

글로벌 물시장 진출을 위한 실태 분석

Analysis of actual conditions for entry into the Global Water Market

김상문*, 이화령**
ShangMoon Kim, HwaRyeong Lee

요 지

국내 물시장은 100%에 가까운 상·하수도 서비스 수준을 달성한 지 오래다. 결과적으로 국내 물시장은 한계에 이르렀다는 평가와 함께 국내 물산업의 지속가능한 발전을 위해서는 포화된 국내 시장을 벗어나 해외 신시장을 발굴해야 한다는 견해가 보편적이다. 그리고 정부에서는 2006년 물산업 육성 전략을 수립하는 한편 국내 물기업의 해외시장 진출을 위해 다각적인 정책을 수립·추진하고 있다. 이에 본 연구는 지역별·국가별 특성을 고려한 물시장 진출 전략의 필요성 관점에서 타겟시장으로 주목을 받고 있는 국가 사우디아라비아의 물시장 특성을 검토함으로써 국내 기업의 현지 진입 전략을 제시하였다.

사우디아라비아 정부는 ‘비전 2030’에 의거 시설 및 서비스 확대, 민간참여 등 물 부문의 성과목표를 제시하였으며, 물시장 규모는 2021년 기준 116억 \$ 규모로 추정된다 추정된다(GWI, 2021). 현지 물시장 관련 SWOT 분석 결과는 인프라와 담수화 분야에 대한 지속적 투자 및 시장 개방화, 그리고 다수의 레퍼런스 보유 등이 기회이자 강점인 반면 오일머니 중심의 산업구조, 정부 중심의 투자, 높은 시장경쟁 등은 약점이자 위기로 분석되었다. 그리고 본 연구는 현지 물시장 진입 전략으로 첫째, 현지 정부 및 기업과의 협력 강화를 통한 정보취득, 둘째, 향후 성장 가능성이 높은 담수화 관련 에너지 효율 제고, 막힘현상(파울링) 등에 대한 혁신 기술 및 가격경쟁력 확보, 셋째, 프로젝트 수주, 소재·부품 등의 수출을 위한 현지화(지사, 사무소, 연구소 등 개설) 등을 제시하였다.

핵심용어 : 물시장, 시장조사, 타겟시장, 전략, 물 정책



a. 사우디, 해수담수화 분포

| KPI | 2019 | 2030 |
|-----------------|-------|------|
| 담수화에 민간 참여 | 23% | 100% |
| 폐수 처리에 대한 민간 참여 | 0% | 100% |
| 물 저장 능력 | 1.2일 | 7일 |
| 유틸리티 비용 회수 | <100% | 100% |
| 설명되지 않은 물 | 25% | 15% |
| 수도 서비스 범위 | 80% | 100% |
| 폐수 서비스 범위 | 50% | 95% |

b. 사우디, 물산업 성과 목표

* 정회원 · 한국수자원공사 책임연구원 · E-mail : note2905@kwater.or.kr

** 정회원 · 한국수자원공사 선임연구원 · E-mail : leehr@kwater.or.kr