

해외 건설시장의 성장 가능성 진단 및 제언

이복남·최석인·이영환·장현승

2007. 2. 23

▪ 서론	4
▪ 해외 수주 특성 분석	6
▪ 경쟁 국가와의 비교	12
▪ 해외 시장 및 글로벌 기업의 변화 추세	14
▪ 향후 해외건설시장 진출환경 진단	21
▪ 상승세 지속을 위한 제언	23
▪ 맺음말	26

요 약

▶ 2006년 국내 기업들은 165억 달러라는 해외건설 수주를 달성하였고 과거와는 달리 해외시장이 국내시장의 불황을 타개할 수 있는 필수시장으로 인식된 현 시점에서 정부 및 민간기업들은 해외건설시장의 지속적인 성장세를 기대하고 있음.

- 이러한 이유로는 국내 기업들의 주무대인 중동지역의 높은 시장성과 해외건설시장의 계속적 증가 추세가 될 수 있으나, 한편으로는 '90년대의 리비아 대수로 공사와 같이 국내 기업의 경쟁력 강화 노력에 기인한 것이기보다는 중동시장 등의 투자 확대라는 단순 이유 때문이라는 우려의 목소리가 높아짐.
- 따라서, 향후 해외시장에서의 지속적인 성장을 위해서는 기업의 경쟁력 강화 등 다양한 장/단기 대책 마련이 필요함.

▶ **국내 기업들의 해외건설 수주 특성**

- 국내의 경제협력기금, 대외원조사업, 해외시설투자 등 해외로의 국내 자본 투자가 국내 업체들에게 주요한 수주시장이 되고 있음(2006년도 23.96%).
- 중동(57%) 및 아시아(25%) 지역에서만 전체 수주액의 83%를 차지하는 등 시장편중도가 심화되어 있는 것으로 나타남.
- 해외시장의 상품군별 구성이 플랜트에서 토목건축 상품군으로 옮겨가고 있는 것과 반대로 국내기업의 경우 플랜트 상품의 비중이 계속 증가하는 경향을 보이고 있음.

▶ **해외시장 및 글로벌 기업의 변화 추세**

- 세계 건설시장에 영향을 줄 수 있는 가장 큰 요인인 유가는 고유가 행진보다는 현재와 같이 유지될 것으로 예상됨(Global Insight사).
- 인건비 및 자재비 상승으로 인한 기업들의 부담감 상승(Gardiner & Theobald)
- 해외건설시장 수요를 위한 현지화 혹은 M&A 전략들을 구사하고 있음.
- 투자개발형 사업의 확대에 의한 글로벌 기업간 다양한 형태의 전략이 나타남.

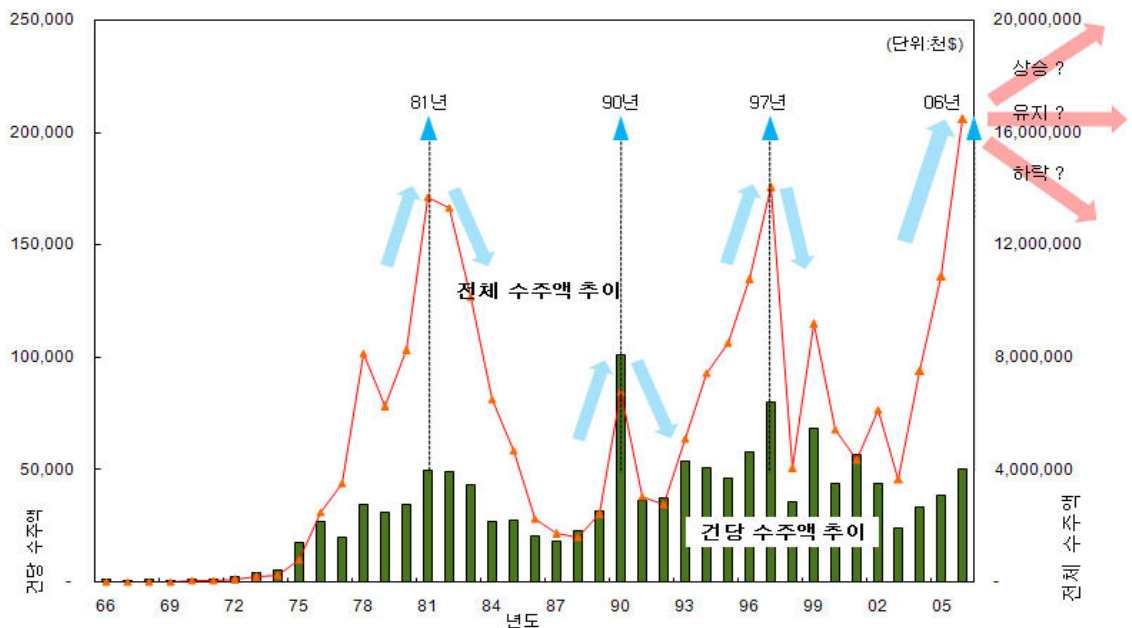
▶ **상승세 지속을 위한 제언**

- 국내 기업들의 해외시장 수주경쟁력을 지속적으로 유지하기 위해서는 외부 환경에 의존하기보다 기업 내부에서 스스로의 역량을 강화하는 근본적인 대책을 수립해야 할 시기임.
- 단기 대책으로는 상징성 혹은 랜드마크적 성격을 가진 개별 상품군에 역량을 집중시켜야 하며, 민간 자본을 수반한 투자 개발형 사업을 활성화하되 리스크 분산전략을 동반하고, 중동 및 아프리카 지역의 에너지 외교력을 강화함과 동시에 적극적인 'Sales 외교'를 펼쳐야 할 것임. 또한 국가와 산업이 협력하여 글로벌 전문인력을 양성하기 위한 교육 및 훈련프로그램을 개발하여야 할 것임.

▶ 2006년에 이룩한 해외건설 165억달러 수주는 상당한 노력의 결과임에는 분명하며 수주상승세를 유지하기 위한 도전 의식과 전략적이고 체계적인 노력이 이루어져야 함.

■ 서론

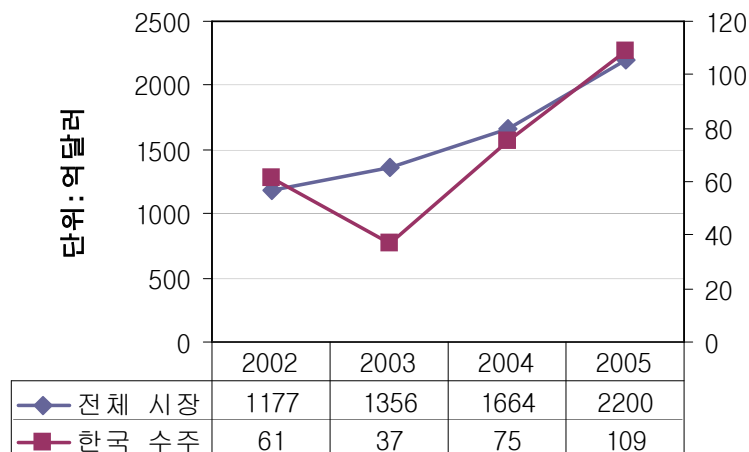
- 국내 기업들의 해외건설 수주액이 100억 달러를 넘긴 것은 과거 '81년 (137억달러)과 '97년(140억달러) 등 2차례가 있었음. 하지만, 과거 두 차례 모두 당시의 수주 상승세를 유지하지 못하고 100억 달러 이하로 하락하는 추세를 보여주었음(<그림 1> 참조).
- 지난 40년간의 실적을 바탕으로 계산하면, 계약 한 건당 평균 수주금액은 약 3,900만 달러 정도였음.
- '90년에도 높은 수주액을 보였으나, 이는 리비아 대수로 2차 공사(약 46억 달러) 수주에 기인한 것임.



* 자료: 해외건설협회의 관련자료 발췌 및 재편집

<그림 1> 우리나라 건설기업의 해외건설 수주 추이

- <그림 1>에서 보듯이 우리나라의 해외 건설수주는 주기적으로 상승과 하락추이를 보였던 것으로 판단됨. 특히 이러한 과거 경향이 중요하게 인식되는 이유는 바로 2006년이 사상 최대의 해외건설 수주액인 165억 달러를 달성한 시점이기 때문임.
- 과거와 달리 해외시장이 국내시장의 불황을 타개할 수 있는 필수시장으로 인식된 현 시점에서 해외건설시장의 성장 혹은 하락은 국내 건설 산업에 주는 파급영향이 매우 큼.
- 최근 정부 및 일부 민간기업들은 2007년에도 해외시장에서의 상승추세가 계속될 것이라는 낙관적 전망을 하고 있는 상황임.
- 우리나라 해외건설의 주요 시장인 중동지역 즉, 이슬람 경제권은 현재 매우 주목받는 시장인 것으로 나타남.¹⁾ 실제로 이러한 지역시장의 성장은 건설시장에도 긍정적 영향을 줄 것으로 기대됨.
- <그림 2>는 ENR지의 "Top 225 International Contractors"에서 발췌한 것으로 현재 해외시장의 규모는 계속적으로 증가²⁾하고 있으며, 국내기업의 성장 역시 이러한 추세와 함께 하고 있는 것을 알 수가 있음.



<그림 2> 지난 4년간 해외건설시장의 성장 추이

1) 급부상하는 이슬람 금융, 한국경제 기획기사, 2007, 1.31-2.3

이외에도 중동의 카타르가 향후 5년간 1,350억 달러에 달하는 국가 개발 프로젝트를 발표하고 있으며, 국내에서도 관련된 국가 IR(해외 홍보)을 얻 것으로 조사되고 있음.

2) ENR지의 통계자료에 의하면 해외건설시장은 2001년에 저점을 찍고 5년간 연평균 15% 정도의 연속적인 성장세를 보이고 있는 것으로 나타남. 특히 2004년 이후 해외건설시장 수주 총액과 매출규모는 매년 최고치를 갱신하고 있는 실정임.

- 반면에 일부에서는 '06년에 국내 기업의 해외 수주가 급증한 주된 이유는 기업의 해외 경쟁력 강화 노력에 기인한 것이라기보다는 중동시장 등의 투자가 확대되었기 때문이며, 앞으로 계속적 성장을 위해서는 기업의 경쟁력 강화 등 다양한 장/단기 대책 마련이 필요함을 제기하고 있음.³⁾
- 이에 본고는 해외건설협회, ENR 등 관련된 자료의 분석을 통해 국내외 기업 혹은 국가들의 다양한 동향을 살펴봄으로써 향후 시장에서 우리 건설기업들의 성장 혹은 하락 가능성을 진단할 것임. 그리고 해외건설 시장에서 지속적 성장을 위한 정부와 기업 차원의 전략 및 실천방안도 함께 제안하고자 함.

■ 해외 수주 특성 분석

국내 기관의 해외시장 기여도⁴⁾

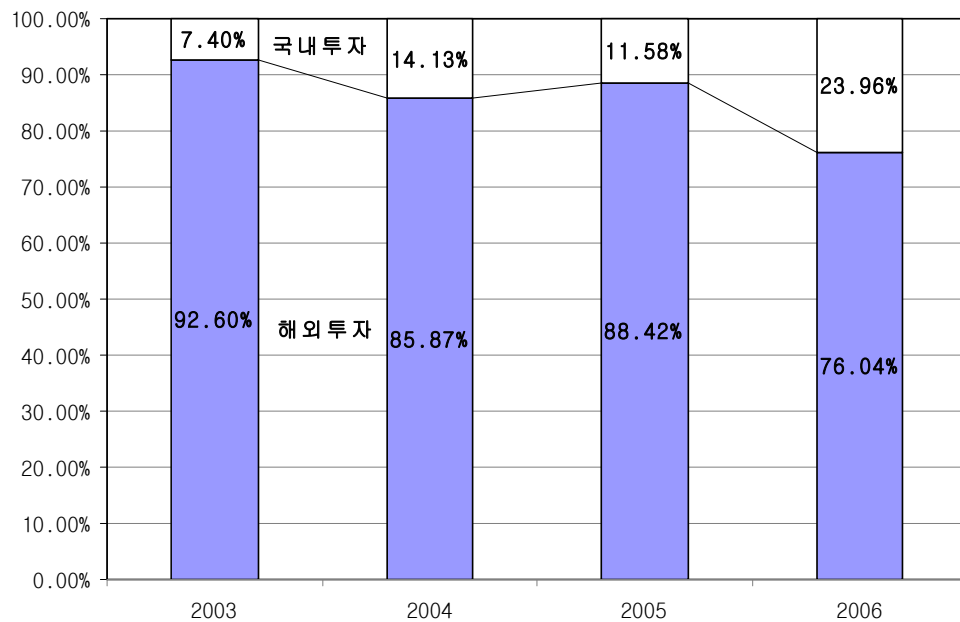
- 국내 업체들이 해외건설시장에서 정부나 혹은 국내 업체들이 발주한 공사를 수주한 경우가 최근 급격하게 늘어나고 있는 것으로 확인되고 있음.
 - 재정부 발표에 따르면 국내 기업과 국민들의 해외투자액이 '05년 대비 '06년도에 104.4%가 늘어난 184억 6천만 달러인 것으로 집계됨.
 - 이와 같은 해외직접투자액 증가는 '90년 133.6% 증가 후 16년만에 가장 높은 증가율을 보인 것임.
- 경제협력기금, 대외원조사업, 해외시설투자 등은 해외로의 국내 자본 투자가기 때문에 해외시장에서 국내 업체들의 주요한 수주시장이 되고 있음.
 - 국내기관들의 해외투자가 차지하는 비중은 '03년도에는 7.4%에 지나지 않았으나 '06년도에는 23.96%로 3.24배 증가한 것으로 나타남.

3) 물론, '06년 수주에는 증견건설업체나 설계용역업체들의 약진이 돋보인 것은 사실이며, 대형업체 중심이었던 과거의 수주 패턴이 변화하여 국내의 많은 업체가 해외 진출을 시도하고 있는 상황으로 앞으로 이러한 경향은 더욱 가속될 것으로 전망됨. 하지만, 현재의 해외 시장의 성장에는 아시아 및 중동지역 시장의 활성화가 더 큰 영향을 준 것이라는 의견이 더 설득력이 있는 것으로 본 연구에서는 판단하고 있음.

4) 해외건설협회(www.icak.or.kr) 및 재정경제부(www.mofe.go.kr)에서 자료 발취 및 재편집

·'06년의 경우 해외수주액 164억 6,800만 달러 가운데 39억 4,500만 달러 정도가 국내의 자본투자에 의해 수주된 것으로 나타남.

- <그림 3>은 금액을 기준으로 표시한 비중으로 이를 건수로 표시할 경우 국내 기관들의 해외시장 기여도는 '06년도에 78.93%로 집계됨.
- 금액 비중보다 건수가 차지하는 비중이 3배 이상 높은 이유는 기본적으로 '소액다건(少額多件)'으로 개도국에 지원하는 공적개발원조자금(ODA)사업 및 유상협력 차관 형식인 대외경제협력기금(EDCF)이 대폭 확대되었기 때문인 것으로 해석됨.
- 토목분야에서 ODA/EDCF 자금의 지원규모는 소액(100만 달러 이하)이기 때문에 주로 설계 및 엔지니어링 기업이 수혜를 보고 있음⁵⁾.
- 또한, '06년도 해외수주액 중 2.8% 정도는 주계약자인 국내 업체들로부터 하도급 받은 것으로 확인됨.



<그림 3> 해외 수주에서 국내간 거래 점유비

5) 도영아김대환, "KOICA와 무상협력사업", 대한토목학회지, 제54권 제12호, 2006. 12, pp.26-38

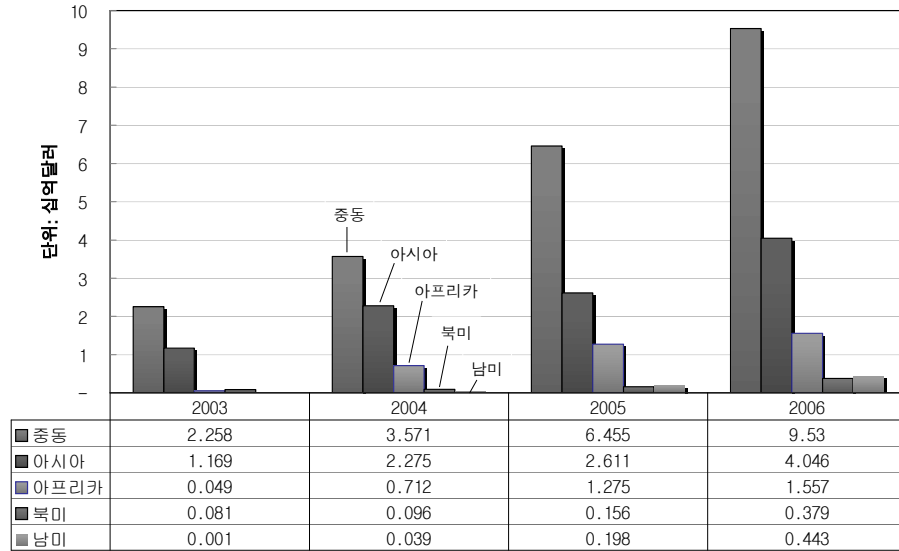
권역별 수주현황⁶⁾

- '06년의 경우 국내 건설기업들의 해외 주력시장을 권역별로 살펴보면 중동(57%) 및 아시아(25%) 지역에서만 전체 수주액의 83%를 차지한 것으로 조사됨(<그림 4>참조).
 - 총 계약건수로 보면 아시아 지역이 57%를 차지하고 있지만, 금액의 크기 면에서는 25% 정도임.
 - 중동 지역은 플랜트 부문이 주종을 이루었으며, 아시아는 토목·건축 부문이 건수로는 많았으나 금액으로 보았을 때는 크지 않았던 것으로 나타남.
 - 아프리카 지역의 수주도 최근 늘어나고 있음을 알 수 있음.
- 일부 대형사를 중심으로 대형 플랜트 또는 대규모 개발사업이 활성화되고 있는 상황임. 이로 인해 건당 수주액이 과거에 비해 크게 증가하였음. 실제로 '06년 건당 수주액은 5,051만 6,000달러로 '03년도(2,397만 2,000달러)에 비해 2.1배 상승한 것으로 조사되고 있음.⁷⁾
- 한국이 중동시장에 주력하는 반면에 세계 225대 건설업체는 2005년도 기준으로 유럽시장이 36%, 아시아/호주시장이 18%, 중동시장이 15%, 미국시장이 13% 등의 순으로 매출액 비중을 보였음.⁸⁾
 - 국내 기업의 활동무대가 글로벌 기업에 비해 좁은 실정으로 이는 중동 시장 상황에 따라 국내의 해외 수주가 심각한 타격을 받을 수 있다는 것을 시사함.

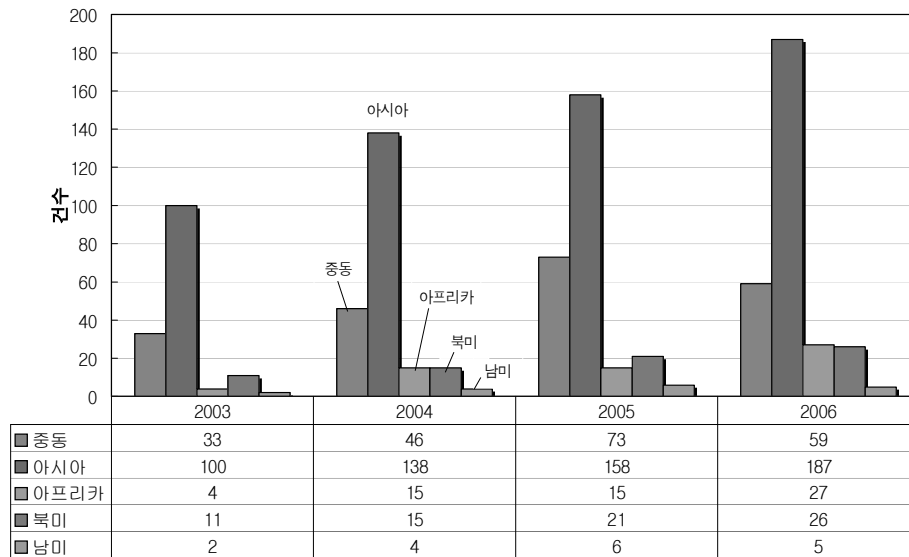
6) 본 분석은 해외건설협회(www.icak.or.kr)의 자료를 재편집한 것으로 바탕으로 수행하였음.

7) 한건협 1/2월호, 한국건설경영협회, 제 23호 2007. 1, p53

8) 한국건설산업연구원 건설정책연구실, 세계 건설시장의 흐름과 한국 해외건설산업의 현실, CERIK 정보, 일간건설신문사, 2007. 2. 6



(a) 금액 기준



(b) 건수 기준

<그림 4> 권역별 국내 건설기업의 수주 현황

- 또한, 중동 및 아시아 지역의 총 수주액이 전체 해외 수주액의 83% 이상 차지하고 있는 것은 국내 업체들의 내부 역량보다는 고유가에 힘입은 발주기관들의 투자여력 증대 등 외부 환경요인이 더 크게 작용하고 있음을 시사해주는 것으로 이에 대한 심층 분석 및 대책이 필요하다고 판단됨.⁹⁾

상품구조 변화 분석¹⁰⁾

- 과거 10년 동안 해외건설시장 전체의 상품 구조는 <그림 5>와 같이 2000년도를 기점으로 하여 플랜트 상품군의 비중이 줄어들고 토목건축 상품군의 비중이 늘어나 평균적으로 60% 이상을 점유하고 있음. 즉, 토목건축상품군이 증가 추세가 높다는 것이 큰 특징이라 하겠음.
- 이와 같이 전체 해외의 상품군별 구성이 플랜트에서 토목건축 상품군으로 옮겨가고 있는 것과 반대로 국내 기업의 경우 플랜트상품의 비중이 계속 증가하는 경향을 보이고 있음.
 - 플랜트 상품군에 집중된 현상은 고유가 행진이 멈출 경우 국내 기업들에게 상당한 타격을 줄 가능성이 있다는 판단임.
 - 따라서 해외건설시장의 상품구조 변화에 적응할 수 있는 역량 제고 및 전략 마련이 필요할 것으로 판단됨.

9) 참고로 중동, 아시아, 아프리카 지역 등 국내 건설기업의 관심 권역의 세계 225대 기업의 점유율 및 증감률은 다음과 같음.

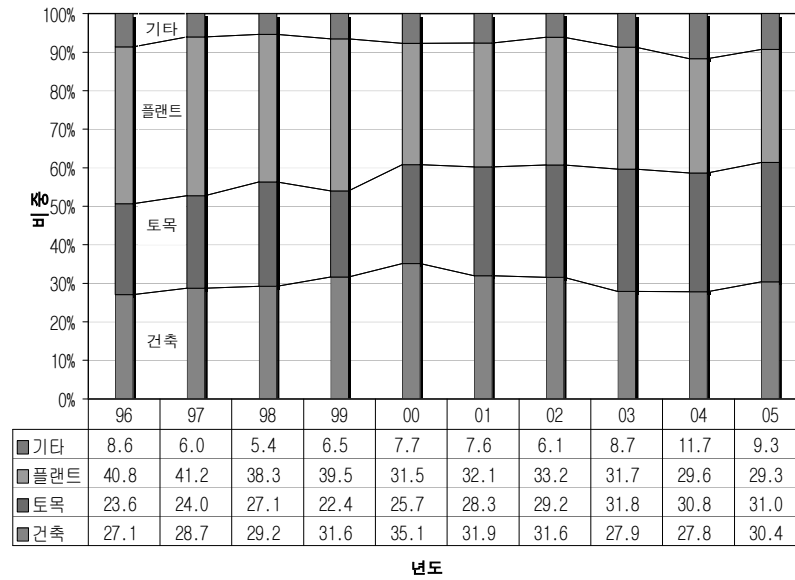
<주요 관심권역의 세계 225대 기업의 해외 건설 매출 비중 및 증감률>

구 분		2001	2002	2003	2004	2005
중동	점유율(%)	8.0	8.4	11.8	15.2	14.9
	증감률(%)	-16.2	14.1	68.9	54.4	10.8
아시아	점유율(%)	20.6	19.5	18.6	18.2	17.8
	증감률(%)	-12.2	3.2	14.7	17.0	10.9
아프리카	점유율(%)	8.3	9.6	9.0	8.5	8.0
	증감률(%)	15.1	26.3	13.6	12.9	6.0

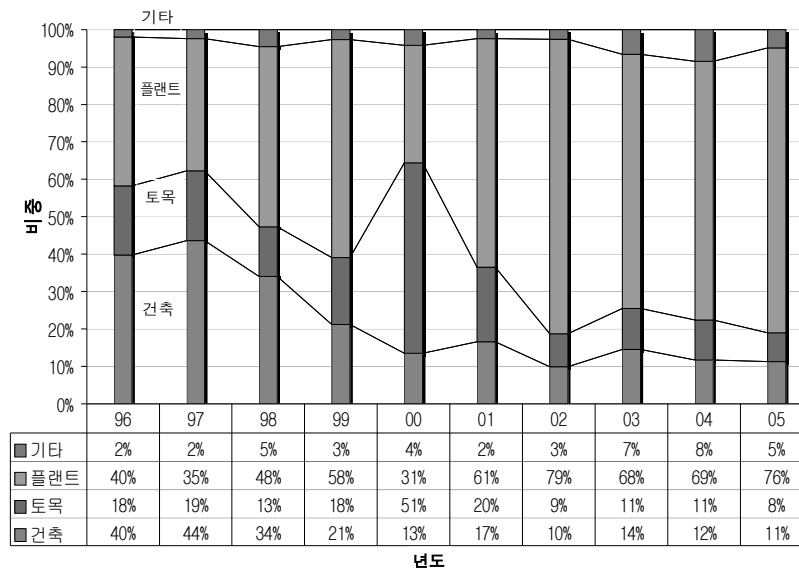
자료: "the Top 225 International Contractors", ENR, RS Means, 2002 - 2006, 8월 셋째주

상기 표를 살펴보면 세계 225대 기업의 중동, 아시아, 아프리카 지역 건설시장에서의 매출규모가 그 정점을 지나 증가율이 점차 감소하고 있는 것을 알 수 있음. 이런 분석결과는 우리의 주력시장이 그 성장동력을 점차적으로 상실하고 있는 것이 아닐까 하는 해석도 가능하게 함.

10) 해외건설협회(www.icak.or.kr)와 ENR지의 "the Top 225 International Contractors"내용을 바탕으로 분석



(a) 해외 건설시장 전체



(b) 우리나라 건설기업

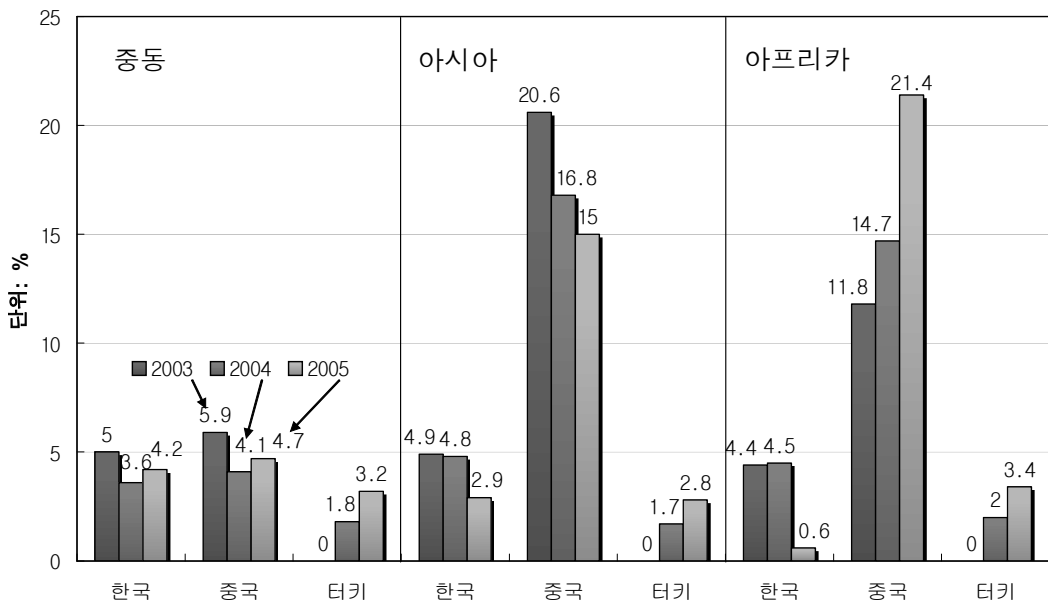
<그림 5> 해외 시장과 국내기업간의 상품구조 비교

■ 경쟁 국가와의 비교

- 국내 기업들이 해외건설시장에서 가장 강력한 경쟁국가로 생각하고 있는 기업들은 중국, 인도, 터키 등 노임이 싼 국가의 기업들임.
- 세계 최대 건설시장인 북미지역이나 유럽지역에서 국내 업체들이 실제로 수주하는 비중(총 수주액의 10% 미만)이 낮기 때문에 중동, 아시아 및 아프리카지역에서 국내 업체들에게 위협이 되고 있는 국가의 기업들을 의식하고 있는 것으로 판단됨.
- 국내 기업들이 해외 주력시장으로 판단하고 있는 중동, 아시아 및 아프리카지역에서의 경쟁 국가는 중국과 터키가 될 수 있음.
- 아시아지역에서는 중국 기업들의 시장 점유 비중이 가장 높고 아프리카 지역에서도 중국 기업들의 시장 점유율이 빠른 속도로 증가되고 있음.
- 〈그림 6〉에 3개 지역에서 중국과 터키 기업들과의 시장 점유비를 비교한 결과, '03년도부터 ENR지에 별도 통계로 나타나기 시작한 터키 업체들의 수주비중이 3개 지역 모두에서 크게 성장하고 있다는 것을 알 수 있음.
- 중동 지역에서는 한국과 중국 기업들이 대등한 경쟁을 보이고 있는 것과 달리 아시아 및 아프리카 지역에서는 중국 업체들의 절대적인 우위가 해가 갈수록 높아지고 있음.
- 특히 중국은 안정적인 에너지 확보 차원에서 2009년까지 3년 동안 300억 달러에 해당하는 원조를 저개발·산유국에 집중 제공¹¹⁾하겠다는 국가 계획을 발표하여 국내 업체들에게는 상당한 위협을 가하게 될 것으로 예상되고 있음.

11) 유대우, “플랜트 산업의 기회와 우리학회의 책무”, 플랜테크 저널, Vol. 2 No. 3, 2006년 9월호, p3

- 터키는 2006년도에 EU 가입이 좌절되었지만 이것이 오히려 건설부문에서는 중동과 아프리카 지역에서 터키 기업들의 국제경쟁력을 높이게 될 것으로 예상됨. 터키는 한국 기업보다 인건비가 저렴하다는 것과 함께 이슬람 문화권이라는 장점을 가지고 있어 현재 급부상하는 이슬람 경제권에서 강력한 경쟁 상대로 부각될 가능성이 충분하다고 판단됨.



<그림 6> 주요 해외 권역에서의 한국과 경쟁 국가의 시장 점유비

- 한편, '06년도까지는 해외건설시장에서 국내 기업들에게 위협을 주지 못하던 국가 중 인도와 이집트의 기업들이 상당한 위협을 주게 될 것으로 전망되고 있음.
 - 인도는 저임금임에 비해 높은 교육 수준, 그리고 해외건설시장에서 필수요건인 영어를 자유롭게 구사할 수 있어 아시아 및 아프리카지역에서 국내 기업들에게 위협을 가할 것으로 판단됨.
 - 이집트는 이슬람문화와 언어를 무기로 아프리카 및 중동 지역에서 국내업체들에게 상당한 위협을 가할 것으로 예측되고 있음.

■ 해외 시장 및 글로벌 기업의 변화 추세

유가 전망 및 건설시장의 변화 추세¹²⁾

- 세계에서 가장 광범위하게 건설시장을 전망하고 있는 미국의 ‘Global Insight사’는 2007년 세계 건설시장에 영향을 줄 수 있는 10대 요인을 발표했다.
- 이 발표에 따르면 2007년에는 과거 2~3년 동안 지속된 고유가 행진이 더 이상 지속되지 않고 오히려 배럴당 60~65달러를 유지할 것으로 전망함.
 - OECD 전망치인 55~60달러보다는 약간 높게 평가한 것으로 동기관은 중동지역에서 플랜트 발주는 지속될 수는 있지만 2006년과 같이 큰 성장은 없을 것임을 예측 가능하게 함.
- 대달러당 유로화 및 일본 엔화 강세는 2007년도에도 지속될 것으로 추정
 - 유로화는 1.33~1.4달러에서 1달러화는 105~115엔선이 될 것으로 전망함. 중국의 위안화는 약 5% 정도 상승할 것으로 예측함.
 - 달러가치 하락은 미국 기업들에게는 경쟁력을 높여주는 반면 유럽과 일본의 경쟁력은 불리해질 것으로 전망됨.
 - 이러한 현상은 국내 기업에게도 불리하게 작용될 것으로 예상됨.
- 중동 지역 시장은 유가 급등으로 시장이 급팽창하였음.
 - 벌어들인 오일 달러로 사회간접시설과 관광사업에 투자하는 경향으로 나타남.
 - 사우디, 쿠웨이트, 아랍에미리트 그리고 리비아 등은 석유 관련 산업 설비 투자를 늘리고 있음.
 - 이란과 카타르 지역은 가스 설비 중심으로 투자를 증가시키고 있음.

12) www.globalinsight.com, “Inflation Shifts Gears in 2007”, ENR, RS Means, 2006, 12.18, pp.24-31, “the Top 225 International Contractors”, ENR, RS Means, 2005, 8.22/29, pp.40-47의 자료 활용

- 두바이 건설시장은 2007년도에는 약간 축소될 것으로 전망되지만 인도 지역에서조차 근로자를 신규 양성하는 것이 어려워지면서 인건비 상승 압박이 가속화될 것으로 전망됨.
- 중동 지역의 시장 팽창과 비례하여 그 경쟁 역시 매우 심해지고 있음.
 - 글로벌 기업들은 가격 경쟁력을 향상시키기 위해 저임국가와 컨소시엄을 통해 진출하는 경향이 늘어나고 있음.
 - 예를 들면 일본(미쓰비시와 오바야시)과 터키(야피 메르케지)간 컨소시엄을 통해 두바이에서 발주한 35억 달러 규모의 도시철도건설사업을 수주한 바 있음.
- 아프리카 지역은 국제적인 원조를 통한 사업이 증가하고 있음.
 - 풍부한 자원을 보유하고 있음에도 불구하고 재정이 취약한 점을 고려하여 글로벌 기업들은 민간 자본 혹은 외교를 통해 진출을 확대하고 있음.
 - 특히 중국은 국가차원에서 저개발·산유국에 3년간 300억 달러 규모의 전략 원조 계획을 발표한 바 있음.
- 국제입찰로 진행되는 사회간접시설들은 민간투자사업 형식인 BOT 방식이 늘어나고 있는 상황임. 이에 따라 글로벌기업들의 덩치가 커지고 재무건전성이 늘어난 기업들간 위험 분산을 위해 글로벌기업간 컨소시엄 방식이 늘어나고 있음.
 - 일각에서는 글로벌시장에서 몇몇 기업들의 독과점 현상을 우려하고 있음. 이러한 현상은 개발형 투자 사업에 뛰어들지 않았던 기업들에게 까지 영향을 주었음.
- 세계 건설시장의 호황은 인건비 및 자재비 상승에 대한 압박으로 나타나고 있음.
 - 영국의 물가상승비 전문조사기관인 'GT(Gardiner & Theobald)'에 의하면 인건비 및 자재비의 상승은 2004년 이후 가장 큰 이슈가 될 것이며, 이로 인해 공기 및 공사비에 상당한 부담을 기업들이 가지게 될 것으로 평가함.

- 건설시장 호황 국면은 결과적으로 자재나 장비 및 인력 등이 주도권을 쥐는 ‘공급자 우위’ 환경을 만들게 될 것임.
- 설계 및 엔지니어링 시장 상황은 인건비가 상승함에도 불구하고 해외 파견을 기피하는 경향으로 인해 인력 동원이 쉽지 않을 것으로 전망됨.
- 전문가 그룹 중에는 사업책임자(project manager)급의 연봉 상승이 가장 높게 나타났는데 최근 5년 동안 인건비 상승이 24%에 달해 최근에는 연봉이 9만 3,000달러(인센티브 제외)인 것으로 조사됨.
- 설계엔지니어는 물론 사업책임자급 공급 문제가 2007년 특히 어려울 것으로 판단되는 곳이 미국임. 미국은 달러가치 하락으로 해외 근무를 기피할 뿐만 아니라 재외국 파견인력에 대한 세금 균등화 정책 변화로 파견근로자들의 실질 급여가 줄어들기 때문에 더욱 힘들어질 것으로 예상하고 있음. 심지어는 세계 평균 연봉의 2배인 18만 달러에도 사업책임자급을 찾아내기 어려울 것이라는 어두운 전망도 있음.
- 이런 상태가 지속된다면 미국이나 영국 등에서는 10년 이내에 종합엔지니어링 업무¹³⁾ 외에 여타 업무를 제3국에 의뢰할 수밖에 없는 상황을 초래할 수도 있음. 이는 ‘EC기업 주도’ 시장이 유지될 가능성을 예고하고 있는 것임.
- 주요 자재난 및 인력난은 국가나 지역의 문제를 떠나 전세계 건설시장에 영향을 줄 것이 확실함.
- 예를 들면 인도나 중국 및 UAE 국가의 경제붐은 호주나 뉴질랜드의 자재비를 상승시키는 결과를 초래하고 있음.
- 인도에서조차 인력 훈련비용이 최근 2년 동안 급상승하는 결과를 가져왔음.
- 앞으로는 건설회사를 찾는 것보다 숙련 기능인력을 찾는 게 더 어려워질 것이라는 전망도 있음.

13) Project Organizer로서의 종합 엔지니어링 및 관리 업무 등

글로벌 기업의 변화 추세¹⁴⁾

- 급변하는 해외건설시장 수요를 감당하기 위해 현지화 혹은 M&A를 통해 단기간에 해결하는 전략을 택하는 글로벌 기업들이 증가하고 있음.
 - 필요한 전문가의 자체 양성은 시간적 한계가 있다는 것이 일반적인 시각으로 자리잡음.
- 글로벌 기업들은 시장의 다양화 속에서 권역별 차별화 전략이 구사하고 있는 추세임.
 - 영국의 대표적인 종합건설회사인 AMEC은 자국 내에서는 건축시장에 주력하고 있으며, 해외시장에서는 에너지 및 석유화학설비에 주력하는 것으로 전략을 수정함.
- 투자개발형 사업의 확대로 인해 초대형 글로벌 회사가 생겨나고 있는 가운데 글로벌 기업간에도 다양한 형태의 전략이 나타나고 있음.
 - 독일의 Hochtief는 투자개발형 사업에 관심을 가지면서도 타당성 분석이 끝난 사업에 한해 선별적으로 집중하는 전략을 구사함. 이를 통해 향상된 기업의 재무 건전성은 글로벌 시장에서 경쟁력이 플러스되는 효과를 가져옴.
 - 일본의 가지마건설은 해외부문을 2개 본부로 분할하여 역할을 분담하는 전략을 구사함. 해외건설경영전략본부는 해외 자회사들의 시장 분석을 통해 가지마건설의 인력을 효율적으로 배분하는 역할을 담당함. 국제본부는 상대국 기업의 역량을 벗어나는 초대형 사회간접시설 투자사업을 전담함.
- 인수 합병(M&A) 전략은 여전히 세계 시장에서 활발하게 진행되고 있음.
 - 대표적으로 스페인의 Grupo ACS사가 외형이 2배 이상인 Grupo Dragados사를 인수하여 거대 기업으로 탄생하였음.
 - 네델란드의 Royal BAM 사는 HBG사를 인수 합병함.

14) “the Top 225 International Contractors”, ENR, RS Means, 2004, 2005, 2006, 8월 셋째주 자료 검토를 통해 작성

- 일본의 스미모토사와 미쓰이사가 합병하여 스미모토미쓰이사로 재탄생됨.
 - 미국의 제이콥사는 스코틀랜드의 Glasgow사를 인수하여 외형을 키웠음.
- 반면에 과거 M&A 등으로 규모를 키워왔던 거대 기업인 스웨덴의 Skanska사는 채산성이 떨어지는 라트비아 및 리투아니아의 사무실을 폐쇄하였음. 그리고 남아프리카에서는 탄광사업을 중단하였으며, 인도에서는 토목사업을 철수하였음. 홍콩의 유지관리 시장은 점차 축소하고 있는 실정임. 반면에 스웨덴과 미국시장에서는 건축(building business) 시장에 주력하는 전략을 구사하고 있음.
 - 중국계 기업은 저임금을 기초로 하여 전략적인 진출은 하지만 궁극적으로는 종합건설회사(엔지니어링, 구매 및 시공관리 능력) 역량을 갖추는 노력도 함께 하고 있는 것으로 나타남.
 - 아프리카의 경우가 그 대표적인 예가 되고 있으며, 중국계 기업은 이러한 아프리카 시장 진출을 향후 잠재 시장 잠식을 위한 선투자 개념으로 인식하고 있음.
 - 글로벌 거대 기업들 가운데 값싼 중국 기업들과의 경쟁을 피하기 위한 단기 전략으로 건설 대신 프로젝트 관리로 전환하는 경우도 늘어나고 있는 등 저임금 국가 기업들의 시장 잠식에 따른 대책을 마련하기 시작함.
 - 아프리카 지역에 진출하는 글로벌 기업들은 아프리카 정부 재정에 의존하기보다는 아프리카가 보유한 자원을 담보로 한 사업진출전략을 구사하고 있음.
- 터키 기업들은 과거 금융위기로부터 벗어나 해외시장에 적극적인 진출 전략을 구사하기 시작함.
 - 터키의 대표적인 회사 감마사(GAMA)는 과거 해외시장의 매출 비중인 20%를 불과 4년 만에 75%로 확대함. 감마사는 해외 BOT시장을 적극적으로 공략하여 성공하고 있음.

- 이윤을 창출하는 개념을 시설 완성 이후가 아닌, 건설과정에서 발생하는 파급효과를 최대한 활용하여 창출하려는 이른바, ‘process participation’ 전략을 구사하는 기업도 나타나고 있음.
- 이것은 인건비 경쟁이 아닌 시스템 경쟁으로 변하고 있음을 예고하는 것임. 다시 말해 향후 경쟁은 가격차이보다 기술력이 중심이 된 프로세스와 전략의 경쟁으로 전환된다는 것을 의미함.

국내 대형 건설기업

- ENR지에 의하면, 국내 대형 건설기업이 해외 시장에서 올린 매출은 1996년에 64억달러의 고점을 기록한 후 해마다 감소하여 2005년도는 1996년 대비 40% 수준인 24억달러에 불과하였음(<표 1> 참조).
- 이러한 결과는 <표 1>에서 해외건설협회에서 집계한 국내 업체의 해외수주금액과는 다른 양상을 보이고 있는 것으로 분석됨.
- ENR지(매출기준)에 따르면 국내 건설기업의 해외시장 점유율은 계속 하락하고 있는 것으로 나타남.
- 즉, 1998년에는 중국에게 밀리고, 그 이후에 네덜란드와 스페인에게 추월당했음. 2005년에는 이슬람권의 개미군단(연매출 340억~9,200억원의 약 20개 업체가 분포)인 터키에도 앞자리를 내주었음.
- 최근 해외건설 수주는 2006년을 기점을 사상 최고의 실적을 올리고 있으나, ENR지 기준으로만 보면 대형 건설기업이 해외시장에서 올린 매출은 계속적으로 감소하고 있는 것으로 나타남.
- 이러한 국내와 해외 자료의 격차가 발생한 첫 번째 이유는 2004년과 2005년만을 조사한 것이지만, 각 연도(2004년 7개, 2005년 5개)마다 국내의 대형 건설기업이 ENR지 집계에 빠져 있기 때문임.
- 이러한 현상은 비단 최근의 현상만은 아닐 것으로 판단됨.
- 또한, 국내에서 집계한 수주 금액에는 대형 건설기업 이외에 중소기업의 수주 금액도 포함되어 있음.

- 대한건설협회가 실시한 60개 건설업체의 최고경영자(CEO) 대상 설문조사 결과에서 전체 응답자의 71.1%가 해외 진출 의사를 밝혔음.
·특히 한국경제신문의 CEO 릴레이 인터뷰에서 국내 대표적인 건설기업의 모든 CEO가 해외시장을 필수시장으로 보고 글로벌 전략에 총력을 기울일 것으로 피력하였음.
- 하지만, <표 1>에서 보는 바와 같이 해외 시장에서 국내의 대표 건설기업의 선도 혹은 가이드 역할이 표면상으로는 크게 보이지 않는 것이 사실임.
·단순히 ENR지 집계에서 누락된 것인지, 아니면 다른 원인이 있는 것인지에 대해서는 보다 면밀한 검토와 분석이 필요한 것으로 판단됨.

<표 1> 해외건설시장에서의 국내 대형 건설기업의 실적 추이

연도	해외 건설시장		국내 건설기업 실적		국내 건설기업 점유율(%)	국가 순위	국내참여 기업수	비고
	매출 규모	수주 금액	매출 금액	수주 금액				
1995	1,050	1,190	46	85	4.4	7	10	
1996	1,268	1,371	64	108	5.0	7	12	
1997	1,102	1,334	49	140	4.5	7	10	
1998	1,164	1,042	47	41	4.0	8	11	중국에 추월 허용
1999	1,187	1,203	28	92	2.3	9	7	네덜란드에 추월 허용
2000	1,159	1,289	36	54	3.1	8	7	
2001	1,065	1,160	32	44	3.0	8	7	
2002	1,165	1,177	27	61	2.3	8	5	
2003	1,398	1,356	27	37	1.9	9	6	
2004	1,672	1,664	31	75	1.8	10	8	스페인에 추월 허용
2005	1,894	2,200	24	109	1.3	11	7	터키에 추월 허용

주: 국내 건설기업의 수주금액은 해외건설협회에서 발표한 해당 연도 해외건설 수주금액이고, 이를 제외한 모든 수치는 해당 연도의 Top 225 International Contractors의 발표 수치임.

■ 향후 해외건설시장 진출 환경 진단

- 본 고에서는 지금까지 분석한 각종 내용 등을 바탕으로 우리나라 건설 기업이 향후 해외 건설시장에서 그 성장세를 유지할 수 있을 것인지에 대한 여러 가능성을 진단하고자 함. <표 2>는 향후 해외 건설시장에서 국내기업에 가질 수 있는 긍정 및 부정적 환경을 요약한 것임.
- 향후 해외 건설시장 및 국내 건설산업은 <표 2>에서와 같이 긍정적/부정적 요인 모두를 가지고 있어 우리나라 건설기업이 현재와 같은 상승세를 유지할 수 있을 것인지 정확하게 판단하기는 매우 힘든 측면이 있음.
- 그럼에도 불구하고 본 연구에서는 계속 상승보다는 유지 혹은 하락 가능성에 더 큰 비중을 주고자 함. 주요 이유는 다음과 같음.
 - '05년 및 '06년 2년 연속 해외건설 성장세가 국내 기업들의 체계적인 노력보다는 외부시장 환경이 더 크게 작용했으며, 계속해서 외부환경이 결코 국내 기업들에게 유리할 수는 없기 때문임.
 - 고유가 행진이 멈출 것으로 예상됨에 따라 중동지역 국가들이 투자계획을 보수적으로 운영할 가능성이 높아짐. 더욱이 달러화가 약세임에도 불구하고 유가의 보합세 혹은 실질적 하락 경향은 이러한 가능성을 더욱 높인다고 판단됨. 따라서 우리나라의 주요 시장인 중동지역이 국내 업체들의 기대만큼 크게 성장하지 못할 수도 있음.
 - EU 가입이 좌절된 터키는 이슬람 문화권 국가에게 동일문화권 인식을 강하게 심어주어 터키 기업들을 선호하는 경향이 높아질 것으로 예상된다. 특히 그동안 지속해온 EU 가입 노력을 자제할 것으로 예상되며, 이 경우 터키 기업들은 미국이나 유럽계 기업보다는 한국기업의 시장을 잠식할 가능성이 높을 것으로 판단됨.
 - 또다른 주력시장인 아프리카 및 아시아지역에서는 중국과 중국계 기업들이 정치·외교를 포함한 국가 차원의 지원에 힘입어 국내 기업들의 시장 성장세가 더 어려워질 것이라는 예상임.

<표 2> 향후 해외 건설시장 진출관련 대내외적 환경 정리

구분	긍정적 요인	부정적 요인
대외 환경	<ul style="list-style-type: none"> ·연평균 유가의 배럴당 60달러 수준 유지하는 국내기업들이 주력하고 있는 중동 및 북아프리카지역의 시장 유지 가능성을 높임 ·중국을 포함한 아시아지역의 비교적 안정적인 경제 성장 전망 : 지역개발 및 사회간접시설 투자시장 등의 지속적인 증가 예상 ·사우디아라비아와 쿠웨이트가 플랜트설비 외 도시개발에 대한 대규모 투자계획을 가지고 있어 현지 경험과 인맥이 두터운 국내 기업들에게 좋은 기회 제공¹⁵⁾ 	<ul style="list-style-type: none"> ·원화가치 상승 및 해외건설시장 호황으로 인해 노임과 자재값이 급등 현상 : 적자현장 가능성 ·주요 시장인 중동시장에 터키, 이집트, 인도기업들의 진출 가시화로 경쟁 심화 예상 ·중국의 국가적 차원의 지원 : 아프리카의 장기저리차관 ·이라크 등 중동지역의 정치적 불안정 : '06년 대표 상품인 플랜트시장에 적신호 예상 ·아시아 및 아프리카지역 국가들의 과도한 현지화 요구¹⁶⁾ : 채산성 악화 가능성
대내 환경	<ul style="list-style-type: none"> ·과거에 비해 해외시장을 필수시장으로 보는 경영전략 경향 ·정부의 대외경제협력기금(EDCF) 증대 및 정보 제공 등 해외시장 진출 의지가 강함¹⁷⁾ - 신도시개발 및 주택·부동산개발에 대한 풍부한 국내 경험을 바탕으로 베트남, 카자흐스탄 등 신흥개발국가에 적극적인 투자개발형 사업을 추진하고 있거나 계획 중에 있음. 	<ul style="list-style-type: none"> ·대부분의 국내기업들이 글로벌경쟁력 강화노력 보다는 과거 유경험 인력 활용에 의존: 전문인력 양성체계 미흡 ·투자개발형사업 증대: 국내에는 사업금융(PF)이나 국제금융시스템에 대한 전문가가 부족: 중장기적 경쟁력 저하 가능성 ·국내 경험 중심의 해외 주택·부동산개발 : 실패 가능성도 동시에 증가/사업 특성상 실패 파급영향은 큼

- 다만, 상승세를 유지할 가능성은 낮다고 보지만, 다음과 같은 조건이 충족 될 경우에는 해외건설시장에서의 성장은 가능할 것으로 판단됨. 하지만 이러한 가능성은 대내요인보다는 대외 환경에 의해 좌우되는 것이기 때문에 연속적이라기보다 단기현상에 그칠 것이라는 판단임.
- 세계적인 지명도를 가진 기관들의 유가전망과 달리 유가 상승이 지속될 경우와 달러가치 하락이 현 시점에서 멈출 경우

15) 2005년 말 쿠웨이트가 발주한 제4정유공장 프로젝트의 경우, 4개 패키지 모두 국내업체가 우선협상대상자로 선정되었으나 발주처인 쿠웨이트가 담합의 의심으로 1년이 넘게 계약을 미루고 있음. 만일 순탄히 계약이 된다면 총 150억 달러로 해외건설 역사상 최대 규모공사를 수주하는 것일 수 있으나 본 고에서는 고려하지 않음.

16) 유대우, “플랜트 산업의 기회와 우리학회의 책무”, 플랜테크 저널, Vol. 2 No. 3, 2006년 9월호, p2

17) EDCF 조성액은 '04년 말 현재 1조 6,500억원으로 증가되어 '87년 당시 309억원보다 53배 이상 크기로 증가됨. 더욱이 공적원조자금(ODA)의 규모를 '09년까지 9,600억원('05년 현재는, 7,500억원)까지 확대하려는 계획을 가지고 있음(기획예산처 자료).

- 국내 기업들의 주택·부동산개발부문에 투자가 지속적으로 늘어나고 또 알제리나 베트남 혹은 카자흐스탄과 같은 국가들이 한국의 신도시 개발 경험을 적극적으로 활용하고자 하는 국가전략이 힘을 얻게 될 경우
- 전자나 자동차 혹은 조선 등 제조업의 글로벌화 전략의 연장선에서 국내투자보다는 해외투자¹⁸⁾를 더 확대시킬 경우
- 중국이나 인도, 혹은 터키 기업들이 현지 국가들의 자국화 정책에 따라 인력이나 자재이동을 제한시킬 경우 사업관리 역량이 상대적으로 강한 국내 기업들에 유리할 것으로 예상됨. 즉, 가격 경쟁보다 기술 경쟁을 강화할 경우 국내 기업의 수주가능성이 높아질 가능성이 있음.

■ 상승세 지속을 위한 제언

기본 방향

- 진단에서 내린 결론과 같이 외부 시장 환경에 의해 좌우될 경우 국내 기업들의 해외시장 수주경쟁력을 지속적으로 유지할 수는 없을 것임. 따라서 외부 환경에 의존하기보다 기업 내부에서 스스로의 역량을 강화하는 근본적인 대책을 수립해야 할 시기임.
- 해외 경쟁기업들은 홀로 서기가 아닌 정부와 기업들이 밀접하게 역할 분담을 하는 경향이 높은 것이 사실임. 따라서, 국내 기업들의 경쟁력 강화를 위해서는 개별기업 차원이 아닌 정부 정책과 산업이 연합해야 성공할 가능성이 높다고 판단됨.

18) 2007년 2월 2일 한국경제신문의 조사결과에 따르면, 2007년 해외 투자를 계획을 확정된 5개 국내 대기업 및 6대 그룹의 해외 직접 투자액은 8조 4,820억원에 달하는 것으로 나타남. 이는 전체 투자규모의 약 22%로 지난해의 14%보다 8% 정도 증가한 것이며, 업종별로 보면 반도체, 전자, 자동차가 비중이 크며, 제철, 통신, 항공, 석유화학등도 해외투자를 확대되는 추세인 것으로 조사됨.

단기 대책

- 토목·건축 분야의 수주 경쟁력을 높이는 대상은 도로나 철도, 혹은 업무용 빌딩이나 주택 등과 평범한 상품보다는 초장대교량이나 초고층건물 등과 같이 상징성 혹은 랜드마크적 성격을 가진 개별 상품군에 역량을 집중시킬 필요가 있음.
- 민간자본을 수반한 투자개발형 사업일 경우 국가별 위험분석 및 현지공간의 정보 네트워크를 최대한 활용하여 위험을 사전에 낮출 필요가 있음.
- '04년 이후부터 급속하게 늘기 시작한 주택·부동산투자개발형 사업의 위험 부담을 줄이기 위해서는 성공 혹은 실패 경험을 상품가치로 인정하여 기술전수 차원에서 컨소시엄 혹은 하도급자로 참여하여 일정한 대가를 치른 후 독립하는 전략이 필요함.
·따라서 해외 투자개발형 사업에 실적을 가진 회사와 신규 진출하는 기업 사이에 보증을 차별화시키는 국가의 간접 지원책이 필요함.
- 중국이나 인도, 터키 등에서의 국가 및 외교적 노력과 같이 중동 및 아프리카지역은 에너지 외교력을 강화해야 함. 에너지 수입 계약시 국내 기업들에게 입찰참가자격에 반드시 포함시키도록 하는 국가차원의 전략이 수반되어야 함.
- 인천국제공항이나 경부고속철도, 신도시개발 사업 등과 같이 국가기관이 주도한 사업에서의 경험을 상품화시키는 전략을 구체화하여 적극적인 'sales 외교'를 펼칠 필요가 있음.
·이 경우 국내 기업들과 협력 체계를 구축하되 원·하도급관계가 아닌 참여지분만큼 비용도 지불하는 역할 분담방안이 되어야 실현 가능성이 있음. 즉, 국가 및 공공기관도 해외건설시장에서는 투자자 위치로 가야 한다는 것임.
- 해외건설시장에서 수주 경쟁력을 좌우하는 가장 기본적인 인프라는 폭넓은 전문인력을 보유하는 것임. 따라서 글로벌 전문인력을 양성하기 위해 국가와 산업이 협력하는 교육·훈련프로그램 개발에 적극 나서야 함.

중·장기 대책

- 국내 기업들이 연간 평균 300억달러 이상의 수주액을 유지하기 위해 글로벌 전문가를 5,000명 이상 양성¹⁹⁾하고 보유해야 함.
 - 글로벌 전문가 그룹에는 사업책임자급(PM)을 포함한 기술부문별 현지 인력을 활용하여 팀을 지휘할 수 있는 역량을 갖춘 팀리더급 이상을 의미함.
- 국내에서뿐만 아니라 해외건설시장에서도 기업 규모별, 엔지니어링 및 건설 분야별, 기업과 산업, 산업과 정부 사이에 역할 분담이 체계화되어야 함.
 - 특히 한국의 경제 성장과 함께 급격하게 늘어나고 있는 대외경제협력 기금(EDCF) 및 대외경제원조(ODA)자금을 해외건설시장과 직접적으로 연결시키는 국가 차원의 전략이 반드시 마련되어야 함.
 - 또한 아시아지역권에서 수주경쟁력을 높이는데 아시아개발은행(ADB)의 한국 지분만큼의 권한을 행사하는 국가차원의 전략 마련이 시급하게 수립되어야 함.
- 플랜트 상품군에 원천기술이 해외건설시장의 수주경쟁력을 좌우하듯이 토목건축 상품군에도 기업들이 나름대로 브랜드 있는 기술이나 완성된 상품을 가지도록 하는 전략 수립이 기업 경영 차원에서 수립되어야 함.
- 정부의 지원 창구를 일원화시켜야 함.
 - 엔지니어링은 과기부, 플랜트 제작은 산자부, 건설은 건교부, 보증 및 금융지원은 재경부 등과 지원 기능이 분산된 것을 해외건설시장 지원 부서를 국무조정실이나 혹은 정부 부처에 1개로 통합하여 운영하여 기업들의 부담을 경감시킬 필요가 있음.
 - 또한 해외시장 조사에도 대사관 혹은 공관이 일정한 역할을 할 수 있도록 중앙정부의 지침이 확실하게 전달되도록 해야 함.

19) 이복남, “세계최고수준의 건설전문가 양성을 위한 한국건설산업의 선택”, 건설전문가 양성의 세계적 추세와 국내 건설산업의 선택 세미나 발표 자료, 한국건설산업연구원, 2005.6.2

- 해외건설 수주 경쟁력 제고를 위한 확실한 목표 설정아래 역량 강화 로드맵이 개발되어야 함. 그리고 이 로드맵은 일회성이 아닌 연간 단위로 평가되어 성과가 구체적으로 분석될 수 있어야 함.

■ 맺음말

- 진단 결과 정부와 산업의 기대와 달리 165억달러 이상 수주 상승세 유지 가능성보다는 하락할 가능성이 높다고 판단됨.
- 현재와 같이 해외시장 증가에만 의존할 경우 '81년 및 '97년도와 같은 급격한 수주 하락세가 반복될 것이기 때문에 해외건설시장을 한국건설산업의 확실한 상품시장으로 만들기 위해서는 국가와 산업차원의 체계적인 노력이 반드시 이루어져야 함.
- '07년도에 해외시장 수주 상승세가 비록 일시적으로 유지되거나 혹은 상승하더라도 '06년도의 165억달러 수주는 상당한 노력의 결과로 평가되어야 함.
- 한국이 보유한 풍부한 인력과 해외시장에 대한 도전 의식을 상품화하기 위한 전략이 체계적으로 실행될 경우 '07년 180억달러 이상 목표 달성은 가능할 것으로 예상됨.

이복남(연구위원, bnlee@cerik.re.kr)
 최석인(연구위원, sichoi@cerik.re.kr)
 이영환(연구위원, yhlee@cerik.re.kr)
 장현승(연구위원, jang@cerik.re.kr)