

향후 10년 간 발전소 · 플랜트 및 정보통신 분야 건설시장 ‘급신장’

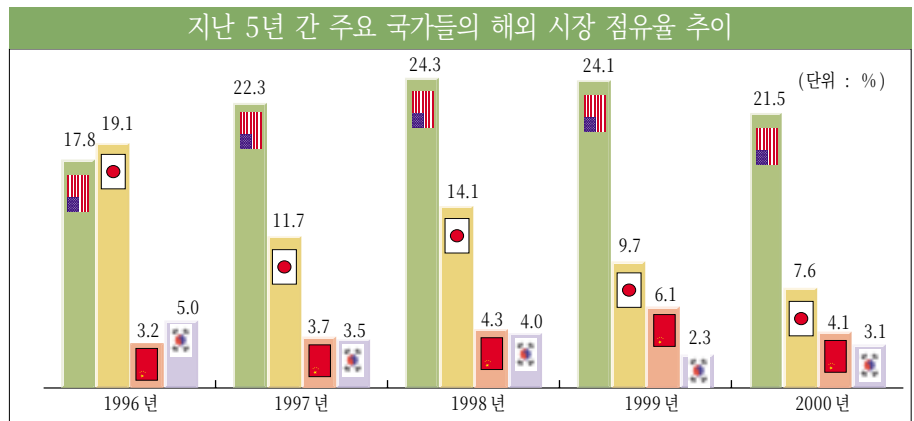
- ENR의 2000년도 세계 건설시장 실적 및 상위 225대 기업 관련 기사 분석 -

미국 유수의 출판사 맥그로힐에서 발행하고 있는 건설 전문 잡지인 ENR은 유료 구독자가 약 35만 명으로 알려져 있다. 세계 건설시장에서 가장 많은 독자를 확보하고 있는 ENR은 주간으로 발행되고 있는데 매년 8월 셋째 주 발행분의 커버스토리로 해외 건설시장에 대한 시장 분석과 전년도 매출액 기준 상위 225대 기업에 관한 기사를 싣고 있다. 2001년도 8월 20일자에서 다룬 2000년도 해외 건설시장의 실적에 관한 내용을 분석해보고자 한다.

세계 시장 규모 5% 커져

표면적으로 2000년도의 해외 건설시장은 전년도와 비교해 큰 차이가 없는 것처럼 보이거나 실제로는 물밑 경쟁이 더욱 치열해졌다.

우선 세계 건설시장의 절대적인 규모가 전년도에 비해 약 5% 정도 증가되었지만 해외 건설시장에서 상위 225대 기업들이 달성한 매출액 규모는 2.4% 감소되었다. 그러나 이러한 감소세가 지속되지는 않을 것이라는 전망이 지배적이다. 상위 기업들이 신규로 수주한 금액이 전년도에 비해 약 7% 증가되었기 때문이다. 225대 기업들은 자국 건설시장에서보다 해외 건설시장에서 더 많은 이익을 거둔 것으로 조사되었다. 2000년 매출액만으로 기업을 평가하는 것은 무리이지만 상위 10대에 랭크된 기업들의 부침을 보면 단일 기업 자체의 매출액이 늘어나는 것보다는 M&A 혹은 제휴 방식 등으로 기업의 규모가 커짐으로



써 매출액이 늘어나는 현상이 최근 3년 동안 뚜렷해졌음을 알 수 있다. 이러한 추세는 당분간 계속될 것이라는 전망이다. 발주 방식이 기업의 종합 능력을 요구하는 방향으로 변화되고 있으며, 금융 조달이나 사업 관리 등 발주자의 전통적인 기능과 역할이 계약자로 넘어가고 있는 것과 무관하지 않기 때문이다.

중국 기업들 ‘관목상대’

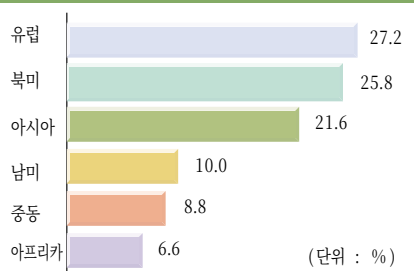
세계 225대 건설기업에 랭크된 국내 업체는 모두 7개사로 전년도에 비해 1개사가 줄어들었다. 그럼에도 불구하고 매출액 점유율에서 전년도에 비해 34.7%가 늘어난 것은 1996, 97년도 연속 100억 달러 이상의 신규 공사를 수주한 덕택으로 보아야 한다. 그리고 비록 국내 1위 업체가 일본의 1위 업체(18위)보다 높은 14위에 랭크되었다고는 하지만 상위 225대에 속한 기업의 숫자에서는 일본이 21개 사로 한국보다 세배나 많다. 이는 일본의 수주 인프라 구성이 상대적으로 탄탄하다는 방

증이다. 더구나 225대 기업군 중에는 우리의 해외시장 경쟁 상대국으로 부상한 중국의 기업 수가 34개에 이르며, 지난 3년간 지속적으로 증가해 왔다는 점을 주목할 필요가 있다. 과거와 달리 국내 기업들이 해외 시장 진출 확대를 수익성 위주로 전환한다는 전략이 지배적이기 때문에, 별다른 대책을 마련하지 않는 한 국내 기업들의 경쟁력은 더욱 떨어질 것으로 예상된다. 우리 업체들의 해외 시장 전략이 바뀌어야 한다는 필요성이 제기되는 대목이다.

아시아 · 중동 시장의 비중 30.4%

세계 건설시장에서 국제 입찰로 발주되는 비중이 가장 큰 지역은 유럽 지역으로 27.2%이며, 그 다음이 북미 지역으로 25.8%이다. 이들 두 지역을 합하면 해외 건설시장의 절반 이상을 차지한다. 반면, 국내 기업들의 주력 시장인 아시아와 중동 지역이 차지하는 비중은 30% 내외이다. 30%를 겨냥하는 것보다 50%를 겨냥해보는 것이 어떨까.

2000년도 해외 건설시장의 지역별 구성비



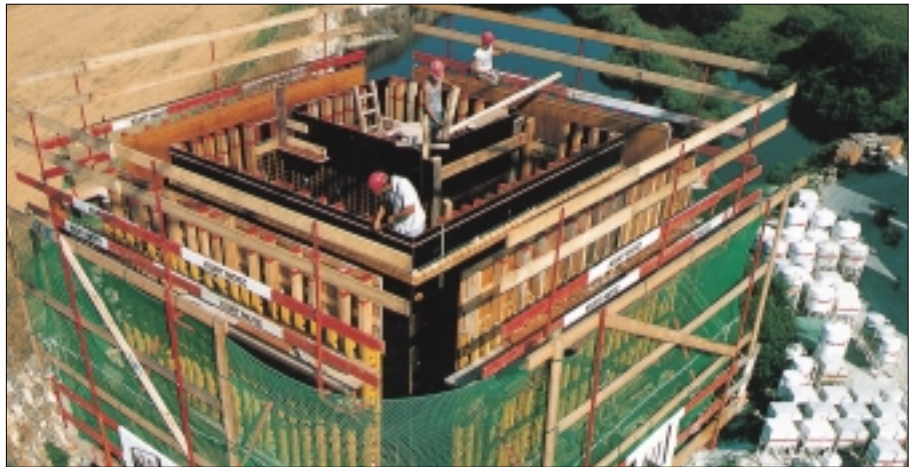
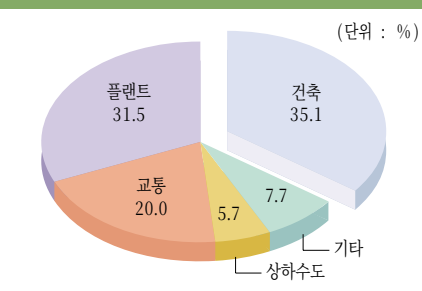
한편, 해외 건설시장의 상품별 구성은 건축 분야가 35.1%로 가장 크고 그 다음이 31.5%로 플랜트 분야이며 교통 분야는 20.0%로 나타났다. 건축 분야의 비중이 높은 이유는 최근의 추세가 국가별 및 지역별 추진되는 랜드마크(land mark)적 빌딩들이 늘어나고 있으며, 이 사업들이 대부분 국제 입찰로 진행되기 때문으로 해석된다.

발전소·플랜트, 정보통신 분야 급성장할 듯

2000년도 세계 건설시장에서는 건축 부문이 가장 큰 시장이지만, 향후 10년 동안(2010년까지) 세계 건설시장에서 가장 큰 비중을 차지할 것으로 예상되는 부문은 발전소와 플랜트로서 38%로 전망되고 있으며, 수자원 분야가 그 다음으로 21%이다. 교통 분야는 18%대로 전망되고 있다. 그러나, 여기서 유의할 점은 정보통신 분야의 급속한 성장과 건축 분야의 상대적인 축소이다. 전문가들이 예측하는 향후 10년 동안의 건축 분야 비중은 7%로 나타났다.

대부분의 발주 방식들이 턴키, 금융 조

2000년도 해외 건설시장의 상품별 시장 구성비



달이나 민간 투자 사업 형태로 변해가고 있어 전통적인 설계와 시공 기술력만으로는 경쟁력을 갖추기 어려워지고 있다. 현재 상위 10대에 속한 기업 중에는 영업 전략을 거의 100% 투자 사업 방식(BOT 혹은 BTO 방식)으로 전환해서 생존하는 기업도 나타나고 있다.

스웨덴 스칸스카의 현지화 전략

2000년도 최상위 10대 기업군에 속한 기업들의 두드러진 특징은, 앞서 말한 바와 같이, 단일 기업의 매출액 증가보다는 기업 합병을 통한 규모 증가에 의한 매출액 상승이다. 이러한 예로 단일 기업의 대표적인 벡텔이나 플루어의 랭킹이 떨어지고 있는 데 비해 스웨덴의 스칸스카(Skanska)의 경우 1981년도부터 시작한 기업 합병 전략이 성공한 사례로 분석된다. 이 기업은 최근 3년 동안 순위가 지속적으로 높아져 2000년도에는 2위로 올라섰다. 스칸스카는 매출액의 50%를 미

세계적인 기업들의 해외 시장 진출 전략은 철저한 현지 법인화 전략이다.

국 시장에서 얻고 있는데, 합병의 대상을 대부분 미국에 적을 둔 기업들로 삼았기 때문이다. 미국 현지에서 동일한 기업 이름을 사용하지만 법인은 철저히 현지화함으로써 미국인들조차 미국계 기업으로 알고 있다. 스칸스카는 최근 유럽 지역의 시장 점유율을 높이기 위해 영국, 폴란드 등 유럽계 기업들을 합병하는 전략을 구사하고 있다는 소식이다.

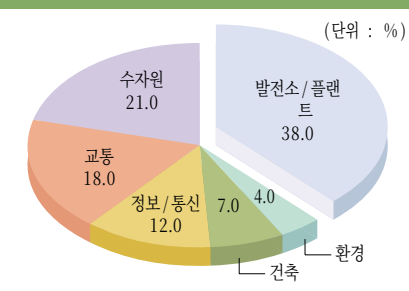
국내 기업들에게 주는 시사점

국내 기업들이 해외 건설시장에서 상당한 경쟁력을 지녔던 때도 있었다. 그러나, 최근 5년 동안은 지속적인 점유율 하락세를 보이고 있으며 비록 작년의 경우 점유율이 높아졌다고는 하지만 소화 금액 측면에서는 오히려 줄어드는 현상을 나타냈다.

수익성 위주의 해외 시장 진출 전략이 원칙적인 측면에서는 맞는 논리이다. 그러나, 이는 국내 시장이 충분할 경우에 성립된다. 기업의 생존이나 성장을 위한 엔진이 없다는 것은 시장에서 점점 사라진다는 것을 의미한다. 수익성 위주로 진출하겠다는 전략을 펴면서도 잠재력 향상, 즉 시장 진출을 위한 경쟁력 확대 전략을 구사하지 않는 것이 우리 기업들의 현실이다.

별도의 대책 수립이나 투자 없이 현재의

향후 10년 간 상품별 시장 규모 조사 결과



전략으로는 국내 기업들의 해외 시장 공략은 거의 불가능할 것으로 예상된다. 우리가 과거에 차지했던 노동력 중심의 시장은 이미 중국이 차지해버렸고 이러한 현상은 심화될 것이라는 전망이다. 그렇다면 어떤 전략들이 필요한가?

세계적인 기업들의 해외 시장 전략은 철저한 현지 법인화 전략이다. 우리 기업들도 이 전략을 따라야 할 것이다. 그리고 공사에 참여하더라도 이제는 직접 시공이 아닌 현지 전문 건설업체 혹은 건설업체를 고용해야 하며, 이는 그만큼 우리가 직접 시공하던 때보다 훨씬 계약 패키지가 늘어나고 위험 부담이 커지게 된다. 즉 해외 건설시장에서의 경쟁력은 이제 사업 관리 및 사업 경영(project management)의 전문성이 기술을 압도하는 상황으로 바뀌었다는 것이다. 우리나라 건설기업들의 전문성을 어느 부문에서 어떻게 높여야 하는지에 대한 해답이 여기에 있다. 현재나 미래에 예측되는 해외 건설시장의 변화 흐름을 피해 갈 수만 있다면 좋겠지만 현실은 이와 정반대로 움직이고 있다. 오직 강한 기업만이 살아남는 철저한 시장 경제 논리가 지배하고 있다.

그런 측면에서 본다면 정부도 기업의 대형화를 막거나 시장 배분의 정책 방향을 점검해 볼 시기라고 생각된다. 현재와 같이 기술력이나 전문성에 의한 선정이 무시되는 '운찰제'나 기타 제도적 여건의 개선이 없는 최저가낙찰제 시행 등은 글로벌 스탠더드와 너무나 격리되어 있다. 결과적으로는 국내 기업들의 국제 경쟁력을 더욱 저하시키는 결과로 이어질 것으로 예상된다. 현재와 같이 정부의 지원 차원에서 시행되고 있는 종합적인 대책 수립이 방문단 파견만으로 해결될 수 있는 성질의 것은 아니라는 점을 강조하고 싶다.㉔

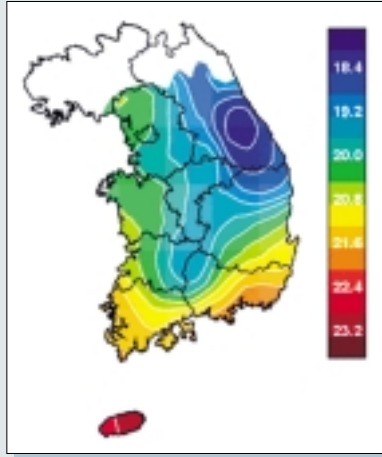


이복남

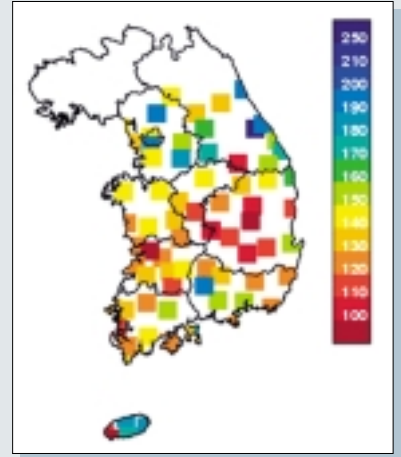
한국건설산업연구원 선임연구위원
bnlee@cerik.re.kr

이달의 기상

● 9월의 평년값



평균 기온 분포도



월 강수량 분포도

(단위 : °C, %, mm, m/s)

구분	지점	평균 기온	일최고기온	일최저기온	평균 습도	10 일강수량	평균 풍속
상 순	서울	22.9	27.2	19.3	75	71.5	2.0
	강릉	21.8	25.9	18.4	79	72.4	1.7
	대전	22.7	27.7	18.7	80	52.6	1.5
	광주	23.5	28.2	19.9	79	61.9	1.9
	부산	23.7	27.5	21.0	79	73.6	3.8
중 순	서울	20.7	25.6	16.6	70	40.0	2.0
	강릉	19.9	24.3	16.1	75	81.9	2.0
	대전	20.2	25.8	15.6	77	50.4	1.6
	광주	21.2	26.5	17.0	75	43.0	1.9
	부산	21.9	26.0	19.0	74	53.1	3.8
하 순	서울	18.9	24.1	14.3	68	26.2	1.9
	강릉	18.5	23.3	14.3	71	52.8	2.2
	대전	18.2	24.4	13.1	76	38.5	1.4
	광주	19.5	25.2	14.8	73	32.8	1.8
	부산	20.6	24.8	17.5	71	40.3	3.7

● 9월 월간 예보

구분	날씨	기온	강수량
상순	구름끼는 날이 많겠음	맑은 날이 많겠음	맑은 날이 많겠음
중순	평년과 비슷하거나 조금 높겠음	평년과 비슷하겠음	평년과 비슷하겠음
하순	평년과 비슷하거나 조금 많겠음	평년과 비슷하겠음	평년과 비슷하겠음

기상 상식

(주)휴머노피아(<http://www.Weatherpia.com>)

- 기압 변화와 귀의 작용 비행기나 승강기를 타고 갑자기 상승하거나 하강하면 귀가 멍멍해진다. 이런 현상은 귓속의 고막이 터지는 것을 막으려는 신체 반응의 하나이다. 외이와 중이의 사이에 있는 고막은 기압의 하강(상승)에 따라 외이와 중이의 압력 차가 생겨 한쪽으로 비틀리기 때문에 멍멍해진다. 이 때 중이와 인후 상부를 연결하는 유스타키오관이 열리게 되면 중이의 기압이 외이와 같아지고 고막이 평형을 유지한다. 이 관이 평소에는 막혀 있어서 이 관이 열릴 때까지는 양쪽의 압력 차로 인하여 잠시 멍멍한 상태가 지속된다. 귀가 멍멍할 때 하품을 하거나 침을 삼키면 유스타키오관이 쉽게 열리게 되어 외이와의 압력 차를 해소하게 되므로 멍멍한 현상을 빨리 해소할 수 있다.