정증대(질문 37, 평균 3.91점), 기술습득(질문 36, 평균 3.71점), 기업이미지 개선(질문 39, 평균 3.71점), 경영자원 확보(질문 28, 평균 3.65점) 효과 순으로 긍정적인 효과가 있다고 응답하였다.

기업유치 효과에 대해 두 집단 간 평균 점수가 유의미한 차이를 보이고 있는 항목은 3가지 평가항목으로서, 내부기업 관계자 집단이 외부기업 관계자 집단에 비해 고용창출효과에서 평균 0.33점($P<0.05$), 경영자원 확보효과에서 평균 0.32점($P<0.05$), 기업이미지 개선효과에서 평균 0.34점($P<0.05$)이 더 높게 평가한 것으로 조사되었다.

3. 투자환경 및 개선사항

1) 투자환경

광주·전남지역의 투자 매력요소에 대해 기업관계자들은 기업의 입지조건(32.8%), 풍부한 노동력

(30.2%), 지방정부의 적극적인 지원(11.5%), 미래발전 가능성(10.3%), 풍부한 관광문화자원(8.9%) 순으로 응답하였다(<표 3>). 외부기업관계자는 내부기업관계자에 비해 상대적으로 풍부한 노동력과 풍부한 관광문화자원에 대해서는 더 낮게 평가하였으나, 미래발전 가능성과 지방정부의 적극적인 지원에 대해서는 더 높게 평가하고 있었다.

광주·전남지역의 투자 기피요소에 대해 기업관계자들은 사회기반시설의 취약(30.8%), 강성노조 등의 부정적 지역이미지(26.2%), 외부기업(인)에 대한 배타적인 지역정서(17.6%), 지방정부 지원미비(6.5%), 지리적 접근성(5.9%), 지역경제의 낙후성(5.4%) 순으로 응답하였다. 내부기업 관계자는 강성노조 등의 부정적 지역이미지와 외부기업(인)에 대한 배타적인 지역정서에 대해 외부기업관계자보다 더 부정적으로 평가하였고, 외부기업관계자는 사회기반시설의 취약과 지역경제의 낙후성에 대해 내부기업관계자보다 더 부정적으로 평가하였다.

광주·전남지역의 열악한 사회기반시설, 특히 광역교통망 및 물류시설의 미흡은 물류비용을 가중시키고, 이러한 높은 물류비용은 외부기업들의 투자 기피현상을 초래하는 주요인으로 작용한다는 점에서 지방정부는 사회기반시설 구축 및 확충에 노력해야 할 것이다. 또한 지방정부는 강성노조 등의 부정적 지역이미지 개선을 위해 TV, 라디오 등 방송매체를 통한 적극적인 홍보와 광고활동을 전개해야 할 것이다.

2) 개선사항

기업하기 좋은 환경조성을 위한 개선과제(질문 40~47) 중에서 '외부투자기업 생산제품에 대한

<표 3> 광주·전남지역의 투자 매력요소와 기피요소

(단위: %)

기업이전 및 기업투자 측면에서 광주·전남 지역이 가지고 있는 매력적인 요소는?								
구분		풍부한 노동력	입지조건	풍부한 관광문화자원	미래 발전 가능성	지방정부의 적극적 지원	기타	
기업 구분	내부기업 관계자	31.8	34.5	10.2	8.8	10.4	7.5	
	외부기업 관계자	28.6	31.1	7.6	11.8	12.6	5.1	
	기업전체	30.2	32.8	8.9	10.3	11.5	6.3	
기업이전 및 기업투자 측면에서 광주·전남 지역이 가지고 있는 기피요소는?								
구분		강성노조 등의 부정적 지역이미지	사회기반 시설의 취약	지역경제의 낙후성	지리적 접근성	지방정부 지원미비	외부기업(인)에 대한 배타적인 지역정서	기타
기업 구분	내부기업 관계자	32.5	32.7	4.1	5.4	5.2	18.8	3.1
	외부기업 관계자	19.8	36.8	6.7	6.4	7.8	16.4	3.7
	기업전체	26.2	30.8	5.4	5.9	6.5	17.6	3.4

주: 복수응답(Multiple Response)의 결과를 백분율로 환산한 것임.

기타 투자매력요소: 사회기반시설, 시장규모, 연구시설 등.

기타 투자기피요소: 기술수준, 연구시설, 시장규모, 소비자의 태도 등.

구매운동 필요성'(질문 47)을 제외한 모든 항목에서 내·외부 기업관계자들은 평균 3.92점 이상으로 매우 높게 공감하고 있었다. 이 결과는 광주·전남의 경영 및 투자환경 개선의 필요성에 대해 적극 공감하고 있는 것으로 해석된다.

기업관계자들은 'SOC 등 투자인프라 확충 필요성'(질문 40, 평균 4.22점), '각종 규제완화 등 지원제도 개선'(질문 42, 평균 4.19점), '기업정보 인프라 구축과 안정적 제공'(질문 46, 평균 4.14)을 우선적으로 개선해야 한다고 인식하고 있었으며, '노사 간 평화선언 등 안정된 노사문화 정착'(질문 43, 평균 4.09점), '지방정부의 비즈니스 마인드 제고'(질문 41, 평균 4.08점), '지역기업들의 경영투명성 등 경영마인드 제고'(질문 44, 평균

4.08점), '친기업적 정서정착 등 지역민들의 기업에 대한 태도 변화'(질문 45, 평균 3.92점), '외부 투자기업 생산제품에 대한 구매운동 필요성'(질문 47, 평균 3.54점) 순으로 개선되어야 한다고 인식하고 있었다.

기업하기 좋은 환경조성을 위한 개선과제에 대한 질문항목에 대해 두 집단 간 평균점수는 통계적으로 유의미한 차이를 보이지 않았지만, 내부기업 관계자 집단보다는 외부기업 관계자 집단의 평균점수가 더 높은 것으로 조사되었다.

타지역에 비해 사회기반시설이 열악한 상태인 광주·전남은 개별적인 지역경제정책을 원활하게 수행하는 데 필요한 산업기반시설을 구축하고 사회기반시설투자를 확충하여, 이 지역의 기업입지

경쟁력을 강화해야 한다. 또한 자유롭고 창의적인 기업활동에 불필요하거나 부담이 되는 규제나 제도는 시급히 개선해야 하며, 투자인센티브나 생활환경개선 등과 같은 사업 편의적 요인들을 개선하는 데 노력해야 한다.

지방정부 자체적으로 제공할 수 있는 세제지원, 재정지원, 연구개발 지원, 사전서비스 등을 종합적으로 제공하고, 지역경제 및 산업행정 분야의 전문인력을 확보하여 적극적인 기업유치활동 전개 및 사후관리를 실시하고, 지역산업과 연계된 유치전략 수립 및 체계적인 부대서비스 제공 등을 통해 이 지역이 가장 매력 있는 투자지역으로 인식될 수 있도록 최선을 다해야 한다.

IV. 결론: 기업하기 좋은 환경조성을 위한 제언

본 연구는 광주·전남지역의 경제 활성화 차원에서 추진하고 있는 외부기업유치와 관련하여 현재 기업활동에 참여하고 있는 광주·전남지역 내·외부 기업관계자 156명을 대상으로 기업경영환경, 기업유치활동 및 효과, 투자환경 및 개선사항 등을 파악하고, 기업하기 좋은 환경을 만들기 위한 방안을 모색하였다.

기업관계자들은 광주·전남의 경제력은 매우 낮고, 외부인 및 외부기업에 대해 비교적 배타적인 태도를 가지고 있으며, 낙후된 지역경제 활성화를 위해 적극적인 외부기업유치가 절대적으로 필요하다는 인식을 갖고 있었다. 또한 광주·전남의 기업경영환경은 '저렴한 노동임금'과 '풍부한 관광문화자원'을 제외하고 전반적으로 매우 열악하다고 평가하였으며, 광주·전남이 추진하고 있는 외부기업 유치활동에 대해 5.0점 만점에 평균

3.0점 이하로 매우 낮게 평가하고 있었다.

외부기업의 투자유치는 지역경제 활성화(평균 4.15점)와 고용창출(평균 4.03점) 효과가 매우 높다고 평가하였으며, 산업구조개선(평균 3.96점), 지방재정증대(평균 3.91점), 기술습득(평균 3.71점), 기업이미지 개선(평균 3.71점), 경영자원 확보효과(평균 3.65점) 순으로 외부기업유치가 지역에 긍정적인 효과가 있다고 인식하고 있었다.

광주·전남지역의 투자 매력요소에 대해 기업입지조건(32.8%), 풍부한 노동력(30.2%), 지방정부의 적극적인 지원(11.5%), 미래발전 가능성(10.3%), 풍부한 관광문화자원(8.9%) 순으로 응답하였으며, 투자 기피요소에 대해 사회기반시설의 취약(30.8%), 강성노조 등의 부정적 지역이미지(26.2%), 외부기업 및 타지역에 대한 배타적인 지역정서(17.6%), 지방정부 지원미비(6.5%), 지리적 접근성(5.9%), 지역경제의 낙후성(5.4%) 순으로 응답하였다.

기업하기 좋은 환경조성을 위해 SOC 등 투자 인프라 확충(평균 4.22점), 각종 규제완화 등 지원제도 개선(평균 4.19점), 기업정보 인프라 구축과 안정적 제공(평균 4.14)을 우선적으로 개선해야 한다고 인식하고 있었으며, 노사 간 평화선언 등 안정된 노사문화 정착(평균 4.09점), 지방정부의 비즈니스 마인드 제고(평균 4.08점), 지역 기업들의 경영투명성 등 경영마인드 제고(평균 4.08점), 친기업적 정서정착 등 지역민들의 기업에 대한 태도 변화(평균 3.92점), 외부투자기업 생산제품에 대한 구매운동 필요성(평균 3.54점)순으로 개선되어야 한다고 인식하고 있었다.

전반적으로 기업관계자들은 광주·전남의 경영 및 투자환경은 매우 열악한 상태이며 개선의

필요성에 대해 적극 공감하고 있었으며, 지방정부의 적극적인 투자유치 기반구축 및 투자인센티브 제공, 적극적인 투자유치 활동 및 사후관리 등이 필요하다고 인식하고 있었다. 특히 외부기업의 만족도를 제고시키기 위해 기업체를 직접 방문하여 경영 및 생활 애로사항 등을 정례적으로 파악하고 해결해 나가는 사후관리가 필요한 것으로 나타났다.

기업하기 좋은 환경을 조성하기 위해 지방정부는 지역주민의 자발적인 참여를 유도하고, 노사를 동시에 만족시킬 수 있는 방안을 마련해야 한다. 지방정부는 기업경영 원리를 행정에 도입하는 기업가형 지방정부가 되어야 한다. 또한 기업활동이 활발하게 이루어질 수 있도록 지방정부는 세제 및 행정지원 강화, 사회기반시설 확충, 투자인프라구축, 기업정보 인프라구축, 지역경제 및 산업행정 분야의 전문인력 확보 및 서비스제공 등 적극적인 기업지원체제를 구축해야 할 것이다.

기업은 급변하는 국내외 경영환경에 대응하기 위해서는 스스로 경쟁력을 높이기 위한 방안을 강구해야 한다. 기업은 끊임없는 기술개발과 함께 변화하는 소비자들의 욕구에 적합한 제품을 개발하고 품질을 향상시키고, 효율적인 제품판매를 위한 새로운 마케팅 활동과 기법을 개발하고 활용해야 한다. 또한 안정된 노사관계를 형성하고 대화와 타협을 바탕으로 노사갈등을 자율적, 평화적으로 해결함으로써 산업평화 정착과 신노사문화를 확립해야 한다.

국내의 기업들이 타지역으로 공장이전이나 투자를 결정할 때 투자지역의 산업 및 사회기반시설, 투자인센티브, 생활인프라 등을 배제할 수 없지만 이보다는 노사 간의 평화나 지역민들의 외부기업

에 대한 정서를 중요시하는 것으로 알려져 있다. 광주·전남은 노사분규가 타도시에 비해 결코 많지 않음에도 불구하고 강성노조에 반기업 정서가 많은 지역이라는 나쁜 이미지를 가지고 있다. 외부자본과 기업에 대한 호의적인 지역민의 태도는 외부기업유치에 긍정적인 영향을 미친다. 외부인과 기업이 배타적인 느낌을 갖지 않고 활발히 기업활동을 전개할 수 있도록 지역민의 끊임없는 관심과 자발적인 참여를 통해 기업을 우대하고 지원하는 새로운 경제문화를 형성해 나가야 한다. 왜냐하면, 성공적인 기업유치를 위해서는 기업활동을 원활하게 수행하는 데 필요한 산업 및 사회기반시설확충과 생활인프라 구축 등 기업하기 좋은 환경이 먼저 조성되어야 하기 때문이다. 이러한 환경조성은 지역경제의 발전과 지역행정 서비스의 개선 및 생활여건개선 등 지역주민의 생활과 직결되어 있어 생활의 질을 향상시킨다. 투자유치는 행정기관만이 하는 것이 아니며, 지역민 모두가 지역의 부정적 이미지를 타파하고 노사평화를 정착시켜 투자의 적지로 만드는 일에 적극 동참해야만이 소기의 성과를 얻을 수 있을 것이다.

광주·전남은 투자기업의 입장에서 볼 때 여러 투자대상지역 중 하나에 불과하며 다른 지방자치단체에 비해 결코 투자환경이 유리하거나 특별하지 않다. 따라서 광주·전남은 타지역보다 기업하기 좋은 환경을 조성하여 이 지역이 가장 매력적인 투자지역으로 인식될 수 있도록 최선을 다해야 한다. 기업하기 좋은 지역은 지방정부의 규제완화, 투자유치 기반구축 및 투자인센티브 제공 등의 정책적 지원, 지역민의 친 기업적 마인드 형성, 노사 간의 안정된 노사문화가 정착될 때 이루어질 것이다.

- 강병수. 1997. "미국 지방정부의 지역경제 개발전략". 북미주학연
구(충남대학교 북미주연구소). 제6집. pp99-123.
- 강병주. 1999. "지방화시대 정보화를 통한 지역경제 세계화 전략".
한국지역개발학회지. 제11권 3호. pp73-88.
- 강태구. 2003. "광주·전남의 외국인투자 유치 전략". 제3차 광주
·전남지역발전포럼(전남대학교 지역개발연구소).
- 김명호. 2000. "광주·전남지역경제의 활성화 방안". 한국동북아
논총. 제14집. pp199-224.
- 김안호. 2000. "광주지역 산업발전을 위한 정책방향". 산업경제연
구. 제13권 4호. 111-133.
- 김태보. 2000. "지방화시대의 제주지역경제의 발전전략". 지역발
전연구(제주대학교 지역발전연구소). 제16집 1호.
pp43-67.
- 권선주. 1997. "지역경제와 지방재정의 상호관계에 관한 검증".
경제논집. 36.3. pp509-519.
- 박용규. 2005. "지역경제의 활성화와 신산업의 창출". 지방행정
1월호. pp26-37.
- 박진석. 1999. "한국의 지역경제에 대한 재인식: 광주·전남지역
을 중심으로". 한국지역발전학회지. 제11권 2호.
pp1-11.
- 신승춘. 2000. "기술혁신적 지역발전을 위한 지방정부의 역할".
한독사회과학논총. 제10권 1호. pp123-152.
- 심재희. 2004. "사회간접자본과 지역경제성장의 상관성분석".
산업경제연구. 제17권 2호. pp387-400.
- 손상락·이시화. 2003. "지방발전을 위한 지역특화발전특구의
발전방안: 한·일 비교를 중심으로". 국토연구. 제38권.
pp3-23.
- 이민원. 2001. "지역경제의 실태와 활성화 방안: 광주지역". 국토
pp39-47.
- 오수열. 2004. "광주의 사회·경제적 환경과 지역인재 양성의
과제". 지역발전연구. 제9권 1호. pp1-15.
- 임현준. 2004. "광주전남지역의 성장잠재력 분석". 지역개발연
구. 제36권 2호. pp127-148.
- 전원보. 1998. "지역경제활성화를 위한 지방정부의 역할: 부산광역
시를 중심으로". 부산정치학보. 제8집 1호. pp249-266.
- 정경수. 1993. "대중국 교역확대를 위한 광주·전남지역의 수출산
업의 육성방안에 관한 연구". 여수수산대학교 논문집.
제7권. pp1-43.
- 조철주. 1996. "과학산업단지 기업유치방안". 충북개발연구(충북
개발연구원). 제7권 2호. pp175-202.
- 최외출. 1995. "지역단체의 지역기업유치와 지원 및 관리정책의
체계화". 한국지역발전학회지. 제7권 1호. pp89-118.
- 최용호. 1987. "지역경제발전과 비즈니스 인큐베이터". 경제경영
연구(경북대학교 경제경영연구소). 제3권. pp1-36.
- 홍성우. 2004. "광주·전남지역 일자리만들기와 지역노사정협의
회". 지역개발연구. 제36권 1호. pp241-261.

- 논문 접수일: 2006. 4. 4
- 심사 시작일: 2006. 4. 7
- 심사 완료일: 2006. 5. 18

ABSTRACTS

The Inducement of Firms and Investment Environment in Gwangju and Jeonnam: Management's Perspective

Bop-Sik Kang Research Fellow, Honam Development Institute, Honam Univ.

Dug-Mo Kim Associate Professor, Dept. of Journalism & Broadcasting, Honam Univ.

※ Key Words: Inducement of Firm, Investment Environment, Regional Development, Regional Image

The paper investigates the inducement of firms and investment environment in Gwangju and Jeonnam by conducting and analyzing a survey on 156 respondents who are the middle managements of 96 local firms and 60 external firms.

The main results of this paper are as follows: First, Gwangju and Jeonnam are less-developed regions with relatively less economic power than other regions, and thus they consider that one of the best ways to promote regional economics is the inducement of external firms. Second, the residents of these regions are relatively unfriendly attitude toward the external firms. Third, the respondents are not satisfied with the local governments' activities for the inducement of external firms because of the lack of investment incentives and investment infrastructures to attract the external firms investment, and they think that these regions have very poor investment and business environment except for the abundance of labor and cultural resources. Fourth, the attracting investment factors in Gwangju and Jeonnam are good locational condition(32.8%), abundance of labor(30.2%), local government support(11.5%), possibility of future growth(10.3%), and abundance of tourism and cultural resources(8.9%), while the impeding investment factors are the lack of social infrastructure(30.8%), strong labor union and unstable labor relations(26.2%), unfriendly attitude toward the external firms and other regions(17.6%), lack of local government support(6.5%), accessibility of location(5.9%), and less-developed local economics(5.2%). Finally, in order to make a good environment for business, the urgent tasks for Gwangju and Jeonnam are the establishment of SOC(social overhead capital) and investment infrastructures, removing regulatory constraints and enlarging government support systems, and establishment of business information system.

From the investment firms' point of view, Gwangju and Jeonnam are one of the investment places and these regions do not have a special comparative advantage or a good investment environment for business. It is, therefore, essential for both the local governments and the residents to make all possible united efforts in order to make a good environment for business.