

내수 시장의 글로벌 스탠더드가 산업 혁신 방향의 핵심

최석인 | 한국건설산업연구원 연구위원
sichoi@cerik.re.kr

‘글로벌 스탠더드’ 혹은 ‘글로벌 경쟁력’이라는 용어는 내수 시장 중심으로 성장해 왔던 국내 건설산업이 해외 시장 비중을 확대하면서 산업의 핵심적인 키워드가 되어 왔다. 실제로 글로벌 스탠더드는 이명박 정부에서 건설산업 정책의 근간을 이룬 「건설산업 선진화위원회 보고서」의 핵심 기조로 활용되었다. 아직까지 많은 전문가들은 국내 건설산업이 글로벌 경쟁력을 확보하기 위해서는 각종 제도와 기준, 그리고 실무의 글로벌 스탠더드화가 필요하다고 인식하고 있다. 한편, 다른 입장에서는 글로벌 스탠더드는 하나로 정의하기 어렵기 때문에 우리나라의 건설과 관련된 것을 해외로 수출하면 이것이 곧 글로벌 스탠더드화이며 경쟁력이라고 주장하기도 한다. 본고에서는 이 두 가지 키워드에 대해 나름의 관점을 정리하고 미래 방향에 대한 주문을 제안하고자 한다.

글로벌 스탠더드와 국내 건설산업

실제로 건설산업의 글로벌 스탠더드를 일목요연하게 규정하는 것은 매우 어려운 일이다. 왜냐하면 나라별로 건설산업은 그 나라 고유의 국가적 정책과 비즈니스 환경에 따라 관련 제도와 기준, 그리고 건설 실무가 발전해 온 측면이 있기 때문이다. 특히 업종 및 업역 등의 생산 구조, 설계 및 엔지니어링 기준 등은 나라별로 차이가 분명히 있다.

그럼에도 불구하고 글로벌 스탠더드를 강조하는 이유는 우선, 해외 건설시장의 발주자와 이를 둘러싼 룰(법/제도/기준/절차 등)은 소위 영미권을 중심으로 한 선진국의 그것을 준용하기 때문이다. 우리나라 해외건설 수출의 70% 이상을 차지하였던 중동 지역 단위 사업의 입·낙찰, 마스터플랜, 설계 기준은 영미권을 그대로 준용하고 있으며, 영미권 선진국의 많은 베테랑 전문가가 중동 등에서 발주자를

대행하고 있는 실정이다. 중동 이외에 최근 성장하고 있는 중남미와 아프리카도 프랑스와 스페인 문화권이 많으며, 이들 국가의 체계가 그대로 접목되어 있다고 볼 수 있다. 따라서 우리가 이들 권역에서 비즈니스를 수행하기 위해서는 어쩔 수 없이 선진국의 룰을 지킬 수밖에 없다.

다음으로, 선진국의 관련 룰은 대체적으로 나름의 합리성과 효율성을 가지고 있다고 보기 때문이다. 선진국을 중심으로 한 글로벌 스탠더드의 대표적인 기조는 1) 효율성 추구, 2) 최저 가격 대신 최고 가치 추구, 3) 경쟁성 제고, 4) 투명성과 공개성 확보, 5) 법/제도 운영의 유연성과 당사자간 계약 중시, 6) 발주자의 역할 중시 및 재량권의 인정 등으로 정리할 수 있다.¹⁾ 이들 기준으로 보았을 때 국내의 많은 전문가들은 우리나라의 제도 및 각종 기준, 그리고 실무에 있어서 상당한 개선이 필요하다고 주장하고 있다.

특히, 해외 건설시장을 내수 건설시장의 필수불가결한 대안으로 인식하고, 해외 시장과 국내 시장의 호환성을 강조할 경우 이러한 기조는 상당한 기간 동안 정설이 될 것으로 보인다. 해외 시장의 경험을 국내 산업으로 유입해야 내수 시장도 글로벌 기준과 유사하게 되어 자국 시장에서 건설기업의 글로벌 경쟁력이 확산될 수 있다는 선순환적 구조론의 관점에서는 더욱 그럴 것이다. 이러한 점에서 건설산업의 글로벌 스탠더드는 내수 시장에서의 룰과 관련된 것으로 이해된다.

글로벌 경쟁력이 가지는 의미

글로벌 경쟁력은 어떻게 이해해야 할까? 글로벌

경쟁력은 국가 단위, 산업 단위, 사업 단위, 기업 단위마다 다르게 표현될 수 있다. 실제로 제일 의미 있는 경쟁력은 기업의 경쟁력이며, 이것이 사업, 산업, 국가의 경쟁력에 투영되는 것으로 판단된다. 예컨대 삼성전자의 경쟁력을 보면 우리나라 전자산업의 경쟁력을 알 수 있을 것이다.

물론, 우리나라의 관련 경쟁력은 다른 식으로 표현될 수도 있다. WEF에서 매년 발표하는 국가 인프라 경쟁력 등도 있다. 이것은 자국의 인프라에 질과 양을 평가한 것으로 건설기업의 경쟁력이라기 보다는 국가의 관련 인프라 투자 정책과 관련된 것이다. 하지만 건설산업의 글로벌 경쟁력은 언급한 자국 인프라의 경쟁력보다는 기업 경쟁력의 총합으로 이해하는 것이 더 맞는 것 같다. 기업의 경쟁력은 인적 자원(기술/기능 인력의 경험과 양)의 경쟁력, 기술(설계, 엔지니어링, PM 등) 경쟁력, 비즈니스 경쟁력(영업, 마케팅, 파이낸스 등) 등으로 구분할 수 있겠다.

이러한 경쟁력의 수준 역시 우리나라 건설기업의 글로벌 포지션이 높아지고 커질 때마다 변화하고 있다. 과거의 경우 기능인력의 숙련도와 하드 기술이 중요했다면 이제는 엔지니어링과 PM, 그리고 상위 그룹의 관리자의 경쟁력이 매우 중요한 것으로 조사되고 있다. 아울러 개발 및 파이낸스 역량 등 기술 외적인 비즈니스 역량도 매우 강조되고 있다. 우리나라 건설기업의 글로벌 경쟁력은 지난 10년 동안 해외 건설시장에서의 성장만큼 높아졌다고 평가해도 무방할 것이다. 아직은 대형 건설기업에 해당하는 사안으로 이의 경쟁력을 국내 건설기업 모두의 그것으로 평가하기는 힘들다. 이러한 한계는 선진국

1) 이상호, 코리안 스탠다드에서 글로벌 스탠다드로, 보문당, 2006.

건설산업도 마찬가지일 것이다.

추종자가 아닌 선도자로서의 글로벌 경쟁력

글로벌 스탠더드는 사실상 내수 시장의 혁신을 위한 것이며, 이를 바탕으로 우리 건설기업의 글로벌 경쟁력을 높이는 전략은 최근 국내 건설산업의 혁신 방향의 핵심이 되어 왔다. 올바른 방향이었던 것으로 판단된다. 그렇다면 향후에도 이러한 기조를 계속 유지해야 할 것인지 점검해볼 필요가 있다. 당분간은 이러한 기조는 상당한 탄력을 받을 것으로 보인다. 아직 우리 건설시장이 글로벌 스탠더드와 거리가 있으며, 전통적으로 우리나라는 선도자의 역할보다는 추종자의 역할에 익숙하기 때문이다.

하지만 글로벌 경쟁력 입장에서 보면 다른 수요가 분명히 있을 것으로 판단된다. 추종자로서의 성장은 분명 한계가 있다. 타 산업의 예를 보아도 글로벌 경쟁력의 완성은 세계 최고의 매출과 혁신성을 확보하는 것이며, 이것은 추종자보다는 선도자의 역할 없는 달성 불가능하기 때문이다. 우리가 주로 공략했던 해외 시장 거점, 즉 중동 시장의 퇴조는 이의 필요성을 더욱 높일 것이다. 더 큰 성장을 위해서는 단순 수주(도급)가 아닌 사업 창출형의 방식이 필요하기 때문이다.

이러한 점에서 현재 우리나라가 글로벌 경쟁력을 위해 노력하고 있는 부분과 향후 시장에서 핵심 역량으로 거론되고 있는 것이 동일한 선상에 있는 것인지 확인해볼 필요가 있다. 예를 들면, 여전히 우리는 중동 시장과 EPC 사업에서 유효한 경쟁력을 강조하고 있는 것이 아닌지, 그리고 여기에 필요한 인력을 양성하고 있는지 말이다.

영국의 국가적 건설 전략인 'Construction 2025'

에서는 전 세계 인구 증가 및 도시화에 대비한 자국 건설의 서비스와 상품을 수출하고자 하는 방향을 설정하였다. 영국 건설산업은 자국의 경쟁력을 이미 글로벌 경쟁력을 상회하는 수준으로 평가하고 있으며, 이를 수출하는 전략에 몰두하고 있다. 여기에 첨단 기술의 활용, 기후변화 대비 사업에 대한 글로벌 선도 등 다양한 전략을 내놓고 있다. 그리고 이를 바탕으로 영국 국가 경제에 기여하고 산업의 이미지를 고취시켜 유능한 인재를 확보하려 하고 있다.

다가올 미래에 가져가야 할 우리 건설산업의 전략적 목표를 재설정할 필요가 있다. 과거 경험에서 배운 것이 아닌 미래에서 요구하는 것이 구체적으로 무엇인지를 구상하는 것이 중요하다. 이러한 전략과 목표에 따라 인재와 기술 등에 대한 국가 및 기업 차원의 투자가 필요하다. 그리고 해외 시장에서의 글로벌 경쟁력을 높이는 올바른 방향과 성과를 내수 시장의 지배 룰을 글로벌 스탠더드화하는 동력으로 만들어야 한다.

건설산업 혁신, 등한시할 수 없다

국내 건설산업은 해외 시장과 내수 시장에서의 위기만이 아니라 강력한 산업 혁신의 주문을 받고 있다. 특히, 어려울 때일수록 혁신이 필요하지만 실제로 위기를 혁신으로 돌파하는 것은 매우 어려운 일이다. 당장 먹고 사는 것이 급하기 때문이다. 하지만 건설산업 혁신을 등한시할 수는 없다. 지속 가능한 건설산업을 위해 반드시 필요하기 때문이다. 그리고 여기에 글로벌 스탠더드와 경쟁력은 여전히 핵심 논지로 활용될 것이다. 적극적인 선도자의 시각에서 이 두 가지 키워드를 잘 녹였으면 한다. CERIK