해외시장 점유율 5%대…경쟁력 갖추면 시장은 무궁

- 세계 건설시장 지속 성장 중, 청정에너지와 환경 부문의 토털 경쟁력 높여 나가야 -

왜 해외로 나가야 하는가

매우 본질적인 질문을 던져본다. 우리는 왜위험이도사린해외로나가야하는가? 너무나 상식적인 이 질문에 대해 Lucas나 Aziz 같은 학자들은, 건설업체들이 해외로 나가려고 하는 동기를 세 가지 정도로 요약하고있다. 먼저, 국내시장에서의과도한경쟁과경기침체를극복하기위한타개책으로서, 그리고 기업 경영을 안정적으로 유지하기 위한 '지속성' 전략의 일환으로 해외로 진출한다. 다음은 장기간 동안 쌓아온 특정 전문기술분야의노하우와경험을자산화하여차별화된이익을창출하기위한수단으로 해외진출동기가부여된다. 세번째는보다 장기적이고미래적인대형프로젝트는국내보다는 해외 시장에서 발주되기 때문에, 단기간의이익에치중하는국내시장보다는장기적인기업전략의일환으로해외에서의영업을지속하고자한다. 다시말하면, 신규건설시장의창출이라는관점에서본다면이들 해외건설시장이바로틈새시장이면서동시에블루오션이라는맥락과도통한다고할수 있다.

최근 통계에 의하면, 2003년까지만해도 140개 정도였던 해외건설 신고 업체 수가 450개를넘어서서매년사상최고치를경신하고있다고한다. 그렇지만아직우리의해외 진출 동기는 국내 경기 침체에 대응하기 위한단기적인포트폴리오전략이라는점에 의미를더두는듯하다. 세계시장점유율이 20%대에 달하는 미국과 비교했을 때, 미국은주로 100위권이내의업체들이 보수적으로해외에진출하는반면, 우리의경우시공능력 평가가 400위권 이하인 중소 규모 건설업체나 전기 및 산업설비, 설계 엔지니어링 업체들까지 전방위로 해외 진출에 대한 관심이 높아지고 있는 것이 이를 잘 반증해 준다. 자칫하면 1980년대에 무분별하게 해외에 진출했던 데서 치러야 했던 값비싼 대가를다시되풀이할수도있다.

해양과 대륙을 아우르는 '건설 Korea'를 실현하기 위해서는 우리도 해외 시장을 리드하는 핵심 경쟁력을 갖추어야 한다.

지속 성장 중인 세계 건설시장

세계 건설시장 규모는 2006년 기준으로 약4조 6,000억달러에 달하는것으로집계되고 있으며, 매년 4.6% 정도씩 성장하여 2009년에는5조 2,000억 달러에 이르게될 전망이다. 이중외국업체에게개방된시장 규모는약3,000억달러수준(실질적인시장 규모를말해주는각국의해외발주액총계에 근거)으로 추계되고 있어 현재 해외 건설시장의개방률은개략7% 정도인것으로나타나고 있다. 국적별 해외 건설시장에서의 매출액을보면미국, 중국, 유럽의점유율은증가 추세인 반면, 한국의 점유율은 1997년을 정점으로 크게 줄어들다가 2004년부터 다시 늘어나 2006년에는 실질적인 해외 시장 점유율이 5%대에이르고있다(이통계는세

계 225대 건설업체의 매출액을 기준으로 한 수치와는 개념상에 차이가 있음).

향후 해외 건설시장의 동향을 전망해보면, 먼저 지역적으로 아시아권은 이 지역의 계속된 경제력 상승에 따른 국가 기간산업 분야 및 발전설비 분야에서의 투자증가가, 중동 지역은 오일과 가스전 개발과 관련된 플랜트를 중심으로 지속적인 건설 투자가 예상되고 있다. 특히, 고유가로 재정수입이 크게 증가한 중동 지역 산유국을 중심으로, 석유/가스 및 발전/담수를 비롯한 플랜트 건설 발주가 당분간 계속 증가할 전망이다. 동유럽, 중앙아시아 지역과 천연 자원 보유국인 BRICs(브라질, 러시아, 인도, 중국) 시장의 확대가능성도 매우 높다. 이들 지역은 높은 경제성장률과 고유가로 자원개발 확대움직임이 있고, 높은 인구증가율에 따른 전력 수요의 증가로 발전소 발주도 늘어날 전망이다. 한편, 2000년대 들어 중동 지역 및 개도국을 중심으로 발주가 크게 증가하고 있는 석유화학 플랜트는 중동 산유국의 산업 다각화 정책 및 공업 육성 정책 등에 크게 기인하는 것으로서, 몇 년 후면 포화상태에 이르게 될 것이라는 부정적인 전망이 대두되고 있는 것도 눈여겨볼 일이다.

에너지 및 환경 플랜트 시장의 증가 추세와 더불어 세계 건설시장의 약 60%는 교통 인프라, 빌딩 등의 상품을 주축으로 한 토목·건축 분야가 차지하고 있다. 따라서 앞으로 첨단 기술력과 파이낸싱 능력을 바탕으로 한 토목·건축 분야의 틈새시장에 대한 수주 전략 역시 중요하다 할 수 있다. 사진은 버즈두바이 건설공사.

환경·청정 에너지 시장 급성장할 듯

이런 점에서 해외 시장 분석 전문가들은 앞으로의 해외 건설시장은 점차 청정 에너지와 환경 분야를 중심으로 재편될 것이라는 전망을 내놓고 있다. 2003년에 발표된 World Energy Investment Outlook에 의하면, 2001부터 2030년까지 에너지 부문에 총 16조 달러 규모의 투자가 필요할 것이며, 이 중 전력 부문에 9조 6,000억 달러, 오일 및 가스 부문에 6조 800억 달러의 투자가 필요하다고 전망했다. 전력 부문의 투자액 9조 6,000억 달러를 들여다보면, 발전 부문에 약 4조 4,160억 달러, 송·배전 부문에 5조 1,840억 달러의 투자가 필요할 것이라고 한다.

그리고 전체 에너지 중 24%를 차지하고 있는 천연가스의 수요가 지속적으로 증가할 것으로 예상되어 LNG 관련 시설 투자가 지속적으로 늘어날 것으로 보인다. 추가적인 가스 수요를 충족시키기 위해 가스 부문의 생산시설 투자와 노후된 LNG 플랜트의 보수 및 설비 교체 등이 필요하며 그 규모가 2010년에는 210억 달러에 이를 것이라는 전망치도 제시되고 있다. 청정 가스 관련 플랜트의 하나인 GTL(Gas to Liquid) 플랜트는 현재 상업적으로 운영되는 곳은 소수에 지나지 않으나 환경 기준이 강화되면서 그 수요는 폭발적으로 증가할 것으로 예상된다.

에너지 분야와 함께 지구온난화 및 오염 방지를 위한 환경 건설 산업의 점진적 성장도 예상할 수 있는 부분이다. 청정 개발 체계(CDM)를 주축으로 한 신재생 에너지 시장은 향후 풍력과 태양광을 중심으로 성장세가 예상되지만, 아직은 시장규모가 크지 않아 큰 주목을 받지 못하고 있다. 그러나, 앞으로 기후변화협약의 확대 적용에 따라 온실가스 배출에 대한 전지구적 차원의 규제가 본격화되면 수력, 조력, IGCC(가스화복합발전), 메탄가스 발전 등에 대한 시장 매력도가 점차 높아지게 될 것이다. CDM 사업과 함께 환경 플랜트 또한 다른 플랜트에 비해 큰 폭으로 성장할 것이며 부문별로는 수처리와 폐기물 처리 분야의 성장세가 두드러질 것으로 전망되고 있다.

토목·건축 분야의 신상품 개척 필요

이러한 청정 에너지 및 환경 관련 플랜트 건설시장의 증가 추세와 더불어, 여전히 세계 건설시장의 약 60%는 교통 인프라, 수자원, 빌딩 등의 상품을 주축으로 한 토목/건축 분야가 차지하고 있다. 이러한 분야에서 예견되고 있는 초대형 프로젝트들은 대륙 연결 교통 프로젝트(유라시아 철도, 해저터널, 초고속 열차, 자기부상열차, 멀티교통 포트 등), 대단위 해외 신도시 및 주택 개발 사업, 초고층 인텔리전트 빌딩, 그리고 각종 첨단 기술들과 융합된 복합형 건설 프로젝트

들이다. 결국 앞으로 해외 건설시장은 첨단 기술력과파이낸싱능력을바탕으로한토목/건축분야에서의틈새시장유지 · 확산전략과새로운상품군들을대상으로한신시장침투전략을조합해나가는다차원마케팅이어느때보다도중요한시기라고판단된다.

변화하고 있는 경쟁력 요소

앞서살펴보았듯이세계건설시장에서해외건설의수주패턴이변화하면서해외진출기업들의사업전략과해외발주자들의요구수준도 크게 달라지고 있다. 해외 건설시장의 주요 변화 트렌드는 다음과 같이 요약할 수있다.

첫째, 토털서비스형태의발주패턴증가를들수있다. 과거의생산부문경쟁력에서 프로세스 관리 부문으로 경쟁력이이동되고 있으며, 근래들어‘ EPC + Finance ’형태의 발주 패턴이 증가하고 있는 점이 바로 이런 트렌드를보여주는대표적인예이다.

둘째는 2000년대 들어 복합 건설 상품인 플랜트부문으로경쟁력의핵심요소가이동하고있는점이다. 플랜트부문은우리업체가 전형적으로 넛 크레커(nut - cracker)에 눌려 있는 산업으로서, 아직까지는 중국이나터키등에비해가격면에서유리하나, 기본 설계나 프로세스 라이센싱 기술 등 핵심 역량 면에서는 여전히 미국이나 영국 등 선진국보다 열위에 있는 것으로 평가되고 있다. 특히, 선진 업체들은 핵심 기술 및 프로세스관리분야를제외하고는저비용화를위해상세설계, 기자재, 시공등은아웃소싱을 하는경우가대부분이다.

끝으로, 세계적인 건설 기업들은 바로 이러한 토털 형태의 발주 패턴에 대응하고 사업다각화를도모하기위해M&A 또는전략적 제휴 등을 통한 사업 영역 확대 및 위험분산을도모함으로써핵심경쟁력을유지또는 확산하고 있다는 점이다. 경쟁력을확산 또는유지하고있는글로벌기업들의공통점을확인해보면해외사업의매출규모를계속키우고있고, 특정상품에집중하기보다는상품및시장을다각화함으로써사업포트폴리오의전략적구성에중점을두고있다.

그러나, 이러한세계시장동향과변화추세 및 시장 확대 전략을 수용해 나가기에는 우리업체들의경쟁력이많이부족한실정이다. 앞서살펴본바와같이, 글로벌기업들은 토털 솔루션의 요구에 부응하기 위해 사업 영역을 다각화해 나가고 있고, 그 수단으로 업/다운 스트림의 사업 및 기술력을 갖추기 위한덩치키우기에앞장서고있다. 또한, 금융능력을확대해나가면서투자형개발사업 비중도 높아져 평균적인 매출 규모가 국내 대형 건설업체의 4배 정도에 달하고 있다. 주택 사업 부문에 치중하면서 해외 매출 비중이 10% 수준에 불과한 국내 대형 건설업체와는 너무나 다른 양상을 보이고 있음을 볼때, 우리건설업체도토털경쟁력을높일 수 있는 방안을 실천해 나가야만 앞으로 해외 건설시장에서 주도적인 역할을 해 나갈 수있을것이다.

무엇을 할 것인가

우리나라의해외건설역사를되돌아보면, 1965년태국에최초진출한후40년만인지난해 2월 총수주액 2,000억 달러를 달성했다. 해외건설산업이그동안 세계 96개 나라에서 5,000건이상의공사를수행하면서우리나라 경제 성장의 밑거름 역할을 해 왔다는것은주지의사실이다. 그러나, 작금의우리 해외건설의 경쟁력을 살펴보면, 후발 경쟁 국가에게 가격 경쟁력에서 우위를 계속 점하는것이점점어려워지고있고, 핵심기술경쟁력은아직선진국에비해뒤떨어지고 있기때문에해외매출의비중이상대적으로 줄어드는추세를보이고있다.

‘ 해양과 대륙을 아우르는 건설 Korea를 실현하기위해서는이제우리도해외시장을 리드하는 핵심 경쟁력을 갖추어야 하고, 이러한 역할을 주도할 수 있는 대표적인 리더 기업들의성장도필요하다. 또한, 이러한리더 기업과 함께 중소기업 및 엔지니어링 분야의동반 · 협력진출을지원하기위한시스템과수주확대를위한신시장개척, 장기적인관점의현지화전략, 건설외교를통한외국과의 건설 협력 기반 구축이 어느 때보다 중요한 시점이다. 아울러 건설 인력의 양성 및 위험 관리 강화로 해외 프로젝트 관리의 선진화를 기하고, 국내 건설 제도도 글로벌 스탠더드로혁신해나감으로써우리기업의 해외수주경쟁력이국내시장에서부터다져질수있도록해야한다. 나아가핵심엔지니어링및구매 · 조달기술이뒷받침된플랜트 공사에 좀 더 관심의 초점이 모아져야 하겠지만, 아직은경쟁력을확보할수있는기술제안형 또는 BOT 등의 민자 사업이나 특화기술을기반으로한토목 · 건축의틈새시장에도지속적으로관심을기울여야한다.

마지막으로, 기업 측면에서도 플랜트나 신성장 부문의 시장 진입을 위해서는 일정 유예기간을두고집중적으로전사적인지원을하는것이필요하다. 자체적인경험축적이나 기술 능력 보유가 어려운 경우는 엔지니어링설계회사의 인수 또는 업무 제휴 등 별도의 역량 보강 방안을 강구할 필요도 있다. 즉, 변화하는해외발주패턴에대응하기위해 value chain상의 고른 경쟁력 확보와 M&A 등을통한적극적인수요확장전략이 필요하다. 이러한 역량을 바탕으로 유망 시장에 대해서는 조기 진입을 통해 경쟁력을 선점하는 것 또한 매우 중요하다. 제2의 해외건설르네상스를맞이하여신기루에현혹되지는 말되 최근의 중동 시장 붐을 제2의 도약의 기회로 삼을 수 있도록 정부와 업계가 힘을 모아야 할 때이다. CJ

한승헌
연세대사회환경시스템공학부교수
shh6018@yonsei.ac.kr