건설 생산 구조 개편의 先行 과제는 무엇인가

- 발주패키지증대등시장구조개편이먼저, 공공발주기관의기능 · 역할의조정도-

세계 경제에서 양극화 현상이 나타나듯 국내경제 · 사회분야에서도양극화현상이 심화되고 있다. 건설산업도예외가 아니다. 미국 내 건설 시장에서 상위 400대 기업군에속한그룹내에서도상하간에극심한차이가발생하고있다. 2004년도매출액상위 400대기업군중 상위1%가차지하는매출 비중이 전체 매출액의 23.5%를 차지하고 있다. 국내건설시장도마찬가지이다. 상위 2%에속한기업군의상반기수주실적이전체시장의86%이며, 주택부문에서는더심각한수주편중이나타나고있다.

양극화 현상을 부정하는 사람들은 제도를 개편해서라도 시장 배분을 인위적으로 해야한다고주장하고있다. 반면, 양극화를 현대 사회의 공통적인 현상으로 보는 사람들은 이를 인위적으로 막기보다는 시장 원리에따라제도가아닌시장분산을위한유인책을끌어내야한다고주장한다.

건설업의 오랜 숙제…생산 구조 개편

국내건설산업의오랜숙제중하나가생산구조개편이다. 구조개편의방향은크게 업역 파괴와대 · 중소기업간역할분담을 들수있다. 업역파괴로는건축 · 설계와전문 · 일반 업체의 겸업 금지가 해당된다. 대 · 중소 기업 간 역할 분담은 대기업은 CM과 해외 시장 부문을 담당하고 중소 기업군은 전문화를 통한 직접 시공을 담당하는방향으로가닥을잡고있다.

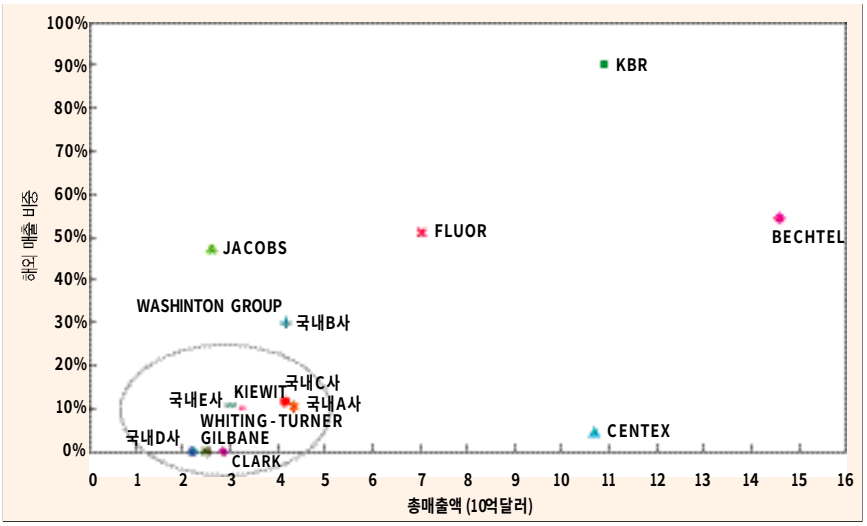
하지만 이러한 방향에는 동의하면서도 누구도 이런 구조 개편이 확실하게 성공할 것이며, 이로인해나타날영향이나혹은효과에대해뚜렷한전망을하지못하고있다. 또한, 업역 파괴와 생산 구조 개편을 위한 사전 준비로 무엇이 필요하며 정부 제도와 공공발주자의기능과역할, 공공기관의구조개편없이가능할것인지에대해서 확신하지 못하고 있는 것도 사실이다. 그럼에도 불구하고 지금도 구조 개편 방향과 방안에 대해서는연구와토론등이지속되고있다.

국내 톱5와 미국 톱10 기업의 차이

2004년 매출액 기준으로 국내 상위 5대 기업군에속한기업과미국내시장에서미국국적을가진상위 10개사의국내외매출 구조를비교하면 그림과 같이 나타난다. 한국과 미국 상위 기업군의 매출액에서는 뚜렷한 차이가 없지만 체력에 해당하는 해외 시장 비중과 엔지니어링 매출 비중을 비교하면 극심한 차이가 나타난다. 국내5대 기업들의 매출액은 분명 미국 시장에서도 10위권안에들지만해외시장점유율면에서는 50위권밖으로밀려나게되는것이다.

국내기업들의해외시장매출비중이낮은이유는상품별매출비중을 보면해답을 유추할 수 있다. 국내 기업이나 미국 기업 중해외매출비중이10% 이상되는기업은 공통적으로교통이나플랜트부문의비중이 높다. 반면, 미국 내에서 3위권에 해당하는 센텍스(Centex), 질반(Gilbane), 클라크(Clark)는 해외 매출이 전혀 없다. 이들 기업들은 주택을 제외한 건축물의 매출 비중이80% 이상이라는공통점이 있다. 그런데 국내 5대 기업군의 매출 비중은 주택을 포함한건축부문이75% 이상이다. 기업의체질을재검토해야할시점에와있다고할수 있다. 건축부문이라고하지만국내 기업들

한국 톱5와 미국 톱10 건설회사 매출 구조 비교



의경우주택부문을제외할경우곧바로매출액이급락하기때문이다.

한편, 해외시장매출비중이높은기업군에 속한 벡텔이나 KBR의 경우 엔지니어링 매출비중이모두10% 이상이다. 이는해외건설공사에서엔지니어링역량이얼마나중요한지를단적으로나타내주고있다.

생산 구조 개편 가능할까

국내시장중가장큰비중을차지하는부문이 주상복합을 포함한 공동주택 시장이다. 이에 비해 정책과 제도가 영향을 미칠 수있는부문은공공시장으로국내전체시장의 40% 미만이다. 나머지60%는 정부가 아닌민간수요자에의해매출비중이결정된다.

2004년도 기준으로 국내 건설공사 전체 발주금액이약130조원이라고추정하면공공 시장은 약 50조원 규모 정도이다. 건설생산조직에해당되는기업군은일반건설과전문건설, 건축사무소와 엔지니어링, 감리업체와CM업체등으로나눠지는데면허수가아닌기업체수로 따지면 약5만개정도로추산된다.

그렇다면 50조원의 시장 규모를 가지고 5만개의생산구조를개편할수있을까? 이에대해서는상당한의문점을갖게된다. 특히, 주택 부문의 경우 올 상반기 기준으로 경기도를 포함한 수도권에서 신규 발주된 금액의 90%가 상위 5% 기업에편중되었다는사실은구조개편 방향의중점을어디에둬야하는지가늠할수있게해준다.

공공부문에서도CM 시장은대기업의담당영역으로 인식되고있다. 하지만금년도 국내 시장의 CM 발주액이 3,000억원정도로 추정되며, 2015년까지도 2조원 정도에 머물전망이다. 따라서, 이처럼시장도없이 단순히 역할 분담만을 기준으로 구조 개편을 유도한다면 아무래도 성공 가능성이 극히낮을수밖에없다.

또한, 공사 발주 패키지의 규모를 500억원 이상인 턴키 혹은 500억원 이상의 최저가 대상 공사를 그대로 둔 채 중견 이하 기업들에게 시공 전문으로 가야 한다고 주장하는 것은 이들을 낭떠러지로 내모는 것과 별반다를게없다. 즉, 현재와같이' 다액소건 '을그대로유지한채구조개편을추진하는 것은 당연히 시장으로부터의 큰 저항이 예상되어 생산 구조 개편의 성공 가능성을 떨어뜨리게된다.

일본 기업들의 사업 구조 혁신 방향

일본의건설시장은국내와달리 10년 전에비해 거의50% 가까이 규모가 축소되었다. 이에따라제네콘으로불리는상위기업군들은 본업인 도급 공사 부문에서의 경쟁력을더욱강화하는것을사업구조혁신전략의 첫 번째로 내세우고 있다. 두 번째로 꼽은것은시장다각화로주로환경과리모델링분야로의 진출 확대를 희망하였다. 그리고 당장의 생존을 위해서는 인건비 절감을위한조직축소와함께기업합병을통해 조직축소를실행하고있다.

일본 건설업체 수의 95%에 달하는 지방소재 중소기업들의 경우 거의 50%가 수주액감소문제해결을위해임금억제와고용삭감등비용 절감부문을가장우선시하는 것으로 조사되었다. 35% 정도는기술력 강화를 통해 신시장 개척을 추진하는 것으로 나타나고있다. 향후 계획에서도비용삭감을 계속하겠다는 응답이 40%에 달하고 있다. 다만, 미래에는기술력 강화를 통해 새로운 시장을 만들겠다는 응답이 43%로 나타나 그나마 시장을 확대하겠다는 전략이 비용절감부문보다앞서있다. 새로운시장으로주택분야를꼽은기업군은국내와달리 21%에지나지않고있다.

시장 구조 개편이 먼저

국내 건설산업의 생산 구조에 문제가 있다는점은누구나인식하고있다. 과거신규물량공급중심시대에서이제는 건설이아닌운용단계로넘어와있기때문에생산구조도당연히 바뀌어야하고역할 분담또한 필요한 시점이다. 그럼에도 불구하고 해법을제시하는 데는각기다른생각들을가지고 있다. 필자 역시 다른 생각을 가지고 있을수있다는전제아래의견을제시해보고자한다.

생산구조개편에앞서시장구조를먼저 개편하도록해보자. 예를들면 시장의규모를키우기보다발주패키지수를 늘리는방안을 검토해보자는 것이다. 기존의 다액소건을 소액다건 구조로 바꿔보자. 소액다건으로 변환시킨다는 의미는 그만큼 사업 관리, 즉 CM 시장이넓어진다는것을 의미한다. 또한, 기존에 공공 기관이 담당하고 있는 건설 공사의 사업관리 기능과 역할에서 발주및계약부문을제외하고는 대부분민간기업에이양하는기본정책방향을정부에서제시해보라는것이다. 이렇게되면우선국내대기업부터CM 시장으로자연스럽게 진입하고자 할것이다. 대기업군의시장이 변하게 되면 중견 기업 이하 또한 전문 시공업체로전환하는경향들이뚜렷하게나타날것이다.

국내 건설산업의 구조 개편이 불가피하다는점에는동의한다. 하지만이것이성공하기위해서는시장과업역구조,

그리고 공공 발주기관의 기능과 역할 구조조정까지가 병행되어야 한다. 그리고 시장구조개편을위한정부정책과공공발주기관의 역할과 기능 개편은 정부가 담당해야할몫이다. 이점을그대로둔채단지생산 구조 개편만을 위한 정책은 성공보다는 실패할가능성이 훨씬높아보인다.

이복남
한국건설산업연구원선임연구위원
bnlee@cerik.re.kr