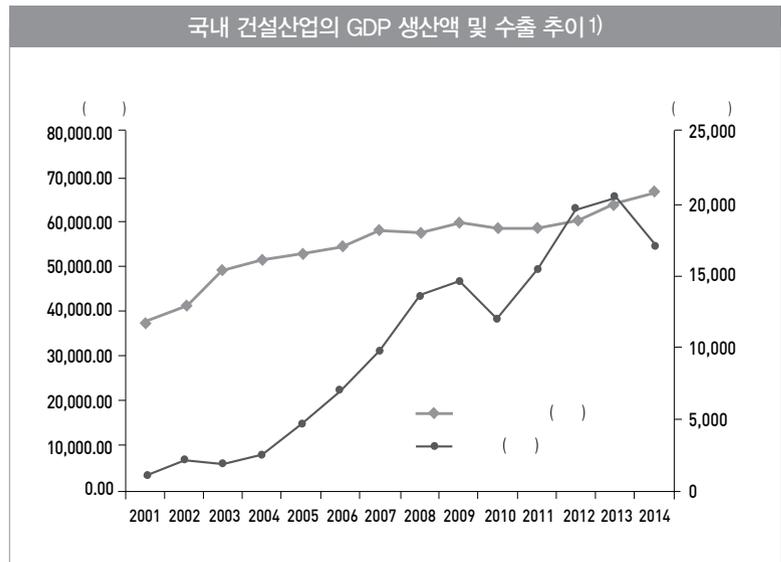


해외건설 저변 확대를 위한 중소기업 해외 진출 지원 전략

빈재익 | 한국건설산업연구원 연구위원

jipins@cerik.re.kr

2000년대 중반 이후 국내 건설산업은 성장 동력을 해외건설에서 찾으려고 노력해 오고 있다. 하지만 최근 해외건설은 건설산업의 성장 동력이 되기에 아쉬운 모습을 보이고 있다. 실제로, 2000년대 중반 이후 유지돼 오던 건설산업 수출액의 빠른 성장세는 글로벌 금융위기를 겪으면서 주춤하더니, 2013년 이후에는 하락하는 모습을 보이고 있다. 해외건설 수주 규모도 2015년 10월 20일 기준으로 508건, 355억 달러인데, 이는 전년 동기 대비



자료 : 통계청, OECD.

1) 건설산업의 수출은 해외 시장에 상업적 주재를 통해 이뤄지기 때문에 주재 기간에 따라 수출 혹은 FD(Foreign Direct Investment)로 분류되는데, 건설업 수출을 측정하는 OECD의 해당 통계에서는 장기 체류를 위해 FD를 통해 현지에 자회사 등을 설립하는 형태를 이용하는 해외 시장 진출은 수출에서 제외되고, 프로젝트 수주를 통한 일시적인 진출을 이용한 해외 시장 진출만 포함됐음.

계약 건수로는 90%, 그리고 계약 금액으로는 70% 수준에 불과하다.

해외건설 저변 협소 집중... 수주 하락

이 글에서는 해외건설이 우리 건설산업의 새로운 성장 동력으로 안정적인 자리매김을 하기 위한 방안으로서 해외건설의 저변 확대를 주장하고자 한다. 이러한 관점에서, 국내 건설기업의 해외건설 수주 실적은 최근 정체되고 감소하는 현상은 국내 건설업의 해외건설 저변 협소로 설명할 수 있다. 즉, 2000년대 중반 이후 해외건설이 급격히 증가하는 과정에서 이뤄졌던 과당 경쟁에 따른 저가 수주로 인해 어닝 쇼

크를 경험한 건설기업들을 중심으로, 해외건설 부문의 사업 전략이 매출 및 수주 규모보다는 수익성 중심으로 전환되고 있음이 반영된 것이다.

2014년 국회입법조사처의 연구 보고서 「해외건설 발전을 위한 정책 과제」에 따르면 해외건설협회가 조사한 국내 6개 업체의 해외건설 순이익률은 2011년 4.6%에서 2013년에는 -2.2%로 하락했다. 해외 건설 시장 진출이 소수의 대기업을 중심으로 도급사업 위주로 이뤄져 중국 등 후발 업체들과의 경쟁으로 도급 사업의 수익성이 하락하고 있는 상황에서, 해외건설의 저변이 넓지 않

아 수익성 악화에 따른 일부 기업들의 해외건설 부문 축소는 우리나라 해외건설 수주 규모 전체에 가시적인 영향을 미친다는 것을 추론할 수 있다.

국내 중소기업 해외 진출 비중 5.2%에 불과

해외건설의 저변이라는 관점에서 보면, 2013년 이후 중소 건설기업의 해외 진출 확대를 위한 정부의 노력에도 불구하고 해외 건설시장에 참여한 중소기업의 수는 크게 증가하지 못하고 있다. 건설산업의 글로벌 경쟁력 종합 평가²⁾에서 안정적으로 상위권을 형성하고 있는 미국, 영

주요국 기업 규모별 건설업 수출³⁾

(단위 : 백만 달러, 개사)

구분		2011년					2012년				
		합계	0~9명	10~49명	50~249명	250명+	합계	0~9명	10~49명	50~249명	250명+
미국 ⁴⁾	금액	3,373	1,611	196	452	1,114	4,396	2,833	210	367	986
	기업 수	6,020	4,424	957	423	216	5,644	4,191	838	423	192
영국	금액	907	189	162	232	324	742	167	152	178	245
	기업 수	2,888	1,919	650	221	98	1,994	1,176	540	194	84
독일	금액	2,547	1,140	314	375	412	2,379	371	338	433	1,083
	기업 수	7,537	4,231	1,600	343	57	8,373	4,255	1,970	486	121
프랑스	금액	2,090	229	170	319	1,343	1,729	169	186	266	1,098
	기업 수	1,888	868	644	245	121	2,447	1,258	822	248	112

주 : 기업 규모는 종업원 수 기준이며, 종업원 수 250명 미만은 중소기업으로 분류함.
자료 : OECD.

2) 2011년 미국 1위, 영국 4위, 독일 5위, 프랑스 6위, 한국 9위 ; 2012년 미국 1위, 독일 3위, 한국 7위, 프랑스 8위, 영국 9위. 출처는 국회입법조사처(2014. 12)의 「해외건설 발전을 위한 정책 과제」임.

3) 각주 1) 참조.

4) 미국은 2010년과 2011년임.



해외건설의 저변 확대를 위해서는 우수 중소기업들에 대한 금융 지원과 시장 정보 제공을 강화함으로써 해외 시장 진출을 유인하는 것이 필요하다.

국, 독일, 프랑스와의 국제 비교를 보면 우리나라의 해외건설 저변이 협소하다는 점을 알 수 있다.

2011년과 2012년 해외 진출 기업 중에서 중소기업이 차지하는 비중을 살펴보면 미국 96.4%, 96.6%, 영국 96.6%, 95.8%, 프랑스 93.1%, 95.1%, 독일 81.9%, 80.2%인 데 비해 한국의 경우는 77.0%, 76.8%였다. 역시 2011년과 2012년 전체 수주액에서 중소기업의 수주액이 차지하는 비중은 미국 67.0%,

77.6%, 영국 64.3%, 67.0%, 프랑스 34.4%, 35.9%, 독일 71.8%, 48.0%인 데 비해 한국의 경우는 8.1%, 5.2%에 불과하였다. 미국, 영국, 프랑스, 독일에 비하여 해외 건설시장에 진입한 한국 중소기업들의 수가 제한적이고 이들이 수주하는 계약 규모도 크지 않음을 알 수 있다.

금융 지원, 시장 정보 제공 등에 주력해야

한 연구⁵⁾에 의하면, 기존 수출 기업에 대한 지원보다는 우수 중소기업 지원이 한 국가의 수출과 해외 직접 투자를 증가시키기 위한 효율적인 방법이라고 한다.

전 세계의 교역은 소수의 대기업들 중심으로 이루어지고 있어⁶⁾ 기존의 수출 기업들에 대한 지원이 수출과 해외 직접투자의 추가적인 증가로 이어지는 효과는 제한적일 뿐만 아니라 기존 수출 기업들은 해외 진출의 장애를 극복할 수 있는 자원을 상대적으로 풍부하게 보유하고 있어 이들에 대한 지원 정책은 효율성이 낮다.

수출이나 해외 직접투자에 소요되는 재원을 처음으로 획득하거나 진출하려는 해외 시장의 법과 제도 등에 대한 정보를 획득하는 데 소요되는 추가적인 비용 등은 해외 시장 진출의 진입 장벽으로 작용을 하고 있다. 따라서 정부의 지원 정책으로 이러한 해외 진출의 진입 장벽이 낮춰진다면 보다 많은 우수 중소기업들이 수출과 해외 직접투자 활동을 시작할 수 있고, 이로 인한 국가의 수출 및 해외 직접투자 증가 효과는 기존 수출 기업에 대한 지원 정책의 효과에 비해 훨씬 크다.

반면, 수출 활동이 기업의 생산성 향상에 기여한다는 ‘수출을 통한 학습 효과’는 명확하게 입증되지 않는다고 한다.⁷⁾ 이러한 연구 결과들로부터, 중소기업의 수출을 지원하는 정책은 무차별적으로 이루어지기보다는 수출 잠재력이 높은 우수 기업을 발굴하여 이들이 해외 시장 진출을 하는 데 필요한 금융 지원, 시장 정보 등을 제공하는 것에 주력하는 것이 효율적이라는 시사점을 찾을 수 있다. CERIK

5) 김정곤 외(2014), 「주요국의 중소기업 해외 진출 지원 전략과 시사점」, 대외경제정책연구원. 이 보고서는 Mayer, T. and Ottaviano, G. I.(2008), "The Happy Few : The Internationalisation of European Firms", Intereconomics, 43(3)의 연구 결과를 인용해 서술하고 있음.

6) WTO의 보고서 "World Trade Report 2013"가 인용한 자료에 의하면, 2002년 미국 수출 물량의 96%는 기업 규모 상위 10%의 수출 기업이 차지했으며, 유럽 국가들의 경우에는, 상위 10% 수출 기업이 수출 물량에서 차지하는 비율이 프랑스에서는 84%, 독일에서는 90%, 그리고 영국에서는 80%에 달했음.

7) 김정곤 외(2014), 「주요국의 중소기업 해외 진출 지원 전략과 시사점」, 대외경제정책연구원.