

경영정상화 앞당기기 위한 전략경영 실천

- 수주 4조 1,429억원, 매출 3조 2060억원으로 책정 -
- 국내, 발전소 상하수도 소각로 해외 공공공사 수주 강화-

모그룹의 해체로 어려움을 겪고 있는 대우건설, 최근 대우건설(대표이사 사장 남상국)은 기업개선작업(위트아웃)이 본격 궤도로 진입하면서 국내 아파트시장 강화를 통해 올해 목표 매출액을 지난해보다 4.2% 늘려 3조 2060억원으로 잡고 활발한 사업을 펼치고 있다. 주택사업의 경우 하반기에 당초보다 5천세대 늘려 잡은 총 1만 5천세대를 분양할 예정으로 있는 대우건설을 찾아가 보았다. <취재/박병기 기자>



최고의 기술과 품질로 지구촌 건설

대우건설은 1973년 설립부터 해외지향적인 영업활동을 펼쳐 온 것으로 잘 알려져 있다. 그 결과 세계 곳곳에서 토목, 건축, 플랜트, 개발형 사업 등 수많은 프로젝트를 통해 신뢰와 기술력을 인정받아 왔다. 열사의 나라 중동과 오지의 아프리카를 비롯해서 동남아시아, 일본, 미국 등 선진국에 이르기까지 대우건설의 발길은 이어졌다.

대우는 그동안 국내에서보다는 오히려 세계적으로 그 위상을 떨쳤다. 97년 11월에 준공한 총연장 357km의 파키스탄 최초의 오토웨이 프로젝트는 한 회사가 시공한 도로공사로서는

세계 최대 규모로 대우가 설계와 시공을 모두 담당하는 턴키 방식으로 수행되었다.

또한 한국 최초의 BOT (Build Operate Transfer) 방식으로 추진된 라오스의 호웨이-호 수력발전소, 해외 개발형 사업으로 추진한 베트남 대하비지니스센터, 한국 건설업 최초의 기술수출이라는 쾌거를 이룬 DWS(Daewoo Multi-Room Modular Construction System) 공법으로 시공한 하와이 컨트리 클럽 빌리지 프로젝트 등은 대우건설이 추진하는 신경영전략의 대표적인 사례들이다.

또한 기술제일주의를 바탕으로 업계 최초의 기술투자를 지속한 결과 한국건설업계 최고 수준을 자랑하는 대우건설기술연구소가 공인시험 검사, 안전진단, 시설물 유지관리, 품질시험 대행 등의 공인기관으로 선정되었으며 협력업체와 공동개발한 도막방수시설이 3대 국제 발명전에서 금상을 수상으로 공신력을 널리 인정받고 있기도 하다.

끊임없는 조직혁신으로 급변하는 환경에 능동적으로 대처해 온 대우건설은 ISO9001, ISO14001 인증을 통해 품질과 환경 등 건설 전분야에서 국제적으로 공인받고 있으며, 열린 경영으로 고객과의 끊임없는 대화

를 소중히 여기는 강한 기업문화를 자랑하고 있다.

그러나 최고의 기술과 품질로 지구촌 건설에 앞장서고 있는 대우건설이 최근에 모기업의 해체로 많은 어려움에 빠져 있는 상황이다. 이처럼 어려운 상황에 처한 대우건설의 정상화는 국내 건설업 전반을 위해서도 조속히 이뤄져야 할 과제로 남아 있는 상태다.

‘테크노빌리타’로 사이드 아파트 진출

대우건설은 연초에 국내에서 2조 6600억원, 해외에서 12억 9천만 달러 등 공사수주액 4조 1,500억원과 매출액 3조 3천억원을 달성하는 것을 주요내용으로 하는 것을 ‘2000년 대우건설 경영계획 및 전략’으로 삼고 실천해 나가고 있다.

올 하반기 (주)대우에서 분리, 독립될 예정인 대우건설은 국내사업에서는 기술력에서 우위를 점하고 있는 발전소, 상하수도, 소각로 등 기간시설공사의 수주와 그간에 쌓아온 높은 브랜드 가치(Brand-Value)를 바탕으로 한 주택사업부문에 있어서 적극적인 사업추진을 도모하고 있으며 현지화를 통한 시장개척 및 확대에 영업력을 집

중시킬 방침이다.

또한 설계 시공 일괄공사 능력 강화, 해외 현지화, 자금조달과 외자유치 등을 통해 영업력을 높이면서 특히 국내외에서 외국 유력 건설업체와의 전략적 제휴를 추진, 영업 안정성도 추구하기로 했다. 조직의 유연성과 효율성을 높이기 위해 연초에 단행한 조직개편을 통해 조직 슬림화를 진행 중에 있으며 현장중심의 경영관리를 통한 생산성 극대화와 시공 품질의 향상을 위해 인원 및 조직을 재편하여 직원 중 현장 근무 인원의 비율을 지속적으로 높여 나가고 있다.

이와 함께 상반기에 분양된 부천상동 대우아파트, 화곡 대우그랜드월드, 여의도 대우트럼프월드Ⅱ 등의 사업을 통하여 높은 경쟁력이 입증된 주택사업 부문은 하반기에도 지역별, 유형별 사업전략화를 바탕으로 당초의 분양 예상물량보다 5천여 세대가 증가한 1만 5천여 세대를 하반기에 신규 공급한다는 목표 아래 분양열기를 이어간다는 계획을 세워놓고 있다.

이를 위해 주택부문에서는 관계마케팅, 사이버마케팅, 텔레마케팅 등의 다양한 마케팅 기법을 적극 도입함과 동시에 시장환경과 고객 요구의 과학적인 분석을 통해 사업별 마케팅역량

을 강화하고 있으며 인테리어, 대출, 세무, 등기, 이사 등의 부가용역 서비스 제공을 통해 고객만족을 극대화 할 계획이다.

현재 국내 주택시장에 있어서 가장 큰 화두인 사이버 아파트 구축에 있어서는 국내 유수의 20여개 건설회사와 10여개 국내 최고 벤처기업이 참여한 국내 최대규모의 사이버아파트 컨소시엄인 '테크노빌리지' 사업을 통해 입주자에게 지역생활정보 및 주변 상가 정보, 가구별 홈페이지 공간부여, 화상 반상회, 동호회 활동을 지원하며 자

녀들을 위해 유치원, 놀이터 등에 카메라를 설치하여 실시간 동화상 정보를 제공해 나갈 예정이다.

'테크노빌리지'의 종합인터넷 서비스를 통해 사이버 홈쇼핑, 사이버 बैं킹, 사이버 증권거래, 경매, 역경매 등을 통해 가정주부들이 저렴한 가격에 쇼핑을 할 수 있고 짧은 시간에 보다 많은 상품을 접할 수 있도록 할 계획이며, CRM(고객관계관리) 기법을 활용 가족구성원들 각각에 대해 맞춤형 서비스를 제공함으로써 아파트 입주와 동

시에 생활에 필요한 모든 서비스를 제공받을 수 있는 '올 라이프 포탈 서비스(ALL LIFE POTAL SERVICE)를 제공해 사이버 아파트 시장을 석권할 계획이다.

새천년 경영전략, 경영정상화가 최우선

2000년은 대우건설에게 있어 모그룹의 해체로 인한 위기를 극복하고 (주)대우에서 분리 독립하여 새롭게 도약하는 해로 과거 30여년간 국내외 건설현



지난 2월 최고 청약율 51:1의 높은 인기와 관심속에 분양된 '화곡 대우그랜드월드' 조감도

장에서 쌓은 사업수행능력과 국내 최고의 기술력을 바탕으로 회사의 자생력과 경쟁력을 높여 나가는 시기이다. 대우건설은 이를 위해 비상경영체제를 유지하고 중장기 전략으로 추진중인 'Post-IMF 전략경영' 과 함께 부문별 강점분야에 대해서 역량을 집중해 나간다는 경영전략을 바탕으로 추진중에 있다.

대우건설은 올해 경영방침으로 영업력 강화, 경쟁력 확보, 이윤 창출 극대화로 정하고 이를 통해 내실을 다지고 이익실현을 최우선으로 하여 경영 조기 정상화에 전력해 나갈 계획이다. 또한 국내외 영업, 조직인력, 기술개발 등 각 부문에 걸친 혁신운동도 단계별로 전개해 나갈 예정이다.

이중에 국내 영업분야는 우선 환경 변화에 대응한 사업구조조정과 공공도급공사 수주 확대 그리고 경쟁우위에 있는 분야를 집중적으로 추진 중이며 터널, 도로, 상수도 등 공공 핵심분야의 지속적 영업확대와 연고업체, 지역업체들과의 공동수주 추진 특히, 발전소, 상하수도, 소각로 등 우위분야 수주를 강화한다는 전략이다.

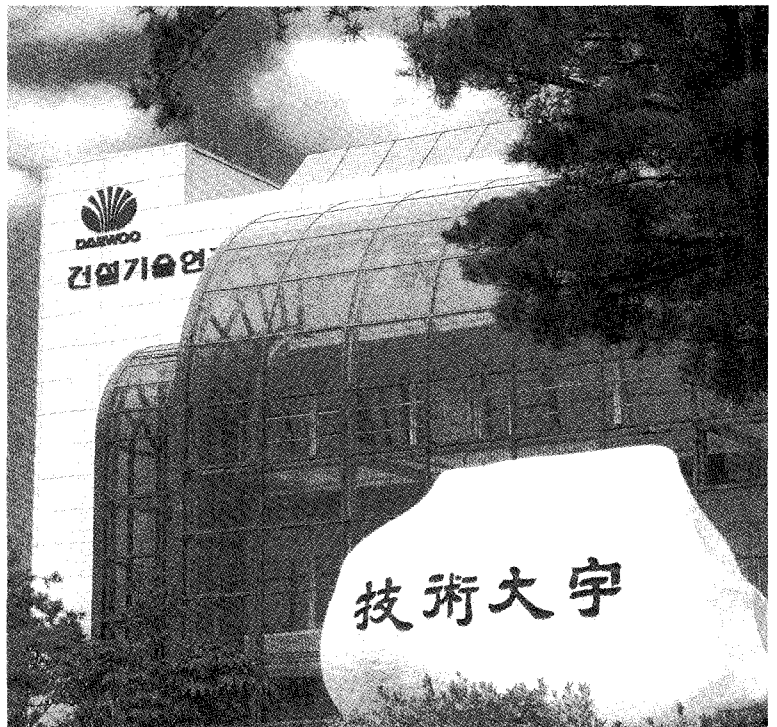
이와 함께 해외 선진 건설업체와의 전략적 제휴 확대 등을 통한 안정성 확보에 주력하기

위해 미래 성장이 가능한 플랜트 분야를 강화하고 사업성이 악화된 투자사업과 분양성이 낮은 상업용 건물의 신규사업은 슬로우 다운(Slow-Down) 및 사업유보 등 사업 구조조정을 추진하며 소프트웨어 사업 확충을 위해 엔지니어링, 감리, CM, 환경사업 등은 적극 참여한다는 방침이다.

해외 영업은 우선 시장 특성에 따른 차별적인 수주전략을 추진중에 있다. 싱가포르, 대만, 오만, 가나 등을 진출심화지역으로, 동남아를 Post-IMF 지역으로, 중앙아시아, 동유럽, 걸프 등을 신규진출지역으로 구분

하여 수주를 확대해 나간다는 전략이다. 이중 아시아 지역에서는 댐, 항만공사를 중동지역에서는 항만공사를, 아프리카 지역에서는 도로공사를 중심으로 수주를 확대하고 있다.

구체적으로 오만 싱가포르, 대만, 가나 싱가포르, 대만, 철도, 인도는 댐, 동남아지역은 오피스빌딩, 공항, DWS공법을 활용한 대형 Low-Cost Housing 등 가격 경쟁력을 활용하여 중동과 아시아지역에서 호텔, 오피스 초고층 빌딩 등 경쟁력 있는 사업을 위주로 도급공사를 강화하고 걸프, CIS, 동유럽, 이집트 등으로 시장을 다



변화해 나가고 있다.

유럽, 일본 등 대형건설업체와는 경쟁력 보완을 위한 제휴 협력관계를 구축하고 특히 플랜트 수주 비중을 높혀 중국, 필리핀 등 아시아지역과 아프리카, 중동 등지에서 산업설비 플랜트, 개도국의 발전소 개보수 및 확장 등 에너지 플랜트사업에 집중하고 중동, 리비아 등지의 석유화학플랜트 등으로 확대시

켜 나갈 계획이다.

대우건설은 조직, 인사분야에서 본사 슬림화를 원칙으로 환경변화에 따른 유연한 조직구조와 고비용 저효율 요소를 개선하고 본사 인력을 소수 정예화하고 현장중심으로의 인력 재편을 추진하고 있다.

또한 어려운 회사 상황에서도 21세기를 선도하는 창조적 혁신적 기업문화 구축을 위해 직

원 사기고취와 직원들간의 일체감 조성을 이벤트를 전개해 나가고 건전한 노사문화 정착을 위한 직원 노사협의회를 활성화해 나가고 있다. 아울러 직원 직장안정을 위한 다각도의 직원 사기 고양책 시행과 희망퇴직제 실시, 연봉제 정착, 성과연봉제 및 연중 수시평가제 도입 등을 추진하고 있다.

주택부문, 본궤도 오를 전망

IMF의 영향으로 공급과 수요 양측면이 모두 심하게 위축된 주택시장이 점차 회복되고 있는 가운데 대우건설은 올해 상반기 부친상동, 화곡 대우그랜드월드, 여의도 대우트럼프월드Ⅱ 등의 분양열풍을 이끌어냈다. 대우는 하반기에도 이같은 열풍을 이어간다는 전략하에 하반기 공급물량을 1만 5천여 세대로 늘려 공급할 계획이다.

2000년 주택부문은 그동안 실추되었던 회사의 이미지가 점차 회복됨에 따라 본궤도에 오르게 될 것으로 기대하고 있으며 이를 위해 미래 신상품 개발, 다양한 마케팅, 판촉기법 개발 그리고 철저한 고객관리에 까지 총력을 기울인다는 전략이다.

대우건설 주택부문은 우선 서울, 수도권을 중심으로 공급물

대우건설의 강점

◆ 조직/인사

- 팀 단위의 조직체제로 신속한 의사결정
- 영업 및 현장 중심의 조직구조
- 인재육성을 위한 지속적 교육투자 및 우수인력 확보(자체연수원)

◆ 관리

- 품질, 안전을 위한 교육투자
- 전사적 정보시스템 구축

◆ 영업

- 전방위 마케팅 능력을 바탕으로 한 T/K 능력
- 국내외 지역별 정보망 구축
- 기획제안형, BOO, BOT 등의 선진 해외영업 능력

◆ 연구개발

- 국내 최고수준의 건설기술연구소 보유
- 우수 연구인력 확보 및 지속적인 연구개발 투자
- 건축, 토목, 플랜트 등 건설 전분야에 걸친 엔지니어링/설계 능력 보유

◆ 시공

- 다양한 프로젝트 시공경험 축적
- 우수한 협력업체 계열화
- 비교우위 분야
주택, 인텔리전트 빌딩, 도로, 교량, 하수처리, 터널, 준설패림(항만), 발전설비, 소각설비

량을 확대해 상반기의 분양열기를 지방까지 확산시킨다는 전략으로 서울에서 연간 공급계획 물량의 49%인 9,351세대를 공급하고, 수도권에서 37%를 공급한다는 계획이다.

또한 자금흐름, 안정성 위주의 개발형 사업을 추진해 대기업 컨소시엄 수주를 확대하고 보유자산 및 택지를 조기에 사업화하고 있다. 한편 리모델링, 브랜드마케팅 등 미래 주택시장에 대비한 사업을 다각도로 검토하고 있다.

이중 가장 눈에 띄는 부분이 국내 20여개 건설사와 10여개의 벤처기업이 컨소시엄 형태로 진행하고 있는 '테크노빌리지'이다. 이 사업 참여를 통해 아파트 분양시장에서 첨단 사이버아파트 이미지 구축과 새로운 개념의 통신생활환경을 제공하고 21세기 선도적 신주거공간으로서의 브랜드 이미지를 강화해 나가고 있다. 초고속 인터넷을 통한 각종 생활정보, 무료 E-메일서비스, 사이버증권거래, 홈쇼핑 등 멀티미디어 인터넷서비스 제공과 네트워크 환경 강화를 통한 사이버 커뮤니티 형성 등 사이버아파트 분야로 적극 진출하고 있다.

대우건설은 무엇보다 미래 고객의 다변화는 하는 욕구를 충

족시키지 위해 기존의 대우 그린홈 크린아파트를 진화, 발전시킨 21세기형 신개념 상품개발에 주력하고 있다.

'21세기 휴먼스페이스, 대우 아파트'는 그린홈 크린아파트 요소를 포함한 정보화 가치창조형 상품으로 다양한 형태, 규모의 다품종에 주력하며 기능성, 장식성, 자연친화성의 3대 요소를 강화한 인테리어와 건물녹화, 우수지하침투, 테마정원 등 친인간 친환경적 아파트로 개발될 계획이다. 여기에 첨단 광통신망을 통해 초고속인터넷서비스가 가능한 최첨단 아파트로 향균성재료, 자연채광 및 세대 안전시스템 등 주택성능을 개선한다.

"21세기형 신개념 상품 개발이란 기존 그린홈 크린아파트의 친인간 친환경이란 주제위에 건강, 정보화, 세계화된 디자인 자산 및 생활가치 창조, 공동체 프로그램 제공 등의 새로운 개념을 더한 주택 신상품을 개발하는 것으로 이를 통해 파워 브랜드(Power Brand)로서 새로운 세기의 미래 주거문화를 선도해 나갈 것입니다"(장재경 대우건설 주택사업본부).

고객감동 프로그램 개발

모기업의 해체로 회사의 실추

된 대우건설로서는 기업 이미지가 제고가 무엇보다 선행되어야 한다. 때문에 대우는 아파트를 공급하는데만 그치지 않고 사전, 사후서비스의 질적 향상을 위해 전사적으로 전력하고 있다.

우선 고객감동 프로그램 개발을 지속적으로 추진하며 분양안내, 중도금 납입, 입주, 등기, 대출, 세무, 하자처리 등 대우아파트와 관련된 모든 서비스를 한번에 해결할 수 있는 윈스톱 서비스 시스템을 정착시켜 나갈 계획이다.

대우건설은 그밖에도 그동안 추진해 온 소비자에 대한 설문과 조사 연구실적을 토대로 주택 수요자의 소득수준, 라이프스타일, 가족 생활주기, 소비자 유형 등을 분석, 분양주택의 평면, 인테리어 등에 반영해 지속적으로 상품해 나간다는 전략이다.

또한 아파트 성능개선을 위하여 기존의 층간 소음방지공법, 청정급수 시스템, 자연환기 시스템의 세부기능을 더욱 발전시키고 자연에너지 이용, 실내습기조절 시스템, 획기적인 단열 시스템, 쓰레기처리 시스템 등의 환경 신기술 요소를 빠른 시일 내에 현실화할 계획에 있다. 