

칼럼

해외건설시장에서도 변해야 산다

심종성
대한토목학회 회장



지난해 국내 건설경기는 상당히 침체되어 우울한 한 해였다. 그러나, 다행스럽게도 우리나라 건설업계에서 달성한 연간 해외건설 수주액이 무려 649억 달러에 달했다는 반가운 소식이 있었다. 이러한 수치는 전자 또는 자동차 분야에서의 연간 수출액을 상회하는 매우 경이로운 결과이다.

우리나라 건설업계의 해외 진출이 본격화된 것은 1970년대 후반부터 1980년대 초반의 중동 붐이었으며, 1990년대 아시아시장에서 달성한 건축 및 플랜트 수출은 두 번째 해외건설 실적으로 인정되고 있다. 당시 건설업계의 해외 진출은 외환위기로 인해 국내 기업들이 금융 조달 능력을 상실하면서 중단되었다. 2007년 이후 중동시장에서의 플랜트 건설 수출은 건설업계에서는 세 번째 해외 진출 실적으로 일컬어진다. 지난해 달성한 649억 달러 중 상당량은 플랜트 건설이다.

한편, 2011년도 미국 ENR 통계 자료에 의하면 세계 건설시장의 점유율은 아시아 25%, 유럽 22%, 중동 18%, 아프리카 15%, 미국 8%, 라틴아메리카 8%의 순이다. 즉, 건설시장의 중심이 선진국에서 개발도상국으로 전환되고 있다.

이러한 해외 건설시장에 참여하는 국가는 중국, 스페인, 미국, 프랑스, 독일, 이탈리아, 한국, 일본 등이다. 중국은 자국 건설시장에 치중하고 있다가 최근 들어 해외

진출을 시작하고 있으며, 해외 건설시장에서의 점유율이 높은 Hochtief, Vinci, Strabag, Skanska 등 유럽의 건설업체들은 플랜트 건설이 아닌 중동, 아프리카, 중남미의 개발도상국에서 주택 및 사회기반시설 영역에서 활발하게 활동하고 있다.

뿐만 아니라 M&A를 통해 건설 공사를 위한 설계부터 시공, 운영, 유지관리 업무조차도 일괄하여 수주하고 있다. 건설산업의 부가가치를 높이기 위해서는 프로젝트 개념의 참여가 필수적이라고 볼 수 있다.

이에 반해 우리나라 건설업계의 해외 건설시장은 도로, 항만, 철도, 공항, 댐 등 전통적인 건설 분야보다는 플랜트 건설에만 치중되어 있고, 그조차도 시공 영역에만 관심이 집중되어 있는 것이 안타까운 현실이라는 지적이 있다.

우리나라 건설업계에서 보다 큰 글로벌 기업을 탄생시키기 위해서는 우선 도급 형태의 수주 형태를 프로젝트 전체를 다루는 형태로 변화시켜야만 한다. 또한, 플랜트 건설뿐만 아니라 보편적인 토건 사업 영역으로의 전환도 요구된다.

이와 아울러 녹색 건축 기술, 대체 에너지 관련 기술, 정보 기술, 그리고 민관 협력 PPP 사업 등 최근 세계 건설시장에서 각광받는 키워드에도 커다란 관심을 가져야 할 시점이다. CERIK