

문화 콘텐츠컴플렉스 및 종합영상 아카이브센터 조성사업 CM용역

권오경, 한미파슨스 기술연구소장



1. 프로젝트 소개

문화 콘텐츠컴플렉스 및 종합영상아카이브센터 조성사업은 월드컵주경기장이 있는 마포구 상암동 DMC내 C-3부지에 건설되는 건축공사로 문화관광부 산하 3개의 정부투자기관이 공동으로 발주한 건설사업관리(이하 CM)적용 프로젝트이다. 현재 프로젝트의 초기단계로 정확한 규모는 확정되지 않았으나 주요 사업내용은 아래와 같다.

- 발 주 자 : 한국문화콘텐츠진흥원, 한국게임산업개발원, 한국영상자료원
- 사업규모 : 사업대지 면적 2,000평, 연면적 13,000평 내외
- 건설사업관리용역비 : 21억 5천만원
- CM용역기간 : 2003. 11 - 2007. 6 (약 44개월)
- CM사 : 한미파슨스 컨소시엄
- 예정공사비 : 600억원 예상

본 프로젝트는 지난 9월 건설사업관리 용역이 발주되었으며, 현재 한미파슨스 컨소시엄이 낙찰자로 선정되어 CM용역을 수행 중에 있다.

2. 공공부문의 CM현황

이미 500여 개가 넘는 프로젝트가 발주되어 CM의 유효성이 인정된 민간시장과는 달리 정부 및 정부투자기관이 발주하는 공공부문의 CM은 미미하다고 할 수 있다. 외국 업체가 참여한 인천국제공항, 한국고속철공사와 절대 부족한 공기 문제를 해결하기 위하여 발주된 서울, 전주, 제주월드컵경기장, 광진구청 구민회관 등이 대표적인 프로젝트라고 할 수 있다.

그러나 2003년 들어 공공부문의 CM에는 많은 변화가 있었다고 할 수 있다.

긴급공사의 필요성으로 인한 수해복구사업이 지방정부를 통하여 발주되었으며, 건설기술진흥기본계획에 근거한 건설교통부의 CM확대 노력으로 지방국토관리청 산하 2건의 도로공사, 한국도로공사, 한국주택공사의 CM 시범프로젝트 발주가 있었다. 또한 지난 9월에는 문화 콘텐츠컴플렉스 및 종합영상아카이브센터 조성사업이 발주되었으며, 11월에는 광진구청이 구민체육센터 건설공사를 발주하여 공공 CM시장에 활기를 불어넣었다.

이러한 CM프로젝트의 발주에는 민간시장의 CM 활성화가 그 단초를 제공하였다고 할 수 있으나 국내 건설시장의 발전과 공공부문의 CM 활성화를 위한 산학연관의 단합된 노력이 있었다는 점을 간과해서는 안 될 것이다. 또한 이러한 노력이 지속될 경우 공공부문의 CM 활성화에 대한 기대도 점차 높아질 것으로 판단된다.

3. 문화 콘텐츠컴플렉스 및 종합영상아카이브센터 조성사업의 CM 발주의 의미

본 문화 콘텐츠컴플렉스 프로젝트의 발주가 공공 CM시장에 주는 의미는 매우 크다고 할 수 있으며, 기존의 공공발주 프로젝트와는 다른 특징을 가지고 있다. 그 첫째가 CM을 프로젝트의 초기단계에서 선정했으며, 업무범위가 매우 넓다는 것이다. 국내외에서 발표되는 CM 관련 책자나 지침서를 보면 프로젝트의 성공을 위해서는 가능한 초기에 CM을 선정하라고 요구하고 있다.

본 프로젝트는 초기단계에 CM이 선정되어 건축설계경기부터 CM이 발주자를 대신하여 전문적인 관리업무를 수행하게 되며, 준공 후에도 발주자의 원활한 시설관리를 위하여 3개월간의 시공 이후 단계 CM용역이 수행된다. 따라서 CM의 업무범위도 매우 넓다고 하겠다. 즉,

설계이전단계의 토지공급, 개발규모, 사업방식, 일정 및 예산을 포함한 개발기본계획의 검토부터 설계단계의 건축설계경기를 통한 설계사 선정, 설계VE, 설계감리, 시공사 선정관련 업무를 주관하게 된다. 시공단계에는 건설사업관리 지침의 모든 업무와 발주자가 지시하는 추가업무와 특별업무를 수행하게 된다. 또한 시공 이후 단계에는 클레임, 유지관리, 사무공간의 임대·운영 및 시설사용에 대한 전반적인 업무를 수행하는 것으로 되어 있다. 이러한 CM사의 조기선정과 기획부터 시공이후단계에 이르는 CM용역의 수행은 공공부문에서는 최초라고 할 수 있으며, 이는 CM의 전문적인 능력을 최대한 활용하여 프로젝트의 성공 가능성을 높일 수 있는 바람직한 발주방식이 될 것이다.

둘째, CM업체를 용역비 보다는 기술능력을 위주로 선정한 것이다. 부산 및 익산 지방국토관리청이 발주한 CM 시범 프로젝트의 경우 CM과 감리의 차이점에 대한 이해부족으로 업체 선정 시 기술능력보다는 가격을 우선으로 하여 CM의 활성화를 위하여 노력하는 많은 이들에 실망을 안겨 주었으며, 여타 프로젝트도 그와 크게 다르지 않았다.

그러나 본 프로젝트에서는 업체현황평가 20%, 기술제안서 50%, 가격제안서 30%를 종합적으로 평가, 업체를 선정하였으며, 특히 투입인력에 대한 평가를 강화하였다. 더욱이 프로젝트에 투입될 CM단장에게 제안서를 직접 발표하게 하고, 심사위원의 질의에 답변하게 함으로써 평가의 유효성을 높였다. 이 또한 능력 있는 CM업체의 선정을 통하여 프로젝트의 성공가능성을 높이는 방안이라고 판단된다.

셋째, 조직 운영의 극대화를 들을 수 있다. 기 언급한 바와 같이 본 프로젝트는 CM이 기획단계부터 시공이후단계에 걸친 전반적인 관리업무를 수행하게 된

다. 따라서 프로젝트의 진행 단계별 특성에 맞는 전문적인 인력의 투입은 물론 본사에 근무하는 비상주 인력의 전문성도 매우 중요하다고 하겠다.

이러한 특성을 반영하여 본 프로젝트는 설계이전 및 설계단계의 조직과 시공 및 시공이후단계의 조직을 별도로 구성, 운영하게 되며, 전문적인 능력을 보유한 비상주 인력이 투입되도록 하였다.

이는 프로젝트에 투입되는 인력 활용의 효율성을 극대화하고, 엔지니어링 부문에 대한 CM업체 본사의 강력한 지원을 가능하게 하여 프로젝트의 성공가능성을 높일 수 있는 유효한 수단으로 작용할 것이다.

4. 공공부문 CM의 활성화를 위한 제언

영국의 레딩대학교 주관으로 발주자, CM업체, 학계가 공동으로 발간한「A Best Practice Guide to Construction Management」는 CM 적용을 통하여 성공적인 프로젝트 운영을 위해 노력하는 국내 공공발주자에게 좋은 제언이 될 것으로 판단된다. 본 지침서에서는 CM프로젝트의 성공을 위해서는 ①CM업체 직원의 CM에 대한 이해도, ②프로젝트의 성공적인 수행 실적, ③산업평균과 비교하여 괄목할만한 개선사례, ④더 나은 CM 서비스를 제공하려는 의지, ⑤고객의 이익 보호 및 CM 철학에 입각한 용역의 제공 여부, ⑥최고 수준의 프로젝트 관리능력 등을 평가하여 업체를 선정해야 한다고 제시하고 있다.

그러나 국내의 CM업체 선정방식은 지나치게 세분된 업역을 고려한 공정성에 중점을 두고 있으며, 설계사, 감리사의 선정기준과 유사하게 작성되어 업체의 능력을 평가하기에는 한계가 있다. 더욱이 정부의 정책을 대변하고 있는 불합리한 사전자격심사(PQ) 점수에 의해 CM

업체가 선정되는 불합리한 제도적 특성이 있다.

따라서 기존의 제도에 대한 발전적인 개선을 통하여 사전자격심사는 그 의미에 적합하게 업체의 기본자격을 판단하는 자료(pass or not)로만 활용하고, PQ를 통과한 업체를 대상으로 영국의 지침서에서 제시하는 바와 같이 CM업체에 대한 실질적인 능력을 평가할 수 있도록 조정되어야 한다. 이는 성공적인 CM수행을 위한 기본적인 요건이라 할 수 있으며, CM의 발전을 위한 최선의 방안이 될 것이다.

5. 결론

그 동안 많은 논란이 있었지만 이제는 CM 활성화의 필요성에 대해서 모두가 동감하고 있으며, 이를 위하여 정부, 학계, 업계 모두가 노력하고 있다. 그러나 CM의 성공적인 수행방법에 대해서는 의견의 일치를 보지 못하고 있는 듯 하다. 이는 세분된 업역과 자사의 기득권을 활용하여 CM시장을 선점하려는 왜곡된 시각에서 비롯되었다고 하겠다.

CM과 감리는 다르다. 즉, 법에 의해 강제되는 감리와는 달리 CM은 발주자의 성공경험에 의해 창조된다고 하겠다. 따라서 우리 모두 성공적인 CM프로젝트의 수행을 위하여 노력하지 않는다면 CM의 미래는 없다고 생각한다.

우리가 만들어야 할 것은 CM의 활성화를 강제하기 위한 새로운 법과 제도가 아니라 발주자의 니즈를 충족시키는 “CM의 Best Practice”라 하겠다.

본 문화 콘텐츠복합플렉스 프로젝트가 발주자, CM, 건설사 및 CM의 활성화를 위해 노력하는 건설인 모두를 만족시킬 수 있는 “CM의 Best Practice”가 되기를 바란다.