

미래 건설 기술인력의 건설산업 이미지 실태분석 및 개선방안

2021. 01.

신원상 · 오치돈 · 곽한성 · 배상희

요 약

- 본 연구는 미래 건설산업의 중요한 잠재 인력자원이라 할 수 있는 공업계 및 인문계 고등학생들의 건설산업에 대한 이미지 실태를 現 시점에서 파악하고, 개선이 시급한 부정적 이미지를 개선하는 방안을 모색하고자 수행됨.
- 본 연구의 수행을 통해 도출된 주요 결과는 다음과 같음.
 - (이미지 평가 키워드 도출) 언론매체 보도자료 분석을 통해 조사된 건설산업에 대한 이미지 키워드를 종합하여 향후 일반인 및 종사자에 대한 건설산업의 이미지 평가를 위한 키워드(대분류 3가지, 중분류 9가지, 소분류 35가지)를 도출함.
 - (고등학생의 이미지 실태분석) 이미지 평가 키워드를 토대로 고등학생들의 이미지 실태를 분석한 결과, 공업계 및 인문계 고등학생들의 공통적인 부정적 이미지는 ‘성실시공’, ‘기업윤리’, ‘근로환경’인 것으로 분석됨.
 - (국내 이미지 개선 활동의 문제점) 고등학생들을 대상으로 하고 있는 국내 기관별 이미지 개선활동의 문제점은 “고등학생들을 위한 개선활동 프로그램 절대부족”으로 조사되었고, 가장 필요한 개선활동은 “견학 및 체험활동”으로 나타남.
 - (선진국 이미지 개선활동 분석) 일본의 기관별 이미지 개선활동은 국내 기관별 이미지 개선활동과 달리, 대상의 선정이 명확하고, 기관별 특성을 반영한 활동으로 구성되어 있었음.
 - (벤치마킹 방안 마련) 국내 건설산업의 이미지 개선을 위해서는 개선활동 주체 및 운영 프로세스, 활동내용의 주체 구분, 기관별 특성에 맞는 효과적인 홍보체계 수립이 필요하다고 판단하여 이에 대한 벤치마킹 방안을 제시함.
- 본 연구에서 조사된 국내와 가장 유사한 건설 프로세스를 지니고 있는 일본의 사례는 기관별 특성을 살린 활동들이 다수 수행되고 있었으며, 국내에 벤치마킹된다면 이미지 제고에 많은 도움을 줄 것으로 판단됨.

- 특히, 기관별 운영체계 및 활동내용과 건설산업의 홍보방안은 現 고등학생들의 궁금증 해결 및 관심 유도로 미래 건설 기술인력 유입에 도움이 될 수 있을 것으로 판단되며, 부정적 이미지 개선에 효과가 있을 것으로 판단됨.

■ 본 연구를 통해 미래 건설 기술인력들의 건설산업에 대한 이미지를 파악할 수 있었고, 국내에서 수행되고 있는 기관별 이미지 개선활동의 문제점 및 개선사항을 도출할 수 있었음.

- 도출된 고등학생들의 부정적 이미지는 과거부터 건설산업에서 나타난 부정적 이미지인 부실시공, 비리/뇌물, 작업환경 등이며, 이러한 부정적 이미지 해결을 위해 국내 다양한 기관들이 노력을 기울이고 있으나 개선될 기미가 보이지 않는 것이 현실임.

■ 이러한 부정적 이미지는 혁신적인 개선방안 수립이 이루어지지 않는 한 사라지지 않고 지속될 것으로 보이며, 미래 건설산업의 우수 인력 유입에 있어 큰 장애요인으로 작용할 것으로 보임.

- 따라서 現 시점에서 건설산업에서 이루어지고 있는 이미지 개선활동의 내용, 방법, 운영체계 등을 전면적으로 살펴볼 필요가 있으며, 부족한 점을 해결할 수 있는 방안 마련이 시급해 보임.

■ 다만, 본 연구에서 제시된 사례의 벤치마킹이 원활하게 이루어지려면, 기관별로 유입하고자 하는 인식이 존재할 필요성이 있으며, 정책적으로 시행되는 방안이 뒷받침될 필요가 있음.

- 일본은 과거부터 건설산업의 이미지 해결과 젊은 인력 유입 방안 마련을 위해 다양한 기관들이 노력해 왔으며, 특히, 정부 부처 및 관련 단체의 역할에 매우 무게가 실려 있음.
- 따라서 국내에 효율적으로 정착하기 위해서는 정부 부처 및 관련 단체의 의지가 필요할 것으로 보이며, 단기적으로 개선할 것이 아닌 중·장기적인 정책적 방안이 마련되어야 한다고 판단됨.

목 차

I. 서론	1
1. 연구 배경 및 목적	1
2. 연구 범위 및 방법	4
3. 선행연구 고찰	5
II. 이론적 고찰	9
1. 이미지의 개념 및 정의	9
2. 이미지 조사 방법	10
3. 이미지의 중요성	11
III. 언론매체의 건설산업 이미지 키워드 분석	13
1. 분석개요	13
2. S.N.A. 분석방법론	14
3. 언론매체 보도자료의 이미지 키워드 분석	16
4. 新 건설산업 이미지 평가 키워드 도출	20
IV. 미래 건설 기술인력의 건설산업 이미지 실태분석	25
1. 조사개요	25
2. 건설산업의 호감도 분석	26
3. 건설 분야로의 진로 선택	29
4. 건설산업의 이미지 인식 경로	32
5. 건설산업의 이미지 평가	33

6. 국내 건설산업 이미지 개선활동의 인지도 및 필요성	40
7. 국내 건설산업 이미지 개선활동의 문제점 및 개선사항	43
8. 선진국 사례 벤치마킹 방안	49
V. 결론 및 시사점	58

I

서론

1. 연구 배경 및 목적

- 건설산업은 지난 20세기 전쟁의 폐허와 가난의 고통 속에서 국가 재건에 앞장서왔고, 올림픽 시설과 주택 200만호 건설, SOC(Social Overhead Capital) 확충 등 산업기반시설과 국민생활 기반시설을 구축하여 국가 경제성장과 국민의 삶의 질을 향상시키는 중요한 역할을 담당하여 온 국가 기간산업임.
 - 국내 건설산업은 과거부터 현재까지 주거환경개선, 서민주택건축 등으로 국민생활의 편의를 도모하고, 고속도로, 철도(KTX, SRT 등), 공항, 항만 등을 건설하여 사회에 필요한 기반시설을 구축해 옴.
 - 코로나 이전에는 해외건설공사에 대한 수주가 확대되면서 외화획득 뿐만 아니라 글로벌 인재양성 및 일자리 창출에 크게 기여함.
 - 또한, 2019년 기준 건설생산 비중은 총 GDP의 약 4.9%를 차지하고 있고, 건설투자 비중은 총 GDP의 약 14.5%로서 국가 경제에 있어 중요한 역할을 담당하는 산업¹⁾임.
- 그러나 이러한 긍정적 이미지를 가지고 있는 반면에 불법 비자금, 산재다발, 부실시공, 3D업종 등과 같은 부정적 이미지로 언론매체나 일반인 및 종사자에게 투영되고 있는 것 또한 현실임.
 - 선행연구(Lee et. al., 2016)에서 분석된 일반인의 건설산업에 대한 이미지 변화를 보면, 총 8개의 중분류 평가항목 중 2014년도와 2016년도 모두 성실시공, 기업윤리, 종사자, 근로환경 항목에서 부정적인 이미지를 가진 것으로 분석됨.
 - 선행연구(Shin et. al., 2017)에서 분석된 종사자의 건설산업에 대한 이미지 변화를 보면, 총 8개의 중분류 평가항목 중 2014년도와 2016년도에 사회공헌, 성실시공, 기업윤리, 근로환경 항목에서 부정적인 이미지를 가진 것으로 분석됨.

1) 대한건설협회, 2020년 2분기 기준 주요건설통계, 2020.8.

- 과거부터 현재까지 인식되고 있는 부정적인 이미지가 일반인 및 건설업 종사자에게 계속 각인된다면, 향후 건설 관련 정책의 원만한 추진뿐만 아니라, 종사자의 이직 현상 초래 및 젊은 건설인력 확보에 악영향을 미치게 되어 건설산업의 미래가 불투명할 것으로 예측됨.

- 특히, 인터넷 신문 및 TV 등의 언론매체에서 투영되는 건설산업의 이미지는 긍정적인 면보다 부정적인 면이 많이 보도되고 있어 일반인 및 종사자들의 건설산업에 대한 부정적인 이미지를 더욱 고착시키고 있음.
- 선행연구(Shin&Son, 2014)에서 도출된 국내 대표 언론매체 2곳의 건설산업 이미지는 총 1,958건이며, 긍정적 이미지 500건, 부정적 이미지 1,458건으로 부정적 이미지가 다수 투영된다는 결과를 도출한 바 있음.

- 특히, 우리나라의 미래 우수 인력양성의 밑거름이라 할 수 있는 청소년들에게까지 부정적인 이미지가 인식되고 있어 건설산업의 우수 인력 유입에 있어 큰 장애요인으로 작용하고 있음.

- 선행연구(Shin, 2013)에 제시된 공업계 및 인문계 고등학생들의 산업별 호감도 순위를 보면, 21개 산업 중 중위권(9위)를 차지하였으며, 대다수 건설 분야가 아닌 다른 분야로 취업을 원하는 것으로 조사됨.
- 선행연구(Shin&Son, 2017)에서는 10대 학생의 건설산업에 대한 이미지 수준이 낮은 것으로 조사되었고, 이는 ‘기업윤리’, ‘근로환경’ 부문에서 매우 부정적인 이미지를 보이는 것으로 나타남.

- 이를 해결하기 위해 국내 건설 관련 기관들에서는 다양한 프로그램을 구성하여 이미지 개선활동을 수행하고 있으나 현재 일반인 및 종사자들의 부정적인 이미지는 회복되지 않고 있으며, 여전히 부정적 인식이 크게 자리 잡혀 있는 실정임.

- 인터넷, 신문, TV 등 다양한 경로를 통해 형성되고 있는 일반인 및 종사자들의 건설산업에 대한 부정적 이미지를 해결하기 위해, 국내 건설 관련 기관들은 산업의 특성을 살려 사랑의 집짓기, 해비타트, 청소년 건설체험 캠프 등 다양한 이미지 개선활동을 각자의 방식으로 수행하고 있음.

- 그러나 현재 수행되고 있는 대부분의 개선활동들은 사회취약계층을 대상으로 한정적으로 수행되고 있고, 봉사활동 및 기업홍보를 위한 프로그램으로 구성되어 있으며, 이미지 개선활동의 불명확한 목표설정 및 홍보 미흡 등으로 인해 일반인 및 종사자들의 부정적인 이미지를 효과적으로 개선하지 못하고 있는 것이 현실임.

■ 또한, 과거 선행연구들은 다양한 방법론으로 연구를 수행하였으나 건설산업의 이미지를 평가할 수 있는 이미지 키워드가 과거 언론매체 기사를 토대로 도출되어 최신 이미지를 반영하지 못하며, 분석된 일반인 및 종사자의 건설산업 이미지가 과거에 조사된 내용이기 때문에 現 시점의 이미지를 분석하지 못한 한계점을 지니고 있음.

- 건설산업 이미지와 관련된 연구를 살펴보면, 일반인 및 종사자들을 대상으로 이미지 실태를 분석한 연구, 고등학생을 대상으로 이미지 실태를 분석한 연구, 건설산업 이미지 영향요인을 분석한 연구, 해외 사례 벤치마킹을 제시한 연구, 이미지 평가방법론을 제시한 연구로 분류됨.
- 선행연구들은 각자의 테마로 유의미한 연구를 수행하였으나 여러 한계점을 지니고 있어 과거 선행연구의 한계점을 극복할 수 있도록 하는 최신 이미지 실태를 분석할 수 있는 연구가 진행될 필요성이 있음.

■ 따라서 최근 언론매체에서 보도되고 있는 건설산업 관련 기사를 상세히 분석하여 새로운 이미지 평가 키워드를 도출할 필요가 있으며, 향후 건설 기술인력이 될 수 있는 청소년들의 건설산업에 대한 이미지를 분석하여 건설산업의 미래를 대비할 필요가 있음.

- 현재 고등학생들은 건설산업의 중요한 잠재적 자원으로써, 과거부터 건설산업의 고질병으로 존재한 건설 기능인력(숙련공) 부족 문제와 건설기술인으로서의 진출 기피 문제를 해결할 수 있는 핵심 키(key-point)라고 할 수 있음.

■ 이에 본 연구는 유능한 젊은 인력의 안정적인 수급을 위한 일환으로써 언론매체 기사 분석을 통해 도출된 이미지 평가 키워드를 토대로 미래 건설산업의 중요한 잠재 인력자원이라 할 수 있는 공업계 및 인문계 고등학생들의 건설산업에 대한 이미지 실태를 現 시점에서 파악하고, 해결이 시급한 부정적

이미지를 개선하는 방안을 모색하고자 함(<그림 1-1 참조>).

- 본 연구는 국내 건설산업과 관련된 보도에 대해 파급효과가 큰 대표적인 언론매체를 선정하여 최근 건설 관련 보도자료 분석을 통해 新 이미지 평가 키워드를 도출함.
- 또한, 과거와 현재의 고등학생들에 대한 건설산업 이미지가 어떻게 변화하고 있는지를 분석하며, 개선이 시급한 부정적 이미지 항목을 도출하여 이를 해결할 수 있는 방안을 마련하고자 함.

연구목적

공업계 및 인문계 고등학생의 건설산업 이미지 실태분석 및 제고방안 제시

미래 건설 기술인력의 안정적인 수급을 위한 기초 자료 제공(기능인 및 기술인 유입방안)

필요성

이미지 키워드의 노후화

- ✓ 최신 이미지 키워드 도출 필요
- ▶ 과거 언론매체 기사 기반 키워드



건설산업의 이미지 제고

- ✓ 부정적 이미지의 개선 필요
- ▶ 젊은 인력의 기피 산업(3D 업종 등)



선행연구의 한계점 존재

- 변화된 최신 이미지 분석 필요
- ▶ 과거에 조사된 이미지 및 평가체계



연구내용

최신 이미지 키워드 도출

- 최신 언론매체 보도기사 분석
- 新 건설산업 이미지 키워드 도출

고등학생의 이미지 분석

- 공업계 및 인문계 고등학생 설문
- 산업 호감도, 이미지 경로 및 실태

이미지 제고방안 제시

- 개선이 시급한 이미지 항목 도출
- 해외 벤치마킹 방안/정책적 방안

<그림 1-1> 본 연구의 필요성 및 목적

2. 연구 범위 및 방법

- 본 연구는 언론매체 기사 분석을 통해 도출된 이미지 평가 키워드를 토대로 공업계 및 인문계 고등학생의 現 건설산업에 대한 이미지를 분석하고, 과거와 현재의 이미지가 어떻게 변화하고 있는지를 파악하여 개선이 시급한 이미지 항목에 대한 제고방안 제시를 연구 범위로 한정함.

- 공간적 범위는 전국 공업계 및 인문계 고등학생을 대상으로 수행되므로 국내 모든 시도·군이며, 내용적 범위는 미래 건설산업의 기술인력이 될 수 있는 국내 공업계 및 인문계 고등학생이 내용적 범위에 포함됨.

- 시간적 범위는 자료들의 수집 기간 및 분석 시점에 따라 차이가 있음. 과거 분석된 설문 조사 자료는 선행연구에서 수행된 2013, 2017년도 기준의 자료이며, 본 연구에서 수행된 설문조사 자료는 2020년 12월부터 2021년 1월까지 조사된 내용임.

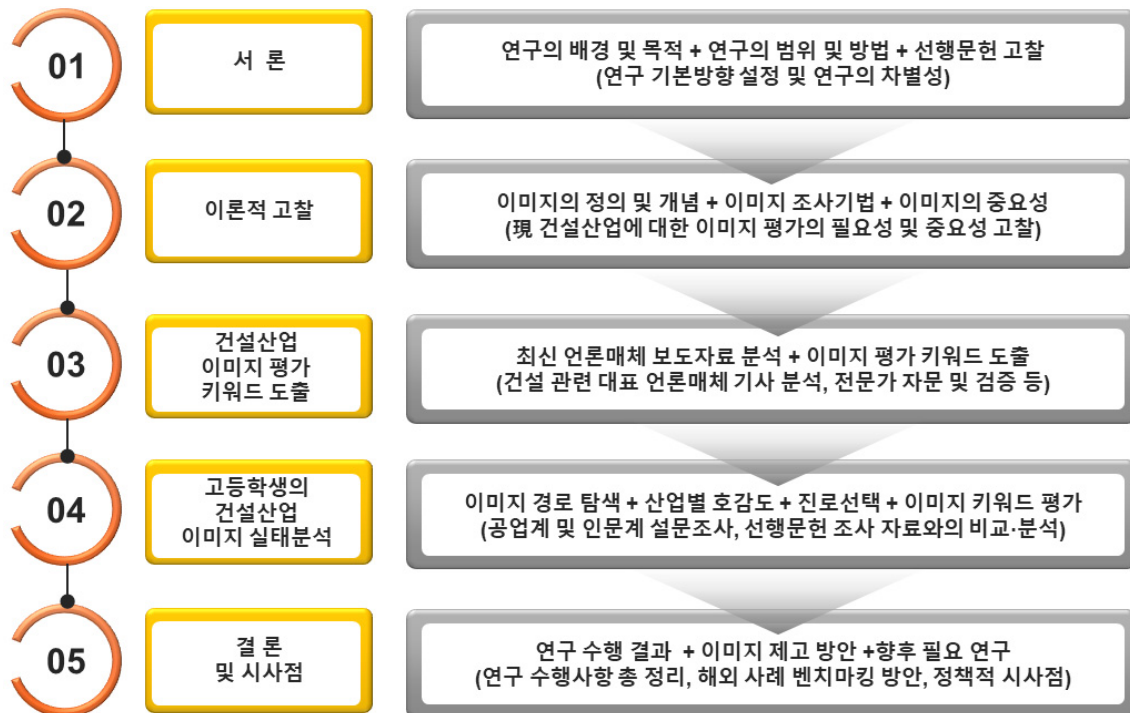
■ 본 연구의 연구 방법은 다음과 같음(〈그림 1-2 참조〉).

- 첫째, 건설산업의 이미지를 주제로 한 국내 선행연구들을 조사·분석하여 과거부터 현재까지 건설산업에 대한 이미지 연구동향을 파악하고 본 연구의 차별성을 제시함.
- 둘째, 이미지의 정의 및 개념, 이미지 조사 기법, 이미지의 중요성 등을 파악하기 위한 이론적 고찰을 실시함.
- 셋째, 과거 선행연구의 한계점을 극복하기 위해 국내 건설산업과 관련된 보도에 대해 파급효과가 큰 대표적인 언론매체를 선정하여 최근 분야별 보도자료 분석을 통해 新 이미지 평가 키워드를 도출함.
- 넷째, 건설산업의 미래 인력이라 할 수 있는 공업계 및 인문계 고등학생의 건설산업에 대한 이미지를 파악하기 위해 고등학생을 대상으로 이미지 실태 설문조사를 실시함.
- 다섯째, 설문조사로 파악된 고등학생들의 건설산업 이미지 실태를 분석하고, 과거와 비교하여 이미지 개선이 시급한 항목의 제고방안을 제시함.

3. 선행연구 고찰

■ 건설산업 이미지 관련 선행연구들은 대부분 일반인 및 종사자를 대상으로 설문조사를 통해 분석하였고, 개략적인 개선방안을 제시하거나 과거 키워드 기반의 평가방법론을 제시한 연구에 초점이 맞추어져 있음(〈표 1-1〉 참조).

- 일반인 및 종사자들을 대상으로 이미지 실태를 분석한 연구(A Group), 건설산업의 유능한 인력이 될 수 있는 고등학생을 대상으로 이미지 실태를 분석한 연구(B Group), 건설산업 이미지 영향요인을 분석한 연구(C Group), 해외 사례에 대한 벤치마킹 방안을 제시한 연구(D Group), 건설산업의 이미지를 효율적으로 평가하기 위한 방법론을 제시한 연구(E Group)로 분류됨.



<그림 1-2> 연구 방법 및 수행 프로세스

- 선행연구들은 과거에 조사된 내용을 기반으로 수행된 연구이기에 現 시점의 이미지를 분석할 수 없으며, 건설산업의 최신 이미지 키워드를 반영하지 못한 한계점을 지니고 있음.

- 따라서 기존 선행연구의 한계점을 보완하는 연구가 수행될 필요가 있으며, 특히, 미래 건설산업의 인력이 될 수 있는 고등학생에 대한 이미지를 파악하여 지속적인 문제로 손꼽히는 기능인력 수급 부족 및 진출 기피 현상을 해결할 수 있는 방안을 모색하는 연구가 시급히 진행될 필요성이 있음.

- 따라서 본 연구는 선행연구에서 분석되지 못한 새로운 건설산업 이미지 키워드를 최신 언론매체 기사를 분석하여 도출하고, 공업계 및 인문계 고등학생의 설문조사를 통해 향후 미래 인력들에 대한 건설산업의 이미지 실태를 분석하여 개선이 시급한 이미지 항목을 해결하는 방안을 제시한다는 점에서 차별성을 지니고 있음.

- 現 시점에서의 건설산업 이미지를 분석하여 향후 인력 수급 문제를 해결하고자 함.

<표 1-1> 선행연구 고찰

Group	저자	년도	주요 내용
A	Lee & Kim	1995	서울에 거주하는 일반인을 대상으로 건설업에 대한 국민경제 기여도, 사회적 공헌도, 종사자 호감도, 장래성, 도덕성에 대한 이미지를 조사하고, 건설업에 종사하는 근로자들의 취업환경 인식 조사 및 제조업과 비교·분석하여 건설업의 내·외부적 이미지 제고를 위한 단·장기적 개선방안을 제시함.
	Shin & Son	2014	일반인들의 건설업에 대한 이미지 실태 및 수준을 평가하고, 현재 수행되고 있는 이미지 개선활동에 대한 인식과 문제점을 분석하여 이에 대한 개선방향을 제시함.
	Lee et al.	2014	국내 건설현장에 종사하는 관리직 및 생산직 건설근로자들을 대상으로 현재의 직업의식 및 건설업에 대한 이미지를 분석하고, 건설관련 기관들에서 시행하고 있는 건설업 이미지 개선활동에 대한 문제점을 분석하여 이에 대한 개선방향을 제시함.
	An & Gwon	2016	시간 경과에 따라 일반국민들이 건설업에 대해 가지고 있는 이미지가 어떻게 변화하였는지를 선행연구와 비교·분석함.
	Kim & Kim	2016	건설기술자의 이미지에 대한 일반 국민과 건설기술자를 대상으로 설문조사를 실시하여 비교·분석하고 주요 특징 및 시사점을 도출함.
B	Shin & Son	2013	우수한 젊은 기능 인력의 유입을 위한 일 방안으로 실업계 및 인문계 고등학생에게 설문조사를 실시하여 건설산업에 대한 이미지 실태를 조사하고, 현재 시행되고 있는 국내 건설산업 이미지 개선활동상의 문제점을 도출하여 이를 해결할 수 있는 건설산업 이미지 제고방안을 제시함.
C	Park	2005	건설산업의 이미지에 대한 영향요인 후보군을 전문가 면담을 통해 도출하였고, 일반인 설문조사를 실시하여 파악된 영향요인들을 카이제곱검정, 상관분석, 다중선행회귀분석을 통해 주요 영향요인을 제시함.
D	Cho. et al.	2005	선행연구 이의섭(1995)의 대국민 설문조사 분석 자료를 토대로 건설산업의 이미지에 대한 인식을 파악하고, 보도 자료를 통해 건설산업과 제조업의 이미지 분석을 실시함. 또한, 일본과 한국의 이미지 개선활동을 조사하여 비교·분석함으로써 “新 3D”를 통한 국내 건설산업 이미지 제고를 위해 수행하여야 하는 기초전략을 제시함.
	Kim et al.	2008	국내 건설산업의 부정적인 이미지를 제고시키고, 긍정적인 이미지를 구축하기 위해 국내 선행연구 분석을 통해 국내 건설산업 이미지의 문제점을 파악하고, 선진국인 미국, 영국의 이미지 제고활동을 조사하여 분석함.

미래 건설 기술인력의 건설산업 이미지 실태분석 및 개선방안

E	Shin & Son	2014	분야별 전문가들의 면담조사와 국내 대표적인 언론매체의 최근 5년간 보도자료를 분석하여 건설산업에 대한 이미지를 효과적으로 평가할 수 있는 이미지 평가 키워드를 도출함.
	Shin & Son	2016	일반국민 및 종사자가 인식하고 있는 건설산업의 이미지를 효과적으로 평가할 수 있도록 평가항목들의 중요도를 도출하여 정량화하고, 다양한 건설관련 기관들이 참여하는 체계적인 이미지 평가절차를 개발함.
	Shin & Son	2017	본 연구는 국내 건설산업의 이미지 개선을 위해 일반인 및 종사자들의 이미지를 선행연구에서 개발한 평가방법론으로 분석하고, 일반인 및 종사자가 인지하고 있는 부정적 이미지와 국내 건설업 이미지 개선활동의 문제점을 해소할 수 있는 개선활동 효율화 방안의 제시함.

II

이론적 고찰

1. 이미지의 개념 및 정의

- 이미지에 대한 개념 및 정의는 여러 학자들의 다양한 정의가 있음. 본 연구에서는 다양한 이미지의 개념 및 정의를 살펴보고, 건설산업에 있어 이미지가 얼마만큼 중요한 요소인지를 파악하고자 함.
 - 본래 이미지(Image)는 ‘모방하다’라는 의미로써 라틴어 ‘Imago’와 ‘Imitatio’에서 유래됨. 국내 학자들에 의한 이미지 정의는 다음과 같음.
 - 김은영(1991)은 사고, 취향에 따라 편집되고 만들어진 그 사람에 대한 생각의 덩어리, 특유한 감정, 고유한 느낌, 타인이 보고 느낀 모습이라고 정의함.
 - 정순태(1991)은 심리적으로 볼 때, 이미지는 사람이 어떤 대상에 대해 품고 있는 기성 개념으로써 영상이며, 이는 지각적인 것과 감정적인 것이 결합된 상태로 파악되며 객관적인 것이라기보다는 주관적인 것이라 할 수 있다고 정의함.
 - 김혜리 외1인(2011)은 어떤 사물이나 사람이 봤을 때, 떠오르는 단어, 감정, 생각, 느낌의 총체이며, 상대의 주관에 의해 지각되고 경험과 심리상황 등과 같이 여러 가지 요인에 의해 다르게 형성되는 하나의 상이라고 정의함
 - 본 연구의 기반이 되는 건설산업 이미지에 대한 선행연구의 정의를 살펴보면, 박민제(2005)는 건설산업에 대한 이미지를 선행연구 중, Kotler(2000)와 박흥규(2001)의 견해에 대한 인자를 포함시켜 건설인을 포함한 일반인이 건설과 관련된 모든 개체에 대해 가지는 신념이라고 정의함.
- 이처럼 국내 학자들의 연구에 의한 이미지의 정의들은 다방면으로 이용되고 있으나, 이미지가 갖는 정의는 주관적인 요소로써 정량적인 답을 갖기에 매우 어려움이 있으며, 학자들의 견해로 정확한 정의와 개념에 대한 다소 차이가 발생하는 것으로 조사됨.

- 국외 학자들의 연구에 의한 이미지 정의를 보면, 국내에서의 이미지 정의와 비슷하게 다양한 개념 및 정의를 제시하고 있으며, 견해에도 다소 차이가 있는 것으로 나타남.

■ 이에 본 연구에서는 다양한 이미지의 개념 및 정의를 건설산업에 대한 초점으로 맞추기 위해 상위 연구들에서 정의한 이미지를 기반으로 건설산업에 대한 이미지를 건설업에 종사하고 있는 근로자와 일반인들에게 나타나는 주관적인 생각이라고 정의함(<표 2-1>).

- 이는 본 연구에서 수행하게 되는 고등학생 설문조사에서 응답 되는 건설산업의 연상 이미지 단어 도출 항목과도 연결되는 사안임.

<표 2-1> 국외 연구의 이미지 개념 및 정의

연구자	내 용
Boulding K.E.(1956)	이미지는 상황에 대해 나타나는 우리의 신념이며 모델인 것이고 대상으로 하는 사상을 파악하여 인식할 때, 마음속에 품는 인상에 대한 심적 연상 등으로 정의
Boorstin DJ.(1961)	이미지를 가관념이라고 하는데, 이는 특정 사건에 대한 참되고 진실된 면을 보여주기보다는 조작되고 단편적인 면을 보여준다는 것.
Kepes Gyorgy (1983)	이미지에 대한 개념과 특성은 실체가 아닌 사람 마음속에 형성된 직관과 감정의 세계를 의미
Rawson P. (1987)	이미지는 능동적인 시각적 활동의 산물이나, 이는 모든 시각적 구성요소들을 모아 집중시키는 통일된 통합정보 몇 개의 두드러진 특징으로 단순화시켜 구조적으로 파악하려는 것.
Gruning, J.E.(1993)	커뮤니케이터에 의해 수용자라고 불리어지는 사람들을 대상으로 계획되거나 주어지는 그 어떤 것이 이미지
Moffitt, M.A.(1994)	이미지는 조직의 텍스트와 환경적, 개인적인 요인들 간에 상호작용하는 여러 개의 변인들이 인상을 형성해가는 과정의 산물
Kotier, P. (2000)	이미지란, 한 개인이 특정 대상에 대해 가지는 신념, 아이디어, 인상의 총체

2. 이미지 조사 방법

■ 이미지를 조사하는 방법에는 <표 2-2>와 같이, 투영법, 연상법, 평정법, 심층면접법, 집단토의법, 시맨틱디퍼렌셜법, CIP법의 7가지가 이용됨.

- 이는 이미지라는 정성적인 인자를 정량적으로 측정할 수 있도록 하는 방법임.

- 본 연구에서는 고등학생들에게 건설산업에 대한 이미지를 긍정적/부정적 항목으로 조사하기 위해 연상법(Association test), 평정법(Range Test), 시맨틱디퍼렌셜법(Semantic differential method)을 혼합하여 사용함.

<표 2-2> 이미지 조사방법론

조사방법	내용
투영법 (Projective Technique)	<ul style="list-style-type: none"> · 대상자가 눈치채지 못하게 테스트를 통해서 품고 있는 이미지를 알아 내는 조사방법 · 롤사허검사, 약화법, 문장완성법 등
연상법 (AssociationTest)	<ul style="list-style-type: none"> · 상품, 기업명을 제시하고 무엇을 연상하는가를 묻는 방법 · 생각나는 대로 대답하는 자유연상법과 미리 한정된 이미지 요인에 대해서 가부를 말하게 하는 제한연상법
평정법 (Range Test)	<ul style="list-style-type: none"> · 제한연상법의 회답에 정도를 도입하여 5단계, 7단계 등의 척도로 평정하는 방법
심층면접법 (Depth Interview Method)	<ul style="list-style-type: none"> · 개인을 면접함으로써 표면에 나타나지 않는 소비자의 심리를 알아보려는 조사방법
집단토의법 (Group Interview)	<ul style="list-style-type: none"> · 복수의 사람이 모여 저마다 다른 입장에서 감상이나 분석을 발표하게 하는 조사방법
시맨틱디퍼렌셜법 (Semantic Differential Method)	<ul style="list-style-type: none"> · 어떤 개념을 의미적으로 식별하는 방법. · 크다↔작다, 밝다↔어둡다 등의 반대어를 설정하고, 조사대상이 선택한 결과를 도표화·수량화함.
CIP법 (Compony Image Profile Test)	<ul style="list-style-type: none"> · 기업이 필요하다고 판단되는 이미지 항목을 설정하고, 연상되는 것을 검토한 후 연상률을 도표화하여 기업이미지를 도시하고 비교하는 방법

3. 이미지의 중요성

- 현재 건설산업의 3D업종, 부실시공, 불법 비자금, 산재다발 등의 부정적인 이미지가 어느 정도의 영향력을 가지고 있는지는 건설산업에 대한 부정적인 이미지의 지속 여부에 있어 중요한 사항이라 할 수 있음.
 - 이미지는 어느 특정 대상에 속성들에 따라 전반적인 영향을 받게 되어 이미지를 형성하게 되고, 그 속성들이 얼마나 큰 영향을 가지고 있는지에 따라 특정대상에 대한 형성된 이미지의 지속여부가 결정됨.

- 또한, 한번 형성된 이미지는 지속적으로 고정되는 것이 아니라 어떠한 계기를 통해 또는 시간이 지남에 따라 변화할 수 있음.
 - 이에 현재 건설산업의 이미지를 개선하여 긍정적인 이미지로 탈바꿈한다면 건설산업의 발전에 한층 나아질 수 있는 계기가 될 것이라고 사료됨.
 - 김혜리 외 1인(2011)은 긍정적인 이미지를 구축하려면 이미지 형성요소(Image building factors)인 내적 이미지, 외적 이미지, 음성·언어 표현적 이미지, 사회적 이미지의 개념을 확실히 이해하여 개선시킬 수 있는 방안을 강구하는 것이 반드시 필요하다고 평가함.
- 이에 본 연구에서는 상위 제시한 이미지 형성 요소 중, 내부 이미지와 외적 이미지의 개선을 통해 유능한 젊은 기능인력의 부족 및 산업에 대한 진출 기피 문제를 해결할 수 있는 방안을 제시하고자 함.
 - 내적으로는 건설산업의 부정적인 이미지에 대한 영향을 경감시키고, 긍정적인 이미지의 상승효과를 기대할 수 있도록 함.
 - 외적으로는 건설산업으로 진로의 선택이 가능한 실업계 및 인문계 고등학생을 조사대상으로 연구를 수행함.

III

언론매체의 건설산업 이미지 키워드 분석

1. 분석개요

- 언론매체 보도자료의 내용은 언론매체의 특성에 따라 긍정적 또는 부정적 이미지 및 일반정보 등으로 다양하게 기사화될 수 있음.

- 본 연구에서는 건설산업에 대한 보도내용의 쏠림현상을 배제하기 위해, 국내 종합 일간지 중 보수 또는 진보의 관점이 없고, 건설 관련 기사의 영향력이 가장 큰 e대한경제(前 건설경제)를 연구대상으로 함.
- 분석된 보도자료의 분야는 건설산업의 정책/제도, 공사계약, 전문/설비, 설계/감리, 엔지니어링, 기술, 자재, 인테리어, 전기/통신/소방, 에너지, 국토개발, 노동/안전 분야와 해외뉴스의 해외건설 분야로 설정함.

- 본 연구는 건설 분야 언론매체 중 전달의 파급효과가 큰 매체의 보도자료를 분석하여 내포된 現 시점의 건설산업 이미지를 도출하고, 일반인 및 종사자가 인식하고 있는 이미지를 평가할 수 있는 新 키워드 분류체계를 재구성함.

- 본 연구는 SNA 기법으로 언론매체 보도자료의 긍정적/부정적 이미지를 도출하고, 향후 이미지를 평가할 수 있는 키워드 분류체계를 재구성함.
- 이미지 키워드를 본 연구의 대상인 고등학생이 아닌 일반인 및 종사자용으로 구성된 이유는 어느 누구나가 이미지 평가에 참여할 수 있도록 하는 가장 일반적인 키워드 구성을 위함이며, 고등학생이 일반인에 포함되어 있어 평가에는 별다른 영향이 없을 것으로 판단하였기 때문임.

- 이미지 평가 키워드를 도출하기 위한 세부적인 연구 방법은 다음과 같음.

- 첫째, 연구대상인 언론매체를 건설 분야에서 다양한 내용을 심도 있게 전달하고 있고 영향력이 큰 e대한경제신문으로 선정함.

- 둘째, 언론매체 보도자료에서 제시된 건설산업의 긍정적/부정적 이미지를 SNA 기법을 통해 분석함.
- 셋째, 現 언론매체의 이미지가 실제 일반인 및 종사자에게 어떻게 전달되고 있는지를 파악할 수 있도록 지원하는 이미지 평가 키워드를 제시함.

■ 본 연구에서는 이미지 키워드 도출을 위해 언론매체에서 보도하고 있는 기사 8,886건을 2020년 6월 ~2020년 9월까지 총 4개월간 조사·분석함.

- 온라인 기사의 헤드라인부터 중간타이틀 내용을 토대로 조사되었고, Excel 프로그램을 통해 문장의 키워드 도출을 위한 전처리과정을 수행함.
- 중간타이틀 이상의 기사 내용을 분석범위로 선정한 것은 일반인 및 종사자들에게 시각적으로 강하게 각인되는 부분이라 판단되기 때문임.
- 이미지 키워드의 도출을 위해 다수의 키워드 분석에 효율적이고, S.N.A 분석이 가능하며, 시각적 효과가 우수한 Net-miner 프로그램을 활용함.

<표 3-1> 조사 및 분석개요

구분	내용
조사대상	건설경제신문에 '19.08.~'20.07에 보도된 기사 8,886건
조사 및 분석 기간	2020년 06월 ~ 2020년 09월(4개월간)
조사 및 분석 방법	일일 온라인 기사 조사 및 Net-Miner 프로그램을 통한 분석
조사 및 분석 내용	건설산업의 긍정적/부정적 이미지 분석 및 평가 키워드 도출

2. S.N.A. 분석방법론

■ 사회적 네트워크 분석(Social Network Analysis : SNA)은 다양한 유형의 연결 관계(조직, 사람, 지식 등)를 노드, 링크 등에 의해 구조적으로 표현하고, 그 상세 속성들을 분석하여 분석대상의 구조를 최적화할 수 있는 방안을 예측하는 방법론임.

- 이 방법론은 과거부터 현재까지 군사학, 경영학, 교육학, 공학 등의 분야에서 유용하게 활용되고 있으나 건설 분야에서의 활용은 아직 매우 드문 실정임.

■ 본 연구에서는 언론매체의 건설산업 이미지를 도출하기 위해 SNA의 다양한 분석방법론 중, 수많은 데이터의 정보를 분석하여 영향력 있는 주요 요인을 도출할 수 있는 중심성(Centrality) 및 응집성(Clustering) 분석방법론으로 연구를 수행함.

- 중심성 분석은 어떤 노드가 가장 중요한 노드인지를 찾고, 네트워크 구조가 얼마나 소수의 중요한 노드에게 집중되어 있는지 집중화 정도를 파악할 수 있는 분석임.
- 응집성 분석은 전체 네트워크가 어떤 그룹으로 구성되어 있는지를 찾고, 하위그룹 간의 관계를 통해 네트워크의 특징을 파악할 수 있는 분석임.

■ S.N.A. 분석방법론은 다음과 같은 식에 의해 수행됨.

① Degree Centrality

$$D.C. = d(n_i) / (g - 1) \quad (1)$$

$d(n_i)$ = 노드 n 의 degree, g = 전체 노드 수

② Betweenness Centrality

$$B.C. = \frac{\sum_{j>k} g_{jk}(n_i) / g_{jk}}{[(g-1)(g-2)/2]} \quad (2)$$

g_{jk} = 노드 j 와 k 를 연결하는 최단 경로의 개수

$g_{jk}(n_i)$ = 상기 경로 중 노드 i 를 거치는 경로의 수

③ Clustering Index(SMI)

$$SMI = \frac{\in_{side Link Density} - Outside Link Density}{\in_{side Link Density} + Outside Link Density} \quad (3)$$

3. 언론매체 보도자료의 이미지 키워드 분석

- 본 연구에서는 언론매체 보도자료의 건설산업 이미지의 영향력을 분석하기 위해 SNA 분석 프로그램인 Net-Miner를 활용하였으며, 효율적인 분석을 위해 해당 매체 기사의 분류체계, 선행연구(Shin & Son, 2014)의 이미지 평가 키워드(32개), 전문가 자문을 통한 추가 키워드를 변수로 입력하여 분석함.
- 중심성은 Degree Centrality, Betweenness Centrality, 응집성은 Clustering Index(SMI)를 토대로 분석함.
- 언론매체 보도자료는 긍정적 기사 2,208건, 부정적 기사 1,583건, 정보 알림 기사 5,095건으로 조사됨.
- 긍정적 기사는 기사가 발전, 향상, 성장, 개화 등의 긍정적 내용을 포함할 경우이며, 부정적 기사는 기사가 낙후, 저감, 문제, 퇴화 등의 부정적 내용을 포함할 경우로 분류함.
- 정보 알림 기사는 긍정적/부정적 내용을 포함하지 않고, 실제 발생한 정보를 일반인 및 종사자에게 전달하는 목적으로 작성된 기사로 분류함.

(1) 긍정적 이미지

- 긍정적 기사(2,208건)에 대한 중심성을 분석한 <그림 3-1>의 내용을 보면, 다양한 기사 분류체계 중, 건설산업(Degree: 1,975) 및 해외건설(110)과 관련된 보도자료로 네트워크를 형성하고 있음을 볼 수 있음.
- 중심성 분석 결과를 보면(<그림 3-1> 참조), 건설산업 분야의 기사는 정책/제도(636), 공사계약(450), 기술(258), 설계/감리(211), 자재(210), 경제(118) 기사를 중심으로 네트워크를 형성하고 있었으며, 해외건설은 해외건설수주(162) 기사를 다수 보도하고 있는 것으로 나타남.
- 응집성을 분석한 결과, 총 8가지의 클러스터가 도출되었고, 그 중 <그림 3-1>에 나타난 4번째 클러스터가 Modularity¹⁾ 10.10으로 강한 응집성을 보여 본 연구에서는 해당 클

1) Modularity는 Division Strength를 측정하기 위한 것으로서, 값이 클수록 클러스터 내 밀도는 높고

러스터로 분석을 수행함.

- 클러스터 추출 결과를 보면, 주요 4개 그룹(G1, G2, G3, G4)이 형성되었고, 응집도 분석에서 고려해야 하는 그룹 내 밀도(SMI²)는 4개 그룹 모두 0.6이상으로 나타나 그룹 내 밀도가 높은 수준으로 분석됨.
- 응집성 분석은 보다 효율적인 분석을 위해 도출된 기사의 Degree에 대한 크기순으로 분석을 수행하였으며, 건설산업 분야의 기사는 정책/제도(In-out degree: 0.3)와 공사계약(0.2)이 연관성이 높은 것으로 나타남.
- 정책/제도의 기사는 키워드 분류체계 중 정책·제도(0.2)에 세부 키워드인 재정지원(0.6)과 밀접한 관계성을 보이고 있음. 이는 최근 정부의 정책/제도가 건설산업의 재정지원에 초점이 이루어지고 있고, 긍정적 평가를 받고 있어 나타난 결과라 판단됨.
- 또한, 공사계약의 기사는 경제발전(0.4)에 세부 키워드인 경기회복(0.8)과 밀접한 관계성을 보이고 있음. 이는 최근 공사계약이 다수 이루어졌으며, 이를 통해 경제발전 효과를 보여 긍정적 평가를 받은 것으로 판단됨.

(2) 부정적 이미지

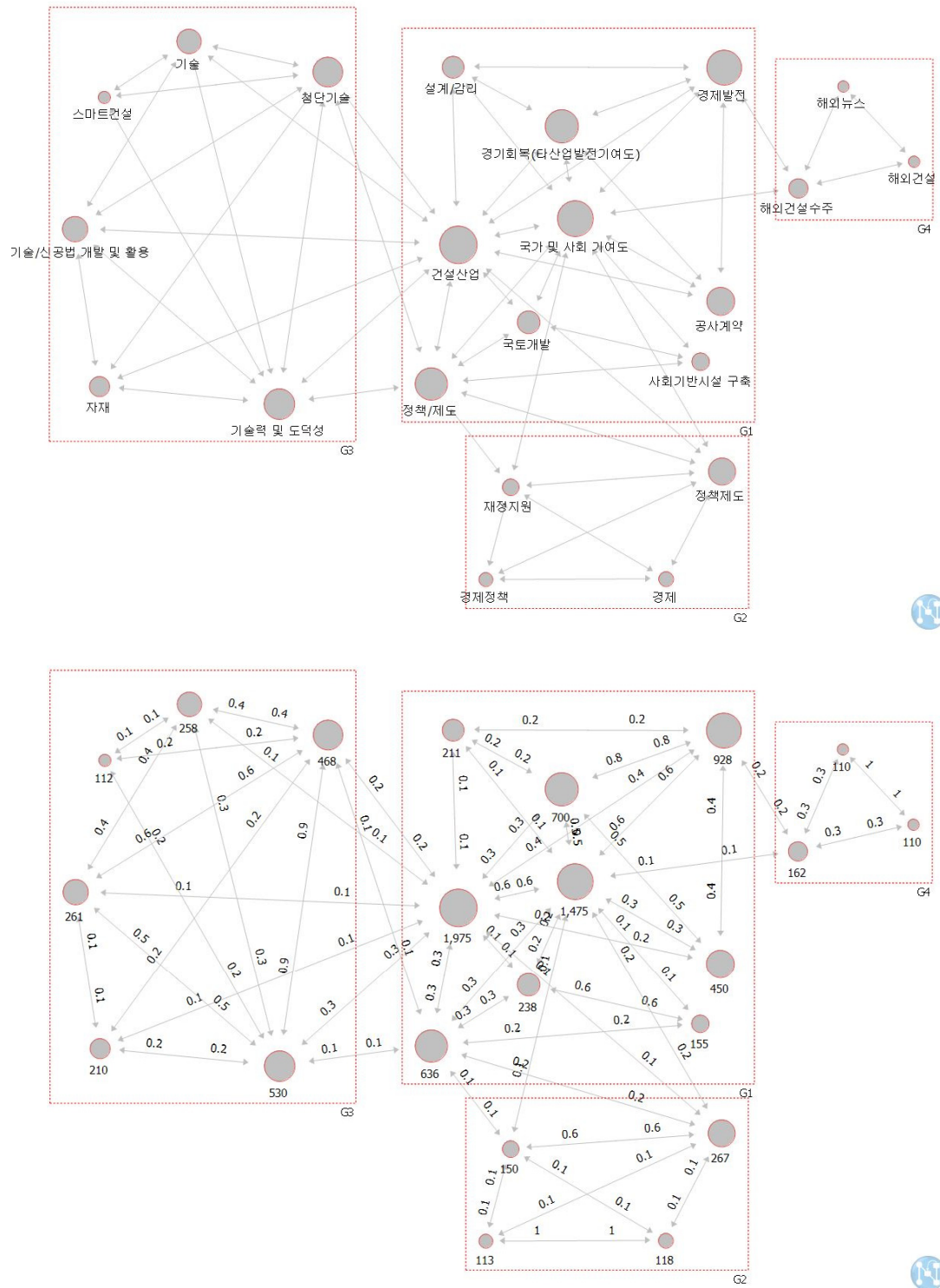
■ 부정적 기사(1,583건)에 대한 중심성을 분석한 <그림 3-2>의 내용을 보면, 다양한 기사 분류체계 중, 건설산업(Degree: 1,354)과 관련된 보도자료로 네트워크를 형성하고 있음.

- 중심성 분석 결과를 보면(<그림 3-2> 참조), 건설산업 분야의 기사는 정책/제도(591), 자재(211), 공사계약(208), 경제(179), 기술(110) 기사를 중심으로 네트워크를 형성하고 있었음.
- 응집성을 분석한 결과, 총 8가지의 클러스터가 도출되었고, 그 중 <그림 3-2>에 나타난 6번째 클러스터가 Modularity 6.247로 강한 응집성을 보여 본 연구에서는 해당 클러스터로 분석을 수행함.

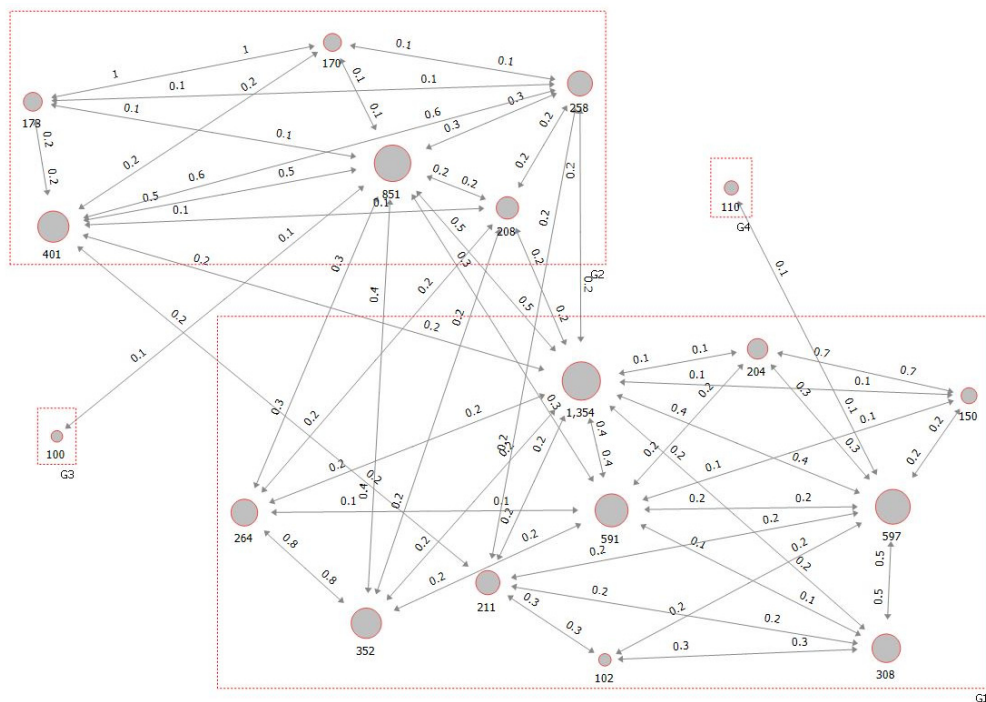
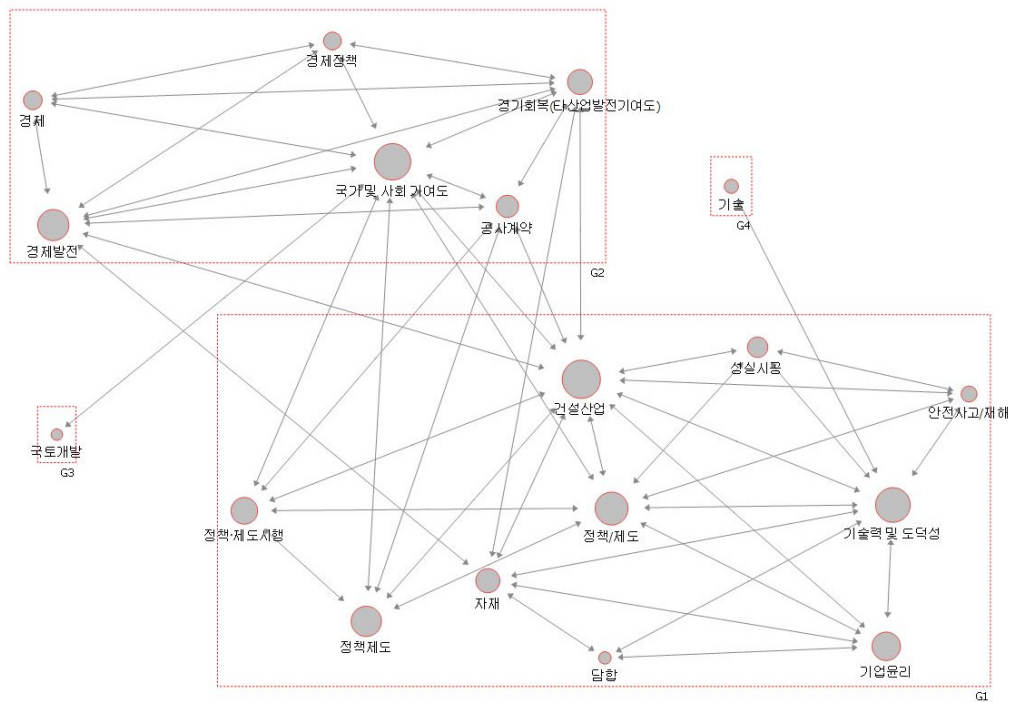
클러스터 간 밀도는 낮은 것을 의미함. Modularity값은 $3.75 \leq \text{Score}$: Excellent, $2.75 \leq \text{Score} < 3.75$: Good, $1.25 \leq \text{Score} < 2.75$: Normal, $\text{Score} < 1.25$: Bad로 판단함.

- 2) 그룹 외 링크 밀도와 그룹 내 링크 밀도의 비율을 말하며, -1~1사이의 값을 가지고, -1에 가까울수록 그룹 외 링크 밀도가 높고, 1에 가까울수록 그룹 내 링크 밀도가 높다는 의미임.

미래 건설 기술인력의 건설산업 이미지 실태분석 및 개선방안



<그림 3-1> 언론매체 보도자료의 긍정적 이미지 키워드 분석
(SMI: G1-0.677, G2-0.870, G3-0.833, G4-0.932)



<그림 3-2> 언론매체 보도자료의 부정적 이미지 키워드 분석
(SMI: G1-0.561, G2-0.677)

- 클러스터 추출 결과를 보면, 주요 4개 그룹(G1, G2, G3, G4)이 형성되었고, 응집도 분석에서 고려해야 하는 그룹 내 밀도(SMI)는 4개 그룹 모두 0.5이상으로 나타나 그룹 내 밀도가 높은 수준으로 분석³⁾ 됨.
- 응집성 분석 결과를 보면, 정책/제도(In-out degree: 0.4)와 공사계약(0.2), 자재(0.2)가 가장 연관성이 큰 것으로 나타남.
- 정책/제도의 기사는 키워드 분류체계 중 정책·제도(0.2)에 세부 키워드인 정책·제도시행(0.8)과 밀접한 관계성을 보이고 있음. 이는 現 정부가 시행한 건설 관련 정책·제도가 부정적인 면을 내포하고 있어 비판적 기사가 보도된 결과라 판단됨.
- 또한, 공사계약의 기사는 경제발전(0.6)에 세부 키워드인 경기회복(0.2)과 밀접한 관계성을 보이고 있음. 이는 최근 코로나19로 인해 공사계약이 원활하게 이루어지지 않고, 경기침체가 발생할 것으로 예측하는 다수의 기사 때문에 나타난 결과라 판단됨.
- 추가적으로 부정적 기사에서는 건설산업에 대한 보도자료 중, 성실시공(0.3)과 기업윤리(0.5)에 대한 기사도 다수 보도된 것으로 나타남.
- 키워드 분류체계 중 성실시공은 안전사고/재해(0.7), 기업윤리는 담합(0.3)과 밀접한 관계성을 보임. 이는 과거부터 지속되어 온 안전사고/재해가 최근에도 지속적으로 발생하고 있고, 자재(철근, 시멘트 등) 및 장비(레미콘 등)와 관련된 담합이 다수 발생하여 나타난 결과라 사료됨.

4. 新 건설산업 이미지 평가 키워드 도출

- 본 연구에서는 언론매체 보도자료 분석을 통해 조사된 건설산업에 대한 이미지 키워드를 종합하여 향후 일반인 및 종사자에 대한 건설산업의 이미지 평가를 위한 키워드를 제시함.

- 해당 키워드는 과거 선행연구(Shin & Son, 2014)에서 도출한 이미지 키워드를 기반으로 구성하였으며, 최근 기사에서 보도된 내용의 신규 트렌드 및 전문가 면담으로 도출된

3) 본 연구에서는 기사 분야와 세부 기사 내용과의 관계를 중점적으로 분석하기에 두 가지 내용이 도출되지 않은 G3, G4를 제외하여 분석함.

키워드를 추가하여 분류체계를 재구성함(〈표 3-2〉 참조).

- 최종 도출된 분류체계는 전문가 5인에게 최근 기사들의 키워드를 제시한 후, 각 키워드의 적정성을 검증하여 선정하는 방식으로 수행됨.

- 전문가 5인이 선정한 다수의 키워드를 토대로 수정·보완해야 하는 내용을 자문함.

- 전문가 5인은 최신 기사로 도출된 이미지 키워드 전체적인 평가가 필요하다고 하였으나 일부 키워드에 대해서는 수정·보완해야 한다는 의견이 있었음.

- 대·중·소 분류체계는 적절하게 구분되었다는 의견으로 통합되었고, 신문 기사의 빈도수에 국한하지 않고 전체적으로 이미지가 어떠한지를 평가해야 한다는 추가 의견이 있었음.

- 신문 기사의 빈도수는 해당연도의 이슈, 정치적 성향, 기술 개발 등에 따라 상이할 수 있고, 해당연도의 이슈가 된 사항을 도출할 때는 활용성이 있으나 전체적인 산업에 대한 이미지를 대표한다고 볼 수 없어 빈도수를 키워드 선정에 반영하지 않음.

- 총 도출된 이미지 평가 키워드는 대분류 3가지, 중분류 9가지, 소분류 35가지의 구성체계를 갖도록 구성하였으며, 수정·보완된 사항은 〈표 3-2〉와 같음.

- 기존 국토개발 항목의 지역개발(재개발/재건축)에 대한 키워드는 도시재생 항목을 추가한 내용으로 보완됨.

- 기존 사회공헌 항목의 일반 사회봉사활동 및 문화체험 봉사활동으로 구분되었던 이미지 키워드를 일반 사회봉사활동(문화체험 포함)으로 통합함.

- 최근 신문 기사 분석으로 도출된 정책/제도 항목의 법령 제·개정, 정책·제도 시행, 재정 지원에 대한 키워드를 신규로 추가함.

- 기존 첨단기술 항목의 에너지 저감 및 친환경 건축으로 구분되었던 이미지 키워드를 친환경 건설로 수정·통합함.

- 기존 첨단기술 항목의 초고층 빌딩에 대한 이미지 키워드를 랜드마크(초고층 빌딩 등)로

수정함.

- 기존 기업윤리 항목의 비리/뇌물 및 부동산 투기로 구분되었던 이미지 키워드를 비리/뇌물(부동산 투기 등)으로 통합함.
- 최근 신문 기사 분석으로 도출된 기업윤리 항목의 법령위반에 대한 키워드를 신규로 추가함.
- 최근 신문 기사 분석으로 도출된 근로환경 항목의 인재양성에 대한 키워드를 신규로 추가함.
- 종사자 및 근로환경은 그대로 유지하되 조사 시 기술인 및 기능인을 별도로 조사함.

■ 이미지 키워드는 해당 키워드가 부정적인 의미를 가지고 있다고 하여 부정적인 이미지로 표현될 수가 없는 주관적인 요소임.

- 다시 말해서, “노가다”란 단어가 부정적 키워드일 수 있으나 누군가가 평가했을 때, 부정적인 이미지로 평가되지 않을 수도 있다는 것이라는 의미임.
- 또한, 긍정적 키워드도 누군가가 평가했을 때, 긍정적 이미지가 아닌 부정적 이미지로 평가될 수 있다는 점임(ex: “고용 창출”이란 키워드는 긍정적 키워드이나 건설산업에서 고용 창출이 안될 시에는 부정적 이미지를 지닐 수 있음.).

■ 이에 본 연구에서는 도출된 이미지 평가 키워드(35가지)가 내포한 이미지가 긍정적인지 부정적인지를 판단하기 위해 4장에서 공업계 및 인문계 고등학생들을 대상으로 이미지 평가⁴⁾를 실시함.

- 이는 現 미래 건설인력에 대한 건설산업의 이미지 실태를 파악할 수 있도록 하며, 인력 확보를 위해 정책적 추진을 어떠한 부분에서 시행해야 하는지를 도출하는 기초자료가 될 수 있다고 판단됨.
- 또한, 미래 건설산업에서 준비해야 하는 과제 해결방안을 도출할 수 있다고 판단됨.

4) 이미지 평가는 Likert Scale을 사용하며, 부정적 이미지(+1, +2), 보통(+3), 긍정적 이미지(+4, +5)으로 구성함.

<표 3-2> 新 건설산업 이미지 평가 키워드 도출과정

대분류	중분류	소분류	빈도수 (개)	전문가 선정 키워드					수정·보완 내용	선정 여부
				A	B	C	D	E		
국가 및 사회 기여도 (4)	경제 발전 (4)	경제성장	60	○	○	○		○		○
		경기회복	1,183	○	○	○	○	○		○
		해외건설수주	242	○	○	○	○	○		○
		고용 창출	119	○	○	○	○	○		○
	국토 개발 (3)	사회기반시설 구축	590	○	○	○	○	○		○
		지역개발(재개발/재건축/도시재생 등)	164	○	○	○	○	○	내용 보완	○
		주거환경개선	157	○	○	○	○	○		○
	사회 공헌 (2)	일반 사회봉사활동	27		○	○		○	병합 필요	○
		문화체험 지원활동	2	○	○	○		○		
		기술지원 봉사활동	12		○	○		○		
	정책 /제도 (3)	법령 제·개정	126	○		○	○	○	신규	○
		정책·제도 시행	935	○		○	○	○	신규	○
		재정지원	261	○		○	○	○	신규	○
기술력 및 도덕성 (3)	첨단 기술 (4)	신기술/신공법 활용	623	○	○	○	○	○		○
		에너지 저감	53	○		○		○	병합 및 수정 필요	○
		친환경 건설	84	○	○	○		○		
		랜드마크(초고층빌딩 등)	11		○	○		○	내용 수정	○
		스마트 건설	220	○	○	○	○	○	신규	○
	성실 시공 (3)	부실시공	17		○	○		○		○
		안전사고/재해	205	○	○	○	○	○		○
		민원발생	50	○	○	○		○		○
	기업 윤리 (5)	비리/뇌물	60	○	○	○		○	병합 필요	○
		부동산 투기	30	○		○		○		
		담합	115	○	○	○	○	○		○
		부실경영	130	○	○	○	○	○		○
		환경파괴	33	○	○	○		○		○
		법령위반	34	○	○	○		○	신규	○

미래 건설 기술인력의 건설산업 이미지 실태분석 및 개선방안

종사자 및 근로환경 (2)	종사자 (4)	장래성(발전가능성)	12		○	○		○	기술인 및 기능인 구분 분석 필요	○
		성실성(책임감)	8		○	○		○		
		전문성(기술능력)	73	○	○	○		○		
		도덕성(청렴성)	19		○	○		○		
	근로 환경 (7)	임금	50	○	○	○		○		○
		복리후생	41	○	○	○		○		○
		근로시간	14		○	○		○		○
		작업안전	26	○		○		○		○
		작업환경(3D업종)	26	○	○	○		○		○
		고용구조(고용불안정)	48	○	○	○		○		○
		인재양성	91	○	○	○		○	신규	○

IV

미래 건설 기술인력의 건설산업 이미지 실태분석

1. 조사개요

- 본 연구에서는 건설산업으로의 진로를 선택할 수 있는 전국의 공업계 및 인문계 고등학생들을 대상으로 설문조사를 실시하여 현재 건설산업 이미지에 대한 실태를 분석함.
- 조사대상은 건설 관련 학과를 재학하고 있는 공업계 고등학생과 인문계 고등학생임.
- 이 중 공업계 고등학생은 건설 관련 학과(건축과, 토목과 등)에 재학 중인 학생들임.
- 조사기간은 2020년 12월 14일부터 12월 21일까지이며, 조사방법은 코로나19로 인해 직접 학교를 방문하지 못하는 관계로 온라인 설문조사를 통해 수행됨.
- 조사내용은 총체적인 건설산업의 이미지, 종사자(관리직 및 생산직 근로자)의 이미지, 이미지 인식 경로, 호감도, 진로 선택 여부, 건설산업 이미지 키워드 평가, 건설산업 이미지 개선활동의 문제점 및 개선사항 등으로 구성함.
- 건설산업 이미지 키워드 평가는 3장에서 도출된 키워드를 토대로 수행되었으며, 긍정적/부정적 이미지 판별을 위해 5점척도(1:매우부정적, 3:보통, 5:매우긍정적)로 조사됨.

<표 4-1> 조사개요

구분	내용
조사대상	· 전국의 공업계 및 인문계 고등학교 재학생 - 공업계 고등학생 130명 - 인문계 고등학생 702명 - 총 832명
조사 및 분석 기간	2020년 12월 14일 ~ 2020년 12월 21일(1주일간)
조사 및 분석 방법	온라인 설문조사
조사 및 분석 내용	· 건설산업의 호감도 및 진로 선택 여부 · 이미지 인식 경로 · 건설산업의 이미지 키워드 평가 · 건설산업 이미지 개선활동의 문제점 및 개선사항

2. 건설산업의 호감도 분석

- 본 절에서는 공업계 및 인문계 고등학생들이 건설산업에 대해 어느 정도의 호감도를 지니고 있는지를 파악함(<표 4-2>).
 - 조사는 타 산업들과의 비교하였을 때, 어느 정도의 호감도를 지니고 있는지를 비교·분석하기 위해 제10차 한국표준산업분류표(대분류)를 활용함.
 - 학생들에게 호감도 높은 산업 5개를 조사한 후, 산업별 빈도 순위가 가장 높은 산업을 1순위로 하여 나열하는 방식으로 분석을 수행함.
- 공업계 고등학생들의 호감도 순위 결과를 보면, “예술, 스포츠 및 여가 관련 서비스업”, “전문, 과학 및 기술 서비스업”, “교육 서비스업”의 순으로 호감이 높은 것으로 나타났으며, 건설산업은 21개 산업 중 5순위로 조사됨.
 - 공업계 고등학교의 건설산업이 상위권에 랭크된 결과는 학교 내에서 건설 관련 이론 및 실습 교육을 받는 공업계 고등학교의 특성상 나타난 결과라 판단됨.
 - 그러나 실질적인 교육을 받고 있는 공업계 고등학교의 학생들이 건설산업을 첫 번째로 호감을 지니고 있지 않은 사항은 건설산업에 대한 이미지가 많이 실추되어 있다는 것으로 이에 대한 개선이 시급하다고 사료됨.
- 인문계 고등학생들의 결과를 보면, “전문, 과학 및 기술 서비스업”에 가장 높은 호감을 보였고, “교육 서비스업”, “예술, 스포츠 및 여가 관련 서비스업”의 순으로 조사되었고, 건설산업의 경우, 타 산업과 비교했을 시, 중위권인 8위의 호감도로 나타남.
 - 이는 인문계 고등학교는 다양한 방면의 꿈을 가지고 진로를 선택함에 있어 나타난 결과라 사료되나, 현재 건설산업에 대한 이미지의 영향도 어느 정도 있다고 판단되어 이를 개선하여 호감도를 높일 수 있는 방안이 필요하다고 사료됨.
- 건설산업에 대한 공업계 및 인문계 고등학생들의 호감도 종합 순위는 8위로 나타나 상위권으로 도약하도록 하는 방안 모색이 필요한 것으로 조사됨.

<표 4-2> 고등학생들의 산업별 호감도 순위

제10차 한국표준산업분류표		공업계 (순위/명)	인문계 (순위/명)	종합 (순위/명)
A	농업, 임업 및 어업	13 (22)	13 (124)	14 (146)
B	광업	21 (5)	21 (26)	21 (31)
C	제조업	8 (39)	14 (115)	13 (154)
D	전기, 가스, 증기 및 공기 조절 공급업	6 (43)	11 (139)	11 (182)
E	수도, 하수 및 폐기물 처리, 원료재생업	16 (17)	16 (63)	16 (80)
F	건설업	5 (44)	8 (177)	8 (221)
G	도매 및 소매업	14 (20)	15 (69)	15 (89)
H	운수업 및 창고업	19 (13)	20 (34)	20 (47)
I	숙박 및 음식점업	11 (30)	10 (170)	9 (200)
J	정보통신업	4 (49)	5 (265)	5 (314)
K	금융 및 보험업	6 (43)	6 (235)	6 (278)
L	부동산업	12 (29)	12 (126)	12 (155)
M	전문, 과학 및 기술 서비스업	2 (53)	1 (388)	1 (441)
N	사업시설관리, 사업 지원 및 임대 서비스업	17 (15)	18 (59)	18 (74)
O	공공행정, 국방 및 사회보장 행정	9 (34)	7 (220)	7 (254)
P	교육 서비스업	2 (53)	2 (375)	2 (428)
Q	보건업 및 사회복지 서비스업	10 (33)	4 (284)	4 (317)
R	예술, 스포츠 및 여가 관련 서비스업	1 (65)	3 (351)	3 (416)
S	협회 및 단체, 수리 및 기타 개인 서비스업	18 (14)	17 (62)	17 (76)
T	가구 내 고용활동 및 달리 분류되지 않은 자가소비 생산활동	20 (10)	19 (51)	19 (61)
U	국제 및 외국기관	15 (19)	8 (177)	10 (196)

- 이러한 건설산업 호감도 순위 선택에 영향을 미친 원인을 조사한 결과, 긍정적 원인은 “국민 주거문화의 질을 향상시키는 역할을 담당하고 있어서”, 부정적 원인은 “부실공사, 안전사고 등을 많이 유발하는 일이어서”라는 의견이 대다수를 차지하고 있음.

- 긍정적 원인은 “국민 주거문화의 질을 향상시키는 역할을 담당하고 있어서”, “도심의 아름다운 건축물 및 경관을 창조하고 있어서”, “국민생활을 편리하게 하는 공공시설들을 건설하고 있어서”의 순으로 조사됨(<표 4-3> 참조).
- 부정적 원인은 “부실공사, 안전사고 등을 많이 유발하는 일이어서”, “다른 산업에 비해 더럽고, 어렵고, 위험한 일이어서”라는 의견이 대다수를 차지함(<표 4-4> 참조).

<표 4-3> 건설산업 호감도 순위 선정의 긍정적 원인

(단위: 명)

항목	공업계	인문계	종합
국민 주거문화의 질을 향상시키는 역할을 담당하고 있어서	28	187	215
해외건설수주를 통해 외화를 벌어들이는 역할을 담당하고 있어서	6	45	51
국가 경제발전을 위한 인프라시설을 구축하고 있어서	25	94	119
도심의 아름다운 건축물 및 경관을 창조하고 있어서	29	135	164
초고층건물, 대형교량 등을 안전하게 만드는 전문기술을 지니고 있어서	19	97	116
국민생활을 편리하게 하는 공공시설들을 건설하고 있어서	22	142	164
기타의견	1	2	3
합계	130	702	832

<표 4-4> 건설산업 호감도 순위 선정의 부정적 원인

(단위: 명)

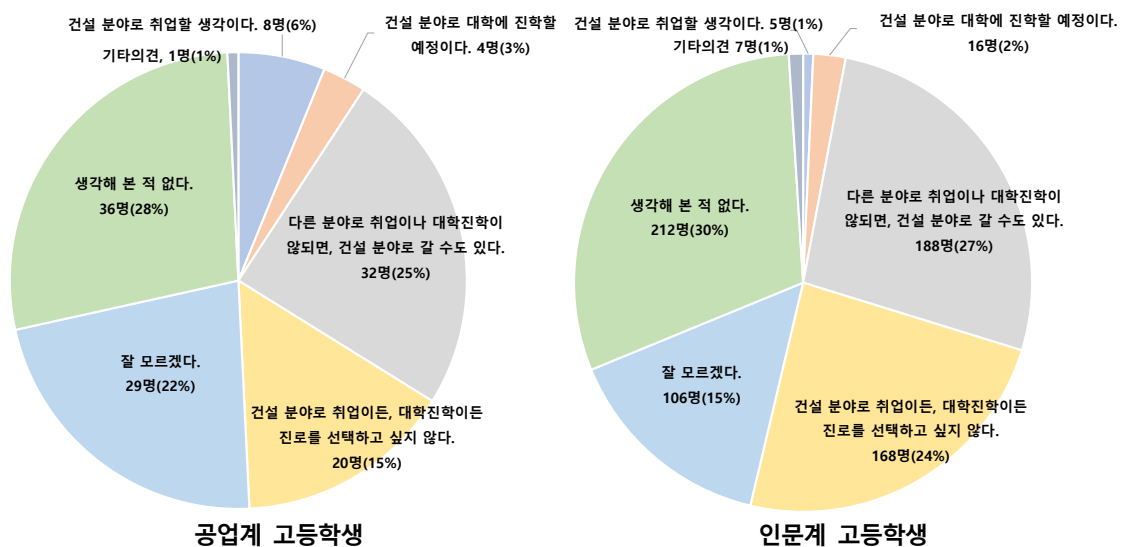
항목	공업계	인문계	종합
다른 산업에 비해 더럽고, 어렵고, 위험한 일이어서	30	182	212
미래에 대한 장래성이 없는 일을 하고 있어서	8	62	70
환경파괴, 민원발생 등을 많이 유발하고 있어서	15	71	86
첨단산업이 아닌 후진적인 일이어서	7	30	37
기술발전의 가능성이 없어서	6	16	22
부실공사, 안전사고 등을 많이 유발하는 일이어서	46	255	301
뇌물, 비자금 등과 같은 비리가 많이 발생하는 일이어서	15	68	83
기타의견	3	18	21
합계	130	702	832

3. 건설 분야로의 진로 선택

■ 고등학생들의 건설산업에 대한 진로 선택 여부를 조사한 결과, <그림 4-1>과 같이, 공업계 및 인문계 고등학생들은 건설 분야로의 진로를 선택하고 있지 않은 것으로 나타남.

- 공업계 및 인문계 고등학생 중 건설 분야로 취업하거나 대학진학을 선택한 비율은 각각 9%, 3%로 미미했으며, 공업계 15%, 인문계 24%의 학생이 건설 분야로의 취업 및 대학진학을 하고 싶지 않다는 의견을 보임.
- 또한, 타 분야로의 취업이나 대학진학이 되지 않으면, 건설 분야로 진로를 선택할 수도 있다는 의견이 공업계 12명(25%), 인문계 21명(27%)로 나타나 과거 타 분야로의 진출이 안될 시 마지막 경로로 건설산업을 택하는 방식이 현재에도 발생하고 있음을 알 수 있음.
- 이러한 고등학생의 진로 선택은 젊은 인력들의 기피 현상이 심각한 수준이며, 상황이 지속될 시 건설산업의 미래를 불투명하게 할 수 있다는 것을 입증하는 자료라 할 수 있음.

■ 따라서 現 고등학생들이 건설산업으로 진로 선택을 할 수 있도록 유도하는 방안이 마련될 필요성이 있다고 판단됨.



<그림 4-1> 공업계 및 인문계 고등학생의 건설 분야로의 진로 선택 여부

- 특히, 공업계 고등학생들은 호감도 순위는 상위권(5위)으로 조사되었으나 진로 선택을 하지 않는다는 점에서 대책 마련이 시급한 수준임을 볼 수 있음.

■ 건설산업이 아닌 타 산업으로의 진로를 이유는 <표 4-5>와 같이, 대부분의 학생들이 “적성에 맞지 않고, 소질이 없어서”, “부실공사, 안전사고 등을 많이 유발하고, 이미지가 좋지 않아서”, “근무조건이나 작업환경이 타 산업에 비해 열악한 3D업종이라서”의 이유로 타 산업으로의 진로를 선택하는 것으로 조사됨.

- 실질적으로 건설 관련 교육을 받는 공업계 고등학생들도 인문계 고등학교와 동일한 결과가 나타남에 있어 건설산업에 대해 적성을 찾아주고, 능력을 길러주는 교육 프로그램들의 구성이 필요하다고 판단됨.
- 또한, 적성 및 소질에 대한 의견을 제외한 현재 투영되고 있는 건설산업의 부정적인 이미지에 대한 의견들의 통계적 유의성이 크게 나타났기 때문에 이미지 제고방안의 모색이 더욱 시급하다고 사료됨.

■ 이에 본 연구에서는 고등학생들에게 향후 건설산업의 부정적인 이미지가 개선될 시, 건설 분야로의 진로 선택 의향을 조사함.

- 이는 이미지 개선을 통해 건설산업의 진로 선택 유도가 가능한지를 분석하고자 함임.

<표 4-5> 타 산업으로의 진로 선택 이유

(단위: 명)

항목	공업계	인문계	종합
적성이 맞지 않고, 소질이 없어서	43	260	303
근무조건이나 작업환경이 타 산업에 비해 열악한 3D업종이라서	16	138	154
생태계를 파괴하는 환경파괴 산업이라서	4	23	27
첨단산업이 아니고, 기술발전의 가능성이 없어서	7	20	27
미래에 대한 장래성이 없는 직업이라서	8	58	66
부실공사, 안전사고 등을 많이 유발하고, 이미지가 좋지 않아서	39	139	178
부모님의 반대로	4	30	34
TV나 영화 등에서 뇌물, 비자금 등의 비리가 많은 직업으로 소개되어서	4	13	17
기타의견	5	21	26
합계	130	702	832

- <표 4-6>을 보면, 공업계 고등학생들은 “건설산업에 대한 현재의 부정적인 이미지가 개선된다면, 건설 분야로 취업 또는 대학에 진학할 생각이 있다.”는 의견이 가장 많은 것으로 나타났으며, 인문계 고등학생들은 “건설업에 대한 현재의 부정적인 이미지가 개선되더라도, 건설 분야로 취업 또는 대학에 진학할 생각이 없다.”는 의견이 가장 많은 것으로 조사됨.

- 인문계 고등학교의 경우, 진로 선택의 범위가 실업계 고등학교와 같이 한정적이지 않는다는 점에서 차 순위인 “건설업에 대한 현재의 부정적인 이미지가 개선된다면, 건설 분야로 취업 또는 대학에 진학할 생각이 있다.”의 의견 또한, 통계적인 유의성을 지닌다고 판단하여 건설산업의 부정적인 이미지 개선을 시행한다면 유능한 젊은 인력을 확보할 수 있다고 사료됨.

- 공업계 및 인문계 고등학생들이 최초 조사된 진로 선택 여부(<그림 4-1> 참조)에 비해 부정적 이미지 개선할 시 건설산업으로의 진로 선택 여부가 많아진 것을 볼 수 있음.

- 최초 조사된 진로 선택 여부는 공업계 9%, 인문계 3% 수준이었으나 부정적 이미지를 개선할 시 공업계 31%, 인문계 30% 수준으로 높아짐.
- 진로 선택의 범위가 다양하다는 점을 고려해 볼 때, 국내 전체 고등학생을 건설산업으로 유입하는 것은 불가능한 사항임.

<표 4-6> 이미지 개선 시 진로 선택 여부

(단위: 명, %)

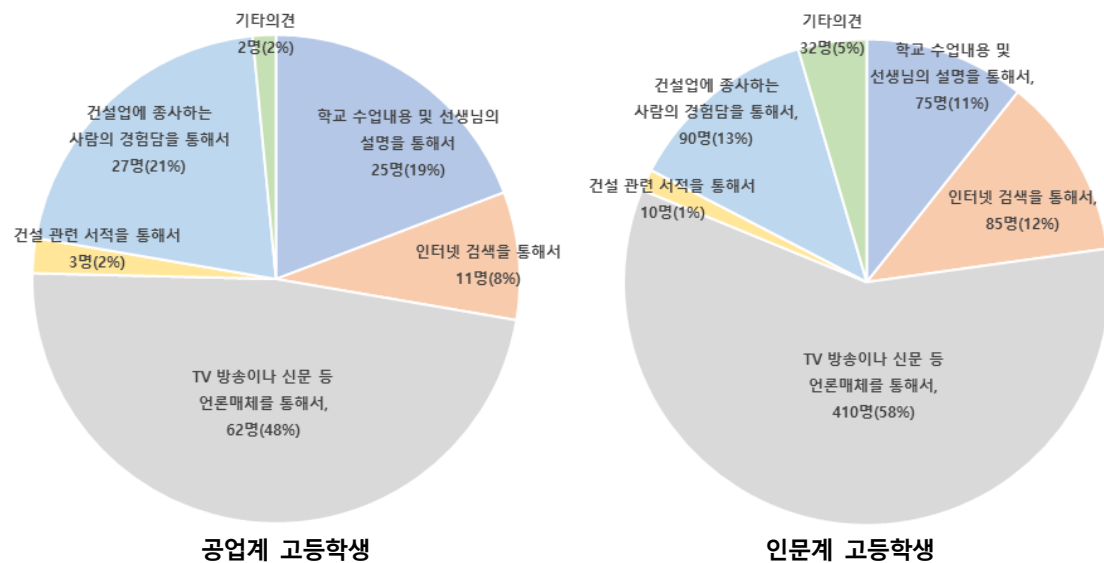
항목	공업계	인문계	종합
현재에도 건설산업에 대해 긍정적인 이미지를 가지고 있으므로, 건설 분야로 취업 또는 대학에 진학할 생각이 있다.	15 (12%)	57 (8%)	72 (9%)
건설산업에 대한 현재의 부정적인 이미지가 개선된다면, 건설 분야로 취업 또는 대학에 진학할 생각이 있다.	40 (31%)	209 (30%)	249 (30%)
건설산업에 대한 현재의 부정적인 이미지가 개선되더라도, 건설 분야로 취업 또는 대학에 진학할 생각이 없다.	37 (28%)	265 (38%)	302 (36%)
잘 모르겠다.	36 (28%)	167 (24%)	203 (24%)
기타의견	2 (2%)	4 (1%)	6 (1%)
합계	130 (100%)	702 (100%)	832 (100%)

- 단, 이미지 개선을 통해 젊은 인력을 유입 및 확보할 수 있다면, 어떠한 부분의 이미지가 제고되어야 하는지를 파악하여 이를 해결하기 위한 방안을 마련할 필요성이 있음.
- 따라서 본 연구에서는 3장에서 도출된 건설산업 이미지 평가 키워드를 토대로 세부 이미지 분석을 수행함.

4. 건설산업의 이미지 인식 경로

■ 본 절에서는 앞서 조사된 산업 호감도, 진로 선택 여부 등의 사유가 건설산업의 이미지와 관련이 있다는 점을 고려하여 공업계 및 인문계 고등학생들의 건설산업 이미지 인식 경로를 조사함. <그림 4-2>의 결과를 보면, 대부분 학생들은 “TV방송이나 신문 등의 언론매체”를 통해 건설산업에 대한 이미지를 접하는 것으로 나타남.

- 공업계 고등학교의 경우, “건설업에 종사하는 사람의 경험담을 통해서”와 “학교 수업내용 및 선생님의 설명”의 의견도 다수를 차지하고 있었음.
- 이는 공업계 고등학교에서 시행하는 인턴쉽 등을 통해 건설산업에 대한 상세한 지식을 얻을 수 있고, 건설산업에 대한 궁금한 사항들을 선생님을 통해 전달받기에 나타난 결과라고 판단됨.
- 인문계 고등학교의 경우, “건설업에 종사하는 사람의 경험담을 통해서”, “인터넷 검색을 통해서”, “학교 수업내용 및 선생님의 설명”이라는 의견도 다수를 차지하고 있었음.
- 이는 인문계 고등학교에서는 진로선택의 효율성을 위해 해당 산업 종사자의 초청강연을 시행하고, 학생 본인의 진로 탐색 및 선생님과 진학 상담을 자주 하기에 나타난 결과라 판단됨.
- 기타의견으로는 “주변의 공사현장을 통해서”, “주변의 랜드마크 건물을 통해서”, “부모님을 통해서”, “친지나 친척을 통해서” 등의 의견이 있었음.
- 이러한 결과를 종합해 보면, 現 고등학생들의 건설산업 이미지 형성에 가장 영향을 미치는 경로는 언론매체 보도자료라는 결과를 도출할 수 있음.



<그림 4-2> 공업계 및 인문계 고등학생의 건설산업 이미지 인식 경로

5. 건설산업의 이미지 평가

■ 본 장에서는 고등학생들의 건설업에 대한 이미지를 정량적으로 평가하기 위해 3장에서 언론매체 보도자료 및 전문가 면담조사를 통해 도출된 건설업 이미지 평가 키워드를 활용하여 이미지 평가를 수행함.

- 본 연구에서 활용된 건설업 이미지 평가 키워드는 <표 4-7>에 나타난 바와 같이 대분류 3개, 중분류 9개, 소분류 35개로 구성되어 있다. 이미지 평가는 Likert Scale 5점 척도 (1: 매우 부정적, 3: 보통, 5: 매우 긍정적)를 활용하여 수치가 작을수록 부정적 이미지, 수치가 클수록 긍정적 이미지가 높은 것으로 평가를 수행함.

(1) 공업계 고등학생

■ <표 4-7>의 대분류 평가 결과를 보면, 공업계 고등학생들은 ‘국가 및 사회 기여도’ 및 ‘종사자 및 근로환경’은 긍정적 이미지를 지니고 있었으나 ‘기술력 및 도덕성’은 부정적 이미지를 가지고 있는 것으로 나타남.

- 이러한 결과는 과거부터 각인된 건설산업 및 생산직 근로자에 대한 부정적 이미지가 그대로 공업계 고등학생에게 투영되고 있는 결과이며, 최근 발생한 사건/사고 등에 대한

영향력이 높아 나타난 결과라고 판단됨.

- 중분류 항목을 살펴보면, ‘첨단기술’, ‘국토개발’, ‘경제발전’, ‘사회공헌’, ‘종사자(관리직)’, ‘정책/제도’, ‘종사자(생산직)’, ‘근로환경(관리직)’ 순으로 긍정적 이미지가 강한 것으로 평가되었고, ‘기업윤리’, ‘성실시공’, ‘근로환경(생산직)’ 순으로 부정적 이미지가 강한 것으로 평가됨.

- 중분류 항목의 평가 결과는 전체적으로 긍정적 이미지를 지니고 있었으나 ‘기업윤리’, ‘성실시공’ 항목에서 부정적 이미지가 큰 것으로 나타남.

- 소분류 항목을 살펴보면, ‘전문성(관리직)’, ‘스마트 건설’, ‘친환경 건설(에너지 저감 등)’, ‘랜드마크(초고층빌딩)’ 등의 항목에서 강한 긍정적 이미지를 가지는 것으로 평가되었고, ‘비리/뇌물(부동산 투기 포함)’, ‘법령위반’ 항목에서 강한 부정적 이미지를 가지는 것으로 조사됨.

- 특히, 중분류 ‘기업윤리’ 항목인 ‘비리/뇌물(부동산 투기 포함)’ ‘담합’, ‘부실경영’, ‘환경파괴’, ‘법령위반’ 항목과 ‘성실시공’ 항목인 ‘부실시공’, ‘안전사고/재해’, ‘민원발생’ 항목은 매우 강한 부정적 이미지를 가지고 있는 것으로 조사됨.

- 또한, 중분류 ‘근로환경(생산직)’ 항목의 소분류 항목인 ‘임금’, ‘복리후생’, ‘근로시간’, ‘작업안전’, ‘작업환경(3D업종)’, ‘고용구조(고용불안정)’, ‘인재양성’ 항목도 강한 부정적 이미지로 나타남.

- 이러한 결과는 공업계 고등학생의 측면에서 볼 때, 관리직 근로자의 전문성(기술능력)이 우수하다고 느끼고 있고, 최근 스마트 건설 및 친환경 건설에 대한 정책/제도 추진이 활발하게 진행되고 있으며, 과거부터 지속되어 온 일용직 근로자의 근로환경 문제가 해결되지 못해 나타난 결과라고 판단됨.

- 소분류 항목 중 특이한 점은 중분류 ‘근로환경(관리직)’ 항목의 소분류 항목인 ‘고용구조(고용불안정)’ 항목에서 부정적 이미지가 확인된 점임.

- 이는 최근 코로나19로 인해 전체 산업 및 건설산업 내 종사하는 관리직 근로자들이 다수 구조 조정될 수 있다는 보도자료 내용과 건설산업의 특성상 현장 채용 등에 따른 계약직 근로자들의 고용구조가 많아 나타난 결과라 판단됨.

<표 4-7> 공업계 고등학생의 건설산업 이미지 평가 결과

대분류	평가점수	중분류	평가점수	소분류	평가점수
국가 및 사회 기여도	3.64▲	경제발전	3.72▲	경제성장	3.75▲
				경기회복	3.62▲
				해외건설수주	3.76▲
				고용 창출	3.76▲
		국토개발	3.81▲	사회기반시설 구축	3.80▲
				지역개발(재개발/재건축/도시재생 등)	3.81▲
				주거환경개선	3.81▲
		사회공헌	3.64▲	일반 사회봉사활동(문화체험 포함)	3.67▲
				기술지원 봉사활동	3.61▲
		정책/제도	3.40▲	법령 제·개정	3.40▲
				정책·제도 시행	3.43▲
				재정지원	3.38▲
기술력 및 도덕성	2.94▼	첨단기술	3.86▲	신기술/신공법 활용	3.81▲
				친환경 건설(에너지 저감 등)	3.88▲
				랜드마크(초고층빌딩 등)	3.85▲
				스마트 건설	3.89▲
		성실시공	2.54▼	부실시공	2.48▼
				안전사고/재해	2.47▼
				민원발생	2.66▼
		기업윤리	2.42▼	비리/뇌물(부동산 투기 포함)	2.26▼
				담합	2.75▼
				부실경영	2.37▼
				환경파괴	2.44▼
종사자 및 근로환경	관리직	종사자	3.60▲	장래성(발전가능성)	3.42▲
				성실성(책임감)	3.61▲
				전문성(기술능력)	3.91▲
				도덕성(청렴성)	3.44▲
		근로환경	3.11▲	임금	3.30▲
				복리후생	3.22▲
				근로시간	3.02▲
				작업안전	3.02▲
	생산직	종사자	3.37▲	작업환경(3D업종)	3.04▲
				고용구조(고용불안정)	2.98▼
				인재양성	3.21▲
		근로환경	2.84▼	장래성(발전가능성)	3.18▲
				성실성(책임감)	3.45▲
				전문성(기술능력)	3.52▲
				도덕성(청렴성)	3.32▲
				임금	2.95▼
				복리후생	2.84▼
				근로시간	2.81▼
				작업안전	2.72▼
				작업환경(3D업종)	2.78▼
				고용구조(고용불안정)	2.79▼
				인재양성	2.96▼

※ ▲ : 긍정적 이미지, ▼ : 부정적 이미지

(2) 인문계 고등학생

■ <표 4-8>의 대분류 평가 결과를 보면, 인문계 고등학생들은 ‘국가 및 사회 기여도’ 및 ‘종사자 및 근로환경(관리직)’은 긍정적 이미지를 지니고 있었으나 ‘기술력 및 도덕성’ 및 종사자 및 근로환경(생산직)’은 부정적 이미지를 가지고 있는 것으로 나타남.

- 공업계 고등학생과 다른 점은 생산직 근로자의 ‘종사자 및 근로환경’ 항목에서 부정적 이미지를 지니고 있다는 점이며, 이는 생산직 근로자로 진출 가능성이 있는 공업계 고등학생과 달리 대다수 대학교 진학을 고민하는 인문계 고등학생의 관점에서 평가된 결과라고 판단됨.

■ 중분류 항목을 살펴보면, ‘첨단기술’, ‘국토개발’, ‘경제발전’, ‘종사자(관리직)’, ‘사회공헌’, ‘정책/제도’, ‘종사자(생산직)’ 순으로 긍정적 이미지가 강한 것으로 평가되었고, ‘기업윤리’, ‘성실시공’, ‘근로환경(생산직)’, ‘근로환경(관리직)’ 순으로 부정적 이미지가 강한 것으로 평가됨.

- 중분류 항목의 평가 결과는 공업계 고등학생과 유사하게 대부분 항목에서 긍정적 이미지를 지니고 있었으나 ‘근로환경’ 항목에서 관리직과 생산직의 차이 없이 부정적 이미지를 가지고 있는 것으로 나타남.

■ 소분류 항목을 살펴보면, ‘친환경 건설(에너지 저감 등)’, ‘스마트 건설’, ‘지역개발’, ‘주거환경개선’, ‘신기술/신공법 활용’ 등의 항목에서 강한 긍정적 이미지를 가지는 것으로 평가되었고, ‘비리/뇌물(부동산 투기 포함)’, ‘안전사고/재해’, ‘법령위반’, ‘환경파괴’ 등의 항목에서 강한 부정적 이미지를 가지는 것으로 조사됨.

- 공업계 고등학생과 다른 점은 중분류 항목 중 관리직 근로자의 ‘근로환경’ 항목에서 ‘임금’을 제외하고 모두 부정적 이미지를 지니고 있다는 점과 생산직 근로자의 ‘종사자’ 항목에서 ‘장래성(발전가능성)’ 부문을 부정적으로 바라보고 있다는 점임.
- 이는 본인들이 진로 선택 가능성이 있는 관리직 근로자의 근로환경이 타 산업에 비해 좋지 않고, 만족하지 못해 나타난 결과라 판단됨.

<표 4-8> 인문계 고등학생의 건설산업 이미지 평가 결과

대분류	평가점수	중분류	평가점수	소분류	평가점수
국가 및 사회 기여도	3.62 ▲	경제발전	3.67 ▲	경제성장	3.75 ▲
				경기회복	3.58 ▲
				해외건설수주	3.74 ▲
				고용 창출	3.62 ▲
		국토개발	3.91 ▲	사회기반시설 구축	3.87 ▲
				지역개발(재개발/재건축/도시재생 등)	3.93 ▲
				주거환경개선	3.92 ▲
				일반 사회봉사활동(문화체험 포함)	3.60 ▲
		사회공헌	3.58 ▲	기술지원 봉사활동	3.55 ▲
				법령 제·개정	3.30 ▲
				정책·제도 시행	3.36 ▲
				재정지원	3.36 ▲
기술력 및 도덕성	2.79 ▼	첨단기술	3.94 ▲	신기술/신공법 활용	3.91 ▲
				친환경 건설(에너지 저감 등)	4.00 ▲
				랜드마크(초고층빌딩 등)	3.89 ▲
				스마트 건설	3.96 ▲
		성실시공	2.23 ▼	부실시공	2.19 ▼
				안전사고/재해	2.10 ▼
				민원발생	2.39 ▼
		기업윤리	2.21 ▼	비리/뇌물(부동산 투기 포함)	2.04 ▼
				담합	2.54 ▼
				부실경영	2.21 ▼
				환경파괴	2.14 ▼
종사자 및 근로환경	관리직	종사자	3.52 ▲	장래성(발전가능성)	3.36 ▲
				성실성(책임감)	3.59 ▲
				전문성(기술능력)	3.86 ▲
				도덕성(청렴성)	3.26 ▲
		근로환경	2.81 ▼	임금	3.01 ▲
				복리후생	2.94 ▼
				근로시간	2.72 ▼
				작업안전	2.60 ▼
	생산직	종사자	3.23 ▲	작업환경(3D업종)	2.76 ▼
				고용구조(고용불안정)	2.66 ▼
				인재양성	3.00
		근로환경	2.62 ▼	장래성(발전가능성)	2.94 ▼
				성실성(책임감)	3.35 ▲
				전문성(기술능력)	3.44 ▲
				도덕성(청렴성)	3.17 ▲
				임금	2.77 ▼
				복리후생	2.71 ▼
				근로시간	2.55 ▼
				작업안전	2.39 ▼
				작업환경(3D업종)	2.57 ▼
				고용구조(고용불안정)	2.51 ▼
				인재양성	2.83 ▼

※ ▲ : 긍정적 이미지, ▼ : 부정적 이미지

(3) 고등학생 종합(공업계 + 인문계)

■ 본 항에서는 전체 고등학생들이 인지하고 있는 건설산업에 대한 이미지를 파악하기 위해 공업계 및 인문계 고등학생들의 이미지 평가 결과를 종합하여 분석함.

- 이는 대상별 부정적 이미지를 개선할 수 있는 방안 수립도 필요하나, 부족한 건설산업의 수요를 생각할 시 전체 고등학생들이 인지하고 있는 중복된 부정적 이미지가 우선적으로 해결되어야 한다고 판단되어 이에 대한 분석을 수행함.

■ <표 4-9>의 대분류 평가 결과를 보면, 고등학생들은 ‘국가 및 사회 기여도’ 및 ‘종사자 및 근로환경’ 항목에서는 긍정적 이미지를 지니고 있었으나 ‘기술력 및 도덕성’ 항목은 부정적 이미지를 가지고 있는 것으로 나타남.

- 중분류 항목을 살펴보면, ‘기업윤리’, ‘성실시공’, ‘근로환경(생산직)’, ‘근로환경(관리직)’ 순으로 부정적 이미지가 강한 것으로 평가됨.
- 소분류 항목을 살펴보면, ‘비리/뇌물(부동산 투기 포함)’, ‘법령위반’, ‘안전사고/재해’, ‘부실경영’, ‘환경파괴’ 등의 항목에서 강한 부정적 이미지를 갖는 것으로 평가됨.

■ 평가 내용을 종합해 볼 때, 공업계 및 인문계 고등학생들의 공통적인 부정적 이미지는 중분류의 ‘성실시공’, ‘기업윤리’, ‘근로환경’ 에서 나타남.

- ‘비리/뇌물’, ‘법령위반’, ‘안전사고/재해’, ‘부실경영’, ‘환경파괴’, ‘부실시공’ 등이 속한 ‘성실시공’, ‘기업윤리’ 항목에서 강한 부정적 이미지를 지니고 있음.
- 이러한 평가 결과는 고등학생들의 건설산업에 대한 부정적 이미지가 특정 부분에 주로 국한되어 있다는 것을 잘 보여주는 결과임.

■ 따라서 고등학생들의 건설산업에 대한 부정적 이미지를 긍정적 이미지로 전환하기 위해서는 ‘성실시공’, ‘기업윤리’ 에 대한 개선방안의 수립이 필요하다고 판단됨.

<표 4-9> 국내 고등학생의 건설산업 이미지 평가 종합 결과

대분류	평가점수	중분류	평가점수	소분류	평가점수
국가 및 사회 기여도	3.63▲	경제발전	3.70▲	경제성장	3.75▲
				경기회복	3.60▲
				해외건설수주	3.75▲
				고용 창출	3.69▲
		국토개발	3.86▲	사회기반시설 구축	3.84▲
				지역개발(재개발/재건축/도시재생 등)	3.87▲
				주거환경개선	3.87▲
		사회공헌	3.61▲	일반 사회봉사활동(문화체험 포함)	3.64▲
				기술지원 봉사활동	3.58▲
				법령 제·개정	3.35▲
기술력 및 도덕성	2.87▼	첨단기술	3.90▲	정책·제도 시행	3.40▲
				재정지원	3.37▲
				신기술/신공법 활용	3.86▲
				친환경 건설(에너지 저감 등)	3.94▲
		성실시공	2.38▼	랜드마크(초고층빌딩 등)	3.87▲
				스마트 건설	3.93▲
				부실시공	2.34▼
		기업윤리	2.32▼	안전사고/재해	2.29▼
				민원발생	2.53▼
				비리/뇌물(부동산 투기 포함)	2.15▼
종사자 및 근로환경	관리직	종사자	3.56▲	담합	2.65▼
				부실경영	2.29▼
				환경파괴	2.29▼
				법령위반	2.20▼
		근로환경	2.96▼	장래성(발전가능성)	3.39▲
				성실성(책임감)	3.60▲
				전문성(기술능력)	3.89▲
				도덕성(청렴성)	3.35▲
	생산직	종사자	3.30▲	임금	3.16▲
				복지후생	3.08▲
				근로시간	2.87▼
				작업안전	2.81▼
		근로환경	2.73▼	작업환경(3D업종)	2.90▼
				고용구조(고용불안정)	2.82▼
				인재양성	3.11▲
				장래성(발전가능성)	3.06▲
				성실성(책임감)	3.40▲
				전문성(기술능력)	3.48▲
				도덕성(청렴성)	3.25▲
				임금	2.86▼
				복지후생	2.78▼
				근로시간	2.68▼
				작업안전	2.56▼
				작업환경(3D업종)	2.68▼
				고용구조(고용불안정)	2.65▼
				인재양성	2.90▼

※ ▲ : 긍정적 이미지, ▼ : 부정적 이미지

6. 국내 건설산업 이미지 개선활동의 인지도 및 필요성

■ 본 절에서는 국내 건설 관련 기관들에서 수행하고 있는 건설산업 이미지 개선활동에 대한 고등학생들의 인지도 및 필요성을 파악하고, 현재 진행되고 있는 각 기관별 개선활동들의 특성을 파악함.

- 기관별 이미지 개선활동은 홍보 여부에 따라 現 고등학생들이 인지하고 있는 부정적 이미지를 해소할 수 있는 가장 효율적인 방법임.
- 본 연구에서는 중앙 정부 및 공공기관 3개소, 건설 관련 협회 5개소, 건설회사 23개소, 연구기관 3개소를 조사대상으로 선정하여 직접 방문 및 인터넷 조사를 수행함.

■ <표 4-10>과 같이 조사된 이미지 개선활동의 종류를 보면, 총 35개의 이미지 키워드 중 15개 키워드에 대한 개선활동이 수행되고 있었고, 총 37개의 세부 활동들로 구성됨.

- 제시된 이미지 개선활동은 기관별 수행된 각기 다른 이름의 활동들을 유사한 활동으로 통합하여 재구성한 것이며, 본래 조사된 기관별 이미지 개선활동은 총 194개임.
- 이미지 키워드 중 정책/제도 부분은 시행되고 있는 법, 정책/제도 등이 다수이기에 활동이라고 보기 어려워 조사내용에서 제외하였으며, 이미지 평가 시에도 전체적인 내용에 대한 이미지를 평가하는 것으로 봄.
- 대부분의 개선활동들은 사회취약계층을 대상으로 사회공헌을 목적으로 수행되고 있었고, 경제발전의 ‘고용창출’, 사회공헌의 ‘기술지원봉사활동’, ‘일반사회봉사활동(문화체험 포함)’에 대해서 집중적으로 수행되고 있는 것으로 조사됨.

■ 분석된 고등학생들의 부정적 이미지와 비교하여 보면, 부정적 이미지가 집중되어 있는 ‘성실시공’, ‘기업윤리’, ‘근로환경’에 대한 이미지 개선활동은 미미한 것으로 조사됨.

- 특히, 생산직 근로자와 관련이 있는 ‘근로환경’ 부분에 대한 이미지 개선활동은 인재양성에 초점이 맞춰져 있으며, 근로자와 직접적인 영향성이 높은 항목에 대해서는 상대적으로 매우 미흡한 것으로 나타나 이 부분에 대한 개선활동이 시급한 것으로 나타남.

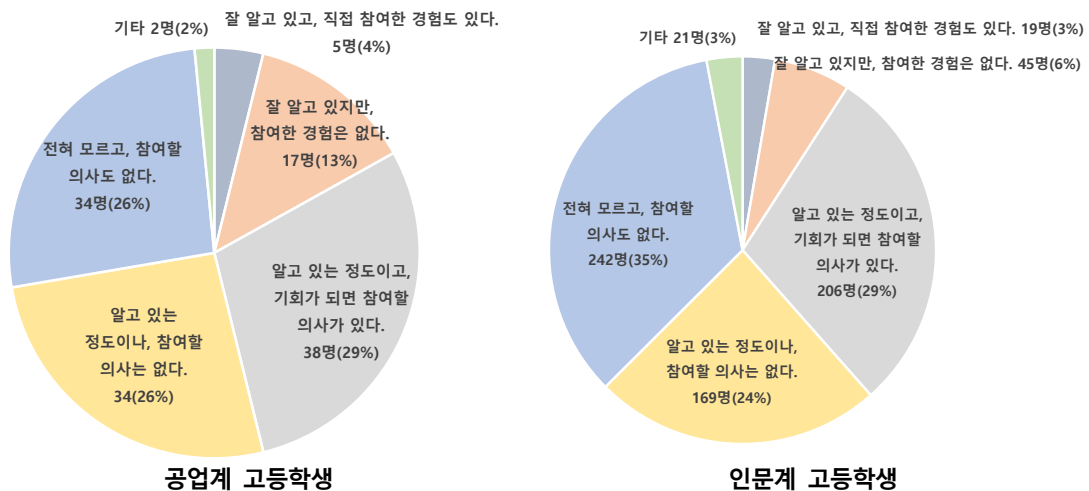
<표 4-10> 국내 건설 관련 기관의 이미지 개선활동

중분류	소분류	이미지 개선활동	사업 수(개소)
경제발전	해외건설수주	신시장 개척 지원 사업	5
		해외건설 사이버 박물관	1
	고용창출	건설 인재 채용 콘서트	1
		해외건설 취업 지원 운영	1
		일자리 정보센터 운영	3
		진로 체험 사업	4
		시니어 사원 채용 사업	1
국토개발	주거환경개선	저소득층 주거환경 개선사업	7
사회공헌	기술지원봉사활동	사회취약계층 주거지원 사업(집수리, 집짓기 등)	21
		문화재 관련 사업	2
		교육 기부활동	7
	일반 사회봉사활동 (문화체험 포함)	일반 봉사활동(물품지원, 재정지원 등)	51
		재해피해 지원 사업(수해 복구, 재정지원 등)	5
		장학금 지원 사업	5
		환경보호·보전활동	3
		일반 경진대회 활동	1
		건설 관련 교육 및 문화체험 활동	6
		건설현장 견학 및 체험 활동	11
		일반 문화체험 활동	22
첨단기술	신기술/신공법활용	건설 신기술 워크숍	1
		신기술 건설현장 견학 및 체험활동	1
	친환경건설 (에너지 저감 등)	친환경 건설 사업	3
		녹색건축기술 전시·홍보	2
		친환경건축설계아카데미운영	2
성실시공	안전사고/재해	건설현장 안전수칙 및 기초질서 지키기 캠페인	1
		건설안전사고 대책지원단 운영	1
	민원발생	건축민원상담실 운영	1
기업윤리	비리/뇌물	불공정행위 신고센터 운영	4
		윤리경영대상	1
		건설산업 표준 윤리경영 매뉴얼 발간	1
종사자	성실성	미담사례발굴/홍보 및 사례집 발간	1
	전문성	건설기능인 전문성 강화 사업	1
		건설기술인 전문성 강화 사업	3
근로환경	작업환경	현장미관 개선사업	1
	인재양성	청년명장 육성 프로그램	1
		건설인재교육센터 운영	10
		글로벌 건설 엔지니어링 고급인력 양성	2

※ 조사된 활동들은 중복된 사업에 대해 통합·수정의 작업을 수행함.

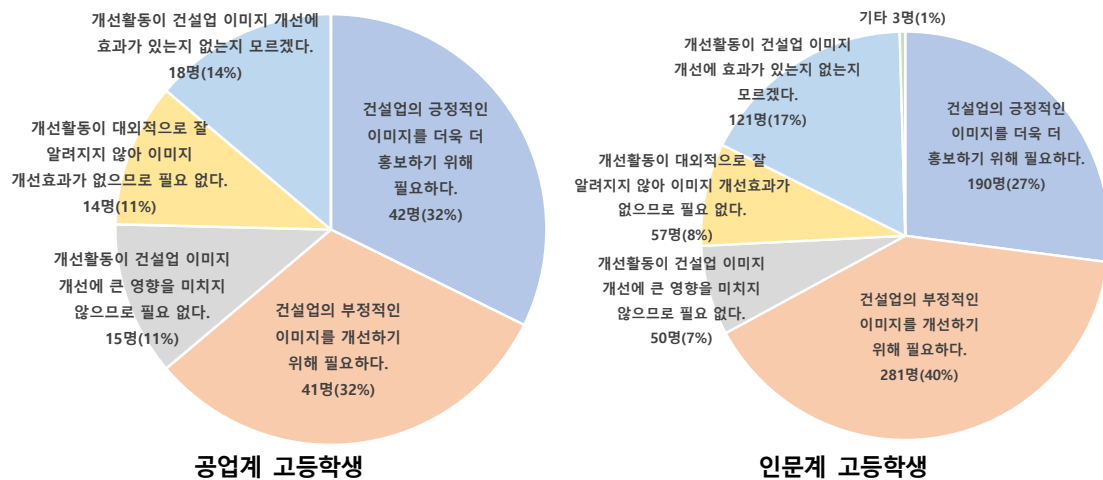
■ 앞서 조사된 국내 건설 관련 기관의 이미지 개선활동에 대한 인지도를 전체적으로 설문한 결과, <그림 4-3>과 같이 공업계 및 인문계 고등학생들은 대부분의 학생들이 이미지 개선활동에 대해 어느 정도 알고 있었으나 참여한 경험 및 의사가 대다수 없는 것으로 조사됨.

- 공업계 고등학생 130명 중 38명(29%)이 현재 시행되고 있는 기관별 활동에 대해 참여할 의사가 있었으나 68명(52%)은 참여할 의사가 없는 것으로 나타남.
- 인문계 고등학생 702명 중 206명(29%)이 현재 시행되고 있는 기관별 활동에 대해 참여할 의사가 있었으나 411명(59%)은 참여할 의사가 없는 것으로 나타남.
- 이러한 결과는 기관별로 다양한 개선활동들이 시행되고 있는 것에 비해 고등학생들을 대상으로 하는 개선활동이 한정적이며, 고등학생들의 건설산업에 대한 부정적 이미지가 ‘성실시공’, ‘기업윤리’, ‘근로환경’에 집중되어 있으나 이미지 개선활동들은 사회공헌에 초점이 맞추어져 시행되고 있어 나타난 결과라 판단됨.



<그림 4-3> 現 건설산업 이미지 개선활동에 대한 인지도

■ 국내 건설 관련 기관에서 시행되고 있는 이미지 개선활동에 대한 필요성을 설문한 결과, <그림 4-4>와 같이 공업계 및 인문계 고등학생들은 대부분의 학생들이 이미지 개선활동이 긍정적 이미지를 더욱 홍보하고, 부정적 이미지를 개선하기 위해 필요하다는 의견으로 나타남.



<그림 4-4> 건설산업 이미지 개선활동에 대한 필요성

- 공업계 고등학생 130명 중 83명(64%)이 현재 시행되고 있는 기관별 활동이 필요하다는 의견을 보였으며, 29명(22%)가 필요없다는 의견을 보임.
- 인문계 고등학생 702명 중 471명(67%)이 현재 시행되고 있는 기관별 활동이 필요하다는 의견을 보였으며, 107명(15%)가 필요없다는 의견을 보임.
- 전체 고등학생들의 의견을 종합해 보면, 건설산업의 이미지 제고를 위해서는 기관별 개선활동의 시행은 필요하나 現 시행되고 있는 활동들의 문제점이 존재한다는 의견으로 함축됨.

7. 국내 건설산업 이미지 개선활동의 문제점 및 개선사항

■ 본 절에서는 기관별 이미지 개선활동의 인지도 및 필요성 결과를 토대로 이미지 개선활동에 대한 구체적인 문제점을 파악하여 이를 해결할 수 있는 개선방안을 모색하고자 함.

- 문제점 및 개선방안은 전체 건설산업의 이미지 개선활동과 고등학생을 위한 이미지 개선 활동으로 항목을 구분하여 조사·분석을 수행함.

(1) 전체 이미지 개선활동의 문제점 및 개선사항

- 전체 건설산업 이미지 개선활동의 문제점을 파악하기 위해, 고등학생들에게 가장 큰 문제점을 두 가지씩 선택하게 하여 설문한 결과, <표 4-11>과 같이, “각 개선활동의 대한 대국민 홍보 미흡”의 문제점이 공업계와 인문계 고등학교 모두에게서 가장 많은 의견으로 나타남.

- 이는 앞서 조사된 이미지 개선활동의 인지 및 필요 여부에 대한 결과가 타당하다는 의견으로 現 이미지 개선활동이 일부 활동에 대해 어느 정도 알고 있고 필요성도 존재하나 구체적인 홍보가 미흡하다는 의견으로 함축됨.

- 또한, 차 순위로는 공업계 고등학생들은 “이미지 개선활동을 위한 재정적 투자 및 아이디어 발굴 부족”, 인문계 고등학생들은 “각 개선활동의 구체적인 목적이 불명확”, “각 기관마다 자체 기관의 홍보를 위해 개별적으로 이미지 개선활동을 수행하고 있음에 따른 건설업 전체에 대한 이미지 개선활동의 부족”에 대한 의견을 보임.

- 공업계 고등학생들의 해당 의견은 현재 구성된 활동들이 과거부터 시행되어 온 활동들이며, 새로운 활동들이 부족하다는 의견에서 나타난 결과라 판단됨.

- 인문계 고등학생들의 해당 의견은 현재 시행되고 있는 활동들에 대한 구체적인 목적이 불분명하며, 부분의 고등학생이 이미지 개선활동을 기관별 홍보를 목적으로 취약계층을 위한 사회공헌적인 봉사활동 정도로 인지하여 나타난 결과라고 사료됨.

- 전체 이미지 개선활동에 있어 가장 시급히 개선되어야 할 사항을 조사한 결과, <표 4-12>와 같이 가장 많은 고등학생들의 의견은 “개선활동에 대한 적극적인 대국민 홍보”로 나타남.

- 차 순위로 공업계 고등학교는 “건설업 전체에 대한 이미지 개선활동 강화”, 인문계 고등학교에서는 “이미지 개선효과가 큰 활동내용 발굴을 위한 아이디어 공모”의 의견이 각각 조사됨.

- 이는 앞서 조사된 문제점과 같이 현재 시행되고 있는 개선활동들에 대한 홍보가 부족한 실정임에 이에 대한 대책의 강구가 필요하고, 적극적인 홍보와 함께 청소년들의 건설산업에 대한 관심을 갖게 할 수 있는 구체적인 개선활동의 아이디어를 모색해야 함에 나타난 결과라고 판단됨.

<표 4-11> 전체 건설산업 이미지 개선활동의 문제점

(단위: 명, %)

항목	공업계	인문계	종합
각 개선활동의 구체적인 목적이 불명확	30 (11.54%)	192 (13.68%)	222 (13.34%)
각 개선활동의 대국민 홍보 미흡	65 (25.00%)	358 (25.50%)	423 (25.42%)
건설 분야 각 기관별 건설업 전체의 이미지 개선활동을 위한 역할 분담이 되지 않음에 따른 활동내용의 중복성 및 일관성 부족	31 (11.92%)	148 (10.54%)	179 (10.76%)
개선활동 내용의 이미지 개선효과가 적은 항목들로 구성	24 (9.23%)	101 (7.19%)	125 (7.51%)
개선활동의 목적에 맞는 명확한 대상선정 부적절	25 (9.62%)	128 (9.12%)	153 (9.19%)
각 기관마다 자체 기관의 홍보를 위해 개별적으로 이미지 개선활동을 수행하고 있음에 따른 건설업 전체에 대한 이미지 개선활동의 부족	22 (8.46%)	186 (13.25%)	208 (12.50%)
이미지 개선활동을 위한 재정적 투자 및 아이디어 발굴 부족	35 (13.46%)	134 (9.54%)	169 (10.16%)
이미지 개선활동 결과에 대한 성과관리 미흡	26 (10.00%)	147 (10.47%)	173 (10.40%)
기타의견	1 (0.38%)	6 (0.43%)	7 (0.42%)
무응답	1 (0.38%)	4 (0.28%)	5 (0.30%)
합계	260 (100.00%)	1,404 (100.00%)	1,664 (100.00%)

<표 4-12> 전체 건설산업 이미지 개선활동의 개선사항

(단위: 명, %)

항목	공업계	인문계	종합
각 개선활동들의 구체적인 목적 및 목표설정	32 (12.31%)	129 (9.19%)	161 (9.68%)
개선활동에 대한 적극적인 대국민 홍보	58 (22.31%)	256 (18.23%)	314 (18.87%)
건설업의 이미지 개선활동에 대한 기관별 명확한 역할 분담	30 (11.54%)	165 (11.75%)	195 (11.72%)
이미지 개선효과가 큰 활동내용 발굴을 위한 아이디어 공모	35 (13.46%)	210 (14.96%)	245 (14.72%)
개선활동의 목적에 맞는 명확한 대상 및 활동내용 선정	25 (9.62%)	143 (10.19%)	168 (10.10%)
건설업 전체에 대한 이미지 개선활동 강화	37 (14.23%)	226 (16.10%)	263 (15.81%)
이미지 개선활동을 위한 재정적 투자 확대	26 (10.00%)	165 (11.75%)	191 (11.48%)
이미지 개선활동에 대한 사후 성과관리시스템 구축 및 피드백	17 (6.54%)	100 (7.12%)	117 (7.03%)
기타의견	-	8 (0.57%)	8 (0.48%)
무응답	-	2 (0.14%)	2 (0.12%)
합계	260 (100.00%)	1,404 (100.00%)	1,664 (100.00%)

(2) 고등학생 대상 이미지 개선활동의 문제점 및 개선사항

■ 고등학생들을 대상으로 시행하고 있는 이미지 개선활동의 문제점을 조사한 결과, <표 4-12>의 결과와 같이 가장 많은 의견으로는 “고등학생들을 위한 개선활동 프로그램 절대부족”으로 조사됨.

- 차 순위로는 “개선활동에 대한 고교홍보 미흡”, “고등학생에 대한 이미지 개선활동 전담 주체의 불명확 및 부재”로 나타남.
- 이는 앞서 조사된 바와 같이, 국내 건설산업 이미지 개선활동은 대부분 청소년들이 모두 체험할 수 있는 활동이 아니라, 어려운 가정을 대상으로 사회공헌 방식의 성격을 지닌 활동이기 때문에 소수의 어려운 가정인 청소년들만이 이미지 개선활동에 대한 참여가 가능하여 나타난 결과라고 판단됨.
- 따라서 국내 건설산업 이미지 개선활동이 대상을 소수 인원이 아닌 모든 청소년들의 참여가 가능한 체험활동의 구체적인 계획 및 홍보가 필요하다고 사료됨.

<표 4-13> 고등학생 대상 건설산업 이미지 개선활동의 문제점

(단위: 명, %)

항목	공업계	인문계	종합
고등학생들을 위한 개선활동 프로그램 절대 부족	60 (23.08%)	325 (23.15%)	385 (23.14%)
개선활동 프로그램에 대한 고교홍보 미흡	57 (21.92%)	323 (23.01%)	380 (22.84%)
고등학생에 대한 이미지 개선활동 전담주체의 불명확 및 부재	46 (17.69%)	251 (17.88%)	297 (17.85%)
개선활동 내용이 이미지 개선효과가 적은 항목들로 구성	30 (11.54%)	161 (11.47%)	191 (11.48%)
이미지 개선활동을 위한 재정적 투자 부족	46 (17.69%)	191 (13.60%)	237 (14.24%)
이미지 개선활동 결과에 대한 성과관리 미흡	21 (8.08%)	145 (10.33%)	166 (9.98%)
기타의견	-	4 (0.28%)	4 (0.24%)
무응답	-	4 (0.28%)	4 (0.28%)
합계	260 (100.00%)	1,404 (100.00%)	1,664 (100.00%)

- 고등학생을 대상으로 시행하고 있는 이미지 개선활동에 대한 개선되어야 할 사항을 조사한 결과, 대부분의 고등학생들은 <표 4-14>와 같이, “고등학생들을 위한 개선활동 프로그램 확충”과 “개선활동 프로그램에 대한 고교홍보 강화”의 순으로 개선되어야 한다는 의견을 보임.
 - 이는 현재 고등학생들이 건설산업에 대해 직접 체험할 수 있는 활동 프로그램이 부족하고, 많은 홍보가 이루어지지 않음에 나타난 결과라고 판단됨.
 - 이에 기관별로 특정 대상이 아닌 모든 고등학생을 대상으로 하는 개선활동 프로그램을 구체적으로 구성하고, 많은 참여가 이루어지도록 고교홍보 강화방안을 모색해야 한다고 사료됨.
- 본 연구에서는 <표 4-14>의 결과를 기반으로 고등학생들을 대상으로 하는 이미지 개선활동의 개선방법을 모색함.
 - 이는 <표 4-14>에서 가장 많은 의견으로 나타난 “고등학생들을 위한 개선활동 프로그램 확충”에 대한 사항임.
- <표 4-15>의 조사 결과를 보면, 대부분의 고등학생들은 각종 건설 분야의 체험활동과 건설현장 견학활동에 대한 프로그램의 구성이 필요하다는 의견으로 조사됨.
 - 이는 현재 시행되고 있는 국내 건설산업 이미지 개선활동은 대부분 사회공헌 측면에 대두되고 있어 각 기관별 홍보에 지나지 않는다는 의견에서 나타난 결과라 판단됨.
 - 이에 각 기관에서는 고등학생들이 직접적으로 경험하고 볼 수 있는 체험 및 견학활동의 구성 비율을 높게 하고, 해외 이미지 개선활동에 대한 벤치마킹을 통해 다방면의 활동 계획을 수립해야 한다고 판단됨.
 - 또한, 고등학생들의 이미지 평가가 부정적으로 나타난 성실시공, 기업윤리, 근로환경 항목을 건설산업에서 최근 어떠한 방향으로 해결하고 있음을 체험 및 견학활동 시 시각적으로 보여줄 필요가 있음.

<표 4-14> 고등학생 대상 건설산업 이미지 개선활동의 개선사항

(단위: 명, %)

항목	공업계	인문계	종합
고등학생들을 위한 개선활동 프로그램 확충	55 (21.15%)	355 (25.28%)	410 (24.64%)
개선활동 프로그램에 대한 고교홍보 강화	49 (18.85%)	280 (19.94%)	329 (19.77%)
고등학생에 대한 이미지 개선활동 전담주체 규정 및 전문화	42 (16.15%)	227 (16.17%)	269 (16.17%)
이미지 개선효과가 큰 활동내용 발굴을 위한 고등학생들의 의견수렴 및 아이디어 공모	45 (17.31%)	206 (14.67%)	251 (15.08%)
이미지 개선활동을 위한 재정적 투자 확대	44 (16.92%)	217 (15.46%)	261 (15.69%)
이미지 개선활동 결과에 대한 사후 성과관리시스템 구축 및 피드백	25 (9.62%)	111 (7.91%)	136 (8.17%)
기타의견	-	6 (0.43%)	6 (0.36%)
무응답	-	2 (0.14%)	2 (0.12%)
합계	260 (100.00%)	1,404 (100.00%)	1,664 (100.00%)

<표 4-15> 고등학생을 위해 필요한 이미지 개선활동

(단위: 명, %)

항목	공업계	인문계	종합
건설업 자체에 대한 홍보활동	37 (14.23%)	169 (12.04%)	206 (12.38%)
건설현장 견학활동	56 (21.54%)	259 (18.45%)	315 (18.93%)
각종 건설관련 경진대회	29 (11.15%)	149 (10.61%)	178 (10.70%)
각종 건설분야 체험활동	42 (16.15%)	342 (24.36%)	384 (23.08%)
건설관련 교육 프로그램 운영	37 (14.23%)	199 (14.17%)	236 (14.18%)
건설 장학제도 운영	45 (17.31%)	201 (14.32%)	246 (14.78%)
각종 건설관련 사회봉사활동	14 (5.38%)	80 (5.70%)	94 (5.65%)
기타의견	-	5 (0.36%)	5 (0.30%)
합계	260 (100.00%)	1,404 (100.00%)	1,664 (100.00%)

8. 선진국 사례 벤치마킹 방안

- 국내 기관별로 시행되고 있는 건설산업 이미지 개선활동들은 대부분 사회공헌적인 의미를 많이 지니고 있고, 청소년들이 직접 체험할 수 있는 활동이 적다는 문제점을 갖고 있음.
 - 또한, 이러한 활동들은 각 기관별 홍보만을 목적으로 한다는 이미지로 비춰지게 되어 건설산업으로의 젊은 인력 유입에 악영향을 끼치는 원인이 될 수 있음.
 - 이에 본 연구에서는 고등학생들이 건설 분야에 대해 다양한 체험 및 견학을 할 수 있도록 가장 국내와 비슷한 건설 프로세스를 가진 일본의 이미지 개선활동을 벤치마킹하는 방안을 제시하려고 함.
 - 먼저, 벤치마킹을 위한 선 작업으로 일본의 기관별 건설산업 이미지 개선활동을 조사하여 어떠한 특성을 지니고 있는지 분석함.

(1) 일본의 기관별 이미지 개선활동

- 일본의 건설산업 이미지 개선활동은 정부기관 및 지자체에서 국가적으로 수행하는 활동과 건설관련 협회 및 회사에서 민간적으로 수행되는 활동으로 구성되어 있음.
 - 이는 정부와 민간기업에서 추구하는 목표 및 방향이 다르고, 이미지 개선활동의 수행으로 인해 전달할 수 있는 메시지가 상이하여 각 기관별 특성을 고려한 활동들이 시행되고 있기 때문으로 판단됨.
- 먼저, 정부기관에서 수행하는 건설산업 이미지 개선활동의 운영 프로세스를 조사한 <그림 4-5>를 보면, 정부기관(국토교통성)에서 우선적으로 필요한 이미지 개선활동을 개발하여 시행하고, 지자체(정비국/개발국 9개소)로 이미지 개선활동을 하달하여 동시에 수행하는 체계를 지니고 있음.
 - 또한, 이미지 개선활동의 수행내용을 조사한 <표 4-16>을 보면, 산하기관에서는 국토교통성에서 중점적으로 수행하고 있는 4가지 이미지 개선활동 중 2가지 이상을 기본활동

미래 건설 기술인력의 건설산업 이미지 실태분석 및 개선방안

으로 수행하고 각 기관별로 특성을 고려한 활동(견학장소 섭외, 전시관 활동, 인터넷 설문 등)을 추가적으로 구성하여 수행하고 있음.



<그림 4-5> 국토교통성의 건설산업 이미지 개선활동 운영 프로세스

<표 4-16> 국토교통성의 주요 건설산업 이미지 개선활동

기관명	시행대상	활동명	내용
국토교통성	일본 국민	인터넷 모니터	관계기관 및 휴게소, 도서관 등에 무료로 홍보지(국토교통)를 배포하고, 홈페이지를 통해 게재하여 국토교통성의 시책이나 사업을 소개하며, 인터넷 설문조사를 통해 국민들의 건설산업(국토교통성의 업무 등)에 대한 의견을 수렴하는 활동
	일본 국민	퍼블릭 코멘트	국토교통성의 정책 시행함에 있어 미리 안을 공표하고, 국민들로부터 수렴한 의견, 정보를 반영하여 행정 운영의 공정성 확보와 투명성 향상을 도모하며, 국민의 권익을 보호하는 활동
	단체/기관	출장강좌	전국에 있는 단체/기관에 소속된 일반인을 대상으로 국토교통성에서 진행하고 있는 사업 및 정책 등을 소재로 국토교통성 직원이 무료 출장강연을 하는 활동
	초·중·고등학생	키즈 페이지	국토교통성에서 수행하는 업무를 각 분야별로 이해하기 쉽게 소개하고, 전국 각지에 있는 키즈 홈페이지 주소를 제공하며, 견학장소 및 출장강좌에 대해 전달하는 등 학생 중심의 활동
동북지방정비국	일본 국민	인터넷 모니터	국토교통성과 동일
	단체/기관	출장강좌	국토교통성과 동일
	고등학생, 대학생	취업 체험(인터넷)	건설 관련 학과에 소속되어 있는 학생들을 대상으로 1~2주 동안 직접 정비국의 건설 행정업무를 체험할 수 있도록 지원하는 활동

기관명	시행대상	활동명	내용
	초·중·고등학생	키즈 페이지	국토교통성과 동일
관동지방 정비국	단체/기관	출장강좌	국토교통성과 동일
	초·중·고등학생	키즈 페이지	국토교통성과 동일
	일본 국민, 종사자	건설 기술 전시관	일반국민 및 종사자를 대상으로 일반인에게는 건설 기술이 일상에서 어떻게 사용되고 도움이 되고 있는지를 전시하고 체험하도록 하며, 종사자에게는 다양한 기술을 소개하여 기술력을 향상할 수 있도록 하는 활동
호쿠라쿠 지방정비국	일본국민	인터넷 모니터	국토교통성과 동일
	단체/기관	출장강좌	국토교통성과 동일
	초·중·고등학생	키즈 페이지	국토교통성과 동일
중부지방 정비국	일본국민	인터넷 모니터	국토교통성과 동일
	단체/기관	출장강좌	국토교통성과 동일
	일본국민, 학생	현장 견학 섭외	현재 중부지방에서 진행 중인 공사 및 사무소에 한해 일반인 및 학생들이 무료로 견학할 수 있는 현장을 홈페이지에 공고하고 섭외해 주는 활동
긴키지방 정비국	일본국민, 학생	현장 견학 섭외	현재 긴키 지방에서 진행 중인 공사 및 사무소에 한해 일반인 및 학생들이 무료로 견학할 수 있는 현장을 홈페이지에 공고하고 섭외해 주는 활동
	단체/기관	출장강좌	국토교통성과 동일
츠크쿠 지방정비국	일본국민, 학생	현장 견학 섭외	현재 츠크쿠 지방에서 진행 중인 공사 및 사무소에 한해 일반인 및 학생들이 무료로 견학할 수 있는 현장을 홈페이지에 공고하고 섭외해 주는 활동
	단체/기관	출장강좌	국토교통성과 동일
시코쿠 지방정비국	일본국민	인터넷 모니터	국토교통성과 동일
	일본국민, 학생	현장·시설 견학	시코쿠 지방에서 수행되는 공사에 한정하여 안전 울타리 안에서 어떻게 공사가 이루어지고 있는지를 견학할 수 있게 하는 프로그램.
	단체/기관	출장강좌	국토교통성과 동일
큐슈지방 정비국	단체/기관	출장강좌	국토교통성과 동일
	고등학생, 대학생	취업 체험(인턴십)	건설 관련 학과에 소속되어 있는 학생들을 대상으로 1~2주 동안 직접 정비국의 건설 행정업무를 체험할 수 있도록 지원하는 활동
홋카이도 개발국	단체/기관	출장강좌	국토교통성과 동일
	일본국민, 학생	현장·시설 견학	지역 경제와 국민 생활에 필수적인 공공시설의 역할과 필요성에 대한 국민들의 이해 증진을 위해 일반인 및 학생들을 대상으로 홋카이도의 지역 공공시설 견학 행사 개최하는 활동
	초·중·고등학생	키즈 페이지	국토교통성과 동일

■ 건설 관련 협회(업계)에서 수행하는 건설산업 이미지 개선활동의 운영 프로세스를 조사한 <그림 4-6>을 보면, 일본 전국 건설업 협회와 일본 건설업 전

문 단체 연합회에서는 건설업의 특성을 체험할 수 있는 이미지 개선활동을 개발하여 수행하고, 각 현마다 설립되어 있는 지회로 이미지 개선활동을 하달하여 동시에 수행하는 체계를 지니고 있음.

- 또한, 이미지 개선활동의 수행내용을 조사한 <표 4-17>을 보면, 대부분의 협회들은 각 수행대상을 명확히 구분하여 사회공헌적인 활동이 아닌 건설업의 체험 및 교육활동 등으로 활동내용을 구성하고 있고, 건설산업의 취약 부분인 인력 부족, 작업환경, 안전·재해 등에 초점을 맞추어 개선활동을 수행하고 있는 것으로 조사됨.



<그림 4-6> 건설 관련 협회의 건설산업 이미지 개선활동 운영 프로세스

- 추가적으로 일본에서는 <그림 4-7>과 같이, 정부기관들과 건설 관련 협회가 건설산업에 대한 청년층의 입직 촉진, 인재 확보·육성·정착 등을 추진하고자 “건설산업 인재 확보·육성 추진 협의회”를 구성하여 운영하고 있음.

- 이는 정부기관 3개(국토교통성, 후생노동성, 문부과학성)와 건설 관련 협회 59개가 소속되어 있으며, 국토교통성의 부동산·건설경제국(건설 시장 정비과)와 건설업 진흥기금이 공동으로 운영함.

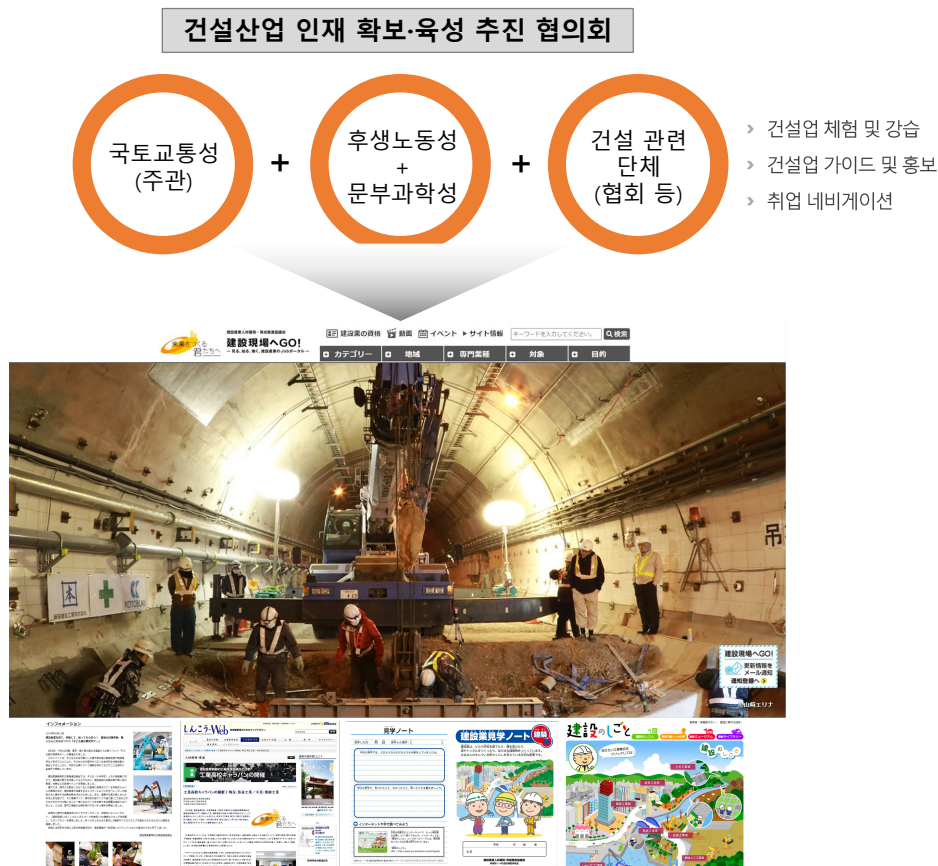
<표 4-17> 건설 관련 협회(업계)의 주요 건설산업 이미지 개선활동

기관명	시행대상	수행내용
일본 전국 건설업 협회	일본국민, 학생, 종사자	건설현장으로 GO!
	일본국민	건설업 사회공헌 활동
건설산업 전문 단체 연합회	일본국민, 학생, 종사자	건설현장으로 GO!
	일본국민, 학생	전문 공사업 파노라마
	일본국민	재해복구 활동
	일본국민	치안·안전·방재 활동
	일본국민	환경 보호·보전 활동
	일본국민	교육·학교 지원 활동
	일본국민	마을 만들기 경제(지역산업, 상가 등) 활동
	일본국민	보험·의료·복지 활동
	일본국민	문화·예술·스포츠 진흥에 관한 활동
	일본국민, 종사자	기타활동
홋카이도 건설업 협회	일본국민, 학생	팸플렛 "건설 직업이란" 제작 및 배포
	학생	건설 산업 현장 견학·현장 실습
아오모리 현 건설업 협회	고등학생, 종사자	고용 개선 사업
이와테 현 건설업 협회	건설업 종사자	건설 교육 센터 운영
이바라키 현 건설업 협회	일본국민	건설 축제
	일본국민, 유아/학생	모래 클린 활동
	지역학생	건설체험 학습
	일본국민, 지역학생	인재 육성·지역공헌활동 위원회 구성
토치기 현 건설업 협회	건설업 종사자	사회공헌 재해예방 활동
	지역학생	건설업 인재 육성·확보 사업
도쿄 건설업 협회	지역학생	건설관 운영
야마나시 현 건설업 협회	일본국민	환경 미화 지역 활동
아이치 현 건설업 협회	공업계 고등학생	고용 개선 추진 사업
미에 현 건설업 협회	공업계 고등학생	현장견학 및 인턴십 활동
도야마 현 건설업 협회	여성 기술자	여성 건설기술자 좌담회
오사카 건설업 협회	일본국민, 학생	작업 박물관
	일본국민	부모와 자식의 현장견학
시마네 현 건설업 협회	고등학생	고등학생 현장 견학회
	일본국민	재해용품 저장창고 설치
	일본국민	재해복구 활동
히로시마 현 건설업 협회	대학생	대학생 현장 견학·의견회
	고등학생	고등학생 현장 실습
가고시마 현 건설업 협회	일본국민, 학생	건설작업 팸플렛
	일본국민, 학생	건설기계 미니어쳐 전시회
오키나와 현 건설업 협회	지역학생	건설업 인재 확보·육성 사업
	지역 학교 학생 및 교사	건설작업 매뉴얼
	지역 건설업계	건설 경영 체크리스트 제공

- 협회회의 홍보물로는 건설업계 가이드북, 일본을 만드는 사람들 지키는 사람들, 건설업 견학 시트 등이 있음.

■ 해당 협의회는 “건설현장으로 GO!” 라는 홈페이지를 별도로 운영하여 건설 산업의 일은 어떠한 것들이 있는지, 건설산업에서 일하기 위해서는 어떻게 해야 하는지, 건설산업에서 일하는 종사자들은 어떤 사람인지 등 다양한 건설 관련 정보를 국민들에게 계층별(초등학생, 중학생, 고등학생, 대학생, 교사 등)로 제공하고 있음.

- 홈페이지는 크게 “보다”라는 현재 건설산업의 재미를 보여주기 위한 활동, “알다”라는 건설산업을 배우고 싶은 사람들에게 정보를 제공하는 활동, “일”이라는 건설산업에서 일하고 싶은 사람들에게 정보를 제공하는 활동으로 구성되어 있음.



<그림 4-7> 건설산업 인재 확보·육성 추진 협의회의 건설산업 이미지 개선활동 운영 프로세스

<표 4-18> 건설산업 인재 확보·육성 추진 협의 회의 주요 건설산업 이미지 개선활동

수행기관	시행대상	수행내용
건설산업인재확보·육성 추진협의회	일본국민, 학생	건설산업 체험 활동
	일본국민, 학생	건설산업 종사자 강연회
	건설기업	건설산업의 인재 대책에 관한 표창
	공업계 고등학생	"건설산업의 미래" 작문 활동
	건설업 종사자	우리의 주장
	청소년	건설산업 견학 노트 배포
	청소년, 청년	건설업계 가이드북
	청소년, 청년	현장의 일은 무엇인가?

- 해당 협의회에 큰 장점은 전 국민의 계층별(초등학생 이하, 중학생, 고교생, 대학생, 교사, 기관, 기술자, 기능자, 보호자) 이미지 개선활동을 구성하여 시행한다는 점임.
- 이러한 계층별 이미지 개선활동은 계층별로 발생하는 건설산업에 대한 이미지를 해결할 수 있을 뿐 아니라 미래 건설 기술인력을 확보하는데 큰 도움을 줄 수 있음.
- 특히, 정부 부처와 관련 업계가 함께 활동을 계획하고 수행한다는 점에서 국민 및 종사자에게 신뢰와 긍정적 이미지를 동시에 인식시킬 수 있다는 장점도 지니고 있음.

(2) 이미지 개선활동 벤치마킹 방안

- 앞서 조사된 일본의 건설산업 이미지 개선활동은 국내 이미지 개선활동들과 달리, 대상의 선정이 명확하고, 정부, 건설 관련 협회(업계)들의 특성을 반영한 활동으로 구성되어 있음.

- 또한, 정부기관, 건설 관련 협회 및 민간기업들의 이미지 개선활동 운영 프로세스가 체계적으로 확립되어 있어 이들을 벤치마킹할 필요가 있음.
- 이에 본 연구에서는 고등학생들을 위한 건설산업 이미지 개선활동의 벤치마킹 방안을 다음과 같이 수립하여 제시하고자 함.

- 첫째, 건설산업 이미지 개선활동을 효율적으로 수행하기 위해서는 우선적으로 일본의 기관별 특성을 고려한 상호협력방식의 운영 프로세스를 도입하고, 고등학생들의 건설산업 이미지를 효과적으로 개선하기 위한 역할 분담 및 활

동체계를 정립하는 것이 필요함.

- 이에 기관별 특성을 고려하여 정부는 고등학생을 대상으로 하는 개선활동을 주관하고 필요한 경우 건설 관련 협회 및 업계에서 지원을 받도록 하는 운영체계를 벤치마킹할 필요가 있음.
- 또한, 일본의 고등학생을 대상으로 시행하고 있는 다양한 이미지 개선활동 중 국내 적용 가능한 활동들을 벤치마킹하여 건설산업의 홍보와 이미지 제고를 동시에 해결할 필요가 있음.

■ 둘째, 국내 공업계 및 인문계 고등학생들의 건설산업에 대한 부정적 이미지가 집중되어 있는 ‘성실시공’, ‘기업윤리’, ‘근로환경’ 항목을 개선할 수 있도록 지원하는 일본의 기관별 이미지 개선활동의 벤치마킹이 필요함.

- 특히, 고등학생들의 설문조사 결과로 나타난 고등학생을 위한 견학 및 체험활동이 필요하다는 의견과 건설산업에 대한 홍보가 필요하다는 내용을 뒷받침할 수 있도록 개선활동을 구성할 필요가 있음.
- 우선, 국내 고등학생들의 건설산업에 대한 부정적 이미지(성실시공, 기업윤리, 근로환경)를 긍정적 이미지로 전환할 수 있는 맞춤형 활동들을 앞서 조사된 일본의 기관별 개선활동에서 추출해야 함.
- 또한, 기관별 특성을 반영한 다양한 체험, 교육, 지원 등의 활동내용을 국내 기관별로 벤치마킹할 수 있도록 재구성할 필요가 있으며, 이에 따른 홍보방안도 마련해야 함.
- 개선활동의 운영체계가 마련된 후, 기관별로 고등학생들이 직접적으로 경험하고 볼 수 있는 체험 및 견학활동의 구성 비율을 높게 하고, 고등학생들의 관심을 이끌 수 있도록 다방면의 활동 계획을 기관별로 수립해야 함.

■ 셋째, 국내 공업계 및 인문계 고등학생들의 이미지 개선활동에 대한 낮은 참여의사를 해소하기 위해, 일본의 정부 및 관련 협회의 홍보방안을 파악할 필요가 있음.

- 정부에서 시행하고 있는 이미지 개선활동들에 대한 개요를 기관별 홈페이지에 게시하고

있으며, 이와 별도로 이러한 활동들을 소개하는 ‘국토교통’이란 홍보물을 제작하여 관계 기관, 휴게소, 도서관 등에 비치하여 무료 배포하고, 각각의 활동들에 대한 의견수렴을 통해 활동들의 문제점을 개선하고 있음.

- 또한, 건설 관련 협의회에서는 ‘건설현장으로 GO!’라는 홈페이지를 개설하여 ‘보고, 알고, 일한다’는 주제로 건설업의 다양한 정보를 제공하고, 각 협회에서 시행하고 있는 이미지 개선활동을 소개하며, 고등학생들의 의견수렴을 통해 각 활동들의 문제점을 개선하고 있음.
- 국내 건설 관련 기관에서도 각 기관의 특성에 맞는 효과적인 홍보방안 수립 및 방법론의 모색이 필요하며, 이러한 홍보체계를 통해 고등학생들의 건설산업 이미지 개선을 위한 다양한 활동들이 잘 전달된다면 건설산업에 대한 부정적인 이미지가 효과적으로 개선될 수 있을 것으로 사료됨.



체험 및 견학 활동(전시관/박물관 운영 및 견학활동 사례)

건설산업 홍보 활동(홈페이지 및 팸플릿 사례)

<그림 4-8> 일본의 주요 건설산업 이미지 개선활동에 대한 벤치마킹 사례

V

결론 및 시사점

- 본 연구는 유능한 젊은 인력의 안정적인 수급을 위한 일환으로써 언론매체 기사 분석을 통해 도출된 이미지 평가 키워드를 토대로 미래 건설산업의 중요한 잠재 인력자원이라 할 수 있는 공업계 및 인문계 고등학생들의 건설산업에 대한 이미지 실태를 現 시점에서 파악하고, 개선이 시급한 부정적 이미지를 개선하는 방안을 모색하고자 수행됨.

- 이를 위해 국내 건설산업과 관련하여 영향력이 높은 언론매체를 선정하여 보도하고 있는 기사를 분석하였고, 공업계 및 인문계 고등학생의 現 건설산업에 대한 이미지를 평가 키워드를 통해 파악하였으며, 선진국에서는 어떻게 이미지를 개선하고자 노력하고 있는지를 조사하여 개선이 시급한 이미지의 벤치마킹 방안을 제시함.

- 본 연구의 수행을 통해 도출된 주요 결과는 다음과 같음.

- 첫째, 언론매체 보도자료 분석을 통해 조사된 건설산업에 대한 이미지 키워드를 종합하여 향후 일반인 및 종사자에 대한 건설산업의 이미지 평가를 위한 키워드(대분류 3가지, 중분류 9가지, 소분류 35가지)를 도출함.
- 둘째, 이미지 평가 키워드를 토대로 고등학생들의 이미지 실태를 분석한 결과, 공업계 및 인문계 고등학생들의 공통적인 부정적 이미지는 ‘성실사공’, ‘기업윤리’, ‘근로환경’인 것으로 분석됨.
- 셋째, 고등학생들을 대상으로 하고 있는 국내 기관별 이미지 개선활동의 문제점은 “고등학생들을 위한 개선활동 프로그램 절대부족”으로 조사되었고, 가장 필요한 개선활동은 “견학 및 체험 활동”으로 나타남.
- 넷째, 국내 기관별 이미지 개선활동을 분석한 결과, 대부분 사회공헌적인 의미를 많이 지니고 있고, 청소년들이 직접 체험할 수 있는 활동이 적다는 문제점을 파악할 수 있었음.
- 다섯째, 일본의 기관별 이미지 개선활동은 국내 기관별 이미지 개선활동과 달리, 대상의 선정이 명확하고, 기관별 특성을 반영한 활동으로 구성되어 있었음.

- 여섯째, 국내 건설산업의 이미지 개선을 위해서는 개선활동 주체 및 운영 프로세스, 활동 내용의 주체 구분, 기관별 특성에 맞는 효과적인 홍보체계 수립이 필요하다고 판단하여 이에 대한 벤치마킹 방안을 제시함.

■ 본 연구를 통해 미래 건설 기술인력들의 건설산업에 대한 이미지를 파악할 수 있었고, 국내에서 수행되고 있는 기관별 이미지 개선활동의 문제점 및 개선사항을 도출할 수 있었음.

- 도출된 고등학생들의 부정적 이미지는 과거부터 건설산업에서 나타난 부정적 이미지인 부실시공, 비리/뇌물, 작업환경 등임.
- 이러한 부정적 이미지 해결을 위해 국내 다양한 기관들이 노력을 기울이고 있으나 개선될 기미가 보이지 않는 것이 현실임.

■ 이러한 부정적 이미지는 혁신적인 개선방안 수립이 이루어지지 않는 한 사라지지 않고 지속될 것으로 보이며, 미래 건설산업의 우수 인력 유입에 있어 큰 장애요인으로 작용할 것으로 보임.

- 따라서 現 시점에서 건설산업에서 이루어지고 있는 이미지 개선활동의 내용, 방법, 운영 체계 등을 전면적으로 살펴볼 필요가 있으며, 부족한 점을 해결할 수 있는 방안 마련이 시급해 보임.

■ 본 연구에서 조사된 국내와 가장 유사한 건설 프로세스를 지니고 있는 일본의 사례는 기관별 특성을 살린 활동들이 다수 수행되고 있었으며, 국내에 벤치마킹된다면 이미지 제고에 많은 도움을 줄 것으로 판단됨.

- 특히, 기관별 운영체계 및 활동내용과 건설산업의 홍보방안은 現 고등학생들의 궁금증 해결 및 관심 유도도 미래 건설 기술인력 유입에 도움이 될 수 있을 것으로 판단되며, 부정적 이미지 개선에 효과가 있을 것으로 판단됨.

■ 다만, 본 연구에서 제시된 사례의 벤치마킹이 원활하게 이루어지려면, 기관별로 유입하고자 하는 인식이 존재할 필요성이 있으며, 정책적으로 시행되는 방안이 뒷받침될 필요가 있음.

- 일본은 과거부터 건설산업의 이미지 해결과 젊은 인력 유입 방안 마련을 위해 다양한 기관들이 노력해 왔으며, 특히, 정부 부처 및 관련 단체의 역할에 매우 무게가 실려 있음.
- 따라서 국내에 효율적으로 정착하기 위해서는 정부 부처 및 관련 단체의 의지가 필요할 것으로 보이며, 단기적으로 개선할 것이 아닌 중·장기적인 정책적 방안이 마련되어야 한다고 판단됨.

■ 본 연구는 고등학생들을 대상으로 한 설문조사가 코로나19로 인해 다수의 설문 부수를 확보하지 못하였고, 선진국의 이미지 개선활동을 일본의 사례로 국한한 한계점을 지니고 있음.

- 이에 향후 본 연구의 한계성을 극복하고, 건설산업의 이미지 제고방안을 실무적으로 활용할 수 있는 정책적 방안을 마련하는 연구가 추가적으로 수행될 필요가 있다고 사료됨.

신원상 (선임연구원, wsshin@cepik.re.kr)
오치돈 (연구위원, chidon@cepik.re.kr)
곽한성 (선임연구원, hsgwak@cepik.re.kr)
배상희 (연구원, shbae@cepik.re.kr)

미래 건설 기술인력의 건설산업 이미지 실태분석 및 개선방안

2021년 1월 인쇄

2021년 1월 발행

발 행 인 김 경 식

발 행 처 한국건설인정책연구원

서울시 강남구 언주로 650, 8층(논현동, 건설기술인회관)

TEL (02)6204-4332

FAX (02)6204-4341

홈페이지 www.cepik.re.kr

인 쇄 처 경성문화사 (02)786-2999

© 한국건설인정책연구원 2021

※ 본 성과는 정부(과학기술정보통신부)의 재원으로 한국연구재단의 지원을 받아 수행된 연구임(No.2020R1F1A1048137).