

연구보고서 2008-3

겸업제한 폐지 이후 일반 및 전문건설업체의 상호시장 교차진입 전망

2008. 3

대한건설정책연구원

연구진

이 총 광 연구 위원

홍 성 호 책임 연구원

김 은 미 연구 원

이 보고서의 내용은 연구진의 견해로써
대한건설정책연구원의 공식적인 견해와 다를 수 있습니다.

발 간 사

지난 2007년 건설산업기본법 개정 시 일반건설업과 전문건설업 겸업제한 제도가 폐지되었습니다. 겸업제한 제도가 폐지됨으로써 일반건설업체는 전문건설업종을, 전문건설업체는 일반건설업종을 자율적 판단에 의하여 함께 영위할 수 있게 되었습니다. 따라서 지난 30여 년간 유지되어 왔던 겸업제한 제도의 폐지로 인해 변화될 건설업체의 행태와 건설시장의 동향이 중요한 관심사가 되고 있습니다. 본 연구보고서는 이에 관한 잠정적인 전망을 담고 있습니다.

건설업체들은 겸업여부, 그리고 겸업을 희망하는 경우 진입하고자 하는 목표시장, 진입경로 등에 관한 구체적인 고려를 하고 있는 것으로 나타났습니다. 그런데 시중에서 우려하는 것처럼 대다수의 일반건설업체 및 전문건설업체들은 겸업을 고려하는 것은 아닌 것으로 나타났으며, 겸업을 희망하는 것으로 의사를 표시한 업체들도 매우 신중한 입장을 취하고 있는 것으로 보입니다. 겸업제한이 폐지되는 경우에도 겸업을 하지 않고 기존 시장에 주력하면서 전문화 또는 기존 시장과 연관되는 신규시장을 창출하고자 하는 업체들이 다수입니다.

겸업을 하고자 하는 업체들을 살펴보면, 일반건설업체의 경우, 중소규모의 업체들이 공공부문에서 발주되는 토공사 및 철근콘크리트 공사 중심의 소규모 전문공사 시장을 목표로 하고 있습니다. 그리고 전문건설업체의 경우, 대형업체들이 공공부문에서 발주되는 30억원 미만대의 건축 및 토목공사 시장을 목표로 하고 있습니다. 그런데 겸업을 하고자 하는 건설업체는 일반건설업체와 전문건설업체를 막론하고 진입하고자 희망하는 건설시장에서 나타나는 치열한 수주경쟁에서 이겨야 합니다.

또한 겸업제한 폐지로 인한 진입규제 완화는 부실업체 퇴출, 건설업체수 감소, 일반건설업체의 경쟁력 향상 및 전문화 진전에는 긍정적인 영향을 미칠 것입니다. 한편 우량업체의 동반 부실화, 전문건설업체의 경쟁력 약화 및 전문화 미흡 등 겸업제한 폐지의 취지가 퇴색될 우려가 있는 것도 사실입니다. 따라서 겸업제한 폐지의 취지를 살리기 위해서는 건설업 등록기준의 강화, 전문건설업 시공실적 상호인정 범위의 축소, 주계약자형 공동도급의 활성화, 인위적인 중소기업의 보호정책의 지양, 입·낙찰 제도의 개선 등이 필요합니다.

본 연구에 참여한 이종광 연구위원, 홍성호 책임연구원, 김은미 연구원에게 고마움을 표하며, 본 연구보고서가 건설생산체계의 합리화와 선진화에 기여하기를 바라며 다른 연구에도 널리 활용되기를 희망합니다. 마지막으로 연구과정의 설문조사에 적극 협조해 주신 일반건설업체 및 전문건설업체의 경영진과 연구에 필요한 귀중한 자료를 제공하고 조언을 해주신 여러분께 심심한 사의를 표합니다.

2008년 3월

대한건설정책연구원

원 장 조 우 현

요 약

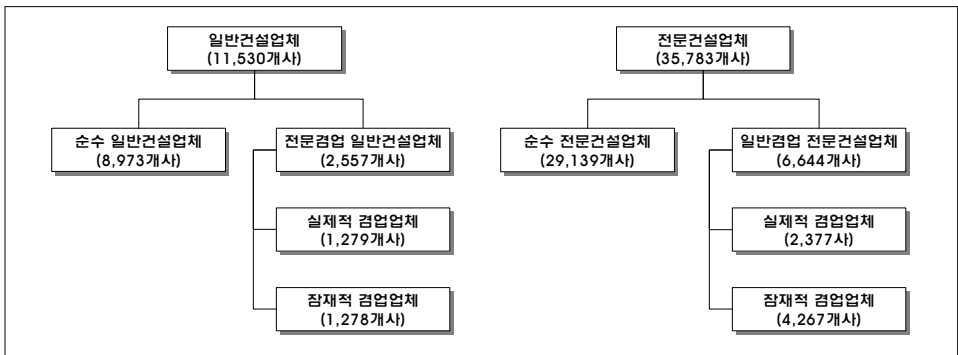
1. 개 요

- 본 연구는 겸업제한 폐지를 통한 진입규제 완화로 초래될 일반 및 전문건설업체의 상호시장 교차진입 현상을 분석하고, 이로 인한 건설시장의 변화를 전망하고자 함.
 - 상호시장 교차진입 현상을 겸업업체, 목표시장 및 진입(겸업)경로로 구분하여 분석함으로써 기업의 경영전략 수립과 핵심역량 발굴에 필수적인 경쟁기업 및 목표시장의 특성을 파악함.
 - 건설시장의 변화를 일반 및 전문건설업체의 대응형태 변화와 겸업제한 폐지의 예상효과로 구분하여 전망함으로써 시장기구의 정상화를 위한 정책적 시사점을 발굴함.
- 겸업제한 폐지 이후 상호시장 교차진입 계획에 관한 설문조사를 일반 및 전문건설업체 경영진을 대상으로 실시하여 기초자료를 수집함.

2. 상호시장 교차진입 현상의 전망

♣ 겸업업체

- 겸업제한 폐지로 인해 종래의 일반 및 전문건설업체는 순수 일반건설업체, 전문겸업 일반건설업체, 순수 전문건설업체, 일반겸업 전문건설업체로 세분화될 것임.
- [요약그림 1]과 같이 겸업제한 폐지 이후 9,201개의 업체(전문겸업 일반건설업체 2,557개사, 일반겸업 전문건설업체 6,644개사)는 일반 및 전문건설업종을 겸업할 것으로 전망됨.
 - 전문겸업 일반건설업체는 전체 일반건설업체의 19.8%, 일반겸업 전문건설업체는 전체 전문건설업체의 15.8%를 차지함.
- 겸업업체 중 겸업과 동시에 본격적인 수주활동을 전개하여 순수 일반 및 전문건설업체의 공사수주에 직접적인 영향을 미칠 실제적 겸업업체는 3,656개사(실제적 전문겸업 일반건설업체 1,279개사, 실제적 일반겸업 전문건설업체 2,377개사)일 것으로 예상됨.
 - 실제적 전문겸업 일반건설업체는 전체 일반건설업체의 9.9%, 실제적 일반겸업 전문건설업체는 전체 전문건설업체의 10.1%를 차지함.



[요약그림 1] 겸업제한 폐지 이후 일반 및 전문건설업체의 유형 및 업체수 변화

- 주: 1) 정상 일반건설업체 수(11,530개사), 정상 전문건설업체 수(35,783개사)는 2006년 기준 공사실적을 보유하여 실적신고를 한 업체의 수입.
 2) 전문겸업 일반건설업체의 수(2,557개사)는 정상 일반건설업체 수(11,530개사)에 전문건설업 시장 진입계획 업체의 비율(34.6%)과 2008년 진입계획 업체의 비율(64.1%)을 곱하여 추정하였음.
 3) 일반건설업체 중 실제적 겸업업체의 수(1,279개사)는 정상 일반건설업체 수(11,530개사)에 진입계획 특성 일반건설업체의 비율과(17.3%)과 2008년 진입계획 업체의 비율(64.1%)을 곱하여 추정하였음.
 4) 일반겸업 전문건설업체의 수(6,644개사)는 정상 전문건설업체 수(35,783개사)에 일반건설업 시장 진입계획 업체의 비율(35.4%)과 2008년 진입계획 업체의 비율(52.3%)을 곱하여 추정하였음.
 5) 전문건설업체 중 실제적 겸업업체의 수(2,377개사)는 정상 전문건설업체 수(35,783개사)에 진입계획 특성 전문건설업체의 비율(12.7%)과 2008년 진입계획 업체 비율(52.3%)을 곱하여 추정하였음.

○ <요약표 1>의 (a)와 같은 특징을 가진 업체를 중심으로 일반 및 전문건설업종을 겸업할 것으로 분석됨. 그러나 겸업업체 중 겸업과 동시에 본격적인 수주활동을 전개할 실제적 겸업업체는 (b)와 같은 특징을 가진 것으로 나타나 겸업업체의 특징과 차이가 있는 것으로 파악됨.

<요약표 1> 상호시장 교차진입 계획업체의 특징

특성	겸업업체 (a)		실제적 겸업업체 (b)	
	전문겸업 일반건설업체	일반겸업 전문건설업체	실제적 전문겸업 일반건설업체	실제적 일반겸업 전문건설업체
기업규모	중소형 업체	중대형 업체	소형업체	대형업체
주력업종	건축공사업 주력업체	토목업종 주력업체	토·건업종 주력업체	토목업종 주력업체
업종개수	단일업종 보유업체	다수업종 보유업체	단일업종 보유업체	다수업종 보유업체
업종보유형태	건축공사업만 보유	다양한 업종보유	토목·건축공사업만 보유	토공+철콘업종 보유
경쟁전략	원가-차별화 우위	원가-차별화 우위	원가-차별화 우위	원가-차별화 우위
내부역량	보통 미만 업체	보통 이상 업체	보통 미만 업체	보통 이상 업체
수익성	수익성 저조업체	수익성 양호업체	수익성 저조업체	수익성 저조업체
관계계열사	해당사항 없음	미보유 업체	보유업체	미보유 업체
직접시공비율	30% 상회업체	해당사항 없음	30% 상회업체	해당사항 없음

♣ **목표시장**

- 전문겸업 일반건설업체의 전문건설업 목표시장은 1억원 이상 10억원 미만 규모의 공공 원도급 공사 시장인 것으로 조사됨.
 - 실제적 전문겸업 일반건설업체의 목표시장도 동일함.
- 일반겸업 전문건설업체의 일반건설업 목표시장은 3억원 이상 30억원 미만 규모의 공공 토목 및 건축공사 시장인 것으로 조사됨.
 - 실제적 일반겸업 전문건설업체의 목표시장도 동일함.
- <요약표 2>와 같이 겸업제한 폐지로 인해 가장 직접적인 영향을 받게 될 시장규모는 전문건설업보다 일반건설업 시장이 클 것으로 예상됨.
 - 입찰 업체수 증가와 시장진입을 통해 얻을 수 있는 기회수익을 고려할 때, 수주경쟁은 전문건설업 시장보다 일반건설업 시장에서 치열하게 전개될 것으로 보임.

<요약표 2> 상호시장 교차진입 계획업체의 목표 주요시장

구분	전문겸업 일반건설업체의 목표 주요시장(a)	일반겸업 전문건설업체의 목표 주요시장(b)
시장 유형	·원도급 공사 시장 ·공공공사 시장 ·토공사업과 철근콘크리트공사업 시장 (직접시공 부문 관련 업종시장) ·1억원 이상 10억원 미만 공사 시장	·공공공사 ·토목 및 건축시장 (주력업종과 업종형태에 따라 진입) ·3억원 이상 30억원 미만 공사시장
시장 규모	·계약건수 10,913건(전체의 2.1%) ·계약금액 2.5조원(전체의 4.1%) ·평균 입찰 업체수 447개사-460개사 ·1개 겸업 일반건설업체 기회수익 0.56억원	·계약건수 7,443건(전체의 10.7%) ·계약금액 8.8조원(전체의 8.1%) ·평균 입찰 업체수 484-619개사 ·1개 겸업 전문건설업체 기회수익 4.5억원

주: 시장규모는 상호시장 교차진입 계획업체가 목표로 하는 주시장만을 대상으로 분석한 결과임.

♣ **진입(겸업)경로**

- 전문겸업 일반건설업체와 일반겸업 전문건설업체는 진입시장의 업종을 신규 등록하고, 목표공사(1억원 이상 10억원 미만의 전문공사, 3억원 이상 30억원 미만의 일반공사) 수주에 필요한 만큼의 시공실적을 전환하여 시장진입을 시도할 것임.
 - 실제적 전문겸업 일반건설업체와 일반겸업 전문건설업체의 경우에도 동일함.

- 관계 계열사의 정리, 일반 및 전문건설업체의 인수합병, 업종의 양수를 통한 시장진입은 각각 복수의 입찰기회 포기, 과도한 인수합병비용, 시공실적 승계 불가로 인해 제한적으로 이루어질 것으로 보임.
- 특히, 일반겸업 전문건설업체는 시공실적이 많은 일반건설업체 또는 관계 계열사인 일반건설업체와의 공동도급을 추진하기 위해 적극적인 영업활동을 전개하고 전략적 제휴를 모색할 것임.
 - 공동도급에 성공할 경우 일반겸업 전문건설업체는 시공비율 만큼의 일반건설업 시공실적을 확보할 수 있음. 또한 별도의 전문건설업 계열사를 추가적으로 보유한 경우에는 이들 업체에게 하도급을 줄 수 있다는 장점도 있음.

3. 겸업제한 폐지의 예상효과

♣ 일반 및 전문건설업체의 대응형태

- 대형 일반건설업체는 전문건설업 시장으로 진입하기 보다는 종합적 관리능력 강화와 신규수요 창출에 주력할 것임.
- 중형 일반건설업체와 전문건설업 시장으로 진입하지 않는 소형 일반건설업체는 주력상품 및 업종에 대한 전문화 추구, 지역시장에서의 영업기반 강화에 전념하여 겸업제한 폐지 이후의 시장변화에 대비할 것임.
- 소형 일반건설업체 중 수익성이 저조하고 경쟁력(내부역량) 수준이 열악하며 관계 계열사(전문건설업체)를 보유한 업체를 중심으로 직접시공 부문과 관련된 전문건설업 공공 원도급 시장으로 진입하여 공사수주를 통한 수익성 제고를 모색할 것임.
- 대형 전문건설업체 중 수익성이 양호하고 경쟁력(내부역량) 수준이 우수한 업체를 중심으로 주력업종과 관련된 일반건설업 공공 토목·건축시장으로 진입하여 사업범위 확대를 통한 기업의 성장을 도모할 것임.
- 일반건설업 시장으로 진입하지 않는 전문건설업체는 업종의 전문화 추구, 일반건설업체와의 긴밀한 협력체계 강화를 통해 겸업제한 폐지 이후의 시장변화에 대응할 것임.

♣ 건설시장의 변화

- 겸업제한 폐지를 통한 일반 및 전문건설업 시장의 진입규제 완화는 수주경쟁을 심화시켜 결국 건설업체의 수를 감소시킬 것임.
 - 자원이 부족하고 경쟁력(내부역량) 수준이 열악한 겸업업체와 중소 일반 및 전문건설업체는 수주기회 감소→출혈수주→수익률 저하의 악순환에 빠져 결국 도태될 것임.
 - 운찰제적 성격이 강한 입·낙찰 제도가 개선되지 않는다면, 우량 일반 및 전문건설업체도 동반 부실화될 우려가 매우 높음.
- 경쟁력(내부역량) 수준이 열악한 전문겸업 일반건설업체의 전문건설업 시장 진입으로 순수 전문건설업체는 업무범위 재조정이나 경쟁력 강화보다는 공사수주 극대화를 위한 영업활동 강화에 노력할 것임.
 - 순수 전문건설업체의 경쟁력 향상 및 전문화 진전에 미칠 영향은 매우 적을 것으로 예상됨.
- 경쟁력(내부역량) 수준이 우수한 일반겸업 전문건설업체의 일반건설업 시장진입으로 인해 순수 일반건설업체는 일시적인 영업활동의 강화보다는 업무범위 재조정, 경쟁력 향상, 전문화 추구에 치중할 것임.
 - 순수 일반건설업체의 경쟁력 향상 및 전문화 진전에 미칠 영향은 클 것으로 보임.

4. 정책적 제언

- 건설업 등록기준과 전문건설업 시공실적 상호인정 범위의 축소
 - 건설업 등록기준 강화는 겸업은 하되 본격적인 수주활동을 유보할 잠재적 겸업업체를 최소화하여 일반 및 전문건설업 시장 내에서 적정 수준의 공사수주 경쟁을 유도할 수 있을 것임.
 - 전문건설업 시공실적 상호인정 범위의 축소는 경쟁력(내부역량) 수준이 우수한 일반건설업체의 전문건설업 시장진입을 유도하여 경쟁을 통해 전문건설업체의 경쟁력 강화와 전문화 진전에 긍정적인 영향을 미칠 것임.

- 주계약자형 공동도급의 활성화
 - 특정 경쟁전략이 없거나 경쟁력(내부역량) 수준이 열악한 전문건설업체가 일반건설업 시장으로 진입하기보다는 전문건설업 시장에서 전문화를 추구할 수 있도록 유도할 수 있음.
- 인위적인 중소 건설업체 보호정책 지양
 - 공공공사에 의존하는 비중이 큰 중소 건설업체의 수주안정을 위해 공공투자 건설공사의 규모를 안정화하고 기술개발, 전문화 등 생산 효율화를 위한 지원 강화가 바람직함.
- 입·낙찰 제도의 개선
 - 현행 입·낙찰제도 하에서 겸업제한 폐지를 통한 진입규제 완화는 부실업체 퇴출보다는 견실한 업체의 낙찰기회 감소 및 부실화로 이어질 가능성이 높은 것도 사실임. 따라서 현행 입·낙찰 제도상에 존재하는 운찰제적 요소를 개선할 필요가 있음.
- 기업의 전문화 및 경쟁력 강화
 - 특화하고자 하는 건설상품에 대한 시장추이를 파악하고 미래 건설시장 변화를 예측하여 전문분야를 설정하는 것이 필요함.
 - 명확한 경쟁전략을 설정한 후에 겸업을 결정하거나, 사업범위를 좁혀 전문분야에서 지속적으로 핵심 경쟁력을 확보하는 것이 바람직할 것임.

5. 향후 연구

- 겸업제한 폐지 이후 건설시장의 경쟁수위는 지금보다 현저히 높아질 것이며, 기업 차원의 해결책은 경쟁기업에 비해 경쟁우위를 점할 수 있는 핵심 경쟁력(내부역량)의 육성일 것임.
- 일반 및 전문건설업체가 경쟁우위를 확보하고, 성장·발전하기 위해 요구되는 핵심 경쟁력(내부역량) 요소를 발굴하는 연구가 수행될 필요가 있음.

- 목 차 -

제1장 서 론

1. 연구배경 및 목적	1
2. 연구범위 및 방법	3

제2장 상호시장 교차진입에 관한 분석 틀

1. 진입계획의 결정요인	7
1) 기업규모	7
2) 업종	10
3) 직접식공	15
4) 관계 계열사 보유	16
5) 수익성	17
6) 경쟁전략	18
7) 내부역량	21
2. 목표시장의 유형 및 현황	28
1) 일반건설업 시장	28
2) 전문건설업 시장	31

제3장 상호시장 교차진입에 관한 조사 및 분석

1. 개요	35
1) 조사 및 분석내용	35
2) 표본의 선정 및 자료수집	38

3) 표본의 특징	41
2. 일반건설업체의 전문건설업 시장진입	46
1) 진입계획	46
2) 진입계획 업체의 현황	47
3) 목표시장	53
4) 전문건설업 시장 유형별 진입계획 업체의 현황과 목표공사 ..	56
3. 전문건설업체의 일반건설업 시장진입	66
1) 진입계획	66
2) 진입계획 업체의 현황	67
3) 목표시장	73
4) 일반건설업 시장 유형별 진입계획 업체의 현황과 목표공사 ..	76
4. 분석종합	92
1) 진입계획	92
2) 진입계획 업체의 현황	94
3) 목표시장	98

제4장 진입계획 특성 업체의 상호시장 교차진입 분석

1. 진입계획 특성 일반건설업체의 현황과 목표시장	101
1) 진입계획 업체와 미진입 계획 업체 간의 차이점 분석 (일반건설업체)	101
2) 진입계획 특성 일반건설업체의 현황과 목표시장	104
3) 전문건설업 세부시장 유형별 진입계획 특성 일반건설업체의 현황과 목표시장	108
2. 진입계획 특성 전문건설업체의 현황과 목표시장	114
1) 진입계획 업체와 미진입 계획 업체 간의 차이점 분석 (전문건설업체)	114
2) 진입계획 특성 전문건설업체의 현황과 목표시장	117

3) 일반건설업 세부시장 유형별 진입계획 특성 전문건설업체의 현황과 목표시장	123
3. 분석종합	134
1) 진입계획 일반 및 전문건설업체의 특성	134
2) 진입계획 특성 일반 및 전문건설업체의 현황과 목표시장 ..	135

제5장 겸업제한 폐지로 인한 건설시장의 변화 및 예상효과

1. 겸업제한 폐지로 인한 건설시장의 변화	139
1) 겸업업체	139
2) 목표시장	142
3) 진입(겸업)경로	150
2. 겸업제한 폐지의 예상효과	156
1) 일반 및 전문건설업체의 대응형태	156
2) 겸업제한 폐지가 건설시장에 미치는 영향	161
3. 정책적 시사점과 기업의 대응방향	164
1) 정책적 시사점	164
2) 기업의 대응방안	170

제6장 결 론

1. 연구요약 및 정책제언	173
2. 연구의 한계 및 향후 연구과제	180

참고문헌	181
------------	-----

- 표 목 차 -

〈표 2-1〉 시공능력평가액별 전문건설업체의 분포현황(2006년)	9
〈표 2-2〉 시공능력평가액별 일반건설업체의 분포현황(2006년)	10
〈표 2-3〉 일반 및 전문건설업체의 업종보유 개수	12
〈표 2-4〉 전문건설업 겸업현황	13
〈표 2-5〉 전문건설업체의 주력업종 분포(2006년)	15
〈표 2-6〉 일반건설업체의 매출액 대비 외주비 현황	16
〈표 2-7〉 일반 및 전문건설업체의 관계 계열사 보유 현황	17
〈표 2-8〉 일반 및 전문건설업체의 매출액영업이익률	18
〈표 2-9〉 건설업체의 원가우위 및 차별화 우위의 결정요인	21
〈표 2-10〉 겸업제한 폐지 이전과 이후의 일반건설업체 내부역량 요소와 중요도	24
〈표 2-11〉 겸업제한 폐지 이전과 이후의 전문건설업체 내부역량 요소와 중요도	25
〈표 2-12〉 일반건설업 발주자 유형별 계약건수 및 금액(2006년)	29
〈표 2-13〉 공사유형 · 발주자 유형별 계약건수 및 금액(2006년)	29
〈표 2-14〉 일반건설업 공사규모별 계약건수 및 금액(2006년)	30
〈표 2-15〉 일반건설업 공사유형 · 공사규모별 계약건수 및 금액(2006년) ·	30
〈표 2-16〉 전문건설업 도급유형별 계약건수 및 금액(2006년)	31
〈표 2-17〉 전문건설업 발주자 유형별 계약건수 및 금액(2006년)	32
〈표 2-18〉 전문건설업 업종유형별 계약건수 및 금액(2006년)	32
〈표 2-19〉 전문건설업 업종별 · 도급유형별 계약건수 및 계약액(2006년) ·	33
〈표 2-20〉 전문건설업 공사규모별 계약건수 및 금액(2006년)	34
〈표 3-1〉 조사내용	36
〈표 3-2〉 주력업종 · 시공능력평가액별 일반건설업체의 분포현황(2006년) ·	39

<표 3-3> 주력업종·시공능력평가액별 전문건설업체의 분포현황(2006년)	·39
<표 3-4> 전문건설업체 설문조사지 회수현황	·40
<표 3-5> 일반건설업체 설문조사지 회수현황	·41
<표 4-1> 전문건설업 시장 진입계획 업체 집단과 미진입 계획 업체 집단간의 차이점 분석(t-검정)	·102
<표 4-2> 전문건설업 시장 진입계획 업체 집단과 미진입 계획 집단간의 차이점 분석(교차분석)	·103
<표 4-3> 일반건설업 시장 진입계획 업체 집단과 미진입 계획 업체 집단간의 차이점 분석(t-검정)	·115
<표 4-4> 일반건설업 시장 진입계획 업체 집단과 미진입 계획 집단간의 차이점 분석(교차분석)	·116
<표 4-5> 진입계획 업체의 특성에 관한 요인분석 결과	·117
<표 4-6> 진입계획 특성 전문건설업체의 선별을 위한 군집분석 결과	·118
<표 5-1> 상호시장 교차진입 일반 및 전문건설업체의 비율	·142
<표 5-2> 전문건설업 도급유형·발주자유형별 계약건수와 금액	·143
<표 5-3> 전문건설업 공공 원도급 공사 계약건수와 금액의 추정	·144
<표 5-4> 전문건설업 원도급 공사규모·계약방법별 계약건수와 금액	·145
<표 5-5> 조달청 시설공사 공사규모별 계약건수와 평균 낙찰자수	·146
<표 5-6> 일반건설업 공사유형·발주자유형별 계약건수와 금액	·147
<표 5-7> 일반건설업 공공공사 공사규모별 계약건수와 금액	·148
<표 5-8> 일반건설업 공공공사 공사규모·계약방법별 계약건수와 금액	·148
<표 5-9> 겸업업체의 특징	·156
<표 5-10> 건설업 등록기준 및 시공실적 상호인정 기준 조정에 따른 상호시장 교차진입의 수준변화	·164
<표 6-1> 겸업 일반 및 전문건설업체의 특징	·173
<표 6-2> 겸업 일반 및 전문건설업체의 목표 주요시장 비교	·174

- 그림 목 차 -

[그림 1-1] 연구의 내용 및 방법	4
[그림 2-1] 포터의 본원적 전략 유형	20
[그림 2-2] 건설업체의 특성에 따라 조정한 가치사슬 모형	22
[그림 2-3] 일반 및 전문건설업체의 내부역량 요소별 평가항목	23
[그림 2-4] 일반 및 전문건설업체의 내부역량 요소별 중요도 변화	27
[그림 2-5] 일반건설업 업종별·공사유형별 계약건수 및 금액(2006년)	28
[그림 3-1] 표본 일반건설업체의 기업규모 및 주력업종	41
[그림 3-2] 표본 일반건설업체의 업종보유 개수 및 형태	42
[그림 3-3] 표본 일반건설업체의 경쟁전략 및 내부역량 수준	42
[그림 3-4] 표본 일반건설업체의 수익성 및 계열사 보유	43
[그림 3-5] 표본 전문건설업체의 기업규모 및 주력업종	44
[그림 3-6] 표본 전문건설업체의 업종보유 개수 및 형태	44
[그림 3-7] 표본 전문건설업체의 경쟁전략 및 내부역량	45
[그림 3-8] 표본 전문건설업체의 수익성 및 관계 계열사 보유	45
[그림 3-9] 전문건설업 시장 진입계획 업체의 비율과 진입시기	46
[그림 3-10] 전문건설업 시장 진입계획 업체의 진입동기 및 방식	47
[그림 3-11] 전문건설업 시장 진입계획 업체의 기업규모	48
[그림 3-12] 전문건설업 시장 진입계획 업체의 주력업종	49
[그림 3-13] 전문건설업 시장 진입계획 업체의 업종보유 개수 및 형태	50
[그림 3-14] 전문건설업 시장 진입계획 업체의 경쟁전략 및 내부역량	50
[그림 3-15] 전문건설업 시장 진입계획 업체의 내부역량 세부요소별 점수	51
[그림 3-16] 전문건설업 시장 진입계획 업체의 수익성 및 관계 계열사 보유	52
[그림 3-17] 전문건설업 시장 진입계획 업체의 직접시공	53
[그림 3-18] 전문건설업 시장 진입계획 업체의 목표시장(도급유형·발주자유형)	54

[그림 3-19] 전문건설업 시장 진입계획 업체의 목표시장 (업종유형과 공사규모)	55
[그림 3-20] 전문건설업 시장 진입계획 업체의 목표시장 (도급유형·발주자유형·공사규모)	56
[그림 3-21] 전문건설업 원도급 시장 진입계획 업체의 기업규모와 주력업종	57
[그림 3-22] 전문건설업 원도급 시장 진입계획 업체의 업종보유 개수와 형태	57
[그림 3-23] 전문건설업 원도급 시장 진입계획 업체의 경쟁전략 및 내부역량	58
[그림 3-24] 전문건설업 원도급 시장 진입계획 업체의 내부역량 세부요소별 점수	59
[그림 3-25] 전문건설업 원도급 시장 진입계획 업체의 수익성 및 관계 계열사 보유	60
[그림 3-26] 전문건설업 원도급 시장 진입계획 업체의 목표공사	61
[그림 3-27] 전문건설업 하도급 시장 진입계획 업체의 기업규모와 주력업종	61
[그림 3-28] 전문건설업 하도급 시장 진입계획 업체의 업종보유 개수와 형태	62
[그림 3-29] 전문건설업 하도급 시장 진입계획 업체의 경쟁전략 및 내부역량	63
[그림 3-30] 전문건설업 하도급 시장 진입계획 업체의 내부역량 세부요소별 점수	63
[그림 3-31] 전문건설업 하도급 시장 진입계획 업체의 수익성 및 관계 계열사 보유	64
[그림 3-32] 전문건설업 하도급 시장 진입계획 업체의 목표공사	65
[그림 3-33] 일반건설업 시장 진입계획 업체의 비율과 진입시기	66
[그림 3-34] 일반건설업 시장 진입계획 업체의 진입동기 및 방식	67
[그림 3-35] 일반건설업 시장 진입계획 업체의 기업규모	68

[그림 3-36] 일반건설업 시장 진입계획 업체의 주력업종	69
[그림 3-37] 일반건설업 시장 진입계획 업체의 업종보유 개수 및 형태	·70
[그림 3-38] 일반건설업 시장 진입계획 업체의 경쟁전략과 내부역량	71
[그림 3-39] 일반건설업 시장 진입계획 업체의 내부역량 세부요소별 점수	·72
[그림 3-40] 일반건설업 시장 진입계획 업체의 수익성 및 관계 계열사 보유	·73
[그림 3-41] 전문건설업체 목표시장의 업종유형과 발주자 유형	74
[그림 3-42] 일반건설업 시장 진입계획 업체의 목표시장 (공사유형·발주자유형·공사규모)	75
[그림 3-43] 일반건설업 시장 진입계획 업체의 목표공사(시설유형)	76
[그림 3-44] 일반건설업 건축시장 진입계획 업체의 기업규모와 주력업종	·77
[그림 3-45] 일반건설업 건축시장 진입계획 업체의 업종보유 개수와 형태	·78
[그림 3-46] 일반건설업 건축시장 진입계획 업체의 경쟁전략 및 내부역량	·79
[그림 3-47] 일반건설업 건축시장 진입계획 업체의 내부역량 세부 요소별 점수	79
[그림 3-48] 일반건설업 건축시장 진입계획 업체의 수익성 및 관계 계열사 보유	80
[그림 3-49] 일반건설업 건축시장 진입계획 업체의 목표시장 (발주자 유형·공사규모)	81
[그림 3-50] 일반건설업 건축시장 진입계획 업체의 목표시장(시설유형)	·82
[그림 3-51] 일반건설업 토목시장 진입계획 업체의 기업규모와 주력업종	·83
[그림 3-52] 일반건설업 토목시장 진입계획 업체의 업종보유 개수와 형태	·84
[그림 3-53] 일반건설업 토목시장 진입계획 업체의 경쟁전략 및 내부역량	·84
[그림 3-54] 일반건설업 토목시장 진입계획 업체의 내부역량 세부 요소별 점수	85
[그림 3-55] 일반건설업 토목시장 진입계획 업체의 수익성 및 관계 계열사 보유	86
[그림 3-56] 일반건설업 토목시장 진입계획 업체의 목표시장 (발주자 유형·공사규모)	87

[그림 3-57] 일반건설업 토목시장 진입계획 업체의 목표시장(시설유형)	·87
[그림 3-58] 일반건설업 조경시장 진입계획 업체의 기업규모와 주력업종	·88
[그림 3-59] 일반건설업 조경시장 진입계획 업체의 업종보유 개수와 형태	·89
[그림 3-60] 일반건설업 조경시장 진입계획 업체의 경쟁전략 및 내부역량	·89
[그림 3-61] 일반건설업 조경시장 진입계획 업체의 내부역량 세부 요소별 점수	·90
[그림 3-62] 일반건설업 조경시장 진입계획 업체의 수익성 및 관계 계열사 보유	·90
[그림 3-63] 일반건설업 조경시장 진입계획 업체의 목표시장 (발주자 유형·공사규모)	·91
[그림 3-64] 일반건설업 조경시장 진입계획 업체의 목표시장(시설유형)	·91
[그림 4-1] 진입계획 특성 일반건설업체의 진입시기, 동기 및 방식	·104
[그림 4-2] 진입계획 특성 일반건설업체의 기업규모와 주력업종	·105
[그림 4-3] 진입계획 특성 일반건설업체의 업종보유 개수와 형태	·105
[그림 4-4] 진입계획 특성 일반건설업체의 경쟁전략과 내부역량	·106
[그림 4-5] 진입계획 특성 일반건설업체의 수익성과 직접시공	·106
[그림 4-6] 진입계획 특성 일반건설업체의 목표시장(도급유형·발주자유형)	·107
[그림 4-7] 진입계획 특성 일반건설업체의 목표시장(업종유형·공사규모)	·108
[그림 4-8] 진입계획 특성 일반건설업체의 기업규모와 주력업종 (원도급 공사 시장)	·108
[그림 4-9] 진입계획 특성 일반건설업체의 업종보유 개수 및 형태와 수익성(원도급 공사 시장)	·109
[그림 4-10] 진입계획 특성 일반건설업체의 경쟁전략과 내부역량 (원도급 공사 시장)	·109
[그림 4-11] 진입계획 특성 일반건설업체의 내부역량 요소별 점수 (원도급 공사 시장)	·110
[그림 4-12] 진입계획 특성 일반건설업체의 목표시장(원도급 공사 시장)	·110
[그림 4-13] 진입계획 특성 일반건설업체의 기업규모와 주력업종 (하도급 공사 시장)	·111

[그림 4-14] 진입계획 특성 일반건설업체의 업종보유 개수 및 형태와 수익성(하도급 공사 시장)	111
[그림 4-15] 진입계획 특성 일반건설업체의 경쟁전략과 내부역량 (하도급 공사 시장)	112
[그림 4-16] 진입계획 특성 일반건설업체의 내부역량 요소별 점수 (하도급 공사 시장)	112
[그림 4-17] 진입계획 특성 일반건설업체의 목표시장(하도급 공사 시장) ·	113
[그림 4-18] 진입계획 특성 전문건설업체의 진입시기, 동기 및 방식	119
[그림 4-19] 진입계획 특성 전문건설업체의 기업규모와 주력업종	120
[그림 4-20] 진입계획 특성 전문건설업체의 업종보유 형태 및 개수	120
[그림 4-21] 진입계획 특성 전문건설업체의 경쟁전략과 내부역량	121
[그림 4-22] 진입계획 특성 전문건설업체의 수익성과 관계 계열사 보유 ..	121
[그림 4-23] 진입계획 특성 전문건설업체의 목표시장 (공사유형·발주자유형·공사규모)	122
[그림 4-24] 진입계획 특성 전문건설업체의 목표시장(시설유형)	123
[그림 4-25] 진입계획 특성 전문건설업체의 기업규모와 주력업종 (건축공사 시장)	123
[그림 4-26] 진입계획 특성 전문건설업체의 업종보유 개수 및 형태와 수익성(건축공사 시장)	124
[그림 4-27] 진입계획 특성 전문건설업체의 경쟁전략과 내부역량 (건축공사 시장)	124
[그림 4-28] 진입계획 특성 전문건설업체의 내부역량 요소별 점수 (건축공사 시장)	125
[그림 4-29] 진입계획 특성 전문건설업체의 수익성과 관계 계열사 보유 (건축공사 시장)	125
[그림 4-30] 진입계획 특성 전문건설업체의 목표시장(건축공사 시장) ..	126
[그림 4-31] 진입계획 특성 전문건설업체의 목표시장 (건축공사 시장, 시설유형)	126
[그림 4-32] 진입계획 특성 전문건설업체의 기업규모와 주력업종	

(토목공사 시장)	127
[그림 4-33] 진입계획 특성 전문건설업체의 업종보유 개수 및 형태와 수익성(토목공사 시장)	127
[그림 4-34] 진입계획 특성 전문건설업체의 경쟁전략과 내부역량 (토목공사 시장)	128
[그림 4-35] 진입계획 특성 전문건설업체의 내부역량 요소별 점수 (토목공사 시장)	128
[그림 4-36] 진입계획 특성 전문건설업체의 수익성과 관계 계열사 보유 (토목공사 시장)	129
[그림 4-37] 진입계획 특성 전문건설업체의 목표시장(토목공사 시장) ..	129
[그림 4-38] 진입계획 특성 전문건설업체의 목표시장 (토목공사 시장, 시설유형)	130
[그림 4-39] 진입계획 특성 전문건설업체의 기업규모와 주력업종 (조경공사 시장)	130
[그림 4-40] 진입계획 특성 전문건설업체의 업종보유 개수 및 형태와 수익성(조경공사 시장)	131
[그림 4-41] 진입계획 특성 전문건설업체의 경쟁전략과 내부역량 (조경공사 시장)	131
[그림 4-42] 진입계획 특성 전문건설업체의 내부역량 요소별 점수 (조경공사 시장)	132
[그림 4-43] 진입계획 특성 전문건설업체의 수익성과 관계 계열사 보유(조경공사 시장)	132
[그림 4-44] 진입계획 특성 전문건설업체의 목표시장(조경공사 시장) ..	133
[그림 4-45] 진입계획 특성 전문건설업체의 목표시장 (조경공사 시장, 시설유형)	133
[그림 5-1] 겸업제한 폐지 이후 일반 및 전문건설업체의 유형 및 업체수 변화	140
[그림 5-2] 겸업제한 폐지 이후 겸업업체의 주시장과 부시장	142
[그림 5-2] 겸업제한 폐지 이후 전문겸업 일반건설업체의 진입(겸업)경로 ..	150

[그림 5-3] 겸업제한 폐지 이후 일반겸업 전문건설업체의 진입(겸업)경로	·153
[그림 5-4] 일반 및 전문건설업체의 대응형태 (모든 겸업업체가 수주활동을 전개할 경우)	158
[그림 5-5] 일반 및 전문건설업체의 대응형태 (실제적 겸업업체만 수주활동을 전개할 경우)	161
[그림 5-6] 겸업제한 폐지가 건설시장에 미치는 영향	163

1. 연구배경 및 목적

다양한 생산조직 구성을 어렵게 하여 발주자의 선택권을 제한하고 관리비용을 증가시킨다는 비판을 받아온 일반 및 전문건설업자간 겸업제한(이하, 겸업제한)이 2008년부터 폐지된다. 이로 인해 건설업자는 자율적인 판단에 따라 건설업 등록업종의 범위를 선택할 수 있게 되었다. 따라서 일반건설업자(이하, 일반건설업체)는 전문건설업 등록을 통해 전문건설업 시장에 진출할 수 있으며, 전문건설업자(이하, 전문건설업체)도 일반건설업 등록을 통해 일반건설업 시장 진출이 가능해졌다¹⁾.

겸업제한 폐지를 통한 진입규제의 완화는 장기적으로 다음과 같은 긍정적인 효과를 유발할 것으로 예상된다. 첫째, 일반건설업과 전문건설업 간의 진입장벽 해소는 경쟁강도를 높여 부실업체 퇴출과 건설업체수 감소 등 사실상 건설산업 구조조정의 효과를 거둘 수 있다. 둘째, 건설업체의 경쟁력 강화와 전문화 진전에 도움을 줄 수 있다. 셋째, 다른 분야에 진출하기 위해 소요되는 거래비용을 줄여 경제적 효율성을 높일 수 있다²⁾. 그러나 당초 취지대로 겸업제한 폐지가 부실업체 퇴출, 건설업체수 감소, 경쟁력 강화 및 전문화 진전 등의 긍정적인 효과를 거둘 수

1) 건설산업기본법 개정으로 종전의 일반건설업과 전문건설업으로 구분된 건설업의 종류가 건설업으로 통합되어 종합공사를 시공하는 업종, 전문공사를 시공하는 업종으로 나누어졌다. 그러나 본 연구에서는 일반인들에게 익숙한 일반건설업, 일반건설업 시장과 전문건설업, 전문건설업 시장으로 각각 명명하였다.

2) 별도 법인 설립에 소요되는 각종 비용을 줄여 경제적 효율성이 제고될 수 있으나, 이는 일반건설업체에 한정될 것으로 보인다. 전문건설업종은 등록기준이 낮기 때문에 일반건설업체는 추가투자 없이 전문건설업종을 등록할 수 있다.

있을지 의문이다. 그러므로 겸업제한 폐지가 건설시장에 미칠 영향을 면밀히 검토할 필요가 있다.

한편 겸업제한 폐지를 통한 진입규제 완화는 지나친 경쟁 속에 일반 및 전문건설업체를 일시에 노출시켜 상당한 혼란을 가져올 수 있다. 이로 인해 경쟁에 신속하고 적절히 대처하면 존속 및 성장하고 그렇지 못한 경우에는 도태되는 적자생존의 원리가 일반 및 전문건설업체에게 더 강하게 작용할 것이 분명하다. 그럼에도 불구하고 일반 및 전문건설업체들은 적자생존이라는 냉혹한 현실을 어떻게 대응할 것인가에 관한 해답을 찾지 못한 채 암중모색의 상황에 빠져있는 듯하다. 나름대로 영업력을 강화하고 최고경영자가 수완과 추진력을 발휘하여 일시적으로 어려움을 헤쳐 나갈 것으로 예상되지만, 아직까지 본질적인 해답을 찾지 못하고 있는 실정이다. 무한경쟁을 이겨나갈 해결책은 다른 곳에 있는 것이 아니라, 자신들이 갖고 있는 강점을 최대한 살리고 약점을 최소화시키는 합리적인 경영전략의 수립과 핵심역량 발굴이 필수적이다. 이를 위해서는 무엇보다도 일반 및 전문건설업 시장으로 진입할 기업과 이들의 목표시장을 분석하는 작업이 선행될 필요가 있다.

따라서 본 연구는 겸업제한 폐지를 통한 진입규제 완화로 초래될 일반 및 전문건설업체의 상호시장 교차진입의 현상을 분석하고 이로 인한 건설시장의 변화를 전망하고자 한다. 이는 기업의 경영전략 수립과 핵심역량 발굴에 있어 필수적인 경쟁기업과 목표시장의 특성을 파악 가능하게 할 것이며, 시장기구 정상화를 위한 건설산업 정책에 유의한 시사점을 제공할 수 있을 것이다.

2. 연구범위 및 방법

겸업제한 폐지 이전에도 철강재설치공사업, 석도설치공사업, 준설공사업, 승강기설치공사업, 난방시공업은 일반 및 전문건설업체의 겸업이 가능하였다. 또한 2008년부터 겸업제한 폐지가 전면적으로 시행되나, 기계설비업종과 일반건설업종간의 겸업은 시장의 충격을 최소화하기 위해 2012년부터 가능하도록 유예되었다. 따라서 본 연구는 17개 대한전문건설협회 관리업종을 주력하는 전문건설업체와 산업환경설비공사업을 제외한 4개 업종을 주력하는 일반건설업체를 분석대상으로 하며, 이들 업체의 상호시장 교차진입으로 인해 초래될 현상을 분석하는데 주안점을 둔다.

○ 일반 및 전문건설업체의 상호시장 교차진입에 관한 분석 틀

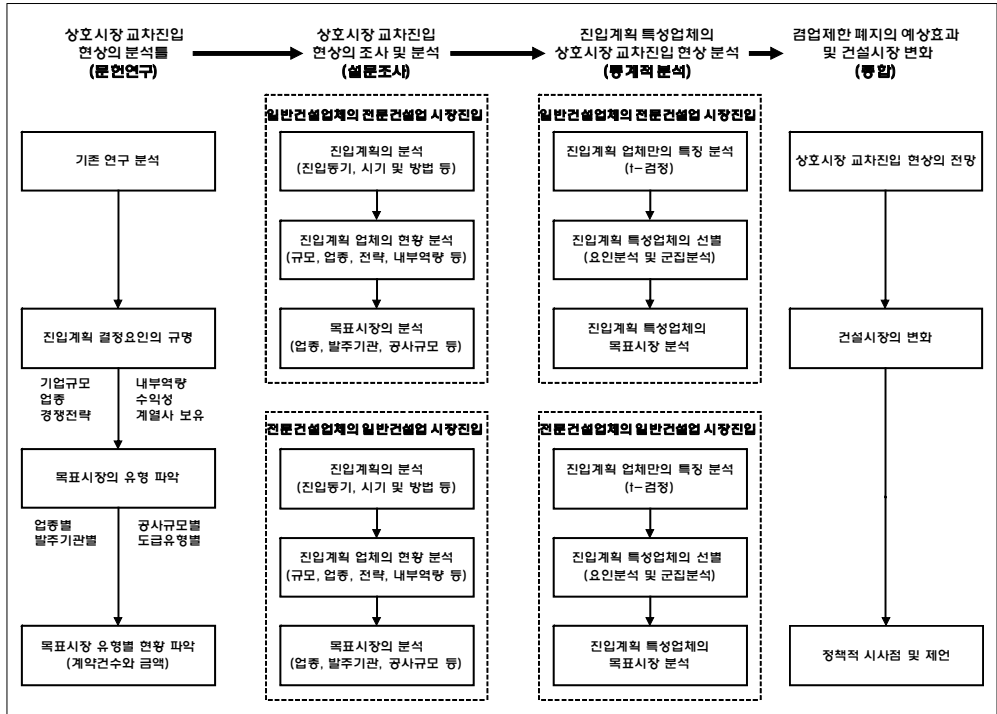
－ 진입계획 결정요인의 규명

본 연구의 주요 주제 중의 하나는 “일반 및 전문건설업 시장으로 진입하여 서로 경쟁할 기업의 특성은 무엇인가?” 하는 점이다. 이를 파악하기 위해서는 먼저 건설업체의 특성 중 진입계획 결정에 영향을 준 요소가 무엇인지 살펴볼 필요가 있다. 따라서 문헌연구를 통해 진입계획 결정요인을 규명하고자 한다.

－ 목표시장의 유형 및 현황

또 하나의 주제는 “진입계획 업체는 어떠한 일반 및 전문건설업 시장으로 진입할 것인가?” 하는 점이다. 이와 같은 문제의 해답을 구하기 위해서는 진입계획 업체가 목표로 하는 시장의 유형을 결정하고, 목표시장 유형별 현황을 살펴보는 것이 선행되어야 한다. 따라서 일반 및

전문건설업 시장의 특징을 고려하여 목표시장의 유형을 결정하고, 목표 시장 유형별 계약건수와 계약금액의 현황을 살펴본다.



[그림 1-1] 연구의 내용 및 방법

○ 일반 및 전문건설업체의 상호시장 교차진입에 관한 조사 및 분석

일반 및 전문건설업체의 경영진을 대상으로 설문조사를 실시하여 다음과 같은 내용을 파악한다.

－ 진입계획 및 목표시장

먼저 일반 및 전문건설업체의 상호시장 교차진입 계획 유무, 진입시기와 동기를 살펴본다. 또한 진입계획 업체가 공사수주를 중점적으로 시도할 목표시장의 유형을 파악한다.

- 진입계획 업체의 현황

진입계획 업체의 현황을 일반 및 전문건설업 시장, 각 시장 내의 목표시장 유형별로 나누어 살펴본다. 이를 통해 일반 및 전문건설업 시장에서 새롭게 출현할 경쟁기업의 특성뿐만 아니라 목표시장별 진입계획 업체가 갖는 차이점도 파악한다.

○ 진입계획 특성 일반 및 전문건설업체의 상호시장 교차진입 분석

진입계획 업체만이 갖는 특성을 지닌 업체(이하, 진입계획 특성업체)는 실제로 시장진입과 동시에 적극적인 공사수주 활동을 전개할 것으로 보인다. 따라서 진입계획 업체만이 갖는 특성을 살펴보고, 이러한 특성을 지닌 업체의 현황과 목표시장의 유형을 분석한다.

- 진입계획 업체만이 갖는 특성 분석

일반 및 전문건설업 시장으로 진입 계획이 있는 업체만이 갖는 특성을 파악하는 것은 진입계획 결정에 영향을 미친 요소를 이해하는데 도움이 된다. 따라서 진입계획 업체와 미진입 계획 업체의 특성에 관한 차이점을 t-검정을 통해 분석하고, 이를 진입계획 업체만이 갖는 특성으로 이해한다.

- 진입계획 특성 업체의 선별

진입계획 업체만이 갖는 특성간의 유사성을 검토하기 위해 요인분석을 실시하고, 여기서 도출된 표준 요인점수로 군집분석을 실시한다. 이를 통해 상호시장 교차 진입할 계획이 있는 업체 중 진입계획 특성 업체만을 선별한다.

－ 진입계획 특성업체의 현황 및 목표시장 파악

진입계획 특성업체의 목표시장과 현황을 일반 및 전문건설업 시장, 각 시장 내의 목표시장 유형별로 나누어 살펴본다. 또한 이들 업체들이 선호하는 목표시장의 특성을 파악한다. 이를 통해 일반 및 전문건설업 시장에서 실제로 수주활동을 전개할 겸업업체의 특성뿐만 아니라 목표시장별 진입계획 특성업체가 갖는 차이점도 파악한다.

○ 겸업제한 폐지로 인한 건설시장의 변화와 예상효과

－ 건설시장의 변화

지금까지 수행된 분석결과를 종합하여 겸업제한 폐지 이후 일반 및 전문건설업체의 유형 및 업체수 변화를 전망하고, 진입규제 완화로 영향을 받게 될 시장규모를 추정한다. 또한 일반 및 전문건설업체의 진입(겸업)경로를 예상한다.

－ 겸업제한 폐지의 예상효과

겸업제한 폐지로 인한 진입규제 완화는 지금까지 제도적 틀 속에서 안정적인 사업을 영위해 오던 일반 및 전문건설업체의 변화를 필요로 하고 있다. 따라서 겸업업체의 특징을 바탕으로 겸업제한 폐지에 대한 일반 및 전문건설업체의 대응형태를 전망하고, 상호시장 교차진입 현상이 건설시장에 미칠 영향을 살펴본다.

－ 정책적 시사점 제시

겸업제한 폐지가 적정 수준의 경쟁을 유도하고 경쟁력(내부역량)이 우수한 업체의 시장진입을 촉진하여 건설업체의 경쟁력 강화와 전문화 진전에 긍정적인 영향을 미칠 수 있도록 하기 위한 정책적 시사점을 살펴본다.

1. 진입계획의 결정요인

1) 기업규모

겸업제한 폐지 이후 상호시장으로 교차 진입할 업체는 주로 중소형 일반건설업체와 대형 전문건설업체일 것으로 예상된다. 대형 일반건설업체는 현재와 같이 하도급 구조를 유지한 채, 종합관리 기능 및 능력을 강화하고 사업 다변화에 치중할 것이며, 중소형 전문건설업체는 업종에 대한 전문화에 보다 주력할 것으로 보이기 때문이다. 만일 예상대로 중소형 일반건설업체와 대형 전문건설업체가 상호시장으로 교차 진입한다면, 기능별 분업화³⁾와 전문화가 진전되고 경쟁수위 강화로 인한 건설업체 수의 감소효과도 기대될 수 있을 것이다. 그러나 다양한 규모의 업체가 무차별적으로 상호시장으로 진입하게 된다면, 기능별 분업화와 전문화는 훼손되고 단순히 경쟁수위만 강화될 것으로 보인다. 따라서 겸업제한 폐지 이후 일반 및 전문건설업체의 상호시장 교차진입 현상을 분석함에 있어 기업의 규모는 주요한 요소로 작용할 것이다.

일반 및 전문건설업체의 규모를 나타낼 수 있는 변수로 상시종사자 수, 자본금⁴⁾, 매출액, 시공능력평가액⁵⁾이 고려될 수 있다. 중소기업법

3) 한국건설기술연구원(2005)은 일반건설업과 전문건설업의 겸업제한이 폐지될 경우 두 기능을 통합한 시공업체도 출현할 것으로 예상하고 있으며, 장기적으로 원도급 업종과 하도급 업종이 기능적으로 분화되는 양상을 보일 것으로 전망하고 있다.

4) 중소기업기본법 제2조 및 동법시행령 제3조 별표1과 제8조에 따라 상시종업원만을 기준으로 분류할 경우, 소기업은 50인 미만, 중기업은 50인 이상 300인 미만, 대기업은 300

제2조는 중소기업의 범위설정을 위한 양적기준으로 상시 종사자수, 자본금, 매출액을 적용할 수 있도록 하고 있으나, 이중 매출액은 경기변동에 따른 변동 폭이 크며 업종별 매출액의 차이가 커 중소기업 범위설정 기준으로서 안정성이 미흡하다는 이유로 현재는 적용하고 있지 않다. 이로 인해 건설업의 경우에는 상시종사자수와 자본금만을 적용하여 중소기업의 범위를 결정하고 있다. 한편 일부 제조업과 겸업하고 있는 건설업체 매출액의 경우에는 순수한 건설관련 매출액으로 볼 수 없어, 이를 기준으로 기업규모를 분류하기에는 적절하지 않다. 또한 상시종사자수와 자본금의 경우에도 기업이 갖고 있는 자원이나 경영활동 등 질적인 측면을 고려하기 힘든 면이 있는 것도 사실이다. 따라서 기업의 경영능력과 수주실적을 종합적으로 고려하여 양적으로나 질적으로 기업의 규모를 나타낼 수 있는 시공능력평가액을 기준으로 건설업체의 규모를 분류하는 것이 바람직하다.

먼저 전문건설업체의 규모산정을 위한 기준은 다음과 같은 절차에 의해 설정한다. 첫째, 2006년 기준 35,783개 전문건설업체의 시공능력평가액을 크기별로 나열하여 합산한 후, 누적금액의 30%, 60%에 해당되는 금액을 산정한다. 누적 시공능력평가액 총액은 <표 2-1>과 같이 1,129,199억원이며, 이의 누적 30%와 60%에 해당되는 금액은 341,618억원과 679,682억원이다. 둘째, 누적금액 30%와 60%에 해당되는 업체의 시공능력평가액을 파악한다. <표 2-1>과 같이 시공능력평가액 누적금액의 30%인 341,618억원에 해당되는 업체의 시공능력평가액은 38억원 미만이며, 누적금액의 60%인 679,682억원에 해당되는 업체의 시공능력평

인 이상인 업체를 의미한다. 또한 자본금을 기준으로 할 경우에는 소기업은 10억원 미만, 중기업은 10억원 이상 30억원 미만, 대기업은 30억원 이상인 업체를 말한다.
 5) 시공능력평가액은 건설업자가 시공할 수 있는 1건 공사의 공사예정금액이며 다음의 산식에 의하여 산정된다. 시공능력평가액=공사실적평가액+경영평가액+기술능력평가액±신인도평가액

가액은 105억원 미만인 것으로 나타났다. 따라서 전문건설업체의 기업 규모를 나누기 위한 시공능력평가액의 기준은 38억원과 105억원이라 할 수 있다.

이와 같은 기준에 의해 35,783개 전문건설업체의 규모를 분류하였을 때, 시공능력평가액 38억원 미만인 소형업체(1구간)가 28,051개사(78.5%), 38억원 이상 105억원 미만인 중형업체가 5,765개사(16.1%), 105억원 이상인 대형업체가 1,937개사(5.4%)인 것으로 나타났다. 이는 중·소형 업체가 차지하는 비중이 매우 큰 전문건설업의 현실을 잘 보여주고 있으므로 매우 타당하다 하겠다.

<표 2-1> 시공능력평가액별 전문건설업체의 분포현황(2006년) (단위 : 개사, %)

구분	누적 시공능력평가액	기업규모 분류기준	업체수
소형업체(1구간)	341,618(30.3%)	시공능력평가금액 38억원 미만	28,081(78.5%)
중형업체(2구간)	338,064(29.9%)	시공능력평가금액 38억원 이상 ~ 105억원 미만	5,765(16.1%)
대형업체(3구간)	449,517(39.8%)	시공능력평가금액 105억원 이상	1,937(5.4%)
전체	1,129,199(100.0%)	-	35,783(100.0%)

한편 일반건설업체는 전체 모집단의 시공능력평가액 자료를 얻기 어려워, 전문건설업체의 기업규모별 분포비율⁶⁾과 일반건설업체의 시공능력평가순위를 활용하여 기업규모 분류기준을 설정한다. 이에 따라 <표 2-2>와 같이 대형업체는 시공능력평가순위 상위 5% 이내의 기업(3구간), 중형업체는 시공능력평가순위 5-25% 사이의 기업(2구간), 소형업체는 시공능력평가순위 25% 밖의 기업(1구간)으로 분류된다. 시공능력평가순

6) 전체 전문건설업체 중 대형업체의 비율이 5.4%, 중형업체 16.1%, 소형업체 78.5%이나, 이를 5%, 20%, 75%로 단순화하였다.

위 상위 5%에 해당되는 업체의 시공능력평가액은 280억원 미만, 상위 5% 이상 25%미만에 해당되는 업체의 시공능력평가액은 280억 이상~3,000억원 미만, 상위 25%이상에 해당하는 업체의 시공능력평가액은 3,000억원 이상인 것으로 나타났다. 따라서 일반건설업체의 기업규모를 나누기 위한 시공능력평가금액의 기준을 280억과 3,000억으로 선정한다.

<표 2-2> 시공능력평가액별 일반건설업체의 분포현황(2006년) (단위 : 개사, %)

구분	시공능력평가순위	기업규모 분류기준	업체수
소형업체(1구간)	시공능력평가순위 25% 밖의 기업	시공능력평가금액 280억원 미만	9,005(75.0%)
중형업체(2구간)	시공능력평가순위 5-25% 사이의 기업	시공능력평가금액 280억원 이상 ~ 3,000억원 미만	2,401(20.0%)
대형업체(3구간)	시공능력평가순위 5% 이내 기업	시공능력평가금액 3,000억원 이상	600(5.0%)
전체	-	-	12,007(100.0%)

2) 업종

점업제한 폐지 이후 소형 일반건설업체와 대형 전문건설업체는 새로운 시장개척 및 수익성 제고를 위해 상호시장으로 진입하여 다각화를 모색할 것으로 전망되고 있다. 일반적으로 다각화 전략은 수직형, 본업 중심형, 관련중심형, 비관련형으로 구분된다. 수직형은 동일한 소재의 재료로부터 가공되어 최종 제품까지 긴 생산공정을 밀접하게 연결된 분야로 진출하는 전략이며, 본업중심형은 본업이라 할 수 있는 제품분야가 있고 동시에 다수의 다각화를 행하는 전략이다. 또한 관련중심형은 본업이라 할 수 있는 큰 분야는 없지만 대부분의 분야가 어느 정도 관련성이 있는 분야로 다각화를 행하는 전략이며, 비관련형은 관련이 있는 분야를 합하여도 기업전체의 매출액에서 점하는 비중이 적은 전략을

말한다. 이와 같은 다각화 전략 유형 중 겸업제한 폐지 이후 상호시장으로 진입할 일반 및 전문건설업체는 범위의 경제성을 실현하기 위해 수직형 또는 본업중심형 다각화 전략을 취할 것으로 예상된다. 이 때 중요하게 고려해야 될 요소가 바로 일반 및 전문건설업체가 보유하고 있는 업종이며, 이를 다시 업종보유 개수, 업종보유 형태, 주력업종으로 세분화하여 살펴볼 필요가 있다.

(1) 업종보유 개수

업종보유 개수가 많은 전문건설업체는 복합공종의 하도급 전문공사를 수행하는 경우가 많아 종합적 관리능력을 배양할 기회가 높은 편이다⁷⁾. 이를 통해 축적한 종합적 관리능력은 전문건설업체의 일반건설업 시장 진출시 유리하게 작용할 것으로 생각된다. 따라서 전문건설업체 입장에서 보면 업종보유 개수는 일반건설업 시장으로 진입함에 있어 중요하게 고려될 요소임이 분명하다.

실제로 전문건설업 1개 업체당 평균 업종 등록수는 1.55개이며, 2개 이상의 업종을 동시 보유하는 경우가 전체의 42.9%를 차지하고 있어 일반건설업체보다 겸업률이 상당히 높은 수준이다. 그러나 일반건설업체의 경우에는 1개 업체당 평균 업종 등록수는 1.12개⁸⁾이며, 1개의 업종을 보유한 경우가 대부분이기 때문에 업종보유 개수가 전문건설업 시장 진입결정에 주는 영향은 그다지 크지 않을 것으로 보인다.

7) 일반건설업체(원도급)는 공종별 생산에서 발생하는 작업주체간의 간섭요소를 제거하고 시공능률을 향상시키기 위해 다수의 공종을 하나의 전문건설업체가 책임지고 공사를 수행하는 다공종 통합발주를 통해 공사를 수행하는 경우가 많다.

8) 정호준 외(2007), 전문건설업 업종의 합리적 개편방안 연구, 대한건설정책연구원, pp. 56-63.

<표 2-3> 일반 및 전문건설업체의 업종보유 개수

구분	1개	2개	3개	4개	5개	합계
일반건설업체	63.3%	16.7%	13.3%	0%	6.7%	100.0%
전문건설업체	57.2%	28.7%	9.6%	3.1%	1.5%	100.0%

자료: 일반건설업체의 경우에는 한국건설기술연구원(2005)의 설문조사 결과이며, 전문건설업체는 전문건설업 통계연보(2006)에서 발췌한 것임.

(2) 업종보유 형태

전문건설업체는 업종등록 및 유지비용이 소요되더라도 수주 기회의 확대와 사업의 다각화를 위해 <표 2-4>와 같이 기술적 유사성이 있거나 공정간 연계성이 있는 업종을 중복 보유하는 경우가 많은 편이다. 특히 철근콘크리트공사업과 토공사업을 중복 보유하는 경우가 매우 많다. 이는 전문건설업에서 차지하는 시장규모가 매우 커 업종의 다각화를 모색하기 용이하며, 타 업종과의 높은 공정 연계성 때문으로 이해된다. 더욱이 건설산업기본법 하위법령에서는 토공사업과 철근콘크리트공사업의 업무내용이 복합된 공사 또는 이 복합공사와 다른 전문건설업종이 복합된 공사만이 일반건설업 시공실적으로 인정토록 하고 있다. 따라서 업종보유 형태는 전문건설업체가 일반건설업 시장으로 진입결정을 함에 있어 주요한 요소로 작용할 것이다. 본 연구에서는 전문건설업종 보유 형태가 매우 다양하여 토공사업과 철근콘크리트공사업을 동시에 보유하고 기타 업종을 갖고 있는 형태와 기타 업종만을 보유한 형태로 단순화하여 보는 것이 바람직할 것으로 보인다.

일반건설업체의 경우에는 업종보유 형태가 전문건설업체에 비해 단순하다. 하나의 업종만을 갖는 경우가 일반적이며, 일부 업체만이 산업환경설비공사업 또는 조경공사업을 동시 보유하고 있다. 이는 토목·건축공사업 업종이 존재하므로 토목공사업 또는 건축공사업을 보유하거나 동시에 두 개의 업종을 보유할 필요도 없기 때문으로 이해된다. 또한 전

<표 2-4> 전문건설업 경영현황

(단위 : 개사, %)

업종 (업체수)	1순위		2순위		3순위		4순위		5순위		6순위		7순위	
	업종	개수 (%)	업종	개수 (%)	업종	개수 (%)	업종	개수 (%)	업종	개수 (%)	업종	개수 (%)	업종	개수 (%)
실내건축 (3,100)	금속 창호	469 (15.1)	철콘	252 (8.1)	도장	127 (4.1)	토공	105 (3.4)	미방 조적	102 (3.3)	시설	78 (2.5)	상하 수도	57 (1.8)
토공 (8,023)	철콘	6,689 (83.4)	상하 수도	2,695 (33.6)	석공	1,038 (12.9)	포장	891 (11.1)	비계	781 (9.7)	보링	567 (7.1)	금속 창호	532 (6.6)
미방조적 (2,078)	철콘	475 (22.9)	도장	439 (21.1)	시설	234 (11.3)	토공	209 (10.1)	금속 창호	146 (7.0)	상하 수도	139 (6.7)	실내 건축	102 (4.9)
석공 (3,287)	철콘	2,601 (79.1)	상하 수도	1,096 (33.3)	토공	1,038 (31.6)	금속 창호	212 (6.5)	포장	181 (5.5)	보링	81 (2.5)	수중	77 (2.3)
도장 (2,076)	금속 창호	693 (33.4)	미방 조적	439 (21.2)	철콘	286 (13.8)	시설	173 (8.3)	상하 수도	134 (6.5)	실내 건축	127 (6.1)	토공	106 (5.2)
비계 (1,597)	토공	781 (48.9)	철콘	751 (47.0)	상하 수도	321 (20.1)	보링	188 (11.8)	포장	172 (10.8)	금속 창호	109 (6.8)	수중	105 (6.6)
금속창호 (5,626)	철콘	1,193 (21.2)	도장	693 (12.3)	토공	532 (9.5)	상하 수도	510 (9.1)	실내 건축	469 (8.3)	지붕 판금	218 (3.9)	시설	216 (3.8)
지붕판금 (577)	금속 창호	218 (37.8)	철콘	66 (11.8)	실내 건축	50 (8.7)	강 구조	46 (8.0)	토공	26 (4.5)	도장	20 (3.5)	상하 수도	17 (2.9)
철콘 (15,745)	토공	6,689 (42.5)	상하 수도	4,958 (31.5)	석공	2,061 (16.5)	금속 창호	1,193 (7.6)	포장	1,086 (6.9)	비계	751 (4.8)	보링	687 (4.4)
상하수도 (6,891)	철콘	4,958 (71.9)	토공	2,695 (39.1)	석공	1,096 (15.9)	포장	1,058 (15.4)	금속 창호	510 (7.4)	보링	477 (6.9)	비계	321 (4.7)
보링 (1,231)	철콘	687 (55.8)	토공	567 (46.1)	상하 수도	477 (38.8)	비계	188 (15.3)	포장	136 (11.1)	금속 창호	83 (6.7)	석공	81 (6.6)
철도궤도 (39)	철콘	10 (25.6)	토공	6 (15.4)	시설	6 (15.4)	포장	4 (10.3)	상하 수도	4 (10.3)	보링	2 (5.1)	도장	2 (5.1)
포장 (1,778)	철콘	1,086 (61.1)	상하 수도	1,058 (59.4)	토공	891 (50.1)	시설	201 (11.3)	석공	181 (10.2)	비계	172 (9.7)	금속 창호	160 (9.0)
수중 (396)	철콘	300 (75.8)	토공	214 (54.0)	상하 수도	131 (33.1)	비계	105 (26.5)	석공	77 (19.4)	보링	66 (16.7)	포장	66 (16.7)
조경식재 (1,618)	조경 시설	934 (57.7)	철콘	151 (9.3)	토공	122 (7.5)	금속 창호	53 (3.3)	상하 수도	47 (2.9)	석공	34 (2.1)	포장	30 (1.9)
조경시설 (1,227)	조경 식재	934 (76.1)	철콘	109 (8.9)	토공	101 (8.2)	금속 창호	60 (4.9)	상하 수도	42 (3.4)	석공	30 (2.4)	실내 건축	15 (1.2)
강구조물 (576)	금속 창호	192 (33.3)	철콘	110 (19.1)	토공	67 (11.6)	지붕 판금	46 (8.0)	상하 수도	43 (7.5)	비계	38 (6.6)	도장	33 (5.7)
철강재 (68)	시설	18 (26.5)	강 구조	9 (13.2)	금속 창호	8 (11.8)	준서	8 (11.8)	철콘	4 (5.9)	승강	4 (5.9)	도장	3 (4.4)
삭도 (12)	강 구조	2 (16.7)	철강	2 (16.7)	철콘	1 (8.3)	승강	1 (8.3)	-	-	-	-	-	-
준설 (32)	수중	13 (40.6)	시설	12 (37.5)	토공	11 (34.4)	철콘	11 (34.4)	비계	10 (31.3)	철강	8 (25.0)	상하 수도	4 (12.5)

자료: 한국건설기술연구원(2005), 건설 업역구조의 합리적 개선방안 연구, 건설교통부, p.13.

문건설업 시공실적도 일반건설업체의 직접시공 부분이 그대로 인정되기 때문에 어떠한 업종을 보유하고 있는지는 전문건설업 시장진입 결정에 큰 영향을 미치지 않을 것으로 보인다. 다만, 수직적 또는 본업 중심형 다각화 전략을 추구함에 있어 보유하고 있는 일반건설업종과 관련된 전문건설업종을 등록하고 수주활동을 전개하는 것이 범위의 경제 실현에 유리하므로 시장진입 결정에 다소 영향을 미칠 것으로 보인다.

(3) 주력업종

주력업종은 업체가 보유한 다수의 업종 중 공사수주를 위해 가장 많은 노력과 자원을 투입하는 업종을 말한다. 겸업제한 폐지 이후 대형 전문건설업체는 주력업종을 중심으로 종합적인 관리 및 마케팅 능력을 제고하여 일반건설업 시장으로 진출하고 중·소형 일반건설업체도 주력업종과 연관된 전문건설업 시장으로 진입할 가능성이 클 것으로 예상되는 것이 일반적이다. 따라서 주력업종은 전문건설업체가 상호시장 진입을 결정함에 있어 중요하게 고려할 요소 중의 하나이다.

일반건설업체의 경우 하나의 업종만을 보유하는 경우가 대부분이므로 보유업종이 바로 주력업종이라 할 수 있다. 그러나 전문건설업체는 다수의 업종을 보유하는 경우가 많으므로, 주력업종을 파악하기 힘든 측면이 있다. 따라서 전문건설업체의 주력업종은 <표 2-5>와 같이 대한전문건설협회의 주력업종 자료를 활용할 필요가 있다.

<표 2-5> 전문건설업체의 주력업종 분포(2006년)

(단위 : 개사, %)

업종	업체수(비율)	업종	업체수(비율)
실내건축	3,279 (9.2)	상·하수도설비	3,109 (8.7)
토공	3,260 (9.1)	보링·그라우팅	510 (1.4)
미장·방수·조적	1,512 (4.2)	철도궤도	36 (0.1)
석공	1,575 (4.4)	포장	1,035 (2.9)
도장	1,499 (4.2)	수중	188 (0.5)
비계·구조물해체	1,074 (3.0)	조경식재	2,053 (5.7)
금속구조물·창호	4,538 (12.7)	조경시설물설치	537 (1.5)
지붕판금·건축물	436 (1.2)	강구조물	488 (1.4)
철근콘크리트	10,654 (29.8)	전체	35,783 (100.0)

자료: 대한전문건설협회 2006년 실적자료.

3) 직접시공

직접시공의무제도로 인해 공사의 일정비율을 직접시공해야 하는 일반건설업체 중 일부는 직접시공을 통해 얻은 노하우를 바탕으로 전문건설업 시장으로 진입하여 다각화 전략을 추구할 것으로 예상된다. 따라서 일반건설업체들은 지금처럼 관리역할을 주로 하면서도 전문건설업종을 등록하여 해당분야에 특화된 건설업체로 성장할 수 있게 된다. 예를 들어, 소규모 토목공사 원도급을 주로 받던 소형 일반건설업체는 토공사업, 포장공사업 등을 등록한다면, 특정분야(도로 등)의 가격경쟁력 및 기술력을 갖춘 업체로 성장 가능할 수도 있다. 따라서 직접시공은 일반건설업체가 전문건설업 시장으로의 진입을 결정함에 있어 중요하게 고려하는 요소 중의 하나라 할 수 있다.

일반건설업체의 외주비 현황 파악을 통해 간접적으로 직접시공비율을 살펴보면 다음과 같다⁹⁾. <표 2-6>과 같이 전체 매출액에서 차지하는 외

9) 김민형(2004), 원가경쟁력 제고를 위한 협력업체 관리 방안: 등록업체 운용 및 입찰/지명평가 시스템을 중심으로, 한국건설산업연구원, pp. 19-25.

주비의 비중은 평균적으로 약 54% 내외이다. 건축부문의 외주비 비중이 56-57% 정도로 가장 높았으며, 다음으로 토목, 주택, 플랜트의 순서인 것으로 나타났다. 자재비를 포함할 경우, 최소 원도급 받은 공사의 70% 이상이 하도급되는 것으로 추정된다. 이를 통해 일반건설업체의 직접시공비율은 최대 30% 정도에 그치고 있음을 알 수 있다.

<표 2-6> 일반건설업체의 매출액 대비 외주비 현황 (단위: 억원, %)

구 분		합계	토목	건축	주택	플랜트	기타
2002	매출액(A)	3,441.9	935.0	1,207.7	1,013.0	478.0	165.9
	외주공사비(B)	1,817.0	487.6	676.8	509.3	221.7	100.6
	B/A	52.8	52.1	56.0	50.3	46.4	60.6
2003	매출액(A)	3,809.4	995.9	1,361.5	1,169.1	433.8	219.9
	외주공사비(B)	2,069.9	539.1	776.2	598.8	218.7	128.5
	B/A	54.3	54.1	57.0	51.2	50.4	58.4

자료: 김민형(2004), 원가경쟁력 제고를 위한 협력업체 관리 방안: 등록업체 운용 및 입찰/지명평가 시스템을 중심으로, 한국건설산업연구원, p.19.

4) 관계 계열사 보유

일반 및 전문건설업체가 상호시장으로 교차 진입하는 이유 중의 하나가 수직적 통합을 통한 효율성 제고이다¹⁰⁾. 대한건설협회 내부자료에 따르면 과거 일반건설업체의 30% 가량이 겸업제한을 피해 별도의 전문건설업체를 운용함으로써 연간 3,000억원 이상의 비용이 추가발생하는 것으로 보고되고 있다. 한국건설기술연구원(2005)에서도 <표 2-7>과 같

10) 수직적 통합이란 기술적으로 구분되는 생산, 유통, 판매, 그리고 그밖의 경제적 과정들을 단일기업 내부에서 통합함을 의미한다. 이러한 수직적 통합은 수요와 공급의 불확실성을 감소시키고 가격변동으로부터 기업을 보호해주며 시장에서 발생하는 판매, 협상, 계약 등의 비용을 절감시켜 주는 긍정적 역할이 있는 반면에, 기업의 고정비 비율과 철수장벽을 높이고 거래상대를 교체할 수 있는 탄력성을 감소시키는 등 부정적 효과도 동시에 내포하고 있다.

이 간접적으로 관계 계열사 보유 현황을 살펴보았는데, 최소 일반건설업체의 10.0%, 전문건설업체의 11.9%가 관계 계열사를 통해 겸업금지업종을 보유하고 있는 것으로 나타났다.

<표 2-7> 일반 및 전문건설업체의 관계 계열사 보유 현황

구분	겸업금지업종 보유	겸업허용업종 보유	겸업금지 및 허용업종 보유	겸업안함	합계
일반건설업체	10.0%	16.7%	0.0%	73.3%	100.0%
전문건설업체	11.9%	16.7%	0.0%	85.1%	100.0%

자료: 한국건설기술연구원(2005), 건설 업역구조의 합리적 개선방안 연구, 건설교통부, P. 부록 7, 25.

수주기회 확대를 위해 관계 계열사를 가장 많이 보유하고 있을 것으로 추정되는 중형 일반건설업체와 대형 전문건설업체 중 일부는 수직적 통합을 통한 효율성 제고를 위해 관계 계열사를 정리하고 현재의 법인에 일반 또는 전문건설업종을 추가 등록할 것으로 전망되는 것이 일반적이다. 따라서 관계 계열사 보유는 일반 및 전문건설업체가 상호시장 교차진입을 결정함에 있어 중요하게 고려할 요소 중의 하나라 할 수 있다.

5) 수익성

장·단기에 걸쳐 기업의 목적은 이윤 극대화이므로 기업은 구체적이고 계량적인 목표를 실현시키기 위한 각종 경영전략을 수립하여 수행하게 된다. 이때 고려될 수 있는 전략으로는 매출액을 증대시키거나 매출원가를 최소화시키는 것이 있다. 일반적으로 전자를 외형 추구적 전략(성장전략), 후자를 내실 추구적 전략(안정전략)이라 한다¹¹⁾.

11) 외형 추구적 전략은 기존시장 심화전략, 신시장 개척전략, 신제품 개발전략, 다각화

사업의 다각화를 위해 상호시장 교차 진입하는 일반 및 전문건설업체의 목적은 매출액을 증대시켜 수익성을 제고시키는데 있다. 또한 관계 계열사를 정리하는 등 수직적 통합을 통해 얻고자 하는 것도 매출원가를 최소화시켜 수익성을 높이는 것이다. 궁극적으로 겸업제한 폐지 이후 일반 및 전문건설업체가 상호시장으로 교차 진입하는 목적은 수익성 제고에 있다. 따라서 기업의 수익성은 일반 및 전문건설업체가 상호시장 교차 진입을 결정함에 있어 중요하게 고려하는 요소이다.

기업의 수익성을 나타내는 지표로 매출액영업이익률, 자기자본경상이익률, 총자본경상이익률 등이 있는데, 본 연구에서는 여러 가지 수익성 지표 중 연도별 변동폭이 제일 작은 매출액영업이익률을 활용한다. <표 2-8>과 같이 최근 3년간(2003-2005년) 매출액영업이익률¹²⁾을 살펴본 결과, 일반건설업체는 5.6%-5.9% 정도로 비슷한 수준을 유지하고 있으며, 전문건설업체의 경우는 다소 하락하고 있는 추세이다.

<표 2-8> 일반 및 전문건설업체의 매출액영업이익률

구 분	2003년	2004년	2005년	제조업(2005년)
일반건설업체	5.6%	5.5%	5.9%	6.1%
전문건설업체	4.3%	3.9%	3.8%	

자료: 1) 일반건설업체는 대한건설협회의 2005년 건설경영분석 자료.

2) 전문건설업체는 정호준 외 2인(2007)의 연구에서 각각 발췌하여 정리하였음.

6) 경쟁전략

수익성 제고는 상호시장으로 진입하는 일반 및 전문건설업체의 궁극적인 목적이라 할 수 있다. 기업이 이와 같은 목적을 달성하기 위해서는 경

전략으로 세분화되며, 이중 다각화 전략이 가장 성장 지향적인 전략이다. (조동성(2001), 21세기를 위한 전략경영, 서울경제경영, p. 295.)

12) 매출액영업이익률=(영업이익÷매출액)×100

쟁기업에 비해 경쟁우위를 확보할 수 있어야 한다. 따라서 특정 기업이 제공하는 제품이나 서비스가 시장에서 우선적으로 선택될 수 있도록 하는 능력, 즉, 경쟁에서 승리할 수 있는 힘을 의미하는 경쟁우위를 갖도록 하는 경쟁전략 수립이 필수적이다. 그러므로 경쟁전략은 일반 및 전문건설업체가 상호시장 진입을 결정함에 있어 중요하게 고려하는 요소 중의 하나라고 할 수 있다.

(1) 개념 및 유형

경쟁전략이 갖는 복잡하면서도 다차원적인 속성으로 인해 많은 학자들이 갖가지 정의를 내렸지만, “기업이 방향과 목적을 결정하고 그에 이르는 과정에서 경쟁우위를 점하기 위한 여러 가지 계획들, 또 그것을 획득 가능하게 하는 효율적인 자원배분의 과정, 주어진 자원과 외부환경과의 적합성을 이루도록 자원을 배분하는 과정”이라 할 수 있다.

한편 경쟁우위 유형을 구분한 연구도 학자들마다 조금씩 차이가 있다¹³⁾. 이중 포터의 본원적 경쟁전략은 많은 연구자들로부터 실증적 지지를 받고 있다¹⁴⁾. 포터는 기업이 다른 경쟁기업에 비해서 높은 수익률을 얻는 데에는 크게 세 가지 방법이 있다고 주장하였다. 첫째는 동일한 제

13) Miles & Snow는 방어전략, 탐색전략, 분석전략, 반응전략으로 경쟁전략의 유형을 구분하였으며, Nichoson(1990)은 4가지 전략 이외에 방어전략과 탐색전략이 합쳐진 복합전략을 추가하였다.

14) Murry(1988)는 원가우위와 차별화가 각각 산업구조 특성과 고객기호와 밀접한 관련이 있는데 이들 두 가지 요인은 상호 독립적이므로 두 가지 본원적 전략의 동시 추구가 가능하다고 주장했고, Hill(1988)은 성장산업과 성숙산업에서 원가우위와 차별화가 동시에 달성될 수 있음을 주장했는데, 성장산업인 경우 차별화 전략이 수요를 증가시키고 증가된 수요가 다시 원가를 절감시키기 때문에 원가우위와 차별화 전략은 동시에 달성될 수 있으며, 성숙산업에서는 학습효과와 규모의 경제를 통하여 더 이상 원가를 절감시킬 수 없기 때문에 저원가 상태인 원가우위의 유지 하에서 차별화 전략을 동시에 추구해야만 기업의 경쟁우위를 유지할 수 있음을 주장했다. 또한 Hambrick (1983), Dess & Davis(1984), 김인수와 임윤철(1988), 이장우(1989) 등은 특정산업에 속한 기업들이 실제로 포터의 본원적 경쟁전략을 사용하고 있음을 밝혀냈다.

품을 훨씬 낮은 비용에 만들어 싸게 파는 방법이고, 둘째는 경쟁기업과는 다른 차별화된 제품을 제공함으로써 소비자로 하여금 차별화를 하는데 소요된 비용 이상의 가격 프리미엄을 받는 것이다. 셋째는 세부시장(Niche Market)에 집중하는 것이다. 이를 [그림 2-1]과 같이 각각 원가우위, 차별화 우위, 그리고 집중화라고 말한다.



[그림 2-1] 포터의 본원적 전략 유형

자료: Porter, M. E(1985), Competitive Strategy, 경문사, 조동성, 정몽준 공역, p. 53.

(2) 건설업체의 경쟁우위 결정요인

경쟁우위는 기업이 가치사슬상의 활동을 구성하고 수행하는 능력에서 나온다. 이와 같은 능력은 경쟁기업간의 원가상의 차이를 가져오거나, 또는 고객의 가치를 창출하는 방법상의 차이를 낳게 하는 동인들, 즉 구조적 결정변수로 설명할 수 있다.

기존 연구결과를 참조하여 건설업체에 적합한 원가우위와 차별화 우위 결정요인을 정리한 것이 <표 2-9>이다. 건설업체의 원가우위 결정요인으로 규모의 경제, 경험 및 학습효과, 투입요소비용의 차이, 생산설비의 활용도, 생산기술의 혁신, 관리 및 조직의 효율성이 있으며, 건설업체의 차별화 우위 결정요인으로는 고객의 차별화 및 이미지의 차별화가 있다.

<표 2-9> 건설업체의 원가우위 및 차별화 우위의 결정요인

경쟁우위 유형	결정요인	측정항목
원가우위	전문화	- 종합관리능력의 전문화 (일반) - 시공기술력의 전문화 (전문)
	경험 및 학습효과	- 우수 전문기술인력 및 숙련 기능공 확보 (공통) - 기술자 및 기능공의 교육 실시 정도 (공통)
	투입요소비용의 차이	- 가격 경쟁력 갖춘 전문건설업체 확보 (일반) - 가격 경쟁력 갖춘 십장 확보 (전문)
	생산시설의 활용도	- 보유 자재 및 장비의 전용률 (공통)
	생산기술의 혁신	- 신공법의 적극적인 개발 및 적용 (공통)
	관리 및 조직의 효율성	- 관리 및 조직의 비효율성 제거 노력 (공통)
차별화우위	고객의 차별화	- 특정 시설물 또는 공종 위주의 수주 (공통) - 공사품질 향상을 위한 비용·인력의 투자 (공통) - 새로운 시장개척 (공통) - 발주자 요구의 신속한 파악 및 대처 (공통) - 특정 발주자 위주의 공사 수주 (공통)
	이미지의 차별화	- 홍보 및 광고를 위한 예산배정 및 집행 (공통) - 영업 및 마케팅 인력의 강화 및 확충 (공통)

주: ()안은 원가우위 결정요인에 적용되는 건설업체의 유형(일반, 전문, 공통)을 표시한 것임.

7) 내부역량¹⁵⁾

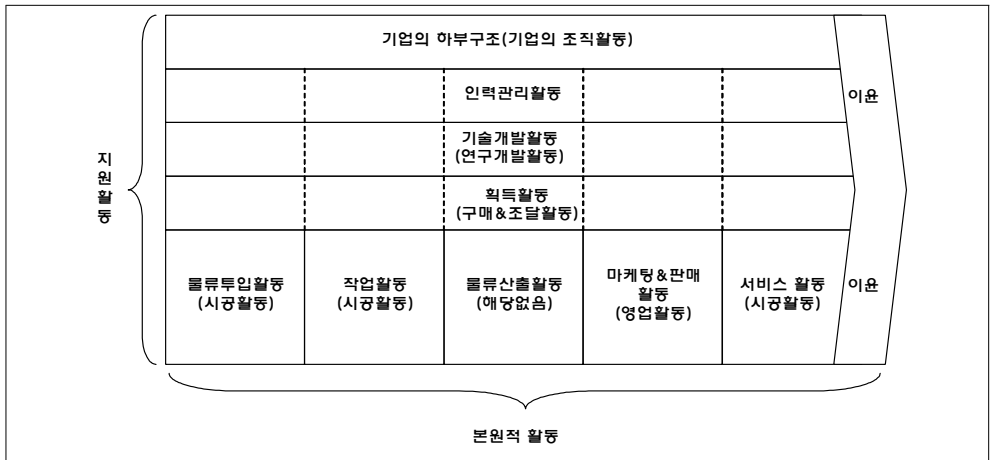
일반건설업 시장으로 사업영역을 확장하려는 전문건설업체들은 오랜 기간 동안 특정 분야에서 시공전문업체로서 확고한 사업기반을 닦은 우량업체일 것이며, 이들은 복합 하도급 공사의 수행을 통해 종합적 관리능력을 가졌을 것으로 예상된다. 또한 전문건설업으로 진출하고자 하는 일반건설업체도 직접시공을 통해 상당 수준의 직접시공력을 보유했을 것으로 전망된다. 따라서 내부역량은 일반 및 전문건설업체가 상호 시장 진입을 결정함에 있어 중요하게 고려하는 요소 중의 하나이다.

15) 내부역량에 관한 내용은 대한건설정책연구원에서 2008년 상반기에 발표될 보고서인 “겸업제한 폐지이후 일반 및 전문건설업체의 핵심역량의 파악 및 평가” 에서 일부 정리하여 발췌한 것이다.

(1) 개념

내부역량은 보유하고 있는 자산, 능력, 정보 및 지식 등으로 경쟁우위의 원천으로 작용한다. 내부역량에 대한 분류는 다양하나 유·무형자원 및 인적자원으로 구분된다. 유형자원은 기계·장비와 같은 물적자산과 금융자산 등의 가시적 자원을 의미하며, 무형자원은 기업의 명성, 기술, 기업문화 등과 같은 비가시적 자원을 말한다. 인적자원은 노하우, 의사소통, 동기부여 능력과 같이 눈에 보이지 않는 무형자원을 가리킨다¹⁶⁾.

포터는 경쟁우위의 원천인 내부역량이 기업의 모든 곳에 존재한다는 가정 하에 기업의 활동을 가치창출 과정으로 이해하고, 전략적 단위로 구분한 가치사슬 개념을 [그림 2-2]와 같이 제시하였다.



[그림 2-2] 건설업체의 특성에 따라 조정한 가치사슬 모형

주 1) 점선은 전체 가치사슬 뿐만 아니라 특정의 본원적 활동에만 지원할 수 있음을 나타냄.

2) ()안은 포터의 가치사슬을 건설업체의 특성에 맞게 조정한 것을 나타낸 것임.

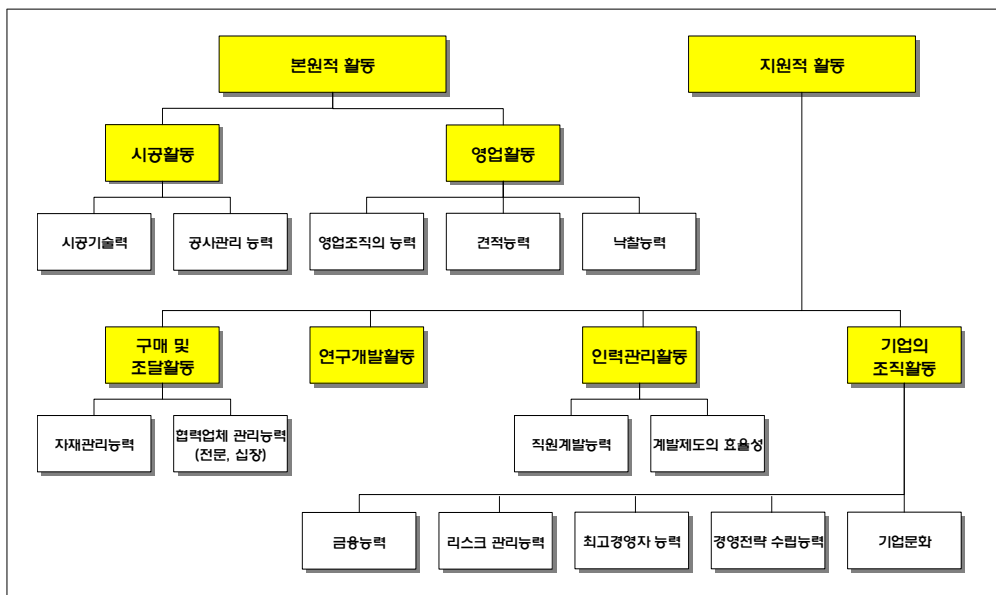
자료: Porter, Michael E.(1985), Competitive Advantage: Creating and Sustaining Superior Performance, 3rd ed., Simon & Schuster Inc., p. 37.

16) 이밖에 콜리스는 내부역량을 조직능력, 관리적 유산, 내부역량으로 구분하고 있다. 조직능력은 기업의 효율성과 효과성을 지속적으로 개선하고 증진시킬 수 있는 경영능력을 말한다. 그리고 관리유산은 최고경영자의 리더십과 조직문화 조직구조 등의 무형적 문화 유산과 공장의 입지, 사무시설 등과 같은 물질적 유산을 가리킨다. Collis, D. J.(1991), "A Resource-based Analysis of Global Competition : The Case of Bearing Industry", Strategic Management Journal, Vol. 15, pp. 49-68.

포터의 가치사슬은 본원적 활동과 지원적 활동으로 구분된다. 이와 같은 가치사슬은 생산품목, 구매자, 지역적 유통경로의 차이로 인해 기업마다 다르게 나타난다. 따라서 가치사슬은 기업의 경쟁우위를 분석함은 물론 경쟁우위를 창출하고 유지하는 방법을 모색키 위한 기본적인 도구로 활용된다.

(2) 내부역량 요소별 평가의목과 중요도

[그림 2-3]과 같이 포터의 가치사슬모형을 고찰하여 일반 및 전문건설업체의 내부역량으로 고려될 수 있는 요소를 도출하고 문헌연구를 통해 내부역량 요소별로 평가 및 측정항목, 그리고 측정지표를 사전적으로 탐색하였다. 또한 일반 및 전문건설업체의 내부역량 요소별 평가항목의 중요도를 임원급 26명으로 하여금 견업제한 폐지 이전과 이후로 구분하여 평가하도록 하였다. 결과는 <표 2-10>, <표 2-11>과 같다.



[그림 2-3] 일반 및 전문건설업체의 내부역량 요소별 평가항목

<표 2-10> 겸업제한 폐지 이전과 이후의 일반건설업체 내부역량 요소와 중요도 (단위: %)

핵심 역량요소		평가항목		측정항목	겸업제한 폐지이전	겸업제한 폐지이후	
겸업제한 폐지이전	겸업제한 폐지이후	겸업제한 폐지이전	겸업제한 폐지이후				
시공활동	시공기술력	15.8	16.2	기술인력의 전문성	9.8	10.5	
				시공기술 관련 지적재산권 보유	5.9	5.6	
	공사관리능력	15.4	16.9	공기지연 공사의 비율	2.2	2.5	
				실행예산 준수율	2.2	2.4	
				시공하자 발생정도	2.1	2.5	
				안전사고 발생정도	1.7	1.9	
				공정, 원가, 품질 및 안전관리 표준절차서 활용 수준	2.3	2.1	
				공정 및 원가관리시 소프트웨어 활용 수준	1.5	1.8	
				시공하자 원인의 규명 및 대책 수립의 수준	1.8	2.2	
				안전사고 원인의 규명 및 대책 수립의 수준	1.6	1.5	
영업활동	10.2	9.3	영업인력의 전문성	5.2	4.6		
			영업정보 DB의 체계적 관리	2.7	2.6		
	견적능력	5.7	6.3	영업정보 수집을 위한 포상제도 활용	2.4	2.1	
				견적인력의 전문성 수준	3.4	3.8	
21.2	21.5	낙찰능력	최근 3년간 공사수주율	견적정보 DB의 체계적 관리 수준	2.3	2.5	
				최고 3년간 공사수주율	5.2	5.9	
구매 및 조달활동	5.2	5.1	자재구매담당 인력의 전문성 수준	1.9	2.2		
			자재관리 표준절차서 활용 수준	1.7	1.2		
	협력업체 관리능력	6.3	4.5	자재정보 DB의 체계적 관리 수준	1.6	1.7	
				협력업체 선정기준의 적정성	3.5	2.2	
11.5	9.5	해당사항 없음	우수 협력업체 육성을 위한 인센티브 실시	2.8	2.2		
			연구개발활동	연구개발인력의 전문성	4.2	3.8	
8.1	7.0	해당사항 없음	연구개발비 투자규모	3.9	3.2		
			인적자원 관리활동	교육훈련능력	4.2	4.4	
				7.7	7.0	직원교육의 체계적 실시	3.5
			13.1	11.5	성과보상동기부여능력	직원의 동기부여 및 능력개발제도 실시	2.8
성과기준 및 측정제도 실시	2.5	2.0					
기업조직활동	4.0	4.5	금융능력	2.2	2.6		
			공사차입금 조달방법의 적정성	1.8	1.8		
	3.7	4.2	리스크 관리능력	리스크 예측 및 대응방안 수립	1.5	1.7	
			클레임 대비 외부 전문가 활용	0.9	1.1		
	2.7	3.2	최고 경영자 능력	클레임 및 분쟁발생 정도	1.3	1.4	
				최고경영자 건설업 종사년수	0.9	1.0	
			최고경영자 인적 네트워크 구축	1.0	1.0		
			최고경영자 건설업 전문지식 보유	0.8	1.1		
			경영전략 수립능력	1.2	1.4		
			2.2	2.5	경영전략의 이행 및 피드백	1.0	1.2
15.0	17.3	2.4	3.0	기업문화	업무와 권한의 명확성	0.8	1.0
				본사와 현장간 원활한 협조관계	1.0	1.1	
협력업체와의 원활한 협조관계					0.6	0.9	
전체					100.0	100.0	

<표 2-11> 겸업제한 폐지 이전과 이후의 전문건설업체 내부역량 요소와 중요도 (단위: %)

핵심 역량요소		평가항목		측정항목	겸업제한 폐지이전	겸업제한 폐지이후		
겸업제한 폐지이전	겸업제한 폐지이후	겸업제한 폐지이전	겸업제한 폐지이후					
31.2	25.0	14.2	11.6	시공기술력	기술인력의 전문성	10.2	7.8	
				16.9	13.4	시공기술 관련 지적재산권 보유	6.7	5.6
				공사관리능력	공기지연 공사의 비율	1.8	1.5	
					실행예산 준수율	1.8	1.5	
					시공하자 발생정도	2.2	1.5	
					안전사고 발생정도	1.8	1.8	
					공정, 원가, 품질 및 안전관리 표준절차서 활용 수준	1.8	1.9	
					공정 및 원가관리시 소프트웨어 활용 수준	1.4	1.3	
2.0	1.2	시공하자 원인의 규명 및 대책 수립의 수준	2.0	1.2				
1.4	1.0	안전사고 원인의 규명 및 대책 수립의 수준	1.4	1.0				
26.9	29.2	10.5	11.8	영업조직원능력	영업인력의 전문성	4.7	6.2	
				영업정보 DB의 체계적 관리	3.3	3.3		
				영업정보 수집을 위한 포상제도 활용	2.5	2.3		
				견적능력	견적인력의 전문성 수준	5.4	6.2	
8.9	10.2	견적정보 DB의 체계적 관리 수준	3.5	3.9				
12.7	10.9	5.2	5.2	낙찰능력	최근 3년간 공사수주율	7.5	7.2	
				자재관리능력	자재구매담당 인력의 전문성 수준	3.2	2.2	
				7.5	5.7	자재관리 표준절차서 활용 수준	2.3	1.8
				협력업체 관리능력	자재정보 DB의 체계적 관리 수준	2.1	1.8	
3.0	3.3	협력업체 선정기준의 적정성	3.0	3.3				
2.2	1.9	우수 협력업체 육성을 위한 인센티브 실시	2.2	1.9				
9.6	10.2	4.4	5.1	연구개발활동	연구개발인력의 전문성	3.9	3.4	
				6.5	5.8	연구개발비 투자규모	2.7	2.4
				해당사항 없음	연구개발인력의 전문성	3.9	3.4	
9.6	10.2	4.4	5.1	인적자원 관리활동	교육훈련능력	3.1	2.8	
				5.2	5.2	직원교육비의 투자규모	2.1	2.2
				성과보상동기부여능력	직원의 동기부여 및 능력개발제도 실시	2.5	3.0	
13.1	18.8	1.8	1.8	기업조직활동	성과기준 및 측정제도 실시	1.9	2.2	
				금융능력	자금담당 인력의 전문성	1.2	2.3	
				2.3	3.8	공사차입금 조달방법의 적정성	1.2	1.3
				리스크 관리능력	리스크 예측 및 대응방안 수립	0.8	1.5	
					클레임 대비 외부 전문가 활용	0.7	1.1	
				2.1	3.5	클레임 및 분쟁발생 정도	0.6	0.9
				최고 경영자 능력	최고경영자 건설업 종사년수	1.1	1.4	
					최고경영자 인적 네트워크 구축	1.8	2.1	
				4.5	7.2	최고경영자 건설업 전문지식 보유	1.6	3.8
				경영전략 수립능력	체계적인 경영전략 수립	1.5	1.6	
경영전략의 이행 및 피드백	0.9	0.9						
2.4	2.5	기업문화	업무와 권한의 명확성	0.6	0.5			
0.7	0.6		본사와 현장간 원활한 협조관계	0.7	0.6			
0.6	0.6	협력업체와의 원활한 협조관계	0.6	0.6				
전체					100.0	100.0		

① 일반건설업체

겸업제한 폐지 이전 내부역량 요소별 중요도의 순서는 시공활동-영업활동-기업조직활동-인적자원관리활동-구매·조달활동-연구개발활동이며, 겸업제한 폐지 이후에도 동일한 순서인 것으로 평가되었다. 다만, 겸업제한 폐지 이후에는 시공활동, 영업활동, 기업조직활동의 중요도는증가하고 구매·조달활동, 인적자원관리활동, 연구개발활동의 중요도는 감소하나, 그 변화의 폭은 적은 것으로 나타났다.

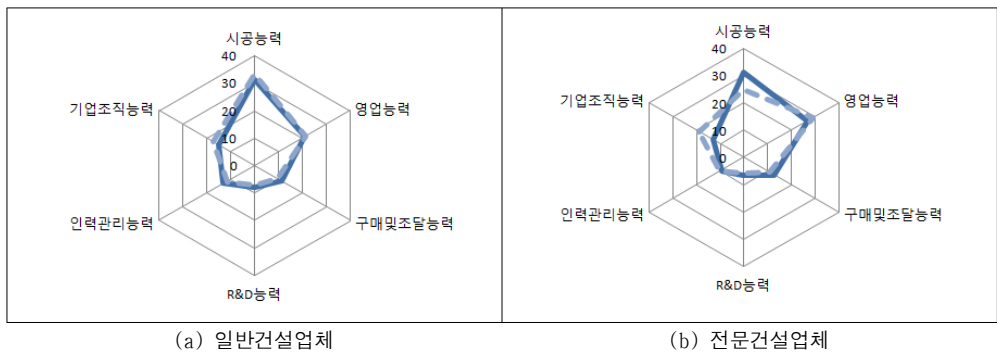
따라서 [그림 2-4]의 (a)와 같이 겸업제한 폐지에 따른 일반건설업체의 내부역량 요소별 중요도의 변화는 그다지 크지 않을 것으로 예상된다. 즉, 겸업제한 폐지라는 환경변화가 생긴다 할지라도 일반건설업체는 지금까지 해오던 경영방식에서 벗어나 새로운 변화를 모색하지 않을 거라는 것이다. 이는 전문건설업체와 경쟁이 일반건설업체의 경영활동에 주는 영향은 그다지 크지 않을 것이라는 인식과 경쟁에 대한 자신감이 반영된 결과로 해석된다. 또 하나의 특징은 겸업제한 폐지 이전과 이후 일반건설업체의 경쟁우위를 확보함에 있어 시공 및 영업활동과 함께 기업조직활동을 매우 중요하게 고려하고 있다는 것이다.

② 전문건설업체

겸업제한 폐지 이전 일반건설업체 내부역량 요소별 중요도의 순서는 시공활동-영업활동-기업조직활동-구매·조달활동-인적자원관리활동-연구개발활동이고, 겸업제한 폐지 이후에도 비슷한 순서이나, 다만 시공활동에 비해 영업활동이 제일 중요한 요소로 평가되었다. 그러나 전반적으로 내부역량 요소별 중요도 변화 폭이 큰 것으로 나타났다.

따라서 [그림 2-4]의 (b)와 같이 겸업제한 폐지에 따른 전문건설업체의 내부역량 요소별 중요도의 변화는 클 것으로 예상된다. 즉, 일반건설업체와는 달리 겸업제한 폐지라는 환경의 변화는 전문건설업체로 하여

금 지금까지의 경영방식에서 벗어나 새로운 변화를 모색할 수밖에 없도록 한다는 것이다. 이는 겸업제한 폐지가 전문건설업체의 경영활동에 큰 영향을 줄 것이라는 불안감과 일반건설업체와의 경쟁에서 생존하기 위해서는 경영활동 자체의 큰 혁신이 필요하다는 인식을 반영하고 있는 것이라 이해된다. 전문건설업체가 가지는 또 하나의 특징은 일반건설업체와 동일하게 기업조직활동을 중요하게 고려하고 있다는 것과 영업활동이 전문건설업체가 경쟁우위를 점하는데 가장 중요한 요소로 인식하고 있다는 것이다.



[그림 2-4] 일반 및 전문건설업체의 내부역량 요소별 중요도 변화

주: 실선은 겸업제한 폐지 이전의 중요도, 점선은 겸업제한 폐지 이후의 중요도임.

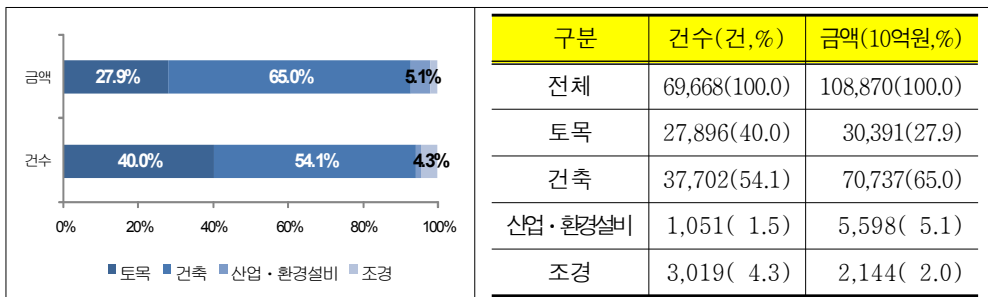
2. 목표시장의 유형 및 현황

1) 일반건설업 시장

일반건설업 시장은 공사유형·발주자유형·공사규모별로 구분이 가능하다. 공사유형별로는 토목공사, 건축공사 및 조경공사로 분류된다. 발주자 유형별로는 공공공사와 민간공사 시장으로 나누어질 수 있다. 또한 공사규모별로는 적격심사기준의 공사규모를 활용하여 적절히 일반건설업 시장을 구분할 수 있을 것으로 보인다. 다만 전문건설업체가 대형공사를 수주하기에는 무리가 있으므로 공사규모 최대치를 100억원 이상으로 하는 것이 바람직할 것으로 판단된다.

(1) 공사유형별 계약건수와 금액

[그림 2-5]와 같이 공사유형별 계약건수를 보면, 건축공사는 37,702건(54.1%), 토목공사 27,896건(40.0%), 조경공사 3,019건(4.3%), 산업환경설비공사 1,051건(1.5%)이다. 계약금액을 살펴보면, 건축공사업이 70조 7,370억원(65.0%), 토목공사 30조 3,910억원(27.9%), 조경공사 2조 1,440억원(2.0%), 산업환경설비공사가 5조 5,980억원(5.1%)이다.



[그림 2-5] 일반건설업 업종별·공사유형별 계약건수 및 금액(2006년)

자료: 대한건설협회(2007), 건설업통계연보.

(2) 발주자 유형별 계약건수와 금액

<표 2-12>과 같이 발주자 유형별 계약건수는 공공공사가 35,902건(51.5%), 민간공사가 33,766건(48.5%)을 차지하고 있다. 계약금액은 공공공사가 36조 4,180억원(33.5%), 민간공사가 72조 4,510억원(66.5%)이다.

<표 2-12> 일반건설업 발주자 유형별 계약건수 및 금액(2006년) (단위 : 건, 10억원, %)

구 분	계약건수	계약금액	건당 계약금액(100만원)
전 체	69,668 (100.0)	108,870 (100.0)	1,563
공 공	35,902 (51.5)	36,418 (33.5)	1,014
지방자치단체	24,285 (34.9)	13,262 (12.2)	546
정부기관	5,824 (8.4)	6,100 (5.6)	1,047
민 간	33,766 (48.5)	72,451 (66.5)	2,146

주: 공공부문은 정부기관, 지방자치단체, 공공단체, 국영기업체, 주한외국기관을 포함함. 이하동일
 자료: 대한건설협회(2007), 전계서.

<표 2-13>과 같이 일반건설업 시장에서 토목공사·산업환경설비공사·조경공사 계약건수의 약 70%가 공공공사인 반면에, 건축공사의 67.7%는 민간공사이다. 계약금액 측면에서는 토목공사 계약금액의 69.6%인 21조 1,660억원이 공공공사 계약금액인 반면에, 건축공사 계약금액의 82.9%인 58조 6,310억원은 민간공사 계약금액이다.

<표 2-13> 공사유형·발주자 유형별 계약건수 및 금액(2006년) (단위 : 건, 10억원, %)

구분	토목		건축		산업설비·조경	
	건수	금액	건수	금액	건수	금액
전 체	27,896 (100.0)	30,391 (100.0)	37,702 (100.0)	70,737 (100.0)	4,070 (100.0)	7,742 (100.0)
공 공	20,942 (75.1)	21,166 (69.6)	12,176 (32.3)	12,106 (17.1)	2,784 (68.4)	3,146 (40.6)
지방자치단체	14,870 (53.3)	8,677 (28.6)	7,285 (19.3)	3,153 (4.5)	2,130 (52.3)	1,432 (18.5)
정부기관	2,915 (10.4)	4,160 (13.7)	2,823 (7.5)	1,911 (2.7)	86 (2.1)	30 (0.4)
민 간	6,954 (24.9)	9,225 (30.4)	25,526 (67.7)	58,631 (82.9)	1,286 (31.6)	4,596 (59.4)

자료: 대한건설협회(2007), 전계서.

(3) 공사규모별 계약건수와 금액

<표 2-14>와 같이 공사규모별 계약건수를 살펴보면, 5억원 미만의 공사가 4만 8,710건(69.9%)으로 가장 많고, 계약금액은 500억 이상 공사의 계약액이 39조 660억원(35.9%)으로 가장 크다. <표 2-15>와 같이 산업·환경설비 공사를 제외한 모든 공사유형에서 5억원 미만의 계약건수가 가장 많으며 계약금액별로는 토목공사업은 100억 이상 500억 미만, 건축공사·산업환경설비공사는 500억 이상의 공사가 주종을 이루고 있다.

<표 2-14> 일반건설업 공사규모별 계약건수 및 금액(2006년) (단위 : 건, 10억원, %)

구분	계약건수	계약금액
전체	69,668 (100.0)	108,870 (100.0)
5억원 미만	48,710 (69.9)	6,413 (5.9)
5억 ~ 10억원 미만	8,290 (11.9)	5,824 (5.3)
10억 ~ 30억원 미만	7,688 (11.0)	12,974 (11.9)
30억 ~ 50억원 미만	1,854 (2.7)	7,170 (6.6)
50억 ~ 100억원 미만	1,507 (2.2)	10,373 (9.5)
100억 ~ 500억원 미만	1,281 (1.8)	27,050 (24.8)
500억원 이상	338 (0.5)	39,066 (35.9)

자료: 대한건설협회(2007), 전계서.

<표 2-15> 일반건설업 공사유형·공사규모별 계약건수 및 금액(2006년) (단위 : 건, 10억원, %)

구분	토목		건축		산업·환경설비		조경	
	건수	금액	건수	금액	건수	금액	건수	금액
전체	27,896 (100.0)	30,391 (100.0)	37,702 (100.0)	70,737 (100.0)	1,051 (100.0)	5,598 (100.0)	3,019 (100.0)	2,144 (100.0)
5 억 원 미 만	19,806 (71.0)	2,752 (9.1)	26,322 (69.8)	3,286 (4.6)	367 (34.9)	68 (1.2)	2,215 (73.4)	306 (14.3)
5억~10억원미만	3,312 (11.9)	2,326 (7.7)	4,516 (12.0)	3,172 (4.5)	142 (13.5)	101 (1.8)	320 (10.6)	224 (10.5)
10억~30억원미만	3,012 (10.8)	5,084 (16.7)	4,053 (10.8)	6,810 (9.6)	262 (24.9)	464 (8.3)	361 (12.0)	616 (28.7)
30억~50억원미만	694 (2.5)	2,673 (8.8)	999 (2.6)	3,866 (5.5)	90 (8.6)	351 (6.3)	71 (2.4)	279 (13.0)
50억~100억원미만	573 (2.1)	3,971 (13.1)	814 (2.2)	5,595 (7.9)	80 (7.6)	542 (9.7)	40 (1.3)	264 (12.3)
100억~500억원미만	447 (1.6)	8,861 (29.2)	733 (1.9)	16,246 (23.0)	91 (8.7)	1,770 (31.6)	10 (0.3)	174 (8.1)
5 0 0 억 원 이 상	52 (0.2)	4,723 (15.5)	265 (0.7)	31,762 (44.9)	19 (1.8)	2,300 (41.1)	2 (0.1)	280 (13.1)

자료: 대한건설협회(2007), 전계서.

2) 전문건설업 시장

전문건설업 시장은 도급유형별·발주자유형별·업종유형·공사규모별로 구분이 가능하다. 도급유형별로는 원도급 시장과 하도급 시장으로 분류되며, 발주자 유형은 공공공사와 민간공사 시장으로 나누어질 수 있다. 업종유형은 겸업제한 유보업종과 과거 겸업가능 업종을 제외한다면, 17개 대한전문건설협회 관리업종으로 구분될 수 있다. 공사규모별로는 전문건설업통계연보의 공사규모를 활용할 경우 적정하게 전문건설업 시장을 구분할 수 있을 것으로 보인다.

(1) 도급유형별 계약건수와 금액

<표 2-16>과 같이 도급유형별 계약건수를 살펴보면, 원도급 공사계약이 374,290건(70.5%), 하도급 공사계약이 156,451건(29.5%)인 것으로 나타났다. 계약금액별로는 원도급 공사계약이 15조 9,400억원(27.3%), 하도급 공사계약이 42조 5,180억원(72.7%)이다.

<표 2-16> 전문건설업 도급유형별 계약건수 및 금액(2006년) (단위 : 건, 10억원, %)

구 분	건수		금액	
전 체	530,741	(100.0)	58,457	(100.0)
원도급	374,290	(70.5)	15,940	(27.3)
하도급	156,451	(29.5)	42,518	(72.7)

자료: 대한전문건설협회(2007), 전문건설업통계연보.

(2) 발주자 유형별 계약건수와 금액

<표 2-17>과 같이 계약건수별로 살펴보면, 민간공사가 270,215건(50.9%), 공공공사가 260,526건(49.1%)이며, 계약금액별로는 민간공사가 36조 490억원(61.7%), 공공공사가 22조 4,090억원(38.3%)이다. 이를 통해 전문건설업 시장에서 민간공사가 차지하는 비중이 큼을 알 수 있다.

<표 2-17> 전문건설업 발주자 유형별 계약건수 및 금액(2006년) (단위 : 건, 10억원, %)

구분	건수	금액	건당계약금액(100만원)
전체	530,741 (100.0)	58,457 (100.0)	110
공공	260,526 (49.1)	22,409 (38.3)	86
지방자치단체	204,525 (38.5)	10,666 (18.2)	52
정부기관	22,386 (4.2)	3,989 (6.8)	178
민간	270,215 (50.9)	36,049 (61.7)	133

주: 공공부문은 정부기관, 지방자치단체, 공공단체, 국영기업체, 주한외국기관을 포함함.
 자료: 대한전문건설협회(2007), 전계서.

(3) 업종유형별 계약건수와 금액

<표 2-18>과 같이 업종별 계약건수와 계약금액을 보면, 철근콘크리트 공사업과 기계설비공사업이 차지하는 비중이 크다. <표 2-19>와 같이 원도급 공사 계약건수가 많은 업종은 토목관련 업종이며, 하도급 공사 계약건수가 많은 업종은 건축관련 업종이다. 또한 대부분 업종에서 하도급공사 계약금액이 원도급 공사 계약액에 비해 높음을 볼 수 있다.

<표 2-18> 전문건설업 업종유형별 계약건수 및 금액(2006년) (단위 : 건, 10억원, %)

구분	건수	금액	구분	건수	금액
전체	530,741(100.0)	58,457(100.0)	보링그라우팅	3,788(0.7)	474(0.8)
실내건축	66,191(12.5)	6,327(10.8)	철도궤도	219(0.0)	116(0.2)
토공	20,668(3.9)	7,949(13.6)	포장	14,176(2.7)	1,190(2.0)
미방조적	24,565(4.6)	2,683(4.6)	수중	831(0.2)	575(1.0)
석공	15,684(3.0)	1,571(2.7)	조경식재	17,155(3.2)	1,471(2.5)
도장	24,706(4.7)	1,163(2.0)	조경시설	7,855(1.5)	892(1.5)
비계구조	7,174(1.4)	1,152(2.0)	강구조물	5,010(0.9)	2,081(3.6)
금속창호	65,525(12.3)	5,144(8.8)	철강재	156(0.0)	834(1.4)
지붕판금	7,037(1.3)	928(1.6)	삭도	52(0.0)	11(0.0)
철근콘크리트	84,692(16.0)	11,482(19.6)	준설	97(0.0)	323(0.6)
설비	80,004(15.1)	8,117(13.9)	승강기	2,462(0.5)	139(0.2)
상하수도	46,650(8.8)	2,258(3.9)	시설물	36,044(6.8)	1,576(2.7)

자료: 대한전문건설협회(2007), 전계서.

<표 2-19> 전문건설업 업종별·도급유형별 계약건수 및 계약액(2006년) (단위: 건, 10억원, %)

구분	건수			금액		
	전체	원도급	하도급	전체	원도급	하도급
전체	530,741 (100.0)	374,290 (70.5)	156,451 (29.5)	58,457 (100.0)	15,940 (27.3)	42,518 (72.7)
실내건축	66,191 (100.0)	52,690 (79.6)	13,501 (20.4)	6,327 (100.0)	3,143 (49.7)	3,185 (50.3)
토공	20,668 (100.0)	9,754 (47.2)	10,914 (52.8)	7,949 (100.0)	612 (7.7)	7,337 (92.3)
미방조적	24,565 (100.0)	9,715 (39.5)	14,850 (60.5)	2,683 (100.0)	406 (15.1)	2,277 (84.9)
석공	15,684 (100.0)	8,956 (57.1)	6,728 (42.9)	1,571 (100.0)	366 (23.3)	1,206 (76.7)
도장	24,706 (100.0)	14,177 (57.4)	10,529 (42.6)	1,163 (100.0)	439 (37.7)	725 (62.3)
비계구조물	7,174 (100.0)	2,918 (40.7)	4,256 (59.3)	1,152 (100.0)	317 (27.5)	835 (72.5)
금속창호	65,525 (100.0)	39,988 (61.0)	25,537 (39.0)	5,144 (100.0)	1,204 (23.4)	3,940 (76.6)
지붕건조	7,037 (100.0)	2,150 (30.6)	4,887 (69.4)	928 (100.0)	108 (11.6)	820 (88.4)
철근콘크리트	84,692 (100.0)	68,054 (80.4)	16,638 (19.6)	11,482 (100.0)	1,894 (16.5)	9,588 (83.5)
기계설비	80,004 (100.0)	60,564 (75.7)	19,440 (24.3)	8,117 (100.0)	3,151 (38.8)	4,966 (61.2)
상하수도	46,650 (100.0)	41,622 (89.2)	5,028 (10.8)	2,258 (100.0)	1,092 (48.4)	1,166 (51.6)
보링그라우팅	3,788 (100.0)	2,490 (65.7)	1,298 (34.3)	474 (100.0)	69 (14.6)	405 (85.4)
철도궤도	219 (100.0)	192 (87.7)	27 (12.3)	116 (100.0)	77 (66.5)	39 (33.5)
포장	14,176 (100.0)	10,175 (71.8)	4,001 (28.2)	1,190 (100.0)	548 (46.1)	642 (53.9)
수중	831 (100.0)	370 (44.5)	461 (55.5)	575 (100.0)	46 (8.1)	529 (91.9)
조경식재	17,155 (100.0)	12,548 (73.1)	4,607 (26.9)	1,471 (100.0)	546 (37.1)	925 (62.9)
조경시설	7,855 (100.0)	5,526 (70.4)	2,329 (29.6)	892 (100.0)	237 (26.5)	655 (73.5)
강구조물	5,010 (100.0)	1,017 (20.3)	3,993 (79.7)	2,081 (100.0)	189 (9.1)	1,892 (90.9)
철강재	156 (100.0)	20 (12.8)	136 (87.2)	834 (100.0)	39 (4.7)	794 (95.3)
삭도	52 (100.0)	38 (73.1)	14 (26.9)	11 (100.0)	3 (27.6)	8 (72.4)
준설	97 (100.0)	63 (64.9)	34 (35.1)	323 (100.0)	201 (62.3)	122 (37.7)
승강기	2,462 (100.0)	967 (39.3)	1,495 (60.7)	139 (100.0)	55 (39.4)	84 (60.6)
시설물	36,044 (100.0)	30,296 (84.1)	5,748 (15.9)	1,576 (100.0)	1,197 (75.9)	379 (24.1)

자료: 대한전문건설협회(2007), 전계서.

(4) 공사규모별 계약건수와 금액

<표 2-20>과 같이 계약건수를 살펴보면, 1억원 미만의 공사가 448,989건(84.6%)로 가장 많은 비중을 차지하고 있으며 계약금액별로는 10억원 이상 30억원 미만 공사가 전체 계약금액의 28.7%를 차지하고 있다.

<표 2-20> 전문건설업 공사규모별 계약건수 및 금액(2006년) (단위 : 건, 10억원, %)

구분	계약건수		계약금액	
전 체	530,741	(100.0)	58,457	(100.0)
1 억 미 만	448,989	(84.6)	8,196	(14.0)
1 억 ~ 5 억 미 만	59,980	(11.3)	13,202	(22.6)
5 억 ~ 1 0 억 미 만	6,496	(1.2)	3,822	(6.5)
10억이상~30억미만	12,728	(2.4)	16,754	(28.7)
3 0 ~ 5 0 억 미 만	1,344	(0.3)	5,172	(8.8)
5 0 억 이 상	1,204	(0.2)	11,312	(19.4)

자료: 대한전문건설협회(2007), 전계서.

1. 개요

1) 조사 및 분석내용

겸업제한 폐지 이후 일반 및 전문건설업체의 상호시장 교차진입 현상을 파악하기 위해 <표 3-1>과 같은 내용을 중심으로 설문조사를 실시하였다.

(1) 진입계획 및 목표시장

일반 및 전문건설업체의 상호시장 교차진입 계획을 진입시기, 진입동기 및 진입방식으로 구분하여 파악하였다. 또한 진입계획이 있는 업체가 목표로 하는 시장의 유형을 살펴보았다. 전문건설업체의 일반건설업 목표시장은 공사유형·발주자 유형·공사규모·시설유형별로 구분하였으며, 일반건설업체의 전문건설업 목표시장은 도급유형·발주자 유형·업종유형·공사규모로 분류하였다.

(2) 진입계획 업체의 현황

진입계획 업체의 현황을 기업규모, 주력업종, 업종보유 형태 및 개수, 경쟁전략, 내부역량, 수익성(매출액영업이익률), 관계 계열사 보유, 직접시공 경험으로 구분하여 파악하였다.

이중 기업규모는 보유업종의 시공능력평가액을 합산하여 <표 2-1>과

<표 3-1> 조사내용

대분류	소분류	내용	변수유형	비고	
진입 계획 업체의 현황	기업규모	업종별 시공능력평가액	연속형 변수	*중복응답	
	주력업종	주력업종	범주형 변수	없음	
	업종 개수 및 형태	등록업종	범주형 변수	*중복응답	
	경쟁전략		협력업체와의 원활한 협조관계	범주형 변수	원가우위
			전문기술인력 및 고숙련 기능인력 확보	범주형 변수	원가우위
			낮은 가격의 입찰확보	범주형 변수	원가우위
			신공법의 적극적 개발 및 적용	범주형 변수	원가우위
			보유자재 및 장비의 전용률	범주형 변수	원가우위
			조직의 비효율성 및 지속적 점검 및 개선	범주형 변수	원가우위
			종합관리능력의 전문화	범주형 변수	원가우위
			특정 시설물 위주의 수주	범주형 변수	차별화 우위
			홍보 및 광고를 위한 예산배정 및 집행	범주형 변수	차별화 우위
			특정 발주자 공사 위주의 수주	범주형 변수	차별화 우위
			새로운 시장의 개척	범주형 변수	차별화 우위
			공사품질 향상을 위한 비용 및 인력투자	범주형 변수	차별화 우위
			발주자 요구변화의 신속한 파악 및 대처	범주형 변수	차별화 우위
			영업 및 마케팅 인력의 확충 및 강화	범주형 변수	차별화 우위
	내부역량		기술인력의 전문성 수준	범주형 변수	시공활동
			시공기술 관련 지적재산권 보유수준	범주형 변수	시공활동
			최근 3년간 공지지연 공사의 비율	범주형 변수	시공활동
			최근 3년간 실행예산 초과공사의 비율	범주형 변수	시공활동
			1개 공사당 평균 시공하자 발생건수	범주형 변수	시공활동
			공정, 원가, 품질 및 안전관리 표준절차서 활용 수준	범주형 변수	시공활동
			공정 및 원가관리시 소프트웨어 활용수준	범주형 변수	시공활동
			시공하자 원인규명 및 대책수립의 수준	범주형 변수	시공활동
			안전사고 원인규명 및 대책수립의 수준	범주형 변수	시공활동
			영업인력의 전문성 수준	범주형 변수	영업활동
			영업정보 DB의 체계적 관리수준	범주형 변수	영업활동
			영업정보 수집을 위한 포상제도 활용수준	범주형 변수	영업활동
			견적인력의 전문성 수준	범주형 변수	영업활동
견적정보 DB의 체계적 관리수준			범주형 변수	영업활동	
최근 3년간 공사수주율			범주형 변수	영업활동	
자재구매담당 인력의 전문성 수준			범주형 변수	구매조달활동	

<표 3-1> 조사내용(계속)

대분류	소분류	내용	변수유형	비고	
진입 계획 업체의 특징	내부역량	자재관리 표준절차서 활용수준	범주형 변수	구매조달활동	
		자재정보 DB의 체계적 관리수준	범주형 변수	구매조달활동	
		십장 선정기준의 적정성	범주형 변수	구매조달활동	
		우수 십장육성을 위한 인센티브 실시수준	범주형 변수	구매조달활동	
		연구개발인력의 전문성 수준	범주형 변수	연구개발활동	
		최근 3년간 평균 연구개발비의 비율	범주형 변수	연구개발활동	
		직원교육의 체계적 실시수준	범주형 변수	인적자원관리활동	
		최근 3년간 평균 직원교육비의 비율	범주형 변수	인적자원관리활동	
		동기부여 및 능력개발제도 실시수준	범주형 변수	인적자원관리활동	
		성과기준 및 측정제도 실시수준	범주형 변수	인적자원관리활동	
		자금담당인력의 전문성 수준	범주형 변수	기업조직활동	
		공사차입금 조달방법의 적정성	범주형 변수	기업조직활동	
		리스크 예측 및 대응방안 수립수준	범주형 변수	기업조직활동	
		클레임 대비 외부 전문가 활용수준	범주형 변수	기업조직활동	
		최근 3년간 클레임 또는 분쟁발생건수	범주형 변수	기업조직활동	
		최고경영자 건설업 종사년수	범주형 변수	기업조직활동	
		최고경영자 인적네트워크 구축수준	범주형 변수	기업조직활동	
		최고경영자 건설업 전문지식 보유수준	범주형 변수	기업조직활동	
		체계적인 경영전략 수립수준	범주형 변수	기업조직활동	
		경영전략의 이행 및 피드백 수준	범주형 변수	기업조직활동	
	업무와 권한의 명확성	범주형 변수	기업조직활동		
	본사와 현장의 원활한 협조관계 수준	범주형 변수	기업조직활동		
	기업의 수익성	매출액영업이익률	범주형 변수	없음	
	관계 계열사 보유	보유 유무	범주형 변수	없음	
		일반건설업 등록업종	범주형 변수	*중복응답	
	진입 계획	진입계획 및 시기	진입계획 유무	범주형 변수	없음
			진입시기	범주형 변수	없음
진입/미진입 동기와 방식		진입동기	범주형 변수	없음	
		미진입 동기	범주형 변수	없음	
		진입방식	범주형 변수	없음	
	시장진입을 위한 추가 투자요소	범주형 변수	*중복응답		
목표 시장	시장유형	진입계획이 있는 시장유형	범주형 변수	*중복응답	
	공사규모 및 발주자 유형	수주대상공사의 규모	범주형 변수	*중복응답	
		수주대상공사의 발주자 유형	범주형 변수	*중복응답	
	시설유형	건축공사의 수주대상 시설유형	범주형 변수	*중복응답	
		토목공사의 수주대상 시설유형	범주형 변수	*중복응답	
	조경공사의 수주대상 시설유형	범주형 변수	*중복응답		

<표 2-2>의 기준에 따라 분류하였다. 또한 경쟁전략은 <표 2-9>의 원가 및 차별화 우위 결정요인별 기업의 이행수준을 측정하여 원가-차별화 우위, 원가우위, 차별화 우위, 특정 경쟁전략 없는 업체로 분류하였다¹⁷⁾. 내부역량은 <표 2-10>과 <표 2-11>의 일반 및 전문건설업체의 내부역량 요소별 기업의 이행수준을 측정하여 정규분포에 따라 등급화하였다¹⁸⁾. 수익성은 기업의 최근 3년간 평균 매출액영업이익률을 측정하여 평가하였다.

2) 표본의 선정 및 자료수집

(1) 표본의 선정기준

표본 선정기준으로 주력업종과 기업규모를 활용하였다. 전문건설업체의 경우에는 대한전문건설협회의 주력업종과 시공능력평가액 자료를 이용하였다. 일반건설업체의 주력업종은 보유업종 중 시공능력평가액이 가장 많은 업종으로 하였으며, 기업규모는 시공능력평가액 순위를 활용하여 분류하였다.

17) Murry(1988)과 Hill(1988)은 차별화 우위 전략이 수요를 증가시키고 증가된 수요가 다시 원가를 절감시키기 때문에 원가우위와 차별화 우위가 동시에 달성될 수 있다고 주장하였다. 다른 연구자들도 원가우위와 차별화 전략이 본원적 전략임을 동의하나, 기업 또는 소속 산업의 특성에 따라 두가지 전략의 동시 추구가 가능함을 주장하고 있다. 따라서 본 연구에서 원가-차별화 우위 경쟁전략 업체는 원가우위와 차별화 우위 결정요인에 관한 이행이 모두 우월한 업체를 말하며, 원가우위 또는 차별화 우위 경쟁전략 업체는 원가우위 또는 차별화 우위 결정요인 중 하나만 우월한 업체를 의미한다. 특정 경쟁전략 없는 업체는 원가우위나 차별화 우위의 결정요인에 관한 이행수준이 모두 낮은 업체를 가리킨다.

18) 내부역량에 관한 일반 및 전문건설업체의 이행수준을 측정하여 내부역량 점수를 평가하였으며, 이를 기준으로 내부역량 등급을 4개로 구분하였다. A등급은 내부역량 점수가 65점 이상인 업체를 의미하며, B등급은 55점 이상 65점 미만인 업체가 해당된다. C등급은 내부역량 점수가 45점 이상 55점 미만인 업체이며, 가장 불량한 수준을 나타내는 D등급은 45점 미만인 업체를 말한다.

<표 3-2> 주력업종·시공능력평가액별 일반건설업체의 분포현황(2006년)

구분		토건	토목	건축	조경	전체
상위 25%이상	소형	2,862	2,698	3,284	161	9,005
상위 5%이상 ~ 20%미만	중형	763	719	876	43	2,401
상위 5%	대형	191	180	219	11	600
전 체		3,816	3,597	4,379	215	12,007

<표 3-3> 주력업종·시공능력평가액별 전문건설업체의 분포현황(2006년)

구분	소형 (38억원 미만)	중형 (38억원-105억원)	대형 (105억원 이상)	전체
실 내 건 축	2,802	350	127	3,279
토 공	1,966	781	513	3,260
미 방 조 적	1,137	312	63	1,512
석 공	1,216	307	52	1,575
도 장	1,280	186	33	1,499
비 계	962	76	36	1,074
금 속 창 호	3,908	508	122	4,538
지 붕 건 조	335	73	28	436
철 콘	8,549	1,595	510	10,654
상 하 수 도	2,333	646	130	3,109
보링그라우팅	391	88	31	510
철 도 궤 도	8	11	17	36
포 장	589	342	104	1,035
수 중	119	38	31	188
조 경 식 재	1,736	256	61	2,053
조 경 시 설	445	76	16	537
강 구 조 물	305	120	63	488
전 체	28,081(78.5%)	5,765(16.1%)	1,937(5.4%)	35,783(100.0%)

(2) 표본추출 및 자료수집

표본크기를 산정함에 있어 허용오차는 10%로 하고, 모비율(p)에 대한 사전 정보가 없으므로, $p=1/2$ 를 이용하여 표본의 크기를 결정하였다. 허용오차 10%에서 이론적 표본크기는 당초 100개로 계산되었으나, 구간별 경향파악을 위해 표본 단위당(주력업종·기업규모) 최소 10개 업체를 할당하여 일반건설업체와 전문건설업체의 실제 조사용 표본크기는 164개,

523개로 구성하였다.

설문조사는 일반 및 전문건설업체의 임원진을 대상으로 2007년 10월 9일부터 11월 9일까지 진행되었으며, 전화, 팩스 및 이메일에 의한 자계식 방법에 의해 수행하였다. <표 3-4>와 <표 3-5>에서 보는 바와 같이 전문건설업체의 경우에는 561개의 조사표가 회수되었으며, 일반건설업체는 185개가 회수되었다. 표본 단위당(주력업종·기업규모) 계획된 표본보다 적게 회수된 것도 있지만 전문건설업체는 107%, 일반건설업체는 113%의 회수율을 보였다. 따라서 허용오차 10% 수준에서 표본이 설계되었으나, 실제 회수율이 목표치보다 높아져, 일반건설업체는 5.64%, 전문건설업체는 4.07%의 허용오차(신뢰수준)를 갖게 되었다.

<표 3-4> 전문건설업체 설문조사지 회수현황

구분	실제조사용 표본크기				회수된 표본수			
	소형	중형	대형	전체	소형	중형	대형	전체
실내건축	10	10	10	30	11	12	12	35
토공	10	10	10	30	13	12	13	38
미방조적	10	10	10	30	11	10	10	31
석공	10	10	10	30	10	11	10	31
도장	10	10	10	30	9	7	5	20
비계	10	10	10	30	12	14	11	37
금속창호	11	10	10	31	23	10	10	43
지붕구조	10	10	10	30	11	10	11	32
철콘	24	10	10	44	24	11	10	45
상하수도	10	10	10	30	20	11	9	40
보링그라우팅	10	10	10	30	11	11	8	30
철도궤도	8	10	10	28	2	3	8	13
포장	10	10	10	30	10	11	11	32
수중	10	10	10	30	9	11	10	30
조경식재	10	10	10	30	17	12	14	43
조경시설	10	10	10	30	12	8	10	30
강구조물	10	10	10	30	11	10	9	30
전체	183	170	170	523	216	174	171	561

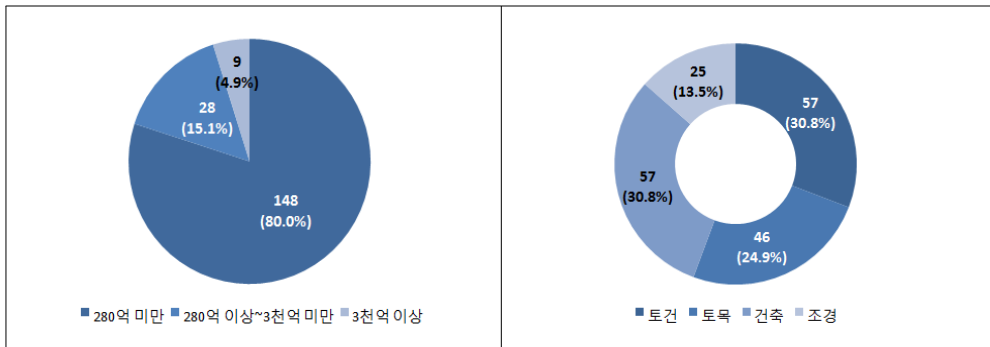
<표 3-5> 일반건설업체 설문조사지 회수현황

구분	실제조사용 표본크기				회수된 표본수			
	소형	중형	대형	전체	소형	중형	대형	전체
토건	24	10	10	44	25	13	14	52
토목	22	10	10	42	28	14	12	54
건축	27	10	10	47	31	11	9	51
조경	10	10	10	30	12	10	6	28
전체	84	40	40	164	96	48	41	185

3) 표본의 특징¹⁹⁾

(1) 일반건설업체

[그림 3-1]의 (a)와 같이 185개 표본업체는 시공능력평가액 280억원 미만 소형업체가 148개사(80.0%), 280억원 이상 3,000억원 미만 중형업체가 28개사(15.1%), 3,000억원 이상 대형업체가 9개사(4.9%)로 구성되었다. 한편 (b)와 같이 표본업체에서 가장 높은 비율을 보이는 주력업종은 토목·건축공사업(57개사, 30.8%), 건축공사업(57개사, 30.8%)이며, 가장 적은 비율은 조경공사업(25개사, 13.5%)이다.



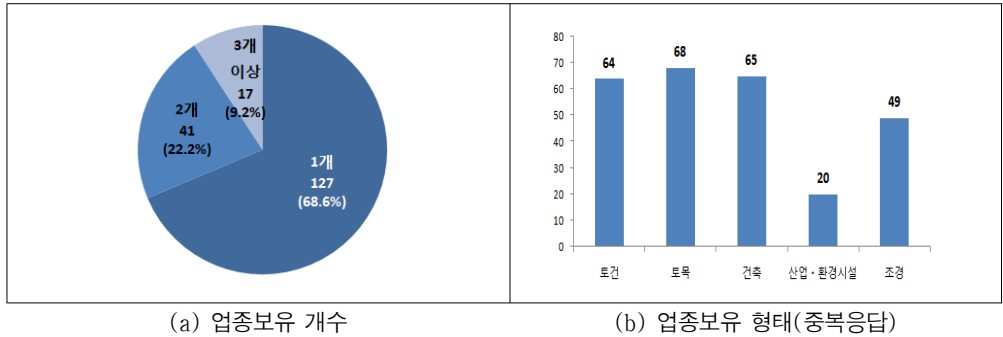
(a) 기업규모

(b) 주력업종

[그림 3-1] 표본 일반건설업체의 기업규모 및 주력업종

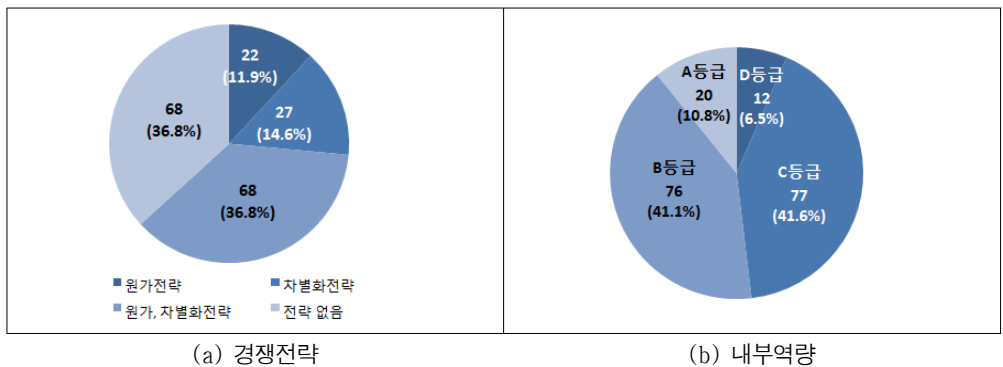
19) 일반 및 전문건설업체 표본의 특징은 일부 상이한 점도 있긴 하지만 모집단과 대체적으로 유사한 것으로 나타나 대표성을 띠고 있음을 확인할 수 있었다.

[그림 3-2]의 (a)와 같이 185개 표본업체는 1개 업종 보유 업체 127개사(68.6%), 2개 보유 업체 41개사(22.2%), 3개 보유 업체 17개사(9.2%)인 것으로 나타났다. 한편 (b)와 같이 표본업체는 토목공사업, 건축공사업, 토목·건축공사업의 순서로 업종을 보유하고 있는 것으로 나타났다.



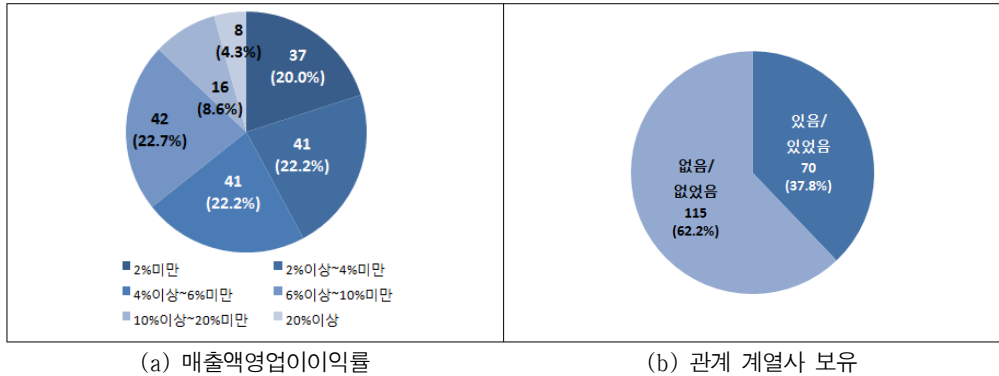
[그림 3-2] 표본 일반건설업체의 업종보유 개수 및 형태

[그림 3-3]의 (a)와 같이 185개 표본업체는 원가-차별화 우위 전략 업체 68개(36.8%), 특정 전략이 없는 업체 68개(36.8%), 차별화 우위 전략 업체 27개(14.6%), 원가우위 전략 업체 22개(11.9%)로 구성되어 있다. 한편 (b)와 같이 A등급 업체 20개사(10.8%), B등급 업체 76개사(41.1%), C등급 업체 77개사(41.6%), D등급 업체 12개사(6.5%)로 이루어져 있다.



[그림 3-3] 표본 일반건설업체의 경쟁전략 및 내부역량 수준

[그림 3-4]의 (a)와 같이 185개 표본업체에서 매출액영업이익률 6% 미만인 업체는 119개사(64.3%)이고, 6% 이상인 업체는 66개사(35.6%)인 것으로 나타났다. 한편 (b)와 같이 관계 계열사를 보유하고 있는 업체는 70개사(37.8%)이며, 보유하지 않은 업체는 115개사(62.2%)이다.



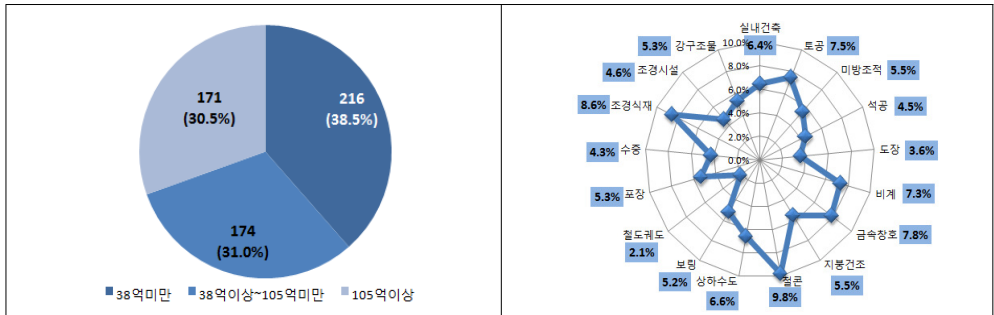
[그림 3-4] 표본 일반건설업체의 수익성 및 계열사 보유

(2) 전문건설업체

[그림 3-5]의 (a)와 같이 561개 표본업체는 시공능력평가액 38억원 미만 소형업체가 216개사(38.5%), 38억원 이상 105억원 미만 중형업체가 174개사(31.0%), 105억원 이상 대형업체가 171개사(30.5%)로 구성되어 있다. 한편 (b)와 같이 표본업체에서 가장 높은 비율을 보이는 주력업종은 철근콘크리트공사(55개사, 9.8%)인 것으로 나타났다.

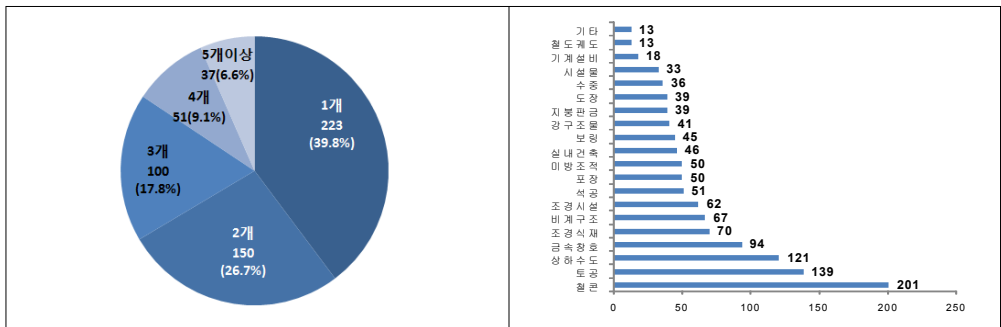
[그림 3-6]의 (a)와 같이 561개 표본업체에서 업종을 1개 보유한 업체는 223개사(39.8%), 2개 보유한 업체는 150개사(26.7%), 3개 보유한 업체는 100개사(17.8%), 그리고 4개 이상 보유한 업체도 88개사(15.7%)인 것으로 나타났다. 단일 업종보유 업체는 전체 조사대상의 39.8%이며, 2개 이상의 업종을 보유한 업체는 60.2%를 차지하고 있다. 한편 (b)와 같이 표본업체가 가장 많이 보유한 업종은 철근콘크리트공사, 토공사, 상

하수도공사업, 금속구조물창호공사업, 조경식재공사업, 비계구조물해체공사업의 순서인 것으로 조사되었다.



(a) 기업규모 (b) 주력업종

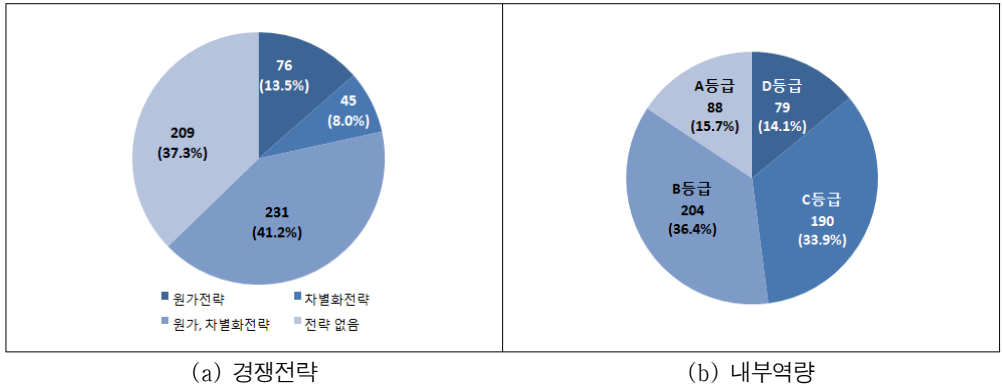
[그림 3-5] 표본 전문건설업체의 기업규모 및 주력업종



(a) 업종보유 개수 (b) 업종보유 형태(중복응답)

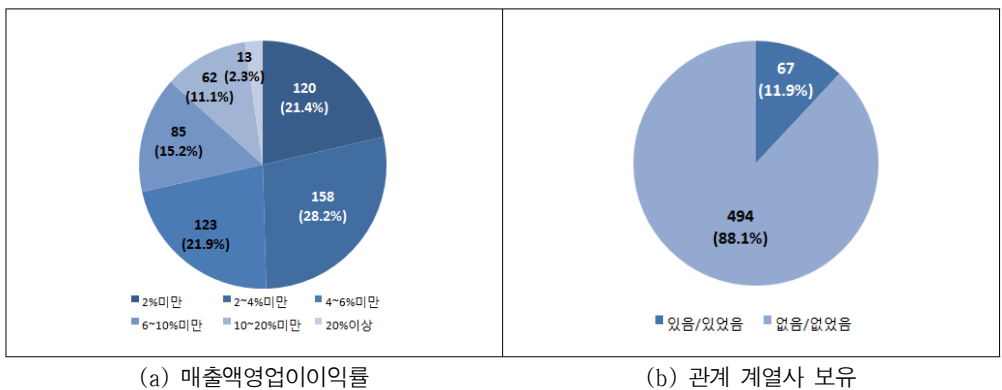
[그림 3-6] 표본 전문건설업체의 업종보유 개수 및 형태

[그림 3-7]의 (a)와 같이 561개 표본업체 중 원가-차별화 우위 전략 업체는 231개(41.2%), 특정 전략이 없는 업체는 209개(37.3%), 원가우위 전략 업체 76개(13.5%), 차별화 우위 전략 업체 45개(8.0%)이다. 한편 (b)와 같이 표본업체에서 가장 양호한 내부역량 수준을 나타내는 A등급 업체는 88개사(15.7%)이며, B등급 업체 204개사(36.4%), C등급 업체 190개사(33.9%), 가장 불량한 내부역량 수준을 나타내는 D등급 업체는 79개사(14.1%)이다.



[그림 3-7] 표본 전문건설업체의 경쟁전략 및 내부역량

[그림 3-8]의 (a)와 같이 561개 표본업체 중 매출액영업이익률이 4% 미만인 업체는 278개사(49.6%)이며, 4% 이상인 업체는 283개사(50.4%)인 것으로 나타났다. 한편 (b)와 같이 표본업체 중에서 관계 계열사를 보유하고 있는 업체는 494개사(88.1%)이고, 보유하지 않은 업체는 67개사(11.9%)인 것으로 조사되었다.



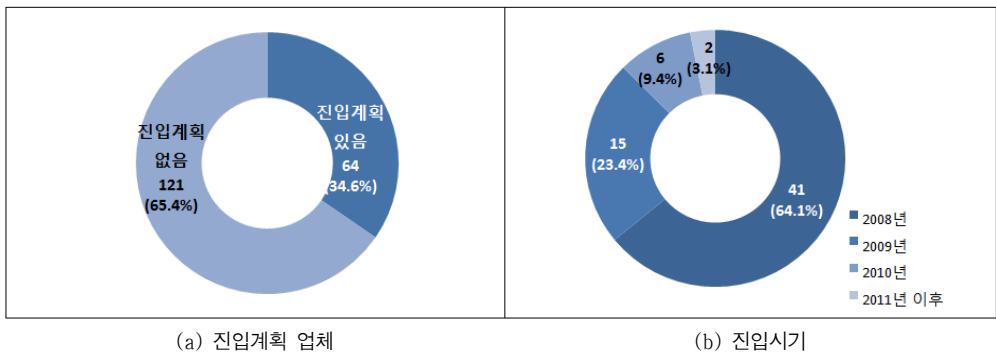
[그림 3-8] 표본 전문건설업체의 수익성 및 관계 계열사 보유

2. 일반건설업체의 전문건설업 시장진입

1) 진입계획

(1) 진입계획 및 시기

[그림 3-9]의 (a)와 같이 표본업체 185개사 중 전문건설업 시장으로 진입할 계획이 있다고 응답한 업체는 64개사(34.6%)이며, 진입계획이 없다고 응답한 업체는 121개사(65.4%)인 것으로 나타났다. 한편 (b)와 같이 전문건설업 시장으로의 진입계획이 있는 업체 중 2008년부터 진입할 의사가 있는 업체는 41개사(64.1%), 2009년에 진입할 의사가 있는 업체는 15개사(23.4%), 2010년에 진입할 의사가 있는 업체는 6개사(9.4%)인 것으로 나타났다. 따라서 전문건설업 시장으로의 일반건설업체 진입은 조기에 가속화될 것으로 보인다.

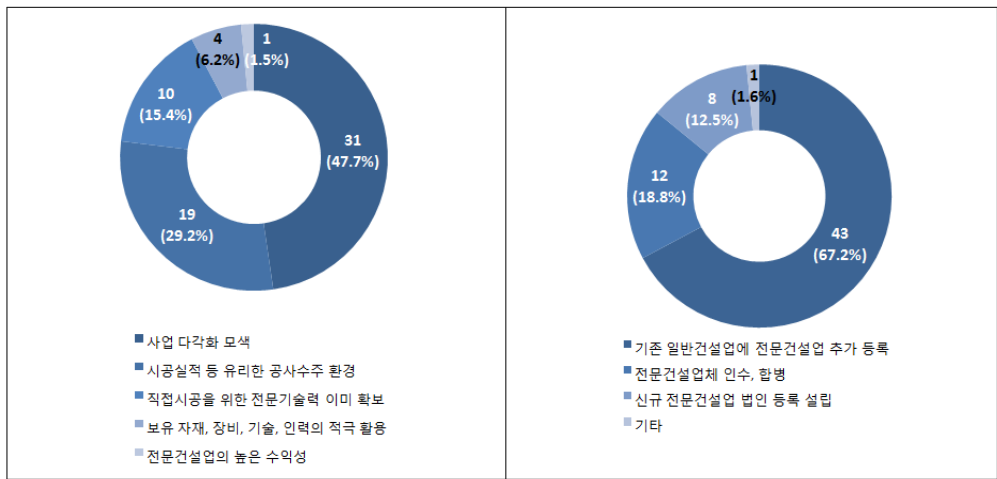


[그림 3-9] 전문건설업 시장 진입계획 업체의 비율과 진입시기

(2) 진입동기 및 방식

[그림 3-10]의 (a)와 같이 전문건설업 시장으로 진입할 계획이 있는 일반건설업체의 진입동기로 31개사(47.7%)가 「사업다각화 모색」을 꼽

왔다. 그 다음으로 19개사(29.2%)가 「시공실적 등 공사수주를 위한 환경에 유리하기 때문」을 진입동기로 꼽았다. 따라서 일반건설업체는 사업 다각화를 모색하기 위해 전문건설업 시장으로 진입할 계획을 갖는 경우가 많은 것으로 분석된다. 한편 (b)와 같이 전문건설업 시장으로 진입할 계획이 있는 일반건설업체의 진입방식(경로)으로 43개사(67.2%)가 「기존 일반건설업 법인에 전문건설업종을 추가 등록하겠다」를 꼽았다. 그 다음으로 12개사(18.8%)가 「전문건설업체를 인수·합병하겠다」를 진입방식으로 꼽았다. 따라서 전문건설업 시장으로 진입할 계획이 있는 일반건설업체는 주로 기존 일반건설업 법인에 전문건설업종의 추가 등록을 하는 방식으로 진입할 것으로 분석된다.



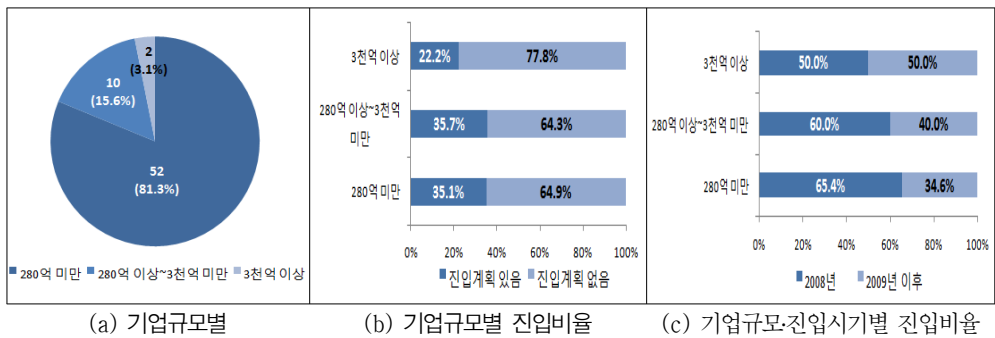
(a) 진입동기 (b) 진입방식
 [그림 3-10] 전문건설업 시장 진입계획 업체의 진입동기 및 방식

2) 진입계획 업체의 현황

(1) 기업규모

[그림 3-11]의 (a)와 같이 전문건설업 시장으로 진입할 계획이 있는

업체는 시공능력평가액 280억 미만의 소형업체 52개사(81.3%), 280억원 이상 3,000억원 미만의 중형업체 10개사(15.6%), 3,000억원 이상의 대형업체 2개사(3.1%)인 것으로 나타났다²⁰⁾. 그러나 (b)와 같이 185개 표본업체의 기업규모별로 전문건설업 시장으로 진입할 계획이 있는 업체의 비율을 살펴본 결과, 소형업체의 진입비율은 35.1%, 중형업체 35.7%, 대형업체 22.2%인 것으로 분석되었다. 한편 (c)와 같이 진입할 계획이 있는 업체를 기업규모별로 파악해본 결과, 소형업체의 65.4%, 중형업체의 60.0%, 대형업체의 50.0%가 2008년에 전문건설업 시장으로 진입하는 것으로 조사되었다 따라서 중·소형 일반건설업체를 중심으로 전문건설업 시장으로 진입할 계획을 갖고 있으며, 이들의 2/3 이상이 2008년부터 진입할 계획을 갖고 있는 것으로 분석된다.



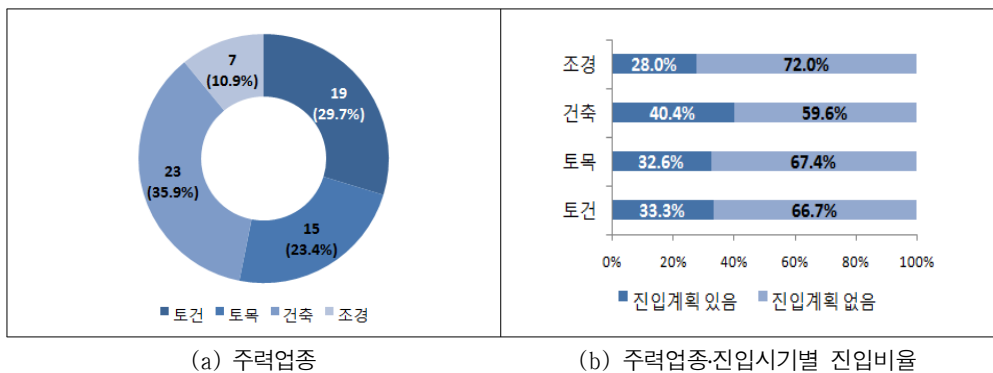
[그림 3-11] 전문건설업 시장 진입계획 업체의 기업규모

(2) 주력업종

[그림 3-12]의 (a)와 같이 전문건설업 시장으로 진입할 계획이 있는 업체 중에서 건축공사업 주력업체는 23개사(35.9%), 토목·건축공사업 주력업체 19개사(29.7%), 토목공사업 주력업체 15개사(23.4%), 조경공사업

20) 표본선정 기준으로 기업규모가 활용됨에 따라 특정 규모 일반건설업체의 진입비율이 과대 산정될 가능성이 높다. 따라서 별도로 185개 표본업체의 기업규모별 전문건설업 시장 진입비율을 분석하였다.

주력업체 7개사(10.9%)인 것으로 나타났다²¹⁾. 또한 (b)와 같이 185개 표본업체의 주력업종별로 전문건설업 시장으로 진입할 계획이 있는 업체의 비율을 살펴본 결과, 건축공사업 주력업체의 40.4%, 토목·건축공사업 주력업체의 32.6%, 토목공사업 주력업체의 33.3%, 조경공사업 주력업체의 28.0%인 것으로 조사되었다. 따라서 건축공사업을 주력하는 업체가 전문건설업 시장으로 진입할 가능성이 많은 것으로 분석된다.

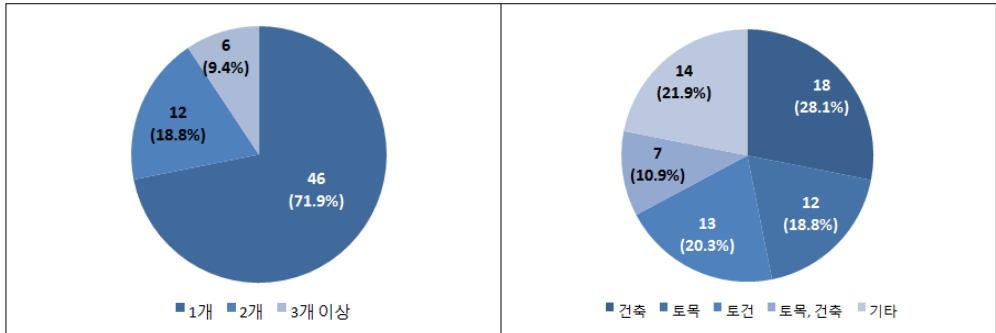


[그림 3-12] 전문건설업 시장 진입계획 업체의 주력업종

(3) 업종보유 개수 및 형태

[그림 3-13]의 (a)와 같이 전문건설업 시장으로 진입할 계획이 있는 업체에서 1개 업종만을 가진 업체가 46개사(71.9%)로 가장 많은 비중을 차지하는 것으로 나타났다. 또한 (b)와 같이 건축공사업만을 보유한 업체가 18개사(28.1%), 토목·건축공사업만을 보유한 업체가 13개사(20.3%), 토목공사업만을 보유한 업체가 12개사(18.8%)인 것으로 조사되었다. 따라서 건축공사업만을 보유한 업체가 전문건설업 시장으로 진입하는 경우가 많을 것으로 분석된다.

21) 표본선정 기준으로 주력업종이 활용됨에 따라 특정 주력업종의 일반건설업체 진입비율이 과대 산정될 가능성이 높다. 따라서 별도로 185개 표본업체의 주력업종별 전문건설업 시장 진입비율을 분석하였다.



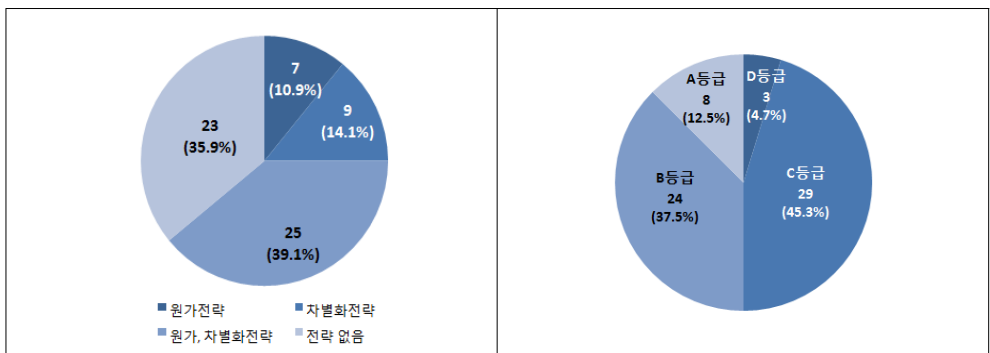
(a) 업종보유 개수

(b) 업종보유 형태

[그림 3-13] 전문건설업 시장 진입계획 업체의 업종보유 개수 및 형태

(4) 경쟁전략 및 내부역량

[그림 3-14]의 (a)와 같이 전문건설업 시장으로 진입할 계획이 있는 업체 중에서 원가-차별화 우위 전략을 구사하는 업체는 25개사(39.1%), 특별한 전략을 취하고 있지 않는 업체는 23개사(35.9%), 원가 우위 전략을 구사하는 업체는 7개사(10.9%), 차별화 우위 전략을 구사하는 업체는 9개사(14.1%)로 나타났다. 따라서 전문건설업 시장으로 진출하는 일반건설업체의 경쟁전략은 주로 원가-차별화 우위 전략일 것으로 분석되었다.



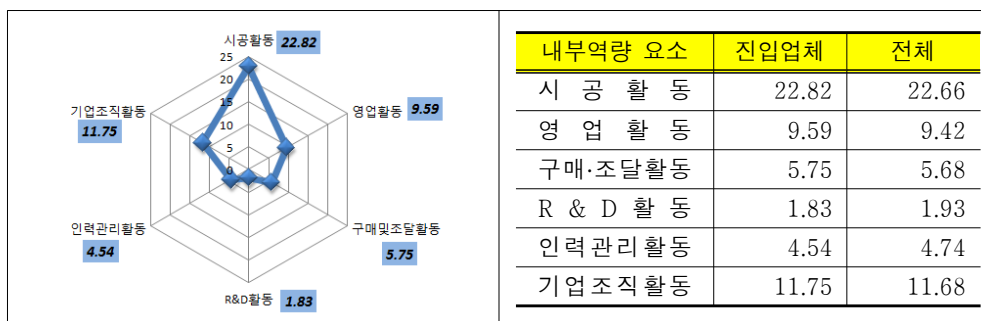
(a) 경쟁전략

(b) 내부역량

[그림 3-14] 전문건설업 시장 진입계획 업체의 경쟁전략 및 내부역량

[그림 3-14]의 (b)와 같이 전문건설업 시장으로 진입할 계획이 있는 업체 중에서 가장 내부역량 수준이 높은 A등급 업체는 8개사(12.5%), B등급 업체는 24개사(37.5%), C등급 업체는 29개사(45.3%), D등급 업체는 3개사(4.7%)인 것으로 나타났다. 따라서 내부역량 수준이 보통인 업체가 전문건설업 시장으로 진입하는 경우가 많을 것으로 예상된다.

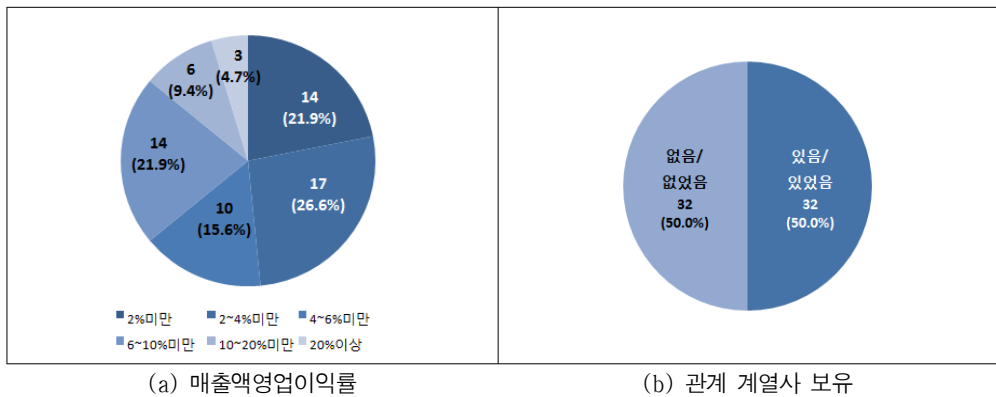
[그림 3-15]와 같이 전문건설업 시장으로 진입할 계획이 있는 업체의 세부 요소별 내부역량 수준을 살펴보았다. 본원적 활동에 해당되는 시공활동과 영업활동의 내부역량 평균 점수는 각각 22.82와 9.59인 것으로 나타났다. 이를 185개 표본업체의 평균 점수인 22.66, 9.42와 비교해 보면, 전문건설업 시장으로 진입할 계획이 있는 업체는 양호한 본원적 활동을 전개하는 업체라고 분석된다. 한편 지원적 활동에 해당되는 구매 및 조달활동, 기업조직활동의 내부역량 평균 점수는 각각 5.75, 11.75로 표본업체의 평균 점수보다 높은 반면에, 연구개발활동, 인적자원관리활동의 내부역량 평균 점수는 각각 1.83, 4.54로 표본업체의 평균 점수보다 낮은 것으로 파악되었다. 따라서 전문건설업 시장으로 진입할 계획이 있는 업체는 양호한 구매 및 조달활동과 기업조직활동을 전개하는 업체라고 분석된다.



[그림 3-15] 전문건설업 시장 진입계획 업체의 내부역량 세부요소별 점수

(5) 기업의 수익성 및 계열사 보유

[그림 3-16]의 (a)와 같이 전문건설업 시장으로 진입할 계획이 있는 업체 중에서 매출액영업이익률이 6% 미만인 업체는 41개사(64.1%), 그 이상인 업체는 23개사(35.9%)인 것으로 나타났다. 따라서 수익성이 양호한 업체보다 저조한 업체를 중심으로 전문건설업 시장에 진입할 것으로 분석된다. 한편 (b)와 같이 전문건설업 시장으로 진입할 계획이 있는 업체 중에서 관계 계열사를 보유한 업체는 32개사(50.0%), 보유하지 않은 업체는 32개사(50.0%)인 것으로 나타났다. 따라서 관계 계열사 보유한 업체와 그렇지 않은 업체의 전문건설업 시장 진입비율은 비슷한 것으로 분석된다.

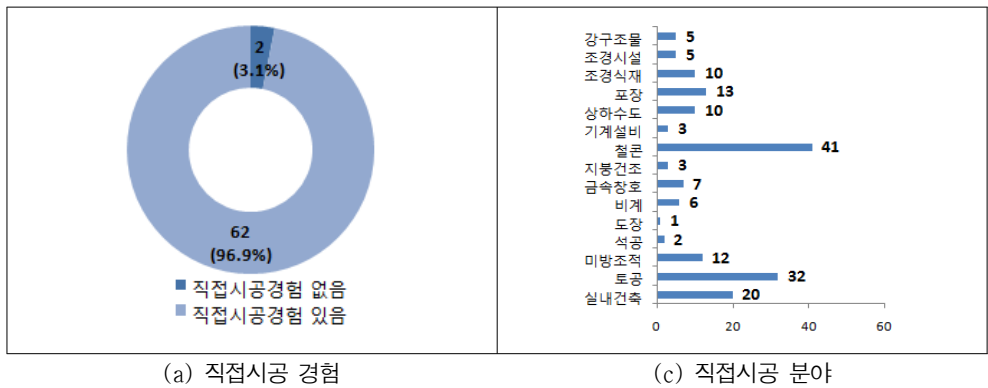


[그림 3-16] 전문건설업 시장 진입계획 업체의 수익성 및 관계 계열사 보유

(6) 직접시공

[그림 3-17]의 (a)와 같이 전문건설업 시장으로 진입할 계획이 있는 업체 중에서 직접시공 경험을 가지면서 직접시공비율이 30% 이상인 업체는 62개사(96.9%), 직접시공 경험은 있으나 직접시공비율이 30% 미만인 업체는 2개사(3.1%)인 것으로 나타났다. 또한 (b)와 같이 직접시공을 주로 하는 공종은 철근콘크리트공사, 토공사, 실내건축공사인 것으로 파

약되었다. 따라서 철근콘크리트공사, 토공사, 실내건축공사에 대한 많은 직접시공 경험을 가지면서 실제로 직접시공비율이 30% 이상인 업체를 중심으로 전문건설업 시장으로 진입할 것으로 분석된다.



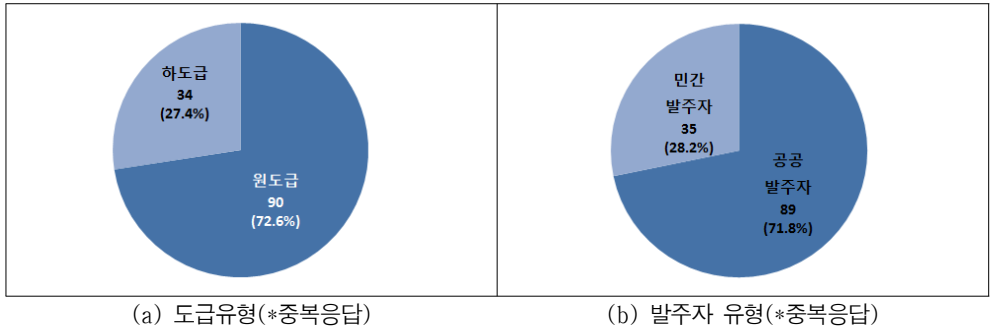
[그림 3-17] 전문건설업 시장 진입계획 업체의 직접시공

3) 목표시장²²⁾

(1) 도급유형

[그림 3-18]의 (a)와 같이 전문건설업 시장 진입계획 업체의 목표시장을 도급유형별로 살펴보았다. 전문건설업 시장의 원도급 시장을 목표시장으로 하는 업체는 90개사(72.6%), 하도급 시장을 목표시장으로 하는 업체는 34개사(27.4%)인 것으로 나타났다. 이를 통해 전문건설업 시장으로 진입할 계획이 있는 일반건설업체는 하도급 시장보다는 원도급 시장을 더 선호하고 있음을 알 수 있다.

22) 목표시장은 중복응답할 수 있도록 하였으므로, 목표시장 유형별 진입계획 일반건설업체의 합계는 전체 진입계획 일반건설업체보다 많을 수 있다.



[그림 3-18] 전문건설업 시장 진입계획 업체의 목표시장(도급유형·발주자유형)

(2) 발주자 유형

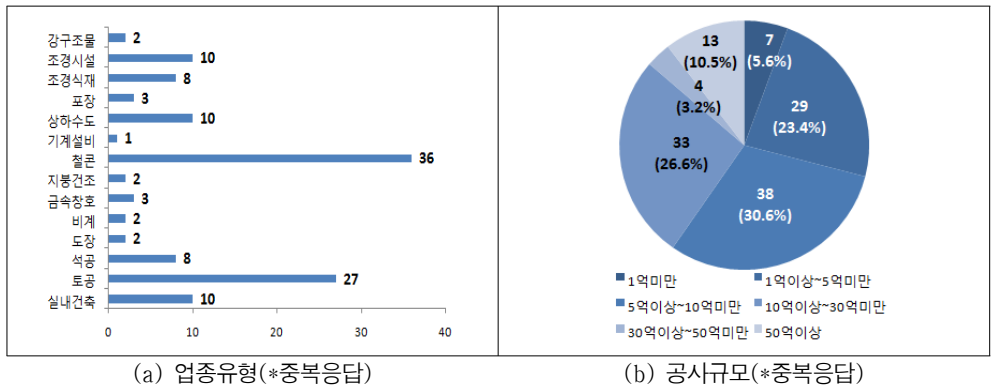
[그림 3-18]의 (b)와 같이 전문건설업 시장 진입계획 업체의 목표시장을 발주자 유형별로 살펴보았다. 전문건설업의 공공공사 시장을 목표시장으로 하는 업체는 89개사(71.8%), 민간공사 시장을 목표시장으로 하는 업체는 35개사(28.2%)인 것으로 나타났다. 이를 통해 전문건설업 시장으로 진입할 계획이 있는 일반건설업체는 민간공사 시장보다는 공공공사 시장을 목표시장으로 여기고 있음을 알 수 있다.

(3) 업종유형

[그림 3-19]의 (a)와 같이 전문건설업 시장 진입계획 업체의 목표시장을 업종별로 살펴보았다. 일반건설업체들이 가장 많이 목표로 삼고 있는 업종시장은 철근콘크리트공사업 시장과 토공사업 시장으로 전체 응답수의 29.0%와 21.8%인 것으로 나타났다. 따라서 전문건설업 시장으로 진입할 계획이 있는 일반건설업체는 전문건설업의 철근콘크리트공사업과 토공사업 시장을 대상으로 중점 수주활동을 전개할 것으로 분석된다. 이밖에도 조정시설물설치공사업, 상하수도공사업, 실내건축공사업 시장 등 원도급 공사의 비중이 높은 시장을 목표시장으로 고려하는 업체도 상당수 있는 것으로 조사되었다.

(4) 공사규모

[그림 3-19]의 (b)와 같이 진입계획 일반건설업체의 목표시장을 공사 규모별로 살펴보았다. 1억 이상 5억원 미만인 공사에 대해서는 29개사(23.4%), 5억 이상 10억 미만인 공사에 대해서는 38개사(30.6%), 10억 이상 30억 미만의 공사에 대해서는 33개사(26.6%)가 진입의사를 밝힌 것으로 나타났다. 따라서 전문건설업 시장에 진입하고자 하는 일반건설업체는 1억 이상 10억 미만인 공사를 중심으로 수주활동을 전개해 나갈 것으로 분석된다.

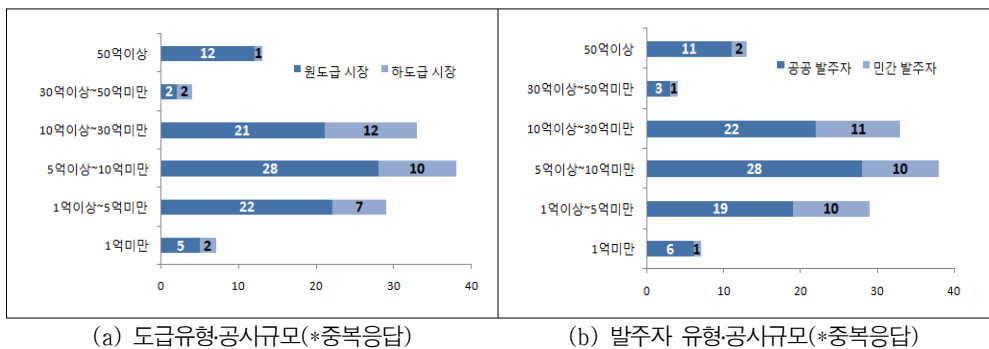


[그림 3-19] 전문건설업 시장 진입계획 업체의 목표시장(업종유형과 공사규모)

[그림 3-20]의 (a)와 같이 전문건설업 시장 진입계획 업체의 목표시장을 도급유형과 공사규모별로 복합하여 살펴보았다. 1억 이상 5억원 미만인 공사에 대해서는 22개사(75.9%), 5억 이상 10억 미만인 공사에 대해서는 28개 업체(73.7%), 10억 이상 30억 미만인 공사에 대해서는 21개 업체(63.6%)가 원도급 시장을 목표시장으로 선호하고 있는 것으로 나타났다. 또한 30억 이상의 대형공사에 대해서도 14개사(82.4%)가 원도급 시장 진입을 희망하는 것으로 조사되었다.

한편 (b)와 같이 전문건설업 시장 진입계획 업체의 목표시장을 발주

자 유형과 공사규모별로 복합하여 살펴보았다. 1억 이상 5억원 미만인 공사에 대해서는 19개사(65.5%), 5억 이상 10억 미만인 공사에 대해서는 28개사(73.7%), 10억 이상 30억 미만인 공사에 대해서는 22개사(66.7%)가 공공공사 시장을 목표시장으로 선호하고 있는 것으로 나타났다. 그리고 30억 이상의 대형공사에 대해서도 14개사(82.4%)가 공공공사 시장 진입을 희망하는 것으로 조사되었다.



[그림 3-20] 전문건설업 시장 진입계획 업체의 목표시장(도급유형·발주자유형·공사규모)

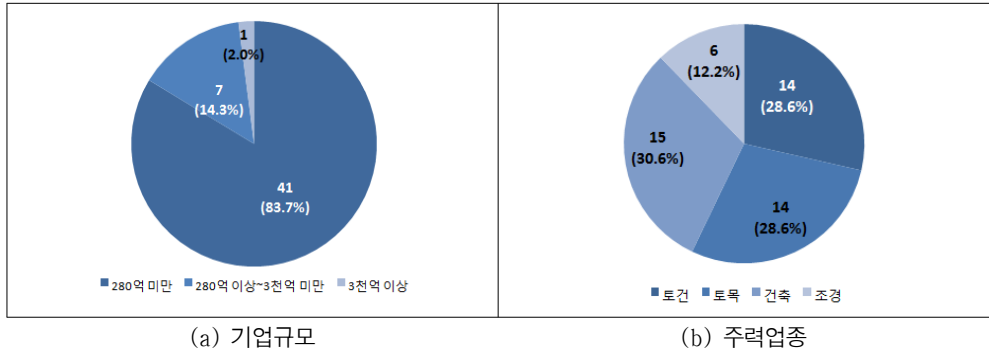
4) 전문건설업 시장 유형별 진입계획 업체의 현황과 목표공사

(1) 원도급 공사 시장

① 진입계획 업체의 현황

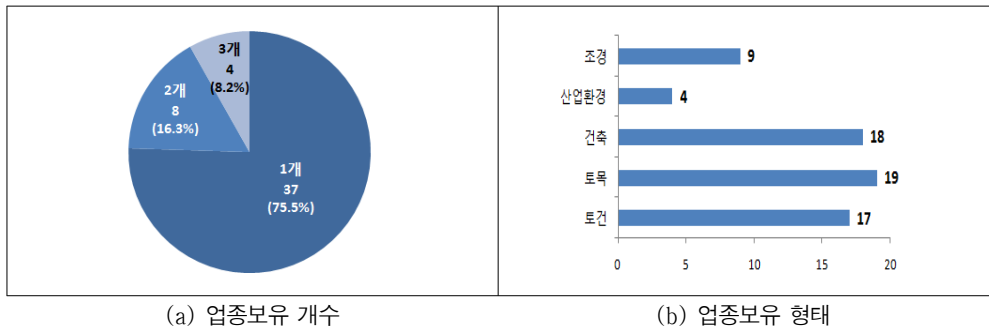
[그림 3-21]의 (a)와 같이 전문건설업 원도급 시장에 진입할 계획이 있는 업체 중에서 시공능력평가액 3천억원 이상인 대형업체는 1개사(2.0%), 280억원 이상 3천억원 미만인 중형업체 41개사(83.7%), 280억원 미만의 소형업체 7개사(14.3%)인 것으로 나타났다. 따라서 전문건설업 원도급 시장으로 진입할 계획이 많은 일반건설업체는 주로 중형업체일 것으로 분석된다. 한편 (b)와 같이 전문건설업 원도급 시장으로 진입할 계획이 있는 업체 중에서 토목·건축공사업 주력업체 14개사(28.6%), 토

목공사업 주력업체 14개사(28.6%), 건축공사업 주력업체 15개사(30.6%), 조경공사업 주력업체 6개사(12.2%)인 것으로 나타났다. 따라서 다양한 주력업종을 가진 일반건설업체가 전문건설업의 원도급 시장으로 진입할 계획을 갖고 있는 것으로 분석된다.



[그림 3-21] 전문건설업 원도급 시장 진입계획 업체의 기업규모와 주력업종

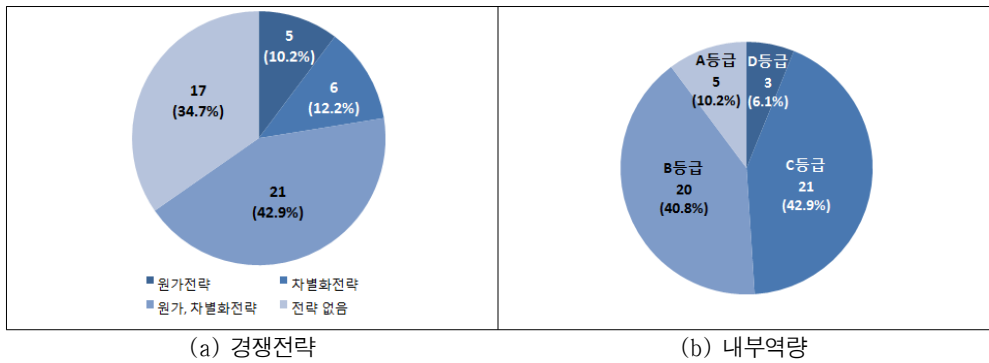
[그림 3-22]의 (a)와 같이 전문건설업 원도급 시장에 진입할 일반건설업체는 1개 업종보유 37개사(75.5%), 2개 업종보유 8개사(16.3%), 3개 업종보유 4개사(8.2%)인 것으로 나타났다. 주로 단일업종 보유업체가 전문건설업 원도급 시장으로 진입할 것으로 전망된다. 또한 (b)와 같이 토목·건축공사업, 토목공사업, 건축공사업만을 보유한 경우가 대부분이다.



[그림 3-22] 전문건설업 원도급 시장 진입계획 업체의 업종보유 개수와 형태

[그림 3-23]의 (a)와 같이 전문건설업 원도급 시장으로 진입할 계획이 있는 일반건설업체 중에서 원가-차별화 전략을 구사하는 업체는 21개사(42.9%), 특별한 전략이 없는 업체는 17개사(34.7%), 원가우위 전략 업체는 5개사(10.2%), 차별화 우위 전략 업체는 6개사(12.2%)로 나타났다. 따라서 원도급 시장으로 진입할 업체가 주로 구사하는 경쟁전략은 원가-차별화 우위 전략일 것으로 분석된다.

한편 (b)와 같이 전문건설업 원도급 시장으로 진입할 계획이 있는 일반건설업체 중에서 가장 양호한 내부역량 수준을 나타내는 A등급 업체는 5개사(10.2%), B등급 업체는 20개사(40.8%), C등급 업체는 21개사(42.9%), D등급 업체는 3개사(6.1%)로 나타났다. 따라서 전문건설업 원도급 시장으로 진입할 계획이 있는 일반건설업체의 내부역량은 그다지 높지 않을 것으로 분석된다.

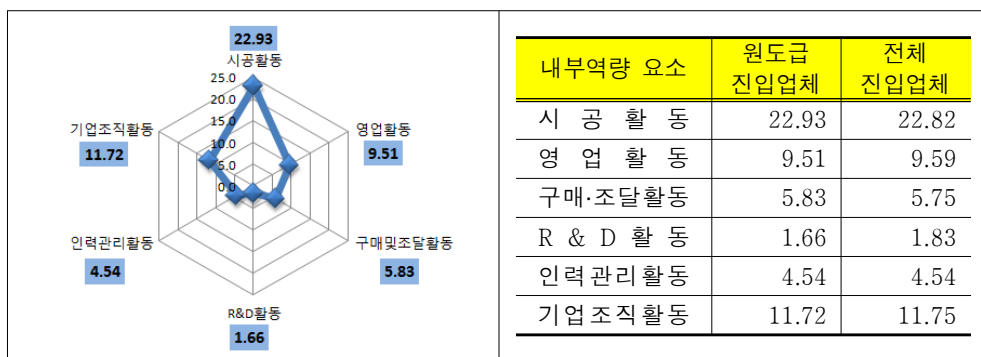


[그림 3-23] 전문건설업 원도급 시장 진입계획 업체의 경쟁전략 및 내부역량

[그림 3-24]와 같이 전문건설업 원도급 시장으로 진입할 일반건설업체의 내부역량 세부요소별 수준을 살펴보았다. 본원적 활동에 해당되는 시공 및 영업활동의 내부역량 점수의 평균은 각각 22.93과 9.51인 것으로 나타났다. 64개 진입계획 일반건설업체의 시공 및 영업활동 평균 점

수가 각각 22.82와 9.59라는 점을 감안한다면, 전문건설업 원도급 시장으로 진입하는 일반건설업체는 다른 진입계획 일반건설업체보다도 시공 활동은 양호한 편이나, 영업활동은 다소 미흡한 업체라고 분석된다.

한편 지원적 활동에 해당되는 구매 및 조달활동(5.83)을 제외하고는 연구개발활동(1.66), 기업조직활동(11.72)은 64개 진입계획 일반건설업체의 평균에 비해 다소 낮은 것으로 나타났다. 따라서 전문건설업 원도급 시장으로 진입하는 일반건설업체는 다른 진입계획 일반건설업체보다도 구매 및 조달활동은 양호하나, 기타 지원적 활동은 미흡한 업체라고 분석된다.

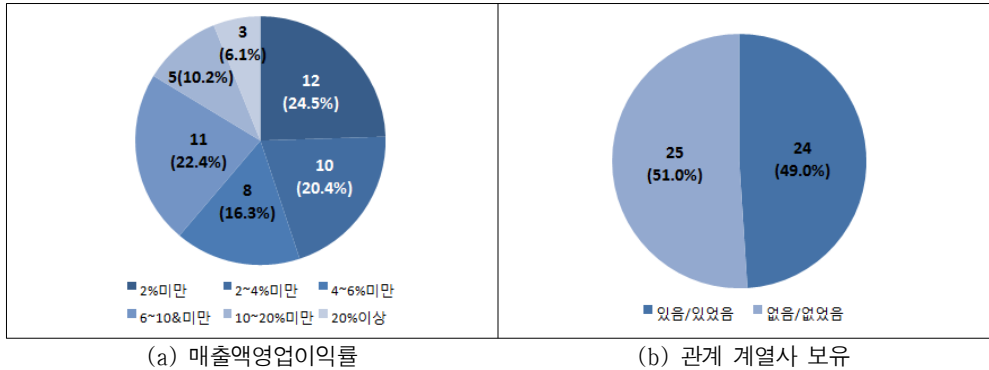


[그림 3-24] 전문건설업 원도급 시장 진입계획 업체의 내부역량 세부요소별 점수

[그림 3-25]의 (a)와 같이 전문건설업 원도급 시장으로 진입계획이 있는 업체의 수익성을 매출액영업이익률을 통해 살펴보았다. 매출액영업이익률 6% 미만 업체는 30개사(61.2%)이며, 그 이상인 업체는 19개사(38.8%)인 것으로 나타났다. 따라서 전문건설업 원도급 시장으로 진입할 계획이 있는 업체의 다수는 수익성이 저조한 업체라고 분석된다.

한편 (b)와 같이 전문건설업 원도급 시장으로 진입할 계획이 있는 일반건설업체의 관계 계열사 보유현황을 살펴보았다. 진입계획 일반건설

업체 중 관계 계열사를 현재 보유한 업체는 24개사(49.0%)이며, 그렇지 않은 업체는 25개사(51.0%)인 것으로 나타났다.

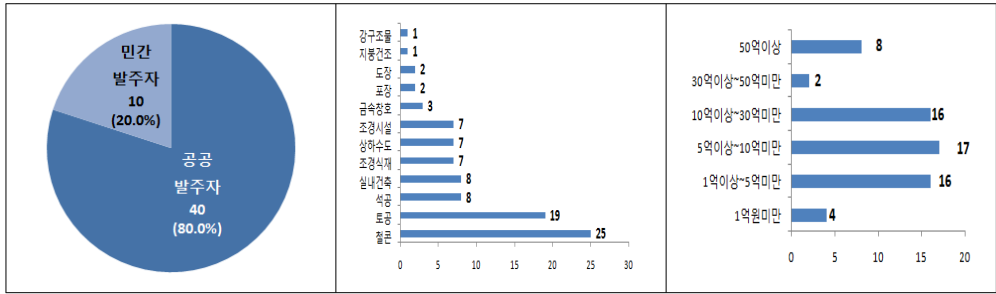


[그림 3-25] 전문건설업 원도급 시장 진입계획 업체의 수익성 및 관계 계열사 보유

② 목표시장²³⁾

[그림 3-26]의 (a)와 같이 전문건설업 원도급 시장으로 진입할 계획이 있는 일반건설업체 중에서 공공공사를 목표로 하는 업체는 40개사(80.0%)이며, 민간공사를 목표로 하는 업체는 10개사(20.0%)인 것으로 나타났다. 따라서 전문건설업 원도급 시장을 목표로 하는 일반건설업체는 공공공사를 주요 수주대상 공사로 고려하는 것으로 분석된다. 한편 (b)와 같이 이들 업체가 목표로 하는 공사를 업종유형별로 살펴보면, 철근콘크리트공사업과 토공사업이 가장 큰 비중을 차지하고 있음을 볼 수 있다. 또한 (c)와 같이 공사규모별로는 1억원 이상 10억원 미만인 공사를 목표시장으로 삼고 있는 경우가 가장 많은 것으로 나타났다. 따라서 전문건설업 원도급 시장으로 진입할 계획이 있는 일반건설업체는 공공공사 시장, 철근콘크리트공사업과 토공사업 시장, 1억원 이상 10억원 미만인 공사를 목표시장으로 삼고 있다고 분석된다.

23) 목표시장은 중복응답할 수 있도록 하였으므로, 목표시장 유형별 진입계획 전문건설업체의 합계는 전체 진입계획 전문건설업체보다 많을 수 있다.



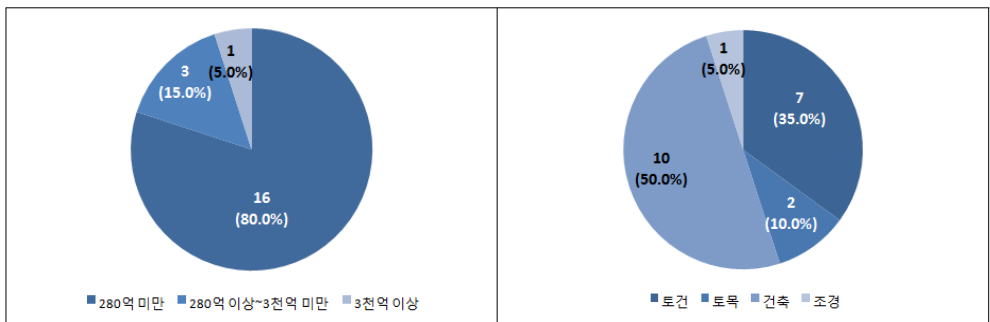
(a) 발주자 유형 (b) 업종유형 (c) 공사규모

[그림 3-26] 전문건설업 원도급 시장 진입계획 업체의 목표공사

(2) 하도급 공사 시장

① 진입계획 업체의 현황

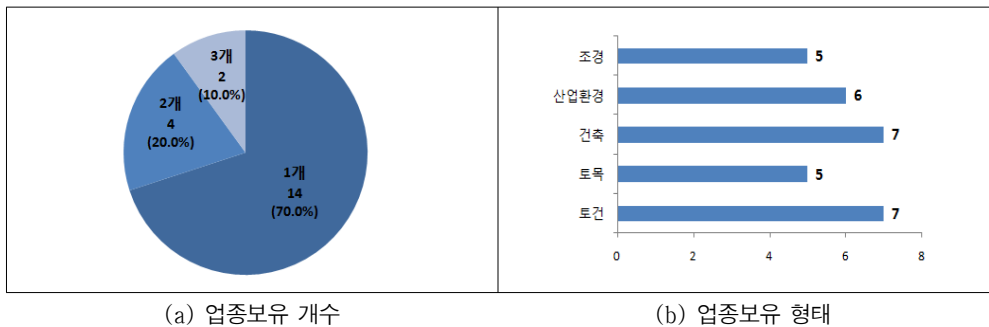
[그림 3-27]의 (a)와 같이 전문건설업 하도급 시장으로 진입할 계획이 있는 업체 중에서 대형업체는 1개사(5.0%), 중형업체 3개사(15.0%), 소형업체 16개사(80.0%)인 것으로 나타났다. 따라서 전문건설업의 하도급 시장으로 진입할 계획이 많은 일반건설업체는 주로 소형업체일 것으로 분석된다. 한편 (b)와 같이 이들 업체 중에서 건축공사업 주력업체 10개사(50.0%)로 가장 많은 비율을 보이는 것으로 나타났다. 그러므로 하도급 시장으로 진입할 계획이 많은 일반건설업체는 주로 건축공사업 주력업체일 것으로 분석된다.



(a) 기업규모 (b) 주력업종

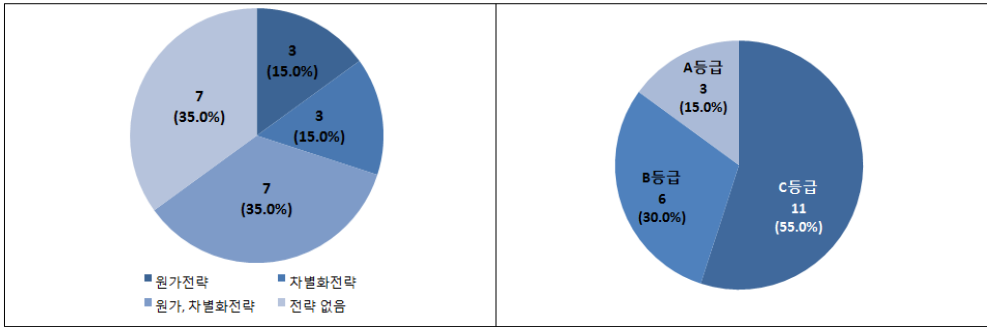
[그림 3-27] 전문건설업 하도급 시장 진입계획 업체의 기업규모와 주력업종

[그림 3-28]의 (a)와 같이 전문건설업 하도급 시장으로 진입할 계획이 있는 일반건설업체 중에서 1개 업종을 보유한 업체는 14개사(70.0%), 2개 업종을 보유한 업체는 4개사(20.0%), 3개 업종을 보유한 업체는 2개사(10.0%)인 것으로 나타났다. 대체로 1개 업종을 보유한 일반건설업체가 전문건설업 하도급 시장으로 진입할 계획이 있는 것으로 분석된다. 또한 (b)와 같이 1개 업종을 보유한 업체의 대부분은 다양한 업종을 보유하고 있는 것으로 파악된다.



[그림 3-28] 전문건설업 하도급 시장 진입계획 업체의 업종보유 개수와 형태

[그림 3-29]의 (a)와 같이 전문건설업 하도급 시장으로 진입할 계획이 있는 일반건설업체 중 원가-차별화 전략을 구사하는 업체는 7개사(35.0%), 특별한 전략이 없는 업체는 7개사(35.0%), 원가우위 전략 업체는 3개사(15.0%), 차별화 우위 전략 업체는 3개사(15.0%)로 나타났다. 따라서 전문건설업 하도급 시장으로 진입할 계획이 있는 업체가 주로 구사할 경쟁전략은 원가-차별화 우위 전략인 것으로 분석된다. 한편 (b)와 같이 이들 업체 중 A등급 업체는 3개사(15.0%), B등급 업체는 6개사(30.0%), C등급 업체는 11개사(55.0%)인 것으로 나타났다. 따라서 전문건설업 하도급 시장으로 진입할 계획이 있는 일반건설업체의 내부역량은 보통 미만인 경우가 많은 것으로 분석된다.

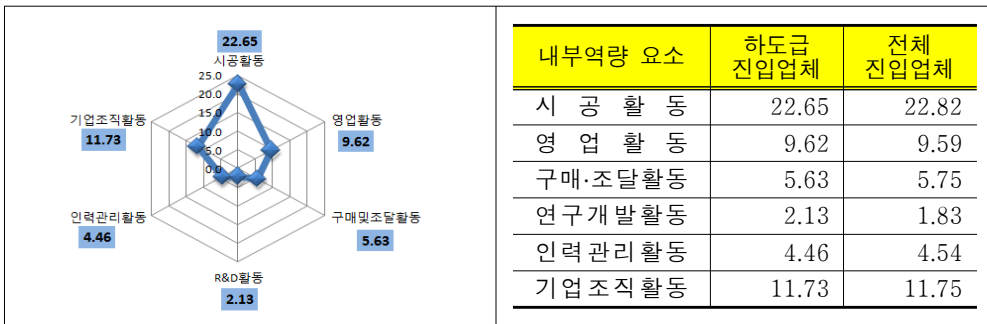


(a) 경쟁전략

(b) 내부역량

[그림 3-29] 전문건설업 하도급 시장 진입계획 업체의 경쟁전략 및 내부역량

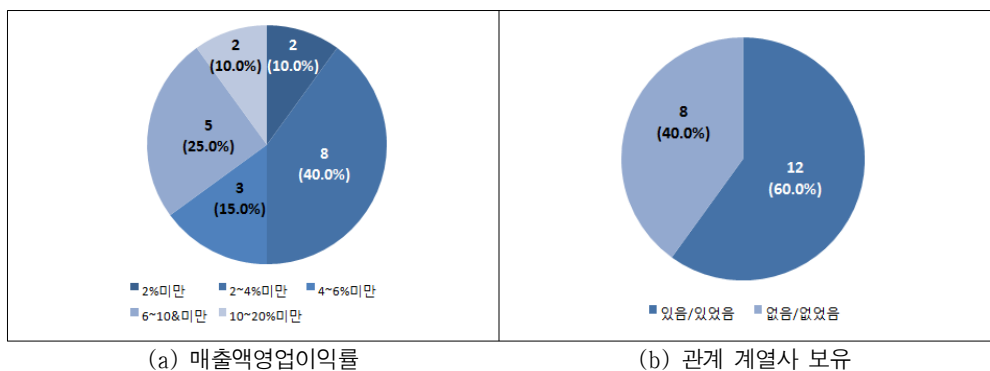
[그림 3-30]과 같이 전문건설업 하도급 시장으로 진입할 계획이 있는 업체의 본원적 활동에 해당되는 영업활동의 내부역량 점수의 평균은 64개 진입계획 업체에 비해 높은 것으로 나타났다. 따라서 전문건설업 원도급 시장 진입계획 업체와는 달리 하도급 시장 진입계획 업체는 시공 활동은 미흡한 편이나 영업활동은 양호한 업체라고 분석된다. 한편 지원적 활동에 해당되는 연구개발활동을 제외하고 구매 및 조달활동(5.63), 인력관리활동(4.46), 기업조직활동(11.73)은 64개 진입계획 일반건설업체의 평균에 비해 다소 낮은 것으로 나타났다. 따라서 전문건설업 하도급 시장으로 진입할 계획이 있는 업체는 다른 진입계획 업체에 비해 지원적 활동이 미흡한 업체로 분석된다.



[그림 3-30] 전문건설업 하도급 시장 진입계획 업체의 내부역량 세부요소별 점수

[그림 3-31]의 (a)와 같이 전문건설업 하도급 시장으로 진입할 계획이 있는 일반건설업체의 수익성을 매출액영업이익률을 통해 살펴보았다. 매출액영업이익률이 6% 미만인 업체는 13개사(65.0%)이며, 그 이상인 업체는 7개사(35.0%)인 것으로 나타났다. 따라서 전문건설업 하도급 시장으로 진입할 계획이 있는 일반건설업체의 다수는 수익성이 저조한 업체라고 분석된다.

(b)에서는 전문건설업 하도급 시장으로 진입할 계획이 있는 일반건설업체의 관계 계열사 보유현황을 살펴보았다. 진입계획 일반건설업체 중 관계 계열사를 현재 보유한 업체는 12개사(60.0%)이며, 그렇지 않은 업체는 8개사(40.0%)인 것으로 나타났다. 따라서 전문건설업 하도급 시장으로 진입할 계획 있는 일반건설업체의 다수는 관계 계열사를 보유한 경험이 있는 업체로 분석된다.



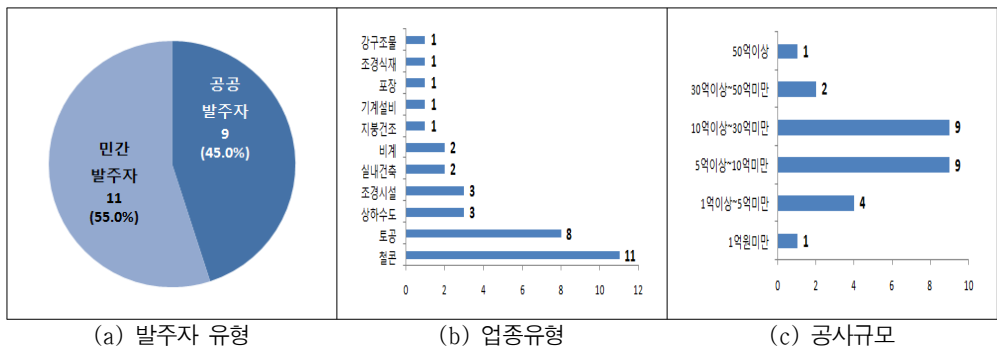
[그림 3-31] 전문건설업 하도급 시장 진입계획 업체의 수익성 및 관계 계열사 보유

② 목표시장²⁴⁾

[그림 3-32]의 (a)와 같이 전문건설업 하도급 시장으로 진입할 계획이 있는 일반건설업체의 목표시장을 발주자 유형별로 살펴보았다. 공공공

24) 목표시장은 중복응답할 수 있도록 하였으므로, 목표시장 유형별 진입계획 전문건설업체의 합계는 전체 진입계획 전문건설업체보다 많을 수 있다.

사를 목표로 하는 업체는 9개사(45.0%)이며, 민간공사를 목표로 하는 업체는 11개사(55.0%)로 나타났다. 따라서 전문건설업 하도급 시장으로 진입할 계획이 있는 일반건설업체는 특정 발주자 유형만을 주요 수주대상 공사로 고려하지 않는 것으로 분석된다. 한편 (b)와 같이 전문건설업 하도급 시장으로 진입할 계획이 있는 일반건설업체가 목표로 하는 업종시장은 철근콘크리트공사업과 토공사업 시장이라는 것을 알 수 있다. 또한 (c)와 같이 공사규모별로는 5억이상 10억미만, 10억원 이상 30억원 미만인 공사를 목표시장으로 삼고 있는 경우가 가장 많은 것으로 나타났다. 따라서 전문건설업 하도급 시장으로 진입할 계획이 있는 일반건설업체의 목표시장은 공공 및 민간공사, 철근콘크리트공사업과 토공사업 시장, 5억원 이상 30억원 미만의 공사인 것으로 분석된다.



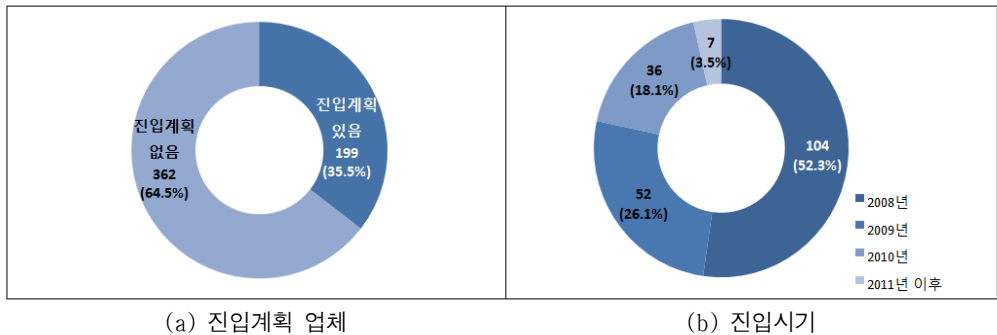
[그림 3-32] 전문건설업 하도급 시장 진입계획 업체의 목표공사

3. 전문건설업체의 일반건설업 시장진입

1) 진입계획

(1) 진입계획 및 시기

[그림 3-33]의 (a)와 같이 표본업체 561개사 중 겸업제한 폐지 이후 일반건설업 시장으로 진입할 계획이 있다고 응답한 업체는 199개사(35.5%)이고, 진입계획이 없다고 응답한 업체는 362개사(64.5%)인 것으로 나타났다. 또한 (b)와 같이 진입계획이 있는 전문건설업체 중에서 2008년부터 진입할 계획이 있는 업체는 104개사(52.3%)로 절반 이상이 2008년부터 시장진입을 시도하는 것으로 나타났다. 따라서 일반건설업 시장으로의 전문건설업체 진입은 조기에 가속화될 것으로 보인다.



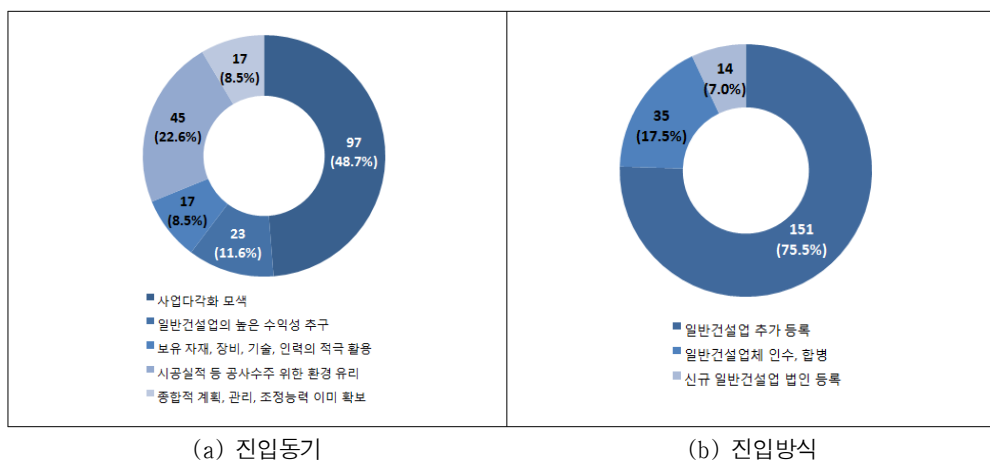
[그림 3-33] 일반건설업 시장 진입계획 업체의 비율과 진입시기

(2) 진입동기 및 방식

[그림 3-34]의 (a)와 같이 일반건설업 시장으로 진입할 계획이 있는 전문건설업체의 진입동기로 97개사(48.7%)가 「사업다각화 모색」을 꼽았다. 그 다음으로 23개사(11.6%)가 「일반건설업의 높은 수익성 때문」

을 진입동기로 꼽았다. 따라서 일반건설업 시장으로 진입할 계획이 있는 업체의 다수는 사업의 다각화를 모색하기 위해 시장진입을 계획하고 있는 것으로 분석된다.

한편 (b)와 같이 일반건설업 시장으로 진입할 계획이 있는 전문건설업체의 진입방식(경로)으로 151개사(75.5%)가 「기존 전문건설업 법인에 일반건설업종을 추가 등록하겠다」를 꼽았다. 그 다음으로 35개사(17.5%)가 「일반건설업체를 인수·합병하겠다」을 진입방식으로 꼽았다. 따라서 일반건설업 시장으로 진입할 계획이 있는 업체는 주로 기존 전문건설업 법인에 일반건설업종을 추가 등록하여 진입할 것으로 분석된다.



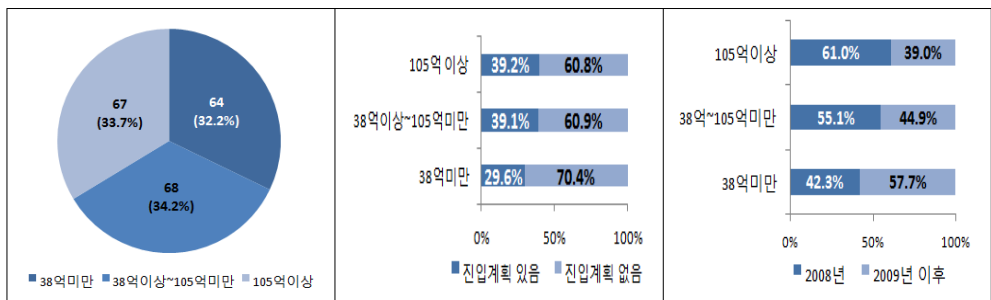
[그림 3-34] 일반건설업 시장 진입계획 업체의 진입동기 및 방식

2) 진입계획 업체의 현황

(1) 기업규모

[그림 3-35]의 (a)와 같이 일반건설업 시장으로 진입할 계획이 있는

전문건설업체의 기업규모는 시공능력평가액 38억원 미만인 소형업체가 64개사(32.2%), 38억원 이상 105억원 미만인 중형업체가 68개사(34.2%), 105억원 이상인 대형업체가 67개사(33.7%)인 것으로 조사되었다²⁵⁾. 그러나 (b)와 같이 561개 표본업체의 기업규모별로 일반건설업 시장으로 진입할 계획이 있는 업체의 비율을 살펴본 결과에서는 소형업체의 진입비율은 29.6%, 중형업체 39.1%, 대형업체 39.2%인 것으로 분석되었다. 한편 (c)와 같이 기업규모별, 진입시기별로 진입계획이 있는 업체를 살펴본 결과, 소형업체의 42.3%, 중형업체의 55.1%, 대형업체의 61.0%가 일반건설업 시장으로 진입하는 것으로 조사되었다. 이를 통해 소형업체보다는 중·대형 전문건설업체를 중심으로 일반건설업 시장으로 진입할 계획이 높은 것으로 분석되며, 이들 업체의 절반 이상이 2008년부터 진입할 것으로 예측된다.



(a) 진입계획 업체의 기업규모 (b) 기업규모별 진입비율 (c) 기업규모·진입시기 진입비율

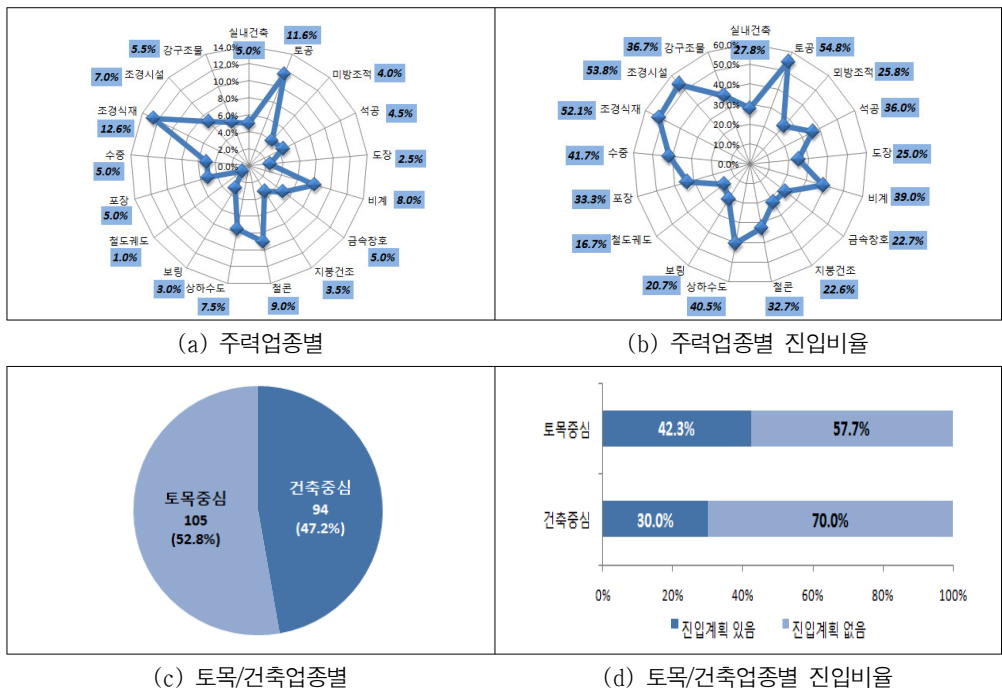
[그림 3-35] 일반건설업 시장 진입계획 업체의 기업규모

(2) 주력업종

[그림 3-36]의 (a)와 같이 일반건설업 시장으로 진입할 계획이 있는

25) 표본선정 기준으로 기업규모가 활용됨에 따라 특정 규모 전문건설업체의 진입비율이 과대 산정될 가능성이 높다. 따라서 기업규모별 진입계획 전문건설업체의 비율을 보다 정확히 파악하기 위해 561개 표본업체의 기업규모별 일반건설업 시장 진입비율을 별도로 분석하였다.

업체 중에서 조경식재공사업 주력업체는 25개사(12.6%), 토공사업 주력업체 23개사(11.6%), 철근콘크리트공사업 주력업체 18개사(9.0%), 비계구조물해체공사업 주력업체 16개사(8.0%), 상하수도설비공사업 주력업체 15개사(7.5%)인 것으로 나타났다²⁶⁾. 또한 (b)와 같이 561개 표본업체의 주력업종별로 일반건설업 시장으로 진입할 계획이 있는 업체의 비율을 살펴본 결과에서도 유사한 것으로 분석되었다. 따라서 일반건설업 시장으로 진입할 계획이 있는 전문건설업체의 주력업종은 주로 조경식재공사업, 토공사업, 철근콘크리트공사업, 비계구조물해체공사업, 상하수도설비공사업일 것으로 분석된다.



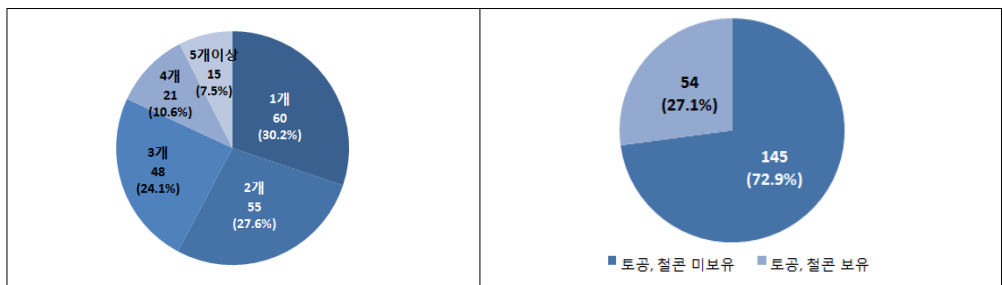
[그림 3-36] 일반건설업 시장 진입계획 업체의 주력업종

26) 표본선정 기준으로 주력업종이 활용됨에 따라 특정 주력업종 전문건설업체의 진입비율이 과대 산정될 가능성이 높다. 따라서 별도로 561개 표본업체의 주력업종별 일반건설업 시장 진입비율을 별도로 분석하였다.

한편 [그림 3-36]의 (c)와 같이 주력업종을 건축업종과 토목업종²⁷⁾으로 대별하여 살펴보았다. 토목업종 주력업체는 105개사(52.8%), 건축업종 주력업체 94개사(47.2%)로 나타나 큰 차이가 없는 것으로 나타났다. 그러나 (d)와 같이 561개 표본업체의 주력업종을 건축업종과 토목업종으로 구분하여 일반건설업 시장으로 진입할 계획이 있는 업체의 비율을 살펴본 결과, 토목업종 주력업체의 42.3% 건축업종 주력업체의 30.0%가 일반건설업 시장으로 진입할 계획이 있는 것으로 조사되었다. 따라서 건축업종 주력업체보다 토목업종 주력업체가 일반건설업 시장으로 진입할 계획이 많은 것으로 분석된다.

(3) 업종보유 개수 및 형태

[그림 3-37]의 (a)와 같이 일반건설업 시장으로 진입할 계획이 있는 업체 중에서 1개 업종을 보유한 업체는 60개(30.2%), 2개 업종을 보유한 업체는 55개(27.6%), 3개 업종을 보유한 업체는 48개(24.1%), 4개 이상 업종을 보유한 업체는 36개(18.1%)인 것으로 나타났다. 따라서 1개의 업종을 보유한 업체보다 다수의 업종을 보유한 업체가 일반건설업 시장으로 진입할 계획이 많은 것으로 분석된다.



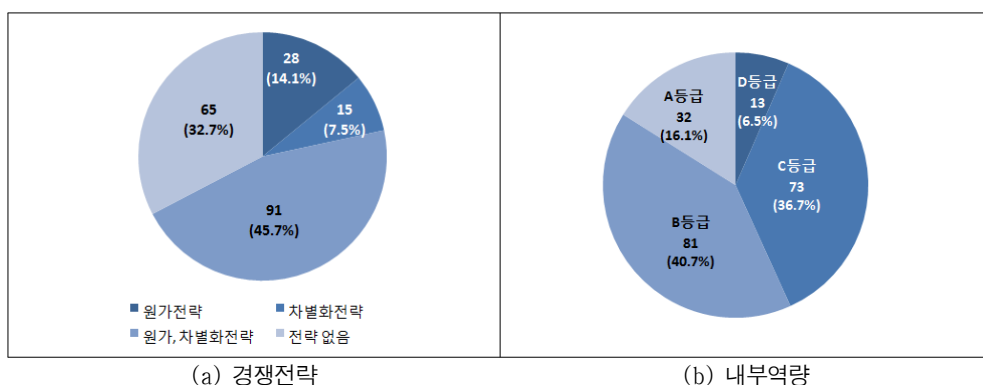
[그림 3-37] 일반건설업 시장 진입계획 업체의 업종보유 개수 및 형태

27) 건축관련 공사는 실내건축공사, 미장방수조적공사, 석공사, 도장공사, 비계구조물해체공사, 금속 구조물창호공사, 지붕판금건축물조립공사, 철근콘크리트공사, 강구조물공사 등이 포함되며, 토목관련 공사는 토공사, 상하수도공사, 보령그라우팅공사, 철도궤도공사, 포장공사, 수중공사, 조경식재공사, 조경시설물설치공사 등이 포함된다.

(b)와 같이 일반건설업 시장으로 진입할 계획이 있는 업체 중에서 토공+철콘+기타업종을 보유한 업체는 54개사(27.1%)이며, 기타업종만을 보유한 업체는 145개사(72.9%)인 것으로 나타났다. 따라서 토공+철콘+기타업종을 보유한 업체보다 기타업종만을 보유한 업체가 일반건설업 시장으로 진입할 계획이 많은 것으로 분석된다.

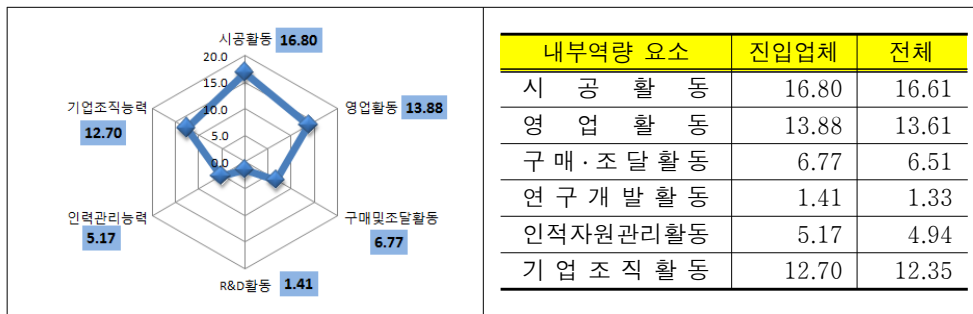
(4) 경쟁전략 및 내부역량

[그림 3-38]의 (a)와 같이 일반건설업 시장으로 진입할 계획이 있는 업체 중에서 원가-차별화 우위 전략 업체 91개(45.7%), 특정 전략이 없는 업체 65개(32.7%), 원가우위 전략 업체 28개(14.1%), 차별화 우위 전략 업체 15개(7.5%)인 것으로 나타났다. 한편 (b)와 같이 일반건설업 시장으로 진입할 계획이 있는 업체 중에서 가장 내부역량 수준이 높은 A등급 업체는 32개사(16.1%), B등급 업체는 81개사(40.7%), C등급 업체는 73개사(36.7%), D등급 업체는 13개사(6.5%)인 것으로 나타났다. 따라서 내부역량 수준이 보통 이상이고 원가-차별화 우위 전략을 구사하는 업체가 일반건설업 시장으로 진입할 계획이 많은 것으로 분석된다.



[그림 3-38] 일반건설업 시장 진입계획 업체의 경쟁전략과 내부역량

[그림 3-39]와 같이 일반건설업 시장으로 진입할 계획이 있는 업체의 내부역량 세부요소별 점수를 살펴보았다. 본원적 활동에 해당되는 시공 활동과 영업활동의 내부역량 점수의 평균은 각각 16.80과 13.88인 것으로 나타났다. 이들 항목에 대한 561개 표본업체의 평균 점수가 각각 16.61과 13.61이라는 점을 감안한다면, 일반건설업 시장으로 진입할 계획이 있는 업체는 다른 전문건설업체보다 양호한 본원적 활동을 전개하는 업체라고 분석된다. 지원적 활동의 경우에는 모든 세부활동의 내부역량 점수가 561개 표본업체의 평균 점수보다 높은 것으로 조사되어, 일반건설업 시장으로 진입할 계획이 있는 업체는 다른 전문건설업체보다 양호한 지원적 활동을 수행하는 업체로 분석된다.

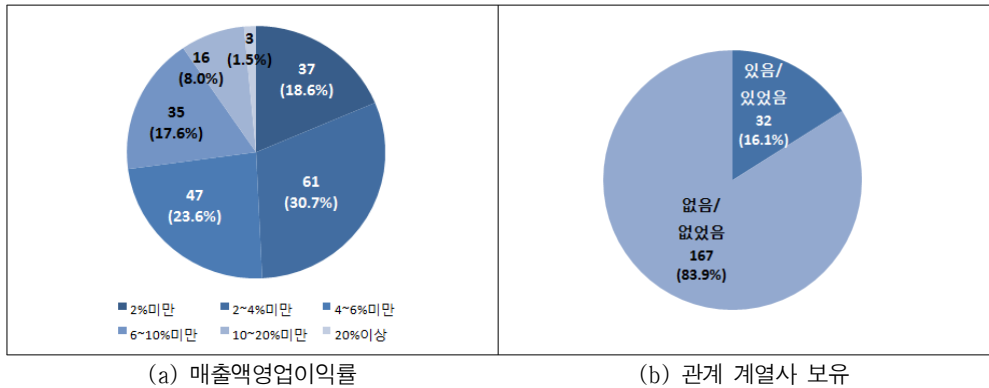


[그림 3-39] 일반건설업 시장 진입계획 업체의 내부역량 세부요소별 점수

(6) 기업의 수익성 및 계열사 보유

[그림 3-40]의 (a)와 같이 일반건설업 시장으로 진입할 계획이 있는 업체 중에서 매출액영업이익률이 4.0% 미만인 업체는 98개사(49.2%), 4.0% 이상인 업체는 101개사(50.8%)인 것으로 나타났다. 따라서 수익성이 전문건설업체가 일반건설업 시장으로 진입하는 결정을 함에 있어 큰 영향을 주지 않을 것으로 분석된다. 한편 (b)와 같이 일반건설업 시장으로 진입할 계획이 있는 업체 중에서 관계 계열사를 보유하고 있는 업체

는 32개사(16.1%), 보유하고 있지 않은 업체는 167개사(83.9%)인 것으로 나타났다. 따라서 관계 계열사를 보유하고 있지 않은 업체일수록 일반건설업 시장으로 진입할 계획이 많은 것으로 분석된다.



[그림 3-40] 일반건설업 시장 진입계획 업체의 수익성 및 관계 계열사 보유

3) 목표시장²⁸⁾

(1) 공사유형

[그림 3-41]의 (a)와 같이 일반건설업 시장으로 진입할 계획이 있는 업체의 공사유형별 목표시장은 토목공사 시장 157개사(42.3%), 건축공사 시장 126개(34.0%), 조경공사 시장 60개사(16.2%), 산업환경설비공사 시장 28개사(7.5%)인 것으로 나타났다. 따라서 일반건설업 시장으로 진입할 계획이 있는 업체가 주로 목표로 하는 시장은 토목 및 건축공사일 것으로 분석된다.

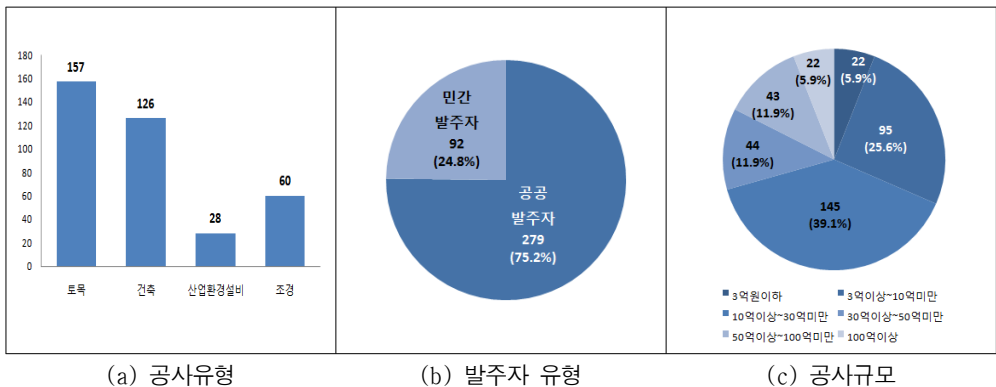
28) 목표시장은 중복응답할 수 있도록 하였으므로, 목표시장 유형별 진입계획 전문건설업체의 합계는 전체 진입계획 전문건설업체보다 많을 수 있다.

(2) 발주자 유형

[그림 3-41]의 (b)와 같이 일반건설업 시장으로 진입할 계획이 있는 업체의 발주자 유형별 목표시장은 공공공사 시장 279개사(75.2%), 민간공사 시장 92개사(24.8%)인 것으로 나타났다. 따라서 일반건설업 시장으로 진입할 계획이 있는 업체는 주로 공공공사 시장을 목표시장으로 여길 것으로 분석된다.

(3) 공사규모

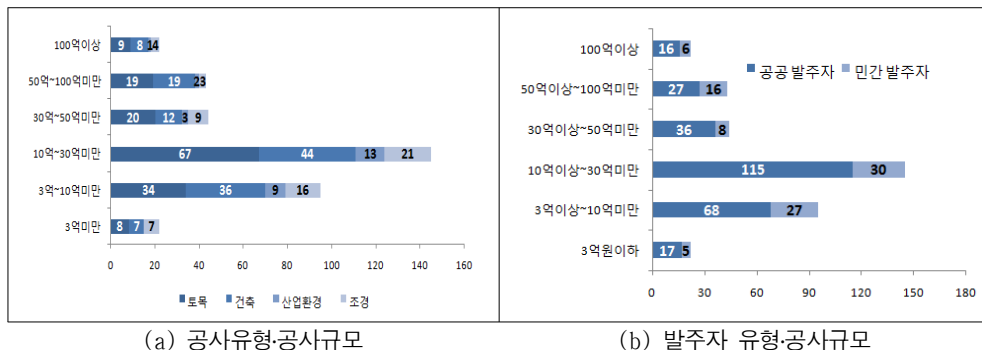
[그림 3-41]의 (c)와 같이 일반건설업 시장으로 진입할 계획이 있는 업체의 공사규모별 목표시장은 10억원 이상 30억원 미만 공사 145개사(39.1%), 3억원 이상 10억원 미만 공사 95개사(25.6%)인 것으로 나타났다. 따라서 일반건설업 시장으로 진입할 계획이 있는 업체는 3억원 이상 30억원 미만 공사를 주된 목표시장으로 여길 것으로 분석된다.



[그림 3-41] 전문건설업체 목표시장의 업종유형과 발주자 유형

[그림 3-42]의 (a)와 같이 공사유형·공사규모별로 살펴보았을 때, 10억원 이상 30억원 미만의 토목공사를 목표시장으로 삼는 경우가 가장 많은 것으로 나타났다. 또한 (b)와 같이 발주자유형·공사규모별로 보았을

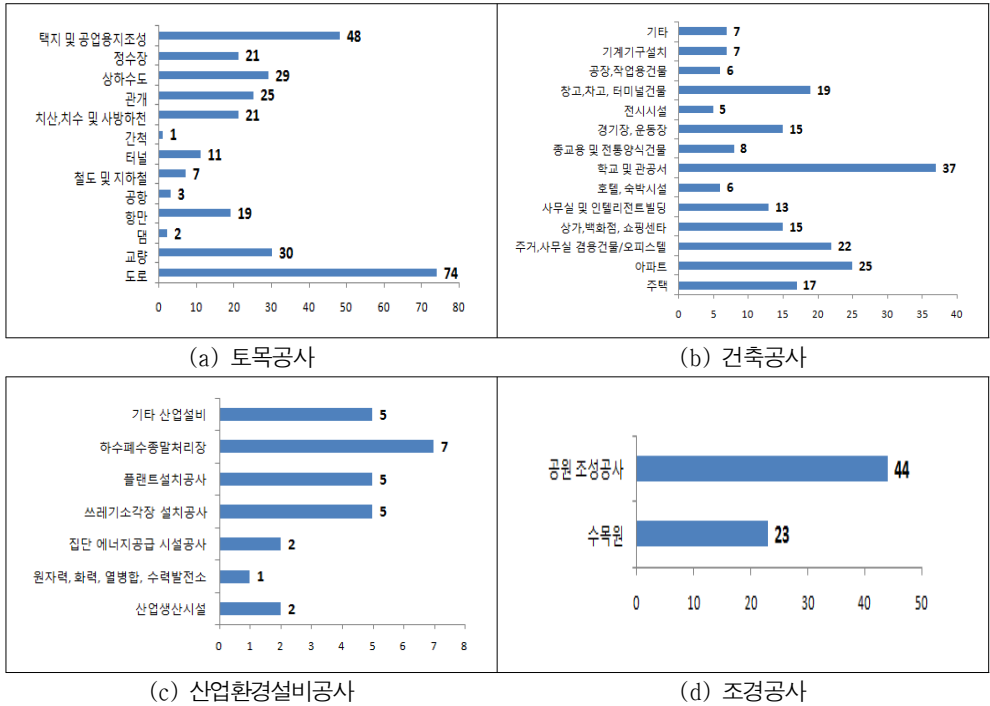
때도 10억원 이상 30억원 미만의 공공공사를 목표시장으로 고려하는 경우가 가장 많은 것으로 조사되었다. 따라서 일반건설업 시장으로 진입할 계획이 있는 업체가 가장 많이 목표로 하는 시장은 10억원 이상 30억원 미만의 공공 토목공사일 것으로 분석된다.



[그림 3-42] 일반건설업 시장 진입계획 업체의 목표시장(공사유형·발주자유형·공사규모)

(4) 시설유형

[그림 3-43]과 같이 일반건설업 시장으로 진입할 계획이 있는 업체의 목표시장을 시설유형별로 나누어 살펴보았다. (a)와 같이 토목공사 중 일반건설업 시장 진입계획 전문건설업체가 중점적으로 수주활동을 전개할 시설은 도로(74개사, 25.4%)와 택지 및 공업용지 조성(48개사, 16.5%)이며, (b)와 같이 건축공사 중에서는 학교 및 관공서(37개사, 18.3%)와 아파트 공사(25개사, 12.4%)인 것으로 나타났다. 또한 (c)와 같이 산업환경설비공사 중 일반건설업 시장 진입계획 전문건설업체가 중점적으로 수주활동을 전개할 시설은 하수폐수종말처리장(7개사, 25.9%)이며, (d)와 같이 조경공사 중에서는 공원조성공사(44, 65.7%)인 것으로 조사되었다.



[그림 3-43] 일반건설업 시장 진입계획 업체의 목표공사(시설유형)

4) 일반건설업 시장 유형별 진입계획 업체의 현황과 목표공사

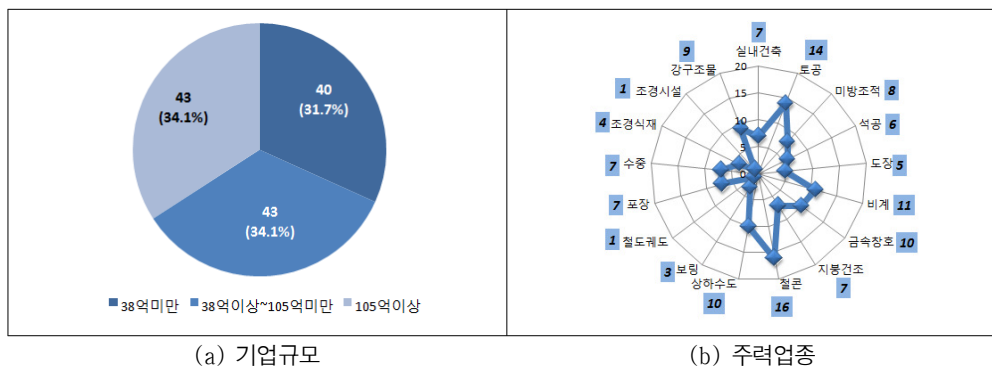
(1) 건축공사 시장

① 진입계획 업체의 현황

[그림 3-44]의 (a)와 같이 일반건설업 건축공사 시장으로 진입할 계획이 있는 업체는 시공능력평가액 105억원 이상인 대형업체 40개사(31.7%), 38억원 이상 105억원 미만 중형업체 43개사(34.1%), 38억원 미만 소형업체 43개사(34.1%)인 것으로 나타났다. 따라서 건축공사 시장에서는 비교적 다양한 규모의 업체가 진입할 계획을 갖고 있으며, 이 중 중·소형 업체의 진입계획이 다소 많을 것으로 분석된다.

한편 (b)와 같이 일반건설업 건축공사 시장으로 진입할 계획이 있는

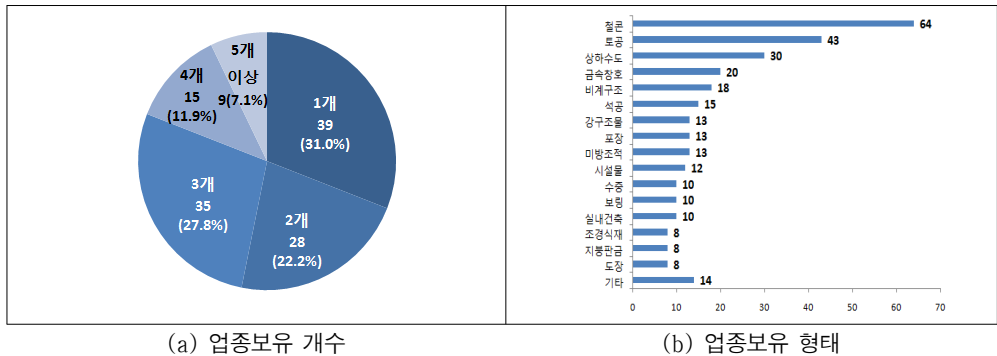
업체의 주력업종은 대체로 철근콘크리트공사업, 토공사업, 비계구조물해체공사업, 금속구조물창호공사업, 상하수도설비공사업, 강구조물공사업인 것으로 나타났다. 따라서 건축공사와 관련성이 있는 전문건설업종을 주력하고 있는 업체가 일반건설업 건축공사 시장으로 진입할 계획이 많은 것으로 분석된다.



[그림 3-44] 일반건설업 건축시장 진입계획 업체의 기업규모와 주력업종

[그림 3-45]의 (a)와 같이 일반건설업 건축공사 시장으로 진입할 계획이 있는 업체 중에서 1개 업종보유 업체는 39개사(31.0%), 2개 업종보유 업체는 28개사(22.2%), 3개 업종보유 업체는 35개사(27.8%), 그리고 4개 이상 업종보유 업체도 24개사(19.0%)인 것으로 나타났다. 따라서 다수의 업종을 보유한 업체가 일반건설업 건축공사 시장으로 진입할 계획이 많은 것으로 분석된다. 한편 (b)와 같이 일반건설업 건축공사 시장으로 진입할 계획이 있는 업체가 가장 많이 보유하고 있는 업종은 철근콘크리트공사업, 토공사업, 상하수도공사업, 금속구조물창호공사업, 비계구조물해체공사업, 석공사업, 강구조물공사업인 것으로 나타났다. 따라서 건축업종을 보유한 업체가 일반건설업 건축공사 시장으로 진입할 계획이 많은 것으로 분석된다. 물론 토공사업과 상하수도공사업을 보유한 업체도

상당수 있으나, 이는 철근콘크리트공사업을 보유한 업체가 토공사업과 상하수도공사업을 겸업하는 경우가 많기 때문으로 보인다²⁹⁾.

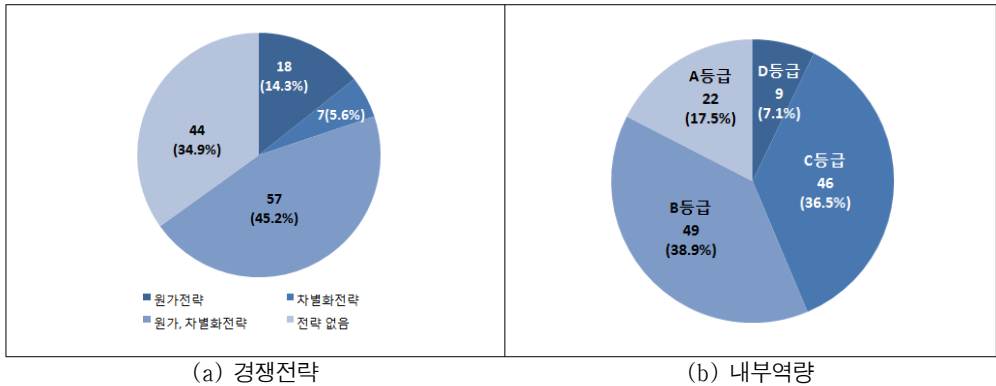


[그림 3-45] 일반건설업 건축시장 진입계획 업체의 업종보유 개수와 형태

[그림 3-46]의 (a)와 같이 일반건설업 건축공사 시장으로 진입할 계획이 있는 업체 중에서 원가-차별화 상위 전략 업체는 57개(45.2%), 특정 전략이 없는 업체 44개(34.9%), 원가우위 전략 업체 18개(14.3%), 차별화 상위 전략 업체 7개(5.6%)인 것으로 나타났다. 따라서 일반건설업 건축시장으로 진입할 계획이 있는 업체가 주로 구사하는 경쟁전략은 원가-차별화 전략일 것으로 분석된다.

한편 (b)와 같이 일반건설업 건축공사 시장으로 진입할 계획이 있는 업체 중에서 가장 양호한 내부역량 수준을 나타내는 A등급 업체는 22개사(17.5%), B등급 업체 49개사(38.9%), C등급 업체 46개사(36.5%), D등급 업체 9개사(7.1%)인 것으로 나타났다. 따라서 내부역량 수준이 보통 미만인 업체보다 보통 이상이 업체가 많이 일반건설업의 건축시장으로 진입할 계획이 많은 것으로 분석된다.

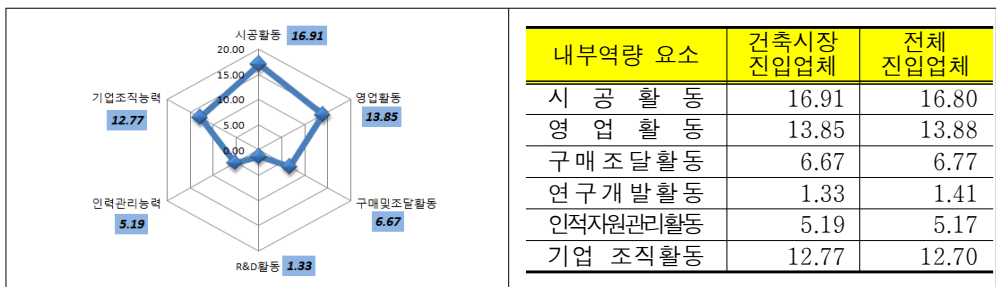
29) 한국건설기술연구원(2005)에 따르면 철근콘크리트공사업을 가지면서 토공사업 또는 상하수도설비공사업을 보유하고 있는 업체수는 각각 6,689개사와 4,958개사이며, 이는 철근콘크리트공사업을 보유한 업체의 42.5%와 31.5%에 해당된다.



[그림 3-46] 일반건설업 건축시장 진입계획 업체의 경쟁전략 및 내부역량

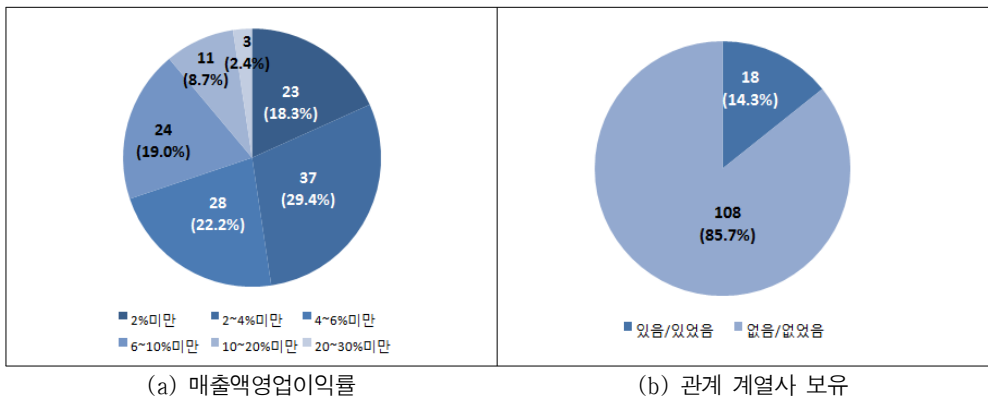
[그림 3-47]과 같이 일반건설업 건축공사 시장으로 진입할 계획이 있는 업체의 본원적 활동에 해당되는 시공활동과 영업활동의 내부역량 점수의 평균은 199개 진입계획 업체보다 높은 것으로 나타났다. 따라서 일반건설업 건축시장으로 진입할 계획이 있는 업체는 시공활동은 양호한 편이나, 영업활동을 다소 미흡한 업체라고 분석된다.

한편 지원적 활동에 대해서는 구매조달 및 연구개발활동을 제외하고 다른 진입계획 업체보다 양호한 수준인 것으로 조사되었다. 그러나 지원적 활동을 비교해 본 결과, 건축공사 시장 진입업체의 평균이 전체 진입업체에 비해 낮아, 일반건설업 건축시장으로 진입하는 업체는 미흡한 지원적 활동을 수행하는 업체로 분석된다.



[그림 3-47] 일반건설업 건축시장 진입계획 업체의 내부역량 세부요소별 점수

[그림 3-48]의 (a)와 같이 일반건설업 건축공사 시장으로 진입할 계획이 있는 업체 중에서 매출액영업이익률이 4.0% 미만인 업체는 60개사(47.6%), 4.0% 이상인 업체는 66개사(52.4%)인 것으로 나타났다. 따라서 수익성은 일반건설업 건축공사 시장으로 진입할 계획을 수립하는데 큰 영향을 미치지 않은 것으로 분석된다. 한편 (b)와 같이 일반건설업 건축공사 시장으로 진입할 계획이 있는 업체 중에서 관계 계열사를 보유하고 있는 업체는 18개사(14.3%), 보유하고 있지 않은 업체는 108개사(85.7%)인 것으로 조사되었다. 따라서 관계 계열사를 보유하고 있지 않은 업체가 주로 건축공사 시장으로 진입할 계획을 갖고 있는 것으로 분석된다.



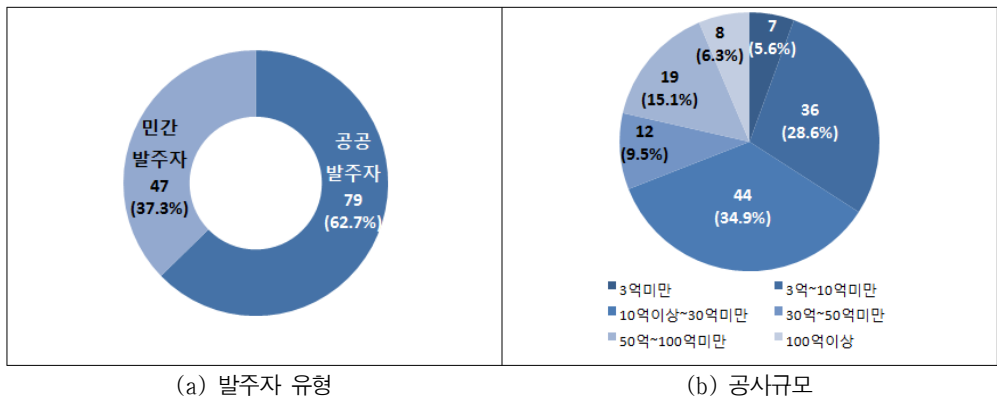
[그림 3-48] 일반건설업 건축시장 진입계획 업체의 수익성 및 관계 계열사 보유

② 목표시장³⁰⁾

[그림 3-49]의 (a)와 같이 일반건설업 건축공사 시장으로 진입할 계획이 있는 업체의 발주자 유형별 목표시장을 살펴보았다. 공공공사 시장을 목표시장으로 삼고 있는 업체는 79개사(62.7%), 민간공사 시장을 목

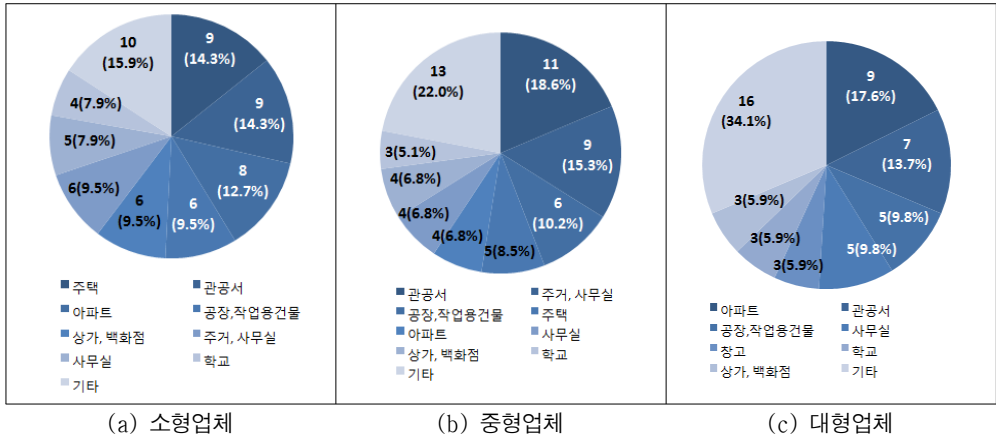
30) 목표시장은 중복응답할 수 있도록 하였으므로, 목표시장 유형별 진입계획 전문건설업체의 합계는 전체 진입계획 전문건설업체보다 많을 수 있다.

표시장으로 삼고 있는 업체는 47개사(37.3%)인 것으로 나타났다. 따라서 건축공사 시장으로 진입할 계획이 있는 업체가 목표로 하는 시장은 공공공사 시장일 것으로 분석된다. 한편 (b)와 같이 일반건설업 건축공사 시장으로 진입할 계획이 있는 업체의 공사규모별 목표시장을 살펴보았다. 10억원 이상 30억원 미만 공사를 목표로 하는 업체 44개사(34.9%), 3억원 이상 10억원 미만 공사를 목표로 하는 업체 36개사(28.6%), 50억원 이상 100억원 미만 공사를 목표로 하는 업체 19개사(15.1%)인 것으로 조사되었다. 따라서 건축공사 시장으로 진입할 계획이 있는 업체는 3억원 이상 30억원 미만 공사를 주요 목표시장으로 삼고 있는 것으로 분석된다.



[그림 3-49] 일반건설업 건축시장 진입계획 업체의 목표시장(발주자유형·공사규모)

[그림 3-50]에서는 일반건설업 건축공사 시장으로 진입할 계획이 있는 업체가 목표로 하는 시설유형을 살펴보았다. 소형업체는 주택(9개사, 14.3%)과 관공서(9개사, 14.3%), 중형업체는 관공서(11개사, 18.6%), 대형업체는 아파트(9개사, 17.6%)를 중점적으로 수주활동을 전개할 시설로 고려하는 것으로 나타났다.



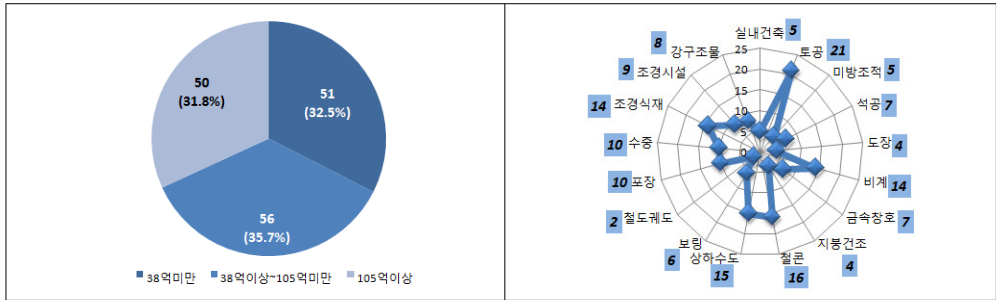
[그림 3-50] 일반건설업 건축시장 진입계획 업체의 목표시장(시설유형)

(2) 토목공사 시장

① 진입계획 업체의 현황

[그림 3-51]의 (a)와 같이 일반건설업 토목공사 시장으로 진입할 계획이 있는 업체 중에서 시공능력평가액 105억원 이상인 대형업체는 50개사(31.8%), 38억원 이상 105억원 미만 중형업체 56개사(35.7%), 38억원 미만 소형업체 51개사(32.5%)인 것으로 나타났다. 따라서 일반건설업 토목공사 시장으로 다양한 규모의 전문건설업체가 진입할 계획을 갖고 있으며, 이중 중형업체의 진입계획이 다소 많을 것으로 분석된다.

한편 (b)와 같이 일반건설업 토목공사 시장으로 진입할 계획이 있는 업체의 주력업종은 대부분 토목사업, 철근콘크리트공사사업, 상하수도설비공사사업, 조경식재공사사업, 비계구조물해체공사사업, 수중공사사업, 포장공사사업인 것으로 나타났다. 토목공사와 관련성이 있는 전문건설업종을 주력하고 있는 업체가 일반건설업 토목공사 시장으로 진입할 계획이 많은 것으로 분석된다.

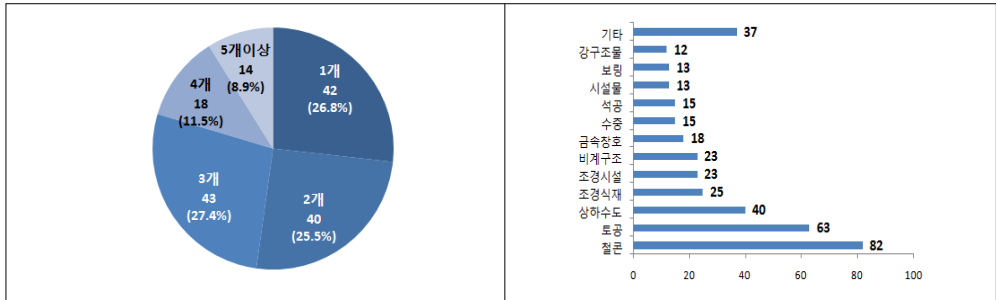


(a) 기업규모 (b) 주력업종
 [그림 3-51] 일반건설업 토목시장 진입계획 업체의 기업규모와 주력업종

[그림 3-52]의 (a)와 같이 일반건설업 토목공사 시장으로 진입할 계획이 있는 업체 중에서 1개 업종보유 업체는 42개사(26.8%), 2개 업종보유 업체는 40개사(25.5%), 3개 업종보유 업체는 43개사(27.4%), 그리고 4개 이상 업종보유 업체도 32개사(20.4%)인 것으로 나타났다. 따라서 단일 업종을 보유한 업체보다 다수의 업종을 보유한 업체가 일반건설업 토목공사 시장으로 진입할 계획이 많은 것으로 분석된다.

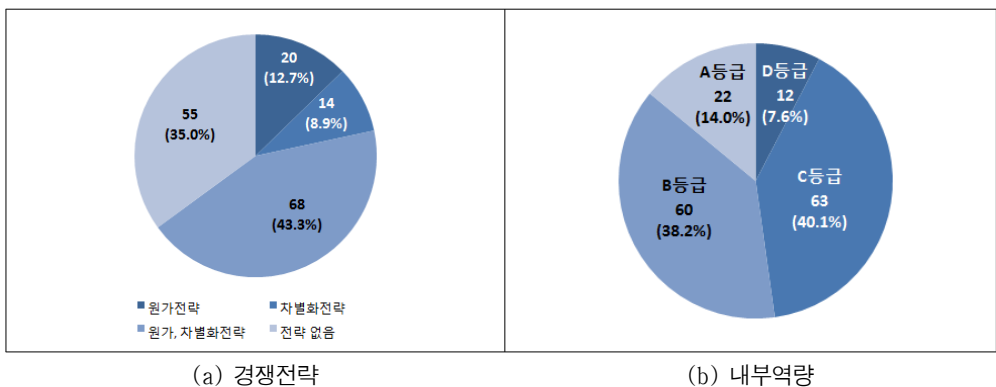
한편 (b)와 같이 일반건설업 토목공사 시장으로 진입할 계획이 있는 업체가 가장 많이 보유하고 있는 업종은 철근콘크리트공사업, 토공사업, 상하수도공사업, 조경식재공사업, 조경시설물설치공사업인 것으로 나타났다³¹⁾. 따라서 토목업종을 많이 보유한 업체가 토목공사 시장으로 진입할 계획이 많은 것으로 분석된다. 이는 토공사업과 상하수도공사업 등을 보유한 업체가 철근콘크리트공사업도 겸업하는 경우가 많기 때문으로 보인다.³²⁾

31) 여기에서는 다각화의 경향을 살펴보기 위해 일반건설업 건축공사 시장으로 진입할 계획이 있는 업체의 업종보유 형태를 토공+철콘+기타업종과 기타업종으로 구분하여 살펴보기 않았다.
 32) 한국건설기술연구원(2005)에 따르면 철근콘크리트공사업과 토공사업 또는 상하수도설비공사업을 동시 보유하고 있는 업체수는 각각 6,689개사와 4,958개사이며, 이는 토공사업과 상하수도설비공사업을 보유한 업체의 83.4%와 71.9%에 해당된다.



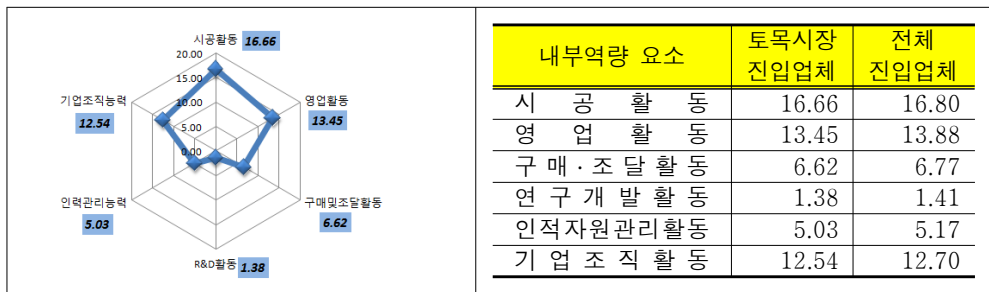
[그림 3-52] 일반건설업 토목시장 진입계획 업체의 업종보유 개수와 형태

[그림 3-53]의 (a)와 같이 일반건설업 토목공사 시장으로 진입할 계획이 있는 업체 중에서 원가-차별화 우위 전략 업체 68개(43.3%), 특정 전략없는 업체 55개(35.0%), 원가우위 전략 업체 20개(12.7%), 차별화 우위 전략 업체 14개(8.9%)인 것으로 나타났다. 한편 (b)와 같이 이들 업체 중에서 가장 양호한 내부역량 수준을 나타내는 A등급 업체는 22개사(14.0%), B등급 업체 60개사(38.2%), C등급 업체 63개사(40.1%), D등급 업체 12개사(7.6%)인 것으로 나타났다. 따라서 내부역량 수준이 보통 이상이고 원가-차별화 우위 전략을 구사하는 업체일수록 일반건설업 토목공사 시장으로 진입할 계획이 많은 것으로 분석된다.



[그림 3-53] 일반건설업 토목시장 진입계획 업체의 경쟁전략 및 내부역량

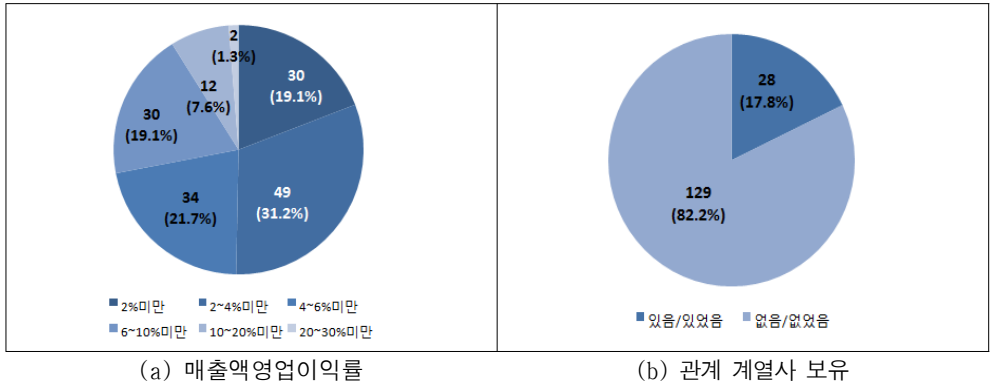
[그림 3-54]와 같이 일반건설업 토목공사 시장으로 진입할 계획이 있는 업체의 내부역량 세부요소별 점수를 살펴보았다. 본원적 활동에 해당되는 시공활동과 영업활동의 내부역량 점수의 평균은 각각 16.66과 13.45인 것으로 나타났다. 이들 항목에 대한 전체 진입계획 업체의 평균 점수가 각각 16.80과 13.88이라는 점을 감안한다면, 일반건설업 토목시장으로 진입할 계획이 있는 업체의 본원적 활동의 수준은 낮은 것으로 분석된다. 한편 지원적 활동에 해당되는 모든 내부역량 요소도 전체 진입계획 업체보다 낮은 수준인 것으로 나타나, 일반건설업 토목공사 시장으로 진입할 계획이 있는 업체의 지원적 활동의 수준도 낮은 것으로 분석된다.



[그림 3-54] 일반건설업 토목시장 진입계획 업체의 내부역량 세부요소별 점수

[그림 3-55]의 (a)와 같이 일반건설업 토목공사 시장으로 진입할 계획이 있는 업체 중에서 매출액영업이익률이 4.0% 미만인 업체는 79개사(50.3%), 4.0% 이상인 업체는 78개사(49.7%)인 것으로 나타났다. 따라서 수익성은 일반건설업 토목공사 시장으로 진입할 계획을 결정함에 있어 큰 영향을 주지 못한 것으로 분석된다. 한편 (b)와 같이 일반건설업 토목공사 시장으로 진입할 계획이 있는 업체 중에서 관계 계열사를 보유하고 있는 업체는 28개사(17.8%), 보유하고 있지 않는 업체는 129개사

(82.2%)인 것으로 나타났다. 따라서 관계 계열사를 보유하지 않은 다수의 업체가 일반건설업 토목공사 시장으로 진입할 계획을 갖는 것으로 분석된다.

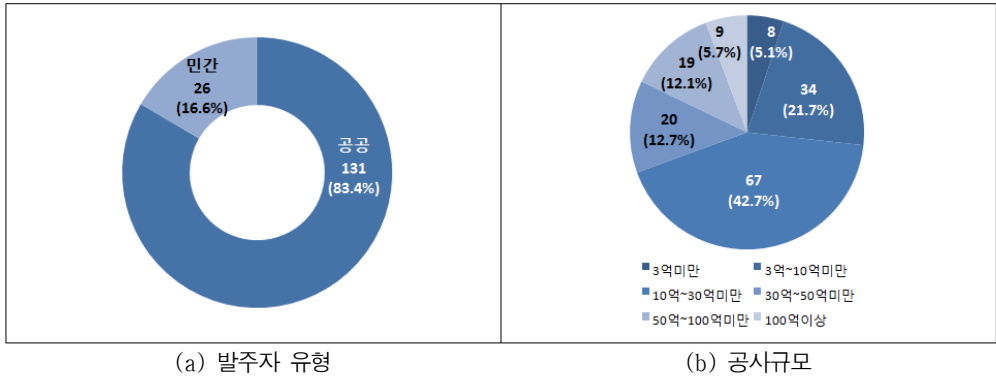


[그림 3-55] 일반건설업 토목시장 진입계획 업체의 수익성 및 관계 계열사 보유

② 목표시장

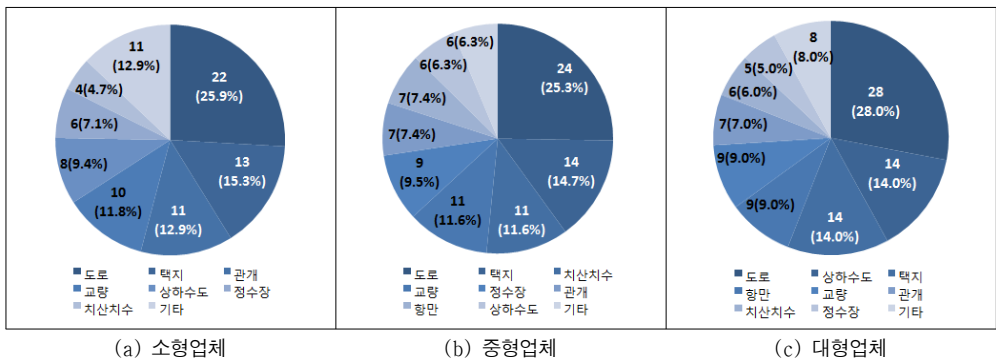
[그림 3-56]의 (a)와 같이 일반건설업 토목공사 시장으로 진입할 계획이 있는 업체의 목표시장을 발주자 유형별로 살펴보았다. 공공공사 시장을 목표로 하는 업체는 131개사(83.4%), 민간공사 시장을 목표로 하는 업체는 26개사(16.6%)인 것으로 나타났다. 따라서 일반건설업 토목공사 시장으로 진입할 업체가 주로 목표로 하는 발주자 유형별 시장은 공공공사 시장일 것으로 분석된다.

한편 (b)와 같이 일반건설업 토목공사 시장으로 진입할 계획이 있는 업체의 목표시장을 공사규모별로 살펴보았다. 10억원 이상 30억원 미만 공사 67개사(42.7%), 3억원 이상 10억원 미만 공사 34개사(21.7%), 30억원 이상 50억원 미만 공사 20개사(12.7%)인 것으로 나타났다. 따라서 일반건설업 토목공사 시장으로 진입할 업체가 주로 목표로 하는 공사규모별 시장은 3억원 이상 30억원 미만의 공사일 것으로 분석된다.

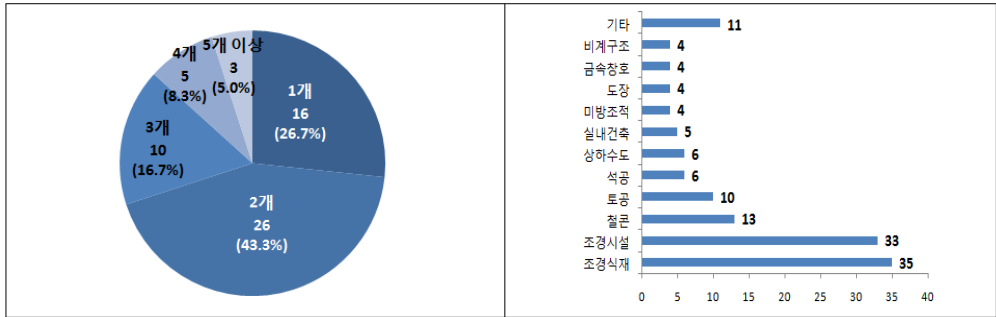


[그림 3-56] 일반건설업 토목시장 진입계획 업체의 목표시장(발주자유형·공사규모)

[그림 3-57]과 같이 일반건설업 토목공사 시장으로 진입할 계획이 있는 업체의 목표공사를 시설유형별로 살펴보았다. 기업규모에 상관없이 도로를 가장 중점적으로 수주활동을 전개할 토목시설물로 고려하고 있는 것으로 나타났다.

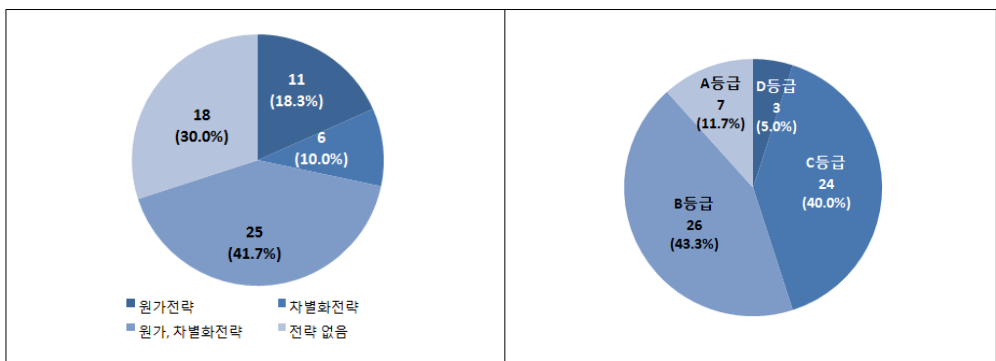


[그림 3-57] 일반건설업 토목시장 진입계획 업체의 목표시장(시설유형)



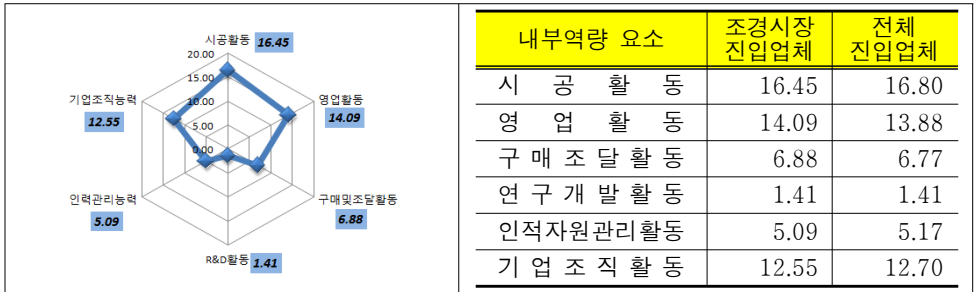
(a) 업종보유 개수 (b) 업종보유 형태(중복응답)
 [그림 3-59] 일반건설업 조경시장 진입계획 업체의 업종보유 개수와 형태

[그림 3-60]의 (a)와 같이 일반건설업 조경공사 시장으로 진입할 계획이 있는 업체 중에서 원가-차별화 우위 전략 업체는 25개(41.7%), 특정 전략이 없는 업체 18개(30.0%), 원가우위 전략 업체 11개(18.3%), 차별화 우위 전략 업체 6개(10.0%)인 것으로 나타났다. 한편 (b)와 같이 조경공사 시장으로 진입할 계획이 있는 업체 중에서 가장 양호한 내부역량 수준을 나타내는 A등급 업체는 7개사(11.7%), B등급 업체 26개사(43.3%), C등급 업체 24개사(40.0%), D등급 업체 3개사(5.0%)인 것으로 나타났다. 따라서 내부역량 수준이 보통 이상이고 원가-차별화 우위 전략 업체일 수록 일반건설업의 조경시장으로 진입할 계획이 많은 것으로 분석된다.



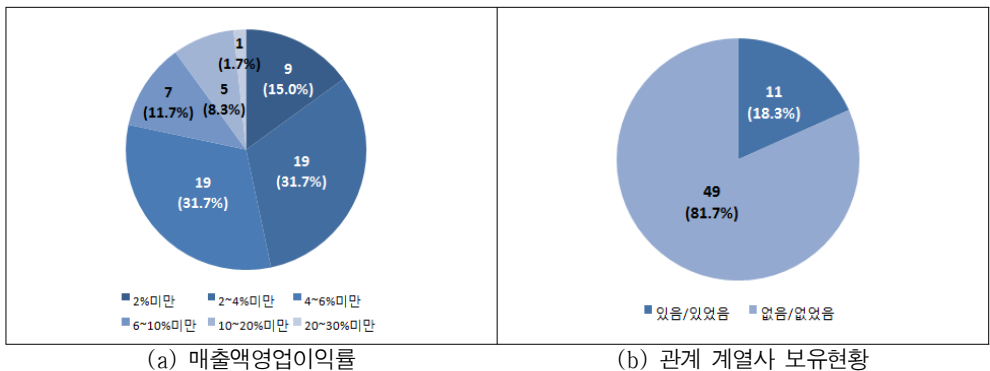
(a) 경쟁전략 (b) 내부역량
 [그림 3-60] 일반건설업 조경시장 진입계획 업체의 경쟁전략 및 내부역량

[그림 3-61]과 같이 조경공사 시장으로 진입할 계획이 있는 업체는 영업활동(14.09)과 구매조달활동(6.88)을 제외하고 다른 진입계획 업체에 비해 내부역량 수준은 낮은 것으로 나타났다. 따라서 내부역량이 낮은 업체가 조경공사 시장으로 진입할 계획을 갖는 것으로 분석된다.



[그림 3-61] 일반건설업 조경시장 진입계획 업체의 내부역량 세부요소별 점수

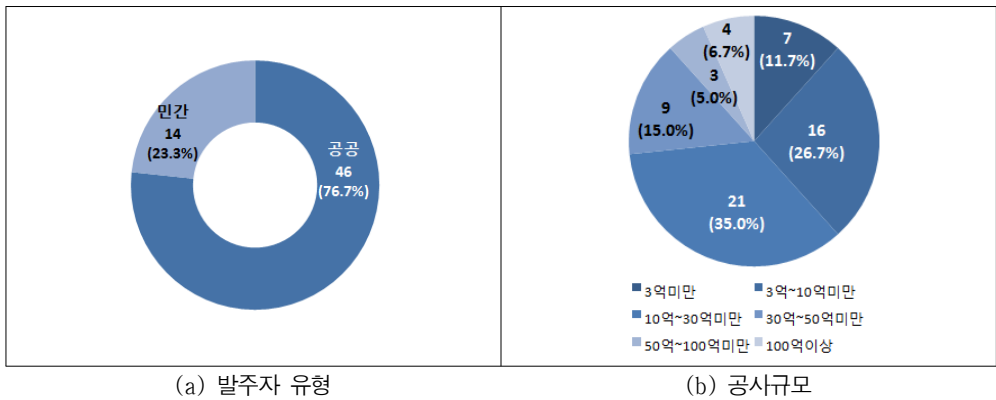
[그림 3-62]의 (a)와 같이 일반건설업 조경공사 시장으로 진입할 계획이 있는 업체 중에서 매출액영업이익률이 4.0% 미만인 업체는 28개사(46.7%), 4.0% 이상인 업체는 32개사(53.3%)인 것으로 나타났다. 한편 (b)와 같이 관계 계열사를 보유하고 있는 업체는 11개사(18.3%)인 것으로 나타났다. 따라서 관계 계열사를 보유하지 않은 업체가 조경공사 시장으로 진입할 계획을 많이 갖는 것으로 분석된다.



[그림 3-62] 일반건설업 조경시장 진입계획 업체의 수익성 및 관계 계열사 보유

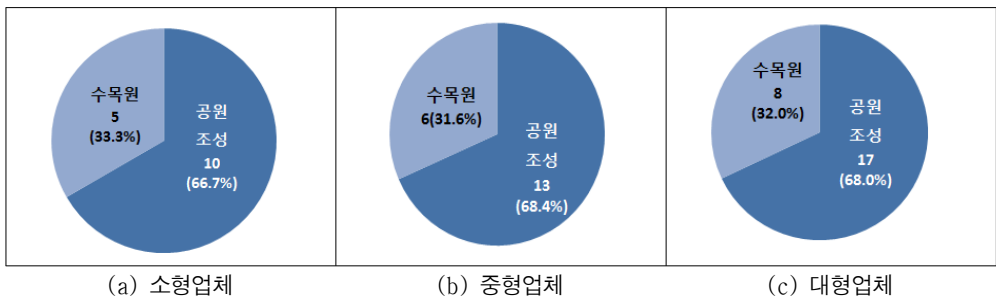
② 목표시장

[그림 3-63]의 (a)와 같이 일반건설업 조경공사 시장으로 진입할 계획을 갖는 업체는 관공사 발주가 많은 조경공사의 특성상 민간공사(14개사, 23.3%)보다는 공공공사(46개사, 76.7%)를 중점 수주대상 공사로 고려하는 것으로 나타났다. 한편 (b)와 같이 3억원 이상 30억원 미만 공사(37개사, 51.7%)를 목표공사로 삼고 있는 것으로 조사되었다.



[그림 3-63] 일반건설업 조경시장 진입계획 업체의 목표시장(발주자유형·공사규모)

[그림 3-64]와 같이 일반건설업 조경공사 시장으로 진입할 계획이 있는 업체는 기업규모에 상관없이 공원을 가장 중점적으로 수주해야 할 시설로 고려하는 것으로 나타났다.



[그림 3-64] 일반건설업 조경시장 진입계획 업체의 목표시장(시설유형)

4. 분석종합

1) 진입계획

(1) 진입계획 및 시기

표본 일반건설업체 185개사 중 64개사(34.6%)가 전문건설업 시장으로 진입할 계획이 있으며, 표본 전문건설업체 561개사 중 199개사(35.5%)가 일반건설업 시장으로 진입할 계획이 있는 것으로 파악되었다. 겸업제한 폐지에 따라 상호시장 교차진입에 관한 일반 및 전문건설업체의 기대가 매우 큼을 알 수 있다.

전문건설업 시장으로 진입할 계획이 있는 업체의 비율은 권오현(2005), 동서리서치(2007)의 결과보다 각각 11.3%와 21.7% 높아진 것이다. 그러나 일반건설업 시장으로 진입할 계획이 있는 업체의 비율은 김명수 외 4인(2005), 이교선 외 2인(2005)의 결과에서 나타난 55.2%와 61.4%보다 낮아진 것이다³³⁾. 물론 기존 연구는 겸업제한 폐지 이후 수반되는 각종 제도적 장치가 구체화되지 않은 시점에서 이루어져 다소 과대 산정된 측면도 없지 않다. 그러나 이보다는 일반 및 전문건설업체가 상호시장 교차진입 결정을 함에 있어 큰 영향을 미치는 시공실적 상호인정 기준에 기인한 바가 크다고 할 수 있다. 전문건설업 시장진입에 유동적이었던 일부 일반건설업체는 시공실적 상호인정으로 공사수주를 위한 환경이 유리하다고 판단한 반면에, 일부 전문건설업체는 불리하다고 판단하였기 때문이라는 것이다.

한편 전문건설업 시장 진입계획 일반건설업체의 64.1%와 전문건설업

33) 동서리서치(2007)는 3개 이상의 전문건설업종을 보유한 대형 전문건설업체를 대상으로 설문조사를 실시하여 43.3%의 업체가 일반건설업 시장에 진출할 의사가 있음을 파악하였다. 하지만 대형 전문건설업체만을 대상으로 설문조사가 이루어진 점을 감안할 때, 본 연구의 조사결과와 비교하기에는 무리가 있다고 판단된다.

체의 52.3%는 겸업제한이 폐지되는 2008년부터 상호시장으로 교차 진입할 계획을 갖고 있는 것으로 조사되었다. 이와 같은 조사결과에 따르면, 겸업제한 폐지 이후 일반 및 전문건설업체의 상호시장 교차진입은 조기에 가속화될 것으로 보인다.

(2) 진입동기 및 방식

일반 및 전문건설업 상호시장으로 교차 진입할 계획이 있는 일반 및 전문건설업체는 다른 이유보다는 새로운 시장을 개척하여 한계수입(매출액)의 증가를 실현하기 위한 것으로 조사되었다. 일반건설업체는 출혈수주 경쟁으로 인해 악화된 수익성을 개선하기 위해 직접시공과 관련된 전문건설업 시장진입을 결정한 반면에, 전문건설업체는 기업의 성장 차원에서 주력업종과 연관된 일반건설업 시장 진입을 결정한 것으로 보인다.

일반 및 전문건설업 상호시장으로 교차 진입할 계획이 있는 업체가 가장 선호하는 진입(겸업)경로는 기존 법인에 일반 또는 전문건설업종을 추가 등록하는 방식인 것으로 파악되었다. 인수·합병이나 새로운 법인 설립을 통한 진입비용보다는 추가 등록을 통한 진입비용이 보다 적게 소요될 것이라는 인식이 반영된 결과라 보인다. 한편 당초 인수·합병을 통한 진입방식도 활발히 전개될 것으로 예상되었으나, 실제로는 진입계획 일반건설업체의 18.8%, 진입계획 전문건설업체의 17.5%만이 선호하고 있는 것으로 조사되었다. 이는 인수·합병을 통해 얻을 수 있는 한계수입보다 소요되는 한계비용이 더 클 수도 있는 불확실성이 내재되어 있기 때문으로 이해된다. 그러나 일반 및 전문건설업 상호시장으로 교차 진입할 계획은 있으나, 실제로 공사를 수주함에 있어 필요한 시공실적이 부족한 업체를 중심으로 인수·합병 시도는 일부 전개될 것으로 보인다.

2) 진입계획 업체의 현황

(1) 기업규모

전문건설업 시장으로 진입할 계획이 있는 일반건설업체는 주로 중소형 업체임에 반해, 일반건설업 시장으로 진입할 계획이 있는 전문건설업체는 대부분 중·대형 업체인 것으로 파악되었다. 중소형 일반건설업체의 경우에는 상대적으로 사업기반과 경쟁력이 우월한 대형 일반건설업체와 동일한 시장에서 경쟁하기보다는 전문건설업 시장에 진입하여 새로운 시장을 개척하는 것이 더 유리할 것이라는 인식이 반영된 것으로 이해된다. 중·대형 전문건설업체의 경우에는 전문건설업 등록기준에 비해 상대적으로 높은 일반건설업 등록기준을 충족하기 위해서는 자본금이나 기술자 등의 추가 투자 여력이 있는 중·대형 전문건설업체만이 가능하기 때문으로 여겨진다.

이와 같은 경향은 일반 및 전문건설업의 세부시장 유형별로는 다소 상이한 것으로 분석되었다. 전문건설업의 원도급 공사 시장으로 진입할 계획을 갖고 있는 일반건설업체 중의 다수는 중형 업체이며, 하도급 시장으로 진입할 계획이 많은 일반건설업체는 소형업체인 것으로 파악되었다. 또한 일반건설업의 건축공사와 토목공사 시장으로 진입할 계획을 갖고 있는 업체 중에서 다수는 중형업체이며, 조경공사 시장으로 진입할 계획이 많은 전문건설업체는 대형업체인 것으로 조사되었다. 이와 같은 현상은 진입계획 시장의 규모와 특수성이 고려된 결과라 할 수 있다.

한편 대형 일반건설업체와 소형 전문건설업체 중에서도 상호시장으로 교차 진입할 계획을 갖고 있는 업체도 일부 있는 것으로 나타났다. 겸업제한 폐지 이후 종합적 관리능력과 엔지니어링 능력의 강화를 통해 건설산업의 성장동력을 창출해 나가야 할 대형 일반건설업체가 전문건

설업 시장으로 진입할 계획을 갖는 것은 문제의 소지가 있다고 보인다. 물론 일반건설업 시장으로 진입하기에는 무리가 있다고 여겨지는 소형 전문건설업체의 경우에도 마찬가지이다.

(2) 주력업종

건축공사업을 주력하는 일반건설업체가 전문건설업 시장으로 진입할 계획이 많은 것으로 파악되었다. 이는 전문건설업의 계약건수와 금액 측면에서 건축업종 시장이 차지하는 비중이 높기 때문으로 이해된다. 한편 전문건설업체 중에서는 토목업종 주력업체가 일반건설업 시장으로 진입할 계획이 많은 것으로 조사되었다. 이는 일부를 제외하고 토목업종은 일반건설업 시장의 수주 매커니즘과 유사한 원도급 전문공사를 사업범위로 하고 있기 때문으로 보인다.

이와 같은 경향은 전문건설업의 세부시장 유형별로도 동일한 것으로 나타났다. 전문건설업의 원도급 공사 시장과 하도급 공사 시장으로 진입할 계획이 갖고 있는 업체의 다수 주력업종이 건축공사업인 것으로 파악되었다. 이는 전문건설업의 도급유형별 계약건수와 금액 측면에서도 건축업종이 차지하는 비중이 높기 때문으로 보인다. 그러나 일반건설업의 세부시장 유형별로는 다소 상이하게 나타나고 있는 것으로 분석되었다. 일반건설업 건축공사 시장으로는 건축업종 주력 전문건설업체, 토목공사 시장으로는 토목업종 주력 전문건설업체, 조경공사 시장으로는 조경업종 주력 전문건설업체가 주로 진입할 계획을 갖는 것으로 조사되었다. 이와 같은 현상은 주력업종과 관련된 시장으로 진입할 경우 수직적 다각화 전략을 구사하기 용이하고, 보유기술 및 인력활용의 증대를 통해 범위의 경제를 실현할 수 있기 때문으로 이해된다.

(3) 업종보유 형태 및 개수

일반건설업체 중 단일 업종을 보유한 일반건설업체가 전문건설업 시장으로 진입할 계획을 갖는 경우가 많은 반면에, 전문건설업체는 다수의 업종을 보유한 업체가 일반건설업 시장으로 진입할 계획을 갖는 경우가 많은 것으로 파악되었다. 일반건설업체의 경우에는 단일 업종을 보유한 업체가 많다는 점이 반영된 결과로 보이며, 전문건설업체의 경우에는 많은 업종을 보유할수록 복합공종의 하도급 전문공사를 수행하는 경우가 많아 일반건설업 시장 진입시 요구되는 종합적 관리능력을 배양할 기회가 많았기 때문으로 이해된다³⁴⁾. 이러한 경향은 일반 및 전문건설업의 세부시장 유형별로도 동일하게 나타나고 있다.

한편 건축공사업만을 보유한 일반건설업체가 전문건설업 시장으로 진입할 계획이 많은 것으로 파악되었으며, 이러한 경향은 전문건설업 세부시장 유형별로도 동일하게 나타나고 있는 것으로 분석되었다. 전문건설업체의 경우에는 토공+철콘+기타업종 업체보다는 기타 업종만을 보유한 업체가 일반건설업 시장으로 진입할 계획이 많은 것으로 파악되었으나, 일반건설업 세부시장 유형별로는 다소 상이한 것으로 분석되었다. 일반건설업 건축공사와 토목공사 시장으로 진입할 계획을 갖고 있는 업체는 주로 토공사업과 철근콘크리트공사업을 보유한 업체이며, 조경공사 시장으로 진입할 계획을 갖고 있는 업체는 주로 조경시설물설치공사업과 조경식재공사업을 보유한 업체로 조사되었기 때문이다.

(4) 경쟁전략

일반 및 전문건설업 시장으로 교차 진입할 계획이 있는 업체의 경쟁

34) 일반건설업체(원도급)는 공종별 생산에서 발생하는 작업주체간의 간섭요소를 제거하고 시공능률을 향상시키기 위해 다수의 공종을 하나의 전문건설업체가 책임지고 공사를 수행하는 다공종 통합발주를 통해 공사를 수행하는 경우가 많다.

전략은 주로 원가-차별화 우위 전략인 것으로 분석되었다. 이와 같은 경향은 일반 및 전문건설업 세부시장 유형별로도 동일하게 나타나고 있다. 한편 일반 및 전문건설업 시장으로 교차 진입할 계획이 있는 업체 중에서 특정한 경쟁전략이 없는 업체도 30% 이상을 상회하고 있는 것으로 조사되었다. 특정 경쟁전략 없이 새로운 시장으로 진입한다는 것은 매우 큰 위험이 수반되므로, 이들 업체가 일반 및 전문건설업 시장으로 교차 진입할 계획을 갖는 것은 재고할 필요가 있다 하겠다.

(5) 내부역량

내부역량이 우월한 일반 및 전문건설업체 중심으로 상호시장 교차진입이 이루어질 것이라는 당초 예상과는 달리 실제로는 내부역량이 미흡한 일반건설업체와 양호한 전문건설업체가 상호시장 교차진입 계획을 갖고 있는 것으로 분석되었다. 이와 같은 경향은 일반 및 전문건설업 세부시장 유형별로도 동일하게 나타나는 것으로 파악되었다.

한편 일반 및 전문건설업 상호시장 교차 진입계획을 갖고 있는 업체 중에서 내부역량 수준이 보통 미만인 업체도 상당수 있는 것으로 조사되었다. 내부역량이 부족하여 공사수주를 못하거나 공사관리를 제대로 수행하지 못한 경우 부도로 이어질 가능성이 높기 때문에, 이들 업체가 일반 및 전문건설업 시장으로 교차 진입할 계획을 갖는 것은 재고할 필요가 있다 하겠다.

(6) 기업의 수익성 및 계열사 보유

전문건설업 시장으로 진입할 계획이 있는 일반건설업체의 다수는 수익성이 저조한 업체인 반면에, 일반건설업 시장으로 진입할 계획이 있는 전문건설업체의 다수는 수익성이 양호한 업체인 것으로 파악되었다. 따라서 일반 및 전문건설업 상호시장 교차 진입은 수익성이 불량한 일

반건설업체와 수익성이 양호한 전문건설업체를 중심으로 이루어질 것으로 분석된다. 이와 같은 경향은 일반 및 전문건설업 세부시장 유형별로도 동일하게 나타나고 있다.

한편 전문건설업 시장으로 진입할 계획이 있는 일반건설업체 중에서 관계 계열사를 보유한 업체와 그렇지 않은 업체의 비율은 비슷하며, 이는 전문건설업 원도급 공사 시장으로 진입할 계획이 있는 업체만을 살펴보았을 경우에도 유사한 경향이 나타나는 것으로 분석되었다. 그러나 전문건설업 하도급 시장으로 진입할 계획이 있는 업체의 다수는 관계 계열사를 보유하고 있는 업체인 것으로 파악되었다. 일반건설업 시장으로 진입할 계획이 있는 전문건설업체 중에서는 관계 계열사를 보유하지 않은 업체가 다수를 차지하는 것으로 조사되었으며, 이와 같은 경향은 일반건설업 세부시장 유형별로도 유사한 것으로 나타났다.

(6) 직접시공

전문건설업 시장으로 진입할 계획이 있는 일반건설업체의 다수는 직접시공 경험이 있으며, 직접시공비율이 전체공사비의 30%를 상회하는 업체인 것으로 파악되었다. 또한 이들 업체가 직접 시공하는 공종은 주로 토공사와 철근콘크리트공사인 것으로 조사되었다. 이는 직접시공의 무제도에 의해 일반건설업체는 일정 부분 자신이 직접 시공해야 할 필요가 있어 전문건설업종을 겸업하고자 하는 유인이 커지기 때문으로 이해된다.

3) 목표시장

(1) 진입계획 일반건설업체의 목표시장

전문건설업 시장으로 진입할 계획이 있는 일반건설업체는 원도급 공

사 시장, 공공공사 시장, 철근콘크리트공사와 토공사 시장, 1억원 이상 10억원 미만의 공사 시장을 주요 목표시장으로 삼고 있는 것으로 파악되었다. 전문건설업의 원·하도급 공사 시장별로도 동일한 경향이 나타나고 있으나, 다만 하도급 공사 시장의 공사규모별 목표시장이 5억원 이상 30억원 미만인 것으로 조사되었다. 당초 예상과 달리 하도급 공사 시장을 목표시장으로 고려하고 있는 업체도 상당한 비중을 차지하고 있는 것으로 분석되었다. 이들 업체 중에는 대형 일반건설업체도 있으며, 특히 토목·건축공사를 보유 한 업체도 상당수 있다는 점은 매우 특기할 만하다.

(2) 진입계획 전문건설업체의 목표시장

일반건설업 시장으로 진입할 계획이 있는 전문건설업체는 토목 및 건축 시장, 공공공사 시장, 3억원 이상 30억원 미만의 공사 시장을 주요 목표시장으로 삼고 있는 것으로 파악되었다. 이와 같은 경향은 일반건설업의 토목공사, 건축공사 및 조경공사 시장에서도 동일하게 나타나고 있는 것으로 분석되었다. 한편 진입계획 전문건설업체가 주요 수주 목표로 하는 시설유형은 도로(토목시설), 학교 및 관공서와 아파트 공사(건축시설), 하수폐수종말처리장(산업환경설비), 공원(조경시설)인 것으로 조사되었다.

1. 진입계획 특성 일반건설업체의 현황과 목표시장

전문건설업 시장으로 진입할 계획이 있는 업체만이 갖는 특성을 분석하고 이와 같은 특성을 지닌 업체(이하, 진입계획 특성 일반건설업체)의 현황과 목표시장을 파악한다.

1) 진입계획 업체와 미진입 계획 업체 간의 차이점 분석(일반건설업체)

t-검정과 교차분석³⁵⁾을 통해 진입계획 일반건설업체 집단과 미진입 계획 일반건설업체 집단간의 차이점을 파악하였다. t-검정은 정량적 변수인 기업규모, 업종보유 개수, 내부역량을 대상으로 실시하였으며, 교차분석은 정성적 변수인 주력업종, 업종보유 형태, 경쟁전략, 수익성, 관계 계열사 보유, 직접시공 경험 및 비율을 대상으로 이루어졌다³⁶⁾.

(1) t-검정

이 분석에서의 귀무가설은 “진입계획 일반건설업체 집단과 미진입

35) t-검정은 하나의 검정변수에 대해 두 집단간 평균의 차이가 통계적으로 유의한지를 파악할 때 이용되는 이용되는 통계기법이며, 교차분석은 한 변수의 범주를 다른 변수의 범주에 따라 빈도를 교차 분류하는 교차표를 작성함으로써 두 변수간의 독립성과 관련성을 분석하는 통계기법이다.

36) 정량적 변수는 수치로 표현 가능하며, 연속적 형태를 띠고 있으므로 평균의 의미가 있는 변수로서 등간척도와 비율척도로 측정된 변수를 말한다. 정성적 변수는 수치로 표현 가능하나, 속성 그 자체를 표현할 수 없으므로 평균의 의미가 없는 변수로서 명목척도와 순위척도에 의해 측정된다.

계획 일반건설업체 집단의 기업규모(시공능력평가액), 업종보유 개수, 내부역량 점수의 평균 차이는 없다”이다. 귀무가설의 채택 가능성을 검토하기 위해 t-검정을 실시하여 <표 4-1>과 같은 결과를 얻었다. 95% 신뢰구간에서 유의확률은 세 개의 변수 모두 5% 이상인 것으로 분석되어 귀무가설은 채택되었다. 따라서 진입계획이 있는 일반건설업체 집단과 미진입 일반건설업체 집단간에는 기업규모(시공능력평가액), 업종보유 개수 및 내부역량 점수의 평균 차이는 없는 것으로 나타났으며, 이들 변수는 진입계획 일반건설업체만이 갖는 특성이라 보기 힘들다.

<표 4-1> 전문건설업 시장 진입계획 업체 집단과 미진입 계획 업체 집단간의 차이점 분석(t-검정)

구분	진입여부	평균(천원)	표본수	t-값	유의확률	귀무가설
기업규모 (시평액)	진입	38,018,555	64	-1.125	0.262	채택
	미진입	222,466,284	121			
업종 보유수	진입	1.39	64	-0.297	0.767	채택
	미진입	1.42	121			
내부역량 (점수)	진입	56.28	64	0.197	0.844	채택
	미진입	56.01	121			

주: 귀무가설은 “진입계획 일반건설업체 집단과 미진입 계획 일반건설업체 집단의 기업규모(시공능력평가액), 업종보유 개수, 내부역량 점수의 평균 차이는 없다”임.

(2) 교차분석

이 분석에서의 귀무가설은 “주력업종, 경쟁전략, 수익성, 관계 계열사 보유 및 직접시공 경험과 비율과 전문건설업 시장으로의 진입계획 수립여부는 서로 관련성이 없다(독립적이다)”이다. 귀무가설의 채택 가능성을 검토하기 위해 교차분석을 실시하여 <표 4-2>와 같은 결과를 얻었다. 관계 계열사 보유를 제외하고 나머지 변수는 95% 신뢰구간에서 유의확률이 모두 5% 이상인 것으로 분석되어 귀무가설은 채택되었다. 그러나 관계 계열사 보유는 유의확률이 5% 미만인 것으로 분석됨에 따라 귀무가설이 기각되었다. 주력업종, 경쟁전략, 수익성, 직접시공 경험

및 비율과 전문건설업 시장으로의 진입계획 수립여부와는 서로 관련성이 없다고 할 수 있으나, 관계 계열사 보유의 경우에는 관련성이 있다고 할 수 있다. 따라서 관계 계열사 보유만이 진입계획 일반건설업체만이 갖는 특성이라 결론지을 수 있다.

<표 4-2> 전문건설업 시장 진입계획 업체 집단과 미진입 계획 집단간의 차이점 분석(교차분석)

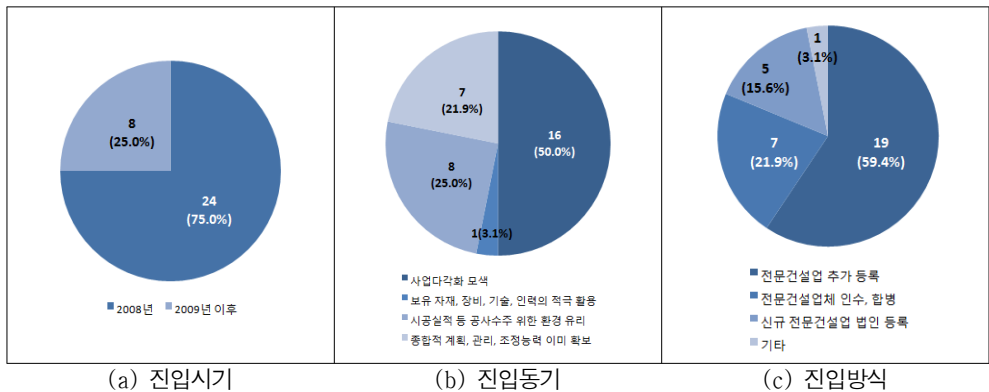
구분		진입계획 있음	진입계획 없음	전체	χ^2	유의 확률	귀무 가설
주력업종	토목건축	19(29.7)	38(31.4)	57(30.8)	1.435	0.697	채택
	토목	15(23.4)	31(25.6)	46(24.9)			
	건축	23(35.9)	34(28.1)	57(30.8)			
	조경	7(10.9)	18(14.9)	25(13.5)			
	전체	64(100.0)	121(100.0)	185(100.0)			
경쟁전략	원가전략	7(10.9)	15(12.4)	22(11.9)	0.253	0.969	채택
	차별화전략	9(14.1)	18(14.9)	27(14.6)			
	원가, 차별화 전략	25(39.1)	43(35.5)	68(36.8)			
	전략 없음	23(35.9)	45(37.2)	68(36.8)			
	전체	64(100.0)	121(100.0)	185(100.0)			
매출액영업이익률	2%미만	14(21.9)	23(19.0)	37(20.0)	3.033	0.695	채택
	2~4%미만	17(26.6)	24(19.8)	41(22.2)			
	4~6%미만	10(15.6)	31(25.6)	41(22.2)			
	6~10%미만	14(21.9)	28(23.1)	42(22.7)			
	10~20%미만	6(9.4)	10(8.3)	16(8.6)			
	20%이상	3(4.7)	5(4.1)	8(4.3)			
	전체	64(100.0)	121(100.0)	185(100.0)			
계열사	있음	32(50.0)	38(31.4)	70(37.8)	6.154	0.013	기각
	없음	32(50.0)	83(68.6)	115(62.2)			
	전체	64(100.0)	121(100.0)	185(100.0)			
직접시공	무	2(3.1)	10(8.3)	12(6.5)	1.823	0.177	채택
	유	62(96.9)	111(91.7)	173(93.5)			
	전체	64(100.0)	121(100.0)	185(100.0)			

주: 귀무가설은 “주력업종, 경쟁전략, 수익성, 관계 계열사 보유 및 직접시공 경험과 비율과 전문건설업 시장으로의 진입계획 수립여부는 서로 관련성이 없다(독립적이다)” 임.

2) 진입계획 특성 일반건설업체의 현황과 목표시장

전문건설업 시장 진입계획 업체만이 갖는 특성은 관계 계열사 보유인 것으로 나타났다. 이와 같은 특성을 지닌 진입계획 특성 일반건설업체는 32개사이며, 185개 전체 표본업체의 17.3%를 차지하는 것으로 분석되었다.

[그림 4-1]의 (a)와 같이 진입계획 특성 일반건설업체 중 2008년에 전문건설업 시장으로 진입할 계획이 있는 업체의 비율은 75.0%이며, 이는 전체 진입계획 일반건설업체의 비율인 64.1%보다 높은 것이다. 따라서 진입계획 특성 일반건설업체는 다른 진입계획 일반건설업체보다 전문건설업 시장진입에 대해 적극적일 것으로 보인다. 또한 (b), (c)와 같이 진입계획 특성 일반건설업체의 주요 진입동기와 방식은 전체 진입계획 일반건설업체와 마찬가지로 사업다각화 모색과 전문건설업종 추가등록인 것으로 나타났다.

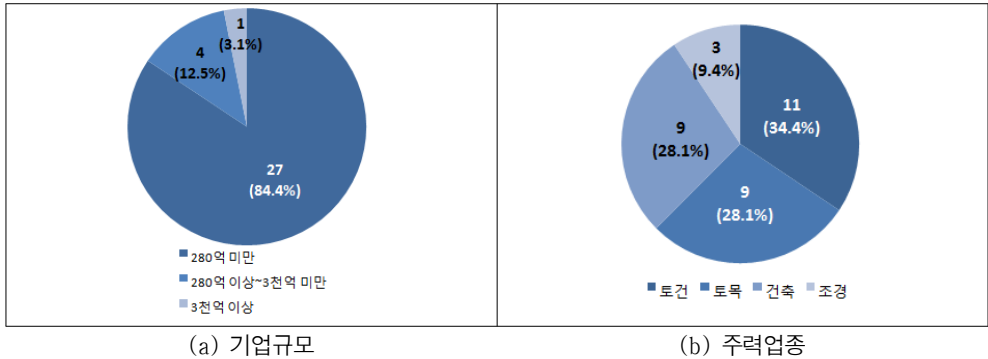


[그림 4-1] 진입계획 특성 일반건설업체의 진입시기, 동기 및 방식

(1) 현황

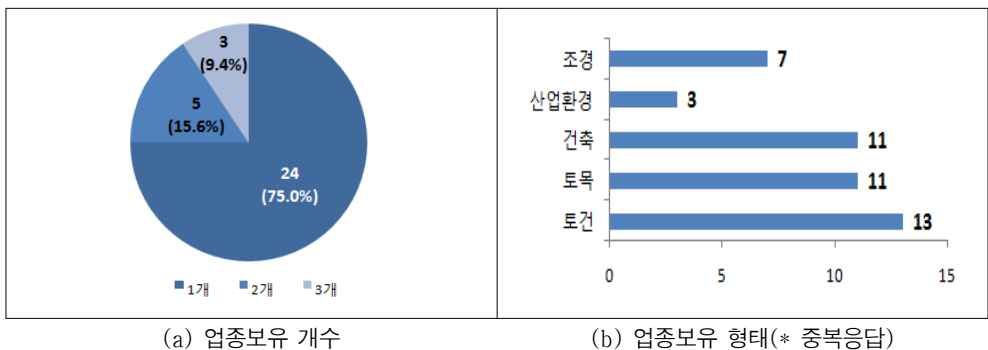
[그림 4-2]의 (a)와 같이 진입계획 특성 일반건설업체 중에서 시공능력평가액 280억원 미만의 소형업체는 27개사(84.4%)로서 가장 큰 비중

을 차지하고 있다. 또한 (b)와 같이 토목건축공사업 주력업체는 11개사(34.4%), 토목공사업과 건축공사업 주력업체 각각 9개사(28.1%), 조경공사업 주력업체 3개사(9.4%)인 것으로 나타났다. 진입계획 특성 일반건설업체는 소형업체, 토목·건축공사업 주력업체 중심으로 이루어져 있다.



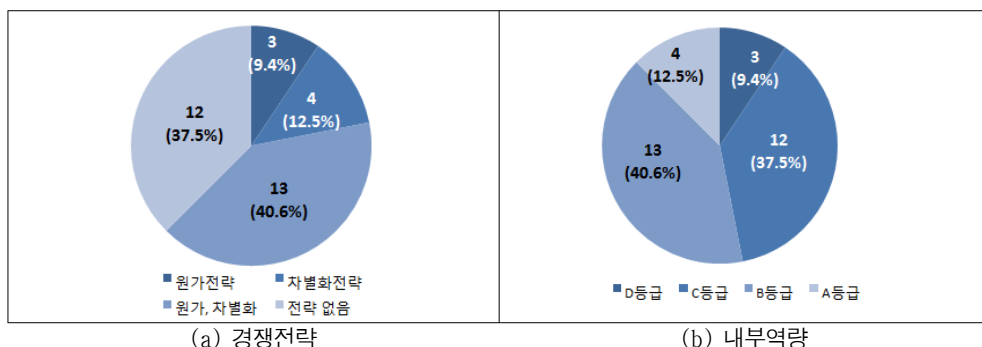
[그림 4-2] 진입계획 특성 일반건설업체의 기업규모와 주력업종

[그림 4-3]의 (a)와 같이 진입계획 특성 일반건설업체 중에서 1개 업종만을 보유한 업체가 24개사(75.0%)로 다수를 차지하는 것으로 나타났다. 또한 (b)와 같이 토목건축공사업을 보유한 업체가 13개사로 가장 많은 것으로 조사되었다. 따라서 진입계획 특성 일반건설업체는 1개 업종 보유 업체, 토목건축공사업 보유업체 중심으로 구성되어 있다.



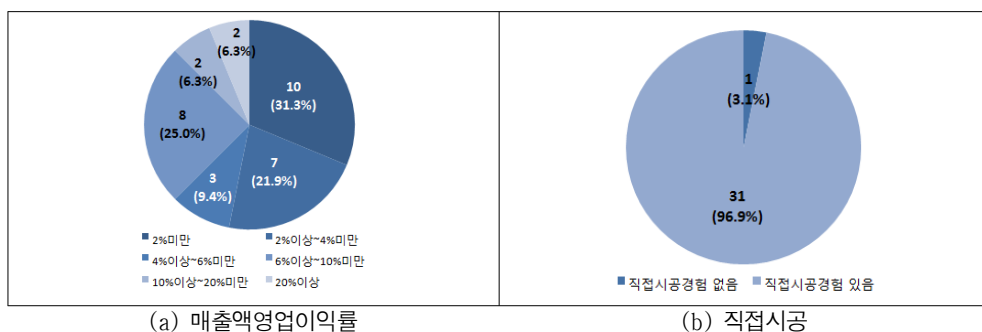
[그림 4-3] 진입계획 특성 일반건설업체의 업종보유 개수와 형태

[그림 4-4]의 (a)와 같이 진입계획 특성 일반건설업체 중에서 원가-차별화 우위 전략 업체는 13개사(40.6%)로 다수이며, (b)와 같이 내부역량의 수준이 B등급인 업체는 13개사(40.6%)로 가장 많은 비중을 차지하는 것으로 조사되었다. 따라서 진입계획 특성 일반건설업체는 원가-차별화 우위 전략 업체, 내부역량 보통 미만 업체를 중심으로 이루어져 있다.



[그림 4-4] 진입계획 특성 일반건설업체의 경쟁전략과 내부역량

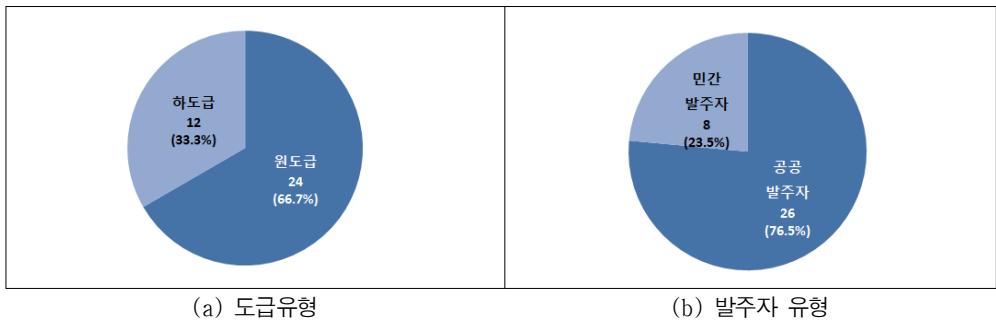
[그림 4-5]의 (a)와 같이 진입계획 특성 일반건설업체 중에서 매출액 영업이익률 6% 미만 업체가 20개사(62.5%)이고 그 이상인 업체가 12개사(37.5%)인 것으로 나타났다. 또한 (b)와 같이 직접시공 경험을 가지고 있으며, 직접시공비율이 30% 상회하는 업체는 31개사(96.9%)인 것으로 조사되었다. 따라서 진입계획 특성 일반건설업체는 수익성이 저조한 업체와 직접시공 경험 및 비율이 높은 업체를 중심으로 구성되어 있다.



[그림 4-5] 진입계획 특성 일반건설업체의 수익성과 직접시공

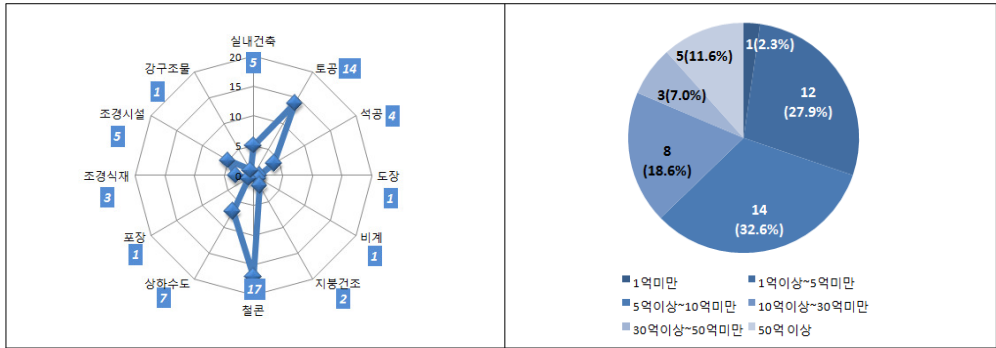
(2) 목표시장

[그림 4-6]의 (a)와 같이 진입계획 특성 일반건설업체의 대부분은 하도급 공사 시장(12개사, 33.3%)보다는 원도급 공사 시장(24개사, 66.7%)을 목표시장으로 삼고 있는 것으로 나타났다. 그러나 상당수의 진입계획 특성 업체는 하도급 공사 시장도 목표시장으로 고려하는 것으로 파악되었다. 또한 (b)와 같이 진입계획 특성 일반건설업체는 민간공사 시장(8개사, 23.5%)보다는 공공공사 시장(26개사, 76.5%)을 목표시장으로 선호하는 것으로 조사되었다. 따라서 진입계획 특성 일반건설업체는 전문건설업 원도급 시장, 공공공사 시장을 목표시장으로 하는 업체로 이루어져 있다.



[그림 4-6] 진입계획 특성 일반건설업체의 목표시장(도급유형·발주자유형)

[그림 4-7]의 (a)와 같이 진입계획 특성 일반건설업체는 주로 전문건설업의 토공사업과 철근콘크리트공사업 시장을 목표시장으로 삼고 있는 것으로 나타났다. 또한 (b)와 같이 1억원 이상 10억원 미만 공사 시장을 주요 목표시장으로 고려하는 것으로 조사되었다. 따라서 진입계획 특성 일반건설업체는 토공사업과 철근콘크리트공사업 시장과 1억원 이상 10억원 미만 공사시장을 목표시장으로 하는 업체로 구성되어 있다.

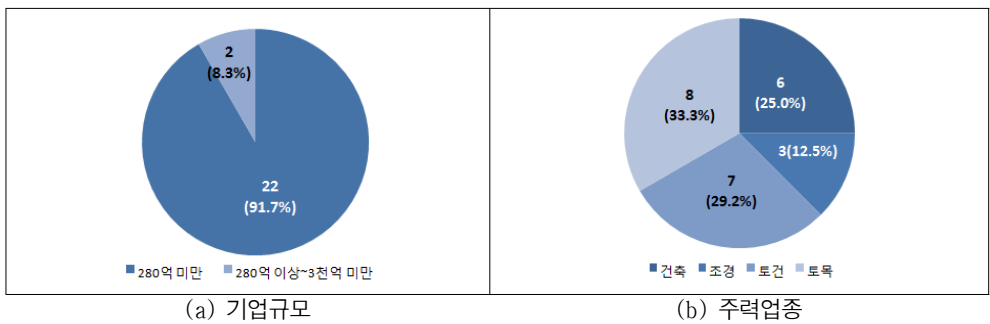


[그림 4-7] 진입계획 특성 일반건설업체의 목표시장(업종유형·공사규모)

3) 전문건설업 세부시장 유형별 진입계획 특성 일반건설업체의 현황과 목표시장

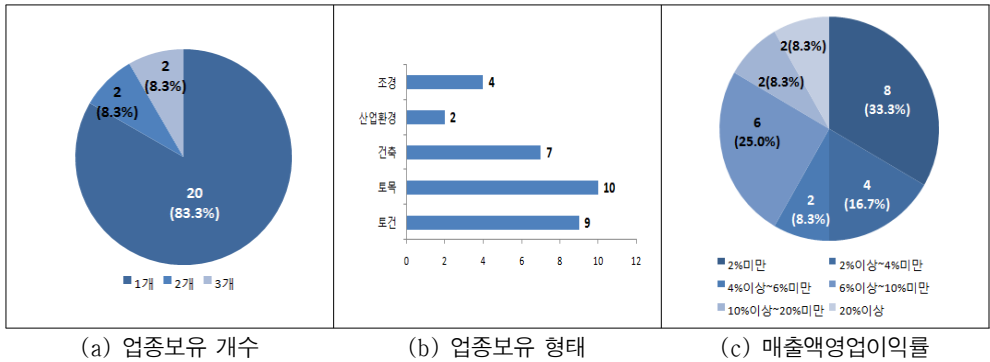
(1) 원도급 공사 시장

[그림 4-8]의 (a), (b)와 같이 전문건설업 원도급 공사를 목표시장으로 하는 진입계획 특성 일반건설업체 중에서는 시공능력평가액 280억원 미만 소형업체와 토목공사업 주력업체가 다수를 차지하고 있다.



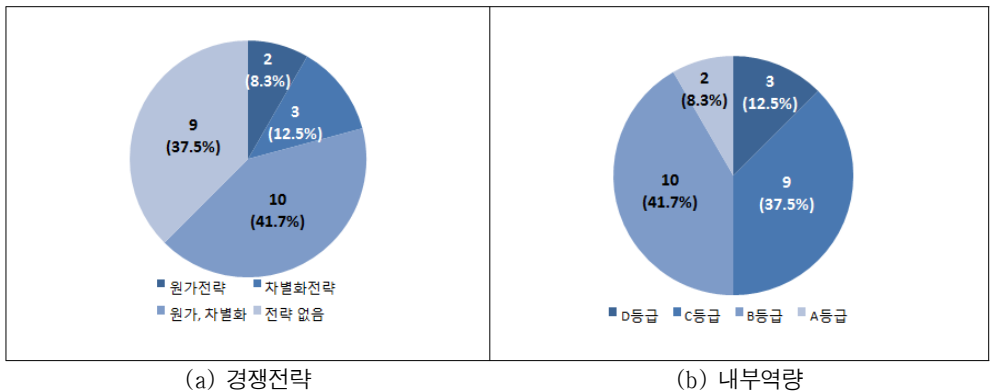
[그림 4-8] 진입계획 특성 일반건설업체의 기업규모와 주력업종(원도급 공사 시장)

[그림 4-9]의 (a), (b), (c)와 같이 전문건설업 원도급 공사를 목표시장으로 하는 진입계획 특성 일반건설업체 중에서는 1개 업종보유 업체와 토목공사업 보유업체, 수익성이 저조한 업체가 다수를 차지하고 있다.



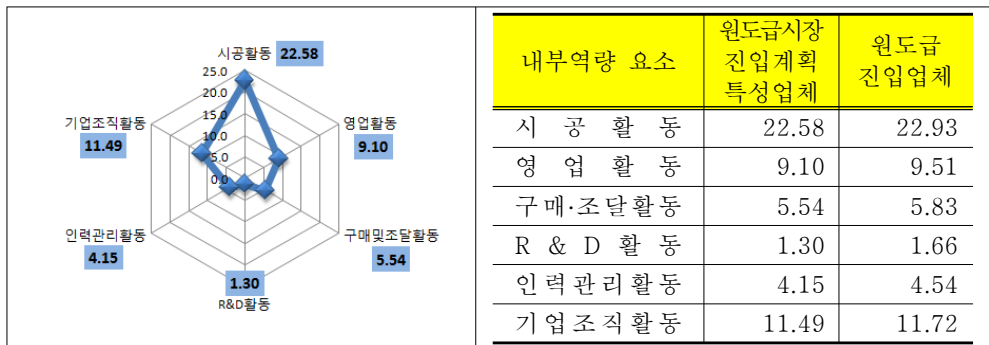
[그림 4-9] 진입계획 특성 일반건설업체의 업종보유 개수 및 형태와 수익성(원도급 공사 시장)

[그림 4-10]의 (a), (b)와 같이 전문건설업 원도급 공사를 목표시장으로 하는 진입계획 특성 일반건설업체 중에서는 원가-차별화 우위 전략 업체가 다수를 차지하고 있으며, 내부역량 수준이 보통 이상과 미만의 업체 비율은 비슷한 것으로 나타났다.



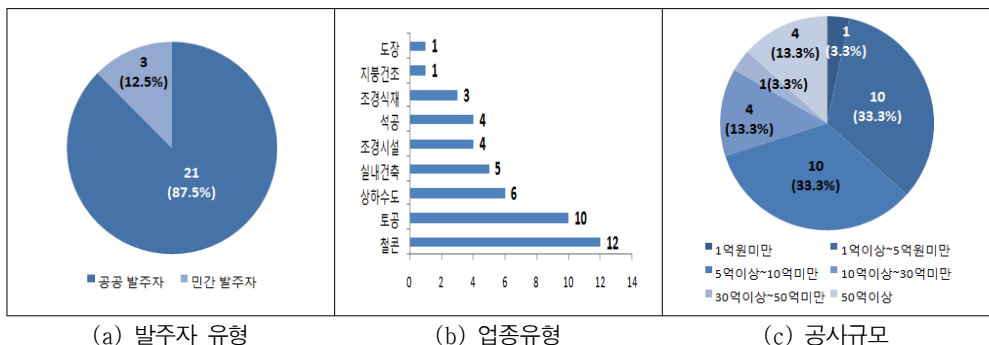
[그림 4-10] 진입계획 특성 일반건설업체의 경쟁전략과 내부역량(원도급 공사 시장)

[그림 4-11]과 같이 전문건설업 원도급 공사를 목표시장으로 하는 진입계획 특성 일반건설업체는 전체 원도급 시장 진입계획 일반건설업체 비해 내부역량 요소별 수준이 모두 낮은 것으로 나타났다.



[그림 4-11] 진입계획 특성 일반건설업체의 내부역량 요소별 점수(원도급 공사 시장)

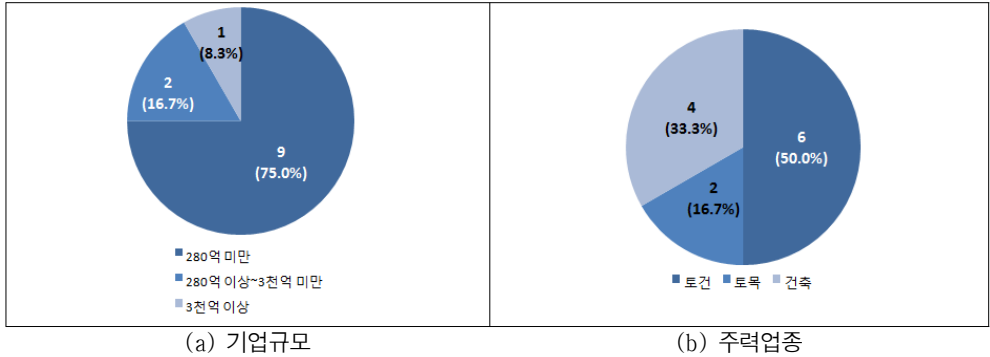
[그림 4-12]와 같이 전문건설업 원도급 공사를 목표시장으로 하는 진입계획 특성 일반건설업체는 공공공사 시장, 철근콘크리트공사, 토공사, 상하수도공사, 실내건축공사 시장, 그리고 1억원 이상 10억원 미만 공사 시장을 중점 수주 대상으로 고려하는 것으로 나타났다.



[그림 4-12] 진입계획 특성 일반건설업체의 목표시장(원도급 공사 시장)

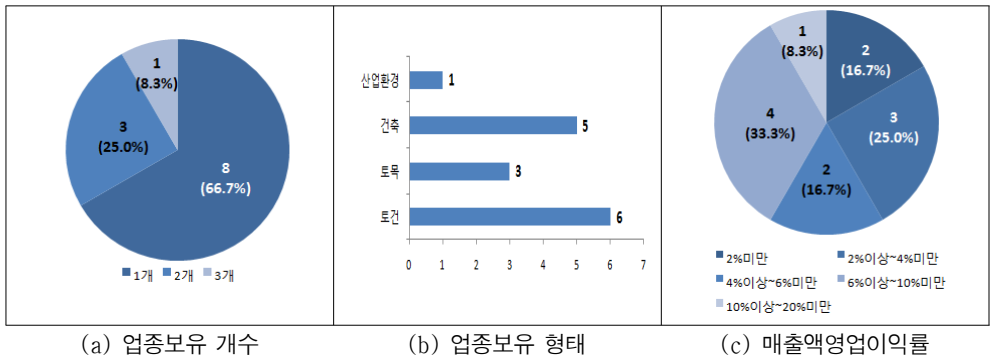
(2) 하도급 공사 시장

[그림 4-13]의 (a), (b)와 같이 전문건설업 하도급 공사를 목표시장으로 하는 진입계획 특성 일반건설업체 중에서는 시공능력평가액 280억원 미만 소형업체와 토목·건축공사업 주력업체가 다수를 차지하고 있다.



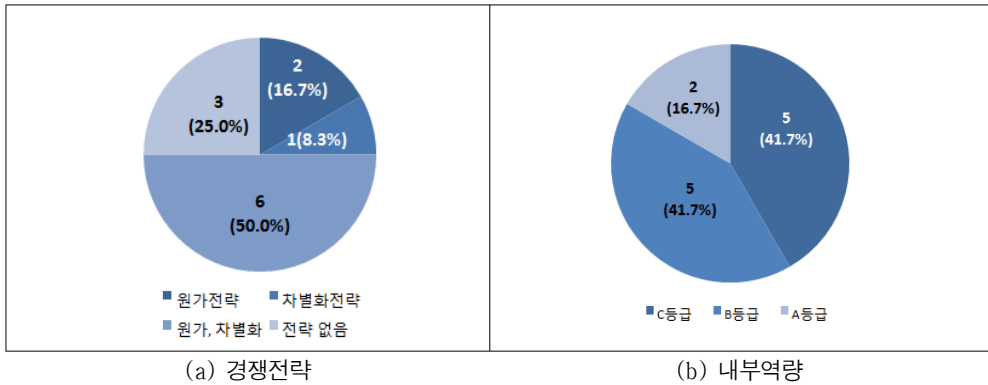
[그림 4-13] 진입계획 특성 일반건설업체의 기업규모와 주력업종(하도급 공사 시장)

[그림 4-14]의 (a), (b), (c)와 같이 전문건설업 하도급 공사를 목표시장으로 하는 진입계획 특성 일반건설업체 중에서는 1개 업종보유 업체와 토목·건축공사업 보유업체, 수익성이 저조한 업체가 다수를 차지하고 있는 것으로 나타났다.



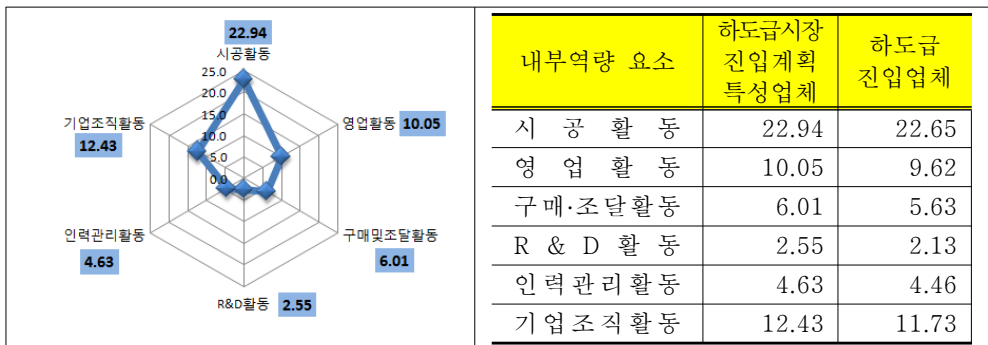
[그림 4-14] 진입계획 특성 일반건설업체의 업종보유 개수 및 형태와 수익성(하도급 공사 시장)

[그림 4-15]의 (a), (b)와 같이 전문건설업 하도급 공사를 목표시장으로 하는 진입계획 특성 일반건설업체 중에서는 원가-차별화 우위 전략 업체와 내부역량 보통 이상인 업체가 다수를 차지하고 있다.



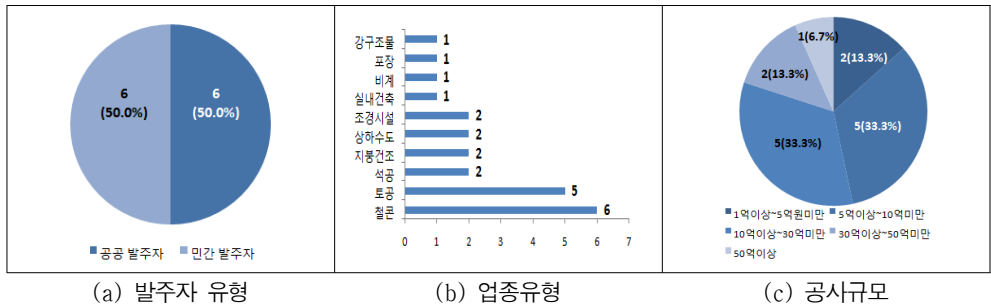
[그림 4-15] 진입계획 특성 일반건설업체의 경쟁전략과 내부역량(하도급 공사 시장)

[그림 4-16]과 같이 전문건설업 하도급 공사를 목표시장으로 하는 진입계획 특성 일반건설업체는 전체 하도급 시장 진입계획 일반건설업체 비해 내부역량 요소별 수준이 모두 높은 것으로 나타났다.



[그림 4-16] 진입계획 특성 일반건설업체의 내부역량 요소별 점수(하도급 공사 시장)

[그림 4-17]과 같이 전문건설업 하도급 공사를 목표시장으로 하는 진입계획 특성 일반건설업체는 공공 및 민간공사 시장, 철근콘크리트공사업, 토공사업 시장, 그리고 5억원 이상 30억원 미만 공사 시장을 중점 수주 대상으로 고려하는 것으로 나타났다.



[그림 4-17] 진입계획 특성 일반건설업체의 목표시장(하도급 공사 시장)

2. 진입계획 특성 전문건설업체의 현황과 목표시장

일반건설업 시장으로 진입할 계획이 있는 업체만이 갖는 특성을 분석하고, 이와 같은 특성을 지닌 업체(이하, 진입계획 특성 전문건설업체)의 현황과 목표시장을 파악한다.

1) 진입계획 업체와 미진입 계획 업체간의 차이점 분석(전문건설업체)

t-검정과 교차분석³⁷⁾을 통해 진입계획 전문건설업체 집단과 미진입 계획 전문건설업체 집단간의 차이점을 파악하였다. t-검정은 정량적 변수인 기업규모, 업종보유 개수, 내부역량을 대상으로 실시하였으며, 교차분석은 정성적 변수인 주력업종, 업종보유 형태, 경쟁전략, 수익성, 관계 계열사 보유를 대상으로 이루어졌다³⁸⁾.

(1) t-검정

이 분석에서의 귀무가설은 “진입계획 전문건설업체 집단과 미진입 계획 전문건설업체 집단의 기업규모(시공능력평가액), 업종보유 개수, 내부역량 점수의 평균 차이는 없다”이다. 귀무가설의 채택 가능성을 검토하기 위해 t-검정을 실시하여 <표 4-3>과 같은 결과를 얻었다. 기업 규모를 제외하고 나머지 변수는 95% 신뢰구간에서 유의확률은 5% 미만

37) t-검정은 하나의 검정변수에 대해 두 집단간 평균의 차이가 통계적으로 유의한지를 파악할 때 이용되는 통계기법이며, 교차분석은 한 변수의 범주를 다른 변수의 범주에 따라 빈도를 교차 분류하는 교차표를 작성함으로써 두 변수간의 독립성과 관련성을 분석하는 통계기법이다.

38) 정량적 변수는 수치로 표현 가능하며, 연속적 형태를 띠고 있으므로 평균의 의미가 있는 변수로서 등간척도와 비율척도로 측정된 변수를 말한다. 정성적 변수는 수치로 표현 가능하나, 속성 그 자체를 표현할 수 없으므로 평균의 의미가 없는 변수로서 명목척도와 순위척도에 의해 측정된다.

인 것으로 분석되어 귀무가설은 기각되었다. 그러나 기업규모는 유의확률이 5% 이상인 것으로 분석됨에 따라 귀무가설이 채택되었다. 따라서 진입계획이 있는 전문건설업체 집단과 미진입 전문건설업체 집단간에는 업종보유 개수 및 내부역량 점수의 평균 차이가 있는 것으로 나타났으며, 이들 변수는 진입계획 전문건설업체만이 갖는 특성이라 할 수 있다.

<표 4-3> 일반건설업 시장 진입계획 업체 집단과 미진입 계획 업체 집단간의 차이점 분석(t-검정)

구분	진입여부	평균(천원)	표본수	t-값	유의확률	귀무가설
기업규모 (시평액)	진입	9,531,534	199	0.082	0.934	채택
	미진입	9,421,410	362			
업종 보유수	진입	2.387	199	2.599	0.010	기각
	미진입	2.083	362			
내부역량 (점수)	진입	56.734	199	2.515	0.012	기각
	미진입	54.586	362			

주: 귀무가설은 “진입계획 전문건설업체 집단과 미진입 계획 전문건설업체 집단의 기업규모(시공능력평가액), 업종보유 개수, 내부역량 점수의 평균 차이는 없다”임.

(2) 교차분석

이 분석에서의 귀무가설은 “주력업종, 업종보유 형태, 경쟁전략, 수익성, 관계 계열사 보유와 일반건설업 시장으로의 진입계획 수립여부는 서로 관련성이 없다(독립적이다)”이다. 귀무가설의 채택 가능성을 검토하기 위해 교차분석을 실시하여 <표 4-4>와 같은 결과를 얻었다. 경쟁전략과 수익성(매출액영업이익률)을 제외하고 나머지 변수는 95% 신뢰구간에서 유의확률이 모두 5% 미만인 것으로 분석되어 귀무가설은 기각되었다. 그러나 경쟁전략과 수익성(매출액영업이익률)은 유의확률이 5% 이상인 것으로 분석됨에 따라 귀무가설이 채택되었다. 주력업종, 업종보유 형태, 관계 계열사 보유와 전문건설업 시장으로의 진입계획 수립여부와는 서로 관련성이 있다고 할 수 있으나, 경쟁전략과 수익성(매

출액영업이익률)의 경우에는 관련성이 없다고 할 수 있다. 따라서 주력업종, 업종보유 형태, 관계 계열사 보유는 진입계획 전문건설업체만이 갖는 특성이라 결론지을 수 있다.

<표 4-4> 일반건설업 시장 진입계획 업체 집단과 미진입 계획 집단간의 차이점 분석(교차분석)

구분		진입계획 있음	진입계획 없음	전체	χ^2	유의 확률	귀무 가설
주력업종	건축관련 업종	94(47.2)	219(60.5)	313(55.8)	9.156	0.002	기각
	토목관련 업종	105(52.8)	143(39.5)	248(44.2)			
	전체	199(100.0)	362(100.0)	561(100.0)			
업종보유 형태	토공+철콘+기타	54(27.1)	54(14.9)	108(19.3)	12.33 2	0.000	기각
	기타업종	145(72.9)	308(85.1)	453(80.7)			
	전체	199(100.0)	362(100.0)	561(100.0)			
경쟁전략	원가 전략	28(14.1)	48(13.3)	76(13.5)	3.449	0.327	채택
	차별화 전략	15(7.5)	30(8.3)	45(8.0)			
	원가,차별화 전략	91(45.7)	140(38.7)	231(41.2)			
	전략 없음	65(32.7)	144(39.8)	209(37.3)			
	전체	199(100.0)	362(100.0)	561(100.0)			
매출액영업이익률	2% 미만	37(18.6)	84(23.2)	121(21.6)	8.712	0.274	채택
	2~4% 미만	61(30.7)	97(26.8)	158(28.2)			
	4~6% 미만	47(23.6)	76(21.0)	123(21.9)			
	6~9% 미만	35(17.6)	50(13.8)	85(15.2)			
	10~20% 미만	16(8.0)	46(12.7)	62(11.1)			
	20% 이상	3(1.5)	9(2.5)	12(2.1)			
	전체	199(100.0)	362(100.0)	561(100.0)			
계열사	있음	32(16.1)	35(9.7)	67(11.9)	5.020	0.025	기각
	없음	167(83.9)	327(90.3)	494(88.1)			
	전체	199(100.0)	362(100.0)	561(100.0)			

주: 귀무가설은 “주력업종, 업종보유 형태, 경쟁전략, 수익성, 관계 계열사 보유와 일반건설업 시장으로의 진입계획 수립여부는 서로 관련성이 없다(독립적이다)”임.

2) 진입계획 특성 전문건설업체의 현황과 목표시장

(1) 진입계획 업체의 특성에 관한 요인 및 군집분석

일반건설업 시장 진입계획 업체 집단만이 갖는 특성은 주력업종, 업종보유 개수 및 형태, 내부역량, 관계 계열사 보유인 것으로 나타났다. 이와 같은 특성을 복합적으로 지닌 진입계획 특성 전문건설업체를 추출하기 위해 <표 4-5>와 같이 요인분석³⁹⁾을 실시하였다.

<표 4-5> 진입계획 업체의 특성에 관한 요인분석 결과

측정항목	요인			공통성
	1	2	3	
업종보유 개수	-0.900	0.015	0.140	0.829
업종보유 형태	0.859	0.032	0.273	0.814
내부역량	-0.200	0.786	0.204	0.700
계열사 보유	0.240	0.714	-0.248	0.629
주력업종	0.077	-0.008	0.936	0.882
고유치	1.652	1.130	1.073	
고유치/문항수(분산율)	33.0	22.6	21.5	
KMO	0.480			
구형성검정치	333.216			
유의확률	0.000			

<표 4-5>에서 보는 바와 같이 진입계획 업체만이 갖는 특성인 주력업종, 업종보유 개수, 업종보유 형태, 내부역량 수준 및 관계 계열사 보유는 3개의 요인으로 묶이는 것을 볼 수 있다⁴⁰⁾. 요인 1은 업종보유 개수

39) 요인추출은 주성분분석법을 이용하였으며, 요인회전은 요인들 간의 상호독립성을 검증하고 정보손실을 최소화하는데 유용한 직교회전법을 적용하였다. 이를 통해 변수들 간의 상관관계가 다른 변수에 의해 설명되는 정도를 나타내는 KMO(kaise-Meyer-Olkin)의 값은 0.480으로 나타났다. 또한 요인분석 모형의 적합성 여부를 나타내는 바르레트(Bartlett)의 구형성검정치가 333.216이고 유의확률값이 0.000이므로 공통요인이 존재한다고 볼 수 있다.

40) 본 연구에서 요인분석을 실시하는 목적은 군집분석을 실시하기 위한 요인적재값을 추출하는데 있다. 따라서 공통요인에 관한 새로운 요인 이름을 부여하지 않는다.

와 업종보유 형태가 하나의 공통요인화된 것으로서, 이는 업종보유 개수가 많을수록 토공사업과 철근콘크리트공사업을 동시에 보유하고 다른 업종을 보유하는 경우가 많기 때문으로 보인다. 요인 2는 내부역량과 관계 계열사 보유가 하나의 공통요인화된 것으로서, 일반건설업체 등 관계 계열사를 보유한 전문건설업체는 본연의 시공능력뿐만 아니라 양질의 종합적 관리능력도 배양할 기회를 갖게 되어 내부역량 수준이 높을 수 밖에 없기 때문인 것으로 보인다. 요인 3은 주력업종만이 하나의 요인으로 남게 된 것이다.

199개 진입계획 전문건설업체 중에서 3가지 요인을 모두 갖춘 진입계획 특성 전문건설업체를 선별하기 위해 <표 4-6>과 같이 군집분석⁴¹⁾을 실시하였다. 199개 진입계획 전문건설업체는 2개의 집단으로 분류되었다. 하나는 3개의 요인이 복합적으로 작용하여 진입계획 업체만이 갖는 특성이 반영된 진입계획 특성 전문건설업체이며, 다른 하나는 진입계획 업체만이 갖는 특성이 고려되지 않는 집단이다. 이와 같은 진입계획 특성 전문건설업체는 71개사이며, 561개 표본업체의 12.7%를 차지하는 것으로 나타났다.

<표 4-6> 진입계획 특성 전문건설업체의 선별을 위한 군집분석 결과

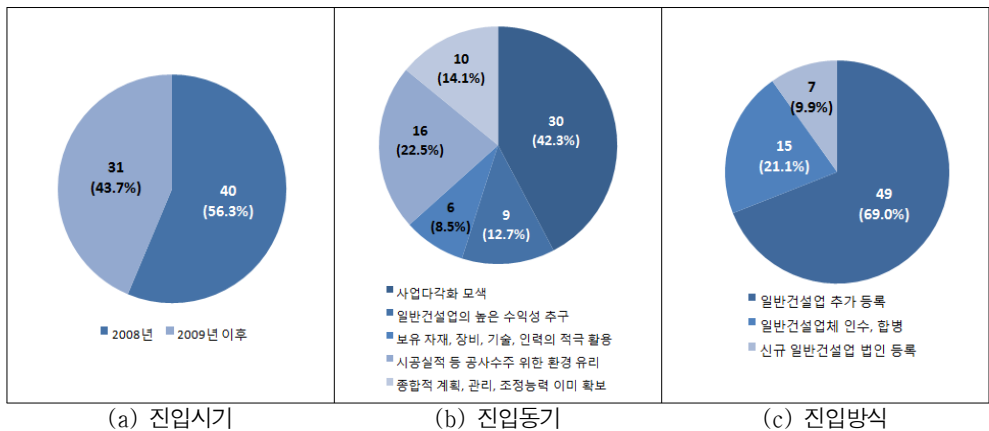
요인	군집분류		t-검정	t값	유의 확률
	1 (n=71)	2 (n=128)	1~2		
요인1	-0.978	0.543	*	-15.013	0.000
요인2	-0.518	0.287	*	-5.890	0.000
요인3	-0.150	0.083	n.s	-1.578	0.116

주: 1) (n)은 케이스 수이며, 셀 안의 수치들은 군집분류 및 요인간 요인점수의 평균치를 의미한다.

2) *는 Significant(유의한), n.s는 Not Significant(유의하지 않음)를 나타낸다.

41) 이때 서로 가까이 있는 표본들을 하나의 군집으로 묶으며 가장 유용한 방법으로 알려져 있는 워드방법을 이용하였다. 또한 집단군 유형별 사후검정을 위해서 일원배치 분산분석(ANOVA)과 집단별 평균분석(t-test)을 이용하였다.

[그림 4-18]의 (a)와 같이 진입계획 특성 전문건설업체 중 2008년에 일반건설업 시장으로 진입할 계획이 있는 업체의 비율은 56.3%이며, 이는 전체 진입계획 전문건설업체의 비율인 52.3%보다 다소 높은 것이다. 따라서 진입계획 특성 전문건설업체는 다른 진입계획 전문건설업체보다 일반건설업 시장진입에 대해 적극적일 것으로 보인다. 또한 (b), (c)와 같이 진입계획 특성 전문건설업체의 주요 진입동기와 방식은 전체 진입계획 전문건설업체와 마찬가지로 사업다각화 모색과 전문건설업종 추가 등록인 것으로 나타났다.

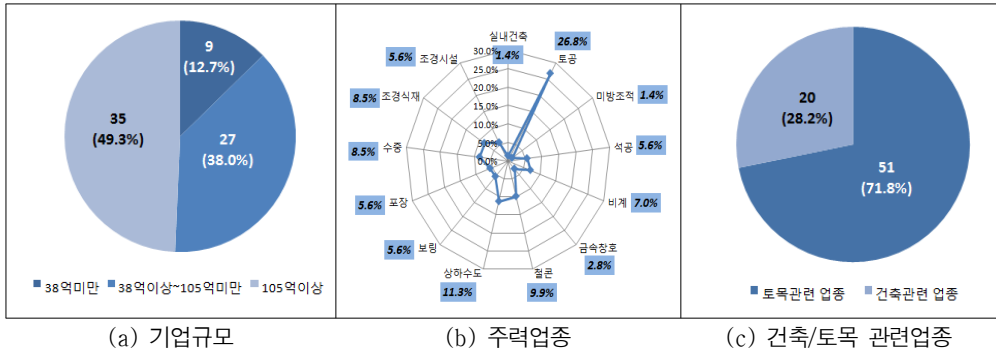


[그림 4-18] 진입계획 특성 전문건설업체의 진입시기, 동기 및 방식

(2) 현황

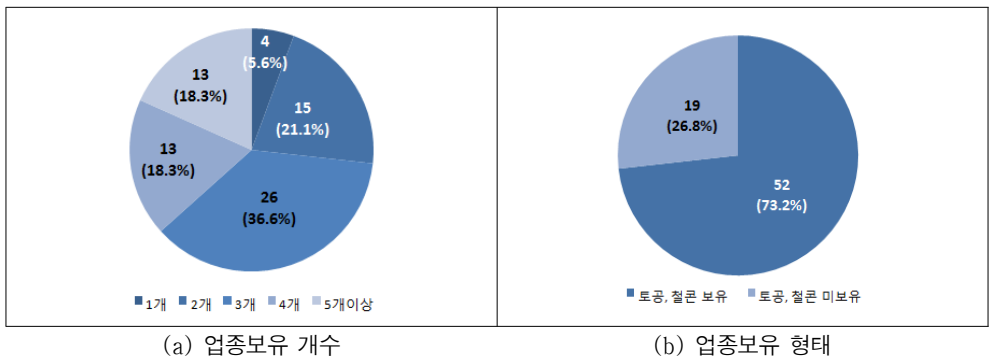
[그림 4-19]의 (a)와 같이 진입계획 특성 전문건설업체 중에서 대형업체에 해당하는 시공능력평가액 105억 이상의 업체는 35개사(49.3%)로 가장 높은 비율을 차지하고 있는 것으로 나타났다. 또한 (b)와 같이 토공사업을 주력하는 업체가 전체의 26.8%로 다수를 차지하는 것으로 조사되었다. 한편 (c)와 같이 토목·건축관련 업종으로 구분하였을 때는 토목관련 업종을 주력업체가 51개사로 전체의 70.4%이며, 건축관련 업체가 20개사로 29.6%를 차지하고 있는 것으로 분석되었다. 따라서 진입계

획 특성 전문건설업체는 대형업체이고, 토목관련 업종을 주력하는 업체로 구성되어 있음을 알 수 있다.



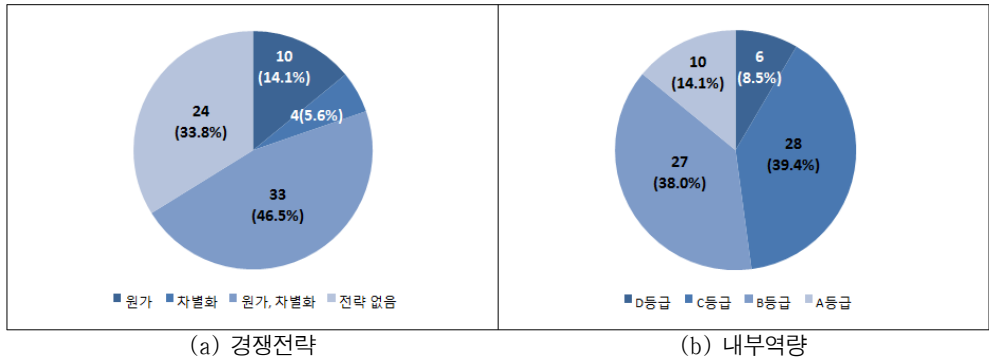
[그림 4-19] 진입계획 특성 전문건설업체의 기업규모와 주력업종

[그림 4-20]의 (a)와 같이 진입계획 특성 전문건설업체 중에서 3개 이상의 업종을 보유한 업체가 52개사로 73.2%를 차지하고 있는 것으로 나타났다. 또한 (b)와 같이 토공사업과 철근콘크리트공사업을 보유한 업체가 52개사로 전체의 78.9%를 차지하고 있는 것으로 나타났다. 따라서 이들 업체는 토공사업과 철근콘크리트공사업 등 3개 이상의 업종을 보유한 업체로 이루어져 있음을 알 수 있다.



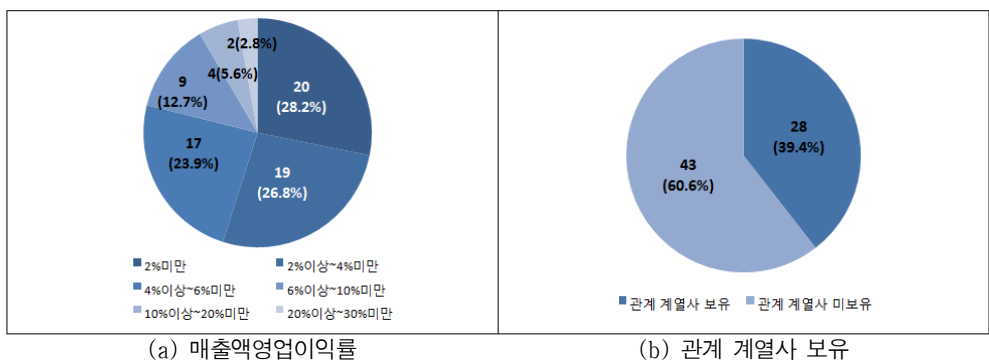
[그림 4-20] 진입계획 특성 전문건설업체의 업종보유 형태 및 개수

[그림 4-21]의 (a)와 같이 진입계획 특성 전문건설업체 중에서 원가-차별화 우위 전략 업체가 33개사로 전체의 46.5%인 것으로 나타났다. 또한 (b)와 같이 내부역량 수준이 보통 이상인 업체가 37개사(52.1%)인 것으로 조사되었다.



[그림 4-21] 진입계획 특성 전문건설업체의 경쟁전략과 내부역량

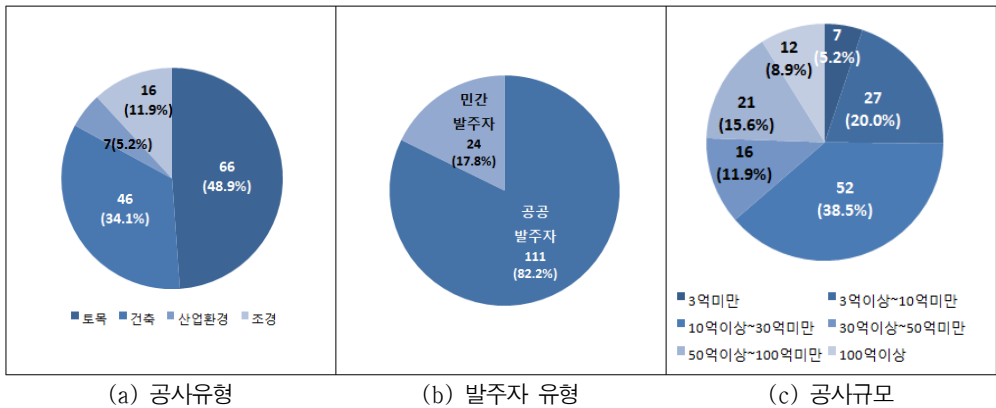
[그림 4-22]의 (a)와 같이 진입계획 특성 전문건설업체 중에서 매출액 영업이익률 4% 미만인 업체가 39개사로 전체의 55.0%인 것으로 나타났다. 한편 (b)와 같이 관계 계열사를 보유하지 않은 업체가 43개사로 전체의 60.6%인 것으로 조사되었다. 따라서 이들 업체는 대부분 수익성이 저조하고 관계 계열사를 보유하지 않은 업체로 구성되어 있다.



[그림 4-22] 진입계획 특성 전문건설업체의 수익성과 관계 계열사 보유

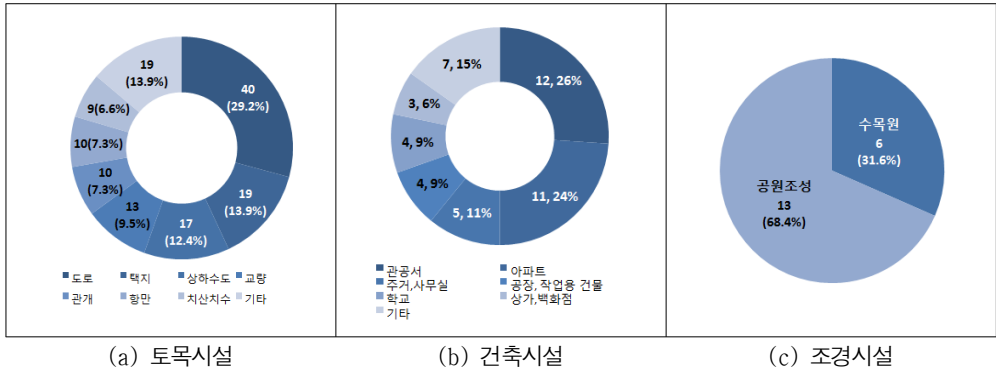
(3) 목표시장

[그림 4-23]의 (a)와 같이 진입계획 특성 전문건설업체가 주로 목표로 하는 시장은 토목공사(66개사, 48.9%)와 건축공사(46개사, 34.1%)인 것으로 나타났다. 한편 (b)와 같이 발주자 유형으로 살펴보았을 때, 공공공사 시장을 목표시장으로 삼고 있는 업체는 111개사(82.2%)로 가장 큰 비중을 차지하고 있는 것으로 파악되었다. 또한 (c)와 같이 진입계획 특성 전문건설업체가 주로 목표로 하는 시장은 3억원 이상 30억원 미만 공사규모의 시장(95개사, 70.4%)인 것으로 나타났다.



[그림 4-23] 진입계획 특성 전문건설업체의 목표시장(공사유형·발주자유형·공사규모)

[그림 4-24]와 같이 진입계획 특성 전문건설업체는 토목시설물 중에서는 도로를 중점 수주대상으로 고려하는 업체가 40개사(29.2%)로 가장 많은 비중을 차지하고 있으며, 건축시설물 중에서는 관공서와 아파트를 중점 수주대상으로 삼고 있는 업체가 23개사(50.0%)로 가장 많은 것으로 나타났다. 또한 조경시설물 중에서는 공원을 중점 수주대상으로 삼고 있는 업체가 13개사(68.4%)로 다수를 차지하는 것으로 조사되었다.

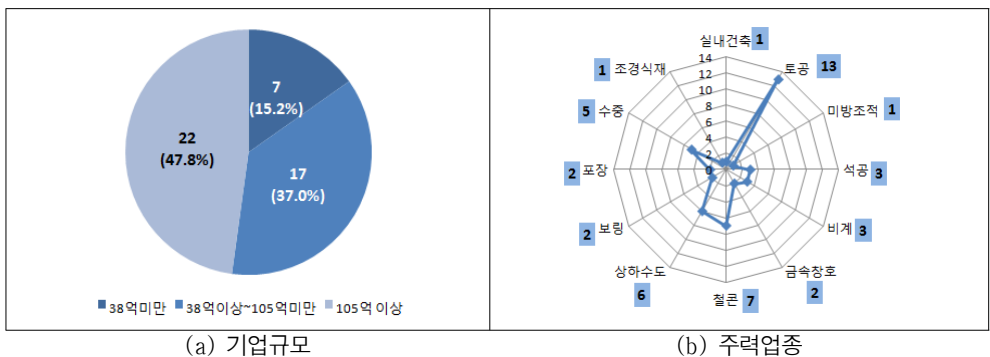


[그림 4-24] 진입계획 특성 전문건설업체의 목표시장(시설유형)

3) 일반건설업 세부시장 유형별 진입계획 특성 전문건설업체의 현황과 목표시장

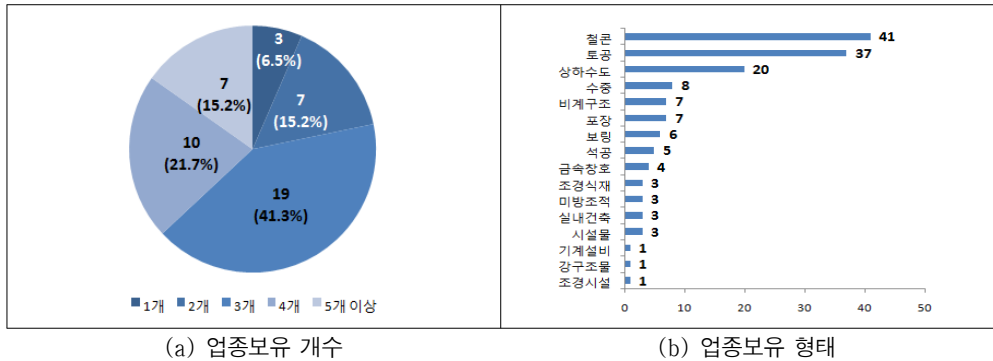
(1) 건축공사 시장

[그림 4-25]의 (a), (b)와 같이 일반건설업 건축공사 시장을 목표시장으로 하는 진입계획 특성 전문건설업체 중에서는 시공능력평가액 105억원 이상 대형업체와 토공사업과 철근콘크리트공사업 주력업체가 다수를 차지하고 있다.



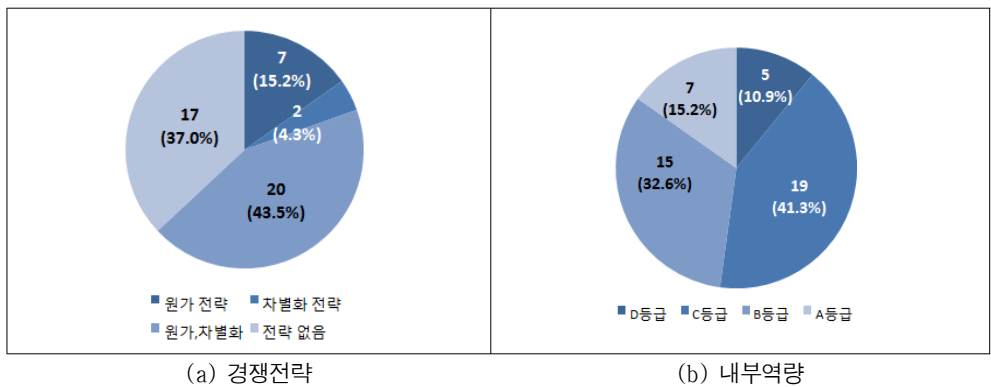
[그림 4-25] 진입계획 특성 전문건설업체의 기업규모와 주력업종(건축공사 시장)

[그림 4-26]의 (a), (b)와 같이 일반건설업 건축공사 시장을 목표시장으로 하는 진입계획 특성 전문건설업체 중에서는 다수의 업종보유 업체와 철근콘크리트공사업과 토공사업 보유업체가 다수를 차지하고 있는 것으로 나타났다.



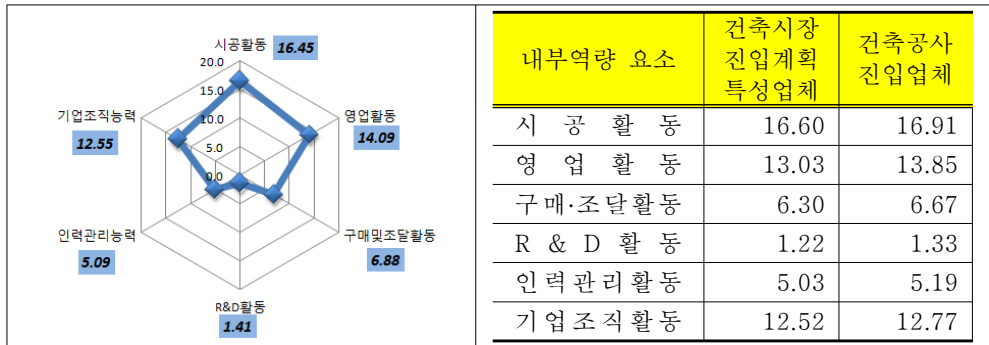
[그림 4-26] 진입계획 특성 전문건설업체의 업종보유 개수 및 형태와 수익성(건축공사 시장)

[그림 4-27]의 (a), (b)와 같이 일반건설업 건축공사를 목표시장으로 하는 진입계획 특성 전문건설업체 중에서는 원가-차별화 우위 전략 업체와 내부역량 보통 미만인 업체가 다수를 차지하고 있다.



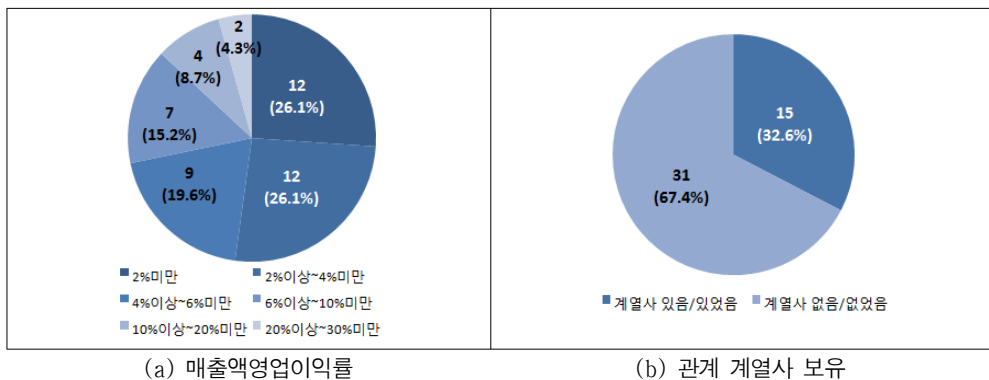
[그림 4-27] 진입계획 특성 전문건설업체의 경쟁전략과 내부역량(건축공사 시장)

[그림 4-28]과 같이 일반건설업 건축공사를 목표시장으로 하는 진입 계획 특성 전문건설업체는 전체 건축공사 시장 진입계획 전문건설업체 비해 내부역량 요소별 수준이 모두 낮은 것으로 나타났다.



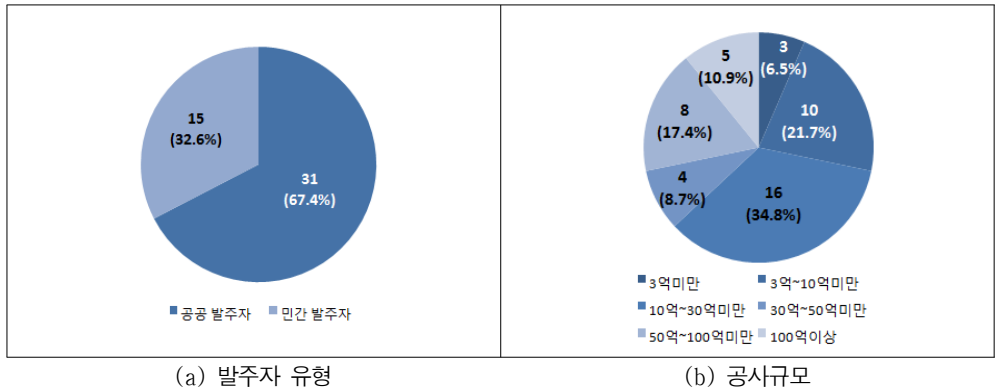
[그림 4-28] 진입계획 특성 전문건설업체의 내부역량 요소별 점수(건축공사 시장)

[그림 4-29]의 (a), (b)와 같이 일반건설업 건축공사를 목표시장으로 하는 진입계획 특성 전문건설업체 중에서는 수익성이 저조한 업체와 관계 계열사를 보유하지 않은 업체가 다수를 차지하고 있다.



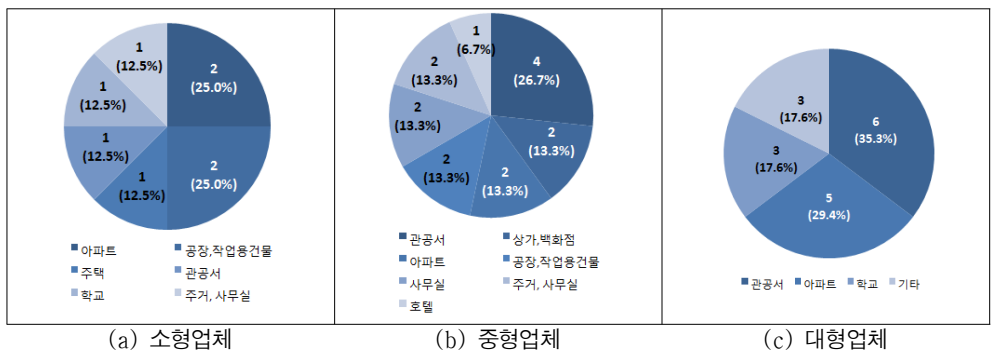
[그림 4-29] 진입계획 특성 전문건설업체의 수익성과 관계 계열사 보유(건축공사 시장)

[그림 4-30]과 같이 일반건설업 건축공사를 목표시장으로 하는 진입 계획 특성 일반건설업체는 공공공사 시장, 3억원 이상 30억원 미만 공사 시장을 중점 수주대상으로 고려하는 것으로 나타났다.



[그림 4-30] 진입계획 특성 전문건설업체의 목표시장(건축공사 시장)

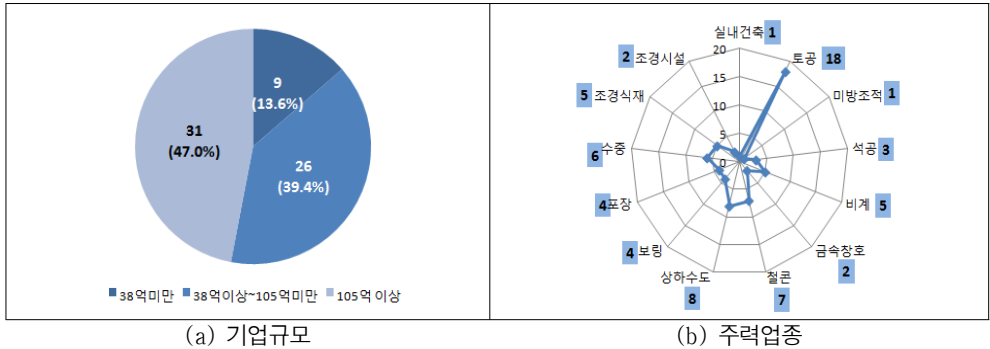
[그림 4-31]과 같이 일반건설업 건축공사를 목표시장으로 하는 진입 계획 특성 일반건설업체 중 소형업체는 아파트, 중·대형업체는 관공사를 중점 수주대상으로 고려하는 것으로 나타났다.



[그림 4-31] 진입계획 특성 전문건설업체의 목표시장(건축공사 시장, 시설유형)

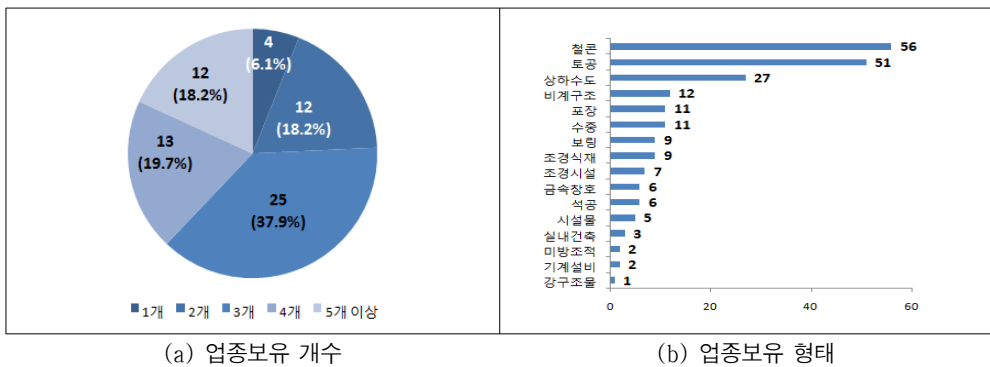
(2) 토목공사 시장

[그림 4-32]의 (a), (b)와 같이 일반건설업 토목공사 시장을 목표시장으로 하는 진입계획 특성 전문건설업체 중에서는 시공능력평가액 105억원 이상 대형업체와 토공사업 주력업체가 다수를 차지하고 있다.



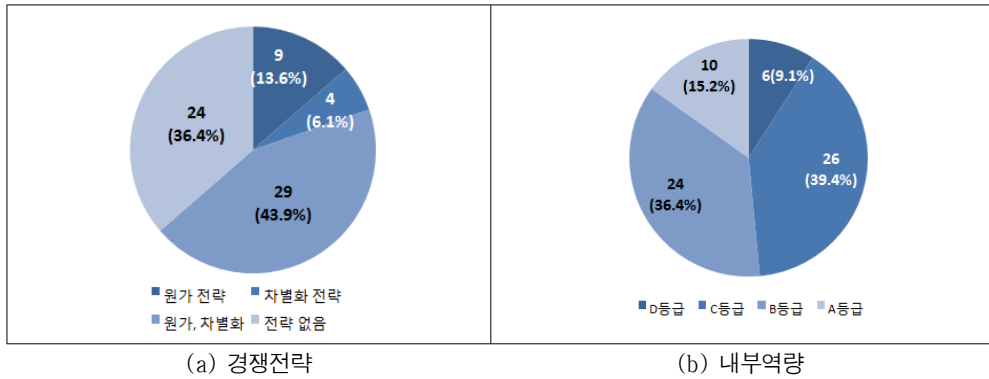
[그림 4-32] 진입계획 특성 전문건설업체의 기업규모와 주력업종(토목공사 시장)

[그림 4-33]의 (a), (b)와 같이 일반건설업 토목공사 시장을 목표시장으로 하는 진입계획 특성 전문건설업체 중에서는 다수의 업종보유 업체와 철근콘크리트공사업과 토공사업 보유업체가 다수를 차지하고 있는 것으로 나타났다.



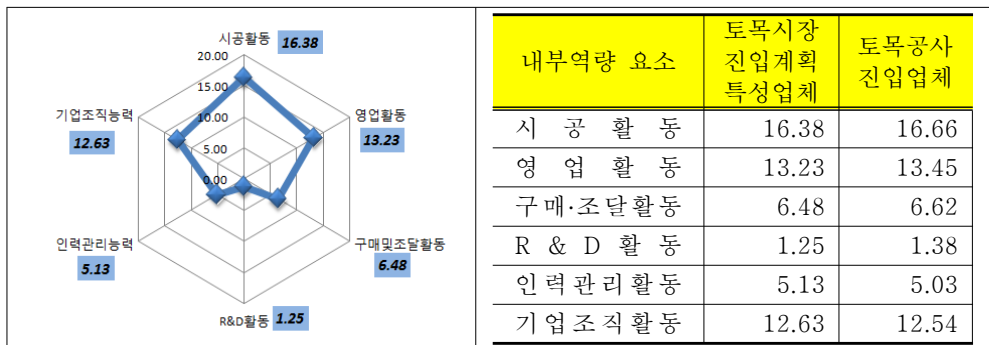
[그림 4-33] 진입계획 특성 전문건설업체의 업종보유 개수 및 형태와 수익성(토목공사 시장)

[그림 4-34]의 (a), (b)와 같이 일반건설업 토목공사를 목표시장으로 하는 진입계획 특성 전문건설업체 중에서는 원가-차별화 우위 전략 업체와 내부역량 보통 이상인 업체가 다수를 차지하고 있다.



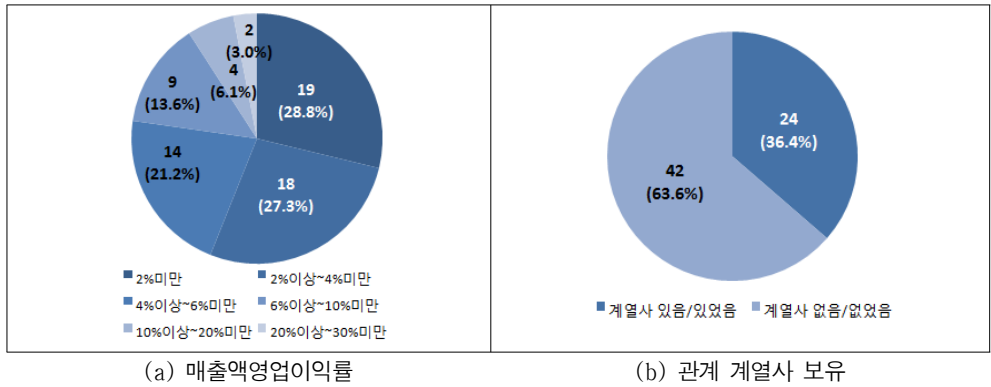
[그림 4-34] 진입계획 특성 전문건설업체의 경쟁전략과 내부역량(토목공사 시장)

[그림 4-35]와 같이 일반건설업 토목공사를 목표시장으로 하는 진입계획 특성 전문건설업체는 전체 토목공사 시장 진입계획 전문건설업체 비해 인력관리활동과 기업조직활동을 제외하고 내부역량 요소별 수준이 모두 낮은 것으로 나타났다.



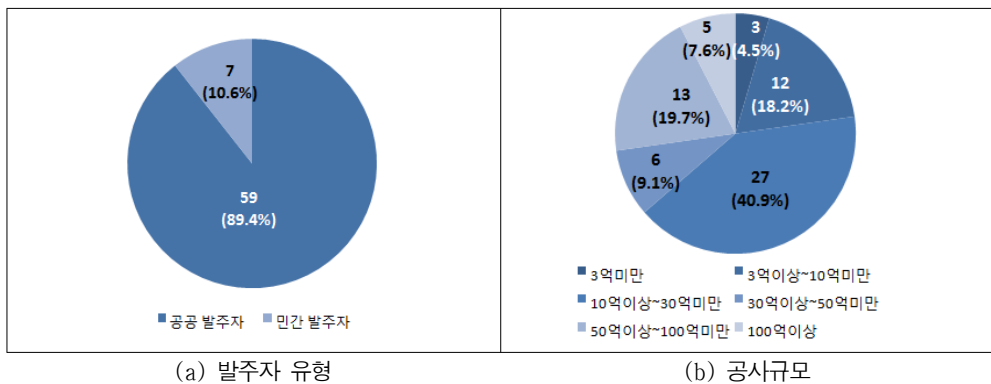
[그림 4-35] 진입계획 특성 전문건설업체의 내부역량 요소별 점수(토목공사 시장)

[그림 4-36]의 (a), (b)와 같이 일반건설업 토목공사를 목표시장으로 하는 진입계획 특성 전문건설업체 중에서는 수익성이 저조한 업체와 관계 계열사를 보유하지 않은 업체가 다수를 차지하고 있다.



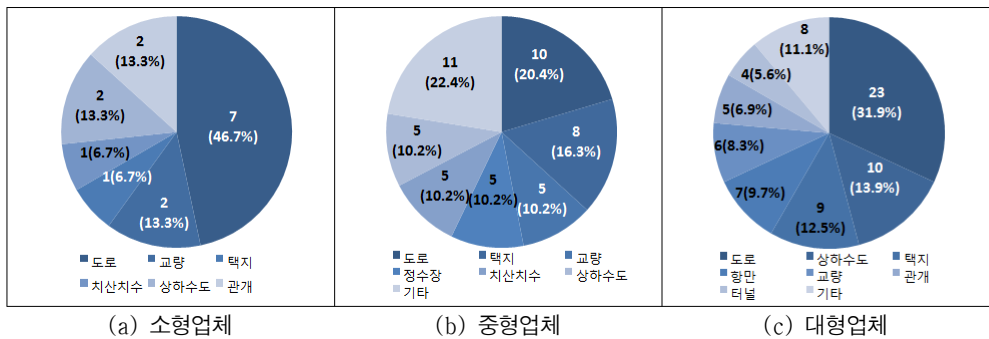
[그림 4-36] 진입계획 특성 전문건설업체의 수익성과 관계 계열사 보유(토목공사 시장)

[그림 4-37]과 같이 일반건설업 토목공사를 목표시장으로 하는 진입 계획 특성 일반건설업체는 공공공사 시장, 3억원 이상 30억원 미만 공사 시장을 중점 수주대상으로 고려하는 것으로 나타났다. 또한 50억 이상 100억 미만 공사시장을 목표시장으로 여기는 일부 업체도 있는 것으로 조사되었다.



[그림 4-37] 진입계획 특성 전문건설업체의 목표시장(토목공사 시장)

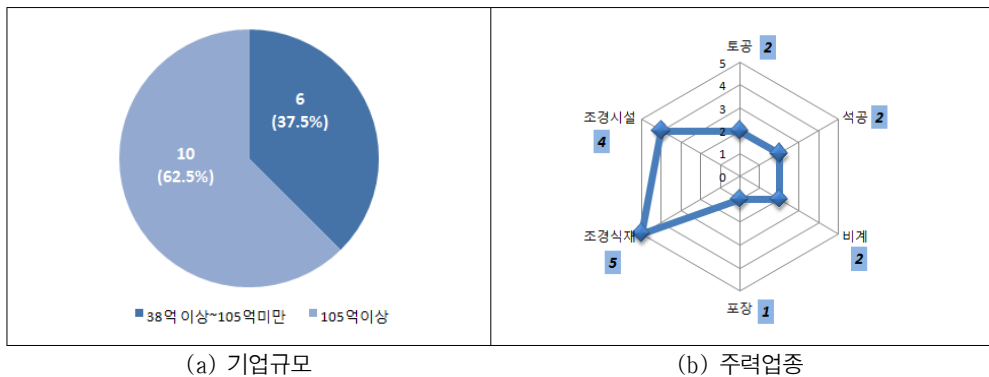
[그림 4-38]과 같이 일반건설업 토목공사를 목표시장으로 하는 진입 계획 특성 일반건설업체는 기업규모에 상관없이 도로를 중점 수주 대상으로 가장 많이 고려하는 것으로 나타났다.



[그림 4-38] 진입계획 특성 전문건설업체의 목표시장(토목공사 시장, 시설유형)

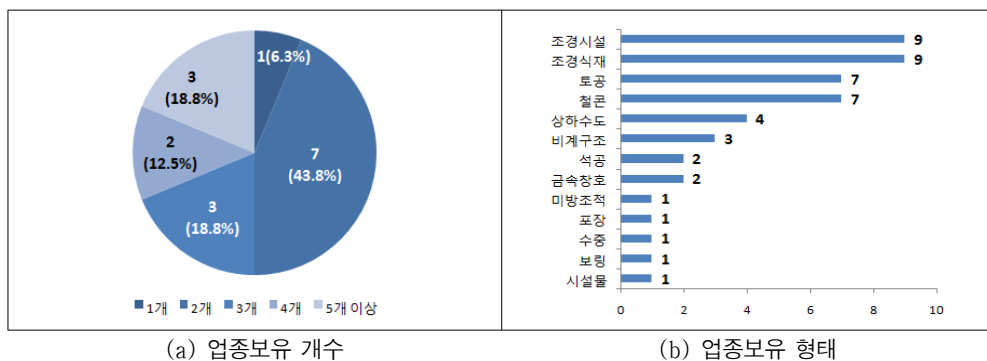
(3) 조경공사 시장

[그림 4-39]의 (a), (b)와 같이 일반건설업 조경공사 시장을 목표시장으로 하는 진입계획 특성 전문건설업체 중에서는 시공능력평가액 38억원 이상 105억원 미만 중형업체와 조경시설물설치공사업과 조경식재공사업 주력업체가 다수를 차지하고 있다.



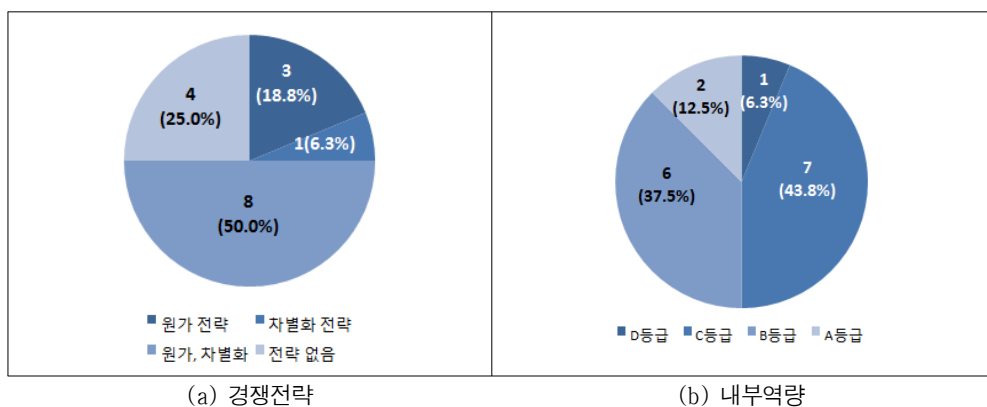
[그림 4-39] 진입계획 특성 전문건설업체의 기업규모와 주력업종(조경공사 시장)

[그림 4-40]의 (a), (b)와 같이 일반건설업 조경공사 시장을 목표시장으로 하는 진입계획 특성 전문건설업체 중에서는 다수의 업종보유 업체와 조경식재공사업과 조경시설물설치공사업 보유업체가 다수를 차지하고 있는 것으로 나타났다.



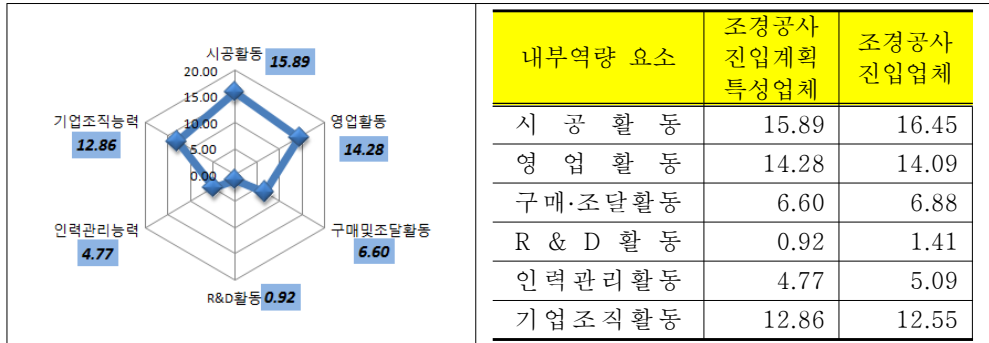
[그림 4-40] 진입계획 특성 전문건설업체의 업종보유 개수 및 형태와 수익성(조경공사 시장)

[그림 4-41]의 (a)와 같이 일반건설업 조경공사를 목표시장으로 하는 진입계획 특성 전문건설업체 중에서는 원가-차별화 우위 전략 업체가 다수를 차지하고 있다. 또한 (b)와 같이 내부역량 수준이 보통 이상인 업체와 미만인 업체의 비율은 비슷한 것으로 나타났다.



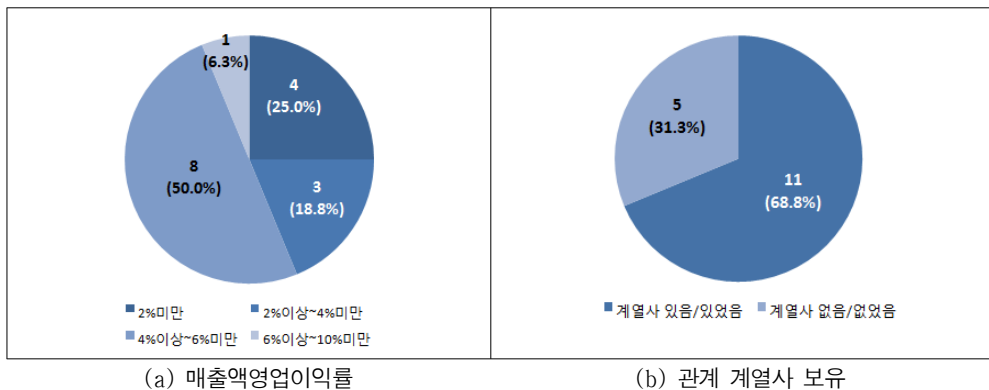
[그림 4-41] 진입계획 특성 전문건설업체의 경쟁전략과 내부역량(조경공사 시장)

[그림 4-42]와 같이 일반건설업 조경공사를 목표시장으로 하는 진입 계획 특성 전문건설업체는 전체 조경공사 시장 진입계획 전문건설업체 비해 영업활동과 기업조직활동을 제외하고 내부역량 요소별 수준이 모두 낮은 것으로 나타났다.



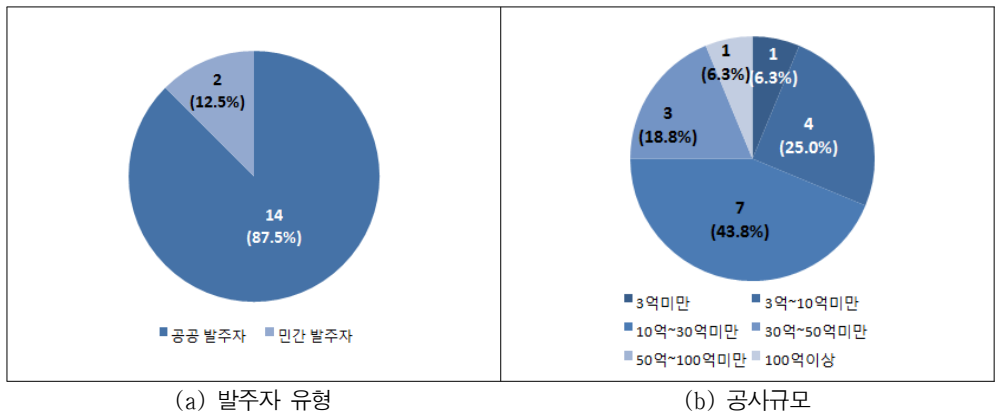
[그림 4-42] 진입계획 특성 전문건설업체의 내부역량 요소별 점수(조경공사 시장)

[그림 4-43]의 (a), (b)와 같이 일반건설업 조경공사를 목표시장으로 하는 진입계획 특성 전문건설업체 중에서는 수익성이 양호한 업체와 관계 계열사를 보유한 업체가 다수를 차지하고 있다.



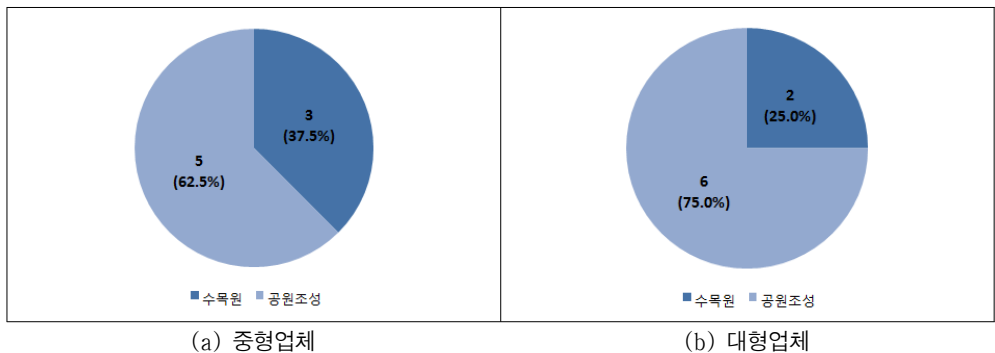
[그림 4-43] 진입계획 특성 전문건설업체의 수익성과 관계 계열사 보유(조경공사 시장)

[그림 4-44]과 같이 일반건설업 조경공사를 목표시장으로 하는 진입 계획 특성 일반건설업체는 공공공사 시장, 3억원 이상 30억원 미만 공사 시장을 중점 수주대상으로 고려하는 것으로 나타났다.



[그림 4-44] 진입계획 특성 전문건설업체의 목표시장(조경공사 시장)

[그림 4-45]와 같이 일반건설업 조경공사를 목표시장으로 하는 진입 계획 특성 일반건설업체는 기업규모에 상관없이 공원을 중점 수주대상으로 가장 많이 고려하는 것으로 나타났다.



[그림 4-45] 진입계획 특성 전문건설업체의 목표시장(조경공사 시장, 시설유형)

3. 분석종합

1) 진입계획 일반 및 전문건설업체의 특성

(1) 일반건설업체

전문건설업 시장으로 진입할 계획이 있는 일반건설업체 집단이 공통적으로 갖는 특성은 관계 계열사 보유인 것으로 파악되었다. 일반건설업체 중에 관계 계열사를 보유한 업체일수록 전문건설업 시장으로 진입하여 현실적으로 수주활동을 전개할 가능성이 높다고 볼 수 있다. 관계 계열사를 보유함에 따라 전문공사에 대한 이해도도 높을 뿐만 아니라, 별도의 노무수급 체계 및 관리기법도 축적하고 있어 전문건설업 시장으로 진입하여 공사 수주활동을 전개하는데 유리할 수 있기 때문이다. 또한 하나의 전문공사에서 대해 관계 계열사를 통해 복수의 입찰기회를 가질 수 있는 장점이 있다.

관계 계열사를 보유하여 전문건설업 시장으로 진입할 계획이 있는 업체(진입계획 특성 일반건설업체)는 32개사이며, 이는 185개 전체 표본업체의 17.3%를 차지하는 것으로 분석되었다. 또한 이들 업체의 진입동기도 사업의 다각화 모색인 것으로 나타났으며, 진입방식은 기존 일반건설업 법인에 전문건설업종을 추가등록 하는 방식을 가장 선호하는 것으로 파악되었다.

(2) 전문건설업체

일반건설업 시장으로 진입할 계획이 있는 전문건설업체 집단이 공통적으로 갖는 특성은 주력업종, 업종보유 개수 및 형태, 내부역량, 관계 계열사 보유인 것으로 파악되었다. 이와 같은 특성을 지닌 업체일수록 다음과 같은 이유로 인해 일반건설업 시장으로 진입하여 현실적으로 수

주활동을 전개할 가능성이 높다고 볼 수 있다. 첫째, 토공+철콘+기타업종의 업종보유 형태를 가진 업체는 시공실적 상호인정 기준에 의해 전문건설업 시공실적을 일반건설업 시공실적으로 전환하여 일반건설업의 공사를 수주하는데 활용할 수 있기 때문이다. 둘째, 업종보유 개수가 많은 업체일수록 복합공종의 하도급 전문공사를 수행하는 경우가 많아 일반건설업 시장 진입시 요구되는 종합적 관리능력 등 내부역량 수준이 높기 때문이다. 셋째, 관계 계열사를 보유함에 따라 일반공사의 수주 매커니즘에 대한 이해도도 높아 일반건설업 시장으로 진입하여 공사 수주 활동을 전개하는데 유리할 수 있기 때문이다.

이와 같은 특징을 복합적으로 지닌 전문건설업체(진입계획 특성 전문건설업체)는 71개사이며, 561개 전체 표본업체의 12.7%인 것으로 분석되었다. 또한 이들 업체의 진입동기도 사업의 다각화 모색인 것으로 나타났으며, 진입방식은 기존 전문건설업 법인에 일반건설업종을 추가등록하는 방식을 가장 선호하는 것으로 파악되었다.

2) 진입계획 특성 일반 및 전문건설업체의 현황과 목표시장

(1) 진입계획 특성 일반건설업체

진입계획 특성 일반건설업체의 대부분은 소형업체, 토목·건축공사업 주력업체, 토목·건축공사업만을 가진 업체, 원가-차별화 우위 전략 업체, 보통 미만의 내부역량 수준을 가진 업체, 수익성이 저조한 업체, 직접시공 및 비율이 높은 업체를 중심으로 구성되어 있는 것으로 파악되었다. 이와 같은 경향은 전문건설업의 세부시장 유형(원·하도급 공사 시장)별로는 대체로 유사하게 나타나고 있으나, 다소 상이한 점도 있다. 진입계획 특성 일반건설업체 중 전문건설업 원도급 시장으로 진입하는 업체의 주력업종으로 토목·건축공사업보다는 토목공사업이 다수를 차지하고 있

다는 점과 하도급 시장으로 진입하는 업체 중 보통 이상의 내부역량 수준을 가진 업체의 비율이 높다는 점이다.

진입계획 특성 일반건설업체 집단이 주로 목표로 하는 시장은 원도급 공사 시장, 공공공사 시장, 토공사업과 철근콘크리트공사업 시장, 1억원 이상 10억원 미만 규모의 공사 시장인 것으로 파악되었다. 그러나 하도급 공사 시장을 목표시장으로 삼는 업체도 많은 것으로 나타났는데, 관계 계열사를 통해 하도급 공사를 수행한 경험을 갖고 있어 시공참여자 등의 노무인력 수급 네트워크 등을 가동하는데 용이할 뿐만 아니라, 하도급 공사의 특수성을 충분히 이해하고 있기 때문으로 보인다. 이와 같은 경향은 전문건설업의 세부시장 유형(원·하도급 공사)별로도 동일한 것으로 나타났다.

(2) 진입계획 특성 전문건설업체 집단

진입계획 특성 전문건설업체의 대부분은 대형업체, 토목업종 주력업체(특히 토공사업), 토공사업과 철근콘크리트공사업 등 3개 이상의 업종을 보유한 업체, 원가-차별화 우위 전략 업체, 보통 이상의 내부역량 수준 보유 업체, 수익성이 저조한 업체, 관계 계열사를 보유하지 않은 업체를 중심으로 구성되어 있는 것으로 나타났다. 이와 같은 경향은 일반건설업의 세부시장 유형(건축·토목·조경공사 시장)별로는 대체로 유사하게 나타나고 있으나, 다소 상이한 점도 있다. 먼저 진입계획 특성 전문건설업체 중 일반건설업 건축공사 시장으로 진입하는 업체는 내부역량 수준이 보통 미만인 업체가 다수를 차지하고 있다는 점이 차이가 있다. 또한 조경공사 시장으로 진입하는 업체의 다수 주력업종이 조경시설물설치공사업과 조경식재공사업이며, 수익성이 양호한 업체, 관계 계열사를 보유한 업체 중심으로 구성되어 있다는 점이 차이가 있다.

진입계획 특성 전문건설업체 집단이 주로 목표로 하는 시장은 토목

및 건축공사 시장, 공공공사 시장, 3억원 이상 30억원 미만 공사규모의 시장인 것으로 파악되었다. 또한 중점 수주대상 시설의 유형은 도로(토목), 관공서 및 아파트(건축), 공원(조경)인 것으로 나타났다. 이와 같은 경향은 전문건설업의 세부시장 유형(건축·토목·조경공사 시장)별로도 동일한 것으로 나타났다.

1. 겸업제한 폐지로 인한 건설시장의 변화

겸업제한 폐지를 통한 진입규제 완화로 인해 일반 및 전문건설업체의 상호시장 교차진입은 활발히 전개될 것으로 예상된다. 이를 겸업업체, 겸업경로 및 목표시장으로 구분하여 전망하면 다음과 같다.

1) 겸업업체

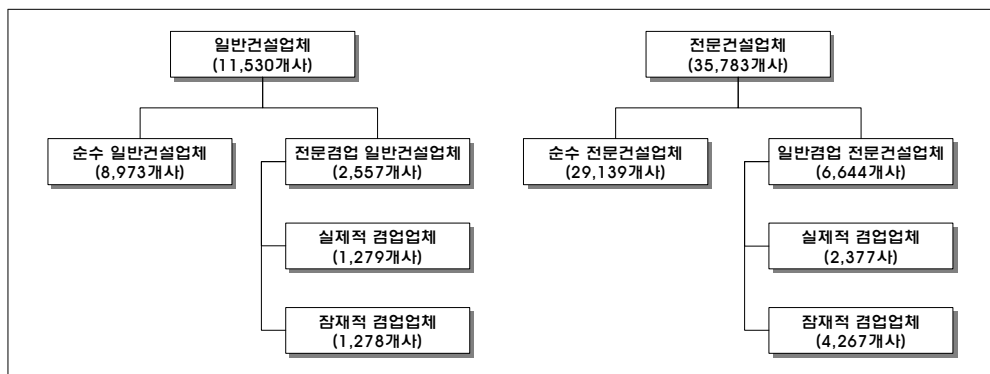
겸업제한 폐지 이후 종래의 일반 및 전문건설업체는 순수 일반건설업체와 전문겸업 일반건설업체, 순수 전문건설업체, 일반겸업 전문건설업체로 세분화될 것으로 보인다. 또한 전문겸업 일반건설업체와 일반겸업 전문건설업체는 다시 업종등록과 동시에 본격적 수주활동을 전개할 실제적 겸업업체와 업종등록은 하되 수주활동은 유보할 잠재적 겸업업체로 구분될 것으로 예상된다. 겸업제한 폐지 이후 일반 및 전문건설업체의 유형 및 업체수 변화를 전망하면 다음과 같다.

(1) 일반건설업체의 유형 및 업체수 변화

2006년 기준 일반건설업체의 수는 12,914개사이나, 공사실적을 보유하여 실적신고를 한 정상 일반건설업체는 11,530개사⁴²⁾이다. 이를 기준으로 전문겸업 일반건설업체를 추정해본 결과, 일반건설업체의 19.8%, 정

42) 대한건설협회 내부자료(건설기업평가1060-453호)

상 일반건설업체의 22.2%에 해당되는 2,557개사의 일반건설업체가 전문건설업종을 겸업할 것으로 추정된다⁴³⁾. 전문겸업 일반건설업체 중 실제적 겸업업체는 1,279개사이며, 잠재적 겸업업체는 1,278개로 예상되며, 이는 각각 일반건설업체의 9.9%와 11.1%를 차지하고 있다⁴⁴⁾.



[그림 5-1] 겸업제한 폐지 이후 일반 및 전문건설업체의 유형 및 업체수 변화

- 주: 1) 정상 일반건설업체 수(11,530개사), 정상 전문건설업체 수(35,783개사)는 2006년 기준 공사실적을 보유하여 실적신고를 한 업체의 수임.
- 2) 전문겸업 일반건설업체의 수(2,557개사)는 정상 일반건설업체 수(11,530개사)에 전문건설업 시장 진입 계획 업체의 비율(34.6%)과 2008년 진입계획 업체의 비율(64.1%)을 곱하여 추정하였음.
- 3) 일반건설업체 중 실제적 겸업업체의 수(1,279개사)는 정상 일반건설업체 수(11,530개사)에 진입계획 특성 일반건설업체의 비율과(17.3%)과 2008년 진입계획 업체의 비율(64.1%)을 곱하여 추정하였음.
- 4) 일반겸업 전문건설업체의 수(6,644개사)는 정상 전문건설업체 수(35,783개사)에 일반건설업 시장 진입 계획 업체의 비율(35.4%)과 2008년 진입계획 업체의 비율(52.3%)을 곱하여 추정하였음.
- 5) 전문건설업체 중 실제적 겸업업체의 수(2,377개사)는 정상 전문건설업체 수(35,783개사)에 진입계획 특성 전문건설업체의 비율(12.7%)과 2008년 진입계획 업체의 비율(52.3%)을 곱하여 추정하였음.

43) 일반건설업체 상호시장 교차진입 계획을 조사한 바에 따르면, 34.6%가 전문건설업 시장으로 진입할 계획을 갖고 있으며, 이들 중 겸업제한 폐지가 시행되는 2008년부터 진입 계획이 있는 업체는 64.1%인 것으로 나타났다. 따라서 정상 일반건설업체 수에 진입계획 업체의 비율과 2008년 진입계획 업체의 비율을 곱하여 추정하였다. 상세한 수치는 [그림 5-1]의註를 참조하기 바란다.

44) 전문건설업 시장으로 진입할 계획이 있는 업체만이 갖는 특성은 관계 계열사 보유인 것으로 파악되었다. 그러므로 진입계획이 있으면서 관계 계열사를 보유한 업체는 실질적으로 시장진입을 통해 수주활동을 전개할 실제적 겸업업체라 할 수 있으며, 이들은 전체의 17.3%를 차지하는 것으로 나타났다. 따라서 정상 일반건설업체 수에 진입계획 특성 일반건설업체의 비율과 2008년 진입계획 업체의 비율을 곱하여 추정하였다. 상세한 수치는 [그림 5-1]의註를 참조하기 바란다.

(2) 전문건설업체

2006년 기준 전문건설업체의 수는 42,106개사이나, 공사실적을 보유하여 실적신고를 한 정상 전문건설업체는 35,783개사⁴⁵⁾이다. 이를 기준으로 일반겸업 전문건설업체를 추정해본 결과, 전문건설업체의 15.8%, 정상 전문건설업체의 18.6%에 해당되는 6,644개사의 전문건설업체가 일반건설업종을 겸업할 것으로 예상된다⁴⁶⁾. 일반겸업 전문건설업체 중 실제적 겸업업체는 2,377개사(전문건설업체의 5.6%, 정상 전문건설업체의 6.6%)이며, 잠재적 겸업업체는 4,267개사(전문건설업체의 10.1%, 정상 전문건설업체의 11.9%)일 것으로 예상된다. 잠재적 겸업업체의 비율이 일반건설업보다 많은 이유는 까다로운 시공실적 상호 인정기준 때문인 것으로 보인다.

(3) 종합

겸업제한 폐지 이후 현재와 같은 건설업종 등록기준과 시공실적 상호 인정기준이 유지된다면, <표 5-1>과 같이 겸업업체는 9,201개사(일반건설업체 2,557개사, 전문건설업체 6,644개사)일 것으로 추정된다. 이는 2006년 기준 일반 및 전문건설업 업체수인 55,020개사(일반건설업 12,914개사, 전문건설업 42,106개사)의 16.7%에 해당된다. 또한 업종등록과 동시에 본격적인 수주활동을 전개할 실제적 겸업업체는 3,656개사(일반건설업체 1,279개사, 전문건설업체 2,377개사)일 것으로 예상된다. 이는 2006년 기준 일반 및 전문건설업 업체수인 55,020개사(일반건설업 12,914개사, 전문건설업 42,106개사)의 6.6%에 해당된다.

45) 대한전문건설협회 내부자료

46) 전문건설업체의 상호시장 교차진입 계획을 조사한 바에 따르면, 35.4%가 일반건설업 시장으로 진입할 계획을 갖고 있으며, 이중 겸업제한 폐지가 시행되는 2008년부터 진입계획이 있는 업체는 52.3%인 것으로 나타났다. 따라서 정상 전문건설업체 수에 진입계획 특성 전문건설업체의 비율과 2008년 진입계획 업체의 비율을 곱하여 추정하였다. 상세한 수치는 [그림 5-1]의註를 참조하기 바란다.

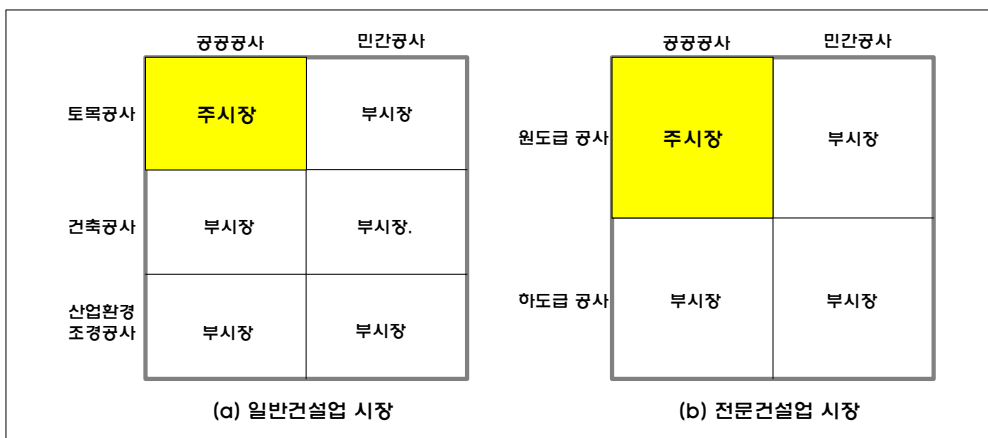
<표 5-1> 상호시장 교차진입 일반 및 전문건설업체의 비율

(단위: 개사, %)

구분	전문겸업 일반건설업체	일반겸업 전문건설업체	실제적 전문겸업 일반건설업체	실제적 일반겸업 전문건설업체
업체수	2,557(4.6)	6,644(12.1)	1,279(2.3)	2,377(4.3)
합계	9,201(16.7)		3,656(6.6)	
건설업체수	55,020(100.0)		55,020(100.0)	

2) 목표시장

[그림 5-2]와 같이 전문겸업 일반건설업체에게 있어서 공공 원도급 시장은 주시장이며, 이외의 공공 하도급 시장이나 민간 원·하도급 시장은 부시장으로 고려되고 있다. 또한 일반겸업 전문건설업체에게 있어서 공공 토목·건축공사 시장은 주시장이며, 이외의 시장은 부시장으로 간주되고 있다. 물론 겸업업체 중 부시장을 주요 목표시장으로 삼고 있는 업체도 있으나, 본 연구는 주시장만을 대상으로 겸업제한 폐지로 인해 영향을 받을 건설시장의 규모를 살펴본다.



[그림 5-2] 겸업제한 폐지 이후 겸업업체의 주시장과 부시장

(1) 일반건설업체

<표 5-2>와 같이 2006년 기준 전문겸업 일반건설업체의 주시장인 공공 원도급 공사 시장의 계약건수는 전문건설업 전체의 38.4%에 해당되는 203,731건이다. 또한 공공 원도급 공사 시장의 계약금액은 전문건설업 전체의 10.5%를 차지하는 6.2조원이다. 따라서 겸업제한 폐지로 인한 전문겸업 일반건설업체의 교차진입으로 간접적인 영향을 받게 될 전문건설업 시장규모는 6.2조원일 것으로 추정된다.

<표 5-2> 전문건설업 도급유형·발주자유형별 계약건수와 금액 (단위: 건, 십억원, %)

도급유형 \ 발주자 유형	공공공사		민간공사		합 계	
	건수	금액	건수	금액	건수	금액
원도급 공사	203,731 (38.4)	6,150 (10.5)	170,559 (32.1)	9,790 (16.7)	374,290 (70.5)	15,940 (27.2)
하도급 공사	56,795 (10.7)	16,259 (27.8)	99,656 (18.8)	26,258 (45.0)	156,451 (29.5)	42,517 (72.8)
합 계	260,526 (49.1)	22,409 (38.3)	270,215 (50.9)	36,048 (61.7)	530,741 (100.0)	58,457 (100.0)

자료: 대한전문건설협회(2007), 전문건설업통계연보.

<표 5-3>과 같이 전문겸업 일반건설업체가 주로 목표로 하는 1억원 이상 10억원 미만 공공 원도급 공사의 계약건수와 계약금액을 추정하였다⁴⁷⁾. 이에 따르면 계약건수는 전문건설업 시장 전체의 2.1%인 10,913건이며, 계약금액은 전문건설업 전체의 4.3%에 해당되는 2.5조원인 것으로 분석되었다. 따라서 겸업제한 폐지로 인한 전문겸업 일반건설업체의 교차진입으로 직접적인 영향을 받게 될 전문건설업 시장규모는 2.5조원일 것으로 추정된다.

47) 공공 원도급 공사의 공사규모별 계약건수와 계약금액에 관한 통계자료 부재로 인해 불가피하게 공사규모별 원도급 공사 계약건수 및 금액의 비율, 공사규모별 공공공사 계약건수 및 금액의 비율을 바탕으로 추정하였다.

<표 5-3> 전문건설업 공공 원도급 공사 계약건수와 금액의 추정 (단위: 건, 십억원, %)

공사규모 \ 도급유형	전체		원도급		공공공사		공공 원도급 공사(추정)		공공 원도급 공사(보정)	
	건수	금액	건수	금액	건수	금액	건수	금액	건수	금액
1억원 미만	448,989 (84.6)	8,196 (14.0)	348,169 (77.5)	5,240 (63.9)	228,443 (50.9)	4,059 (49.5)	177,146 (96.4)	2,595 (42.5)	196,432 (96.4)	2,612 (42.5)
1억원-5억원	59,980 (11.3)	13,202 (22.6)	21,492 (35.8)	4,431 (33.6)	24,613 (41.0)	5,339 (40.4)	8,819 (4.8)	1,792 (29.3)	9,779 (4.8)	1,804 (29.3)
5억원-10억원	6,496 (1.2)	3,822 (6.5)	1,593 (24.5)	932 (24.4)	4,170 (64.2)	2,876 (75.3)	1,023 (0.6)	701 (11.5)	1,134 (0.6)	706 (11.5)
10억원-30억원	12,728 (2.4)	16,754 (28.7)	2,715 (21.3)	3,479 (20.8)	2,411 (18.9)	3,904 (23.3)	514 (0.3)	811 (13.3)	570 (0.3)	816 (13.3)
30억원-50억원	1,344 (0.3)	5,172 (8.8)	182 (13.5)	689 (13.3)	450 (33.5)	1,728 (33.4)	61 (0.0)	230 (3.8)	68 (0.0)	232 (3.8)
50억원 이상	1,204 (0.2)	11,312 (19.4)	139 (11.5)	1,169 (10.3)	439 (36.5)	4,501 (39.8)	51 (0.0)	465 (7.6)	56 (0.0)	468 (7.6)
합 계	530,741 (100.0)	58,457 (100.0)	374,290 (70.5)	15,940 (27.3)	260,526 (49.1)	22,409 (38.3)	183,729 (100.0)	6,110 (100.0)	203,731 (100.0)	6,150 (100.0)

주: 1) 원도급-공공공사의 공사규모별 계약건수 및 금액의 비율은 전체 공사규모별 계약건수와 계약금액에서 차지하는 비율을 나타냄.
 2) 공사규모별 공공 원도급 공사의 계약건수 및 금액(추정)에 관한 통계자료가 없어 원도급-공공공사의 공사규모별 계약건수와 계약금액의 비율을 전체 계약건수와 계약금액에 곱하여 추정함.
 3) 공사규모별 공공 원도급 공사의 계약건수 및 금액(보정)은 추정된 공공 원도급 공사의 계약건수와 계약금액을 전체 공공 원도급 공사의 계약건수 및 금액의 비율에 맞추어 보정함.
 자료: 대한전문건설협회(2007), 전계서.

<표 5-4>와 같이 전문건설업 공공 원도급 1억원 이상 10억원 미만 공사는 일반경쟁에 의한 것이 대부분이므로, 전문기업 일반건설업체는 1억원 이상 10억원 미만의 공공 원도급 공사를 주시장으로 하는 순수 중·소형 전문건설업체와 일반경쟁 방식 하에서 치열한 수주경쟁을 벌일 것으로 전망된다. 한편 이들 공사의 적격심사는 수행능력평가(시공경험: 15점, 경영상태 평가 15점, 총 30점), 입찰가격평가(70점)에 의해 이루어질 것이나, 전문기업 일반건설업체와 순수 중·소형 전문건설업체의 수행

능력과 입찰가격은 큰 차이가 없을 것으로 예상된다. 따라서 현행 입찰 제도의 운찰제적 요소에 의해 1억원 이상 10억원 미만 공공 원도급 공사 수주의 향배가 결정될 것으로 보인다.

<표 5-4> 전문건설업 원도급 공사규모·계약방법별 계약건수와 금액 (단위: 건, 십억원, %)

공사규모	계약방법		일반경쟁		제한경쟁		지명경쟁		수의계약		합 계	
	건수	금액	건수	금액	건수	금액	건수	금액	건수	금액	건수	금액
1억원 미만	80,145 (23.0)	1,650 (31.5)	41,384 (11.9)	1,115 (21.3)	25,370 (7.3)	455 (8.7)	201,270 (57.8)	2,019 (38.5)	348,169 (100.0)	5,240 (100.0)		
1억-5억원 미만	9,667 (45.0)	2,031 (45.8)	4,825 (22.5)	966 (21.8)	2,707 (12.6)	568 (12.8)	4,293 (20.0)	867 (19.6)	21,492 (100.0)	4,431 (100.0)		
5억-10억원 미만	848 (53.2)	497 (53.3)	261 (16.4)	152 (16.3)	223 (14.0)	130 (13.9)	261 (16.4)	152 (16.3)	1,593 (100.0)	932 (100.0)		
10억-30억원 미만	1,494 (55.0)	1,908 (54.8)	427 (15.7)	550 (15.8)	387 (14.3)	509 (14.6)	407 (15.0)	512 (14.7)	2,715 (100.0)	3,479 (100.0)		
30억-50억원 미만	81 (44.5)	305 (44.3)	32 (17.6)	119 (17.3)	28 (15.4)	111 (16.1)	41 (22.5)	153 (22.2)	182 (100.0)	689 (100.0)		
50억원 이상	80 (57.6)	668 (57.1)	22 (15.8)	194 (16.6)	14 (10.1)	114 (9.8)	23 (16.5)	193 (16.5)	139 (100.0)	1,169 (100.0)		
합 계	92,315 (24.7)	7,059 (44.3)	46,951 (12.5)	3,096 (19.4)	28,729 (7.7)	1,887 (11.8)	206,295 (55.1)	3,897 (24.4)	374,290 (100.0)	15,940 (100.0)		

자료: 대한전문건설협회(2007), 전문건설업통계연보.

<표 5-5>와 같이 최근 3년(2003-2005년) 1억원 이상 10억원 미만 공공 원도급 공사시장의 평균 입찰 업체수는 434개사이다⁴⁸⁾. 전문겸업 일반건설업체 모두가 전문건설업 시장에서 공사수주 활동을 전개한다고 가정할 경우, 평균 입찰 업체수는 지금보다 6.1%⁴⁹⁾ 증가한 460개사이며, 실제적 전문겸업 일반건설업체만 수주활동을 전개한다면, 평균 입찰 업체

48) 현재 1억원 이상 10억원 미만의 전문건설업 공공 원도급 공사 시장의 평균 업체수는 3억원 미만 평균 입찰 업체수(293.3개사), 3억원-10억원 미만 공사의 평균 입찰 업체수(573.7개사)를 평균하여 산출하였다.

49) 전문겸업 일반건설업체수(2557개사) ÷ 전문건설업체수(42,106개사) × 100 = 6.1%

체수는 현재보다 3.0%⁵⁰⁾ 증가한 447개사일 것으로 전망된다⁵¹⁾. 따라서
 겸업제한 폐지로 인해 1억원 이상 10억원 미만 공공 원도급 공사의 입
 찰경쟁률은 지금보다 다소 높아질 것으로 보인다.

<표 5-5> 조달청 시설공사 공사규모별 계약건수와 평균 낙찰자수 (단위: 건, 개사)

추정가격	PQ 여부	2003년도		2004년도		2005년도		3년 평균	
		계약 건수	평균 입찰자수	계약 건수	평균 입찰자수	계약 건수	평균 입찰자수	계약 건수	평균 입찰자수
1,000억원 이상	PQ	13	31	25	33	11	34	16.3	32.7
	PQ 제외	24	4	21	2	19	10	21.3	5.3
500억원-1,000억원	PQ	13	36	26	45	9	33	16.0	38.0
	PQ 제외	18	21	26	24	26	7	23.3	17.3
100억원-500억원	PQ	38	25	35	24	34	26	35.7	25.0
	PQ 제외	166	114	143	148	125	150	144.7	137.3
50억원-100억원	PQ 제외	230	225	269	276	184	275	227.7	258.7
10억원-50억원	PQ 제외	305	260	282	230	292	242	298.0	244.0
3억원-10억원	PQ 제외	377	727	394	500	413	494	394.7	573.7
3억원 미만	PQ 제외	875	292	1,039	285	1,312	303	1,075.3	293.3

자료: 조달청(2006), 임태희 의원 국정감사 요구자료 15-8.

(2) 전문건설업체

<표 5-6>과 같이 2006년 기준 일반겸업 전문건설업체의 주시장인 공
 공 토목·건축공사의 계약건수는 일반건설업 전체의 47.5%에 해당되는
 33,118건이다. 또한 공공 토목·건축공사 시장의 계약금액은 일반건설업
 전체의 30.6%를 차지하는 33조원이다. 따라서 겸업제한 폐지로 인한 일
 반겸업 전문건설업체의 교차진입으로 간접적인 영향을 받게 될 일반건

50) 실제적 전문겸업 일반건설업체(1,279개사) ÷ 전문건설업체(42,106개사) × 100 = 3.0%
 51) 2006년 기준 전체 전문건설업체의 수(42,106개사)에 전문겸업 일반건설업체의 수(2,557
 개사)가 추가될 경우와 실제적 전문겸업 일반건설업체의 수(1,279개사)가 추가될 경우를
 각각 구분하여 평균 입찰 업체수를 직선보간법에 의해 추정하였다. 산식은 각각 (42,106개
 사+2,557개사)×434개사/(42,106개사)와 (42,106개사+1,279개사)×434개사/(42,106개사)이다.

설업 시장규모는 33조원일 것으로 추정된다.

<표 5-6> 일반건설업 공사유형·발주자유형별 계약건수와 금액 (단위: 건, 10억원 %)

공사유형 \ 발주자 유형	공공공사		민간공사		합 계	
	건수	금액	건수	금액	건수	금액
토목공사	20,942 (30.1)	21,166 (19.4)	6,954 (10.0)	9,225 (8.5)	27,896 (40.1)	30,391 (27.9)
건축공사	12,176 (17.4)	12,106 (11.1)	25,526 (36.7)	58,631 (53.9)	37,702 (54.1)	70,737 (65.0)
산업환경·조경공사	2,784 (4.0)	3,147 (2.9)	1,286 (1.8)	4,595 (4.2)	4,070 (5.8)	7,742 (7.1)
합 계	35,902 (51.5)	36,419 (33.5)	33,766 (48.5)	72,451 (66.5)	69,668 (100.0)	108,870 (100.0)

자료: 대한건설협회(2007), 건설업통계연보.

<표 5-7>과 같이 일반겸업 전문건설업체가 목표로 하는 3억원 이상 30억원 미만 공공 토목·건축공사 시장의 계약건수는 일반건설업 시장 전체의 10.7%인 7,443건이며, 계약금액은 일반건설업 전체의 8.1%에 해당되는 8.8조원인 것으로 분석되었다.⁵²⁾ 따라서 겸업제한 폐지로 인한 일반겸업 전문건설업체의 교차진입으로 직접적인 영향을 받게 될 일반건설업 시장규모는 8.8조원일 것으로 추정된다.

<표 5-8>과 같이 3억원 이상 30억원 미만인 공공 토목·건축공사는 유사공사 실적이나 지역에 의한 제한경쟁이 대부분이므로, 일반겸업 전문건설업체는 5억원 이상 30억원 미만 공공 토목·건축공사 시장을 주시장으로 하는 순수 중·소형 일반건설업체와 제한경쟁 방식 하에서 수주경쟁을 벌일 것으로 전망된다. 한편 이들 공사의 적격심사는 수행능력평가(시공경험: 15점, 경영상태 평가 15점, 총 30점), 입찰가격평가(70점)에 의해 이루어질 것이나, 일반겸업 전문건설업체와 순수 중·소형 일반건설업체의 수행능력과 입찰가격은 큰 차이가 없을 것으로 예상된다. 따라

52) 3억원 이상 5억원 미만 공사의 계약건수와 금액에 관한 통계자료 부재로 불가피하게 5억원 이상 30억 미만 공사의 계약 건수와 금액을 활용하였다.

서 현행 입·낙찰 제도의 운찰제적 요소에 의해 3억원 이상 30억원 미만 공공 토목 및 건축공사 수주의 향배가 결정될 것으로 보인다.

<표 5-7> 일반건설업 공공공사 공사규모별 계약건수와 금액 (단위: 건, 10억원 %)

구 분	공공 토목공사		공공 건축공사		소계		공공공사 합계	
	건수	금액	건수	금액	건수	금액	건수	금액
5억원 미만	14,452 (40.1)	2,186 (6.0)	9,272 (25.8)	970 (2.7)	23,724 (65.9)	3,156 (8.7)	25,555 (71.0)	3,445 (9.5)
5억-10억원 미만	2,713 (7.5)	1,905 (5.2)	1,100 (3.1)	782 (2.1)	3,813 (10.6)	2,687 (7.4)	4,159 (11.6)	2,932 (8.0)
10억-30억원 미만	2,463 (6.8)	4,125 (11.3)	1,167 (3.2)	1,976 (5.4)	3,630 (10.1)	6,101 (16.7)	4,049 (11.2)	6,805 (18.7)
30억-50억원 미만	543 (1.5)	2,084 (5.7)	257 (0.7)	992 (2.7)	800 (2.2)	3,077 (8.4)	886 (2.5)	3,410 (9.4)
50억-100억원 미만	434 (1.2)	3,013 (8.3)	174 (0.5)	1,210 (3.3)	608 (1.7)	4,224 (11.6)	669 (1.9)	4,624 (12.7)
100억원 이상	337 (0.9)	7,853 (21.5)	206 (0.6)	6,175 (16.9)	543 (1.5)	14,028 (38.5)	584 (1.6)	15,203 (41.7)
합 계	20,942 (58.2)	21,166 (58.0)	12,176 (33.8)	12,106 (33.2)	33,118 (92.0)	33,273 (91.2)	36,000 (100.0)	36,477 (100.0)

주: 3억원 이상 5억원 미만 공사의 계약건수와 금액에 관한 통계자료 부재로 불가피하게 5억원 이상 30억 미만 공사의 계약 건수와 금액을 활용하였다.

자료: 대한건설협회(2007), 전계서.

<표 5-8> 일반건설업 공공공사 공사규모·계약방법별 계약건수와 금액 (단위: 건, 10억원, %)

공사규모	계약방법		일반경쟁		제한경쟁		지명경쟁		수의계약		합계	
	건수	금액	건수	금액	건수	금액	건수	금액	건수	금액	건수	금액
5억원 미만	7,289 (28.5)	1,237 (35.9)	10,559 (41.3)	1,868 (54.2)	634 (2.5)	50 (1.5)	7,073 (27.7)	286 (8.3)	25,555 (100.0)	3,444 (100.0)		
5억원-10억원	1,511 (36.3)	1,067 (36.4)	2,422 (58.2)	1,704 (58.1)	42 (1.0)	30 (1.0)	184 (4.4)	130 (4.4)	4,159 (11.6)	2,931 (8.0)		
10억원-30억원	1,413 (34.9)	2,358 (34.7)	2,450 (60.5)	4,144 (60.9)	47 (1.2)	74 (1.1)	139 (3.4)	228 (3.4)	4,049 (11.3)	6,805 (18.7)		
30억원-50억원	289 (32.6)	1,113 (32.6)	567 (64.0)	2,179 (63.9)	6 (0.7)	25 (0.7)	24 (2.7)	93 (2.7)	886 (2.5)	3,410 (9.4)		
50억원-100억원	216 (32.3)	1,468 (31.8)	418 (62.5)	2,907 (62.9)	10 (1.5)	68 (1.5)	25 (3.7)	180 (3.9)	669 (1.9)	4,623 (12.7)		
100억원 이상	180 (30.8)	4,714 (31.0)	389 (66.6)	10,205 (67.1)	3 (0.5)	79 (0.5)	12 (2.1)	204 (1.3)	584 (1.6)	15,202 (41.7)		
합 계	10,898 (30.4)	11,958 (32.8)	16,805 (46.8)	23,009 (63.2)	742 (2.1)	328 (0.9)	7,457 (20.8)	1,122 (3.1)	35,902 (100.0)	36,418 (100.0)		

주: 3억원 이상 5억원 미만 공사의 계약건수와 금액에 관한 통계자료 부재로 불가피하게 5억원 이상 30억 미만 공사의 계약 건수와 금액을 활용하였다.

자료: 대한건설협회(2007), 전계서.

<표 5-5>와 같이 최근 3년(2003-2005년) 3억원 이상 30억원 미만 공공 토목·건축공사 시장의 평균 입찰 업체수는 409개사이다⁵³⁾. 일반겸업 전문건설업체 모두가 공사수주 활동을 전개한다고 가정할 경우, 평균 입찰 업체수는 지금보다 51.4%⁵⁴⁾ 증가한 619개사이며, 실제적 일반겸업 전문건설업체만 일반건설업 시장에서 수주활동을 전개한다면, 평균 입찰 업체수는 현재보다 18.4%⁵⁵⁾ 증가한 484개사일 것으로 전망된다⁵⁶⁾. 따라서 겸업제한 폐지로 인해 3억원 이상 30억원 미만 공공 토목·건축공사 시장의 입찰경쟁률은 지금보다 현저히 높아질 것으로 보인다.

(3) 종합

전문겸업 일반건설업체로 인해 직접적인 영향을 받게 될 1억원 이상 10억원 미만 공공 원도급 공사의 계약건수는 10,913건이며, 계약금액은 2.5조원으로, 전문건설업 시장 전체 계약건수의 2.1%, 계약금액의 4.1%에 해당된다. 한편 일반겸업 전문건설업체로 인해 직접적인 영향을 받게 될 3억원 이상 30억원 미만 공공 토목·건축공사의 계약건수는 7,443건이며, 계약금액은 8.8조원으로 일반건설업 시장 전체 계약건수의 10.7%, 계약금액의 8.1%에 해당된다. 따라서 겸업제한 폐지로 인해 영향을 받게 될 시장규모는 전문건설업 시장보다 일반건설업 시장이 클 것으로 보인다. 더욱이 겸업제한 폐지로 인한 진입규제 완화로 입찰 업체수도 전문건설업 시장보다 일반건설업 시장에서 보다 많이 증가할 것으로 보인다.

53) 현재 5억원 이상 30억원 미만의 일반건설업 공공 건축 및 토목공사 시장의 평균 업체수는 3-10억원 미만 평균 입찰 업체수(573.7개사), 10억원-50억원 미만 공사의 평균 입찰 업체수(244.0개사)를 평균하여 산출하였다.

54) 일반겸업 전문건설업체(6,644개사) ÷ 일반건설업체(12,914개사) × 100 = 51.4%

55) 실제적 일반겸업 전문건설업체(2,377개사) ÷ 일반건설업체(12,914개사) × 100 = 18.4%

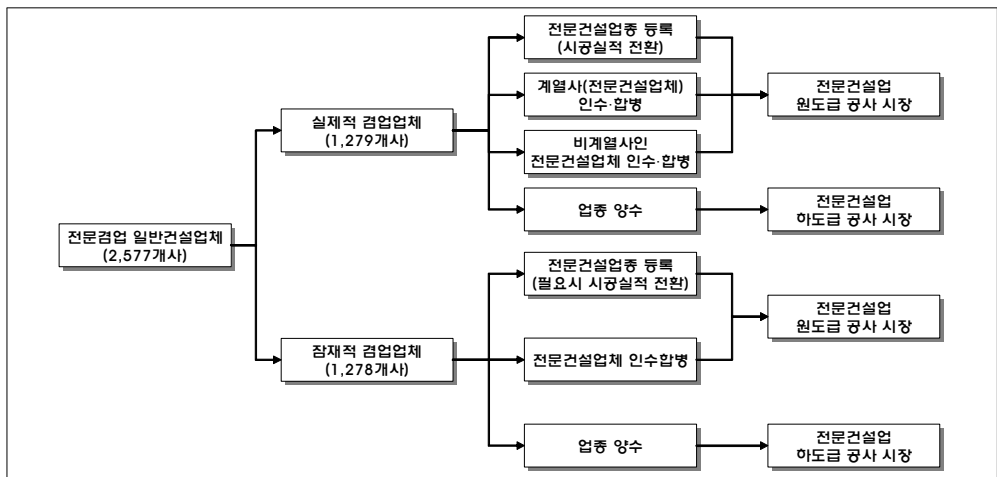
56) 2006년 기준 전체 일반건설업체의 수(12,914개사)에 일반겸업 전문건설업체의 수(6,644개사)가 추가될 경우와 실제적 일반겸업 전문건설업체의 수(2,377개사)가 추가될 경우로 구분하여 평균 입찰 업체수를 직선보간법에 의해 추정하였다. 산식은 각각 (12,914개사+6,644개사)×434개사/(12,914개사)와 (12,914개사+2,377개사)×434개사/(12,914개사)이다.

로 예상된다. 또한 모든 겸업업체가 상호시장 진입에 성공한다는 전제 하에, 이들 업체가 시장진입을 통해 얻을 수 있는 기회수익을 분석한 결과, 일반겸업 전문건설업체보다 전문겸업 일반건설업체의 기회수익이 매우 적을 것으로 추정된다⁵⁷⁾.

3) 진입(겸업)경로

(1) 전문겸업 일반건설업체

전문겸업 일반건설업체의 진입(겸업)경로로 전문건설업종 신규등록, 관계 계열사(전문건설업체)의 인수·합병, 비계열사인 전문건설업체의 인수·합병, 업종양수가 있다. 전문겸업 일반건설업체의 진입(겸업)경로를 실제적 겸업업체와 잠재적 겸업업체로 구분하여 살펴보면 다음과 같다.



[그림 5-2] 겸업제한 폐지 이후 전문겸업 일반건설업체의 진입(겸업)경로

57) 1개 전문겸업 일반건설업체당 기회수익은 1억원 이상 10억원 미만 공공 원도급 공사의 총 계약금액(2.5조원)을 전문겸업 일반건설업체와 기존 전문건설업체를 합산한 업체수(42,106개사+2,557개사)로 나누어서 산출하였다. 또한 1개 일반겸업 전문건설업체의 기회수익도 3억원 이상 30억원 미만 공공 토목·건축공사의 총 계약금액(8.8조원)을 일반겸업 전문건설업체와 기존 일반건설업체를 합산한 업체수(6,644개사+12,914개사)로 나누어서 산출하였다. 이를 통해 1개 전문겸업 일반건설업체가 얻을 수 있는 기회수익은 0.56억원이고, 일반겸업 전문건설업체의 기회수익은 4.5억원인 것으로 분석되었다.

① 실제적 겸업업체⁵⁸⁾

첫째, 실제적 겸업업체가 가장 선호할 진입(겸업)경로는 전문건설업종을 신규 등록하고 일반건설업 시공실적의 일부를 전문건설업 시공실적으로 전환하는 것이다. 이들 업체가 주로 목표로 하는 공사규모가 1억 원 이상 10억원 미만임을 감안할 때, 전문건설업 시공실적으로 전환하는 일반건설업 실적은 적격심사의 시공경험 점수가 만점이 될 수 있는 수준에 한정될 것으로 예상된다. 이는 관계 계열사와 함께 복수의 입찰 기회를 확보할 수 있을 뿐만 아니라, 향후 직면할 수 있는 경영상의 리스크를 분산할 수 있기 때문이다. 또한 별도 법인을 유지함에 따라 법인세, 간접인력 고용에 따른 임금, 임대비 등 추가비용이 발생하나, 그 정도는 크지 않기 때문이다.

둘째, 실제적 겸업업체 중에는 관계 계열사(전문건설업체)를 모회사(일반건설업체)에 인수·합병시키고자 하는 업체도 있을 것으로 보인다. 이는 별도의 법인 유지비용이 소요되지 않을 뿐만 아니라, 관계 계열사(전문건설업체)의 전문건설업 시공실적도 승계 가능하기 때문이다. 그러나 별도의 법인 유지비용보다 복수의 입찰 기회 확보를 통해 얻을 수 있는 기회비용이 더 크다는 점을 감안할 때, 실제적 겸업업체 중 관계 계열사(전문건설업체)를 모회사(일반건설업체)에 인수·합병할 업체는 그리 많지 않을 것으로 예상된다.

셋째, 실제적 겸업업체 중에는 비계열사인 전문건설업체를 인수·합병하여 전문건설업 시장으로 진입할 업체도 있을 수 있다. 전문공사 수주를 위해 일반건설업 시공실적을 전문건설업 시공실적으로 전환하지 않고 인수·합병한 전문건설업체의 시공실적을 활용하기 위함이다. 그러나 전문건설업종의 신규 등록비용보다 인수·합병에 소요되는 비용이 크다는 점을 고려해 볼 때, 전문건설업체의 인수·합병을 통한 진입은 그다지

58) 진입계획 특성 일반건설업체의 현황을 바탕으로 작성된 것임.

많이 이루어지지 않을 것으로 보인다. 그럼에도 불구하고 중장기적으로는 전문분야에 특화된 업체로 변화를 모색하는 과정에서 역량이 뛰어난 특정 전문건설업체에 대해 인수·합병이 시도될 가능성은 있다.

넷째, 전문건설업종의 양수를 통해 겸업을 시도할 실제적 겸업업체도 있을 수 있다. 하도급 공사 시장을 목표로 하는 업체는 일반건설업 시공실적을 전문건설업 시공실적으로 전환하는 것이 불필요할 뿐만 아니라 다른 일반건설업체와의 특수관계에 의해서도 하도급 공사수주가 가능하다. 따라서 전문건설업종의 신규등록보다 경영상태가 좋지 않은 전문건설업체의 업종을 양수하여 겸업하는 것이 효과적일 수 있다. 물론 업종 신규 등록비용보다 업종 양수에 소요되는 비용이 적을 경우에 한정된다.

② 잠재적 겸업업체

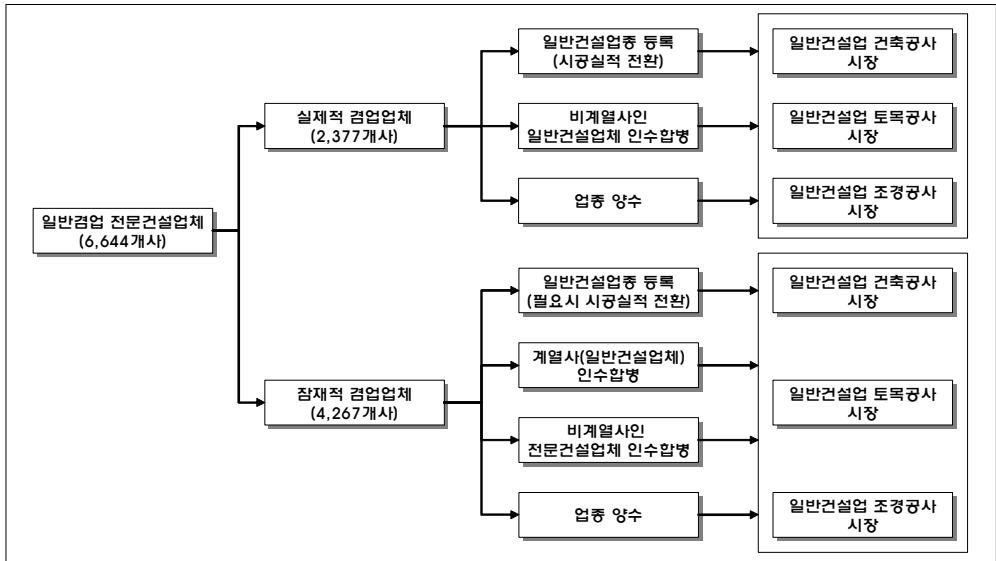
잠재적 겸업업체가 가장 선호하는 진입(겸업)경로 전문건설업종을 신규 등록하고 수주하고자 하는 공사가 생긴 경우에만 일반건설업 시공실적을 전문건설업 시공실적으로 전환하는 방식일 것으로 예상된다. 물론 시공실적 전환 신청을 상시 가능토록 할 경우에만 한정된 것이다⁵⁹⁾. 그러나 실제적 수주활동을 전개한 이후에는 실제적 겸업업체와 마찬가지로 전문건설업체의 인수·합병이나 경영상태가 좋지 않은 전문건설업체의 업종을 양수하는 방안도 고려할 것으로 보인다.

(2) 일반겸업 전문건설업체

일반겸업 전문건설업체의 진입(겸업)경로로 일반건설업종 신규등록, 관계 계열사(일반건설업체)의 인수·합병, 비계열사인 일반건설업체의 인

59) 시공실적 상호인정 기준에서는 시공실적 전환신청 기간을 명확히 다루지 않고 있다. 이는 유관기관의 협의를 거쳐 추후 확정될 예정이다.

수·합병, 업종양수가 있다. 일반겸업 전문건설업체의 진입(겸업)경로를 실제적 겸업업체와 잠재적 겸업업체로 구분하여 살펴보면 다음과 같다.



[그림 5-3] 겸업제한 폐지 이후 일반겸업 전문건설업체의 진입(겸업)경로

① 실제적 겸업업체60)

첫째, 실제적 겸업업체가 가장 선호할 진입(겸업)경로는 일반건설업종을 신규 등록하고 전문건설업 시공실적의 일부를 일반건설업 시공실적으로 전환하는 것이다. 이들 업체는 대부분 대형업체이므로 일반건설업 시공실적으로 전환할 충분한 전문건설업 시공실적을 보유하고 있다. 물론 전환될 전문건설업 시공실적은 3억원 이상 30억원 미만 일반공사의 적격심사시 시공경험에 대한 만점을 받는 수준에 한정될 것이다.

둘째, 실제적 겸업업체 중에는 비계열사인 일반건설업체를 인수·합병하여 일반건설업 시장으로 진입할 업체도 있을 수 있다. 일반공사 수주를 위해 전문건설업 시공실적을 일반건설업 시공실적으로 전환하지 않

60) 진입계획 특성 전문건설업체의 현황을 바탕으로 작성된 것임.

고 인수·합병한 일반건설업체의 시공실적을 활용하기 위함이다. 일반건설업종의 신규 등록비용보다 인수·합병에 소요되는 비용이 클 수 있으나, 실제적 겸업업체가 자본력이 풍부한 대형업체로 구성되어 있다는 점에서 비계열사인 일반건설업체의 인수·합병은 일부 이루어질 것으로 보인다.

셋째, 경영상태가 좋지 않은 일반건설업체의 업종을 양수하여 겸업을 시도할 실제적 겸업업체도 있을 수 있다. 물론 신규업종 등록비용보다 업종양수에 소요되는 비용이 적을 경우에 한정된다.

② 잠재적 겸업업체

잠재적 겸업업체가 가장 선호하는 진입(겸업)경로는 일반건설업종을 신규 등록하고 수주하고자 하는 공사가 생긴 경우에만 전문건설업 시공실적을 일반건설업 시공실적으로 전환하는 방식일 것으로 예상된다. 물론 시공실적 전환 신청을 상시 가능토록 할 경우에만 한정된 것이다. 실제적인 수주활동을 전개한 이후에는 실제적 겸업업체와 마찬가지로 일반건설업체의 인수·합병이나 경영상태가 좋지 않은 일반건설업체의 업종을 양수하는 방안도 고려할 것으로 보인다. 그러나 잠재적 겸업업체는 중·소형 업체가 대부분이므로, 비계열사인 일반건설업체의 인수·합병이나 일반건설업체의 업종을 양수하기에는 자금력이 부족할 것으로 보인다. 따라서 비계열사인 일반건설업체의 인수·합병이나 업종양수는 극히 제한적으로 전개될 것으로 예상된다.

한편 잠재적 겸업업체는 관계 계열사(일반건설업체)를 보유하고 있는 업체도 상당수 있으므로, 이를 모회사(전문건설업체)에 인수·합병시키고자 하는 업체도 있을 것으로 보인다. 별도의 법인 유지비용이 소요되지 않을 뿐만 아니라, 관계 계열사의 일반건설업 시공실적도 승계 가능하기 때문이다. 그러나 별도의 법인 유지비용보다 복수의 입찰기회 확보

를 통해 얻을 수 있는 기회비용이 더 크다는 점과 관계 계열사(일반건설업체)가 중·대형 일반건설업체와 공동도급을 한 이후 모회사인 전문건설업체에게 하도급을 줄 수 있다는 점에서 잠재적 겸업업체 중 관계 계열사(일반건설업체)를 모회사(전문건설업체)로 인수·합병할 업체는 그리 많지 않을 것으로 예상된다.

(3) 종합

전문겸업 일반건설업체나 일반겸업 전문건설업체가 가장 선호하는 진입(겸업)경로는 교차 진입할 시장의 업종을 신규 등록하고 공사수주에 필요한 만큼의 시공실적을 전환하는 방식일 것으로 전망된다. 물론 인수·합병, 관계 계열사의 정리, 업종 양수도 일부 전개될 것으로 예상되나, 극히 제한적으로 이루어질 것으로 보인다.

특히, 일반겸업 전문건설업체 중 실제적 겸업업체는 지역의무공동도급이나 지역제한에 해당되는 공공공사에 대해 특수관계에 있고 일반건설업 시공실적이 많은 일반건설업체 또는 관계 계열사인 일반건설업체와의 공동도급을 적극적으로 추진하기 위해 적극적인 영업활동과 일반건설업체와의 전략적 제휴 모색에 노력할 것으로 보인다. 공동도급에 성공할 경우 시공비율만큼 일반건설업 시공실적을 얻게 되고, 이를 바탕으로 공공공사 수주가 가능해지기 때문이다. 또한 별도의 전문건설업체 계열사를 추가적으로 보유하고 있는 경우에는 공동도급 컨소시엄이 전문건설업체 계열사에게 하도급을 줄 수 있기 때문이다.

2. 겸업제한 폐지의 예상효과

겸업제한 폐지로 인한 진입규제 완화는 지금까지 제도적 틀 속에서 안정적인 사업을 영위해오던 일반 및 전문건설업체의 변화를 필요로 하고 있다. 따라서 <표 5-9>의 겸업업체의 특징을 바탕으로 겸업제한 폐지에 대한 일반 및 전문건설업체의 대응형태를 전망하고, 상호시장 교차진입 현상이 건설시장에 미칠 영향을 살펴본다.

<표 5-9> 겸업업체의 특징

특징 \ 업체	모든 겸업업체		실제적 겸업업체	
	전문겸업 일반건설업체	일반겸업 전문건설업체	실제적 전문겸업 일반건설업체	실제적 일반겸업 전문건설업체
기업규모	중·소형 업체	중·대형 업체	소형업체	대형업체
주력업종	건축공사업 주력업체	토목업종 주력업체	토건공사업 주력업체	토목업종 주력업체
업종보유 개 수	단일업종 보유업체	다수업종 보유업체	단일업종 보유업체	다수업종 보유업체
업종보유 형 태	건축공사업만 보유한 업체	다양한 업종보유 업체	토건공사업만 보유한 업체	토공+철콘업종 보유업체
경쟁전략	원가-차별화 우위 전략업체	원가-차별화 우위 전략업체	원가-차별화 우위 전략업체	원가-차별화 우위 전략업체
내부역량	보통 미만 업체	보통 이상 업체	보통 미만 업체	보통 이상 업체
수익성	수익성 저조업체	수익성 양호업체	수익성 저조업체	수익성 저조업체
관계열사	해당사항 없음	미보유 업체	보유업체	미보유 업체
직접시공	직접시공비율 30% 상회업체	해당사항 없음	직접시공비율 30% 상회업체	해당사항 없음

1) 일반 및 전문건설업체의 대응형태

(1) 모든 겸업업체가 시장진입과 동시에 수주활동을 전개할 경우
겸업제한이 폐지된 이후에도 대형 일반건설업체는 전문건설업 시장으로 진출하기 보다는 종합관리능력을 강화하고, 고도의 기술력과 기획력,

자금조달능력 등을 토대로 건설산업의 경쟁력을 확보하기 위해 신규수요 창출에 노력할 것으로 보인다.

중·소형 일반건설업체 중 수익성이 저조하고 다른 업체보다 내부역량 수준이 낮아 일반건설업 시장에서 공사수주의 한계에 직면한 업체(건축공사업 주력업체)는 직접시공 부문과 관련된 전문건설업의 토공사업과 철근콘크리트공사업 시장으로 진입하여 중·소형 전문건설업체와 수주경쟁을 벌일 것으로 전망된다. 그러나 중·소형 일반건설업체의 전문건설업 시장에서의 성공 가능성은 다음과 같은 이유로 인해 높지 않을 것으로 보인다.

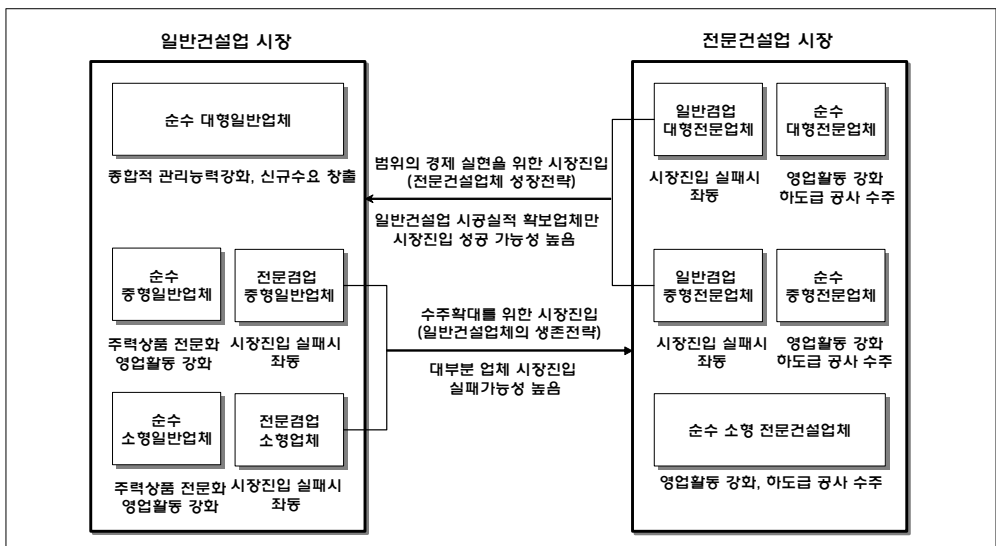
첫째, 자신들의 핵심공종과 무관하게 토공사업과 철근콘크리트공사업 시장으로만 진입할 계획을 갖고 있어 비핵심 분야로의 사업확대는 실패할 확률이 높다. 둘째, 전문공사의 수행능력 및 협력업체와의 네트워크가 전문건설업체에 비해 상대적으로 불리하다. 셋째, 전문건설업 시장으로 진입할 중·소 일반건설업체의 내부역량 수준이 낮을 뿐만 아니라 수익성도 저조하므로, 주로 일반경쟁에 의해 이루어지는 1억원 이상 10억원 미만의 전문공사를 수주함에 있어 전문건설업체에 비해 유리하다고만 볼 수 없다⁶¹⁾.

다만, 특화된 상품시장에서 독자적인 기술을 보유한 중·소 일반건설업체의 경우에는 전문건설업 시장에서 성공할 가능성이 높을 것으로 보인다. 따라서 일정 기간 전문공사를 수주하지 못한 많은 업체는 전문건설업종은 그대로 보유하되 수주활동은 유보하고 전문건설업 시장으로 진입하지 않은 다른 일반건설업체와 마찬가지로 일반건설업 시장에서 주

61) 전문겸업 일반건설업체가 목표로 하는 전문공사의 적격심사기준은 수행능력평가(최근 3년간 당해공사 업종의 공사실적 15점, 경영상태 평가 15점), 입찰가격평가(70점)로 구성된다. 그러나 일반겸업 전문건설업체와 순수 중·소형 일반건설업체의 수행능력과 입찰가격은 큰 차이가 없을 것으로 예상되므로, 현행 입찰제도의 운찰제적 요소에 의해 공사수주의 향배가 결정될 것으로 보인다. 따라서 전문겸업 일반건설업체가 전문건설업체에 비해 공사수주에 유리하다고 볼 수 없다.

력상품 및 업종에 대한 전문화 추구, 유관 업체와의 전략적 제휴, 지역 시장에서의 영업기반 강화 등의 다양한 형태로 전문건설업체의 시장진입으로 인해 심화될 수주경쟁에 대응할 것으로 예상된다.

한편 겸업제한이 폐지된 이후 수익성과 내부역량이 양호한 중·대형 전문건설업체(토목업종 주력업체)를 중심으로 주력업종과 관련된 일반건설업 시장으로 진입하여 중·소형 일반건설업체와 수주경쟁을 전개할 것으로 예상된다. 그러나 실적전환을 통해 일반건설업 시공실적을 확보한 업체를 제외하고는 일반건설업 시장에서 성공할 가능성은 그다지 크지 않을 것으로 판단된다. 목표시장인 3억원 이상 30억원 미만 공공 건축 및 토목공사를 수주하기 위해서는 일정 수준 이상의 일반건설업 시공실적이 필요하기 때문이다. 따라서 일정 수준의 일반건설업 시공실적을 확보하는데 실패한 업체는 일반건설업종은 보유하되 수주활동을 유보하고 일반건설업 시장으로 진입하지 않은 다른 전문건설업체와 함께 전문건설업 시장에서 수주확대를 위한 영업활동 강화로 격화된 수주경쟁에 대응할 것으로 전망된다.



[그림 5-4] 일반 및 전문건설업체의 대응형태(모든 겸업업체가 수주활동을 전개할 경우)

(2) 실제적 겸업업체가 시장진입과 동시에 수주활동을 전개할 경우

대형 일반건설업체는 겸업제한이 폐지된 이후에도 전문건설업 시장으로 진출하기 보다는 해외시장 개척 등과 같은 새로운 신규수요 창출에 노력할 것으로 보인다. 중형 일반건설업체와 전문건설업 시장으로 진입하지 않는 소형 일반건설업체는 격화된 수주경쟁에서 살아남기 위하여 주력상품 및 업종에 대한 전문화 추구, 유관 업체와의 전략적 제휴, 지역시장에서의 영업기반 강화에 전념할 것으로 전망된다.

소형 일반건설업체 중 전문건설업 시장으로 진입하는 업체(수익성이 저조하고 내부역량이 낮으며 관계 계열사를 보유한 업체)는 일반건설업 시장에서의 공사수주의 한계에 직면하여 직접시공 부문과 관련된 전문건설업의 토공사업과 철근콘크리트공사업 시장으로 진입하여 주로 중·소형 전문건설업체와 수주경쟁을 벌일 것으로 전망된다. 이들 업체의 낮은 수익성과 내부역량으로 인해 전문건설업체에 비해 공사 수주시 유리하다고만 볼 수 없다. 그러나 관계 계열사를 통해 전문공사의 수행능력 및 협력업체와의 네트워크를 이미 확보하고 있어 다소 유리한 점도 있는 것이 사실이다. 더욱이 운찰제적 성격이 강한 현재의 입·낙찰 제도로 인해 전문건설업 시장에서 성공할 가능성은 있다고 판단된다. 따라서 전문공사 수주에 성공한 일부 업체는 계속 전문건설업 시장에서 수주활동을 전개할 것으로 보인다.

다만, 전문공사 수주에 실패한 일부 업체는 전문건설업 시장 내에서의 수주활동을 유보하고 다른 중·대형 일반건설업체와 함께 일반건설업 시장에서 주력상품 및 업종에 대한 전문화 추구, 유관 업체와의 전략적 제휴, 지역시장에서의 영업기반 강화 등 다양한 형태로 경쟁강도 심화에 따른 시장변화에 대응할 것으로 예상된다.

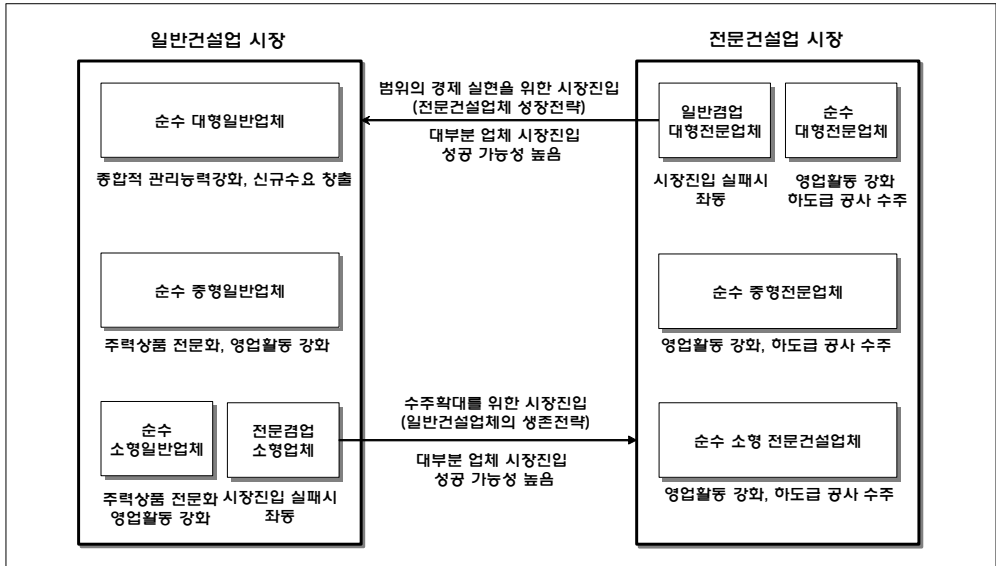
한편 겸업제한이 폐지된 이후 수익성은 저조하나 내부역량이 양호한 대형 전문건설업체를 중심으로 주력업종과 관련된 일반건설업 시장으로

진입하여 중·소형 일반건설업체와 수주경쟁을 전개할 것으로 예상된다. 이들 업체는 다음과 같은 이유로 인해 일반건설업 시장에서 성공할 가능성이 어느 정도 있다고 판단된다.

첫째, 3억원 이상 30억원 미만 공공 토목 및 건축공사를 수주할 수 있을 정도로 전문건설업 시공실적을 일반건설업 시공실적으로 전환할 여력이 있기 때문이다. 둘째, 전문건설업체의 일반건설업 시장 진입분야가 자신들의 전문화된 영역과 수직적으로 연장된 분야이므로, 범위의 경제 실현이 용이하다. 셋째, 대형 전문건설업체를 중심으로 일반건설업 시장으로 진입하므로, 진입에 따른 초기비용(일반건설업종 등록비용 및 유지비용 등)을 충분히 감당할 여력이 있다. 넷째, 복합 하도급 공사를 수행한 경험이 많아 일반건설업체에게 요구되는 종합관리능력을 배양할 기회가 많았다. 다섯째, 일반건설업 시장으로 진입하고자 하는 전문건설업체의 내부역량 수준이 높을 뿐만 아니라 수익성도 양호하므로, 주로 제한경쟁으로 이루어지는 3억원 이상 30억원 미만 일반공사를 수주함에 있어 중·소형 일반건설업체와의 전략적 제휴가 용이할 뿐만 아니라 수주경쟁에서도 불리하다고만 볼 수 없다⁶²⁾.

그러나 일반공사 수주에 실패한 일부 업체는 수주활동을 유보하고 일반건설업 시장으로 진입하지 않는 다른 전문건설업체와 함께 전문건설업 시장에서 업종에 대한 전문화 추구, 일반건설업체와의 긴밀한 협력 관계를 통한 하도급 공사의 수주확대로 수주경쟁 심화에 따른 시장변화에 대응할 것으로 전망된다.

62) 일반견업 전문건설업체가 목표로 하는 공사의 적격심사 기준은 수행능력평가(최근 3년간 당해공사 업종의 공사실적 15점, 경영상태 평가 15점), 입찰가격평가(70점)로 구성된다. 그러나 일반견업 전문건설업체와 순수 중·소형 일반건설업체의 수행능력과 입찰가격에 큰 차이가 없을 것으로 예상되므로, 현행 입찰제도의 운찰제적 요소에 의해 공사수주의 향배가 결정될 것으로 보인다. 따라서 일반견업 전문건설업체가 일반건설업체에 비해 공사수주에 불리하다고 볼 수 없다.



[그림 5-5] 일반 및 전문건설업체의 대응형태(실제적 겸업체만 수주활동을 전개할 경우)

2) 겸업제한 폐지가 건설시장에 미치는 영향

(1) 일반건설업체의 전문건설업 시장진입⁶³⁾

자원이 부족하고 경쟁업체가 많은 겸업업체와 순수 중소 전문건설업체는 수주기회 감소→출혈수주→수익률 저하의 악순환에 빠져 결국 도태되는 경로를 밟을 가능성이 있다. 그러나 겸업제한 폐지 이후 일정 기간 동안은 전문겸업 일반건설업체나 순수 중소 전문건설업체가 공사 수주를 위해 물려다니는 양상을 띠면서 운찰제적 성격이 강한 지금의 입·낙찰 제도 하에서 우량한 순수 중소 전문건설업체도 동반 부실화될 소지가 높다.

전문겸업 일반건설업체가 순수 전문건설업체에 비해 높은 내부역량을

63) 잠재적 겸업업체는 겸업을 하되 본격적인 수주활동을 유보할 업체이므로 당장의 건설 시장에 미칠 영향은 없을 것으로 보인다. 따라서 겸업제한 폐지가 건설시장에 미칠 영향을 실제적 겸업업체가 겸업과 동시에 본격적인 수주활동을 전개한다는 가정 하에서 살펴 보았음.

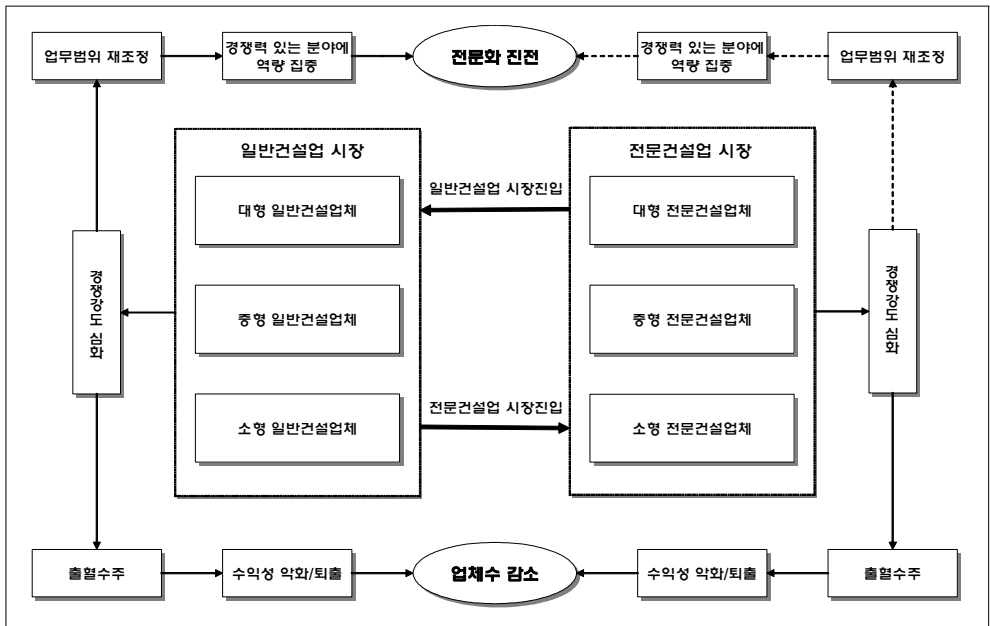
가졌다고 보기 힘들 뿐만 아니라, 이들 업체의 목표시장인 1억원 이상 10억원 미만 공공 원도급 공사의 시장규모가 전문건설업 시장 계약건수의 2.1%, 계약금액의 4.1%에 불과해 전문건설업체가 느끼는 경쟁강도는 일반건설업체에 비해 낮다. 따라서 전문건설업체는 업무범위를 재조정하여 비용 대비 수익성이 낮은 사업부문에서 철수하고 경쟁력 강화에 역량을 집중하기 보다는 일시적으로 수주 극대화를 위한 영업활동 강화에 노력할 것으로 보인다. 이는 개별기업의 입장에서 보면 합리적인 행동일 수 있지만, 전문분야에 특화하고 기술개발을 통해 경쟁우위를 확보하려는 성장이 방해를 받으면서, 장기적으로 품질은 저하되고 건설비용은 증가하게 되는 건설산업의 부실화가 초래될 수 있다. 따라서 일반건설업체의 전문건설업 시장진입은 심화될 수주경쟁에 의해 전문건설업체의 수를 감소시키는데 영향을 미칠 것이나, 전문건설업체의 전문화 강화나 경쟁력 향상에는 그다지 도움이 되지 않을 것으로 전망된다.

(2) 전문건설업체의 일반건설업 시장진입

자원이 부족하고 경쟁업체가 많은 겸업업체와 순수 중소 일반건설업체도 수주기회 감소→출혈수주→수익률 저하의 악순환에 빠져 결국 도태되는 경로를 밟을 가능성이 있다. 그러나 겸업제한 폐지 이후 일정 기간 동안은 일반겸업 전문건설업체나 순수 중소 일반건설업체가 공사 수주를 위해 물려다니는 양상을 띠면서 운찰제적 성격이 강한 지금의 입·낙찰 제도 하에서 우량한 순수 중소 일반건설업체도 동반 부실화될 소지가 높다.

비교적 내부역량이 우수한 전문건설업체를 중심으로 일반건설업 시장으로 진입할 뿐만 아니라, 이들 업체의 목표시장인 3억원 이상 30억원 미만 공공 건축 및 토목공사의 시장규모가 일반건설업 시장 계약건수의 10.7%, 계약금액의 8.1%에 달해 일반건설업체가 느끼는 경쟁강도는 전

문건설업체에 비해 높다. 따라서 일반건설업체는 일시적으로 수주 극대화를 위한 영업활동 강화보다는 근본적으로 업무범위를 재조정하여 비용 대비 수익성이 낮은 사업부문에서 철수하고 경쟁력을 강화하는데 중점을 둘 것으로 보인다. 따라서 전문건설업체의 일반건설업 시장진입은 심화될 수주경쟁에 의해 일반건설업체의 수를 감소시키는데 영향을 미칠 뿐만 아니라, 일반건설업체의 전문성 강화나 경쟁력 향상에 도움이 되어 산업 전체적으로 긍정적인 효과를 발휘할 수 있을 것으로 전망된다.



[그림 5-6] 겸업제한 폐지가 건설시장에 미치는 영향

주: 실선은 겸업제한 폐지가 건설시장에 영향을 미치는 경우이며, 점선은 영향을 미치지 않는 경우임.

3. 정책적 시사점과 기업의 대응방향

1) 정책적 시사점

(1) 건설업 등록기준과 시공실적 상호인정 범위의 조정

현행 건설업종 등록기준과 시공실적 상호인정 범위가 유지된다면, 일반 및 전문건설업종을 동시 보유한 겸업업체는 9,201개사(일반건설업체 2,557개사, 전문건설업체 6,644개사)일 것이며, 겸업과 동시에 본격적인 수주활동을 전개할 실제적 겸업업체는 3,656개사(일반건설업체 1,279개사, 전문건설업체 2,377개사)일 것으로 예상된다. 그러나 겸업제한 폐지로 인한 상호시장 교차진입 수준의 적정성 여부에 따라 <표 5-10>과 같이 건설업 등록기준과 시공실적 상호인정 기준을 조정할 필요가 있다.

<표 5-10> 건설업 등록기준 및 시공실적 상호인정 기준 조정에 따른 상호시장 교차진입의 수준변화

조정방안	교차진입 수준	업체수 감소	경쟁력 강화 전문성 진전
·제 1안 ·등록기준의 강화 ·시공실적 상호인정 범위축소	·시장진입과 수주활동은 실제적 겸업업체 수준(일반건설업체 1,279개사, 전문건설업체 2,377개사, 총 3,656개사) 이하에서 전개	·적음	·많음
·제 2안 ·등록기준의 강화 ·시공실적 상호인정 범위유지	·일반건설업체의 전문건설업 시장진입은 겸업업체 수준(2,557개사)이나 수주활동은 실제적 겸업업체 수준(1,279개사)에서 전개 ·전문건설업체의 일반건설업 시장진입과 수주활동은 실제적 겸업업체(2,377개사)의 수준에서 전개	·보통	·보통
·제 3안 ·등록기준의 유지 ·시공실적 상호인정 범위확대	·시장진입과 수주활동은 겸업업체 수준(일반건설업체 2,557개사, 전문건설업체 6,644개사, 총 9,201개사)에서 전개	·많음	·적음
·제 4안 ·등록기준의 강화 ·전문건설업 시공실적 상호인정 범위축소	·시장진입과 수주활동은 실제적 겸업업체 수준(일반건설업체 1,279개사, 전문건설업체 2,377개사, 총 3,656개사)에서 전개	·보통	·많음

주: 건설업 등록기준과 시공실적 상호인정 기준 조정에 관한 다양한 방안이 있을 수 있으나, 본 연구에서는 위 4가지 방안만을 고려함.

첫째, 건설업종 등록기준을 강화하고 시공실적 상호인정 범위를 축소하는 것을 고려할 수 있다. 이와 같은 경우 상호시장 교차진입과 수주활동 전개는 실제적 겸업업체 수준(일반건설업체 1,279개사, 전문건설업체 2,377개사, 총 3,656개사) 이하로 이루어질 것으로 보인다.

건설업종 등록기준이 강화된다 할지라도 일반건설업체는 추가투자가 사실상 필요 없으므로 그대로 전문건설업종을 등록하여 시장진입을 단행할 소지가 높다. 그러나 일반건설업체도 전문건설업 시공실적 전환에 많은 제한이 발생하므로, 잠재적 겸업 일반건설업체의 대부분이 전문건설업 시장으로의 진입을 철회할 가능성이 높다. 따라서 실제적 겸업업체의 수준으로 전문건설업 시장으로 진입하여 수주활동을 전개할 것으로 예상된다.

한편 잠재적 겸업 전문건설업체의 대부분이 강화된 등록기준을 충족하기 어려워 진입계획을 철회할 것으로 보이며, 시공실적 상호인정 범위의 축소로 인해 실제적 겸업 전문건설업체도 시공실적 전환에 많은 제한이 생기므로, 이들 업체의 수도 감소할 것으로 전망된다.

따라서 일반 및 전문건설업 시장 내에서 수주경쟁 심화를 통한 업체수 감소 효과는 발생하나, 그 정도는 다른 방안보다 다소 미약할 것으로 예상된다. 그러나 등록기준의 강화와 시공실적 상호인정 범위의 축소로 인해 내부역량이 양호한 일반 및 전문건설업체가 상호시장으로 교차 진입할 것으로 예상됨에 따라, 업체의 경쟁력 강화와 전문화 진전에는 긍정적인 영향을 미칠 것으로 전망된다.

둘째, 건설업종 등록기준을 강화하고 시공실적 상호인정 범위를 유지하는 방안을 고려할 수 있다. 이와 같은 경우 일반건설업체의 전문건설업 시장진입은 겸업업체 수준(2,557개사)에서 이루어지며, 수주활동은 실제적 겸업업체 수준(1,279개사)에서 전개될 것으로 보인다. 반면에 전문건설업체의 일반건설업 시장진입과 수주활동은 실제적 겸업업체(2,377

개사)의 수준에서 전개될 가능성이 높다.

건설업종 등록기준이 강화된다 할지라도 일반건설업체는 추가투자가 사실상 필요 없으므로 그대로 전문건설업종을 등록하여 시장진입을 단행할 소지가 높기 때문이다. 그러나 시공실적 상호인정 범위가 유지되므로 전문건설업종을 등록하되, 실제적 수주활동을 유보할 잠재적 겸업 일반건설업체가 생길 수 있다. 이로 인해 실제적 겸업업체만이 전문건설업 시장으로 진입하여 수주활동을 전개할 것으로 보인다.

반면에 전문건설업체 중 잠재적 겸업업체로 여겨지는 일부 업체는 강화된 등록기준을 충족하기 어려워 진입계획을 철회할 가능성이 농후하나, 실제적 겸업업체는 일반공사 수주의 가능성이 높으므로 그대로 일반건설업 시장진입을 단행하여 수주활동을 전개할 소지가 높다. 이로 인해 일반건설업 시장진입과 수주활동은 실제적 겸업업체 수준에서 전개될 것으로 보인다.

따라서 일반 및 전문건설업 시장 내에서 수주경쟁 심화로 인한 업체 수 감소 효과는 발생할 것으로 예상된다. 그러나 시공실적 상호인정 범위가 현행과 같이 유지됨에 따라 내부역량이 우수한 전문건설업체가 일반건설업 시장으로 진입함에 반해, 전문건설업 시장으로 진입하는 일반건설업체의 내부역량 수준은 미흡할 것으로 예상된다. 이로 인해 전문건설업체의 일반건설업 시장진입을 통해 일반건설업체의 경쟁력 강화와 전문화 진전에 긍정적인 효과를 발휘할 것으로 보이나, 전문건설업체의 경쟁력 강화와 전문화 진전에는 도움이 되지 않을 것으로 전망된다.

셋째, 건설업종 등록기준을 유지하고 시공실적 상호인정 범위를 확대하는 방안을 고려할 수 있다. 이와 같은 경우 상호시장 교차진입과 수주활동 전개는 겸업업체의 수준(일반건설업체 2,557개사, 전문건설업체 6,644개사, 총 9,201개사)에서 이루어질 것으로 보인다.

건설업종 등록기준이 유지됨에 따라 일반 및 전문건설업종을 동시 보

유할 업체의 변화는 없는 반면에, 시공실적 상호인정 범위가 확대되므로 신규업종을 등록하되, 실제적 수주활동을 유보할 잠재적 겸업업체가 실제적 겸업업체(특히 전문건설업체)로 전환될 것이기 때문이다.

따라서 일반 및 전문건설업 시장 내에서 수주경쟁은 보다 심화될 것이며, 이로 인해 업체수 감소 효과는 발생할 것으로 예상된다. 그러나 내부역량이 미흡한 일반 및 전문건설업체가 상호시장으로 교차 진입할 것으로 예상됨에 따라, 업체의 경쟁력 강화와 전문화 진전에는 큰 영향을 미치지 않을 것으로 전망된다.

넷째, 건설업종 등록기준을 강화하고 전문건설업 시공실적 상호인정 범위⁶⁴⁾만을 축소하는 것을 고려할 수 있다. 이와 같은 경우 상호시장 교차진입과 수주활동 전개는 실제적 겸업업체 수준(일반건설업체 1,279개사, 전문건설업체 2,377개사, 총 3,656개사)으로 이루어질 것으로 보인다.

건설업종 등록기준이 강화된다 할지라도 일반건설업체는 추가투자가 사실상 필요 없으므로 그대로 전문건설업종을 등록하여 시장진입을 단행할 소지가 높다. 그러나 일반건설업체도 전문건설업 시공실적 전환에 많은 제한이 발생하므로, 잠재적 겸업 일반건설업체의 대부분이 전문건설업 시장으로의 진입을 철회할 가능성이 높다. 따라서 실제적 겸업업체의 수준으로 전문건설업 시장으로 진입하여 수주활동을 전개할 것으로 예상된다. 한편 잠재적 겸업 전문건설업체의 대부분이 강화된 등록기준을 충족하기 어려워 진입계획을 철회할 것으로 보이며, 실제적 겸업 전문건설업체만이 일반건설업 시장으로 진입하여 수주활동을 전개할 것으로 전망된다.

따라서 일반 및 전문건설업 시장 내에서 수주경쟁 심화를 통한 업체

64) 최근 3년간(2005-2007년) 토공사업과 철근콘크리공사업의 업무내용이 복합된 공사 또는 이 복합공사와 다른 전문건설업종이 복합된 공사를 일반건설업 시공실적으로 인정받는다.

수 감소 효과는 발생할 것으로 보인다. 또한 등록기준의 강화와 전문건설업 시공실적 상호인정 범위의 축소로 인해 내부역량이 양호한 일반 및 전문건설업체가 상호시장으로 교차 진입할 것으로 예상됨에 따라, 건설업체의 경쟁력 강화와 전문화 진전에는 긍정적인 영향을 미칠 것으로 전망된다.

상기 조정방안을 종합적으로 검토해 본 결과, 제 4안인 건설업종 등록기준의 강화와 전문건설업 시공실적 상호인정 범위의 축소가 가장 적합한 것으로 판단된다. 제4안을 통해 겸업제한 폐지 이후 일반 및 전문건설업 시장이 수용 가능한 수준으로 상호시장 교차진입을 유도하여 적정 수준의 수주경쟁이 이루어질 수 있을 것으로 보인다⁶⁵⁾. 또한 부실업체의 퇴출을 통해 업체수 감소효과를 얻을 수 있을 뿐만 아니라, 내부역량이 우수한 업체만이 상호시장으로 교차 진입하도록 하여 무분별한 진입을 억제할 수 있을 것으로 보인다. 이는 일반 및 전문건설업체로 하여금 업무범위를 재조정하여 비용 대비 수익성이 낮은 사업부문에서 철수하도록 함으로써 경쟁력 강화와 전문화 진전에 긍정적인 영향을 미칠 것으로 보인다.

(2) 주계약자형 공동도급의 활성화

겸업과 동시에 본격적 수주활동을 전개할 실제적 겸업 전문건설업체는 2,377개사이고, 겸업은 하되 수주활동은 유보할 잠재적 겸업 전문건설업체는 4,267개사일 것으로 보여 많은 전문건설업체가 일반건설업 시장에 진입할 계획을 갖고 있는 것으로 파악되었다. 이와 같은 현상은

65) 유진근 외(2007)는 현재 업체 수의 50% 정도가 일반건설업의 적정 업체수이고, 이종광 외(2007)도 현재 업체 수의 77% 정도가 전문건설업의 적정 업체수임을 분석하였다. 또한 이들 연구는 부실업체 퇴출과 무분별한 시장진입을 억제하여 적정 수준의 경쟁이 이루어질 수 있도록 건설업 등록기준의 상향 조정을 신중히 검토할 필요가 있다고 주장하였다.

지금까지 기업의 성장 차원에서 새로운 시장개척의 필요성을 인식한 전문건설업체가 겸업제한 폐지로 인한 진입규제 완화에 거는 기대가 매우 크다는 점을 반영한 결과라 하겠다. 그러나 일반건설업 시장으로 진입할 계획이 있는 업체 중에서 특정한 경쟁전략이 없거나 내부역량 수준은 낮은 업체가 상당 수 있다는 점을 감안한다면, 이들 업체의 일반건설업 시장진입은 우려의 소지가 매우 높다.

따라서 주계약자형 공동도급을 활성화하여 전문시공 분야에서 경쟁력을 갖춘 전문건설업체가 무분별한 일반건설업 시장 진출보다는 전문화를 추구할 수 있도록 유도하고, 원도급자와 대등한 관계에서 일반공사를 수행할 경험을 쌓도록 하는 것이 필요하다.

(3) 인위적인 중소 건설업체 보호정책의 지양

겸업제한 폐지에 따라 일반 및 전문건설업체를 막론하고 중소기업의 수주경쟁은 격화될 것으로 보인다. 일부 일반 및 전문건설업체는 겸업제한 폐지로 인하여 그동안 안정적으로 보장되던 사업영역이 사라지고 수주경쟁이 더욱 치열해짐에 따라 존립기반이 붕괴되는 것을 우려하여 중소 건설업체 보호정책의 강구를 바랄 것으로 예상된다. 그러나 인위적인 중소 건설업체 보호정책은 부실업체를 유인함으로써 오히려 중소 건설업체의 발전을 저해할 우려가 높다.

따라서 인위적인 보호정책보다는 공공공사에 의존하는 비중이 큰 중소 건설업체의 수주안정을 도모하기 위해 공공투자 건설공사의 규모를 안정시키는 동시에 기술개발, 전문화 등 생산 효율화를 위한 측면지원이 바람직할 것으로 판단된다.

(4) 입·낙찰 제도의 운찰제적 요소의 배제

겸업제한 폐지에 따라 그동안 유지되어온 제도적인 보호막이 사라지

는 것이므로, 내부역량이 부족한 업체는 수주기회 감소→출혈수주→수익률 저하의 악순환에 빠져 결국 도태되는 경로를 밟게 되는 환경이 조성될 것으로 보인다. 그러나 겸업제한 폐지로 경쟁이 격화되어 건설업체가 공사수주를 위해 몰려다니는 양상을 띠면서 운찰제적 성격이 강한 지금의 입·낙찰 제도 하에서는 겸업제한 폐지가 부실업체 퇴출로 이어지기보다는 건실한 업체의 낙찰기회 축소 및 부실화로 이어질 가능성이 있다는 점은 상당히 우려된다.

따라서 겸업제한 폐지가 부실업체 퇴출을 통한 업체수 감소와 업체의 전문화 촉진이라는 효과를 달성하기 위해서는 시장기구가 정상화되도록 입·낙찰 제도 및 실행상의 미비점을 보완할 필요가 있다. 더불어 건설업체간의 기술경쟁을 촉진하고 건설공사 비용을 절감하여 발주자에게 보다 양질의 서비스를 제공할 수 있는 다양한 건설공사 발주제도의 강구가 필요하다.

2) 기업의 대응방안

(1) 전문화 및 경쟁력 강화

기업의 성장은 전문영역의 구축과 핵심사업 설정→시장지배력 강화→사업의 다각화→핵심사업 재설정 등의 과정을 거쳐 이루어진다. 겸업제한 폐지로 인해 가장 영향을 받게 될 중소 일반 및 전문건설업체가 전문영역을 구축하지 못한 상황에서 무리하게 상호시장으로 교차 진입하여 사업을 다각화하는 것은 실패할 확률을 높이는 요인이 될 것으로 보인다. 이들 업체 중에서 특정 경쟁전략이 없는 업체가 30%를 상회하고 있어 시장진입을 통한 다각화 전략은 성공하기 힘들 것으로 판단된다.

따라서 중소 건설업체일수록 자신이 특화하고자 하는 건설상품에 대한 시장추이를 파악하고 미래 건설시장의 변화를 예측하여 전문분야를

설정하는 것이 필요하다. 특화된 상품시장에서 독자적인 기술을 보유하고 명확한 경쟁전략을 설정한 이후에나 상호시장으로 교차 진입하고, 진입할 계획이 없는 업체는 사업범위를 좁혀 전문분야에서 지속적으로 핵심 경쟁력 또는 내부역량을 확보하여 심화될 수주경쟁에 대비하는 것이 바람직할 것으로 보인다.

(2) 협력관계 구축

점업제한 폐지 이후 기존 수주시장에서 경쟁강도는 현재보다 높아질 것이며, 이를 헤쳐 나가기 위해서는 일반 및 전문건설업체의 상호협력을 통한 경쟁력 강화가 필수이다. 일반건설업체의 경우 전문분야별로 경쟁력이 있는 우량 전문건설업체와의 긴밀한 협력관계 구축은 시공품질의 향상을 통한 경쟁력 강화에 필수적인 사항이다. 또한 전문건설업체의 경우에도 경쟁력 있는 일반건설업체와의 협력관계 구축은 안정적인 하도급 공사 확보 및 다양한 학습효과 등을 통해 동반 성장하는데 도움이 된다. 더욱이 주계약자형 공동도급을 통해 일반건설업체는 우량 전문건설업체의 전문시공력을 바탕으로 양질의 건설상품을 생산할 수 있으며, 전문건설업체는 일반건설업 시공실적을 마련할 수 있어 일반건설업 시장진출에 교두보를 확보하는 효과를 누릴 수 있게 된다.

1. 연구요약 및 정책제언

1) 겸업제한 폐지로 인한 건설시장의 변화

(1) 겸업업체

겸업제한 폐지 이후 건설업종 등록기준과 시공실적 상호인정 기준이 유지된다면, <표 6-1>의 (a)와 같은 특징을 가진 9,201개사의 겸업업체(일반건설업체 2,557개사, 전문건설업체 6,644개사)가 겸업할 것으로 추정된다. 또한 (b)와 같은 특징을 가진 3,656개사의 실제적 겸업업체(일반건설업체 1,279개사, 전문건설업체 2,377개사)가 겸업과 동시에 실질적인 수주활동을 전개할 것으로 예상된다.

<표 6-1> 겸업 일반 및 전문건설업체의 특징

특성	업체	겸업업체(a)		실제적 겸업업체(b)	
		전문겸업 일반건설업체	일반겸업 전문건설업체	실제적 전문겸업 일반건설업체	실제적 일반겸업 전문건설업체
기업규모		중소형 업체	중대형 업체	소형업체	대형업체
주력업종		건축공사업 주력업체	토목업종 주력업체	토건업종 주력업체	토목업종 주력업체
업종개수		단일업종 보유업체	다수업종 보유업체	단일업종 보유업체	다수업종 보유업체
업종형태		건축공사업만 보유한 업체	다양한 업종보유 업체	토목건축공사업만 보유한 업체	토공+철콘업종 보유업체
경쟁전략		원가-차별화 우위	원가-차별화 우위	원가-차별화 우위	원가-차별화 우위
내부역량		보통 미만 업체	보통 이상 업체	보통 미만 업체	보통 이상 업체
수익성		수익성 저조업체	수익성 양호업체	수익성 저조업체	수익성 저조업체
관계 계열사		해당사항 없음	미보유 업체	보유업체	미보유 업체
직접시공비율		30% 상회업체	해당사항 없음	30% 상회업체	해당사항 없음

(2) 목표시장

<표 6-2>와 같이 전문겸업 일반건설업체로 인해 직접적인 영향을 받게 될 1억원 이상 10억원 미만 공공 원도급 공사의 계약건수는 10,913건이며, 계약금액은 2.5조원으로서, 전문건설업 시장 전체 계약건수의 2.1%, 계약금액의 4.1%에 해당된다. 한편 일반겸업 전문건설업체로 인해 직접적인 영향을 받게 될 3억원 이상 30억원 미만 공공 토목·건축공사의 계약건수는 7,443건이며, 계약금액은 8.8조원으로서 일반건설업 시장 전체 계약건수의 10.7%, 계약금액의 8.1%에 해당된다.

따라서 겸업제한 폐지로 인해 영향을 받게 될 시장규모는 전문건설업 시장보다 일반건설업 시장이 클 것으로 보인다. 더욱이 겸업제한 폐지로 인한 진입규제 완화로 입찰 업체수도 전문건설업 시장보다 일반건설업 시장에서 많이 증가할 것으로 보여 수주경쟁은 일반건설업 시장에서 보다 치열하게 전개될 것으로 예상된다.

<표 6-2> 겸업 일반 및 전문건설업체의 목표 주요시장 비교

구분	전문겸업 일반건설업체의 목표 주요시장	일반겸업 전문건설업체의 목표 주요시장
시장 유형	·원도급 공사 시장 ·공공공사 시장 ·토목사업과 철근콘크리트공사업 시장 (직접시공 부문 관련 업종시장) ·1억원 이상 10억원 미만 공사 시장	·공공공사 ·토목 및 건축시장 (주력업종과 업종형태에 따라 진입) ·3억원 이상 30억원 미만 공사시장
시장 규모	·계약건수 10,913건(전체의 2.1%) ·계약금액 2.5조원(전체의 4.1%) ·평균 입찰 업체수 447개사-460개사 ·1개 겸업 일반건설업체 기회수익 0.56억원	·계약건수 7,443건(전체의 10.7%) ·계약금액 8.8조원(전체의 8.1%) ·평균 입찰 업체수 484-619개사 ·1개 겸업 전문건설업체 기회수익 4.5억원

주: 시장규모는 상호시장 교차진입 계획업체가 목표로 하는 주시장만을 대상으로 분석한 결과임.

(3) 겸업경로(진입방식)

전문겸업 일반건설업체는 전문건설업종을 신규 등록하고 1억원 이상 10억원 미만의 공공 원도급 공사를 수주하는데 필요한 만큼의 일반건설

업 시공실적을 전문건설업 시공실적으로 전환하여 진입할 것으로 전망된다. 그러나 관계 계열사(전문건설업체)를 모회사(일반건설업체)에 인수·합병시키고자 하는 전문겸업 일반건설업체는 복수의 입찰기회 확보를 통해 얻을 수 있는 기회수익으로 인해 그리 많지 않을 것으로 예상된다. 또한 비계열사인 전문건설업체를 인수·합병하거나 전문건설업종을 양수하여 진입하는 방식은 각각 과도한 인수·합병 비용과 시공실적 승계 불가로 인해 선호되지 않을 것으로 보인다. 다만, 중·장기적으로 전문분야에 특화된 업체로의 변화를 모색하는 과정에서 우량 전문건설업체에 대해 인수·합병이 시도될 가능성은 있다.

일반겸업 전문건설업체도 일반건설업종을 신규 등록하고 3억원 이상 30억원 미만의 공공 건축 및 토목공사를 수주하는데 필요한 만큼의 일반건설업 시공실적을 전문건설업 시공실적으로 전환하여 진입할 것으로 전망된다. 또한 관계 계열사(일반건설업체)의 인수·합병, 비계열사인 일반건설업체의 인수·합병, 일반건설업종의 양수는 많이 선호되지 않을 것으로 보인다.

한편 일반겸업 전문건설업체는 시공실적이 많은 일반건설업체 또는 관계 계열사인 일반건설업체와의 공동도급을 적극적으로 추진하기 위해 적극적인 영업활동과 일반건설업체와의 전략적 제휴를 모색할 것으로 예상된다. 공동도급에 성공할 경우 해당 시공비율만큼 일반건설업 시공실적을 얻을 수 있을 뿐만 아니라, 별도의 전문건설업 계열사를 추가적으로 보유하고 있는 경우 하도급 비용을 절감할 수 있기 때문이다.

2) 겸업제한 폐지의 예상효과

(1) 일반 및 전문건설업체의 대응형태

겸업제한 폐지 이후 대형 일반건설업체는 전문건설업 시장으로 진입

하기 보다는 종합적 관리능력 강화와 신규수요 창출에 주력할 것으로 보인다. 중형 일반건설업체와 전문건설업 시장으로 진입하지 않는 소형 일반건설업체는 심화될 수주경쟁에서 살아남기 위하여 일반건설업 시장에서 주력상품 및 업종에 대한 전문화 추구, 지역시장에서의 영업기반 강화에 전념할 것으로 전망된다.

그러나 소형 일반건설업체 중 일부 업체(수익성이 저조하고 내부역량이 낮으며 관계 계열사를 보유한 업체)는 일반건설업 시장에서 공사수주의 한계에 직면함에 따라 직접시공 부문과 관련된 전문건설업 토공사업과 철근콘크리트공사업 시장으로 진입하여 중·소형 전문건설업체와 수주경쟁을 벌일 것으로 전망된다. 이들 업체는 관계 계열사(전문건설업체)를 통해 전문공사의 수행능력 및 협력업체와의 네트워크를 이미 확보하고 있어 전문건설업 시장에서 성공할 가능성은 있다고 예상된다. 그러나 전문공사 수주에 실패한 일부 업체는 전문건설업 시장으로 진입하지 않은 다른 일반건설업체와 함께 일반건설업 시장에서 주력상품 및 업종에 대한 전문화 추구, 지역시장에서의 영업기반 강화 등의 형태로 경쟁강도 심화에 따른 시장변화에 대응할 것으로 예상된다.

한편 대형 전문건설업체 중 일부 업체(수익성은 저조하나, 내부역량이 양호한 업체)를 중심으로 주력업종과 관련된 일반건설업 시장으로 진입하여 중·소형 일반건설업체와 수주경쟁을 전개할 것으로 예상된다. 이들 업체는 복합 하도급 공사를 통해 종합적 관리능력을 배양할 기회가 많았다는 점, 충분한 자금여력이 있다는 점 등을 고려할 때, 일반건설업 시장에서 성공할 가능성은 있다고 판단된다.

일반건설업 시장으로 진입하지 않은 대형 전문건설업체와 중·소형 전문건설업체는 일반공사 수주에 실패한 일반건설업 전문건설업체와 함께 전문건설업 시장에서 업종에 대한 전문화 추구, 일반건설업체와의 긴밀한 협력관계를 통한 하도급 공사의 수주확대로 시장변화에 대응할 것으

로 전망된다.

(2) 건설시장에 미치는 영향

자원이 부족하고 경쟁업체가 많은 겸업업체와 순수 중·소 일반 및 전문건설업체는 수주기회 감소→출혈수주→수익률 저하의 악순환에 빠져 결국 도태되는 경로를 밟을 가능성이 있다. 그러나 겸업제한 폐지 이후 일정 기간 동안은 업체들이 공사수주를 위해 물려다니는 양상을 띠면서 운찰제적 성격이 강한 입·낙찰 제도 하에서 우량한 중·소업체도 결국 동반 부실화될 우려가 높다.

한편 내부역량이 낮은 전문겸업 일반건설업체로 인해 순수 전문건설업체는 업무범위를 재조정하여 비용 대비 수익성이 낮은 사업부문에서 철수하고 경쟁력 강화에 역량을 집중하기 보다는 일시적으로 수주 극대화를 위한 영업활동 강화에 노력할 것으로 보인다. 전문분야에 특화하고 기술개발을 통해 경쟁우위를 확보하려는 성장이 방해받을 반면, 장기적으로 품질은 저하되고 건설비용은 증가하게 되는 건설산업의 부실화가 초래될 수 있다. 반면에 내부역량이 높은 일반겸업 전문건설업체로 인해 순수 일반건설업체는 업무범위를 재조정하여 비용 대비 수익성이 낮은 사업부문에서 철수하고 경쟁력을 강화하는데 중점을 둘 것으로 보인다.

따라서 전문건설업체의 일반건설업 시장진입은 업체수 감소와 일반건설업체의 경쟁력 향상 및 전문화 진전에 도움이 되어 산업 전체적으로 긍정적인 효과를 발휘할 수 있을 것으로 예상된다. 그러나 일반건설업체의 전문건설업 시장진입도 업체수 감소효과는 있으나, 전문건설업체의 경쟁력 향상 및 전문화 진전에는 그다지 도움이 되지 않을 것으로 보인다.

3) 정책제언

(1) 건설업 등록기준의 강화와 전문건설업 시공실적 상호인정 범위의 축소
건설업종 등록기준을 강화하고 전문건설업 시공실적 상호인정 범위의 축소가 필요할 것으로 보인다. 이를 통해 겸업제한 폐지 이후 일반 및 전문건설업 시장이 수용 가능한 수준으로 상호시장 교차진입을 유도하여 적정 수준의 경쟁을 유도할 수 있다. 또한 부실업체의 퇴출을 통해 업체수를 감소시킬 수 있을 뿐만 아니라, 경쟁력(내부역량)이 우수한 업체만 상호시장으로 교차 진입하도록 하여 무분별한 시장진입을 억제할 수 있다. 더욱이 경쟁력(내부역량)이 우수한 일반 및 전문건설업체간의 수주경쟁은 기업으로 하여금 업무범위를 재조정하여 비용 대비 수익성이 낮은 사업부문에서 철수하도록 함으로써 경쟁력 강화와 전문화 진전에 긍정적인 영향을 미칠 수 있을 것으로 보인다.

(2) 주계약자형 공동도급의 활성화

일반건설업 시장으로 진입할 계획이 있는 업체 중에서 특정한 경쟁전략이 없거나 내부역량 수준은 낮은 업체가 상당 수 있다는 점을 감안한다면, 이들 업체의 일반건설업 시장진입은 우려의 소지가 매우 높다. 따라서 주계약자형 공동도급을 활성화하여 전문시공 분야에서 경쟁력을 갖춘 전문건설업체가 무분별한 일반건설업 시장 진출보다는 전문화를 추구할 수 있도록 유도하고 원도급자와 대등한 관계에서 일반공사를 수행할 경험을 쌓도록 하는 것이 필요하다.

(3) 인위적인 중소 건설업체 보호정책의 지양

겸업제한 폐지에 따라 일반 및 전문건설업체를 막론하고 중소기업체의 수주경쟁은 격화될 것으로 보인다. 일부 일반 및 전문건설업체는 중소

건설업체 보호정책의 강구를 바랄 것으로 예상되나, 인위적인 중소 건설업체 보호정책은 오히려 부실업체를 유인하여 중소 건설업체의 발전을 저해할 우려가 높다. 따라서 인위적인 보호정책보다는 공공공사에 의존하는 비중이 큰 중소 건설업체의 수주안정을 도모하기 위해 공공투자 건설공사의 규모를 안정시키는 동시에 기술개발, 전문화 등 생산 효율화를 위한 측면 지원이 바람직할 것으로 판단된다.

(4) 입·낙찰 제도의 운찰제적 요소의 배제

겸업제한 폐지로 인해 심화될 수주경쟁으로 인해 단기적으로 일반 및 전문건설업체가 공사수주를 위해 몰려다니는 양상을 보일 것으로 예상된다. 이로 인해 운찰제적 성격이 강한 입·낙찰 제도 하에서 겸업제한 폐지가 부실업체 퇴출로 이어지기보다는 건실한 업체의 낙찰기회 축소 및 부실화로 이어질 가능성이 높다. 따라서 겸업제한 폐지가 부실업체 퇴출을 통한 업체수 감소와 전문화 촉진이라는 효과를 달성하기 위해서는 입·낙찰 제도의 문제점을 조속히 보완할 필요가 있다.

(5) 기업의 전문화 및 경쟁력 강화노력

중소 건설업체일수록 자신이 특화하고자 하는 건설상품에 대한 시장 추이를 파악하고 미래 건설시장의 변화를 예측하여 전문분야를 설정하는 것이 필요하다. 또한 특화된 상품시장에서 독자적인 기술을 보유하고 명확한 경쟁전략을 설정한 이후에나 상호시장으로 교차 진입하고, 진입할 계획이 없는 업체는 사업범위를 좁혀 전문분야에서 지속적으로 핵심 경쟁력(내부역량)을 강화하여 수주경쟁에 대비하는 것이 바람직하다.

2. 연구의 한계 및 향후 연구과제

겸업제한 폐지 이후 건설시장에서의 경쟁수위는 지금보다 현저히 높아질 전망이다. 따라서 경쟁에 신속하고 적절히 대처하면 존속 및 성장하고 그렇지 못한 경우에는 도태되는 적자생존의 원리가 일반 및 전문건설업체에게 더 강하게 작용할 것이 분명하다. 그러나 일반 및 전문건설업체들은 적자생존이라는 냉혹한 현실을 어떻게 대응할 것인가에 관한 해답을 찾지 못한 채 암중모색의 상황에 빠져있는 듯하다. 나름대로 영업력을 강화하고 최고경영자가 수완과 추진력을 발휘하여 일시적으로 어려움을 헤쳐 나가고는 있지만, 아직까지 본질적인 해답을 찾지 못하고 있는 실정이다. 무한경쟁을 이겨나갈 해결책은 다른 곳에 있는 것이 아니라, 경쟁업체보다 경쟁우위를 점할 수 있는 핵심역량의 육성에 달려 있다. 따라서 그 어느 때보다 핵심역량의 중요성이 부각된다.

그러나 본 연구에서는 겸업제한 폐지로 인해 심화될 수주경쟁에서 건설업체가 설정해야 할 합리적인 경영전략의 유형과 수반되는 핵심역량(경쟁력) 요소를 제시하지 못하였다. 따라서 추후에는 일반 및 전문건설업체에게 적합한 내부역량 평가모형을 개발하여 겸업제한 폐지 이전과 이후의 일반 및 전문건설업체 내부역량 수준을 평가할 필요가 있다. 이를 통해 겸업제한 폐지 이후 일반 및 전문건설업체가 경쟁우위를 확보하고, 더 나아가 성장하고 발전하기 위해 요구되는 경쟁전략 유형과 핵심역량(경쟁력) 요소를 발굴할 수 있을 것이다.

참 고 문 헌

- 구본기(2004), 여행사 비용우위와 차별화우위를 통한 경영성과전략에 관한 연구, 경기대 관광전문대학원 박사학위 논문.
- 권오현(2005), 건설업 업역구조 개편방안에 관한 연구, 한국건설산업연구원.
- 김길동(2001), 조경 공사업체의 경쟁력 평가모형 개발에 관한 연구, 상명대 대학원 박사 학위 논문.
- 김명수(2005), 건설산업 생산체계의 개편방안 연구, 건설교통부.
- 김민형(2004), 원가경쟁력 제고를 위한 협력업체 관리 방안: 등록업체 운용 및 입찰/지명평가 시스템을 중심으로, 한국건설산업연구원.
- 김영태(2003), 경쟁전략수립의 결정요인분석에 관한 연구, 청주대 대학원 박사학위 논문.
- 김형일(2003), 중소기업의 경영전략이 기업성과에 미치는 영향, 안동대 행정경영대학원 석사학위 논문.
- 나미자(2004), 전자상거래 능력과 경영전략과의 적합성이 경영성과에 미치는 영향에 관한 실증연구, 서강대 대학원 박사학위 논문.
- 대한건설협회(2007), 건설업통계연보.
- 대한전문건설협(2007), 전문건설업 통계연보.
- 신종현(1993), 중소건설업체의 경쟁력평가모형개발에 관한 연구, 서울대 대학원 석사학위 논문.
- 이교선(2005), 건설 업역구조의 합리적 개선방안 연구, 건설교통부.

- 이장우(1988), 산업환경, 전략 및 조직구조와의 관계: 컴퓨터산업에 대한 종단적 연구, 한국과학기술원 박사학위 논문.
- 정호준 외(2007), 전문건설업 업종의 합리적 개편방안 연구, 대한건설정책연구원.
- 이종광 외(2007), 전문건설업의 적정 업체수 추정, 대한건설정책연구원.
- 임윤철(1988), 외국인 직접투자 기업과 내국인 기업 간의 전략적 행태, 조직구조, 조직과정에 대한 비교연구, 한국과학기술원 박사학위 논문.
- 유진근 외(2002), 건설업체의 경쟁구조 분석: 적정 업체수 추정, 한국건설산업연구원
- 정대령(2005), 국내 건설부문 전략군 분석을 통한 전략군집분류, 한양대 대학원 석사학위 논문.
- 정재용(2000), 기업의 전략유형과 내부능력과의 관계에 관한 연구, 영남대 대학원 박사 학위 논문.
- 정충영, 최이규(2001), SPSS WIN을 이용한 통계분석, 무역경영사.
- 조동성(2001), 21세기를 위한 전략경영, 서울경제경영.
- 한국건설기술연구원(2005), 건설 업역구조의 합리적 개선방안 연구, 건설교통부
- Collis, D. J.,(1991) "A Resource-based Analysis of Global Competition : The Case of Bearing Industry", Strategic Management Journal, Vol. 15.
- Dess. C. G., and P.S Davis(1984), "Porter's Generic Strategies as Determinants of Strategic Group Membership and Organizational Performance" , Academy of Management Journal, Vol. 27.

Hambrick, D.C(1983), “Some Tests of Effectiveness and Functional Attributes of Miles & Snow’s Strategy Types” , Academy of Management journal. Vol. 26

Miles. R.E., and C.C Snow(1978), Organizational Strategy, Structure, and Process, Mcgraw-Hill, New York.

Porter, Michael E.(1985), Competitive Advantage: Creating and Sustaining Superior Performance, 3rd ed., Simon & Schuster Inc.,

Porter, Michael E. (1985), Competitive Strategy, 경문사, 조동성, 정몽준 공역.

검열제한 폐지 이후 일반 및 전문건설업체의 상호시장 교차진입 전망

2008년 3월 인쇄
2008년 3월 발행

발행인 조우현
발행처 대한건설정책연구원
서울시 동작구 신대방동 395-70 전문건설회관14층
TEL (02)3284-2600
FAX (02)3284-2619
홈페이지 www.ricon.re.kr
등록 2007년 4월 26일(제319-2007-17호)
인쇄처 자유기획인쇄(02-2263-0270)

© 대한건설정책연구원 2008