

국내 중소기업 건설업체들의 해외진출 활성화에 관한 연구

Revitalization of the Korean Small/Medium Sized Construction Firms for Venturing into International Market

정연일¹⁾, 박희대²⁾, 김두연³⁾, 한승현⁴⁾
Chung Yeon-il, Park Hee-Dae, Kim Du-Yon, Han Seung-Heon

요약

중소규모업체가 한 나라의 경제에서 차지하고 있는 비중과 영향력은 매우 크다. 지금까지 경제시장에서 과소평가되어 온 많은 중소기업들이 제조업을 중심으로 한 해외시장에서 큰 두각을 나타내면서 기존의 이러한 시각에 큰 변화를 주고 있다. 특히, 국내시장의 한계를 벗어나려는 중소기업 건설업체 입장에서 급속도로 글로벌화 되고 있는 해외 건설시장에서의 발전 가능성은 매우 잠재력이 크다. 그러나 아직까지 해외건설시장에 중소기업업체의 역할은 매우 미미한 수준이다. 이에 본 연구에서는 국내 중소기업 건설업체의 해외진출을 활성화하기 위해 가능성과 의지가 있는 중소기업 건설업체를 그룹 별로 분류하여 해외진출 활성화 방안을 각 그룹 별로 제시하고자 한다. 1996년부터 2005년까지 ENR(Engineering News Record)지에 등록된 해외 선진건설업체의 해외공사 비중을 분석하고 해외건설시장에 진출한 국내 건설업체의 해외공사 비중과 법적 근거를 반영하여 국내 중소기업 건설업체의 분류 기준을 새롭게 제시하였다. 마지막으로 전문가 인터뷰 방식을 실시하여 새롭게 정의된 국내 중소기업 건설업체들의 각 그룹 별 해외진출 활성화 방안을 제시하였다.

키워드: 중소기업, 해외건설, 해외건설시장

1. 서론

1.1 연구의 배경 및 목적

전 세계적으로 중소기업이 한 나라의 경제에서 차지하고 있는 비중과 영향력은 매우 크다. 또한, 중소기업업체들은 자국뿐만 아니라 세계 경제에서도 중추적인 역할을 하고 있다. 선진국 및 개발도상국의 내수 경제와 해외 시장과의 상호 작용에 능동적이고 주체적인 경제 활동을 하면서 국내·외 경제에 큰 영향력을 미치고 있는 것이다. 특히, 1990년대에 해외 시장에 적극적으로 참여하는 중소기업 수가 아시아, 유럽, 북미 지역을 중심으로 지속적인 증가를 보이고 있다. 점차 중소기업들이 해외시장을 진보적으로 견인하는 역할을 하고 있는 것이다.

하지만 대부분의 중소기업업체들은 현재 해외시장이 규모가 거대하고 재정 자원이 풍부한 대형업체들의 영역이라

고 인식하는 경향이 강하다. 그러나 실제적으로 기존의 문헌과 여러 통계자료들을 살펴보면, 중소기업업체의 역량과 경쟁력에 대해 지금까지 과소평가 되어 왔었다는 사실을 확인할 수 있다(Gary A. Knight 외, 2001) 많은 중소기업업체들이 해외 시장에서 큰 두각을 나타내면서 기존의 이러한 시각에 큰 변화를 주고 있는 것이다.

OECD 자료에 따르면, OECD 가입 국가의 중소기업이 자국 경제의 95% 이상을 차지하고 새로운 일자리의 60%~90%를 창출하고 있다(Thorsten 외, 2006). 또한 APEC 가입 국가의 경우에는, 중소기업이 자국 경제의 90%, 전체 종사자 수의 50% 이상을 차지하고 있다. 유럽 국가의 경우에도, 독일(Simon, 1992)은 자국 시장의 약 70%~90%, 스웨덴(Brytting, 1991)과 핀란드(Luostarinen 외, 1994)는 제조품의 99%를 중소기업이 담당하고 있는 것을 확인할 수 있다.

New Global Economy(2001)지에 따르면, 중소기업들은 재정자원이나 경영능력 면에서 부족하지만 더 유연하고 혁신적이기 때문에 그 만큼 변화에 민감하게 반응할 수 있다고 평가한다. 즉, 끊임없이 변화하는 해외 시장의 특성을 고려할 경우, 대형규모업체들보다 경쟁력을 가지고 효율적인 경제활동이 가능하다는 것이다. 1990년대 후반, 아시

1) 일반회원, 연세대학교 토목공학과 석사과정 yeonil@yonsei.ac.kr

2) 일반회원, 연세대학교 토목공학과 통합과정 parkhecdac@yonsei.ac.kr

3) 일반회원, 연세대학교 토목공학과 박사과정 cagodbird@yonsei.ac.kr

4) 종신회원, 연세대학교 토목공학과 부교수 shh6018@yonsei.ac.kr

본 연구는 건설교통부 해외건설팀 연구비 지원에 의한 연구의 일부임.
과제번호 2006-8-0594.

아 국가들이 경제 위기를 빠르게 극복할 수 있었던 것도 중소기업들이 급변했던 경제적 상황과 환경에 발 빠르게 대처하고 적응할 수 있었기 때문이다.

우리나라에서도 중소기업들의 모습은 많은 변화를 보이고 있다. 통계청 자료에 따르면, 중소기업이 전체 수출의 43%를 차지하고 있고 특히 제조·서비스·도소매업에서 전체 해외투자의 90%를 차지하고 있다. 이는 우리나라의 중소기업들이 정체가 되어 있는 국내시장에서 벗어나 빠르게 성장하고 있는 해외시장으로 진출하는 경향이 두드러지면서 나타나는 현상이다.

이렇게 급변하는 세계경제의 흐름속에서, 해외건설시장도 신 시장 확대와 높은 투자성장률, 저렴한 노동력과 원자재 확보, 건설시장의 개방 등과 같은 이유로 급속도로 글로벌화 되고 있고, 중소기업의 발전가능성도 매우 높은 반면, 중소기업들이 갖는 리스크부담과 경험부족등으로 인해 아직 해외건설시장에서 중소기업의 수주액은 전체의 15% 정도에 불과한 실정이다. 이에 본 연구에서는 글로벌화 되고 있는 해외건설시장에 진출 가능성이 있는 국내 중소기업들이 해외공사를 성공적으로 수행하고 궁극적으로 해외진출을 활성화 할 수 있는 방안을 제시하고자 한다.

1.2 연구의 범위 및 방법

본 연구에서는 해외건설시장에 진출할 가능성과 의지를 가지고 있는 국내 중소기업 건설업체를 해외수주 비중과 시공능력에 따라 분류하여 그룹 특성별로 해외진출 전략과 활성화 방안을 차별화하여 제시하고자 한다. 이를 위해 먼저 ENR(Engineering News Record)지에 등록된 해외건설시장을 선도하고 있는 선진건설업체들의 해외공사 수주동

향을 분석하였다. 분석대상은 1996년부터 2005년까지의 Top Global / International Contractors와 Top Global / International Design Firms 그리고 2000년부터 2005년까지의 USA Top 400 Contractors로 설정하였다.

그리고 해외건설협회 해외건설종합정보서비스에서 제공하는 해외건설시장에 진출한 국내 건설업체의 해외공사 비중을 분석하였다. 이 분석결과와 함께 중소기업의 법적 기준을 반영하여 해외시장 진출관점에서 중소기업 건설업체의 분류 기준을 새롭게 정의하였다. 법적 기준은 중소기업기본법에 있는 건설업 분류 기준인 자본금과 상시근로자 수를 사용하였다.

이렇게 하여 새롭게 제시된 기준에 따라 정의된 국내 중소기업 건설업체들을 그룹 별로 분류하고 전문가 인터뷰 방식을 실시하여 각 그룹 별 중소기업 건설업체들의 해외진출 활성화 방안을 제시하였다.

2. 해외 선진건설업체의 동향 분석

2.1 Top Contractors와 Design Firms

먼저 표1에서 확인할 수 있듯이 같이 ENR(Engineering News Record)지의 통계자료에 근거하여 선진건설업체들의 해외공사 수주동향을 분석하였다. 분석대상은 1996년부터 2005년까지 ENR(Engineering News Record)지에 등록되어 있는 4개 그룹(Top Global Contractors, Top International Contractors, Top Global Design Firms, Top International Design Firms)이고 분석방법은 4개 그룹에 속해 있는 업체마다 전체 기성액(revenue)에서 해외공사를 통한 기성액을 퍼센티지로 산출하여 순위 별로 평균 해외공사 비중을 분석하였다. 여기서 Global은 국내·외 전체공

표 1. Top Global·International Contractors와 Design Firms의 해외공사 수주비율 통계

(자료 : ENR지)

	순위	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	평균
	Top Global Contractors	1위 ~ 50위	20.5%	25.6%	29.1%	29.0%	31.2%	30.4%	30.2%	31.0%	31.7%	32.0%
51위 ~ 100위		31.3%	33.8%	35.1%	31.6%	27.6%	20.9%	19.2%	21.5%	24.7%	25.1%	27.1%
101위 ~ 150위		19.1%	22.7%	16.2%	22.6%	44.9%	23.2%	15.2%	15.1%	18.1%	21.6%	21.9%
150위 ~ 225위		19.4%	18.3%	22.0%	20.6%	9.4%	9.3%	10.4%	13.1%	13.4%	15.6%	15.2%
Top International Contractors	순위	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	평균
	1위 ~ 50위	31.0%	37.4%	40.2%	38.4%	40.2%	42.1%	38.5%	41.6%	40.8%	41.2%	39.1%
	51위 ~ 100위	18.1%	31.3%	22.8%	24.8%	21.7%	16.6%	20.7%	19.1%	21.7%	21.6%	21.8%
	101위 ~ 150위	13.3%	13.7%	13.7%	20.5%	15.6%	15.3%	11.9%	11.6%	11.8%	15.7%	14.3%
Top Global Design Firms	150위 ~ 225위	8.5%	9.2%	9.0%	7.8%	5.0%	3.7%	3.6%	3.9%	5.7%	6.5%	6.3%
	순위	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	평균
	1위 ~ 50위	36.3%	45.8%	46.0%	43.3%	40.6%	36.4%	37.5%	37.4%	42.7%	45.1%	41.1%
	51위 ~ 100위	26.4%	25.6%	27.8%	27.5%	29.9%	27.3%	21.2%	22.1%	17.0%	15.1%	24.0%
Top International Design Firms	101위 ~ 150위	23.2%	22.2%	18.3%	23.1%	17.1%	13.2%	15.8%	14.9%	16.6%	19.4%	18.4%
	순위	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	평균
	1위 ~ 50위	49.7%	54.1%	53.7%	33.8%	50.0%	43.7%	44.8%	44.1%	47.3%	49.4%	47.1%
	51위 ~ 100위	25.5%	34.3%	31.5%	23.9%	26.3%	30.0%	27.4%	28.3%	31.2%	34.2%	29.3%
Top International Design Firms	101위 ~ 150위	20.6%	16.6%	18.1%	15.9%	22.0%	16.4%	15.4%	16.5%	13.9%	11.6%	16.7%

사를 통해서 얻은 기성액을 포함하고 International은 해외공사만을 통해서 얻은 기성액을 기준으로 순위를 책정한 것을 의미한다. 그리고 Contractors는 시공관련 부문만을, Design Firms는 설계관련 부문만을 고려한 것이다. 그 결과, 4개 그룹 모두 상위 업체일수록 해외공사의 비중이 높은 것으로 나타났다. 특히 Global Contractors와 International Contractors는 약 80% 정도 중복되는 것으로 확인되었다. 이러한 사실로 보아, 세계건설시장에서 앞서 나가고 있는 건설업체일수록 해외공사의 중요성을 더 많이 인식하고 있는 것으로 해석할 수 있다.

또한, 1996년부터 2005까지 10년 간 점차적으로 해외공사를 통한 기성액 비율이 증가하고 있는 것을 확인할 수 있다. 이는 시장규모가 정체되고 있는 자국건설시장과 급속도로 증가하고 있는 해외건설시장 사이에서 선진건설업체들이 지속적인 성장과 발전을 위해 해외건설시장에 지속적으로 투자하고 기업의 경쟁력을 해외건설시장을 통해 찾으려는 모습을 살펴볼 수 있다(해외공사 수주비중 평균 30~40%). 해외건설시장으로의 진출이 이들 업체의 경쟁력과 원동력이 되고 있는 것이다.

2.2 Top 400 USA Global Contractors

세계건설시장을 주도하는 Top Global Contractors의 수주금액은 전체 해외건설시장의 평균 60% 정도에 이르고 있다. 또한, 데이터 맵핑(Data mapping)을 해 본 결과, Global Contractors 중에서 평균 50%가 USA Global Contractors인 것으로 확인되었다. 그러므로 ENR(Engineering News Record)지에 등록되어 있는 Top 400 USA Contractors의 해외공사 수주비중 분석을 통해 해외에 적극적으로 진출하는 건설업체와 그렇지 않은 건설업체의 차이를 확인할 수 있다. 이것은 우리의 경우에 있어서도 해외에 기 진출한 건설업체들과 미 진출한 건설업체들을 위한 좋은 벤치마킹의 자료가 될 것이다.

표 2. Top USA Top 400 Contractors의 순위별 해외수주통계
(자료 : ENR지)

순위	2000	2001	2002	2003	2004	2005	평균
1위~50위	22.1%	17.4%	16.7%	18.9%	21.4%	23.4%	17%
51위~100위	3.2%	4.2%	2.8%	2.1%	5.8%	6.4%	
101위~200위	1.4%	2.3%	1.8%	2.4%	2.7%	3.6%	1.9%
201위~300위	1.4%	0.5%	1.6%	0.8%	2.5%	1.3%	
301위~400위	1.4%	1.1%	0.4%	1.0%	0.8%	1.1%	

미국의 중소규모 건설업체에 대한 법적 정의를 확인해 본 결과, 연간 매출액을 기준으로 700만\$~1700만\$(Code of Federal Regulation's Small Business)에 해당하는 업체들을 중소기업으로 분류하고 있다. 이를 근거로 하면, Top 400 USA Contractors는 모두 중소규모 건설업체보다 큰 규모의 건설업체들인 것으로 확인된다. 그러나 표2에 나와 있는 것처럼 Top 400 USA Contractors 중 100위 안에 있는 건

설업체는 Top 225 Global Contractors에 속해 있는 업체들로써 평균 해외공사 수주비중이 17%인 반면, 100위 밖에 있는 건설업체는 해외수주비중이 불과 1.9% 밖에 되지 않았다. 즉, 세계건설시장을 선도하고 있는 미국의 경우에도 소수의 자생력이 있는 대형규모 건설업체들만이 해외건설시장에 진출하고 있는 것을 알 수 있다. 이렇게 업체 순위에 따른 해외공사 비중이 많은 격차를 보이는 것으로 보아 중소규모 건설업체의 활동이 아직까지 해외건설시장에서 매우 미미한 수준이지만, 최근의 동향을 보면 100위권 이하의 수주비중이 조금씩 늘고 있으며 이들 중소규모 건설업체도 앞으로 해외건설시장에서 발전할 가능성과 잠재력이 크다는 점이 강조되고 있는 추세이다. 이러한 선진건설업체의 해외공사 수주동향을 파악하여 본 연구의 대상인 국내 중소규모 건설업체의 분류 방안을 다음 장에서 제시하고자 한다.

3. 해외진출하려는 중소규모 건설업체의 새로운 정의

먼저, 해외건설협회 해외건설종합정보서비스(<http://www.icak.or.kr>)를 통해서 해외건설시장에 기 진출한 국내건설업체의 해외공사 수주액과 국내공사 수주액 자료(대한건설협회)를 입수하여 해외공사와 국내공사 수주액 자료가 모두 있는 건설업체들의 해외공사 비중을 분석하였다. 그 결과, 해외건설시장에 기 진출한 90 여개 업체 중 데이터 맵핑(Data mapping)이 되는 상위 30~40 여개 업체들의 평균 해외공사 비중을 확인할 수 있었다(표3 참고).

표 3. 해외시장에 기진출한 국내건설업체의 해외공사 수주통계
(자료 : 해외건설협회, 대한건설협회)

순위	2000	2001	2002	2003	평균
상위 25%업체	36.7%	29.5%	10.5%	4.9%	30.0%
상위 50%업체	13.6%	34.5%	9.1%	7.9%	19.3%
상위 100%업체	23.1%	17.0%	7.0%	18.0%	18.2%

상위 30~40여개 업체 중에서 상위 25% 업체는 평균 해외공사 비중이 30%로 이미 해외건설시장에서 일정한 비중을 차지한 자생력 있는 건설업체들이다. 그러나 상위 25% 미만 업체는 해외공사 비중이 평균 10% 대로 아직 해외건설시장에서 발전할 가능성이 더 있는 건설업체이다. 또한 추가로 데이터 맵핑(Data mapping)이 불가능했던 건설업체들은 해외공사 비중이 더 낮았기 때문에 해외건설시장에서 가능성과 잠재력이 더 많을 것으로 판단된다.

다음으로, 이렇게 해외공사 비중이 확인된 건설업체들의 시공능력평가액을 파악하여 해당업체 및 해당업체들과 유사한 도급능력을 가진 업체들을 해외건설시장에 진출가능성이 있는 업체 그룹으로 설정하였다. 그 결과, 해외건설시장에 기 진출한 건설업체들의 평균 시공능력평가 상위 200위 업체까지 이 그룹에 해당되는 것으로 확인되었다.

마지막으로, 법적 기준에 따른 중소건설업체를 분류하기

위하여 중소기업기본법에 있는 법적 기준을 확인해 본 결과, 중규모 건설업체의 경우에는 자본금 30억 이하 또는 상시근로자 수 300명 미만, 소규모 건설업체의 경우에는 상시근로자 수 50인 이하, 엔지니어링 업체의 경우에는 상시근로자 수 200인 미만 또는 매출액 200억 원 이하인 것으로 나타났다. 분석 결과, 상위 70 여개 업체를 제외한 업체들이 중소규모 건설업체 그룹에 속하는 것으로 확인되었다. 특히, 엔지니어링 업체의 경우에는 해외건설협회와 건설교통부에 신고한 중소규모 건설업체 중에서 상위 20 여개 업체를 제외한 모든 업체가 중소규모 업체에 해당되는 것으로 확인되었다.

그러므로 USA Contractors와 국내건설업체의 해외공사 비중, 시공능력평가액 자료 및 법적기준을 반영하여 새롭게 정의된 해외진출 가능성이 있는 중소규모 건설업체를 분류할 필요가 있으며 그 기준을 제시하면 표4와 같다. 이러한 그룹 별 분류에 따른 중소규모 건설업체에 대한 해외진출 지원정책은 각 그룹 별로 차별화되어야 한다.

표 4. 새롭게 정의된 국내 중소규모 건설업체의 분류

분류	분류 기준
Group 1	법적 기준의 중소건설업체로서 해외공사 비중이 25%~50%인 건설업 (시공능력 상위 70위 ~ 200위)
	해외건설시장에서 추가 발전가능성이 있는 업체
Group 2	법적 기준의 중소건설업체로서 해외공사 비중이 5%미만인 건설업체 (상위 200위 ~ 450위)
	해외건설시장 진출을 적극적으로 지원해야 하는 업체
Group 3	법적 기준의 중소건설업체로서 해외실적이 거의 없는 건설업체 (엔지니어링 및 상위 450위 미만 건설업체)
	해외건설 진출을 위한 경험축적 및 준비가 필요한 업체

4. 국내·외 중소규모 건설업체의 해외진출 애로사항 도출

일반적으로 제조·서비스 분야의 중소규모업체가 해외시장에서 느끼는 진출 장벽은 크게 업체의 내부적 취약에서 비롯된 요소(현지상황 인식의 부족, 운전자본의 부족 등)와 외부적 요소(발주자의 태도와 모습 차이, 현지 노동력의 저효율성)에서 비롯된 요소, 자국의 영역에서 비롯된 요소(정부의 지원 및 유인 부족 등), 그리고 해외 시장에서 비롯된 요소(극심한 경쟁, 현지시장의 상황 등)로 구분할 수 있다. 그러나 이러한 진출 장벽이 미치는 영향의 빈도 및 강도, 중요성은 시·공간적 여건과 산업 상황에 따라 달라질 수 있으며 기업의 관리와 조직 및 환경에 따라 크게 달라질 수 있다.(Leonidas C., 2004)

해외건설시장도 마찬가지로 아직까지 많은 장벽이 존재하여 중소규모 건설업체들의 시장진출 및 확장에 큰 어려움을 겪고 있다. 이에 본 논문에서는 건설 분야에서 많은 경험과 지식을 가지고 있는 전문가 15명을 대상으로 인터뷰를 실시하여, 해외건설시장에 진출하려는 국내 중소규모

건설업체들의 어려움을 알아보고 이에 대한 해결방안을 제시하고자 하였다. 전문가들의 심층적이고 구체적인 의견을 수렴하여 정리한 결과, 국내 중소규모 건설업체의 해외건설시장 진출을 가로 막는 요인은 크게 4가지 관점(기업내부요인, 기업외부요인, 시장내부요인, 시장외부요인)에서 살펴볼 수 있다. 첫째, 기업내부요인으로는 현지상황 미 인식, 언어문제, 해외공사 경험 및 의지 부족, 인력·기술력 부족, 금융자본의 부족 등을 들 수 있다. 둘째, 기업외부요인으로는 발주자의 태도, 국내·외 시장의 위기, 높은 리스크, 현지 인력의 능률 저하 등을 생각할 수 있다. 셋째, 시장내부요인으로는 정부의 지원 부족, 왜곡된 건설시장 구조 등이 있고 넷째, 시장외부요인으로써 무한경쟁체제, 정치·문화적 영향, 무역영역의 글로벌화 등을 들 수 있다.

해외건설시장은 높은 투자성장과 중동의 경기회복, 신시장의 급부상, 지속적인 건설시장의 개방 확대 등을 통해 빠르게 글로벌화 되고 있지만, 이러한 해외건설시장을 선도하고 있는 업체들은 앞서 언급한 진출 장벽들을 스스로 극복할 수 있는 대형규모 건설업체들이 대부분이다. 이처럼 아직까지도 국내 중소규모 건설업체들이 해외건설시장에 진출 및 확장을 하는데 여러 장벽이 존재하여 큰 어려움을 겪고 있는 모습은 통계자료에서도 확인 할 수 있다. 해외건설협회 자료에 따르면, 2000년 이후 해외건설시장에 진출한 업체 수의 70%~80%를 중소규모 건설업체가 차지하고 있지만 해외공사 수주액은 겨우 15% 미만으로 나타나고 있다. 이는 국내건설업체의 해외공사수주가 대형규모 건설업체 중심으로 편중되어 있다는 것을 보여주는 것이다.

이렇게 국내 중소규모 건설업체가 실질적인 성과가 나타나지 않음에도 불구하고 해외진출을 시도하는 가장 큰 원인을 전문가들은 정체되어 있는 국내건설시장으로 판단하고 있다. 2002년 이후 100조원 규모로 정체되어 있는 국내건설시장에서는 수주 산업의 속성상 치열한 경쟁이 불가피하다. 그 과정에서 경쟁력이 있는 건설업체가 경쟁력이 없는 건설업체의 몫을 잠식하는 것은 자명한 일이다. 더욱이 전문가들은 발주방식의 변화로 인해 중소규모 건설업체의 영역이 더 줄어들고 있다고 보고 있다. 대형공사 위주의 턴키·대안 공사는 지속적으로 증가하고 있는 반면, 중소규모 건설업체의 주된 수주영역인 적격심사공사는 계속 감소하고 있는 실정이다. 여기에다 지방중소건설업체의 수주영역이었던 학교·병원과 같은 공사들을 한 데 묶어서 발주규모를 키운 다음 BTL 방식을 도입하다보니 중소규모 건설업체의 설 자리는 더욱 축소되고 있는 것이다. 그러다 보니 중소규모 건설업체들이 더 이상 이윤 추구가 아닌 존립과 생존의 수단으로 눈을 돌려 해외건설시장 진출을 도모하는데 이러한 상황이 더 많은 문제를 낳고 있다. 즉 충분한 경험과 전문성을 갖춘 해외건설 전문 인력 부족과 해외건설시장 정보의 부족, 해외발주처와의 인적네트워크 부재, 국내금융기관 및 보증기관의 지원 부족 등과 같은 많은 문제점을 안고 있는 가운데 해외에 무리하게 진출하다 보니 리스크 노출과 같은 문제가 발생하고 있는 것이다.

해외건설시장에 진출하고 있는 대부분의 중소규모 건설업체들이 기술력을 가지고 착실하게 경쟁력을 키워나가는

것이 아니라 막연한 기대감과 안일한 생각을 가지고 진출하는 경우가 더 많은 실정이다. 본 연구에서는 표4에 제시된 새로운 분류기준에 따라 중소기업체들의 해외건설시장을 진출을 촉진할 수 있는 전략적 방안들을 제시하고자 한다.

5. 중소기업의 해외진출 활성화 방안

5.1 기본전략

해외시장의 진출 장벽에 대응하기 위해 중소기업체의 관리자들은 내부 자료와 정보, 시장조사를 통해 부정적인 요소를 사전에 파악하고, 각 요소가 해외시장에서의 성과와 진출 목표 달성에 미칠 수 있는 영향 정도를 결정해야 한다. 또한 각 문제의 해결 가능한 수준과 방법을 도출하고 이를 해결하기 위한 내·외부적 노력을 기울여야 한다. 이때 관리자는 근시적인 입장에서의 집중적 투자보다는 장기적인 안목에서의 성장을 이룰 수 있도록 적절한 자원 배분에 주의해야 한다(Chinowsky 외, 2000).

한편 정책입안자들은 진출 장벽으로 인한 중소기업체의 피해를 줄이기 위해 워크숍 등 진출 능력을 향상시킬 수 있는 교육을 실시하고, 기업의 지식기반이 해외 시장에서의 성과 향상에 큰 기여를 하는 만큼(Anti 외, 2005), 기술적 표준 등 해외시장에 대한 충분한 정보를 제공하며, 재정적 지원, 진출 상담 등 기업의 진출을 후원할 수 있는 장려책을 마련해야 한다.

5.2 각 그룹 별 해외진출 활성화 지원방안

우리 해외건설의 경쟁력을 살펴보면, 경험이나 기술축적 면에서는 비교적 양호한 편이다. 그러나 후발 경쟁국가에게 가격경쟁력에서 우위를 계속 점하는 것이 점점 어려워지고 있는 반면, 핵심 기술경쟁력은 아직 선진국에 비해 뒤떨어지고 있는 실정이다. 전문가 인터뷰를 통해 도출된 지원방안을 새롭게 정의된 중소기업체의 특성을 고려하여 그룹 별로 차별화하여 제시하면 다음과 같다.

먼저, 고유가로 재정수입이 크게 증가하면서 해외건설 발주규모를 계속 늘리고 있는 중동 산유국들이나, 국가기간산업(발전, 석유화학플랜트) 투자에 박차를 가하고 있는 아시아 지역(Red Ocean)에는 Group 1과 같이 해외진출 경험이 있으면서 앞으로도 발전가능성이 더 있는 중소기업체들이 원청합작이나 하청단독으로 진출할 수 있을 것이다. 그러나 Group 1의 건설업체들은 기술경쟁력이 있지만 담보 및 자금 부족으로 인한 금융조달 문제가 가장 큰 것으로 나타났다. 그러므로 수출입은행 등과 같은 국책 금융기관들이 중소기업 특별 금융지원 상품을 발굴하거나 중소기업이 수주를 추진하고 있는 프로젝트의 수익성을 담보로 하여 금융을 지원하는 방법을 검토해 볼 수 있을 것이다. 또한, 법적 검토를 통해 공제조합 등이 출자한 중소기업 전담보증 및 금융지원 기구를 신설하는 방안도 검토될 수 있다.

다음으로 점차 진출가능성이 확대되고 있는 천연자원 보유국인 BRICs(브라질, 러시아, 인도, 중국)시장이나 우리나라의 미주개발은행 가입에 따라 주요시장으로 부상하고 있는 중남미 지역, 아프리카 지역 같은 경우에는 청정개발체계(CDM)과 같은 환경건설산업 등이 기대되는 신규 수요시장(Blue Ocean)들이기 때문에 Group 2와 Group 3에 속해있는 건설업체들이 하청단독이나 하청합작과 같은 방법으로 해외진출을 시도할 수 있는 좋은 지역이 될 것으로 예상된다.

그러나 Group 2의 건설업체들은 중소기업체의 특성상 신용도가 부족하여 이행보증을 비롯한 각종 보증발급이 어려운 것이 가장 현실적으로 해결되어야 할 문제인 것으로 나타났다. 그러므로 이러한 보증문제 해결과 담보능력 부족에 대한 정부의 금융지원노력이 필요하다. 또한, Group 3에 속하는 건설업체의 경우에는 해외건설에 대한 경험이 거의 없기 때문에 해외건설 실무능력을 배양하기 위한 교육훈련이 전제되어야 할 것이다. 그리고 해외건설시장에 처음 진출하는 이들의 시행착오를 최소화하기 위해서 해외진출상담과 실무를 지원하고 각종 정보를 제공하는 등의 기초적인 지원부터 시작해야 한다.

또한 거시적인 관점에서, 현재까지의 편중된 수주구조를 탈피하고 수주서변을 확대하기 위해서는 정부가 나서서 신시장 개척을 지원하는 활동이 필요하다. 특히, Group 1과 Group 2의 경우는 시장개척에 따른 초기 경비(현지조사, 수주활동 등)나 리스크 비용을 더 지원해줄 수 있게 시장개척자금의 비중을 이들 건설업체에 집중할 수 있는 제도적 변화가 있어야 한다. 그리고 해외건설시장에서 시장개척과 경쟁력 확보를 위해서는 우수한 해외건설인력의 확보가 절실하다. 그러나 현재 우리나라에서는 해외건설 고급인력을 양성하고 관리하는 기관이 부족한 실정이다. 그러므로 정부가 주도적으로 인력양성 지원 사업에 투자하여 해외건설 전문 인력들을 양성하고 데이터베이스 시스템 구축을 통한 수요자와 공급자의 연결 역할을 해야 한다. 그 밖에도 중소기업체의 리스크를 줄이기 위해 대기업과 공동진출 시 우대할 수 있는 제도적 장치를 마련하거나 중소기업 형 리스크 보험 제도를 실시 및 확대하여 해외진출에 대한 강한 동기 부여를 해주는 것도 필요하다.

이러한 정부의 노력과 함께 업계 차원에서도 스스로의 노력이 필요하다. 정책적인 중소기업 보호와 지원에만 기대지 말고 글로벌하고 혁신적인 중소기업체가 될 수 있도록 업체 스스로가 경쟁력을 강화하는데 주력하고 이를 기반으로 대형건설업체와도 상생적으로 협력할 수 있는 발판을 마련해야 할 것이다. 이를 위해, 특수상품에 대한 경쟁우위기술을 확보함으로써 경쟁력을 높이는 방안을 생각할 수 있다. 또한, 대·중소업체 간의 공동 정보수집망 구축 및 중소설계업체와 시공업체의 동반진출을 증대하여 파트너십 강화를 위한 노력이 필요하다. 궁극적으로 사업의 다각화 및 이를 바탕으로 한 사업 분야 전문화를 추구하는 것이 해외건설에서의 중소기업체들이 경쟁력을 확보하기 위한 전제 조건이 될 것이다.

6. 결론

국내 중소기업 건설업체들이 해외건설시장에 진출하기 위해서 국내·외적으로 환경변화를 예의 주시하고 있다. 한미 FTA, 정부조달협정 등 국내시장의 개방과, 일반·전문점업제한 폐지, 턴키대안공사 및 BTL 사업비중 확대 등 제도적 변화와 건설경기 후퇴로 인해 국내중소규모 건설업체 및 엔지니어링 업체의 수주환경이 크게 위축되고 있는 실정이다. 또한, Global Expansion과 중소기업들의 해외진출 경향에 비추어 보았을 때, 해외건설시장은 이러한 국내시장의 한계를 극복하고 전문기술의 투자 및 경험축성의 기회, 기업경쟁력 강화 및 수익성 향상을 꾀할 수 있는 좋은 기회가 될 것이다. 또한, 이러한 추세를 반영하여 중소기업 건설업체의 해외진출 관심도는 계속 증가할 것이다.

이제 우리도 해외시장에서 핵심 경쟁력을 갖추어야 한다. 또한 대형규모 건설업체와 함께 중소기업 및 엔지니어링 분야의 동반·협력진출을 지원하기 위한 시스템과 수주확대를 위한 신 시장 개척, 건설외교, 외국과 건설협력기반 구축이 어느 때보다도 중요한 시점이다. 아울러 건설인력의 양성 및 위험관리 강화로 해외프로젝트 관리의 선진화를 기하고, 국내 건설제도가 Global Standard에 맞게 혁신해 나갈 수 있도록 다져나가야 한다. 틈새시장에 대한 지속적인 관심과 새로운 시장에 대한 적극적인 개척과 지원으로 해외건설시장을 우리 건설의 제 2의 도약의 기회로 삼을 수 있도록 해야 할 것이다.

참고문헌

1. 건설교통부, 해외건설 진흥계획, 건설교통부, 2005
2. 이의섭 외 6인, 중소기업 해외시장 개척을 위한 유망시장 보고서, 한국건설산업연구원, 2006
3. 권용복 외 11인, [특별기획] 2005년 제7회 정책토론회 건설 산업의 해외진출현황 및 발전 방향, 대한토목학회지, v.53 n.11, 2005, p. 14-51
4. 신종현 외 1인, 우리나라 중소기업의 경쟁력강화 방안 연구, 대한건축학회 추계학술발표대회 논문집(구조계), v.12 n.2, 1992, p. 655-660
5. 강운산, 중소기업 위기-적극적 지원 정책 절실하다, 한국건설산업연구원 건설저널, v.56, 2005, p. 16-17
6. 김태엽, 중소기업 해외 진출 애로 첩첩-체계적 지원 절실, 한국건설산업연구원 건설저널, v.52, 2005, p. 46-48
7. 이복남, 해외건설 '5強'의 꿈, 글로벌 인력 5,000명 양성하자, 한국건설산업연구원 건설저널, v.61, 2006, p. 12-14
8. 이상호, 한미 FTA-건설 부문의 핵심 쟁점을 분석한다, 한국건설산업연구원 건설저널, v.63, 2006, p. 14-15
9. 이상호, 참여정부의 중소기업 정책-기본 틀이 바뀌는가, 한국건설산업연구원 건설저널, v.59, 2006, p. 16-17
10. Antti Haati, Vivekananda Madupu, Ugur Yavas, Emin Babakus, Cooperative Strategy, Knowledge Intensity and Export Performance of Small and Medium Sized Enterprises, Journal of World Business, v.40, 2005, p.124-138
11. Gary A. Knight, Entrepreneurship and Strategy in the International SME, Journal of International Management, v.7, I.3, 2001, p. 155-171
12. Howard Schirmer Jr., Global Expansion : A Growing Dilemma, Journal of Management in Engineering, v.12, I.5, 1996, p. 28-31
13. Leonidas C., An Analysis of the Barriers Hindering Small Business Export Development, Journal of Small Business Management, v.42, I.3, 2004, p. 279-302
14. Martin Lindell, Necmi Karagozoglu, Global Strategies of US and Scandinavian R&D-Intensive Small- and Medium-Sized Companies, European Management Journal, v.15, I.1, 1997, p. 92-100
15. Paul S. Chinowsky, James E. Meredith, Strategic Management in Construction, Journal of Construction Engineering and Management, v.126, I.1, 2000, p.1-9
16. Roberto Alvarez, E., Sources of Export Success in Small- and Medium-Sized Enterprises: the Impact of Public Programs, International Business Review, v.13, I.3, 2004, p. 383-400
17. Thorsten, Asli Demircug, Small and medium-size enterprises: Access to finance as a growth constraint, Journal of Banking & Finance, In Press, 2006
18. 해외건설협회 해외건설종합정보서비스, www.icak.or.kr

Abstract

The small/medium sized firms have big part and affect a national economy in the world. They underestimated in market until now make big change by standing out in international market. The Korean small/medium sized firms also get out of a domestic market stagnated and try to make inroads into international market. Especially, the Korean small/medium sized construction firms have very huge potentiality in international market globalized rapidly. But, the role of these firms actually have been insignificant in international market until now. This paper tried to present the alternatives to revitalize the overseas expansion of the Korean small/medium sized construction firms which have the potentiality. It analyzed the international contract trend of advanced construction firms to classify each group by using ENR data from 1996 to 2005, and presented the new standard of the Korean small/medium sized construction firms according to international contract portion, data, and legal bases. Finally, it used the expert interview method to refer to the revitalization of making inroads into international market.

Keywords : The small/medium sized construction firms, International construction, International market