

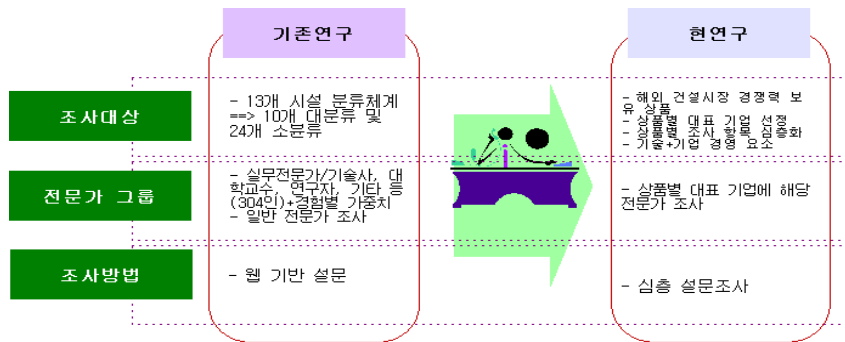
요약

I. 서론

- 본 연구에서는 해외시장에서 경쟁력이 있다고 판단한 국내 대표 건설상품을 대상으로 상품별 해외 선진기업과의 상대비교를 통한 기술 경쟁력을 설문 및 면담조사를 통해 평가하였음.

II. 기업의 기술경쟁력 평가 방법론 고찰

- 본 연구에서도 기존연구(한국건설기술연구원 2004)와 같이 전문가 인식 조사를 통해 격차를 조사하였음. 다만, 국가 혹은 산업 차원이 아닌 관련 상품의 선도 기업과 해외 선진기업간의 격차를 살펴보았으며, 상품 역시 해외시장에서 경쟁력을 보유하고 있는 상품을 대상으로 한 차이가 있음.



III. 해외 경쟁력 보유 건설상품 선정 및 평가항목

- 해외시장에서 유망한 상품을 선정하기 위해 현재 해외시장에서 국내의 기업진출이 활발한 영역을 조사하였음. 그리고 이와 별도로 시장 측면이나 기술측면에서 향후 해외시장에서 경쟁이 가능한 상품 즉, 유망상품에 대한 조사도 함께 수행하였음.

- 선정된 상품은 다음과 같음. 가스 플랜트, 정유 플랜트, 석유화학 플랜트, 해수 담수화 플랜트, 화력 발전 플랜트, 초고층 빌딩(50층 이상), 주택, 신도시 등 개발형 사업 등임.
- 각 상품을 평가할 항목은 다음과 같음.

구분	분야별 엔지니어링 기술		사업관리역량			
	공통 기술	핵심 기술	인력 경험	인력수	절차서	전산 시스템
라이선스 기술						
기본설계						
상세설계						
구매/조달						
제작/시공						
시운전/유지관리						

* 해당부문 해외 선진기업의 수준과 견주어 평가기준의 점수에 따라 상대비교치를 기입

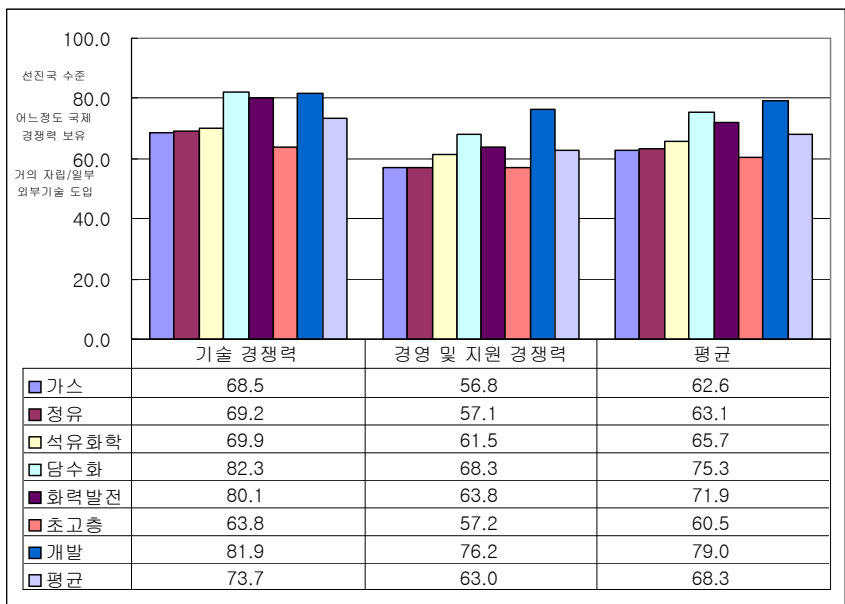
구분	인력의 경험	인력의 수	회사의 경영 지원체계	정부의 지원/정책
정보수집				
기획/타당성				
파이낸싱 등 금융				
수주/영업				
언어, 문화 등 글로벌 기반 지식				
계약/클레임				
리스크 관리				
기술개발 투자 등				

* 해당부문 해외 선진기업의 수준과 견주어 평가기준의 점수에 따라 상대비교치를 기입

IV. 해외 대표 상품의 기술 경쟁력 평가와 시사점

- 조사 개요는 다음과 같음.
 - ▶ 조사업체수: 총 11개 업체(상품별 선도기업)
 - ▶ 조사방법: 설문 및 면담조사(해당 상품별 기업의 실무 전문가 대상)
 - ▶ 상품별 분석에 활용된 응답자 수: 가스 플랜트 16명, 정유 플랜트 15명, 석유화학 플랜트 15명, 담수화 플랜트 8명, 화력발전 플랜트 23명, 초고층 빌딩 8명, 주택, 신도시 등 개발사업 8명
- 상품별로 응답자 샘플이 크지 않지만, 상품별 국내 기업의 경쟁력을 가장 잘 알고 있는 기업을 대상으로 했다는 점에서 샘플의 크기가 작은 제한을 어느 정도 해소할 수 있을 것으로 판단됨.
- 상품별 기술 경쟁력 평가의 주요 결과는 다음과 같음.
 - ▶ 이미 예상한 바와 같이 담수화 플랜트와 화력 발전 플랜트의 기술 경쟁력은 해외 선진기업과 경쟁이 가능한 것으로 평가됨.
 - ▶ 하나의 특이결과는 신도시 등 개발사업 부문이 해외시장의 경쟁력을 상당부분 확보하고 있는 것으로 조사됨. 개발시장의 경우 국내시장에서 우리기업의 경험이 충분하며, 엔지니어링 기술이 플랜트와 같이 좌우되는 분야가 아닌 이유로 이러한 평가를 얻은 것으로 판단됨.
 - ▶ 가스, 정유, 석유화학 플랜트의 경우 아직 해외시장에서 승부할 수 있는 기술 경쟁력은 제작/시공을 중심인 것으로 나타났음. 반면에 부가가치 영역이라 할 수 있는 라이선스 기술, 기본설계의 역량은 아직 취약한 것으로 조사되었음.
 - ▶ 국내외적으로 많은 실적과 사업이 추진 중에 있는 해외 건축시장의 유망상품인 초고층 빌딩의 경우 플랜트 부문과 직접적으로 비교할 수 있는 것은 아니지만, 제작/시공을 제외한 전반적인 역량은 조사대상 상품 가운데 가장 하위에 있는 것으로 평가되었음.
 - ▶ 핵심 기술보다는 공통기술의 경쟁력이 상대적으로 높은 것으로 나타났으며, 사업관리 역량에서는 절차서 부문이 취약한 것으로 평가되었음.

- ▶ 기술 부문보다는 전반적으로 기업 및 경영 부문에 있어 평가가 전 상품에 걸쳐 낮게 평가된 것이 특징임. 특히, 파이낸싱 등 금융, 계약/클레임, 리스크 관리, 기술개발투자 부문이 상대적으로 낮은 평가를 얻었음.
- ▶ 전반적으로 회사와 정부의 지원이 약한 것으로 평가되었음. 이러한 결과는 특히 기업의 경영 및 지원 부문에 있어 조사대상 전 상품 모두에 나타났음.



- 이러한 평가를 통해 얻을 수 있었던 주요 시사점은 다음과 같음.
 - ▶ 대표 건설상품별 선도기업차원에서 보다 심층적인 역량 진단이 지속적이고 주기적으로 필요
 - ▶ 비기술 요소에 대한 역량강화가 필요
 - ▶ 부가가치 영역으로의 핵심 역량 제고가 필요
 - ▶ 기업과 정부의 투자와 지원이 강화되어야 함.

V. 결론

- 본 연구는 당초에 기존 연구의 한계로 지적되었던 기술수준 혹은 기술 경쟁력 평가의 심층성 부족을 보완하고 공급업자의 시각에서 해외시장 대표 건설상품의 경쟁력을 다각도로 평가하고자 하였음.
- 기존 연구보다 상품별 기술 경쟁력을 다양한 측면에서 바라보았다는 의의가 있으며, 세부적으로 어떤 부분이 부족한가를 판단하는데 나름의 기초적 자료를 제공했다고 판단됨.
- 하지만, 설문내용이 복잡하여 보다 변별력 있는 평가를 얻는데 한계를 보였음. 응답자의 개인 성향에 따라 사안을 긍정 혹은 부정적으로 보느냐에 따라 그 평가결과가 미묘한 차이를 가지기 때문임.
- 국내의 상품별 선도기업간에도 격차가 존재하여 기업별로 점수차가 발생하는 경우도 발생하였음. 본 연구에서는 특이한 평가결과는 제외하였지만, 이러한 차이점을 그대로 평가에 반영하여 민감성 측면에서 다소 취약한 한계도 있었음.
- 연구결과를 활용할 때 고려해야 할 것은 경쟁력이 '100'이어야 해외시장에서 완벽한 경쟁력을 갖추는 것을 의미하는 것이 아니라는 점임. 기술 경쟁력이 '100'이라는 의미는 해외건설시장에서 국내 리딩기업들의 수주 경쟁력이 전반적으로 높아질 수 있는 기반이 광범위하게 구축되어 있다는 의미로 인식해야 할 것임.
- 국내 기업들의 해외시장 수주 패턴과 크기에 따라 일정주기(예: 2년)로 상품별 리딩기업들을 대상으로 유사한 분석을 지속적으로 수행할 필요성이 있다는 판단임.
- 향후 연구에서는 현 연구의 한계점을 감안하여 평가 대상자 선정과 평가 방법을 개선하여 국내의 대표 건설상품의 경쟁력을 제대로 평가하도록 해야 할 것이며, 자체평가의 틀에서 벗어나 해외 발주기관에 의한 한국 기업의 평가 결과를 활용할 수 있는 방법을 모색하여 평가결과의 객관성과 신뢰성을 높일 필요가 있다고 판단됨.