

건설산업 재탄생 전략

Reinventing the Construction Industry : A Rebirth Strategy

한국건설산업연구원 편저





과제 1

산업 중점가치 대전환

김영덕 선임연구위원

I. 건설산업 가치 대전환의 추진 배경	159
II. 산업의 가치 혁신의 필요성 및 방향	183
III. 건설산업의 가치 대전환	191
IV. 건설기업의 가치 혁신의 방향	225





I. 건설산업 가치 대전환의 추진 배경

1. 건설산업의 가치 대전환의 필요성

건설산업의 재탄생에 있어 건설산업이 안고 있는 근본적인 문제들을 어떻게 해결하는가 하는 것은 매우 중요한 이슈다. 이를 해결하기 위하여 생산체계 및 생산방식 등 생산시스템의 혁신 그리고 기술의 혁신 등 다양한 노력이 필수적이라 할 수 있다. 그러나, 건설산업 내 참여하는 주체들 즉, 더 나아가 건설산업에 참여하는 사람들의 의식과 태도의 변화가 이루어지지 못하면 근본적인 건설산업의 문제는 해결되기 어렵다. 건설산업에 참여하는 주체들이 자신 집단, 개인의 이익만을 내세워 계속 이해관계가 충돌하고, 사업에 참여하여 단기적인 재무적 이익에 집착하여 상호 이익이나 배려를 등한시한다면, 생산성 저하, 기술 및 상품 혁신의 부족, 안전사고의 지속 그리고 불공정 관행 등은 개선되기 힘들다. 더 나아가 환경, 사회 등 변화하는 환경 속에서 지속가능성을 높이하고자 하는 움직임이 가속화되고 있는 최근 산업의 환경을 고려할 때, 건설산업 내 참여 주체들의 의식과 가치의 혁신이 없다면, 건설산업의 지속가능성을 담보하기 어려울 것으로 예측된다.

이를 감안할 때, 건설산업의 재탄생에 있어서 기술, 생산시스템 그리고 거버넌스의 혁신과 함께 가치 측면의 인적 요소의 혁신을 도모하는 것은 매우 중요한 과제라 할 수 있다. 그렇다면 건설산업의 인적 요소의 혁신은 어디에서 출발하는가? 인적 요소 혁신은 건설산업 가치의 대전환에서 출발한다. 건설산업이 현재 안고 있는 문제점들을 만들어낸 기존 건설산업 내 가치들을 인적 요소 혁신 차원에서 새롭게 공유해야 할 건설산업 내 가치를 도출하고, 이를 산업 내 정착시킬 수 있도록 참여

<그림 1> 건설산업 재탄생과 인적요소 혁신



자료 : 이홍일·이종한(2024), "건설산업 재탄생을 위한 ESG 경영의 가치 탐색", 한국건설산업연구원.

주체들이 각자의 위치에서 역할을 재정립할 필요가 있다.

보다 구체적으로는 건설산업 가치의 대전환은 사회, 경제적인 환경변화 속에서 다양해지고, 변화하는 건설산업에 대한 이해관계자들의 기대와 필요를 어떻게 건설산업 주체들이 각자의 위치에서 반영하는가에서 출발해야 한다. 또한, 국내외적으로 지속 확대되고 있는 사회적 가치의 부상, 가치 소비를 중시는 소비패턴의 증가, 젊은 세대들의 변화하는 가치관 등을 건설산업에 반영할 필요가 있다. 이와 함께 건설산업 참여하는 주체들이 상생 협력의 가치의 중요성을 인식하고, 상호 배려와 협력으로 원활하고 성공적인 협업체계 구축을 도모하고, 건설산업 내 윤리, 투명한 문화를 정착시키기 위해 윤리적 가치를 정립하고 실행함으로써 건설산업 내외부의 산업에 대한 신뢰를 확보하는 것도 매우 중요하다.

이를 종합해 보면, 인적 요소 혁신은 건설산업의 재탄생을 위한 기술, 생산시스템 혁신의 성공을 위한 기반이 되는 요소라고 할 수 있다. 또한, 인적 요소 혁신의 가장 핵심은 건설산업 참여 주체들이 공유해야 할 산업의 가치 대전환이라 할 수 있다.

2. 건설산업의 가치 측면의 문제점

그렇다면, 현재 인적 요소 혁신을 도모하는 데 있어 건설산업의 가치 측면의 문제점들은 무엇인지를 검토할 필요가 있다. 가치 측면의 문제점들은 건설산업 내 참여주체 그리고 참여하는 사람들의 인식과 산업에 참여하는 가치관에서 발생한다는 측면에서 건설산업의 가치 대전환은 매우 중요하다.

(1) 적대적 개인·집단주의에 따른 잦은 이해관계의 충돌

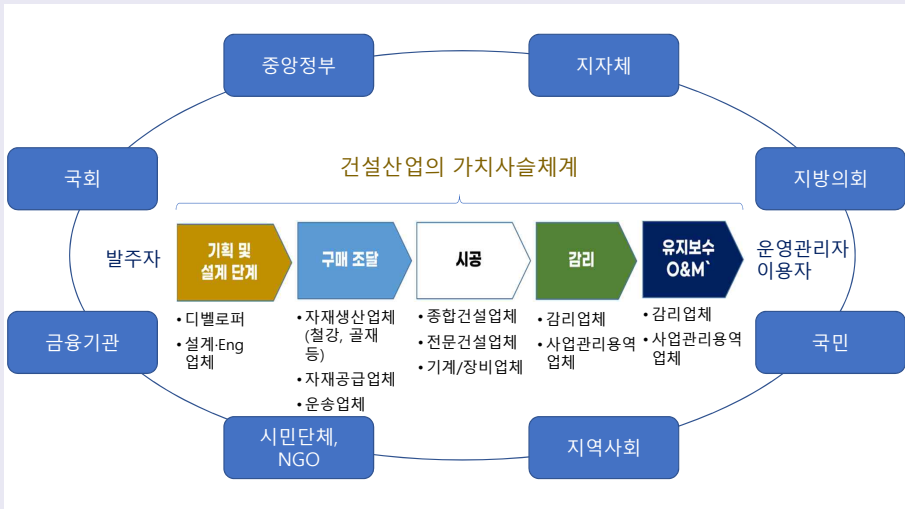
건설사업에 참여하는 발주처에서 건설근로자에 이르기까지 직접적인 이해관계자의 범위가 매우 넓다. 공동주택과 같이 개별 계약자와의 많은 사적 계약 관계가 발생된다. 또한, 생산과정에서의 이해관계가 서로 다른 주체들의 참여가 많다.

이러한 복잡한 이해관계자들의 존재는 건설사업의 최종 생산물의 품질에 직접적으로 영향을 미치기 때문에 이에 대한 관리의 중요성이 크다. 그러나, 최근 건설사업과 관련된 품질, 안전사고 문제의 증가와 계약 관련 문제 등이 증가함에 따라서 이해관계자들 간 충돌이 심화되고 있다.

발주자 혹은 계약자는 최고 품질의 시설물을 보다 적은 공사비로 공급받기를 원하고, 피계약당사자 혹은 사업 주체인 건설기업은 해당 사업을 통하여 수익을 실현하는 것을 목표로 한다. 이러한 상호 간의 이해관계로 인해 시공과정과 준공 이후 분쟁 등 다양한 이해 충돌이 발생하고 있다. 특히, 최근 민간 건설시장의 성장에 따라 분쟁, 소송 등이 더욱 증가하는 추세다.

실제로 ‘대한상사중재원’의 ‘2023년 건설·부동산 중재 통계’에 따르면, 중재 건수, 중재 금액 모두 전년 대비 증가하고 있다. 특히, 중재 금액 측면에서는 337%의 큰 폭의 증가가 있었다. 이는 최근 공사비 관련 분쟁으로 인한 중재 신청 건수의 증

<그림 2> 건설산업 이해관계자의 범위

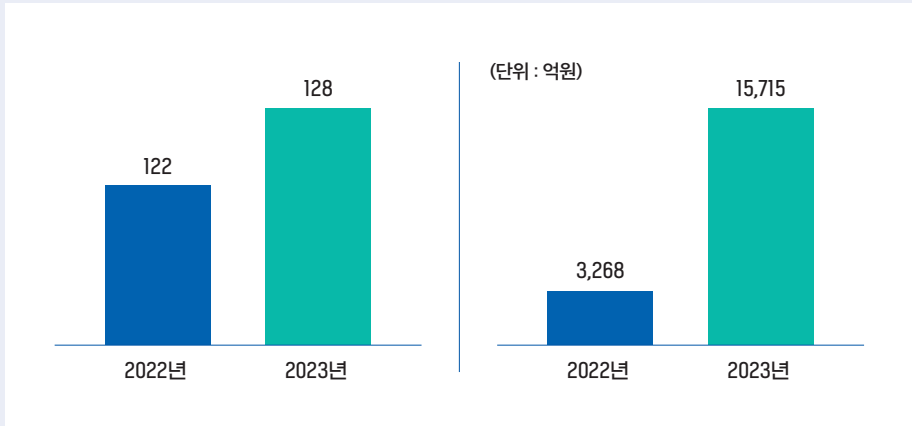


가로 분석된다. 또한, 국토교통부 ‘하자심사분쟁조정위원회’에 분쟁조정을 신청한 공동주택 하자 관련 심사건수는 2019년부터 2023년까지 최근 5년간 22,561건에 달해 한 해 평균 4,512건이 접수되고 있는 상황이다.

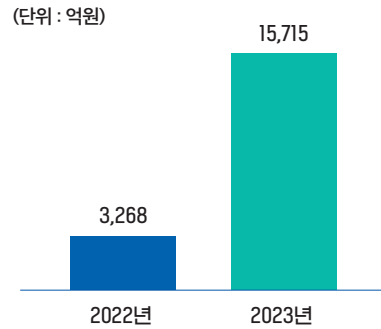
이렇게 분쟁조정으로 조정이 되지 않고, 소송으로 이어지는 건수도 지속적으로 증가하고 있는 상황으로 국내 대형건설기업 9개사의 2024년 3분기 총피소건수는 1,219건으로 총피소가액은 4조 505억원에 달한다. 또한, 원도급사와 하도급사 간 분쟁도 해가 지남에 따라 증가하고 있는데, 「한국공정거래조정원」의 ‘2023년 분쟁조정 현황’자료에 따르면, 건설 하도급 분야 분쟁조정 건수는 2022년 492건에서 2023년 613건으로 증가해 25%가 증가한 것으로 나타났다.

국민권익위원회에 따르면 2020년부터 2023년 5월까지 아파트 부실시공 관련 민원이 41만 8535건에 달하는 등, 건설산업과 관련된 갈등의 확산은 여전히 중요한 이슈라 할 수 있다. 이러한 이해관계자 간의 충돌은 사회, 경제적으로 많은 낭비 요소를 만들고, 건설사업의 품질, 안전 등 기본적인 필요조건에 문제를 야기하며, 더 나아가 건설산업 내 상호 협력과 신뢰를 저해하는 원인으로 작용한다.

<그림 3> 건설·부동산 분야 중재 건수 추이

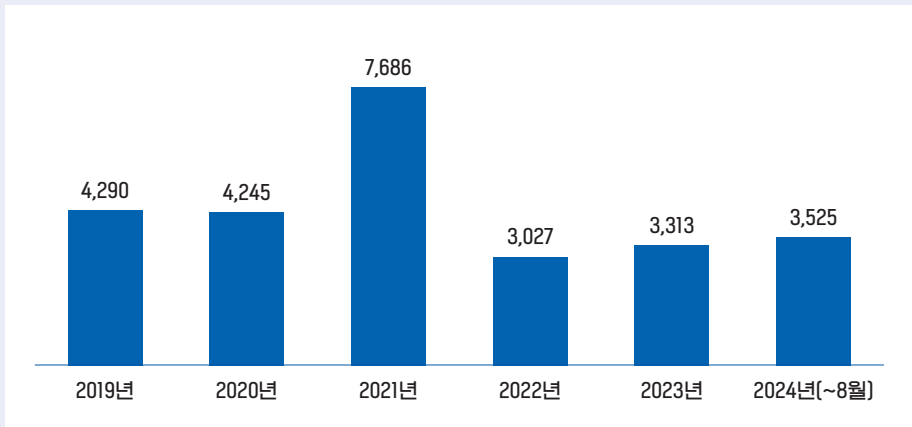


<그림 4> 건설·부동산 분야 중재 금액 추이



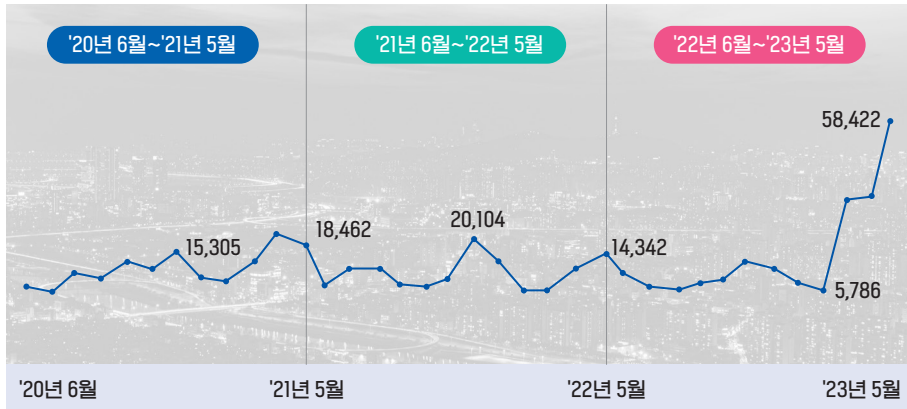
자료 : 대한상사중재원.

<그림 5> 국토교통부 하자심사분쟁조정위원회의 분쟁조정 신청건수



자료 : 국토교통부.

<그림 6> 최근 3년간 아파트 부실시공 관련 민원 추이



자료 : 국민권익위원회.

(2) 공급자 시각의 시장 접근으로 성장에의 한계

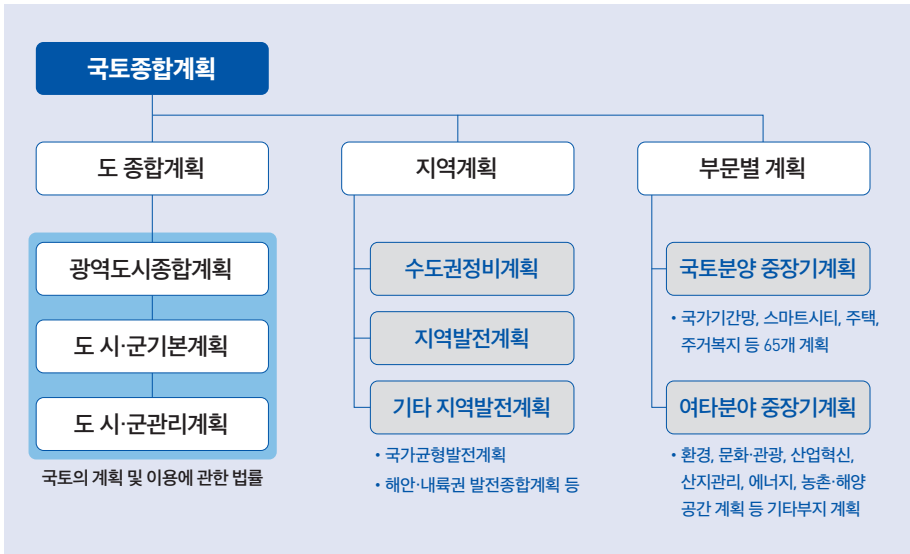
건설산업은 국토의 균형적 발전과 경제 성장 및 국민의 삶에 기반이 되는 도로, 철도 등 교통시설, 공장 등 산업시설, 문화·예술시설 등 인프라의 공급을 담당하는 산업이다.

이에 따라서 정부에서는 국토종합계획 등 법정 계획에 따라 공급 계획을 수립한다. 이를 바탕으로 하여 도 종합계획, 시·군 종합계획, 지역계획 및 부문별 계획 등과 연계하여 실행단계에 이르게 된다. 국토종합계획은 20년 단위의 계획으로서 이하의 계획에 의거하여 경제, 사회적인 환경을 반영하여 세부 실행계획이 구체화된다.

국가의 균형발전과 지역경제의 활성화라는 목표 아래 인프라의 균형적인 공급, 도로, 철도 등 교통망의 확충을 추진해왔다. 예비타당성조사 단계에서 경제성, 공공성 등을 평가하고 있다.

그러나, 이러한 국토종합계획 및 관련 유관계획 및 상위계획과의 정합성이 부족하다는 문제 제기가 지속되고 있으며, 국내외의 환경변화의 충분한 반영이 미흡하다는 한계를 계속 지적 받아왔다. 주거종합계획도 크게 다르지 않다. 국민의 주거

<그림 7> 국토종합계획 및 이하 계획의 구조



자료 : 제5차 국토종합계획.

안정을 위해 마련하는 포괄적인 계획의 성격을 가지나, 실제로 공공주택의 부족 문제와 주거비 부담의 가중, 주거 취약자에 대한 실질적 대책의 미흡 등 본래의 기능을 다 하지 못한다는 비판도 계속되고 있다.

그동안 국가 차원에서 추진된 인프라 공급 계획들은 대부분 국가의 경제적 목표와 지역의 균형발전 논리에 의해 일방적으로 추진되어진 경우가 많았다. 이러한 계획의 근간에는 경제성 논리가 지배적인 시각을 차지하고, 이는 공급자의 시각에서 공급이 이루어지는 결과를 초래하였다. 국가 경제 성장과 지역 균형발전이라는 목표의 성공 전제조건은 결국, 국민이 추구하는 가치와 얼마나 일치하는가가 중요한 고려요소라는 점에서 이제까지의 인프라 공급 계획들이 수요자 입장에서 기대와 필요에 맞는 가치를 제안하고, 이를 통하여 궁극적으로 수요자의 가치를 증진시키는 결과를 이끌어 내고 있는지에 대한 전반적인 검토가 수행될 필요가 있다.

민간 시장에서도 마찬가지다. 민간 시장의 성장에 따라서 민간의 수요에 맞춘

사업의 전략적 수행이 요구된다. 그러나, 우리의 민간건설시장 특히, 주택시장의 경우, 정책적 요소나 대외경제적 요소에 의한 영향을 크게 받음으로 인해 시장의 수요보다는 자사의 경영여건이나 이해관계자, 시장 환경 등에 초점을 맞추어 사업을 추진해왔다.

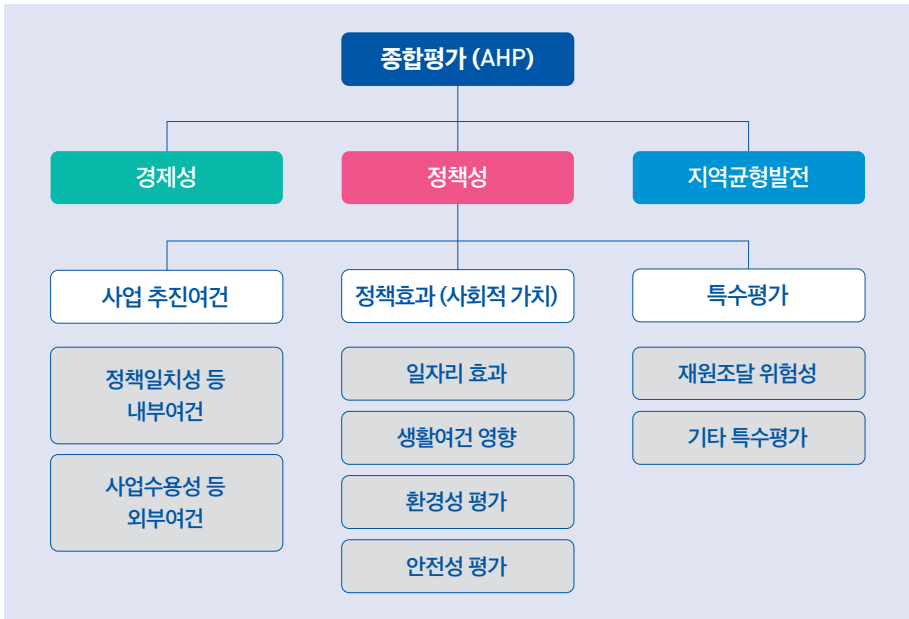
이러한 공급자 중심의 시장 접근은 필요 인프라에 대한 적정한 공급을 저해하고, 과잉의 인프라 공급에 따른 인프라 공급 축소론의 확대 등으로 인하여 결국, 건설산업의 실질적인 가치를 하락시키는 결과를 초래하였다. 이와 함께 공급자 중심의 건설산업에 대한 시각은 건설산업이 변화하는 사회, 경제환경 변화에 빠르게 대응하는 데 한계가 있을 수밖에 없고, 이는 글로벌 경쟁력을 약화시키는 원인이 되어 왔다.

(3) 재무적 성과에 치중하는 사업 관행

하나의 건설사업은 사회, 경제적인 영향이 크다. 건설사업은 지역 내 인프라 수요에 부응하기 위해 여러 가지 목적을 두고 공급된다. 그러나, 건설사업의 기획단계에서부터 지나친 경제적 효과의 강조는 지역 내 수요를 반영한 인프라 공급을 저해하는 원인이 될 수 있다.

신규 건설사업을 추진하기 위해서는 국가재정법 제38조 및 동법 시행령 제13조의 규정에 의하여 예산편성 및 기금운용계획 수립을 위해 기획재정부장관 주관으로 예비 타당성 조사를 시행토록 하고 있다. 과거 경제성에 중점을 두던 조사에서 지역 간 균형발전과 다양한 사회적 가치 실현, 경제·사회적 여건 변화를 적극적으로 반영할 필요성이 꾸준히 제기되면서 예비타당성 제도는 계속 개편 되어져 왔다. 특히, 2019년 5월 개정된 제도는 비수도권 사업에 대하여 지역균형발전의 가중치를 확대하였고, 정책성 평가를 일자리, 주민 생활 여건 영향, 환경성, 안전성 등으로 평가를 구체화하였다. 건설사업에 있어 과거 경제적 성과에 초점을 맞추던 정책·제

<그림 8> 예비 타당성 조사 제도의 종합평가 항목



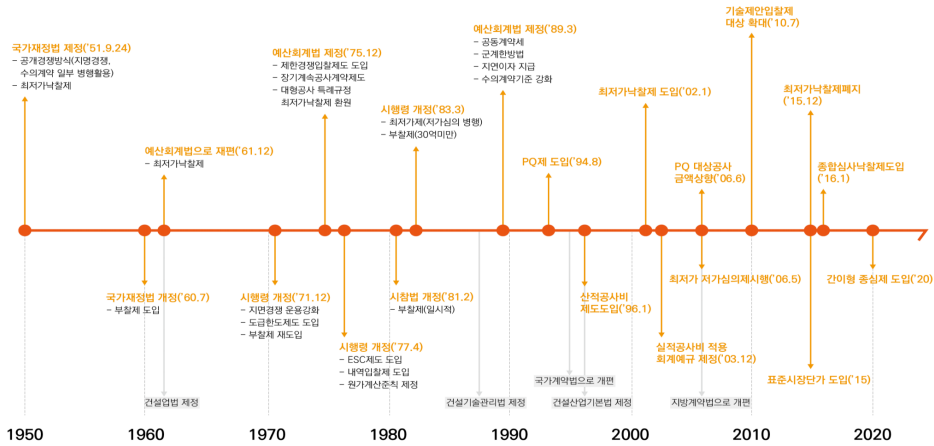
자료 : 한국개발연구원.

도의 변화를 추진하고 있다.

이러한 건설사업의 경제성 이외의 다양한 영향요소에 대한 고려 경향은 바람직하다. 하지만 여전히 고쳐야 할 대목은 많다. 특히 건설사업의 기획단계에서 다양한 영향 요소를 고려한다고 해도, 실제로 계약 등 실행단계에 있어선 경제적 성과에 치중하는 관행이 여전하기 때문이다.

또한, 국가계약제도가 최소의 비용으로 최고의 경제적 성과를 가져올 수 있는 성과주의 경향을 강조할 수밖에 없으나, 국가계약제도는 다른 한편으로는 건설산업을 비롯한 국가 주요 산업의 질적 경쟁력을 높이고, 기술경쟁을 촉진시키며, 사업 참여자에 대한 사회, 경제적으로 긍정적 영향을 확산하는 데 있다는 중요한 목표를 함께 고려해야 한다. 이러한 점을 고려할 때, 지나친 경제적 성과의 강조는 건설산업의 건전한 성장과 지속가능성을 제약하는 큰 원인이 되고 있다고 할 수 있다.

<그림 9> 국가계약제도의 변천 과정



자료 : 전영준(2022), 대한토목학회 건설정책포럼, “공공건설 조달정책의 문제점과 고려사항”.

(4) 더딘 윤리적 건설문화 정착으로 산업의 신뢰 저하

건설산업 전반에 있어 이해관계자가 많고, 생산과정에서의 다양한 생산참여자들의 참여에 따라 성실한 계약이행은 산업의 핵심이며, 이에 따라 성실한 계약이행은 건설산업의 기반을 이룬다.

이로 인하여 건설산업은 타 어느 산업보다도 윤리적 이슈가 다양한 산업이다. 특히, 이해관계자 및 생산 참여자의 광범위성으로 인하여 다양한 윤리적 이슈가 발생할 소지가 많다. 이와 함께 건설산업은 타 산업보다도 사회, 경제적 요구수준이 높은 산업으로서 사회적 요구수준의 충족이 산업의 발전과 직결되기 때문에 건설산업의 윤리적 이슈는 건설산업의 발전에 있어 매우 중요하다.

일반적으로 건설산업은 수주 및 인허가 의존 특성으로 인한 부패에 취약한 구조적 문제점을 안고 있다. 실제로 「국제투명성기구」의 ‘국제투명지수(TI)’에 따르면 뇌물의 심각성 정도에서 가장 심각한 부문으로서 공공사업 및 건설부문이 조사되었다.

<표 1> 비즈니스별 뇌물공여지수

비즈니스 분야	공무원의 뇌물수수 정도	뇌물의 심각성 인지 정도
공공사업 / 건설	1.3	46%
군사방위	1.9	38%
오일가스	2.7	21%
부동산 / 자산	3.5	11%

자료 : 국제투명성기구 뇌물공여지수(2002).

건설산업과 관련된 직접적인 법률뿐만 아니라 공급하는 시설물 별로 다양한 시설 수요에 대한 법률 등 다양한 법률에 의하여 건설사업의 기획단계에서 시공, 운영에 이르기까지 사업추진절차에서부터 위반 시 행정제재에 이르기까지 다양한 규제를 명시하고 있다.

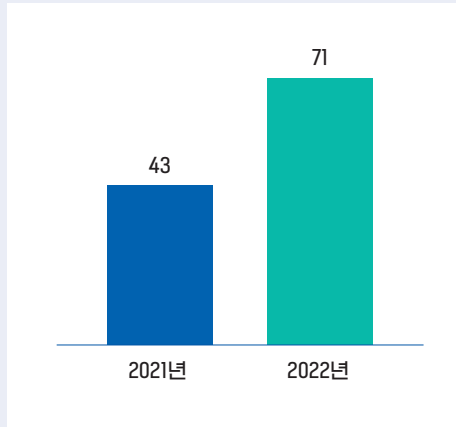
그러나, 건설현장 및 건설생산과정에서 여전히 불공정 관행이 계속되고 있고, 법률 위반 건수는 줄어들고 있지 않은 상황이다.

건설생산과정에서도 불법 하도급, 임금체불 등은 건설산업 내에서 지속적인 공정거래와 인권 이슈를 야기하고 있으며, 이는 건설산업에 대한 부정적 인식을 확산시키는 주된 원인이 되고 있다.

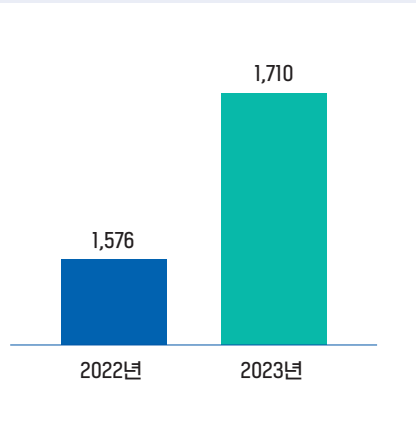
윤리경영의 확산 문제는 오래전부터 제기되어져 왔으나, 여전히 건설산업의 실질적인 윤리적 성과는 미흡한 상황이다. 특히, 기본적인 안전과 품질 등 건설기업이 공급하는 시설물에 대한 요구들에 대해 부응하지 못함에 따라 건설산업에 대한 이미지는 계속 추락하고 있다. 이러한 윤리적 문화의 정착이 더딘 데에는 여러 가지 원인이 있을 수 있다(〈그림 13〉 참조).

특히, 개인/집단의 이익을 우선시하는 관행과 회사의 이익을 위해 비윤리적인 행동에 대한 관대한 기업문화로 인하여 윤리적인 문제들이 많이 발생된다는 측면에서 상생 협력의 가치 추구는 윤리적 문제의 해결에 있어 매우 중요하게 고려될 필요가 있다.

<그림 10> 10대 건설사 건설산업기본법 위반건수

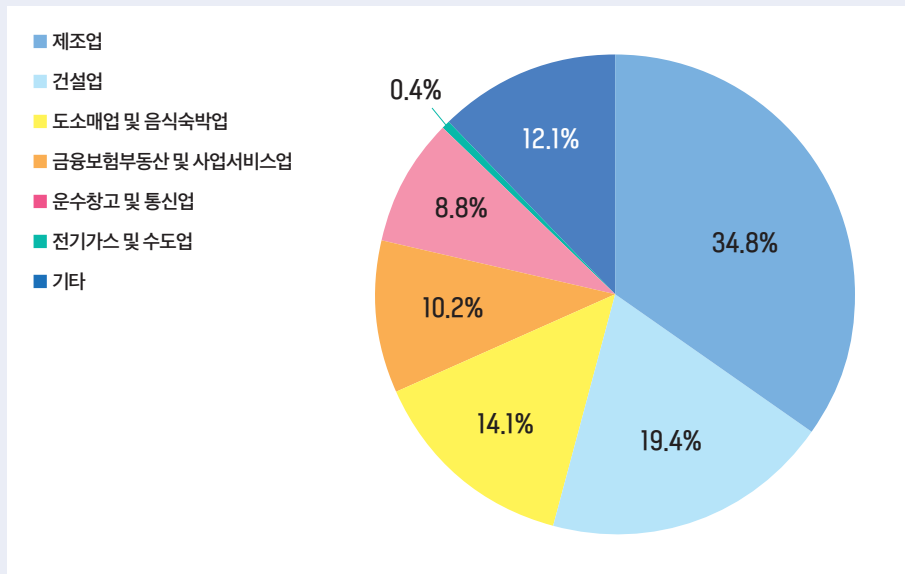


<그림 11> 종합건설업종 행정처분 건수



자료 : 건설산업정보시스템.

<그림 12> 2018~2023.6월 업종별 임금체불 현황



자료 : 고용노동부

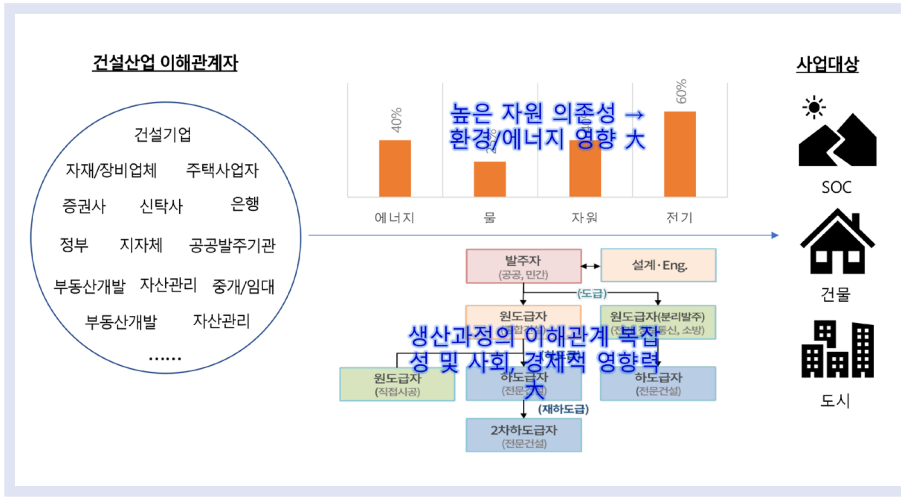
<그림 13> 건설산업의 윤리문화 정책의 저해요인

외부적 요인	내부적 요인
공정한 게임규칙을 어기는 사회풍토	단기 실적주의 강조 및 지나친 목적 달성 압력
뇌물 등 비윤리적 행위를 영업수단으로 인식	모호하고 산업특성을 고려하지 못하는 건설규제
학교 교육과정의 기업윤리 교육 미흡	윤리적 감독 책임이 있는 경영관리자의 비윤리적 행태
일관성이 결여되고 목적성이 부족한 산업/기업 정책	회사에 도움이 되는 비윤리적 행동에 대한 관대한 문화
왜곡된 기업 지배구조	경쟁업체도 하니까 우리도 한다는 사고

(5) 확대되는 지속가능성 이슈에 대한 대응 미흡

건설산업은 다양한 이해관계자들이 관여되는 산업이고, 건설생산과정에서의 높은 자원 의존성과 복잡한 생산구조를 가지고 있으며, 최종 생산물인 시설물의 종류도 다양하다. 건설산업 내에는 건설기업은 물론, 다양한 형태의 시설물을 수요로 하는 발주자는 물론, 전문건설기업 그리고 자재·장비업체, 건설근로자 등 생산에 참여하는 다양한 주체는 물론, 직, 간접적으로 정부, 지방자치단체, 부동산개발업체, 자산관리업체, 은행, 증권사, 신탁사 등 다양한 이해관계자가 존재한다. 생산과정에 있어선 높은 자연자원을 사용함에 따라 환경 및 에너지 등 환경에 미치는 영향이 크고, 생산과정에서도 설계·엔지니어링업자, 원도급기업 및 하도급기업, 건설자재·장비업자 등 생산체계상 다양한 주체들이 생산에 참여한다. 최종 시설물의 종류에 있어선 시설물의 수요자 및 용도 등 성격이 크게 다른 SOC(사회간접자본)시설, 건축물에서 더 나아가 집합체로서의 도시 등 다양하여 수요에 맞춘 시설물 공급의 필요성, 그리고 이러한 것들에 대한 책임과 역할이 광범위하다. 이러한 속성으로 인하여 건설산업은 최근 글로벌 이슈로 급부상하고 있는 지속가능성 이슈에 직, 간

<그림 14> 건설산업의 지속가능성 관점의 특성



자료 : 한국건설산업연구원(2024), 「건설산업의 지속가능성과 혁신을 위한 ESG 정착방향 세미나」 발표자료

접적으로 깊게 관련될 수밖에 없다.

지속가능성이란, 경제의 성장, 사회의 안정과 통합 그리고 환경의 보전이 조화를 이루며 경제 성장은 가능하지 않음을 인정하고 현재와 미래세대가 그들의 필요를 골고루 충족시키면서 지속적으로 살아갈 수 있도록 발전의 방향을 재정립하는 것이다.

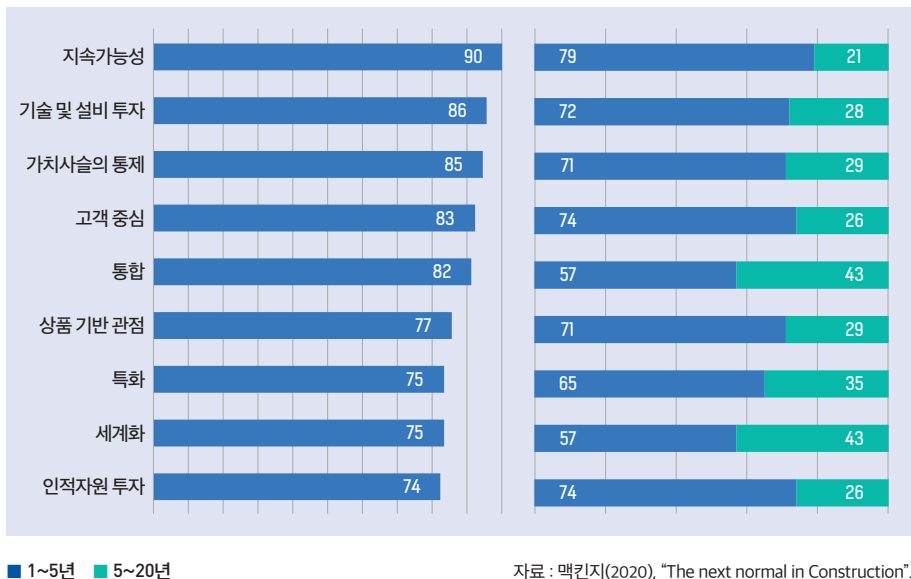
이러한 지속가능성의 개념은 최근 ESG(환경, 사회, 거버넌스)로 구체화되면서 국가는 물론, 기업의 관심이 커지고 있으며, 글로벌 이슈가 되고 있으며, 향후 국가와 기업의 경쟁력의 핵심 요소가 될 것으로 기대된다. 건설산업은 이러한 지속가능성과 ESG와 직·간접적으로 매우 연관성이 높은 산업이다. 건설산업은 다양한 이해관계자들이 관여되는 산업이고, 건설생산과정에서의 높은 자원 의존성과 복잡한 생산구조를 가지고 있으며, 최종 생산물인 시설물의 다양성으로 인하여 ESG 확산의 영향이 크고, 건설산업 내 ESG 관련 이슈가 복잡하고 다양하다. 건설시장 측면에서는 환경, 사회 등 각 분야의 이슈가 증가함에 따라 환경, 사회적 이슈에 대응한 시설물

에 대한 새로운 수요가 늘어나고, 기존 시설물의 기능과 활용에 있어 각종 기준 상향 등 시장의 변화가 가속화되고 있다.

그러나, 이렇게 지속가능성과 ESG 확산과 깊은 관련성이 있는 건설산업의 준비는 상대적으로 미흡하다. 건설 혹은 개발의 개념은 환경 파괴적인 이미지가 높은 산업으로서 인식되어져 오며, 사회, 경제적인 다양한 인프라를 공급하는 산업의 성격상 사회적인 수요 즉, 안전과 지역공동체 더 나아가 사회적 통합과 화합 등 사회적 이슈와 깊은 관련성을 갖고 있으나, 이러한 속성과는 다르게 건설산업의 사회적 인 부정적 영향이 더 크게 부각되고 있다. 거버넌스 측면에서도 건설기업과 건설산업의 윤리성과 투명성의 문제가 계속되고 있다.

국내외의 ESG 정보공시 제도화 움직임과 환경규제의 강화, 인권 및 가치 경영, 산업 안전, 공급망 관리, 사회적 책임 등 사회 이슈의 부상, 그리고 기업 지배구조보 고서의 충실도에 대한 평가 강화 등 각종 ESG 관련 이슈의 부상에 있어 건설업도

<그림 15> 건설산업의 단·장기 이슈 설문조사



예외는 아닌 상황으로 건설산업과 관련된 환경, 사회 이슈들이 본격적으로 확대될 것으로 예측된다. 이렇다 보니, <그림 15>에서 보는 바와 같이 건설산업에 있어 지속가능성은 건설산업에 있어 중단기적으로 최대의 과제로서 인식되고 있다.

(6) 사회적 가치의 변화에의 대응 부족

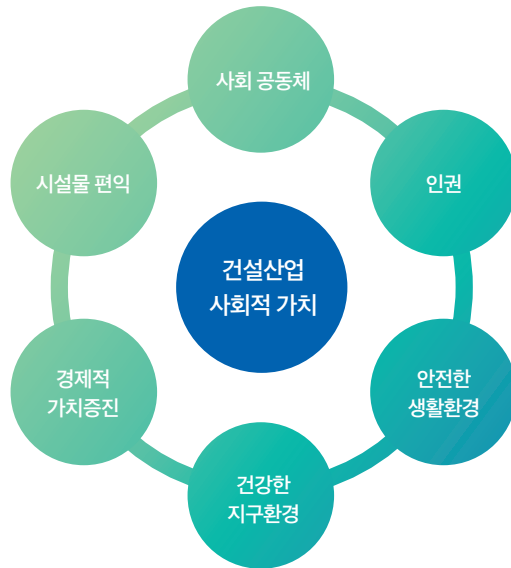
최근 우리 사회에는 사회적 가치에 관한 관심이 커지고 있다. 정부와 공공기관, 시민사회, 기업을 망라해 사회적 가치 변화가 빠르게 진전되고 있다. 우리 사회가 안고 있는 다양한 위기 요인과 문제들에 대한 인식이 확산되고 있으며, 그 위기를 극복하기 위해 요구되는 과제를 확인하며, 다른 미래를 모색하기 위한 사회, 경제적 요구가 증가하고 있다.

지금까지 사회가 추구해온 가치들에 대한 근본적인 질문을 필요로 하는데, 그것이 오늘날 ‘사회적 가치’라는 용어를 통해 이뤄지고 있다. 이러한 흐름은 크게 두 가지로 나뉘어 볼 수 있다. 좀 더 직접적으로는 정부와 국가가 추구해야 할 가치와 과제를 제시하고, 그것을 추구하기 위한 원리와 자원 동원 방식을 규정하고 있는 정책 패러다임의 변화에 대한 논의가 확장되고 있다.

1990년대 초반까지 국가와 우리 사회의 제1의 가치는 ‘경제 성장’에 있었다. 경제가 국가의 존재 이유이자 유일한 지향 가치였다고 할 수 있다. 그러나, 그 이후 사회, 경제 그리고 정책적인 환경변화 속에서 인권, 참여, 환경 등 경제적 가치로 환원될 수 없는 다양한 가치들이 사회적으로 논의가 확대되었고, 정부의 정책에 있어서도 중요한 과제로서 반영되었다.

한편으로는 경제 성장 지상주의 모델에 대한 다양한 대안 담론들로부터 사회적 가치의 등장 배경과 특징을 찾을 수 있다. 지속 가능한 발전, 사회의 질, 사회적 경제, 사회혁신, 기업의 사회적 책임과 공유가치 창출, 공공성과 공공서비스에 관한 논의로 확장되었다.

<그림 16> 건설산업에 기대하는 사회적 가치



사회적 가치를 실현하는 활동은 사회 전 영역에서 모든 주체들에 의해 수행되어야 한다. 이러한 차원에서 건설산업도 예외는 아니다. 특히, 건설산업은 우리 사회에 미치는 영향이 크다는 점에서 그 역할이 매우 중요하다. 건설산업이 실현해야 할 사회적 가치는 단순히 시설물을 공급하는데 그치지 않고, 시설물을 이용하는 사람들의 가치를 실현하는 것을 포함하고 있다.

건설산업에 대한 사회적 가치는 그 산업적 특성상 다양하다. 건설산업에 대한 기대는 단순히 물질적인 인프라 수요를 넘어 지역사회의 경제적 문제에 있어서도 중요한 산업으로 고려되고 있다.

건설산업에 대한 사회적 가치의 기대와 성과는 경제적인 가치 증진에서 건설시설물이 제공하는 안전, 품질 등 편익, 국가, 지역의 사회적 공동체 형성에 대한 기여, 사람의 기본적 권리로서의 건설산업 참여자의 권리 보호, 안전한 생활환경, 지역, 국가를 넘어 건강한 지구환경 조성에 대한 기여 등에 대해 적극적으로 해결하고자

하는 노력을 요구하고 있다.

무엇보다 사람과 관련된 가치 변화 속에서 건설산업 내 인적 요소에 대한 가치의 중요성이 커지고 있다. 특히, 인간의 기본적인 욕구로서의 안전의 욕구에 있어 건설산업에 대한 기대는 크다. 건설산업이 제공하는 시설물의 안전은 물론, 안전한 작업 환경, 직업 안정성 등 사람의 다양한 측면의 안전에 대한 사회적 기대를 충족하는 것은 매우 중요한 과제로 등장했다.

건설산업의 안전문제는 지속적인 사회적 이슈다. 2021년 6월 광주 학산빌딩 붕괴 사고 2022.1월 광주 아파트 붕괴사고, 2023.4월 검단아파트 지하주차장 붕괴사고 등 계속되고 있는 건설안전사고는 건설산업의 안전사고는 사회문제로 인식되고 있다.

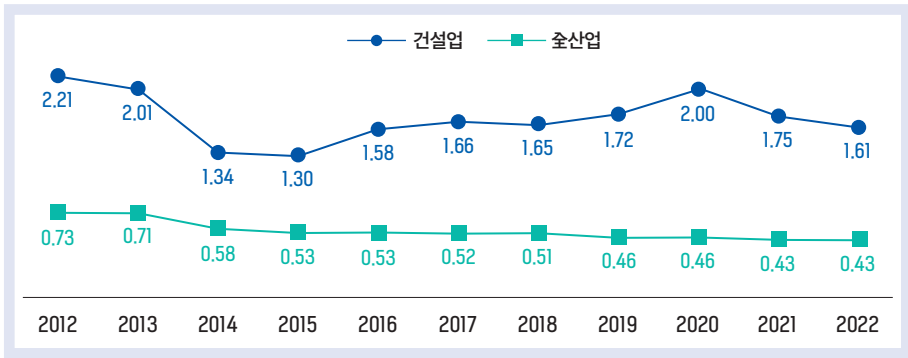
또한, 전 산업의 사망사고 재해자 중 50% 가까이가 건설산업에서 발생하고 있고, 시설물의 붕괴 혹은 화재 등 안전사고 발생 시마다 건설산업의 안전 문제는 사회적으로 큰 이슈가 되고 있다.

근로복지공단이 국회 국토교통위원회 소속 민홍철 의원에게 제출한 최근 5년간 건설사 산재 자료에 따르면 지난 2020년부터 지난 6월까지 시공 능력 평가 상위 건설사 20곳에서 모두 1만 6천805건의 산재가 발생했다. 2020년 2천611건이었던 건설사 산재는 2021년 2천890건, 2022년 3천633건, 지난해 4천862건으로 3년 새 86%인 2천251건 급증했다.

이와 함께 고용의 안정성과 작업 환경 측면에서의 인권문제도 건설산업에 대한 사회적 가치에서 중요한 고려요소다.

그동안 건설현장의 근로 환경개선 노력이 지속되어져 왔으나, 건설현장의 근로 환경에 대한 부정적 인식은 여전하다. 실제로 건설현장에서 일하는 근로자들의 현장 내 주요 화장실 등 편의시설에 대한 만족도는 여전히 낮은 수준에 있고, 안전하고, 쾌적한 작업 환경을 위한 다양한 건설현장에 대한 정책·제도적 환경에도 불구하고 개선이 필요한 과제가 여전히 많다. 또한, 현장에서의 갑질 문화는 여전하다. 특히, 최근 현장에 유입되는 외국인 근로자의 고용 및 관리상에 있어 차별적인 대우 등 언어폭력이나 갑질 문화와 같은 인권문제는 계속 확대될 것으로 예측된다.

<그림 17> 전산업 대비 건설업의 사고사망만인율 추이



자료 : 고용노동부

사회적 가치 실현을 위해선 건설산업 내 주체들이 여러 이해관계자 또는 지역 사회 구성원들과 함께 시급한 사회문제가 무엇인지를 고민하고, 각 참여 주체들의 장점·특징과 자원을 활용해 사회문제를 해결하는 것이 바로 사회적 가치를 실현시키는 것이라 할 때, 건설산업은 상대적으로 이러한 사회적 가치의 변화에 적극적으로 대응하고자 하는 노력이 미흡하였다고 평가할 수 있다.

(7) 청년세대로부터 외면받고 있는 건설산업

가치적인 문제는 미래 사회의 주역인 청년세대가 가진 가치관과의 충돌로 이어지고, 이는 청년세대가 건설산업을 외면하게 하는 원인으로 작용하고 있다.

실제로, 현재 건설기술인들의 평균연령은 급속히 올라가고 있는데, 2004년 38.1세였던 재직 중 건설기술인의 평균연령은 2024년 6월 51.2세로 평균연령은 무려 13년이나 증가하였고, 2004년 전체 건설기술인 중 11%를 차지했던 50~60대의 건설기술인은 2024년 57%로 증가하며 건설산업의 주력세대로 자리잡았다. 반면, 20~30대의 비중은 크게 감소하여, 2004년 전체 건설기술인에서 64.0%를 차지하던

<그림 18> 건설현장의 근로환경 만족도 조사 결과



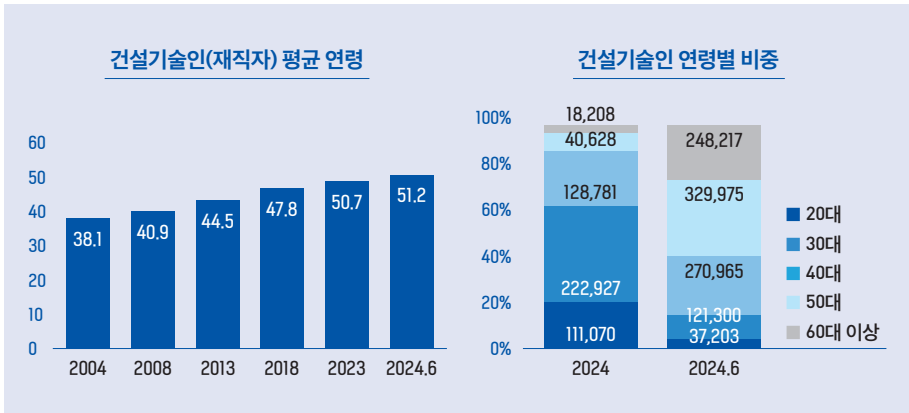
자료 : 건설근로자공제회(2024), "2024년 건설근로자 종합생활 실태조사 보고서".

20~30대의 비중은 2024년 6월 15.7%로 감소한 상황이다.

이렇게 청년세대의 건설산업에 대한 외면이 계속된다면, 건설산업은 향후 인적 자원 부족으로 인하여 큰 어려움을 겪을 가능성이 크다. 이렇게 청년세대가 건설산업을 외면하는 이유는 여러 가지가 있으나, 청년세대의 변화하는 가치관への 적극적인 대응이 부족했던 측면이 크게 작용하고 있다고 볼 수 있다. 즉, 미래세대인 청년세대 가치관의 변화를 충분히 포용하지 못함으로 인하여 건설산업 내 청년세대들의 유입은 한계가 있는 실정이다.

우리 청년세대들은 개인주의적 가치관, 디지털 소통의 영향을 받아 느슨하고 독립적인 관계를 선호하고, 문자와 비대면에 익숙한 세대로, 학교, 회사 등 소속 기반 외에 취미·취향이나 공통 가치관을 공유하는 다양한 온·오프라인의 관계를 맺고 있다.

<그림 19> 건설기술인 평균 연령 및 연령별 비중



주 : 한국건설기술인협회에 등록된 건설기술인 현황.

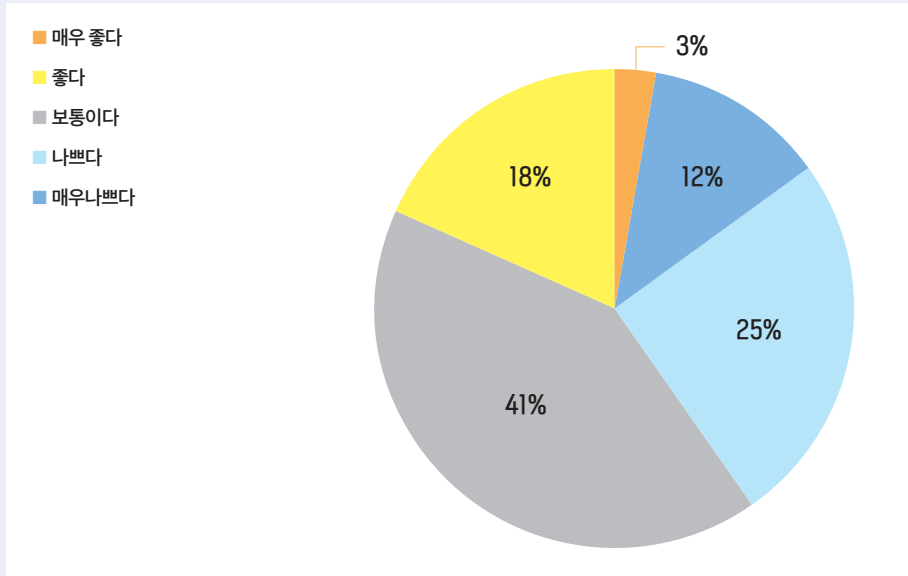
자료 : 한국건설인정책연구원(2024.9), 건설기술인 동향브리핑, 통권 15호.

또한, 정보에 대한 대중의 자유로운 접근은 정보 독점으로 유지되던 기존 권위에 대한 의존도를 낮추고자 하기 때문에 조직 내에서는 탈권위가 시작되어, 과거 소수의 지시와 통제가 영향력을 미치는 방식 대신 참여와 공감, 소통이 중요하게 고려한다. 이와 함께 청년세대는 기후변화와 환경문제에 관심을 보이고 있으며, 소비에서도 친환경 제품이나 지속 가능한 생산방식의 브랜드를 선호한다. 이들은 공정무역 제품, 동물실험이 없는 화장품을 선택하고, 기업의 노동 관행을 고려하는 등 윤리적 기준을 바탕으로 소비하며, 사회적 가치를 중시한다.

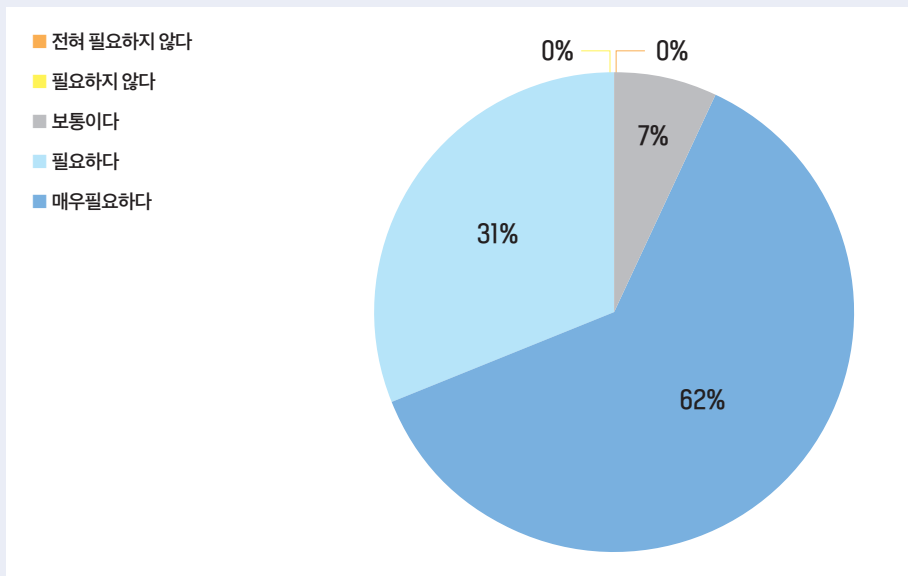
한국건설산업연구원의 설문조사에 따르면, 청년세대들은 건설산업의 미래에 대하여 부정적이라고 평가하고 있으며, 청년세대 93%가 건설산업 이미지가 개선되어야 한다고 지적하였다.

건설산업이 추구해야 할 이미지로 ‘근로여건이 좋은 산업’으로의 변화를 최우선으로 기대하는 것으로 나타났다. 이는 건설산업의 전통적인 이미지 즉, ‘보수적’, ‘권위적’, ‘위계적’, ‘군대식’ 등의 단어가 주로 사용되고 있으며, 이는 청년세대의 가치관과 상반된 특징을 가지고 있다. 향후 건설산업이 변화된 사람, 조직간 수평적

<그림 20> 건설산업의 미래에 대한 청년세대의 인식

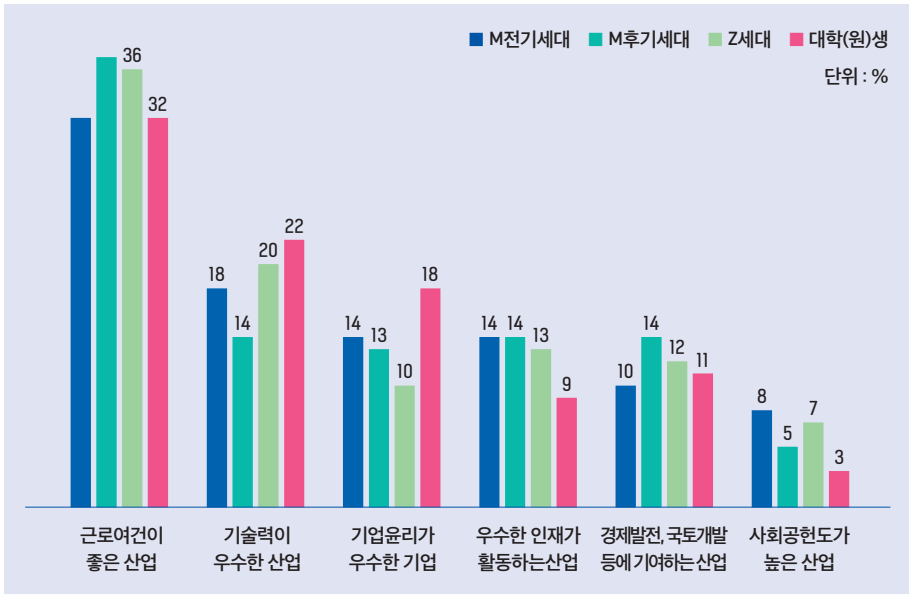


<그림 21> 건설산업 이미지 개선의 필요성에 대한 청년세대 인식



자료 : 성유경(2024), "건설산업의 청년 인재 확보전략", 한국건설산업연구원.

<그림 22> 건설산업이 추구해야 할 최우선 과제에 대한 청년세대 인식



자료 : 성유경(2024), "건설산업의 청년 인재 확보전략", 한국건설산업연구원.

관계와 창의성을 기반으로 새로운 시대에 적응해 나가지 못한다면, 향후 청년세대로부터 계속적으로 외면받을 가능성이 크다.



II. 산업의 가치 혁신의 필요성 및 방향

1. 가치 혁신의 개념

가치의 사전적 의미는 ‘대상이 인간과 관계에 의하여 지니게 되는 중요성(의의)’ 혹은 인간의 욕구나 관심의 대상 또는 목표가 되는 진, 선, 미 따위를 통틀어 이르는 말이다. 이를 고려할 때, 가치는 추구하는 목표나 대상, 목표나 대상이 갖는 중요성으로 정의될 수 있다.

혁신이란 묵은 풍속, 관습, 조직, 방법 따위를 완전히 바꾸어서 새롭게 하는 것을 말한다. 혁신의 대가로 불리는 경제학자 쉘페터(Schumpeter)는 ‘창조적 파괴’로서 혁신을 설명하였는데, 혁신을 통해 새로운 기술과 제품이 등장하는 동시에 기존의 것들이 사라지는 과정이 발생한다고 하였다. 쉘페터의 혁신에 있어서 가장 큰 특징은 경제발전의 원동력이 외부가 아니라 내부에 있다고 주장하는 것이다. 그는 기업가라는 존재, 기업가정신 자체가 새로운 성장의 원동력이 된다고 설명하였다. 경기 변동과 관련하여도 기업가의 혁신으로 이윤이 높아지면 많은 기업들이 그 혁신 기업의 전략을 경쟁적으로 모방해 추격하면서 붐이 생겨난다. 하지만 시간이 지나면서 초기 혁신은 낡은 것으로 바뀌고 과당 경쟁과 공급과잉이 발생한다. 그런 경로로 가격과 이윤이 떨어지면 불경기가 도래하는데, 이는 다음에 반드시 나타날 또 다른 혁신을 준비하는 과정으로 보았다.

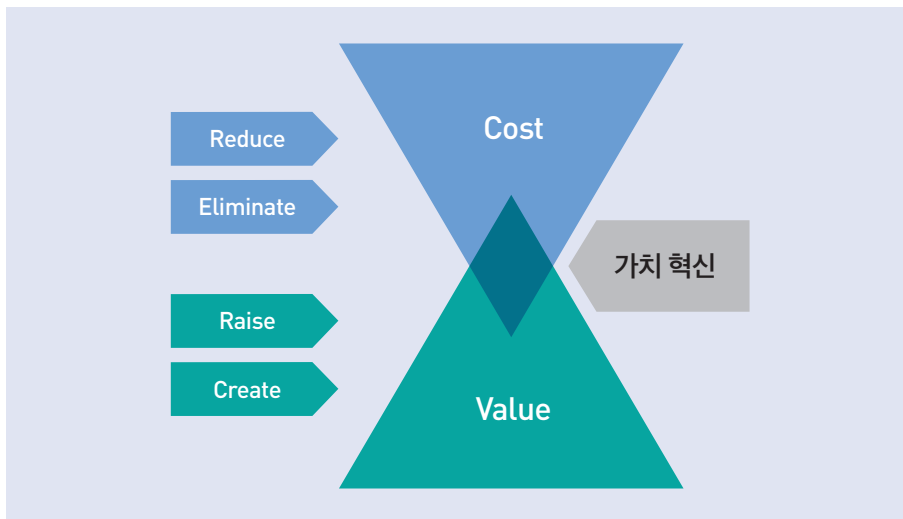
이를 종합해보면, 가치 혁신은 목표나 대상, 개인 혹은 조직이 추구하는 목표나 대상이 갖는 중요성에 대한 기존의 인식과 관행 그리고 실행을 위한 조직과 방법을 바꾸어 새롭게 하는 것으로 정의할 수 있다.

산업의 가치 혁신이란, 해당 산업이 추구하는 국가, 국민을 위한 목표와 대상, 이러한 목표와 대상의 중요성과 필요성의 재인식을 통하여 기존의 관행과 산업의 제반 주체와 산업생산방식 등의 혁신을 도모하는 것으로 정의할 수 있다. 더 나아가 기업의 가치 혁신은 기업이 추구하는 경영 비전과 목표, 이를 실현하기 위한 기존의 제반 경영 활동을 새롭게 바꾸는 것으로 정의되어질 수 있다.

‘블루오션 전략’으로 유명한 김휘찬·르네 마보안은 가치 혁신에 대하여 편익과 비용 관계 속에서 설명하였는데, 일반적으로 가치를 끌어올리기 위해서는 편익의 비용을 초과하는 양을 극대화하는 것으로 표현된다. 이러한 의미에서의 가치 혁신은 비용 측면에서는 비용을 감소시키거나 불필요한 비용을 제거하는 것을 말하며, 편익 측면에서는 편익을 증가시키거나 새로운 편익을 창출하는 것을 말한다.

‘ERRC 그리드’는 가치 혁신에 대한 개념적 정의로서 널리 활용된다. <그림 23>과 같이 가치 혁신이란 소비자가 얻는 가치는 높아지고 동시에 비용은 낮아지게 된

<그림 23> 가치 혁신의 개념



주 : Kim, W. C. & Mauborgne, R. (2005), Blue Ocean Strategy: How to Create Uncontested Market Space and Make the Competition Irrelevant, Boston, MA: Harvard Business School.

다. 즉, 소비자와 기업이 동시에 가치도약을 이루도록 하는 것이다. 기업이 구매자에게 제공하는 효용성과 가격에서 소비자를 위한 가치를 가져올 수 있으며 가격과 비용구조에서 기업의 가치를 가져올 수 있도록 하는 것이다.¹ 다만, 가치 혁신이란 경제적 이익의 혁신만을 말하는 것은 아니다. 단순히 이익만 추구하면 가치는 재무적인 성과에 몰두하게 하고, 이는 단기적으로는 산업 차원에서는 국민경제와 기업 차원에서는 내부 직원과 주주들의 가치는 충족할 수 있으나, 해당 산업이나 기업에 대한 직, 간접적인 광범위한 이해관계자들의 가치와는 거리를 두게 됨에 따라 장기적인 생존과 지속가능성을 저해할 우려가 있다. 또한, 기술 혁신과는 구별되는 개념이다. 가치 혁신은 기존의 경쟁자를 첨단 기술 개발로 시장 지배력을 높이는 기술 혁신의 차원을 넘어 현재 존재하는 상품 및 서비스로 제공할 수 없는 새로운 가치를 찾아 신시장과 신상품 개발에 집중하는 것을 말한다.

2. 가치 혁신의 중요성

최근 경기침체가 계속되고, 소비 심리 위축에 따른 내수 부진이 급속히 진행되고 있다. 이러한 경제 상황에서 산업과 기업은 부진한 내수를 극복하고, 글로벌 경쟁에서 우위를 확보함으로써 저성장을 극복하고자 한다. 그러나, 불황기에는 상품의 판매량은 축소되고, 원가 절감을 위한 노력에도 불구하고 실질적인 생산원가는 계속 상승하게 되며, 경영관리 상 비용도 증가하게 된다. 이로 인하여 경영 전반에 어려움이 따른다. 새로운 상품의 개발과 시장진입도 쉽지 않다. 그러나, 우리는 이런 불황 시기에도 소비자 등 대상에 새로운 가치(customer value)를 제공함으로써 치열한 경쟁

1 Kim, W. C. & Mauborgne, R. (2005), Blue Ocean Strategy: How to Create Uncontested Market Space and Make the Competition Irrelevant, Boston, MA.: Harvard Business School

의 장을 벗어나 새 시장을 개척한 성공사례들을 종종 보게 된다. 「제너럴 밀」과 「신한은행」 등은 고객의 가치에 대한 혁신적 접근을 통해 새로운 시장을 창출한 좋은 사례이다.

미국의 식품회사 「제너럴 밀(General Mill)」이 스푼 없이 짜 먹는 요구르트를 개발할 수 있었던 것도 요구르트의 주 고객 중 하나인 어린이들을 자세히 관찰했기 때문이다. 어느 한 직원이 아이들을 관찰하던 중 한 손에 음료수를 들고 마시면서 노는 것을 보고 아이들이 노는 것과 먹는 것을 동시에 추구한다는 점을 파악했다. 뚜껑을 따고 스푼으로 떠먹는 기존의 요구르트 제품으로는 어린이들이 놀면서 유제품을 먹으려는 욕구를 충족시킬 수 없다고 판단한 것이다. 이에 한 손에 쥔 채 홀리지 않고 먹을 수 있게 포장 기법을 혁신적으로 바꿔 스푼 없이 먹을 수 있는 튜브 형식의 ‘고거트(Go-Gurt)’ 요구르트를 출시해 미국 유제품 업계의 히트 상품이 됐다.

2023년까지 은행 부문에서 9년 연속 고객만족도 1위를 차지한 「신한은행」은 ESG 경영을 바탕으로 고객 중심의 가치 경영을 내세우고, 고객가치경영을 적극 추진 중이다. 특히, 평일 저녁과 토요일에도 은행 업무를 볼 수 있는 ‘이브닝플러스’, 비대면영업점 ‘디지털영업부’ 신설, 미래형 혁신점포 모델 ‘디지로그 브랜치’ 신설 등 고객 중심의 가치 경영을 적극 추진해오고 있다. 이로 인하여 2023년 한국 서비스품질지수(KS-SQI), 글로벌고객만족도(GCSI), 한국산업의 서비스품질지수(KSQI)를 포함한 주요 고객 만족도 조사에서 모두 1위로 선정됐다.

「스타벅스」와 「파타고니아」 등은 환경 및 사회적 가치를 중시하는 대표적인 기업이다. 「스타벅스」는 고품질의 커피를 제공할 뿐만 아니라, 사회와 환경에 대한 책임을 다하는 기업으로 유명하다. 공정무역 원칙에 따라 커피 농부들에게 공정한 가격을 지급하는 것뿐만 아니라, 친환경적인 포장재 사용과 지속 가능한 농업을 지원한다. 이러한 노력은 고객들이 스타벅스의 커피를 선택하는 데 긍정적인 영향을 미치고 있으며, 브랜드 충성도를 높여주고 있다. 결과적으로, 「스타벅스」는 매출과 고객 만족도를 동시에 성장시키는 성과를 이루었다.

아웃도어 브랜드 「파타고니아」는 환경 보호에 대한 강한 신념을 가지고 있는

기업이다. 매출의 1%를 환경 보호 단체에 기부하고, 소비자에게 사용하는 제품을 수명 주기 내내 수리할 수 있는 프로그램을 제공한다. 이를 통해 고객들은 자신이 선택한 제품이 환경보호에 기여하고 있다는 사실을 인식하게 되며, 「파타고니아」에 대한 신뢰를 더욱 쌓게 된다. 이러한 노력이 기업의 브랜드 가치를 높이는 데 기여하고 있음을 알 수 있다. 또한, 「구글」이나 「백텔」, 「리츠 칼튼」은 기업의 중요한 가치를 사람에 두고, 사람의 가치를 중시하는 기업문화를 조성하고 있다. 「구글」은 다양성과 포용성을 중요한 기업문화로 삼아 모든 인종, 성별, 배경의 인재를 채용하고 있다. 이를 통해 다양한 의견과 아이디어가 기업의 성장에 기여하고 있다고 믿고 있다. 「구글」은 이러한 정책을 통해 직원들의 만족도를 높이고, 혁신적인 제품과 서비스를 개발하는 데 유리한 환경을 조성하였다. 결과적으로, 「구글」은 고용 브랜드 가치와 연봉 경쟁력을 동시에 상승시킬 수 있다.

「백텔」도 포용의 문화를 조성하기 위하여 혁신을 촉진하고, 소비자의 수요에 대한 이해의 폭을 넓히는 글로벌 D(Diversity)&I(Inclusion) 전략을 수립하고, 이행하고 있다. 특히, 'B-BOLD'로 명명된 흑인과 아프리카인들의 고용에 대한 원칙은 흑인들의 직장 내에서의 성장기회 제공과 적정 인력의 보유 및 유인을 촉진하고 있다. 「리츠 칼튼」 호텔은 급작스런 고객 클레임이 발생할 경우 상사의 승인 없이 고객 불만 해결과 관련한 자금을 2,000달러까지 사용할 수 있는 권한을 직원들에게 부여했다.

가치 혁신은 산업이나 기업이 경제적 이익을 넘어 환경, 사회 등 대외환경적 요소와 소속된 사람과 고객 등 다양한 이해관계자들의 가치를 대상으로 하여 혁신을 도모하는 것이다. 이러한 가치 혁신은 결국 장기적인 산업의 건전한 육성과 기업의 지속 가능한 성장을 위해 산업과 기업을 둘러싼 다양한 요소들의 추구하는 가치로 확장해 나가는 것으로 이해될 수 있다. 이를 감안할 때, 산업 및 기업의 지속 가능한 성장을 위하여 산업과 기업이 어떠한 가치를 가지고 어떠한 가치를 수요자에게 제공하는가 하는 가치 혁신을 도모하는 것은 장기적인 경제적 이익은 물론, 지속가능성을 제고하는 데 있어 매우 중요하다고 할 수 있다.

3. 산업의 가치 혁신의 방향

블루오션 전략에서는 산업 혹은 기업이 가치 혁신을 추진하는 데 있어 어떠한 전략을 가지고 접근해야 하는가에 대하여 기본적으로 경쟁에서 우위를 확보하는 것보다는 가치 혁신을 통하여 혁신적인 비즈니스를 달성하는 것을 제안하고 있다. 여기에서 가치 혁신은 기업이 고객을 위한 효용과 가격, 비용 편익을 혁신과 일치시킬 때 발생한다. 가치 혁신을 달성하는 산업과 기업들은 차별화와 비용 절감을 동시에 추구하는 것을 말한다.

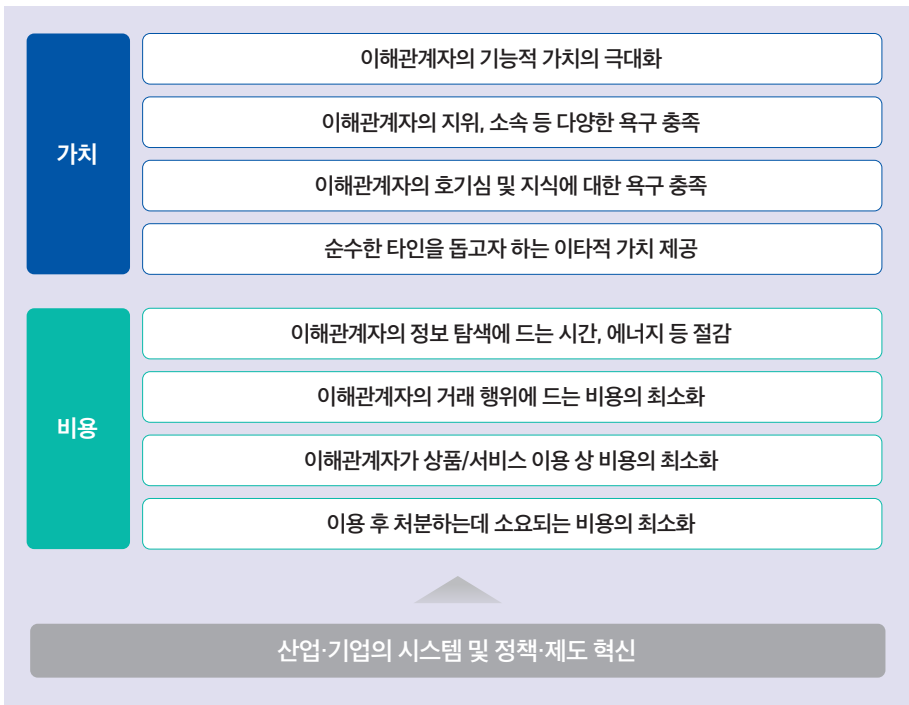
편익과 비용의 측면에서 가치 혁신의 대상은 결국 가치 즉, 편익 혹은 혜택을 상승시키거나, 비용을 줄이는 것이 그 대상이 될 수 있다. 결국, 가치 혁신의 두 영역을 가치영역과 비용영역으로 구분된다.

가치 영역의 경우, 편익 혹은 혜택은 산업의 수요자인 국가와 국민 그리고 기업의 수요자인 소비자들에게 제공하는 가치를 의미하며, 단순히 기능적인 가치를 제공하는 것에 그치지 않고, 정서와 경험, 상징적인 가치의 제공을 포함하는 것이다. 제공하는 가치를 상품이나 서비스의 기능적인 가치 즉, 현재 지각하는 기능적 문제를 해결해주거나 미래에 예상되는 기능적 문제를 예방해주는 것에서 그치지 않고, 이해관계자들의 지위, 소속 등 다양한 욕구를 충족하는 것, 소비자의 호기심을 자극하고 새롭고 참신한 지식에 대한 요구를 만족시키는 것 그리고 순수하게 타인을 돕고자 하는 마음을 충족하는 것을 포함하는 것이다.

따라서 가치 혁신의 기본적인 방향은 단순히 경제적, 개인적 욕구와 만족을 충족시키는 것은 물론, 이해관계자들의 이타적 성향과 정서적, 감정적 욕구를 충족하는 광범위한 가치의 탐색과 혁신을 요구한다.

다음으로 비용영역에 있어선 탐색비용, 거래비용, 이용비용, 처분비용 등 크게 네 가지로 분류된다. 탐색비용이란, 이해관계자들이 가치를 추구하는 데 있어 정보의 탐색에 들어가는 시간, 에너지, 비용을 말한다. 거래비용은 탐색 결과를 바탕으

<그림 24> 가치 혁신의 목표와 대상



로 자신의 욕구를 충족시켜줄 대안들을 비교 평가한 결과, 선택한 상품과 서비스를 구매하기 위해 거래를 하게 되는데 이 비용을 말한다. 이용비용은 상품과 서비스를 이용하면서 발생하는 비용을 말한다. 끝으로 처분비용이란, 이용한 상품 및 서비스를 이용 후 처분하는데 들어가는 비용을 말한다. 이렇게 가치의 증대와 비용을 최소화를 목표로 한 가치 혁신은 산업 및 기업 내 인력, 기술, 재무 등 경영자원의 활용 및 최고의 성과를 창출하기 위한 산업 및 기업의 시스템 그리고 이를 운용하는 원칙과 정책, 실행방식 등의 혁신을 기초로 하고 있다. 이를 종합하면 가치 혁신이란, 이해관계자들이 산업 혹은 기업에 요구하는 상품이나 서비스를 소비에 있어 다양한 가치를 높이는 것과 비용 측면의 가치 창출을 통해 이해관계자들의 비용을 최소화하기 위한 다양한 공급과정 및 시스템과 제도의 개선하는 것으로 정의되어 진다.



Ⅲ. 건설산업의 가치 대전환

건설산업은 국가 경제와 국민의 삶에 직, 간접적으로 많은 영향을 주는 산업이다. 이로 인하여 건설산업은 지속 가능한 경제, 사회발전에 있어 기초가 되는 기간 산업으로 분류된다.

국민경제적으로 건설산업은 매우 중요한 산업이다. 국가의 철도, 도로, 건축물 등 사회, 경제에 필수적인 인프라를 공급하고 있으며, 주택, 공공시설물 등을 통하여 국민의 삶의 질과 직결되기 때문이다.

따라서 사회, 경제적인 변화에 맞춘 건설산업 가치의 변화와 혁신을 추구하는 것은 매우 중요한 과제다. 국민을 비롯한 광범위한 건설산업의 이해관계자들이 건설산업에 대하여 기대하는 가치를 충족, 더 나아가 더 나은 가치를 제공하기 위하여 현재 건설산업이 추구하는 가치는 무엇이 문제인지 알고, 향후에 새롭게 추구해야 할 건설산업의 가치를 탐색하고, 이를 실행하기 위한 전략을 수립하는 것은 건설산업의 재탄생에 있어 매우 중요한 과제라 할 수 있다.

1. 건설산업 가치 대전환의 기본방향

(1) 건설산업 가치 대전환의 의의

건설산업의 재탄생을 위해선 디지털 전환 및 스마트 건설기술의 확산을 통한 기술·시스템 혁신과 더불어 건설산업의 가치 대전환을 위해 ESG의 가치 접목을 통한 인적 요소 혁신이 필요하다.

(2) ESG의 가치 접목을 통한 가치 혁신

ESG는 환경(Environment), 사회(Social), 지배구조(Governance)의 약자로, 기업 및 산업, 국가의 경영 활동에 있어 환경경영, 사회적 책임, 건전하고 투명한 지배구조에 초점을 둔 지속가능성(Sustainability)을 달성하기 위한 3가지 핵심요소를 의미한다.

ESG는 조직에 있어서 수익, 이윤이나 비용 등 일반적으로 조직의 경영성파로서 대변되는 재무적인 성과를 나타내는 개념들과 구분되는 조직의 비재무적인 성과를 포괄하고 있다. 이를 감안할 때, ESG는 조직의 경영에 있어 환경, 사회 그리고 지배구조 등 비재무적인 요소들의 대응하여 경영의 중요한 목표로 삼고, 이를 실행하기 위한 전략을 이행하는 제반 활동을 포함하는 개념으로 이해된다.

ESG는 지속가능한 발전 개념 도입 이래 ‘책임투자 원칙’, ‘기후변화협약’ 등의 글로벌 이슈화됨에 따라서 지속 발전되어져 왔다. 특히, 기후변화 가속화, 에너지 수급 불안정 등 최근 변화에 따라 2020년 이후 가속화되고 있다.

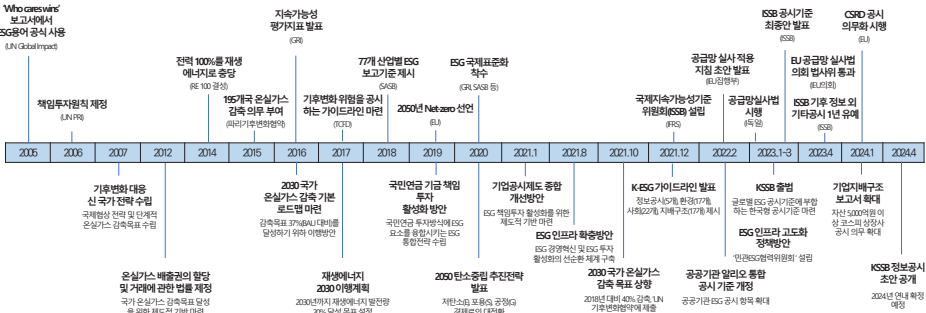
ESG가 기업과 산업 차원에서 중요해지는 이유는 기업 및 산업의 내·외부의 사회, 경제환경의 변화에 기인하고 있다. ESG 경영은 환경변화에 대응하여 지속 가능한 성장을 위한 필수적 요건이 되고 있다.

무엇보다 소비자 등 국민의 기업에 대한 요구가 과거 재무적인 성과에 국한되었다면, ESG의 확산과 함께 환경, 사회 등 다양한 비재무적인 요소들에 대한 정보의 공개 요구가 늘어나고 있으며, 이에 따라 기업 경영의 중요한 요소로서 고려되었다는 점이다.

또한, 탄소 중립정책 등 정부 정책의 변화 및 국제적인 ESG 논의 진전에 따라서 기업에 대한 요구수준이 높아지고, 기업의 공시 의무 등 정보공개 규제가 강화되어 기업의 전반적인 활동에 있어 ESG가 중요한 고려요소가 되었으며, 산업 및 기업의 금융여건에 직접 연관된 기관투자자 등 투자자들의 투자 의사결정에 있어 ESG가 중요한 요소가 되었기 때문이다. 아울러, 기업의 가치평가에 있어 ESG 성과를 중요

하게 고려하려는 움직임이 커짐에 따라서 신용평가 등 기업 평가제도의 중요한 항목으로서 ESG 경영 추진요소가 중요해지고 있다.

<그림 25> ESG의 발전과정



이로 인하여 유럽연합(EU)을 시작으로 미국, 영국, 일본 등 주요국들이 ESG 정보공시 의무화 계획을 잇달아 발표하고, 2025년부터 본격적으로 기후공시 등 ESG 정보공시가 제도화되고 있다. 이에 따라 ISSB(국제지속가능성기준위원회), EU CSRD(지속가능성보고지침) 그리고 미국 기후공시 의무화 규칙 등 주요 공시기준들이 확정되었다.

이에 우리나라에서도 현재 자율적 공시보고서인 지속가능경영보고서 발간이 급증하고 있으며, 기업 이사회 내에 ESG 위원회를 설치하는 곳도 크게 증가하고 있다. 녹색 채권 등 ESG 금융 규모도 2022년 기준 1년 새 39.7%가 증가하는 등 크게 성장하고 있다. 또한, 주요국들과 마찬가지로 ESG 관련 정보 공시를 위한 준비도 속속 진행되고 있다. 2021년 산업통상자원부는 61개 성과지표로 구성된 한국형 ESG 가이드라인을 발표하였고, 금융위원회에서는 ESG 정보공시 일정을 검토하고 있다. 2024년 4월에는 글로벌 ESG 공시기준에 부합하는 '지속가능성 공시기준 공개초안'

을 발표하여 ESG 정보공시 의무화에 대응한 공시기준을 마련하였다.

국내외의 ESG 정보공시 제도화 움직임과 환경규제의 강화, 인권 및 가치 경영, 산업 안전, 공급망 관리, 사회적 책임 등 사회 이슈의 부상, 그리고 기업 지배구조보 고서의 충실도에 대한 평가 강화 등 각종 ESG 관련 이슈의 부상에 있어 건설업도 예외는 아닌 상황으로 건설산업과 관련된 환경, 사회 이슈들이 본격적으로 확대될 것으로 예상된다.

건설산업은 다양한 이해관계자들이 관여되는 산업이고, 건설생산과정에서의 높은 자원 의존성과 복잡한 생산구조로 되어 있으며, 최종 생산물인 시설물의 다양 성으로 인하여 ESG 확산의 영향이 크고, 건설산업 내 ESG 관련 이슈가 복잡하고 다양하다.

건설시장 측면에서는 환경, 사회 등 각 분야의 이슈가 증가함에 따라 환경, 사회 적 이슈에 대응한 시설물에 대한 새로운 수요가 늘어나고, 기존 시설물의 기능과 활용에 있어 각종 기준 상향 등 시장의 변화가 가속화될 것으로 전망된다.

ESG는 건설 생산과정에서 다양한 규제로서 나타날 가능성이 크다. 특히, 건축물, 건설 시공과정에서의 환경문제가 이슈화되고, 사회 분야에선 건설안전, 건설 생산참 여자들의 인권문제, 협력업체 관리 등 공급망 관리 등에 대한 이슈도 커질 전망이다.

또한, 금융시장에서 ESG 요소의 고려는 건설프로젝트 및 건설기업의 자금조달 에 중요한 이슈로 확대될 전망이며, 자재·장비 등의 생산요소의 직접적인 환경규제 강화는 자재·장비의 조달 관련 이슈를 증대시키고, 기술적 측면에서는 ESG 요소를 고려한 새로운 설계, 공법 등을 활용하는 이슈의 중요성이 커질 전망이다.

(3) ESG의 핵심 가치와 건설산업의 구조적 문제점

국내외 주요 기관들의 ESG 경영에 대한 개념 정의들을 기초로 ESG 에 포함된 핵심적 개념 요소들을 추출하면 환경·사회·지배구조 배려, 지속가능성

추구, 비재무적 성과 및 가치 추구 등으로 요약할 수 있다. 핵심 개념 요소를 유사성, 포괄성 등을 감안해 분류해 보면, 환경·사회·지배구조 고려, 지속가능성, 비재무적 성과 및 가치 추구 등이 ESG의 가장 핵심적 개념이라고 정의할 수 있다. 더 나아가 지속가능성의 개념에서의 ESG의 핵심 가치는 제·환경·사회에 대한 책임 이행, 주주 외 이해관계자 배려, 지속가능한 발전 등이다.

이와 함께 이해관계자 관점에서의 ESG는 이해관계자와 상생, 이해관계자와의 신뢰 관계 형성, 장기적 생존 및 지속가능성 제고 등이 핵심적인 요소로 고려되어 진다.

이러한 ESG의 핵심적 개념들이 건설산업 내에 정착이 가능하다면, 건설산업이 현재 안고 있는 구조적인 문제점을 개선하는 데 있어 성과를 창출할 수 있을 것으로 전망된다.

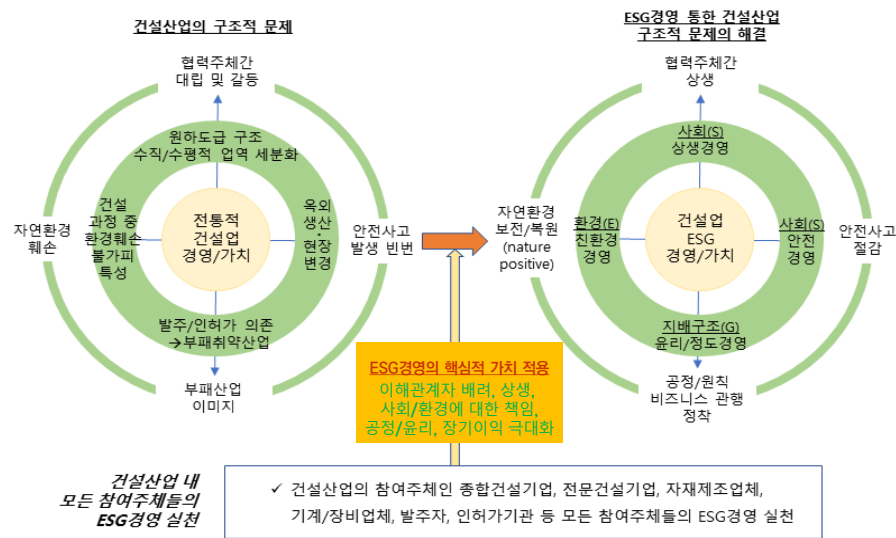
<표 2> 지속가능성 개념에서의 ESG의 핵심 개념

구분	정의	핵심적 개념 요소
WBCSD	기업이 경제적 성장, 생태적 균형, 사회적 발전이라는 세 가지 과제를 동시에 달성하기 위한 노력으로, 기업의 주주 외에 근로자, 소비자, 협력업체, 지역사회, 더 나아가 사회 전반의 삶의 질 개선을 통해 기업의 지속가능한 발전을 이루기 위한 기업들의 노력	·경제·환경·사회에 대한 책임 이행 ·주주 외 이해관계자 배려 ·지속가능한 발전
ISO	기업의 의사결정과 활동이 사회와 환경에 미치는 영향과 관련해 지속가능한 발전에 기여하도록 법과 국제규범을 준수하고 다양한 이해관계자의 기대를 고려해 자발적 책임을 지는 것	
KBCSD	환경, 경제, 사회 지속가능성을 위해 기업이 노력하는 동시에 이에 따른 리스크를 최소화하고 주주가치를 포함한 기업 가치를 제고시키려는 경영 활동	
산업정책연구원	기업이 경제적 수익성, 환경적 건전성, 사회적 책임성을 균형적으로 고려하는 경영으로 이를 통해 지속적인 성과를 창출해 내며 궁극적으로 경쟁우위를 확보하여 기업의 가치를 증진시키는 것	

자료 : 이홍일·이종한(2024), “건설산업 재탄생을 위한 ESG 경영의 가치 탐색”, 한국건설산업연구원.

종합적 협력 네트워크 산업의 구조적 특성으로 인한 산업 내 참여주체들 간 대립 및 갈등, 거래비용 증가 등의 문제점을 ESG 경영 사회 분야의 핵심인 협력업체와의 상생경영을 통해 개선할 수 있는 가능성이 있다.

<그림 26> 건설산업의 구조적 문제와 건설산업 ESG 가치



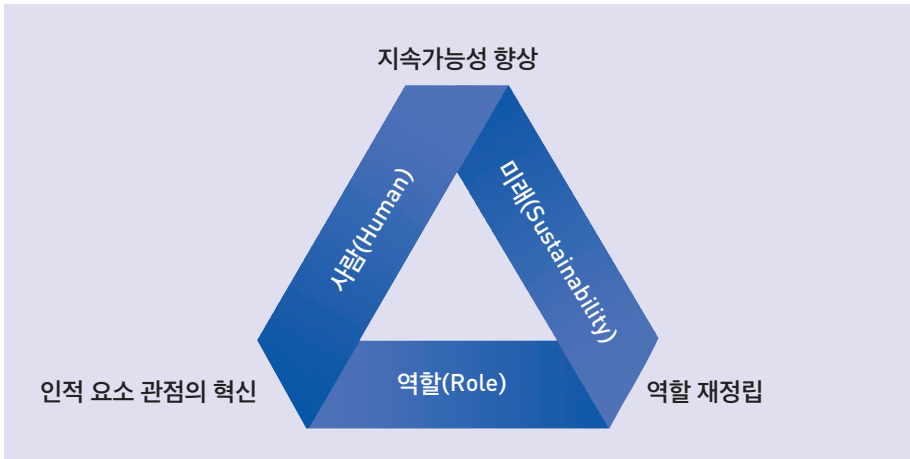
자료 : 이홍일·이중환(2024), “건설산업 재탄생을 위한 ESG 경영의 가치 탐색”, 한국건설산업연구원.

건설과정 중 환경 훼손이 불가피한 구조적 문제점의 경우 ESG경영의 가장 핵심적 부분인 친환경경영을 통해 최대한 경감시킬 수 있다. 또한, 옥외생산 및 잦은 건설현장 변경으로 인한 안전사고 증가 문제점은 ESG경영 사회(S)분야의 안전경영을 통해, 수주 및 인허가 의존산업 특성으로 인한 부패 취약 문제점은 ESG 경영 지배구조 분야의 윤리경영을 통해 최대한 개선할 수 있을 것으로 전망된다.

2. 건설산업 가치 대전환을 위한 접근 관점

건설산업이 추구해야 할 향후 핵심 가치에 접근하기 위해선 3가지의 관점에서 접근할 필요가 있다. 먼저 사람 즉, 건설산업의 가치 혁신에 핵심인 건설산업 내 인적 요소의 쇄신, 미래 즉, 건설산업의 지속 가능한 성장을 위한 새로운 전략의 구축과 실행 그리고 역할 즉, 국민의 산업으로서의 재도약을 위한 건설산업의 향후 역할의 재정립 등에서 접근할 필요가 있다.

<그림 27> 건설산업 핵심 가치 접근의 3대 관점



(1) 사람: 인적 요소에 기반한 가치 혁신

건설산업에 있어 향후 추구해야 할 핵심 가치에 접근하는 데 있어 우선적으로 고려해야 할 요소는 인적 요소이고, 인적 요소에 기반한 가치의 혁신을 추구할 필요가 있다.

인적 요소에 기반한 가치 혁신은 크게 세 가지의 방향에서 접근할 필요가 있다.

첫째, 건설산업의 가치 혁신의 목표에 사람을 핵심요소로 두어야 한다. 그동안 건설산업은 시설물의 공급에 있어 내구성, 기능성 등 품질과 기술적인 측면에서 접근해왔다. 그러나, 건설시장이 빠르게 민간 시장이 성장하고, SOC 등 주요 시설물 및 주택 등 인프라가 충분히 양적으로 어느 정도 공급됨에 따라서 이제 시설물을 이용하는 소비자 등 사람들이 요구하는 가치를 더욱 증진시킬 것인가에 초점을 맞추어 접근할 필요가 있다.

건설산업의 가치 혁신의 접근에 있어 시설물을 이용하는 사람들에게 건설산업이 제공해 줄 수 있는 가치를 어떻게 확장할 것인지, 새롭게 제공할 수 있는 가치가 무엇인지를 고민하는 접근이 필요하다.

둘째, 건설산업에 참여하는 사람들의 가치 혁신을 도모할 필요가 있다. 건설산업은 기업 단위, 사람 단위의 협력적 네트워크에 의해 생산이 이루어지는 대표적인 산업으로서 그 사람들의 범위와 역할이 매우 넓다. 이러한 차원에서 건설산업의 혁신의 실질적인 주체는 건설산업 내 생산에 참여하는 사람들이다. 건설산업의 새로운 가치의 접근에 있어선 건설산업 내 사람들이 어떤 건설산업이 추구해야 할 가치를 공유하고, 함께 공유된 가치를 실현하고자 하는 공동의 의지로서 대응해나가야 할 필요가 있다. 결국, 건설산업에 참여하는 사람들이 함께 공유할 수 있는 건설산업의 핵심 가치를 도출할 필요가 있다.

셋째, 인적 자본의 관점에서 가치를 탐색할 필요가 있다. 인적 자본이란 단순히 노동력이 아닌, 지식, 기술, 경험 등 경제적 가치를 창출하는 모든 무형 자산을 의미하며, 개인의 성장, 기업 경쟁력, 국가 경제발전에 핵심적인 역할을 한다. 기술 혁신과 지식 기반 경제 시대에는 인적 자본의 가치가 더욱 발현되어질 수 있다. 과거에는 단순 업무 능력이 중요했지만, 지금은 창의적 사고, 문제해결, 협업 능력과 같은 고차원적 역량이 필수적이다. 이러한 역량은 기업 혁신과 새로운 가치 창출의 핵심 동력이 된다. 이러한 관점에서 인적 자본 투자는 장기적인 관점에서 접근해야 한다. 명확한 목표 설정, 전략적인 계획 수립, 지속적인 모니터링과 평가가 중요하며, 개

인의 특성과 요구를 고려한 맞춤형 투자 전략을 수립해야 한다. 성공적인 인적 자본 투자는 개인과 조직 모두에게 긍정적인 영향을 미친다.

최근 기후변화 등 환경 분야 및 사회적 책임 그리고 지배구조의 건전성, 투명성 등 성장하는 ESG 이슈 등 글로벌 경제에서 산업과 기업의 실질적인 대응은 인적 요소의 변화가 가장 우선되어야 한다는 점에서 사람 관점의 접근은 매우 중요하다.

(2) 역할: 건설산업의 역할 재정립

건설산업의 가치 혁신에 있어 건설산업의 역할 재정립 관점에서의 접근은 크게 두 가지의 방향에서 이루어질 필요가 있다. 첫째는 건설산업이 제공하는 가치 확장의 개념에서의 접근이고, 둘째는 건설산업의 본질적 가치를 재정립하는 접근이다.

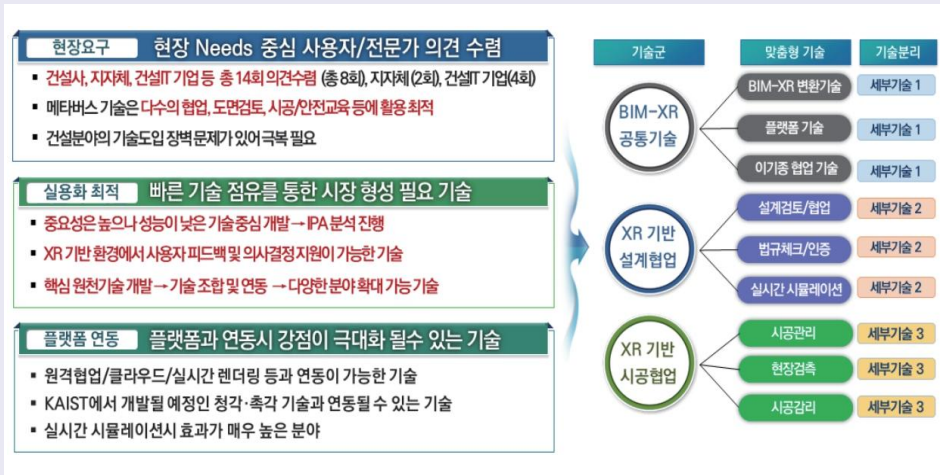
먼저 건설산업이 제공하는 가치의 확장에서 사회, 경제적인 변화에 부합하는 건설산업이 되기 위해 건설산업의 현재 상품 및 서비스 범위의 확장은 매우 중요한 건설산업의 가치가 되어야 한다. 건설산업의 핵심 가치의 도출에 있어 디지털 전환 및 사회적 가치 변화 등에 맞추어 건설산업이 미래에 제공해야 할 가치가 무엇인가를 고민하는 것은 매우 중요하다.

현행 건설산업의 영업 범위 및 업역을 규정하고 있는 「건설산업기본법」 등 건설 관련 법령들이 건설산업을 제한하고 있다는 측면에서 법령의 개정은 건설산업의 향후 역할을 재정립하도록 확장하는 개념을 반영할 필요가 있다.

또한, 이러한 법령의 개정에서 더 나아가 건설산업에 참여하는 주체들의 비즈니스 범위 확장을 위한 노력도 필수적이다.

건설사업의 기획단계에서의 창의적이고, 독창적인 가치를 중시하고, 이를 건설사업에 반영하는 노력이 필요하고, 새로운 기술의 적극적인 수용을 통하여 기존 산업 내에서 더 많은 가치를 제공해 줄 수 있도록 해야 한다

<그림 28> 건설 XR 활성화를 위한 3대 기술군 선정



자료 : 한국과학기술정보원(2024),
"건설분야 디지털화 및 XR기반 건설 협업 기술", KISTI 이슈브리프 제75호.

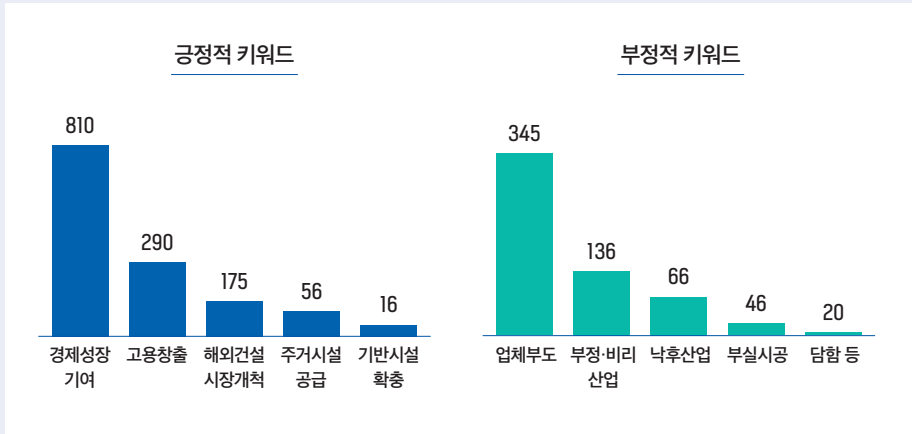
특히, AI, 로봇 등 자동화 기술 그리고 디지털 트윈 등 디지털 기술과 XR 기반 협업시스템 구축에 따라 건설산업이 추구하는 미래 역할에 있어 큰 변화를 가져올 것인바, 이를 핵심 가치에 반영할 필요가 있다.

다음으로 산업의 본질적 가치는 건설산업에 대한 수요자들의 기대가치를 충족하는 것에서 출발한다. <그림 29>에서 보는 바와 같이 우리나라의 국민은 경제성장 기여, 고용 창출, 해외건설시장 개척, 주거 및 기반시설 확충 등에 대하여 긍정적으로 평가하고 있다. 반면, 건설기업 부도, 부정·비리 산업, 낙후산업, 부실시공, 담합 및 폭리 등에 대하여 부정적으로 인식하고 있다.

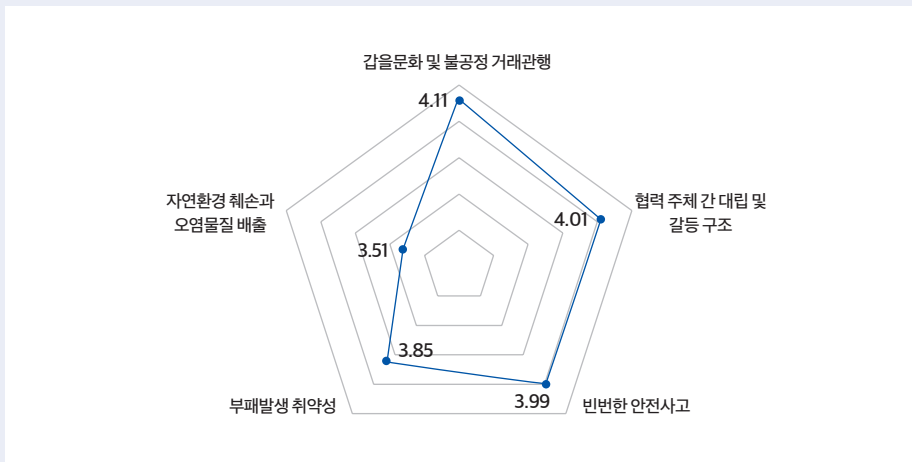
이를 통해 볼 때, 건설산업은 기본적으로 국민의 경제 및 생활환경과 관련된 기여가 가장 중요한 역할이라 할 것이다. 따라서 고용 창출과 주택, 기반시설 등의 공급을 통한 국가, 지역경제에의 기여를 중요한 목표로 인식할 필요가 있다.

이와 함께 건설산업에 대한 부정적 키워드인 부정·비리 산업, 담합 및 폭리 등은 건설산업의 준법 및 윤리적 산업으로서의 역할에 대한 요구가 크다는 것을 보여

<그림 29> 언론보도 키워드 검색 결과



<그림 30> 건설산업 및 기업의 가치를 저해하는 요인



자료 : 한국건설산업연구원(2025), 건설산업 혁신에 대한 건설리더 인식조사.

주고 있으며, 부실시공, 낙후산업 등 기본적으로 안전과 품질 등 건설산업의 본질적 기능에 있어서의 기대도 큰 것으로 분석된다.

금번 한국건설산업연구원에서 건설산업 혁신에 대한 건설리더 인식조사에서도 잘 나타나는 데 갑을 문화 및 불공정 거래행위(4.11점), 협력 주체 간 대립 및 갈등 구조(4.01), 빈번한 안전사고(3.99점) 등이 건설산업 가치를 저해하는 요인으로서 지적되고 있는바, 이는 건설산업에 대한 본질적인 역할의 재정립하는 것이 건설산업의 가치 대전환의 중요한 고려요소임을 잘 보여준다.

(3) 미래 : 건설산업의 지속 가능한 성장

지속가능성은 글로벌 열풍이 된 ESG와 직결된다. 환경, 사회, 지배구조를 기반으로 경영하는 기업이 그렇지 않은 기업보다 중장기적 경영성과가 좋다는 가설에서 시작된 ESG는 최근의 기업 경영 및 투자는 물론 국가 경영에서도 핵심 화두로 자리 잡고 있다. 전 세계적으로 글로벌 기술을 한눈에 볼 수 있는 ‘국제전자제품박람회(CES)’에서도 지속가능성은 2021년, 2022년 연속 핵심 키워드가 되었다. 즉 지속가능성이 소비자 기술과 산업 기술 모두에 핵심 키워드이자 시대정신이 된 것이다.

국가 및 산업의 목표도 ‘지속 가능한 경제 성장’으로 초점이 맞추어질 것이다. 이러한 지속 가능한 경제 성장의 핵심요소는 환경보호와 자원보존, 사회적 공정성 증대 그리고, 장기적인 안정성 추구 등이다.

이러한 관점에서 건설산업은 지속 가능한 경제 성장에 있어 매우 중요한 산업으로서 건설산업이 추구하는 핵심 가치는 지속 가능한 경제 성장의 관점에서 접근할 필요가 있다.

탄소 배출 및 에너지 저감에 있어 상대적으로 탄소 배출량이 많고, 에너지 소모량이 많은 건설산업의 특성을 고려한 녹색 경제에의 기여와 함께 순환경제에의 적

극적인 참여를 통하여 생산과 소비의 지속가능성을 높일 필요가 있다.

이와 함께 사회적 안정성과 공정한 사회 구축에 있어 건설산업은 매우 중요한 산업이다. 시설물 안전과 건설생산과정에서의 안전한 환경 조성은 안전한 사회 구현에 있어 매우 중요하다. 아울러 공정한 사회 구축에 있어서 취업자 수가 200만명을 넘고, 상대적으로 저소득층의 참여가 많은 산업의 특성상, 건설현장에서의 공정한 관행의 정착은 매우 중요하다. 또한, 건설생산 과정에서의 자재, 장비 및 시공 전문업체 등 다양한 협력업체들이 함께 생산에 참여하기 때문에 공정한 거래 문화의 정착은 산업 발전에 있어 매우 중요한 과제다. 이와 함께, 지속가능성의 고려는 단기적인 성과 위주의 관행에서 벗어나 장기적인 관점에서의 건설산업의 발전을 도모하도록 유도할 수 있다.

지속가능성을 고려한다는 것은 아래 <그림 31>의 유엔 지속가능발전목표 17개 이슈에서 보는 바와 같이 광범위하다. 최근에는 사회적 가치에 관한 관심이 크게 증가함에 따라서 이러한 지속가능성 이슈들은 더욱 확장되어질 것으로 예측된다.

<그림 31> 유엔 지속가능발전목표(SDGs)



자료 : UN 지속가능발전위원회.

3. 건설산업의 7대 핵심 가치

건설산업의 재탄생에 있어 건설산업이 기존 산업 내 가치를 혁신하고자 하는 변화 노력은 재탄생의 성과에 직접적으로 기여하는 핵심요소라고 할 수 있다. 기존 건설 산업 내 오랫동안 관행화되어 있는 산업 내의 가치의 혁신을 통하여 건설산업의 지속가능성을 제고하고, 건설산업에 대한 산업 내외부 이해관계자들의 수요에 부응하는 산업으로 재탄생되어야 한다.

우리 건설산업은 현재 건설산업 내의 이해관계자들 간의 이해관계 충돌, 공급자 중심의 건설시장, 재무적 성과 중심의 산업 전반의 관행 및 정책·제도, 좀처럼 정착되지 못하고 있는 건설산업의 윤리문화, 단기 성과 중심의 사업 관행에 따른 산업의 지속가능성 저하 그리고 변화하는 사회적 가치에의 대응이 부족하여 청년세대로부터 외면을 받고 있다.

따라서 건설산업 내 변화하는 사회, 경제적 환경에 대응하여 새로운 핵심 가치를 도출함으로써 건설산업의 미래 대응력을 높여야 한다.

첫째, 기존 편협한 범위의 이해관계자 정의에 따른 이해관계의 충돌에서 광범위한 이해관계자의 정의를 통하여 이해관계자가 함께하는 협력의 가치를 추구하는 산업으로 변화될 필요가 있다.

둘째, 기존 공급자의 시각에서의 시장 접근의 한계를 넘어 수요자의 건설산업에 기대하는 경제적 가치를 추구하는 산업으로 변화될 필요가 있다.

셋째, 사업의 이익 및 이윤, 국가수입, 비용 절감 등 재무적 성과만을 추구하는 산업 내 경영관행을 넘어 환경, 사회가 추구하는 공동의 가치, 사회 내 인간관계에 가치를 두는 재무적 성과 향상에 관심을 확대시켜 나갈 필요가 있다.

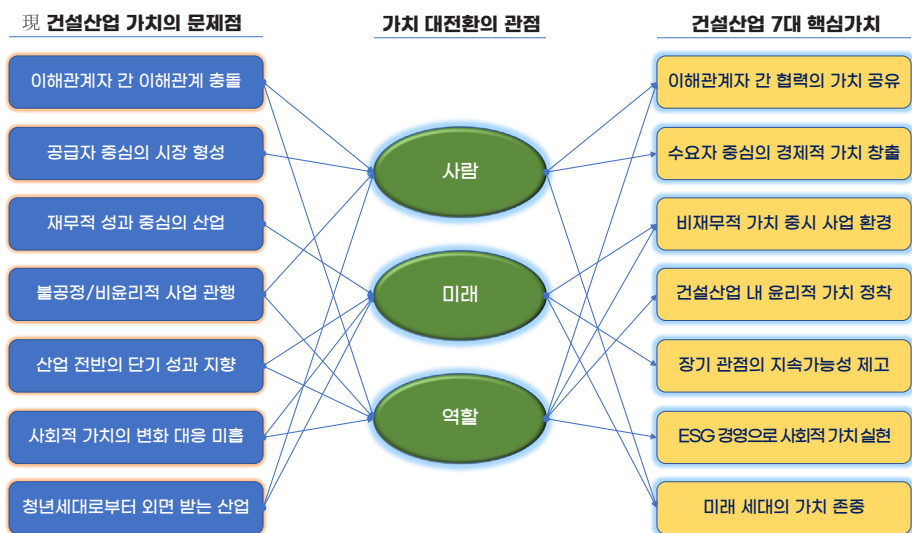
넷째, 건설사업의 입·낙찰, 생산, 유지관리 등 전 과정에 뿌리박혀 있는 불공정, 비윤리적 사업 관행으로 인한 건설산업의 더딘 윤리문화 정착을 산업 내 윤리문화 정착을 위한 다양한 접근이 필요하다.

다섯째, 단기 성과 중심의 접근에 따른 품질, 안전 등의 문제점 극복과 변화하는 환경변화에 극복하기 위한 장기적인 관점에서의 지속가능성 추구를 핵심 가치로 설정할 필요가 있다.

여섯째, 건설산업에 대한 대외 수요에 부응하기 위한 사회적 책임의 강화와 사회, 환경 등 새로운 수요에 부응하는 산업 내 공유가치의 내재화가 필요하다.

일곱째, 건설산업이 계속적으로 경쟁력을 유지하며, 건설산업에 대한 새로운 수요에 효과적으로 대응하기 위해 미래 사회, 경제의 주역이 될 세대들을 유인하기 위한 미래세대가 추구하는 가치에 대한 존중의 문화를 구축할 필요가 있다.

<그림 32> 건설산업의 7대 핵심 가치 도출



(1) 핵심가치1: 이해관계자 간 협력의 가치 공유

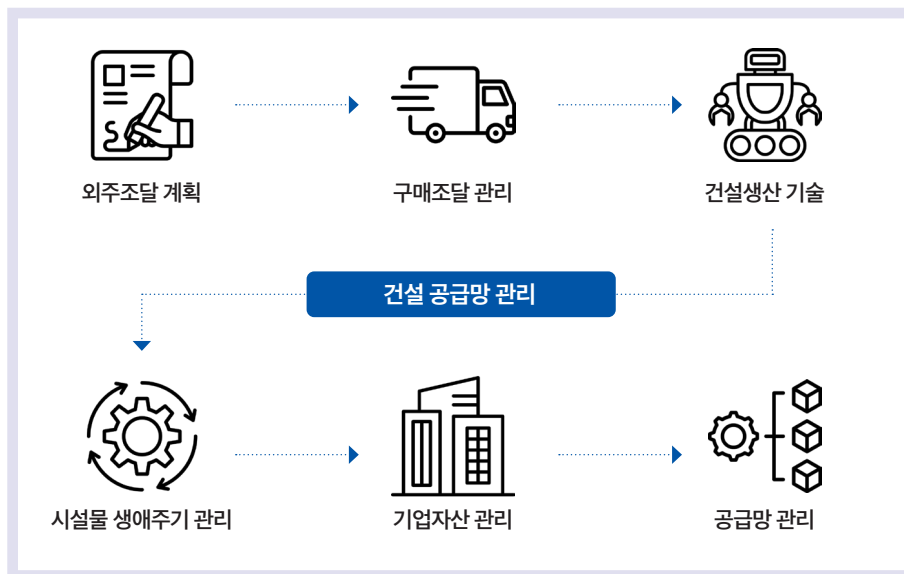
건설산업에는 다양한 이해관계자들이 존재하고, 이는 광범위하며, 건

설산업에 대한 수요도 서로 다르다. 이로 인하여 건설산업 가치사슬 참여 주체 간의 대립과 갈등이 심화되어 건설산업의 건전한 성장을 저해하는 주된 원인으로 작용하고 있다. 따라서 이해관계자와의 상생, 공동의 이익을 우선시하는 선순환 구조를 형성하는 것은 매우 중요하다. 먼저 건설사업에 참여하는 생산 주체 간 협력의 가치를 공유가 우선되어야 한다. 건설산업 내 상생과 협력의 가치를 확산하고 공유함으로써 대립과 갈등의 구조를 개선할 필요가 있다.

최근 ESG의 확산과 함께 공급망 관리의 중요성이 크게 대두되고 있는데, 향후 건설산업의 지속가능성을 확보하는 데 있어 ESG가 추구하는 핵심적인 성과의 창출을 위해 공급망 내 협력적 노력과 ESG 성과의 관리가 중요해 지고 있다.

이를 위해선 기존 상생 협력의 개념에서 확장하여 공급망 내 협력과 상생의 가치를 공유하기 위하여 추구하는 목표의 공유와 협력적 노력을 유도하기 위한 다양한 관리절차 및 협력체계의 구축이 중요해지고 있다.

<그림 33> 건설산업 내 공급망 범위



특히, 건설산업의 공급망의 범위는 자재, 장비 등의 구매조달 및 생산 등의 외주 조달에 그치지 않고, 기술의 활용, 시설물의 관리 등 전반에 있어서의 공급망 범위가 넓기 때문에 이러한 협력적 가치에 기반한 공급망의 관리체계의 구축은 매우 중요하다. 이해관계자 중심의 경영 관행 정착은 건설산업의 중요한 과제다. 건설산업은 전통적으로 거버넌스의 윤리성, 투명성에 대한 문제 제기가 지속되고 있으며, 건설정책·제도의 신뢰성은 낮은 편이다.

이해관계자 중심의 경영은 기업의 내외부 이해관계자의 권익을 보장하면서 상생하는 경영 활동으로 정의되는데, 이는 기업에 국한되지 않는다. 건설산업의 범위로 확장하면, 건설산업과 직, 간접적으로 연관된 이해관계자의 범위는 매우 넓다. 이를 감안할 때, 이해관계자를 고려한 경영은 건설산업 전체의 중요한 과제라 할 수 있다.

건설산업의 지속가능한 발전을 위해 건설산업이 제공하는 가치 제안의 확장과 사회적 가치의 추구에 있어 건설산업을 둘러싼 이해관계자들에 대한 배려와 상호

<그림 34> 건설산업의 이해관계자 간 협력의 가치 공유 전략과제



협력, 참여를 유도하는 이해관계자 중심 경영의 정착은 매우 중요한 과제라 할 수 있다. 이해관계자 중심 경영의 실행을 위해선 이해관계자 중심 경영의 원칙 및 범위 등 경영모델의 구축과 건설산업 내 공급망의 협력체계의 구축과 공급망 내 협력의 가치 공유를 위한 다양한 활동의 추진 그리고 공정거래의 문화 정착을 위한 준법경영의 확산을 위한 노력이 필요하다.

(2) 핵심가치 2: 수요자 중심의 경제적 가치 창출

수요자 중심의 가치 혁신을 도모할 필요가 있다. 수요자 중심의 가치 혁신이란 제품이나 서비스를 개발하고 개선하는 과정에서 수요자의 실제 필요와 욕구를 최우선으로 고려하는 접근 방식을 말한다. 이는 단순히 수요자에게 무엇을 원하는지 묻는 차원을 넘어, 그들의 일상과 고충을 면밀히 관찰하고 분석하여 때로는 고객조차 인식하지 못한 잠재적 니즈를 발견하는 것을 포함한다.

수요자 중심의 가치 혁신은 지속 가능한 산업 혁신의 필수 조건으로서 장기적인 관점에서의 산업의 육성은 산업에 대한 수요자의 기대와 필요를 충족하고, 수요자의 가치를 극대화하기 위한 노력이다.

경제적 가치는 단순히 시설물을 이용하는 가격만을 말하는 것이 아니라 시설물의 생애주기 전체 측면에서의 시설물의 경제적 가치를 고려하는 것을 포함하며, 비용적인 측면에서 수요자의 비용을 줄여주는 것을 포함한다.

건설산업이 기존 공급자 관점의 시장에서 수요자 관점의 시장으로 전환되어야 하는 과제는 건설산업과 관련된 정책·제도에서부터 건설사업의 기획 및 실행단계에서의 수요자의 고려, 수요자들의 참여 등 다양한 노력이 필요하다.

건설시설물을 이용하는 수요자들은 단순히 시설물이 가지는 기능적 가치만을 요구하는 것은 아니다. 건설산업이 제공하는 다양한 상품과 서비스를 통하여 수요자들이 경제적 활동을 하는 데 있어 요구하는 다양한 욕구와 이러한 욕구를 충족하

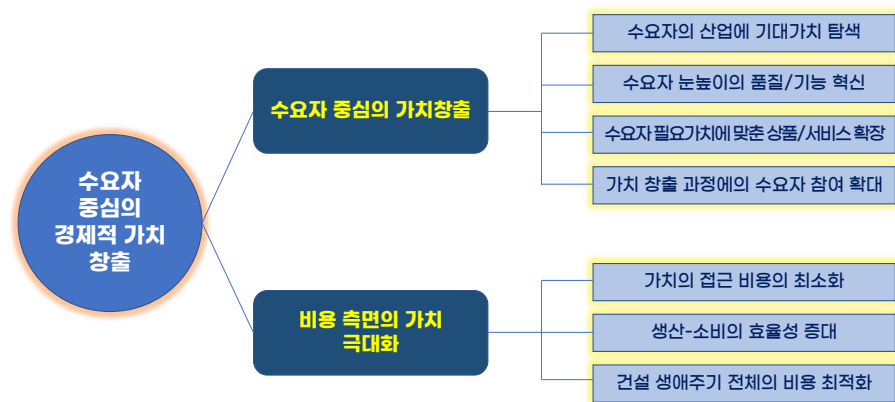
는 과정에서 부가적으로 수요자의 삶의 질과 지위 및 소속 욕구 등 다양한 가치를 줄 수 있도록 사업의 기획단계에서부터 계약, 시공 및 유지관리 단계 등 전반에 있어 경제적 가치를 제공해 주려는 노력이 필요하다.

특히, 품질 및 기능 측면에서의 수요자에게 제공해 줄 수 있는 가치의 증진은 건설산업에 대한 부정적 이미지를 개선하는 데 중요한 역할을 할 수 있을 것으로 예측된다. 수요자들의 기대를 충족할 수 있는 가치에 대한 탐색과 전달은 향후 건설산업의 미래에 있어 핵심요소이다. 특히, 수요자들이 무엇을 기대하는지를 이해하는 것은 지속적인 가치 전달의 가장 핵심이며, 수요자들의 기대를 초과하는 가치를 어떻게 제공할 것인지에 대하여 건설산업 차원의 전략적인 접근이 필요한 시점이다.

사회간접자본시설 등 국가 및 지자체가 공급하는 시설물의 공급 원칙에 있어 최우선으로 고려되는 공급가격에 대한 고려에서 더 나아가 시설물을 통하여 수요자들에게 제공하는 경제적 가치로의 확장이 필요하다.

이와 함께 제공하는 상품과 서비스를 탐색하는데 드는 시간과 에너지 등 비용의 절감, 시설물을 이용하는데 드는 거래, 이용 등 제반 비용 등의 최소화를 통하여 비용 측면에서의 경제적 가치를 부여하는 노력도 필요하다.

<그림 35> 수요자 중심의 경제적 가치 창출 전략과제



특히, 주택 등 주거시설의 경우, 상대적으로 정보 탐색에 드는 시간과 비용이 크고, 시설물의 거래 및 이용에 드는 비용이 크다는 측면에서 이러한 비용을 최소화하도록 하는 것은 수요자 관점의 산업을 구축하는 데 있어 매우 중요한 요소라고 할 수 있다.

———— (3) 핵심가치 3: 비재무적 가치의 성과 향상 지향

비재무적 가치의 중요성은 ESG의 확산에 따라 크게 부각되고 있다. ESG의 3대 구성요소인 환경, 사회 그리고 거버넌스는 대표적인 비재무적 성과로서 받아들여지는데, 건설산업의 특성에 맞는 비재무적 가치를 높이고자 하는 노력이 다른 어느 때보다 필요한 시점이다.

건설산업은 전통적으로 非 환경친화적 산업으로서 인식되어져 왔다. 기후변화 대응 등 환경의 중요성이 강조됨에 따라 환경 분야에서의 건설산업의 가치를 높이는 전략적인 대응이 필요하다.

환경과 관련된 글로벌 기준들이 속속 등장하고, 전 세계적인 온실가스 감축 목표 설정 및 친환경 정책의 강화에 따라 이에 대응한 건설산업의 대응하여 건설산업 내부의 환경성과 향상을 위한 환경경영의 강화와 국가 및 세계 환경친화적 산업으로서의 리더십을 정립할 필요가 있다. 건설현장에서 발생하는 유해물질들에 대한 법적 요구 수준을 넘어서는 관리 강화가 필요하며, 건설현장의 친환경정책의 추진이 요구된다.

또한, 환경적 성과 향상을 위한 친환경 소재 활용, 친환경 공법 개발 등 환경경영의 혁신활동을 강화하고, 현장에 참여하는 다양한 주체들과의 환경성과 향상을 위한 협력 네트워크의 구축도 중요하다.

비재무적 성과에 있어 사회적 성과는 건설산업의 지속가능한 성장에 있어 매우 중요한 과제다.

건설산업은 임시직 또는 비정규직 활용도가 상대적으로 높은 산업이고, 생산에

<그림 36> 건설산업 환경분야 주요 이슈와 대응과제



<그림 37> 건설산업 사회분야 주요 이슈와 대응과제



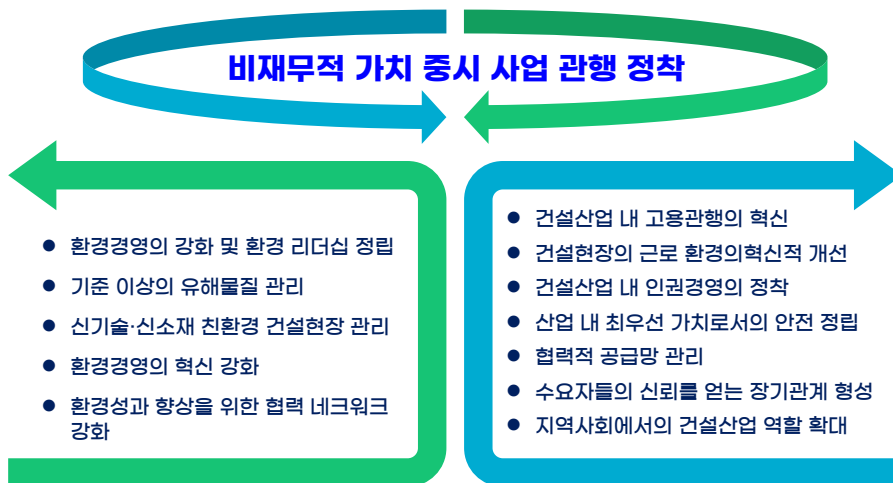
자료 : 김영덕(2024), "건설산업 ESG 경영 정착을 위한 ESG 가이드라인 개발 연구", 한국건설산업연구원.

직접 참여하는 근로자들의 인종, 국적의 다양성이 촉진되고 있으며, 생산 현장의 공간적 특성으로 인하여 고용 및 노동 관련 이슈가 많다. 특히, 건설산업 내 인력의 활용에 있어 인권 이슈도 그 폭이 넓기 때문에 인권의 중요성과 보호에 대한 건설현장의 역할이 부각될 수 있다.

건설산업에서 계속되고 있는 건설안전 사고는 건설산업의 성장에 있어 가장 큰 장애요소이고, 건설현장의 적극적인 안전사고 대응은 산업의 리스크를 줄이는 중요한 요소가 된다.

아울러, 건설사업 전반에 있어 부동산 전문컨설팅업체 및 개발사업자, 설계 및 엔지니어링업체, 자재·장비업자, 업종별 전문시공업자 그리고 사업관리 관련 용역업체 그리고 건설근로자에 이르기까지 다양한 생산참여자가 존재한다. 이에 따라서 공급망 관리의 범위가 넓고, 품질, 안전 등 건설사업의 성과에 있어 공급망의 관리가 그 성과 향상을 위해 매우 중요한 바, 공급망 내 환경, 사회 이슈관련 리스크가 건설산업에 미치는 영향을 미연에 방지하기 위해 리스크 관리를 철저히 해야 하며 건

<그림 38> 비재무적 가치의 성과 향상 전략과제



설산업 내 공급망 관련 리스크 관리체계를 구축 점검 활동을 수행할 필요가 있다. 또한, 건설산업에 대한 신뢰 확보를 위한 품질의 확보와 품질과 관련된 수요자들의 니즈를 반영하기 위한 체계 구축과 지역사회와의 협력적 관계 구축으로 지역사회의 경제 및 사회, 환경적 이슈에 대한 건설산업의 역할을 제고하는 활동이 필요하다.

(4) 핵심가치 4: 신뢰 회복을 위한 산업 내 윤리적 가치 확산

건설산업의 윤리문화 정착은 오래전부터 제기된 건설산업의 핵심과제이나 여전히 미흡한 상황이다. 이는 무엇보다 기존 건설산업 주체들의 의식과 관행이 건설산업 내 뿌리박혀 있기 때문이다.

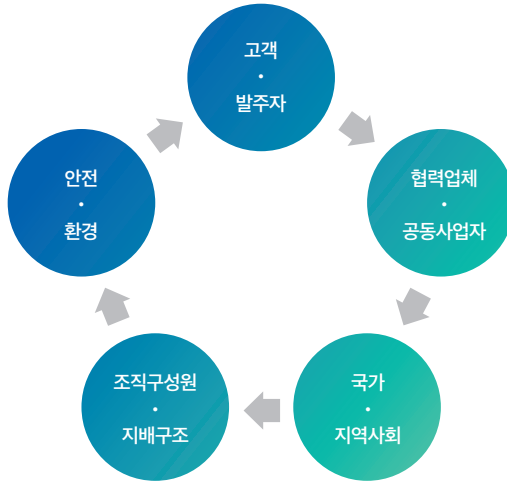
따라서 윤리적 건설문화의 정착은 윤리경영 추진 및 정착을 통해 산업 내 참여주체별 소속 임직원의 의식과 비즈니스 관행을 개선하는 데서 출발한다. 건설산업 내 부패를 근절하기 위해서는 우선 인적 요소인 산업 내 참여주체들의 의식상에 존재하는 부패유발요인들을 개선하는 것이 필요하다.

부패 발생에 취약한 건설산업 특성을 고려할 때 건설기업을 비롯한 산업 내 참여주체들은 반드시 ESG경영의 중요한 한 축인 윤리 및 준법경영의 이행에 관심과 노력을 기울일 필요가 있다.

특히 종합건설기업이 윤리경영을 강력히 실천할 경우 건설업체와 협력회사 사이에 부패행위 근절을 유도할 수 있고, 더 나아가 건설업체와 발주자, 공무원, 정치인 등의 사이에서 발생하는 부패행위 근절에도 일정 부분 영향을 미치게 되어 산업 내 부패방지에 주도적 역할을 할 수 있게 된다. 즉, 건설기업이 자발적으로 윤리경영 추진하면 건설기업과 협력 관계에 있는 기업 사이의 비윤리적 관행이 근절되고 이는 건설기업과 발주자, 공무원, 정치인 등의 사이의 비윤리적 관행의 근절을 통하여 건설산업 전체의 비윤리적 관행을 개선하는 선순환 구조가 형성된다.

건설산업 내 참여주체별 윤리경영 추진 및 실질적 정착을 위해서는 윤리경영

<그림 39> 건설산업의 윤리경영 활동 범위



자료 : 김영덕(2010), "건설산업의 윤리경영 표준 자가진단모델 연구".

인프라 구축과 함께 임직원의 윤리경영 의식과 행동 내재화를 위한 윤리경영 운영 시스템 구축·운영이 필요하다.

먼저 건설산업 내 참여주체들의 성공적인 윤리경영 도입 및 정착을 위해서는 윤리경영 인프라 구축 및 고도화가 필요하다. 윤리경영 인프라 요소는 대표적으로 최고경영자(CEO)의 윤리경영 리더십, 윤리헌장/규범/행동지침 등의 윤리경영 가치 및 규정체계, 윤리경영 전담부서(혹은 전담자) 등의 3가지다. 윤리경영을 도입한 조직 중에는 윤리헌장이나 윤리규범만을 형식적으로 갖춰 놓은 조직이 많으나, 실질적으로 윤리경영을 도입, 운영하기 위해서는 임직원의 세부 행동지침을 마련, 시행하는 것이 중요하다. 특히 금품, 향응, 선물 접대 및 수수 관련 세부적인 행동지침을 마련하여 시행하는 것이 필요하다.

윤리문화 정착의 기본이라 할 수 있는 준법 활동의 건설산업 내 확산도 중요하다. 건설산업의 관련 법률을 준수하는 관행을 정착시키기 위한 정책·제도의 합리적 설계와 운용이 중요하다.

<그림 40> 신뢰 회복을 위한 산업 내 윤리적 가치 확산 전략과제



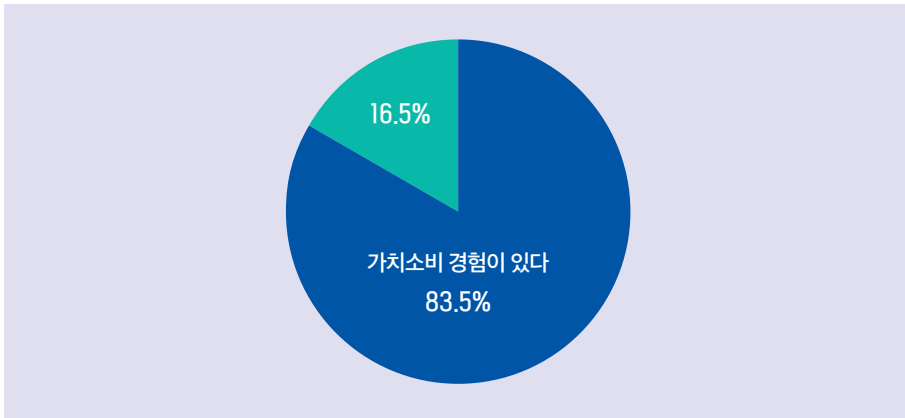
[5] 핵심가치 5: 장기적 관점의 지속가능성 추구

건설산업의 장기적 관점의 혁신전략은 건설산업의 지속가능성을 제고하는 가장 핵심적인 요소다.

장기적인 관점이란, 단기적 성과보다는 산업의 기초를 튼튼히 함으로써 건설산업의 지속가능성을 높이는 것이라 할 수 있다. 이를 위하여는 크게 세 가지의 방향에서 접근할 필요가 있다.

먼저 건설산업에 대한 기대와 필요에 부합하는 건설정책·제도의 미래지향적 설계가 있다. 현재 우리 사회는 많은 변화가 있다. 인구는 점점 감소하고 있는 가운데, 고령화 속에서 경제활동인구의 감소가 본격화되고 있다. 또한, 건설산업에 대한 수요도 변화하고 있는데, 기존에 시설물의 양적인 측면에 대한 수요가 많았다면, 이제는 질적인 측면의 수요로 변화되고 있다. 이렇게 질적인 수요가 커짐에 따라서 수요는 복잡해지고, 다양해지고 있다. 건설생산에 있어서도 많은 변화가 있다. 생산체계의 변화는 물론, 생산에 있어서도 현장 중심 생산에서 공장생산 및 현장 설치방식

<그림 41> 소비자들의 지속가능성 소비 경험 설문조사 결과



주 : 전국 남녀 20~60대 남녀대상 가치소비 경험여부에 대한 설문조사 결과.
자료 : 롯데멤버스 리서치 플랫폼 라임.

의 도입이 확산되는 추세다. 이에 따라 이러한 사회, 경제적 여건 변화와 건설산업 내의 변화 속에서 건설정책·설계에 있어선 이러한 사회, 경제적 변화를 수용하면서 건설산업의 새로운 역할에 초점을 맞춘 정책·제도 설계가 필요하다. 또한, 건설산업이 안고 있는 구조적이고 복잡한 문제점들은 보다 근본적이고, 장기적인 관점에서의 정책·제도의 개선을 도모할 필요가 있다.

다음으로 보다 장기적인 관점의 기술 역량 강화에 초점을 맞출 필요가 있다. 건설산업에 대한 제공하는 상품과 서비스의 질적 요구와 생산과정에서의 생산성의 향상과 인력 부족에의 대응 등에 있어 건설기술의 향상은 다른 무엇보다 중요한 과제다.

장기적인 관점에서의 기술 경쟁력 향상은 미래 산업의 성장을 좌우할 핵심 기술에 대한 장기적인 연구개발과 투자다. 현재 우리나라의 건설기술 투자는 단기 성과 중심으로 이루어지고 있으며, 산업과 기업의 수요도 단기적인 기술개발에 초점을 맞추고 있다. 이러한 기술로는 차별화를 도모할 수 없으며, 장기적인 경쟁력 향상을 기대하기 힘들다. 미래 필요로 하는 건설기술에 대한 장기적인 연구개발 투자

<그림 42> 장기적 관점의 지속가능성 추구 전략과제



에 많은 노력을 기울일 필요가 있다.

또한, 수요자 중심의 기술개발도 중요하다. 수요자 중심의 기술개발은 단순히 상품 및 서비스의 기능을 개선하는 데서 끝나지 않고, 수요자들이 원하는 것, 심지어 수요자들이 인식하지 못한 숨겨진 요구까지 파악하여 이를 충족시킬 수 있는 기술을 제공하여 시장에서 차별화를 도모하는 것이다. 이는 수요자들의 충성도를 강화하며, 기업에는 사업 영역을 확장하는 데에 있어 핵심적인 역할을 담당할 수 있다.

마지막으로 사회 전반의 가치 소비 혹은 지속가능성 소비에의 전략적 대응이다. 지속 가능한 소비문화는 환경적, 사회적, 경제적 복지를 위한 현재와 미래세대의 요구사항에 부응하는 소비 및 생산 패턴을 의미한다.

지속 가능 소비의 확대는 건설산업에도 큰 변화를 가져올 것으로 보인다. 특히, 건설산업과 직결된 품질, 환경, 안전 등 기본적인 요소에 대한 인식이 더욱 중요해지고, 기업의 사회적 책임 이행과 사회 공헌 활동 등의 성과가 산업과 기업의 핵심 선택 기준으로 자리 잡을 것이다

(6) 핵심가치 6 : ESG 경영으로 사회적 가치 실현

ESG 경영의 건설산업 내 확산은 시대적인 요구다. 기후변화, 초고령화 등을 포함한 새로운 위기와 급속한 디지털 전환의 변화 속에서 이제는 의무가 된 사회적 가치 지향을 어떻게 실현할 것인지 능동적인 고민과 적극적인 조직 운영이 필요한 시점이다. 사회적 가치를 지향하는 산업과 기업이 경제적 가치와 사회적 가치를 동시에 추구하려면 많은 이해관계자 집단들 간의 지속적인 협의와 소통이 지배구조 속에서 구조화되어야 할 뿐 아니라 산업과 기업의 제반 활동에 있어 이러한 사회적 가치를 내재화하는 노력이 필요하다.

사회적 가치는 경제적 가치로부터 창출되는 것이 아니라, 혁신을 기반으로 하여 사회가 당면한 문제를 근본적으로 해결하고자 하는 산업과 기업 차원의 전략적 대응이 필수적이다. 이러한 관점에서 볼 때, 이러한 사회적 가치를 포괄하는 개념인 ESG 가치를 산업 내 내재화하기 위한 ESG 경영을 건설산업 내에 확산시킬 필요가 있다.

ESG 경영은 단순히 ESG 가치에 대한 인식에 그치지 않고, 적극적인 경영의 원칙으로 정립하고, 구체적인 실행전략과 실천과제를 발굴, 이를 시행하는 것을 필요로 한다.

이를 위해서는 다음과 같이 내재화하는 노력이 필요하다. 첫째, 건설산업 특성에 맞는 ESG 경영의 추진을 위한 ESG 경영체제의 구축이다. ESG에 대한 국내외의 관심이 커짐에 따라서 실질적으로 ESG 경영 도입 및 ESG 경영의 내재화를 위한 ESG 경영체제의 구축은 필수적인 과제이다. 그러나, 건설산업의 특성을 고려하지 않을 경우, 실질적인 ESG 경영의 정착은 쉽지 않을 것이다. 따라서 건설산업이 가진 특성 및 건설산업에 대한 이해관계자들의 요구와 기대에 부응하는 ESG 경영 추진을 위한 차별화된 ESG 경영체제의 구축이 필요하다.

둘째, 경영정보에 대한 대외 공개의 질적 향상을 유도할 필요가 있음. 건설산업에 참여하는 다양한 이해관계자들에게 투명하고, 신뢰할 수 있는 조직의 경영정보

를 제공하는 것은 매우 중요하다. 특히, 최근 지속가능성 공시초안이 발표됨에 따라서 ESG 관련 경영성과에 대한 정보의 이해관계자에 대한 공개는 더이상 미룰 수 없는 과제가 되었다.

셋째, 의사결정구조의 투명성 제고가 중요하다. 지속적인 의사결정구조의 투명성 제고를 위한 노력은 ESG 경영에 있어 핵심적인 요소가 되고 있다.

넷째, 이해관계자의 요구와 기대를 경영에 반영하고, 이해관계자에게 ESG 경영성과에 대한 정보를 제공하는 데 있어 이해관계자들과의 소통과 협력은 ESG 경영의 실질적인 정착에 있어 매우 중요한 요소다.

<그림 43> ESG 경영으로 사회적 가치 실현 전략과제



(7) 핵심가치 7: 미래세대의 가치 존중

건설산업의 지속가능한 발전에 있어 미래세대의 건설산업 내 유입은 필수적인 과제다. 미래세대의 직업에 대한 가치관은 급속히 바뀌고 있고, 건설산업

내 인력의 환경도 변화하고 있다.

국회미래연구원의 설문조사에 따르면, 밀레니얼(M) 세대는 Z세대, X세대보다 삶의 만족도와 자유로운 선택의 수준이 높은 경향을 보이고, 미래의 행복보다 현재의 행복을 상대적으로 중요하게 여기는 경향을 보였다. ‘삶의 만족도’는 M 세대와 Z세대가 X세대보다 높은 경향을 나타냈고, ‘자유롭게 선택하며 원하는 인생을 살 수 있다’는 M 세대가 가장 높은 경향을 보였다.

또한, MZ세대는 X세대에 비해 여가를 중시하는 경향을 나타냈으며, 일을 사회적 의무로 인식하는 정도는 세대 간 차이가 크지 않은 편이었다. ‘여가 시간이 줄어들더라도 일하는 것이 우선이다’는 M 세대, Z세대에 비해 X세대가 높은 경향을 보였다. ‘일을 하는 것은 사회에 대한 의무이다’는 M세대가 가장 낮게 나타났다. ‘일은 돈벌이 수단이다’는 밀레니얼 세대와 X세대가 Z세대에 비해 높은 편으로 나타났다. 아울러 밀레니얼과 Z세대는 X세대에 비해 다양성과 포용성에 대해 개방적인 인식을 나타냈다.

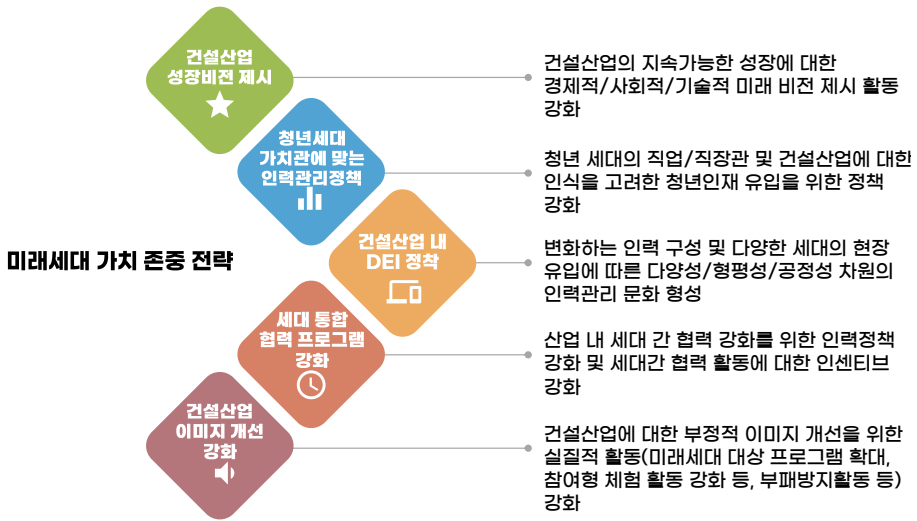
이러한 점을 고려할 때, 향후 건설산업이 미래세대의 가치를 존중하고, 건설산업 내로 유인하고자 하는 노력은 건설산업의 지속가능성에 있어 핵심적인 과제라고 할 수 있다.

최근 영국의 건설업 전문잡지인 빌딩(Building)지에서는 건설산업의 미래의 인력 관련 정책적 대응과제를 다음과 같이 6가지로 제시하였다.

첫째, 다양성, 형평성 및 포용성(DEI)에 대한 책임 요구에 대응하는 것이다. 건설기업에서 DEI의 우선순위를 정하고 투명성과 책임성을 높여 조직구성원의 신뢰를 구축할 필요가 있다. 특히, 조직 리더는 조직 내외부 고용 정책, 인력 배분, 성별 임금 격차 해소 전략을 명확히 할 필요가 있다.

둘째, 미래 인력 육성 프로그램에의 투자다. 젊은 층을 유치하려면 학교, 대학을 대상으로 한 교육 이니셔티브에 건설산업 차원에서의 투자가 이루어져야 한다. 이를 위하여 건설기업을 비롯한 정부와 산업 차원의 협력은 건설 분야의 다양한 직업 기회에 대한 인식을 높이고 이러한 프로그램의 영향력을 확대시킬 수 있다.

<그림 44> 미래 인력에 있어서의 핵심 대응과제



셋째, 숙련 스킬 관리시스템의 개편이다. 숙련 스킬 관리시스템은 진화하는 비즈니스 요구 사항을 충족하기 위해 더욱 민첩하고 대응력이 향상되어야 한다. 건설 기업은 미래 숙련 스킬의 요구 사항을 예측하는 단순화된 시스템을 구축하고, 정부와 건설업계가 함께 현재의 대응 프레임 워크를 개편하고 사회, 경제적인 요구에 부응하는 투자가 필요하다.

넷째, 지속적인 개인 역량 개발의 촉진이다. 개인에게 지속적인 개인의 역량 개발을 유도하기 위하여는 무엇보다 조직구성원에게 명확한 성장경로에 대한 제시하는 노력이 필요하다. 이를 위해서는 그룹의 특성별로 성장의 장벽을 이해하고 해결하려는 적극적인 노력이 요구된다.

다섯째, 유연 근무에 대한 접근성의 향상이다. 팬데믹 이후에도 유연한 근무방식을 계속 수용하려는 노력이 필요하다. 이를 위해 리더십 교육은 단순히 위치를 넘어 다양한 형태의 유연성을 성공적으로 구현하기 위해 필수적이다. 특히 현장 기반 근로자의 민첩하고 유연한 근무 관행을 유도하는 협업시스템 구축은 실질적인 성

공을 가져오게 한다.

여섯째, AI 교육 및 이해의 증진이다. AI의 진전에 따른 조직구성원들의 두려움과 잘못된 오해를 해결하기 위해 인공 지능(AI)에 대한 교육과 커뮤니케이션을 개선해야 하며, AI가 일자리 기회를 창출하고 기술 격차를 좁히며 생산성을 높일 수 있는 잠재력을 입증함으로써 건설산업 내 AI 기술이 통합되어 미래 수요에 적응할 수 있도록 해야 한다.

이를 종합적으로 고려하면, 미래세대를 건설산업의 경쟁력으로 활용하기 위해서는 미래세대가 추구하는 가치를 산업의 인력정책 그리고 기업 경영에 있어 수용하고자 하는 적극적인 노력이 필요하다.

4. 건설산업 가치 대전환의 실행 방향

이상의 7가지의 핵심가치들은 건설산업에 참여하는 모든 주체들의 활동과 연계되어질 때 비로소 건설산업의 가치 대전환을 달성할 수 있다. 이는 제시된 7대 핵심가치를 산업 내 정착시키기 위한 노력을 기울여야 하는 주체든 모든 건설산업 내 주체들이 되어야 한다는 것을 의미한다.

이러한 측면에서 참여 주체들의 역할이 매우 중요하다.

정부에서는 건설산업이 이러한 가치를 정착시킬 수 있도록 현행 건설정책·제도 등 건설규제의 합리성을 제고하고, 미래 지향적 관점에서 건설산업의 지속가능성을 추구를 지원하는 새로운 건설정책·제도를 적극적으로 발굴할 필요가 있다. 또한, 건설산업의 가치 대전환에 대한 건설산업 내 참여자들의 협력적 노력을 유도하기 위한 다양한 활동들을 리더로서 적극 추진할 필요가 있다.

특히, 공공발주자들의 경우, 공공공사에서부터 이러한 건설산업이 추구해야 할 바람직한 가치 실현이 이루어질 수 있도록 새로운 관점에서 공공 발주시스템의 혁

신적 개선을 추진할 필요가 있다.

건설기업은 실행 주체로서 건설생산과정에서의 상생의 가치를 공유하고, 이해관계자들에게 더 나은 가치를 전달하기 위해 제시된 핵심가치들을 실현하기 위한 경영활동을 강화할 필요가 있다.

생산에 직접적으로 참여하는 전문 시공업체 및 기계·비업체, 감리업체 등도 건설산업이 가치 대전환을 통한 지속 가능한 건설산업의 달성에 있어 건설산업 내 해당 주체들의 역할과 기능을 재정립할 필요가 있다.

아울러, 금융사, 사업시행사, 부동산업체 등 다양한 건설사업 참여자들도 실질적인 건설산업 주체의 일원으로서의 인식 전환을 통해 건설산업의 지속가능한 발전에 동참할 필요가 있다.

<그림 45> 건설산업 가치 대전환과 실행 주체





IV. 건설기업의 가치 혁신의 방향

1. 건설경영환경 변화 방향

우리 건설기업의 경영환경은 이전과는 다른 변화 속에 있다. 이러한 변화 속도는 매우 빠르고, 여기에 대응하지 못하면 건설산업의 수요자들로부터 외면을 받을 수밖에 없을 것이다.

건설기업의 혁신에 있어 고려해야 할 시장, 인적자원 및 기술 그리고, 산업 정책·제도 차원에서 변화의 동향을 보면 다음과 같다.

먼저 시장 측면에서는 민간건설시장의 성장에 따라 기존 공급자 중심의 시각에서의 시장 수요의 파악과 대응은 한계가 있는 상황이다. 수요자 중심의 시각에서 출발한 시장 대응이 요구되는 시기이다. 수요자 중심의 시각이란, 수요로 하는 주택 등 시설물의 유형과 기능 즉, 시설물의 물적, 인적 소요량, 품질 등 기능에 대한 수요 변화에 맞추어 사업의 기획 및 생산과정 등에서 수요자를 고려하는 것을 의미한다. 최근 건설시장을 견인했던 주택사업도 수요 면적의 다양화, 외관 및 내장의 고급화, 기능·품질의 차별성 등 수요자의 수요가 다양화되고 있다. 결국, 이러한 수요변화에 적극적으로 대응하는 건설기업이 시장에서 경쟁력을 갖추게 될 것으로 예측된다.

또한, 현 건설시장의 시장 축소가 빠르게 진전되고 경쟁이 심화되는 반면, 사회, 경제적인 환경변화에 따른 환경, 에너지 분야 등 새로운 수요와 지속 성장하는 세계 인프라 시장은 새로운 기회를 만들어낼 것으로 보인다.

생산요소 측면에서는 인력의 속성 변화가 큰 요소이다. 건설기업의 기술 및 관리인력은 물론, 건설현장 건설근로자의 고령화가 심각한 상황이다. 젊은 층의 건설

산업에 대한 외면 속에서 고령화는 빠르게 진전될 것으로 보이는 상황이다. 고령화는 건설생산에 있어 생산성 및 사업관리 성과에 직접적인 영향을 미치는 요인으로서 건설산업에 있어선 큰 영향요인이다.

기존 기술인력 및 건설근로자의 고령화는 인력의 다양성을 촉진시키고 있다. 고령화 심화에 따라 외국인 근로자의 고용이 지속 늘어나고 있고, 여성 인력의 비율도 지속적으로 증가하고 있다. 이에 따라 건설현장의 성과와 직결된 원활한 커뮤니케이션과 숙련된 기술의 유지와 관리에 대한 기업 내부의 정책적 수요가 증가하게 될 것이다.

기술 측면에서는 스마트 건설기술이 발전됨에 따라 건설현장의 자동화와 디지털화에 있어 혁신적인 변화가 예상된다. 그러나, 실제로 스마트 건설기술에 적용에 따른 공사비 상승과 스마트 건설기술의 실질적인 생산성 향상 효과에 대한 공감대가 여전히 형성되어 있지 않은 상황으로 향후 스마트 건설기술의 발전 속도와 이의 수용은 건설산업에 있어 가장 중요한 현안이 될 전망이다.

인적자원의 고령화에 따른 인적자원의 관리 요소의 증가도 새로운 도전과제다. 고령 인적자원 증가에 따른 고령 인적자원의 직무 내용, 근로시간 등 근로환경과 관련된 이슈는 물론, 고령 인적자원이 보유한 역량과 스킬의 유지 및 관리를 위한 제도 및 절차의 마련도 요구된다.

새로운 기술의 발전은 기존 경영 및 생산과정상의 관행에 대해 지속적으로 문제를 제기하고, 새로운 기술을 활용하고자 하는 기술 수용력을 갖춘 인적자원을 요구하게 되고, 인적자원관리에 있어선 미래의 인재상을 명확하게 정의하고 이에 맞는 육성시스템으로 나아가는 것이 빠르게 필요할 것이다.

최근 정부의 건설정책·제도는 품질, 안전 등 건설공사의 관리체계에 대한 책임성과 역할을 강조하는 법률과 규제가 강화되고 있다. 계속되는 안전사고와 부실시공 관련 사건들로 인하여 건설공사의 품질과 안전이 사회, 경제적인 이슈로 부상함에 따라 관련 정책·제도의 강화는 지속될 것으로 예측된다.

아울러, 불법 하도급 등 불공정한 거래 관행과 건설현장의 근로 환경개선을 위

한 정책·제도 개선도 지속될 전망이고, 건설산업의 지속가능성과 관련된 인력 및 스마트 건설 등 건설기술 관련 정책의 우선순위도 지속 높아질 것으로 전망된다. 또한, 건설근로자의 근로 환경개선을 위한 정책·제도도 지속 강화되어 오고 있는바, 건설근로자의 임금 등 복지 및 고용여건 개선 등을 강화하고 있다.

이와 함께 산업구조 개편과 관련된 업역 구조의 정착을 유도하는 관련 정책·제도 보완과 관련 입찰제도, 건설기업 평가제도의 개선도 중요한 정책·제도 개선의 대상이 될 것으로 전망된다.

전반적으로 그동안의 건설 및 부동산 정책·제도가 규제 중심의 제도로서 발전되어왔다면, 향후 건설 및 부동산 정책·제도는 시장 수요와 시장경제의 활성화에 초점을 맞추어 인력 및 기술 지원정책 및 건설생산 기반의 경쟁력 제고에 정책·제도의 목표가 설정될 전망이다.

2. 건설기업 혁신의 방향

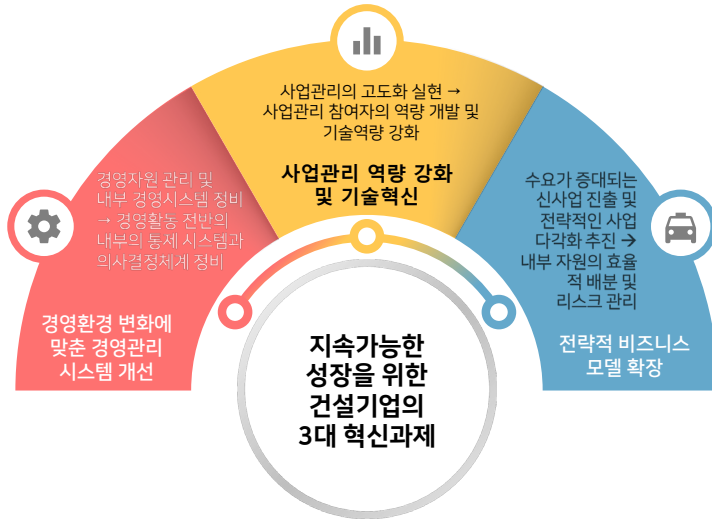
전술한 건설산업의 환경변화는 향후 지금의 속도보다 매우 빠르게 진전될 것으로 보인다. 현재의 건설산업이 안고 있는 당면 현안을 해결하면서 지속 가능한 성장을 도모하기 위해선 건설경영 환경변화에 대응하여 다음과 같은 혁신과제를 추진할 필요가 있다.

첫째, 사업관리 역량 강화 및 기술혁신이다.

건설사업의 수익성과 효율성은 사업의 기획 및 타당성 조사, 설계·엔지니어링 등 건설사업 전체 가치사슬 중 전방위 단계에서의 역량과 그에 따른 성과에서 결정된다. 즉, 전방 가치사슬 영역은 전체적인 건설사업의 성공을 좌우할 수 있는바, 이에 대한 사업관리 강화는 가장 핵심적인 사업관리 역량 강화 요소이다.

생산성 향상에 초점을 맞춘 사업관리를 강화할 필요가 있다. 일반적으로 건설

<그림 46> 건설기업의 3대 혁신 과제



생산성은 먼저 생산방식/체계의 혁신성에 의해 좌우되는데 하도급 등 생산체계 관리의 효율화와 협력적 네트워크의 강화, OSC(Off-Site Construction), 시공자동화 등 혁신적 생산시스템의 도입 등이 요구된다. 또한, 인력자원의 질은 생산성에 있어 매우 중요한 요소로서, 기술인력 및 건설근로자 등 생산과정의 인력은 물론, 사업기획·파이낸싱, 리스크 관리 등 핵심 분야의 전략적인 인력의 역량 개발을 위한 노력이 다른 어느 때보다 요구된다.

이와 함께 기술 및 정보 관리의 혁신적 개선이 필요한바, 건설사업 관련 정보관리체계의 효율화와 활용성 강화, 스마트 건설기술의 현장 활용 확대 노력이 필요하며, 건설현장 생산성 향상을 위한 내부의 공급망 관리제도 및 프로세스, 사업관리 절차의 정보화 강화 등을 통해 생산성 혁신의 기반을 강화하는 노력도 매우 중요한 사업관리 혁신 요소다.

둘째, 전략적 비즈니스모델의 확장이다.

현재의 건설기업의 비즈니스모델은 지속 성장에 한계가 있다. 기존 건설시장에

초점을 맞춘 비즈니스모델은 잠재적인 고객의 수요를 창출하고, 추가적인 부가가치를 생산하는 데 한계가 있을 수밖에 없다. 이는 기존 시장에서의 새로운 상품의 제안을 통한 장기적인 이윤 창출 가능성은 점차적으로 낮아지고 있으며, 상품의 차별화도 어려운 상황에 있기 때문이다. 특히, 현재 건설기업들은 매출액 등 외형적 성장에 초점을 맞추다 보니, 현행 사업기획, 영업, 생산 관행을 지속하려는 성향이 강하다. 이는 새로운 비즈니스모델의 창출을 어렵게 한다.

향후 건설기업의 비즈니스모델 혁신은 건설기업이 제공하고 있는 시설물이 아닌 제공하는 가치가 무엇인지, 고객 중심에서 어떻게 가치 제공을 확장해 나갈지에 대한 고민에서 출발해야 한다. 고객의 가치 입장에서 기존 공급하는 상품과 서비스를 되돌아보고, 추가적으로 혹은 새롭게 제공해야 할 상품과 서비스가 무엇인지를 고민하고, 대응해야 한다. 보다 구체적으로는 기존 매출 발생 및 이윤 창출의 방식을 고수하기보다는 수익의 발생 원천과 수익 대상, 수익창출시장, 제공하는 상품과 서비스에 대해 새롭게 검토하고, 새로운 접근전략을 마련할 필요가 있다. 가치사슬의 전략적 확장인 수직적인 다각화, 경영 안정성 제고를 위한 상품과 서비스의 범위 확장에 초점을 맞춘 수평적 다각화와 성장성과 장기적인 이윤에 초점을 맞춘 신사업 창출 노력이 필요하다.

또한, 기업 내부적으로는 새로운 상품과 서비스, 새로운 시장 창출을 가능하도록 내부의 가치사슬 구조의 재설계와 조직구성원 역량 활용을 강화하기 위한 인력의 협력네트워크 재구축이 요구된다.

셋째, 경영환경 변화에 맞춘 경영관리시스템 개선이다.

건설기업이 변화하는 경영환경에 대응하여 가장 우선적으로 고려해야 할 요소는 내부의 경영관리 시스템의 재정비다. 경영관리 시스템 개선에 있어선 먼저 적극적인 리스크 관리 및 사업운영의 안정성에 초점을 맞춘 경영원칙과 경영정책 목표를 명확히 정립하여 조직구성원들에게 전파해야 한다. 또한, 조직의 책임과 역할의 명확화로 조직경쟁력을 극대화해야 하며, 기술의 내재화를 위한 기술경영체제의 구축이 필요하다. 이를 지원하는 인적자원관리의 역할이 중요한데, 조직의 중장기적

이고 전략적인 성과에 초점을 맞춘 성과목표의 설정과 관리를 유도하고, 경영환경 변화에 대응한 성과 향상 활동에 보다 성과 보상을 강화하는 제도를 구축할 필요가 있다. 경영관리시스템 개선에 있어 가장 핵심이 되는 동력은 인적자원의 효율적인 관리로서 인적자원들이 조직에 부정적인 영향을 주는 위기 요인이나 문제의 발생 전 예측하고, 문제를 최소화하도록 하는 리스크 관리역량을 강화하고, 경영환경 변화에 맞춘 필요역량 개발에 초점을 맞춘 인력 육성 프로그램을 강화해야 한다.

- Kim, W. C. & Mauborgne, R. (2005), "Blue Ocean Strategy: How to Create Uncontested Market Space and Make the Competition Irrelevant", Boston, MA: Harvard Business School
- Darnall, N., Ji, H., Iwata, K., & Arimura, T. H.(2022), "Do ESG reporting guidelinesand verifications enhance firms' information disclosure?," CorporateSocial Responsibility and Environmental Management.
- PwC Canada(2021), 'Global Investor Survey', 『The economic realities of ESG』
- 김영국(2024), 「중소기업 ESG 대응과 사회적 가치 제고를 위한 경영방안 연구」, 법이론실무연구 제12권 제1호
- 김영덕(2024), 「건설산업의 ESG 경영 정착을 위한 가이드라인 개발 연구」, 한국건설산업연구원
- 김정훈 외(2022), 「사회혁신 분야의 사회적 가치 중심 정책 전환을 위한 연구」, 경기연구원
- 이규석(2021). "ESG 지배구조 개선과 기업가치", 한국경제연구원, KERI Brief 21(3), 2021.
- 이홍일(2024), 「건설산업 재탄생을 위한 ESG 경영의 가치 탐색」, 한국건설산업연구원