
COVID-19 이후 건설장비 OEM의 전망

이보라 대한건설정책연구원 미국 주재 객원연구원(bora@ricon.re.kr)

The University of North Carolina at Charlotte 소속

COVID-19는 대부분의 산업에 충격을 주었다. 전 세계적으로 정부가 폐쇄 조치를 시행함에 따라 많은 부문에서 갑자기 수요가 감소했다. 전 세계적으로 2020년 2분기의 GDP는 급격히 감소했고 산업 부문 역시 즉각적인 매출 감소를 겪었다. 그러나 시간이 지남에 따라 각국의 규제가 완화되고 경제 활동이 증가하면서 GDP는 예상보다 빠르게 회복되고 있는 상황이다.

국내총생산(GDP) 성장과 경제활동에 크게 의존하는 건설장비(건설장비) 산업도 대유행 기간 중 다른 산업과 같은 역풍을 맞았다. 이후 회복세로 돌아섰지만, 주요 건설장비 OEM 업체들의 최근 보고에 따르면 2020년 매출이 10~25% 감소한 것으로 나타났다. 이 수치는 지역별로 크게 차이가 있는데, 유럽과 북미의 기업들이 아시아 기업들보다 더 높은 감소율을 보였다. 또한 코로나가 완화되기 시작하면서, 건설장비 OEM 업체들은 이전과는 다른 산업환경에 직면하게 될 것으로 높은 불확실성으로 인해 수요를 정확하게 예측하는 것이 어느 때보다 중요한 과제가 되었다.

따라서 본고는 건설장비 산업 및 관련 OEM에 미치는 영향 파악을 통해 관련 시장을 전망하고자 한다.

분석방법은 건설장비 OEM관련 전문가 및 McKinsey의 산업 지식과 다양한 건설장비 기능에 대한 전문 지식이 활용되었다.

1. 글로벌 건설장비 시장 전망

건설은 오늘날 세계 GDP의 13%를 차지한다. 지난 30년 동안 건설 부문은 견실한 성장세를 나타냈으나 이익은 보합세를 보여 기대 이하의 성과를 나타냈다. 향후 건설산업은 업계 가치 이익의 약 40~45%를 계약자나 기계 공급업체 등과 같은 여러 주체들에 재분배하는 극적인 변화를 겪을 것으로 기대한다. 마찬가지로 건설 생태계의 핵심 부분인 기계 판매 및 장비 대여 시장도 재편되고 있다. 결국, 건설장비 시장은 건설 및 인프라 엔드 시장과 밀접하게 연결되어 있는 것으로 상업, 주거 및 인프라 건설 프로젝트는 도저, 굴삭기, 휠 로더와 같은 건설장비에 의존한다.

건설장비 시장은 매우 다양한 제품 범주를 포함하며 소수의 대량 제품을 다루고 있다. 또한 업계는 10~20개의 대형 OEM과 소규모, 지역 및 틈새 OEM으로 세분화되어 있다. 대부분의 대형 건설장비 OEM은 지역마다 제품 및 브랜드 선호도가 다르기 때문에 일반적으로 1~2개의 핵심 지역과 제품에 초점을 맞추고 있다.

건설장비 산업은 본질적으로 주기적인 산업이다(그림 1). 건설장비의 세계 시장은 2015년에 저점에 도달했고, 그 후 2018년까지 성장하다가 이듬해 안정기에 접어들었다. 2018년과 2019년 전 세계적으로 100만대 이상의 판매량을 기록했다.¹⁾

중국을 단위 기준으로 건설장비의 최대 시장으로 2019년 매출 비중이 28%에 달한다. 북미가 18%로 2위, 유럽이 17%로 뒤를 잇고 있다. 중국과 유럽 모두 2014년 이후 세계 시장에서 각각 3%, 2%씩 점유율이 증가했다.

중국의 성장 기간(2015~2019년)은 유럽(2014~2019년)보다 약간 짧았다. 북미 지역은 2016년부터 2018년까지 실제 매출이 증가하다가 2019년 정체기에 접어들었지만 2014년부터 2019년까지 전 세계 시장 점유율 3% 하락을 경험했다.

2. 건설장비의 넥스트 노멀에 대한 기대

지리적 수요의 변화는 건설장비의 유일한 큰 변화는 아니다. 또한 고객 선호도, 제품 기술, 비즈니스 모델 및 규제 개발의 변화에 따라 업계가 변화하고 있다. 이러한 발전은 현재의 경제적 불확실성과 결합되어 경쟁 환경을 포함하여 미래 건설장비 시장에 더 큰 변화를 가져올 것으로 보인다.

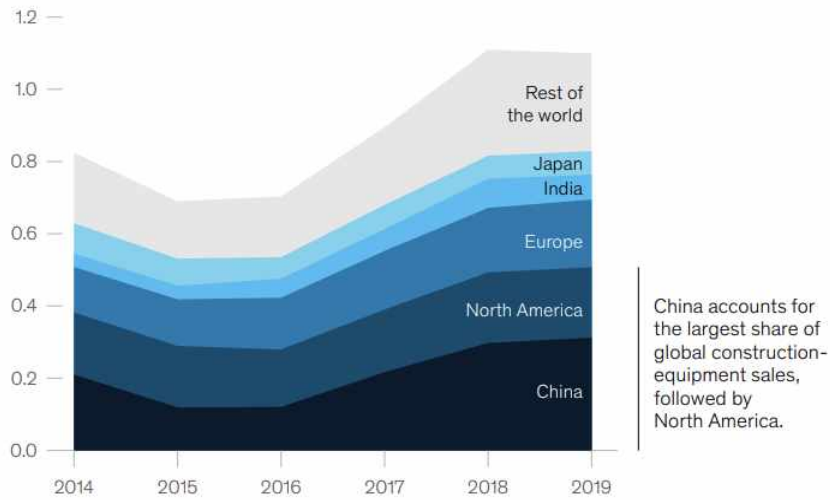
1) 편의성 및 디지털 액세스에 대한 수요 증가

팬데믹은 B2B(기업 간 거래) 기업의 디지털 채널로의 이동을 가속화하고 있다. 맥킨지 조사에 따르면 B2B 구매자들이 판매를 위해 온라인 채널을 이용하는 것에 점점 더 불편함을 느끼고 있으며 앞으로도 그럴 계획이라고 한다.

디지털 셀프 서비스 및 원격 판매 대표자 상호 작용은 중소기업과 대기업 모두에 판매할 때 향후 B2B 이동 모델의 주요 요소가 될 수 있다. 건설장비 OEM은 영업 팀과 딜러가 디지털 세계에서 작동하도록 교육하여 이러한 변화에 대비해야 한다. 또한 전자상거래 및 디지털 판매 플랫폼과 도구에 대한 투자 우선순위를 정해야 한다. 예를 들어 원격 진단 및 지원이 중요할 수 있으며, 딜러를 위한 교육 및 역량 구축도 중요할 수 있다.

1) 모델에는 관절형 덤프 트럭, 아스팔트 피니셔, 백호 로더, 크롤러 도저, 크롤러 로더, 미니 굴삭기, 모터 스캐퍼, 리지드 덤프 트럭, 스키드 스티어 로더, 휠 굴삭기, 휠 로더가 포함된다.

Global sales of construction equipment, units, millions



출처: O-Highway Research Global Volume & Value Servi건설장비 data

그림 1 건설 장비의 글로벌 판매가 증가

2) 자본 지출 절약 증대

건설 수요는 주기적이며, 자본 투자는 저점에서 감소한다. 즉, 경기 침체와 변동성이 있는 기간 동안 기계의 임대 시장이 종종 점유율을 높여왔다는 것을 의미한다. 서유럽에서는 현재 대부분의 소형 기계들이 구입이 아닌 대여를 하고 있으며, 미국에서도 이러한 대여가 증가하고 있다. 경제 불확실성이 계속되는 상황에서 건설장비 OEM은 주요 임대계좌 사업 확대에 주력하고 현지 임대사업 구축 시 달러를 지원해야 한다.

3) 애프터마켓 서비스 중심의 부품 및 유지 관리 수리

주기적인 건설장비 산업에서 불가피하게 기계 판매가 감소하면, 애프터마켓 제품은 균형을 이루는 역효과를 제공한다. 예를 들어 경기 침체로 인해 고객은 교체를 미루고 오래된 장비를 계속 사용할 수 있다. 이 기계들은 추가적인 유지 보수와 수리가 필요하기 때문에 애프터마켓 부품과 서비스의 판매가 증가할 것이다. 기계 판매 감소분을 상쇄할 뿐만 아니라, 애프터마켓 오퍼링에 초점을 맞추면 건설장비 OEM이 추가적인 수익원을 창출할 수 있게 된다. 또한 건설장비 OEM은 애프터마켓의 초점을 높이면 이윤이 증가할 수 있는데, 이는 전통적으로 이 분야가 오리지널 장비 판매보다 더 높은 이윤과 관련이 있기 때문이다.

현재 많은 고객이 애프터마켓 제품에 소요되는 시간과 비용을 절약하기 위해 딜러 채널을 벗어나고 있으며, 이로 인해 건설장비 OEM과 딜러 모두 수익 손실이 발생한다. 편의성과 비용에 대한 고객의 우려를 해결함으로써 건설장비 OEM은 서비스 및 부품 매출에서 중요한 몫을 차지할 수 있다. 이를 위해 건설장비 OEM은 보증 만료 후 기간을 중심으로 딜러와 판매 담당자가 애프터마켓 상품을 강화하고, 두 번째 소유자에게 비용 경쟁력이 있는 부품 네트워크를 제공할 수 있도록 지원해야 한다.

4) 환경, 사회, 거버넌스 주제 및 규제 변화에 대한 강조 증가

현재의 위기는 환경, 사회 및 거버넌스(ESG) 주제에 대한 관심을 가속화시켰다. 고객과 직원은 종종 사회적 이니셔티브를 우선시하지만 규제 기관과 투자자는 점점 더 환경 문제에 점점 더 초점을 맞추고 있다. 예를 들어, 유럽 그린 딜(European Green Deal) 및 기후관련 정책과 같은 규제 정책은 OEM 업체들에게 자신들이 판매하는 기계와 장비뿐만 아니라 제조 시설과 공급망을 위한 탄소 감축 이니셔티브를 포함하는 탄소 감축 로드맵을 개발하도록 요구되고 있다. 건설은 소음과 방출 오염의 주요 원인으로 여겨진다. 건설장비 기계는 건설 산업에서 가장 낮은 오염원 중 하나이지만, 건설 현장에서 높은 가시성과 중요한 역할은 특히 도시 환경에서 건설장비 기계를 위한 대체 에너지원을 찾는 데 많은 관심을 불러일으켰다. 오늘날, 건설장비 비행대 중 극히 일부만이 완전히 전력화되어 있지만, OEM과 사업자가 전력화에 많은 투자를 하면서 이 수치는 증가해야 한다. 배터리 가격 하락에 따른 총 소유 비용 절감, 새로운 배터리 기술의 성능 향상, 충전 인프라 개선, 그리고 더 엄격한 배기가스 배출 규제와 같은 몇몇 순풍이 전기 장비의 채택에 도움이 될 것이다.

전기화 추세를 따를 경우 수익 풀이 최대 25% 감소할 수 있기 때문에 건설장비 OEM은 연구개발(R&D)과 파일럿에 신속하게 투자해 대체연료 전략을 정의해야 한다.²⁾ 동시에 현장 충전 인프라, 배터리 교환 및 서비스형 배터리와 같은 신기술이 건설장비 가치 제안을 재구성할 수 있으므로 이러한 모델에 주목해야 한다. 따라서 전력화로 선두를 달리는 OEM은 선점 우위를 점할 수 있다.

5) 지역 제조 네트워크의 중요성 증대

현지 규제 변화와 함께 여러 나라의 공급망 과제가 맞물리면서 건설장비 OEM 업체들은 현지 제조 역량을 확대할 수밖에 없는 상황이다.

이러한 변화는 제품이 일정량의 현지 콘텐츠를 포함해야 하거나 제조의 일부가 현지에서 발생해야 한다고 규정한 국가의 기반 구조 프로젝트에 건설장비 OEM이 참여하는 데 도움이 될 수 있다. OEM 업체들도 최근 자국 경제 보호와 일자리 보전을 위해 수입관세와 관세를 인상한 국가의 현지 제조망이 점점 더 필요할 것이다.

6) 더 강력한 공급망의 필요성

COVID-19의 여파로 세상이 변화함에 따라, 글로벌 공급망에 대한 많은 가정은 더 이상 존재하지 않으며, 기업은 더 많은 위험을 부담하게 된다. 실제로 맥킨지 리서치에서는 공급망 교란으로 인해 평균 기업이 10년 후 이자·세금·감가상각·상각(EBITDA) 이전 1년 수익의 최대 45%를 잃게 될 것으로 보고 있다. 이런 환경에서 건설장비 OEM은 인공지능, 머신러닝, 산업 사물인터넷 등 디지털·분석 툴을 활용해 공급망 리스크 관리 역량을 강화하고 종단 간

2) 부품 시장이 수익의 12%를 구성하고 35%의 이자 및 세전 이익(EBIT) 마진이 있는 반면 차량 EBIT 마진은 5%로 추정된다. 전기 자동차는 유지 보수 비용이 약 50% 더 저렴한 것으로 추정된다.

투명성을 높이는 데 주력해야 한다. 기업은 또한 공급업체와 지역 모두를 위한 네트워크 이중화 구축에 대해서도 고려해야 한다.

7) 수요 불확실성 증가

시장이 COVID-19의 경제적 효과로부터 회복됨에 따라, 다양한 국가에서 수요가 불확실할 것이다. 때론 OEM이나 대리점, 공급업체 등이 빠른 속도로 회수가 진행된다면 자칫 잘못 걸러 부품 부족과 판매 미달 사태가 빚어질 수 있다.

3. 수요 예측 모델

시장이 혼란에 빠지고 빠르게 발전함에 따라 수요 예측 도구의 중요성이 점점 커지고 있다. 이러한 변화 속에서 번창하기 위해서는 건설장비 OEM이 생산 및 공급망을 신속하게 조정할 수 있는 데이터 중심의 분석 모델을 사용하여 미래의 수요를 예측할 수 있어야 한다. 개선된 수요 예측 모델은 수익 창출, 비용 통제, 자본 최적화 등 다양한 영역에서 이익을 창출한다. 전통적으로 경험과 부족 지식에 기반한 예측에 의존해왔기 때문에 이러한 모델을 사용하는 것은 많은 건설장비 OEM에게 큰 변화를 의미한다. 이러한 방법에는 몇 가지 이점이 있지만 분석적인 데이터 중심 모델이 제공할 수 있는 정확성과 통찰력이 부족하다. 일부 건설장비 OEM 업체는 경험 이상의 것을 살펴보고 수요 동인을 파악했지만, 일반적으로 어떤 매개변수가 판매에 의미 있는 영향을 미치는지 파악하지 못했다. 대신, 그들은 미래를 계획할 때 단순히 판단 결정을 내렸다.

최상의 결과를 얻으려면 건설장비 OEM은 회귀 분석에 의존하는 통계 모델로 전환하여 판매 동인과 수요 동인 간의 인과 관계를 파악해야 한다. 머신러닝 및 기타 기술의 발전으로 혜택을 받은 이러한 모델은 매우 정확한 추정치를 제공할 수 있다. 또한 정보가 지속적으로 변경되더라도 패턴을 식별하고 학습하기 위해 거대하고 복잡한 데이터 세트에 적용할 수 있다.

분석은 각 동인과 판매 간의 관계의 강점은 물론, 기업이 건설장비 수요를 진정으로 예측하는 동인을 파악하는 데 도움이 될 수 있다. 그러나 여러 가지 잠재적인 동인이 존재하며, 많은 건설장비 OEM은 가장 적절한 동인을 결정하고 정교한 분석을 수행하는 데 필요한 기능이나 용량이 부족하다. 그들을 돕기 위해 우리는 다양한 모델을 조사했다. 우리는 먼저 GDP, 건설 총 부가가치(GVA), 건설 자본 지출(Capex), 주거용 주택 시작 등 건설장비 판매 수요의 다양한 동인을 파악했다. 그런 다음 2002년의 과거 데이터를 검토하여 비즈니스 사이클에 걸쳐 건설장비 판매와 가장 밀접한 상관관계가 있는 매개 변수를 확인했다.

대부분의 개별 수요 동인이 건설장비 판매와 상관관계가 있지만 관계의 강도는 다양하다는 것을 나타냈다. 예를 들어, GDP보다 건설 설비투자의 상관관계가 더 강했는데 통계적으로 유의미할 정도로 강력한 건설장비 매출과의 상관관계를 가진 동인은 단 하나도 없었다. 건설 투자와

주거용 주택 착공의 조합이 건설장비 판매와 높은 상관관계가 있음을 확인했다. 업계 전문가를 인터뷰한 후 재고 조정도 고려했을 때 상관관계가 훨씬 더 강력하다는 사실도 확인했다. 건설 장비 산업에서 재고정정은 일반적으로 경기주기의 시작이나 종료 시점에 나타난다. 딜러가 판매 증가를 기대하면 지나치게 열성적으로 재고를 필요 이상으로 축적할 수 있다. 매출 감소가 예상되면 초조해져서 필요 이상으로 재고를 정리할 수 있게 된다.

1) 건설 투자

건설 설비투자에는 건설 분야의 보수·유지보수 업무뿐만 아니라 신규 건설·프로젝트에 대한 투자가 포함되는데, 이 두 가지 모두 건설 장비 수요를 견인한다.

이 지표는 지난 6년간 유럽과 미국의 주요 건설장비 시장에서 증가하고 있는 GDP 성장과 밀접한 관련이 있다. 미국 건설 설비 투자는 2008년에서 2009년 사이의 대공황 이후 강한 성장을 보였다(그림 2). 2017년경에 안정세를 보였다가 다소 하락했다. 미국의 건설 설비 투자는 2020년 이후 크게 반등할 것이며 연간 3% 이상의 성장률이 예상된다.

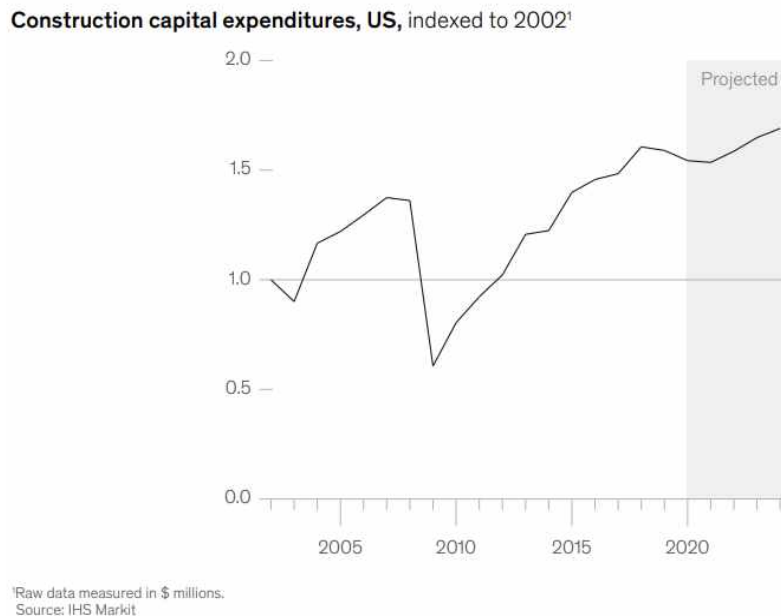


그림 2 미국 건설자본 지출 현황 및 전망

유럽의 경우, 건설 자본비용은 2007년에 정점을 찍은 후 2008년부터 2009년까지의 침체의 여파로 급격히 감소하였다(그림 3). 이 감소는 2013년까지 계속되었는데, 이때 자본비용은 최고점에서 50% 이상 떨어졌다. 우리는 이러한 설비 투자 감소가 아일랜드, 포르투갈, 스페인과 같은 특정 유럽 시장의 주요 주택 및 부동산 문제에 기인한다고 판단된다. 2013년 이후 유럽의 회복세도 미국이 보여준 강력한 성장세와는 대조적으로 상당히 무뎠다. 2020년 이후, 유럽의 건설 자본비용은 매년 1~2%씩 증가할 것이다.

2) 주택 착공

주택 건설은 특히 소형 굴삭기, 스킵 스티어 로더, 백호 로더와 같은 소형 장비의 경우 건설장비 판매의 두 번째 주요 동인이다. 주택 건설은 이 부문 성장의 주요 지표로 활용되고 있다. 주택 건설은 특정 달에 시작하는 신규 주택 건설 프로젝트의 수이다. 주택 시작은 주택 구조물의 바닥이나 기초에서 공사가 시작될 때 계산된다. 이 측정법은 교체 및 새 기계 수요의 강력한 지표인 건설 기계 사용에 대한 좋은 추정치를 제공한다.

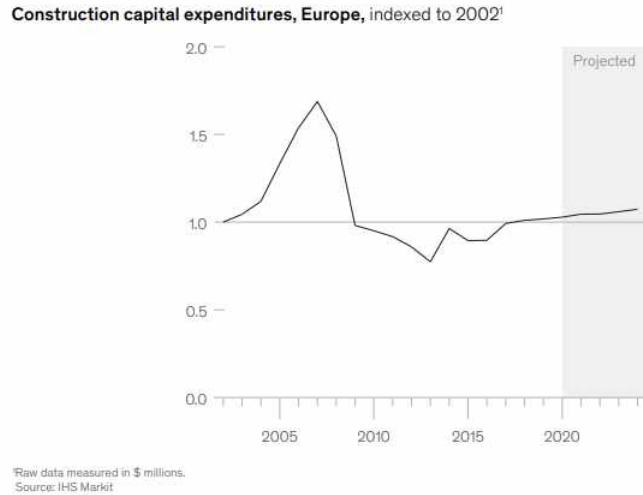


그림 3 대공황 이후 감소한 유럽 건설 자본 지출

미국 주택시장은 2005년에 절정에 달했지만, 이후 심각한 하락세를 겪었고 2010년에는 75% 가까이 축소되었다(그림4). 이후 집값 상승과 경기 호조에 힘입어 시장이 회복되기 시작했다. 전문가들은 미국의 주택 출발이 2020년에는 8~10% 감소하지만 2024년까지 평균 3~4%의 회복과 성장을 할 것으로 보고 있다.

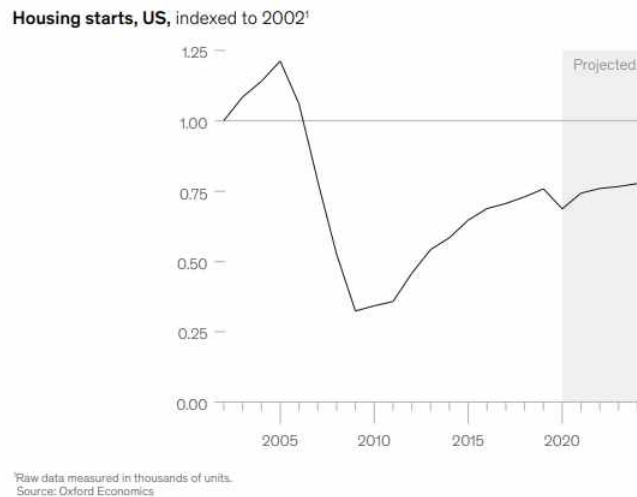


그림 4 미국의 주택 신축

유럽 주택시장은 2005년부터 2007년까지 절정에 달했으나 이후 하락하기 시작해 2013년까지 55% 가까이 하락했다(그림 5). 당시 시장이 회복되기 시작해 2017년까지 꾸준한 성장세를 보이다가 급격히 하락했다. 분석가들은 유럽 주택이 2020년 1~2% 하락하기 시작해 2022년까지 그 수준을 유지할 것으로 예상하고 있다.

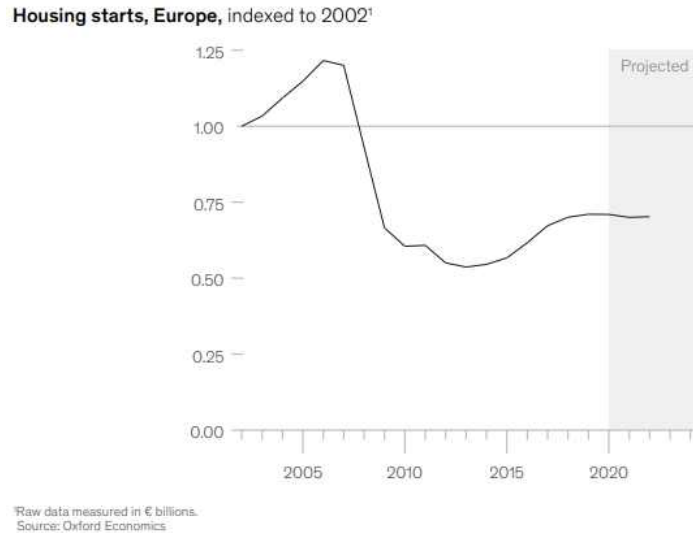


그림 5 유럽의 주택 신축

3) 재고 보정

딜러들은 업사이클이 시작될 때 재고를 구축하고 어려운 시기가 시작될 때 재고를 정리하기 때문에 모델의 재고 수정할 필요가 있으며, 시장 변동과 관련된 제품 믹스 변화도 고려해야 한다. 재고 조정은 보통 시장이 몇 년 동안 성장하고 있을 때마다 이뤄지는데, 업계에서는 주기적인 하락세를 예상하고 있다. 이러한 조정은 일반적으로 시장이 3년간 지속적으로 성장할 때 발생한다.³⁾

일례로 2011~2013년 미국의 건설자본비용은 매년 평균 14%씩 증가했지만 재고조정으로 건설장비 매출 증가율이 훨씬 낮았다(그림 6).

3) 과거 판매 데이터를 기반으로 한 분석에 따르면 3년 동안 설비 투자 증가가 플러스이고 이전 2년 동안 재고 조정이 없고 평균 설비 투자가 6% 이상이면 재고 조정이 일어날 것으로 나타났다.

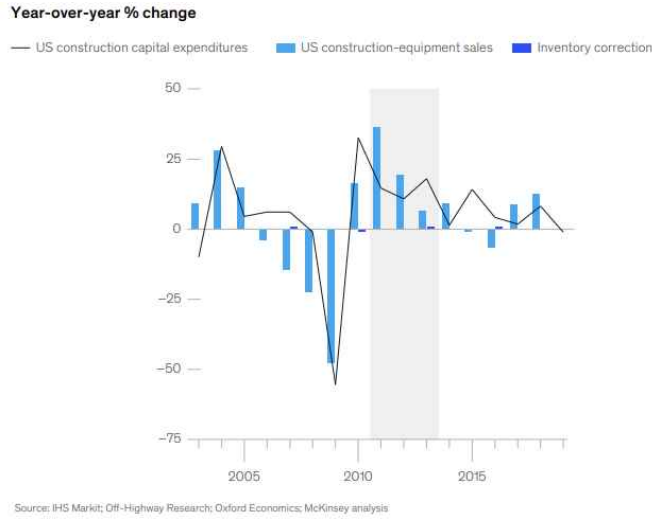


그림 6 미국 건설 자본 지출은 2011년부터 2013년까지 증가했지만 건설 장비 판매의 성장은 재고 조정으로 인해 더 낮음

4) 모델 아웃풋

우리는 건설장비 OEM이 건설 설비 투자, 주거용 주택 착공 및 재고 조정을 조합하여 고려하는 모델을 사용하여 상당한 정확도로 장기 시장 수요를 예측할 수 있음을 알 수 있다. 이러한 모델의 출력은 2002년부터 2019년까지 미국에서 건설장비에 대한 수요와 비교할 때 이러한 변수 중 하나 또는 두 개를 사용한 모델보다 실제 결과를 더 가깝게 추적할 수 있다. 같은 기간 동안 유럽에서도 마찬가지다(그림 7). 고객, 딜러 및 영업 팀의 시장 정보와 함께 이러한 모델은 연도 및 중기 수요를 추정하는 데도 도움이 될 수 있다.

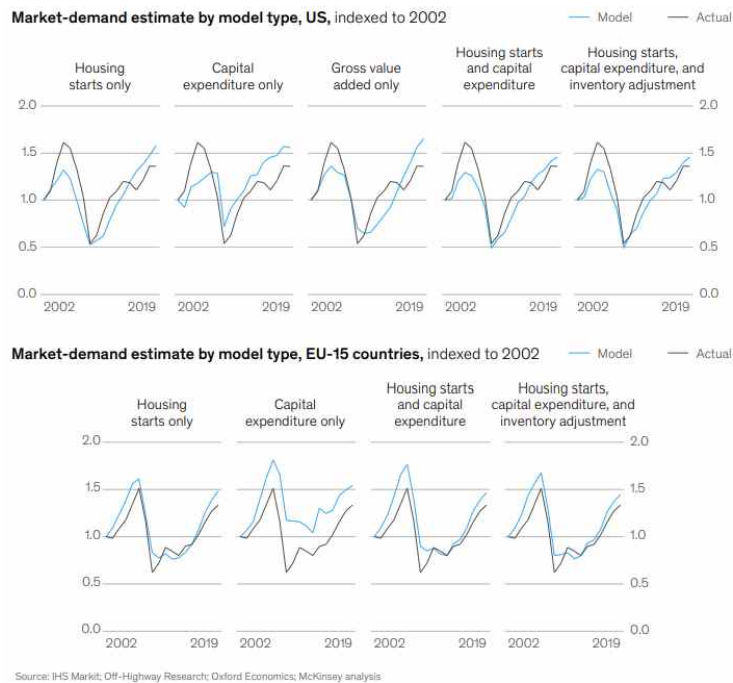


그림 7 세 가지 수요 동인을 결합한 모델을 통한 유럽과 미국의 건설 장비 수요 예측

4. 건설장비 시장 전망

향후 개발에 대한 보다 명확한 설명을 위해 건설장비 판매를 미국(2024년까지)과 유럽(2022년까지)의 자본비용, 주거용 주택 시작 및 재고 보정을 기반으로 모델링했다. 두 경우 모두 데이터가 이용 가능한 마지막 해였다.

전문가들은 2020~2022년 사이 미국 주택은 반등할 가능성이 높은 반면 설 설비 투자는 보험세를 보일 수 있다고 전망했다. 이 기간 동안 건설장비 매출 성장률은 억눌린 수요(그림 8)로 인해 더 높아질 수 있다. 2022년 이후에는 건설 설비 투자 및 주택 공급의 완만한 성장과 맞물려 건설장비 매출 성장이 완만해질 것으로 내다본다.

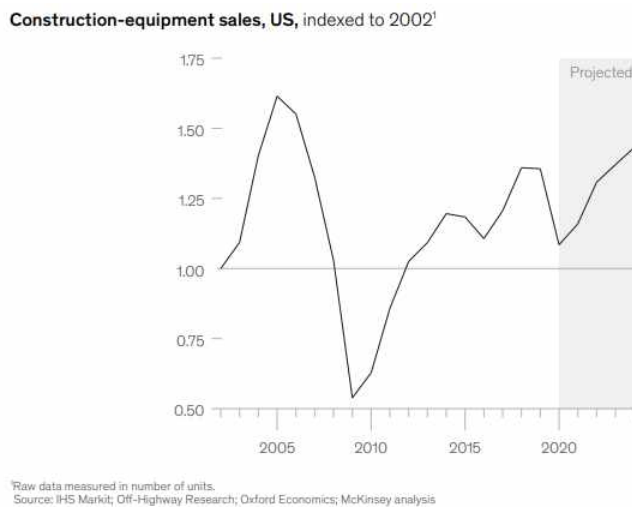


그림 8 미국의 건설 장비 매출

전문가들은 2021년과 2022년 사이에 유럽 주택이 평탄해지기 시작하고 건설 자본비용은 적당히 긍정적일 것으로 예상하고 있다. 이는 건설장비 매출의 완만한 성장으로 이어질 것이다(그림 9).

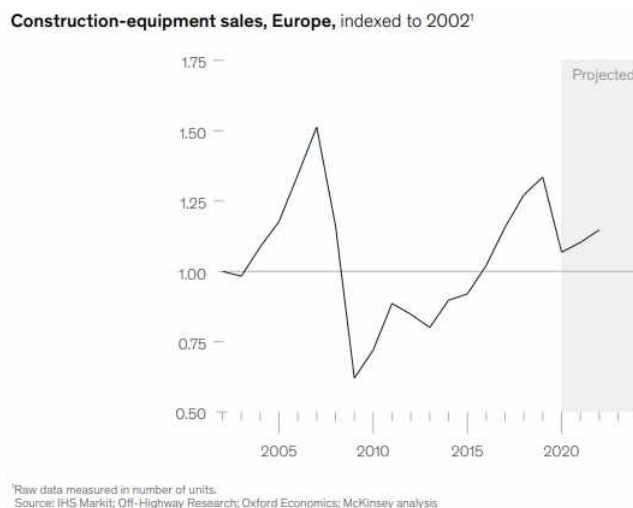


그림 9 유럽 건설장비 매출

5. 수요 모델의 적용

세계 경제가 COVID-19 대유행의 경제적 영향에서 회복됨에 따라 시장 성장은 국가마다 다를 것이며 일부는 다른 국가보다 더 빨리 개선되기 시작할 것이다. 위치에 관계없이 가치 사슬 전반에 걸친 건설장비 OEM은 수요 동인 모델을 사용하여 다음과 같은 중요한 이점을 얻을 수 있다.

- 수익 증대

건설장비 OEM은 모델을 사용하여 판매 계획을 테스트하고 올바른 기대치를 설정할 수 있을 뿐만 아니라 생산을 조정하여 상승 주기의 재고 소진과 하락 주기의 초과 재고를 방지할 수 있다. 또한 모델은 용량이 제한될 때 사전 예방적으로 제품 혼합을 관리할 수 있는 기능을 더욱 강화할 수 있다.

- 비용 관리

운전자 기반 모델은 건설장비 OEM이 인플레이션 위험을 완화하기 위해 자재의 선구매가 필요한지 여부를 결정하는 데 도움이 될 수 있다. 또한 용량 계획을 지원하여 긴급 주문을 줄이고 운송비용을 절감할 수 있다.

- 자본 최적화

보다 정확한 예측을 통해 건설장비 OEM 업체들은 적시에 적절한 완제품 재고를 확보하여 재고 축적과 노후화를 피할 수 있다. 건설장비 OEM은 또한 공급 재고와 안전 재고의 권리를 가질 수 있을 것이다.

분석적 수요 동인 기반 모델은 주 및 지역 수준에서도 적용될 수 있다. 건설장비 OEM뿐만 아니라 가치 사슬의 다른 이해 관계자도 이러한 OEM을 구현할 수 있다. 예를 들어, 공급업체는 전략적 계획을 수립하고, 용량에 대한 투자처를 결정할 때 이를 적용할 수 있다. 이와 비슷하게 딜러들은 재고자산의 규모를 어떻게 늘리거나 줄이든지 고려하거나 판매전략과 능력을 개발할 때 모델을 사용할 수 있다. 투자자의 경우, 수요 운전자 기반 모델이 자산에 대한 투자 논문 테스트를 압박하기 때문에 도움이 될 수 있다.

장기적으로, 건설장비 OEM 업체들은 새로운 노멀을 다루면서 산업을 재편하는 근본적인 변화를 해결하기 위해 넥스트 노멀의 각 요소에 대한 포괄적인 계획 개발이 뒷받침되어야 할 것이다.

출처 : Mckinsey&Company, Digging out: Forecasting for construction OEMs in the next normal"
<https://www.mckinsey.com/industries/automotive-and-assembly/our-insights/digging-out-forecasting-for-construction-oems-in-the-next-normal#>