해외건설… 이젠 '내실'이다

해외건설 - 지속 가능한 경쟁력 확보 가능한가

손 태 홍 | 한국건설산업연구원 연구위원
thsohn@cerik.re.kr

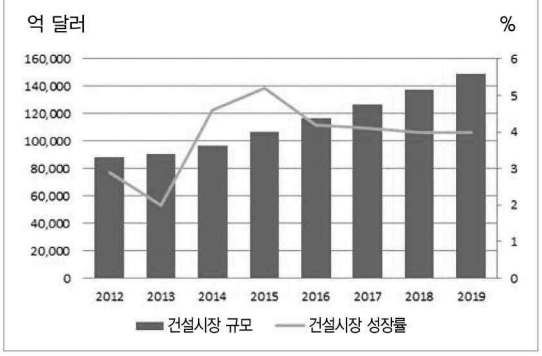
2008년 글로벌 금융위기 이후 저성장이라는 추세적 흐름에서 벗어나지 못한 세계 경제는 2012년과 2013년 각각 3.2%와 3%의 성장률을 기록했다. 같은 기간 중국 등을 포함하는 신흥국의 성장률이 각각 5.1%와 4.7%였던 반면 미국과 유럽 등 선진국은 1.4%와 1.3%에 그쳐 본격적인 회복 국면에 진입하지 못한 상황이다. 올해 1월 국제통화기금(IMF)은 2014년 세계경제 성장률을 3.7%로 전망했지만 지난 4월에 0.1% 하향 조정한 데 이어 최근 7월에는 3.4%로 전망치를 다시 조정했다.[1)]

경제 상황과 밀접한 상관 관계를 갖는 글로벌 건설시장의 모습도 낙관적인 전망만이 가능한 상황은 아니지만, 금융위기 직후 연평균 3~2% 수준의 성장세에 머물렀던 것에 비해 2014년은 회복세 국면의 시작점이 될 것으로 보인다.[2)]

글로벌 건설시장 회복세

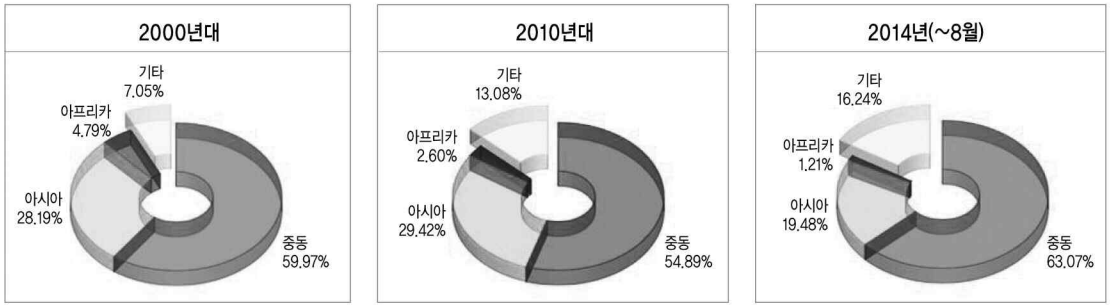
Global Insight의 최근 발표에 따르면 2014년 글로벌 건설시장 규모는 전년 대비 4.6% 성장해 약 9.6조 달러에 이를 것으로 예상된다. 〈그림 1〉에서 보듯이 Global Insight는 글로벌 건설시장이 2014년을 기점으로 향후 5년 간 연평균 4.3% 성장해 2019년에는

〈그림 1〉 세계 건설시장 규모 추이



1) IMF(2014. 7), World Economic Outlook.
2) Global Insight(2014), Global Construction Outlook Webcast.

〈그림 2〉 연대별 해외건설 지역별 수주 비중



자료 : 해외건설협회 종합정보서비스(2014. 7).

시장 규모가 14.9억 달러로 확대될 것으로 전망하고 있다. 이러한 낙관적인 전망의 근간에는 세계 경제의 점진적인 회복세와 더불어 아시아와 중동 및 북미 건설시장의 성장에 대한 기대가 포함되어 있다.

글로벌 건설시장의 성장은 아시아를 중심으로 중동과 북미 · 태평양 지역에 의존할 것으로 보인다. 특히 중국 및 인도 등이 포함된 아시아 지역은 2014년 5.9% 성장해 4.6조 달러에 이를 것으로 예상되며, 2019년에는 글로벌 건설시장의 51%에 해당하는 7.9조 달러로 성장할 전망이다. 경제 성장과 인구 증가 및 도시화 확산에 따른 주택, 인프라 등의 수요 증가 등이 아시아 건설시장의 성장을 견인하는 요인으로 작용할 것으로 판단된다.

한편, 우리 건설기업의 최대 시장인 중동도 견고한 성장세를 보일 것으로 예상된다. 비록 글로벌 건설시장에서 중동이 차지하는 비중이 2% 내외이지만 플랜트 부문에 대한 의존도가 높은 국내 기업에게는 여전히 매력적인 시장으로, 금년에는 작년 대비 4.4% 증가한 4,400억 달러, 2019년에는 6,700억 달러 규모로 성장할 전망이다. 북미 · 태평양 시장 또한 셰일가스 개발 등 에너지 부문의 투자 확대를 중심으로 6.7% 성장할 것으로 예상된다. 반면에 유럽 건설시장은 1.5% 성장해 마이너스 성장 기조에서는 벗어날 것으로 예상되지만 향후 5년 간 연평균 2% 내외의 성장률을 기록할 것으로 보여 아시아 시장과의 격차가 더욱 확대될 것으로 전망된다.

수주 시장 및 공종 편중 여전

2013년 기준으로 우리나라 해외건설 수주 누계액은 약 6,100억 달러, 건수로는 9,704건에 이른다. 한국기업의 해외 건설시장에서의 괄목할 만한 성장은 2000년대 중반 이후 더욱 두드러지고 있다. 특히, 2010년에는 UAE 원전 프로젝트 수주 등을 포함해 716억 달러라는 최대 수주액을 달성했으며, 이후에도 연평균 600억 달러 이상을 수주했다. 우리나라의 단일 품목으로는 조선, 반도체, 자동차 산업보다도 수출액이 많은 해외건설은 새로운 성장 동력으로 평가받고 있지만 해외건설의 성과를 좀 더 자세히 들여다보면 지역 및 공종 편중이나 수익성 악화 등 지속 가능한 성장을 저해하는 취약 요인들도 존재한다.

본고에서는 해외건설의 새로운 도약기로 불리는 2000년 이후 수주 동향을 분석해 향후 해외건설 발전을 위해 해결해야 할 과제가 무엇인지 제시하고자 한다.

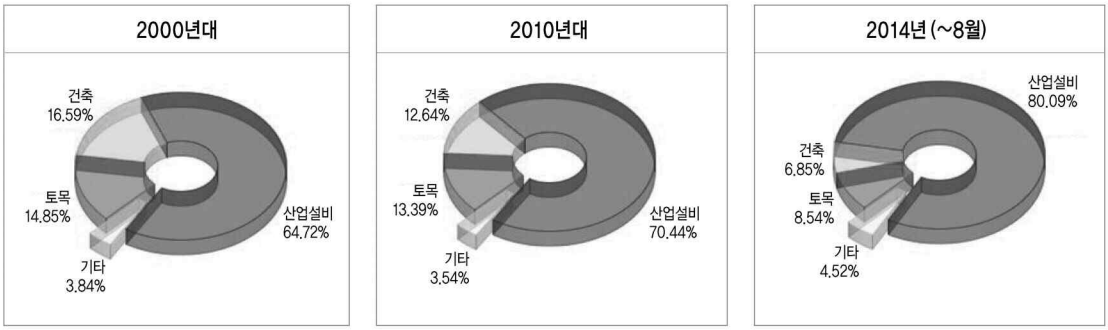
〈그림 2〉에서 보듯이 2000년대 이후 해외건설 수

주 실적은 중동 지역에 절대적으로 의존하고 있다. 2010년대 이후 중동 지역에 대한 비중이 약간 하락하기는 했지만 여전히 플랜트 부문을 중심으로 한 진출 확대로 높은 비중을 차지하고 있다. 2013년에 일시적으로 중동이 전체 수주에서 차지하는 비중이 40%대로 감소하고 아시아 시장의 비중이 42%를 기록하면서 그간 지적되어 오던 시장 편중화 현상이 완화되는 듯했지만, 2014년에는 중동에서의 수주가 전년 동기 대비 55% 증가하면서 전체의 64%(259억 달러)를 기록해 오히려 의존도가 커진 것으로 분석된다. 이에 반해 2014년 현재까지 아시아와 아프리카 시장에서의 수주 규모는 각각 80억 달러와 5억 달러로 전년 동기 대비 40% 이상 감소했다. 특히 아시아의 경우 상반기(6월) 기준으로 62억 달러를 수주하는 데 그쳐 전년 동기 대비 49% 수준으로 하락했다. 일부 지역에 과도하게 집중된 기형적인 수주 구조 해결을 위해 새로운 시장 진출과 관련한 많은 정책과 방안들이 제시되고 있지만, 그 성과는 여전히 미흡하고 단기적으로 수주가 가능한 시장에 대한 한국 건설기업들의 의존도는 지속될 것으로 예상된다.

편중된 시장과 더불어 단일 공종이 차지하는 높은 수주 비중도 해외건설의 문제 중 하나다. 〈그림 3〉에서 보듯이 산업설비(플랜트) 공종이 차지하는 수주 비중은 2000년대에는 65% 수준이었지만 2010년대에는 70%로 증가했고, 2014년 8월 현재 기준으로는 역대 최고치인 80%(329억 달러)대를 기록하고 있다. 2013년에 토목 수주 규모(전체 수주의 28%)가 증가하면서 공종 다각화의 성과가 가시화되는 듯했지만 일시적 현상에 그쳤다. 1965년부터 2008년까지의 공종별 수주 비중이 토목 25%, 건축 30%, 산업설비가 42%인 점을 감안하면 현재의 산업설비의 비중은 약 2배 증가했다. 고도의 기술력을 바탕으로 하는 산업설비 부문에서의 수주 경쟁력에 비해 상대적으로 변별력이 떨어지는 가격 및 기술 경쟁력으로 인해 토목 및 건축에서의 급격한 수주 확대는 어려워 현재와 같은 기형적 수주 구조는 지속될 수밖에 없다.

해외 시장에서 국내 기업간 수주 경쟁이 치열했던 2009년부터 2012년까지 국내의 주요 건설사들은 산업설비 중심의 수주 전략에 집중했고, 그 결과 9개의 건설기업이 해당 기간에 거둔 수주 규모는 1,553억 달러에 이른다. 전체 수주에서 산업설비가 차지하는 비중은 기업별로 차이는 존재하지만 최고 98%에서

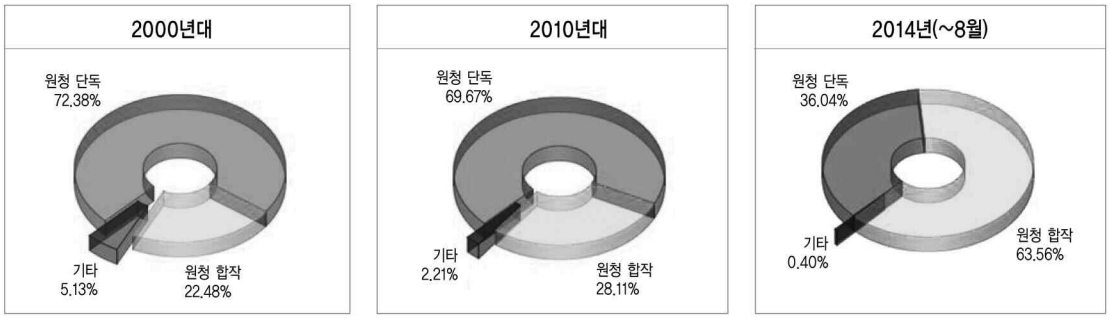
〈그림 3〉 연대별 해외건설 공종별 수주 비중



자료 : 해외건설협회 종합정보서비스(2014. 7).

세릭내지2014.9월진짜 2014.8.28 4:0PM 페이지 18

〈그림 4〉 연대별 해외건설 수주 방식별 비중 추이



자료 : 해외건설협회 종합정보서비스(2014. 7).

25% 수준이었다.

이러한 산업설비 일변도의 저가 수주를 기반으로 한 무리한 양적 성장은 이후 대규모 손실을 야기하는 원인으로 작용했다. 성장을 위한 협력보다는 수주를 위한 과당 경쟁에 대한 우려의 시각이 지난 2013년부터 제기되면서 최근에는 수주 방식의 변화가 감지되고 있다.

〈그림 4〉에서 나타나듯이 2000년대에는 원청 · 단독 방식의 수주가 가장 일반적인 형태였지만 2014년에는 원청 · 단독의 비중이 36% 수준으로 감소해 70% 내외의 비중을 차지하던 과거와는 달라진 특성을 보이고 있다. 최근 발주되는 프로젝트가 대형화되는 것도 기업 입장에서는 원청 · 단독보다는 합작 방식을 선호하는 이유가 되고 있지만 무엇보다 무리한 양적 성장은 기업의 경쟁력과 성장 역량을 약화시키고 더 나아가 국가 경쟁력까지도 훼손하는 결과를 야기할 수 있다는 데 공감했기 때문인 것으로 판단된다. 향후 기업간의 전략적 협력을 바탕으로 한 수주 확대는 지속될 것으로 보이며 기존의 주력 시장 외에 새로운 시장 개척에도 효과적인 수단이 될 것으로 판단된다.

2014년 목표 수주액인 700억 달러 달성이 기대되는 상황이지만 수주의 대부분이 국내 대형 업체 중심인 점도 간과해서는 안 될 부분으로 대기업과 중소기업 간 해외건설 양극화는 지속적으로 심화되고 있다. 2013년에는 346개의 중소 건설기업이 93개 국가에서 36억 달러를 수주했는데, 2007년에 67억 달러, 2008년에는 72억 달러를 수주한 것과 비교할 때 수주액과 전체 수주에서 차지하는 비중 모두 감소하고 있는 추세다. 올 8월 현재 중소 건설기업의 수주 규모는 17억 달러에 그치고 있다. 향후 해외 건설시장에서 단순 도급형 사업 외에 금융 조달 능력을 포함하는 투자 개발형 사업이 점차 확대된다면 역량이 부족한 중소기업의 경우 체계적인 지원과 노력 없이는 해외건설 수주가 더욱 어려워질 전망이다.

수주 경쟁력 제고를 위해서는

세계 건설시장의 회복세가 강화되고 해외 시장에서 국내 기업의 수주가 지속적으로 증가하고 있지만 연간 수주 1,000억 달러 달성과 시장 환경 변화에 대응할 수 있는 수주 경쟁력 제고를 위해서는 반드시 해결해야 할 과제들이 있다.

첫째, 시장 및 공종 다변화다. 상술한 바와 같이 우리 해외건설 수주 실적은 특정 시장과 공종에 대한 의존도가 매우 높은 기형적인 구조를 띠고 있다. 중동시장과 산업설비(플랜트) 공종이 전체 수주에서 차지하는 비중을 감안할 때 만일 시장 경기가 급격히 변화할 경우 그에 따른 수주 감소에 대응하기 어렵다. 특히 유가 변동성 및 정치 불안 등의 불확실성 요인이 잠재되어 있는 중동과 북아프리카의 경우 관리 범위를 벗어나는 리스크들이 사업 수행시 발생할 수 있을 뿐만 아니라 사업 발주의 지속성도 낮아질 수 있다. 따라서 지금의 주력 시장과 공종을 넘어 새로운 시장에서 토목과 건축으로 또는 새로운 시장에서 산업설비 사업을 수주하는 전략이 필요하다.

두 번째는 수주 경쟁력 제고를 위한 전략적 협력의 강화다. 해외 건설시장에서 10억 달러 이상의 대형 프로젝트 발주는 지속되고, 단순 도급형 사업에서 투자개발형 사업으로 상품이 다양화되면서 기술 및 가격은 물론이고 금융 조달 능력까지 포함하는 복합적인 경쟁력이 필요하다. 따라서 개별 기업 스스로의 역량 제고는 물론이고 경쟁 기업과의 협력을 통해 시너지를 확보하는 전략이 요구된다.

세 번째는, 중소 건설기업의 해외 진출 지원 강화다. 앞서 기술했듯이 현재의 대기업과 중소기업 간 수주 양극화는 해외 건설시장에서 발주자의 요구가 더욱 복잡하고 다양해진다면 더욱 심화될 것이다. 이로 인해 수주 경쟁력 측면에서 상대적으로 열위에 있는 중소기업의 수주는 지속적으로 감소할 것이고 국내 건설시장에서도 어려운 상황에 처한 중소기업은 생존 위기에 직면할 수도 있다. 따라서 하도급 형태의 해외 진출을 포함해 정부의 금융 및 정책적 지원을 기반으로 한 사업 진출을 강화할 필요가 있다.

넷째, 해외건설 사업의 수익성 제고다. 수익성 이슈는 국내 기업간의 과당 경쟁에 따른 저가 수주 등이 나타나면서 수익성 악화에 대한 우려가 지속적으로 제기되었고, 지난 2013년 일부 대기업들의 대규모 손실이 발표되면서 본격적으로 표면화되었다. 수익성 악화의 원인은 다양하지만 기술력과 사업관리 능력 등 기업의 자체 역량을 고려하지 않은 수주 전략, 단순 도급형 사업 중심, 해외 인력에 대한 높은 의존도, 부족한 엔지니어링 역량 등으로 요약할 수 있다. 수익성을 바탕으로 하는 질적 성장을 위해서는 양질의 프로젝트를 수주하고자 하는 기업의 자세와 더불어 사업 수행 역량의 개선을 위한 기업 자체의 노력이 근간이 되어야 한다. 이와 더불어 정부는 고부가가치를 창출할 수 있는 투자 개발형 사업을 수주할 수 있도록 정책 금융 지원을 확대하고, 해외건설 전문 인력 양성을 위해 해외건설 인력의 생애주기에 따른 체계적인 교육 및 지원 정책을 수립하여 운영해야 한다.

지속 가능한 경쟁력 확보해야

해외 건설시장의 성장세가 유지되는 한 국내 건설기업의 해외 진출은 지속될 것이다. 때문에 정부가 내세운 연간 수주 1,000억 달러 달성도 가능할 테지만 규모의 성장이 아닌 질적 성장이 수주 목표 달성의 근간을 이루어야 한다. 현재처럼 일부 공종과 시장에 집중된 기형적 수주 구조로는 안정적이고 지속 가능한 수주 경쟁력을 확보할 수 없을뿐더러 시장 변화에 효과적으로 대응하는 것도 불가능하다. 사업 수행 역량을 제고하기 위한 기업의 노력과 함께 정부의 체계적인 지원 정책이 시행된다면 해외 건설시장에서 우리 기업의 경쟁력은 더욱 높아질 것이고 해외 시장은 대한민국의 텃밭이 될 것이다.