

# 건설 산업 이미지 영향 요인 분석에 관한 연구

## Analysis of the Factors Influencing the Image of the Construction Industry

김 상 범\*      이 정 대\*\*      박 민 제\*\*\*  
Kim, Sang-Bum   Lee, Jeong-Dae      Park, Min-Jea

### 요 약

건설 산업은 국민 생활의 편의를 도모하고 산업의 기반시설을 구축하며 GDP의 약 17.5%를 차지할 정도로 국민 생활과 경제에 있어 중요한 위치를 차지하고 있는 국가 기반 산업이다. 그러나 건설 산업은 긍정적인 역할에도 불구하고 환경파괴, 저임금, 편향된 언론 보도 등으로 인하여 3D 업종, 비리, 부실, 비효율, 불신 등 부정적 이미지로 언론이나 일반 대중에게 투영되고 있는 것이 현실이다. 이로 인해 대학에서 건설관련 전공을 기피하는 현상이 발생하고 결과적으로 건설 산업으로 우수 인력 유입이 억제되고 있어 산업의 미래기반이 취약해 지고 있다. 또한, 건설 산업에 대한 R&D(Research and Development) 투자비 저조, 건설종사자들의 사기저하, 등 산업전반에 걸쳐 여러 문제점을 야기하고 있다. 본 연구는 건설 산업이 21세기에 첨단산업의 하나로서 거듭나기 위해 건설 산업의 부정적인 이미지를 개선하고 우수인력과 연구개발을 위한 활발한 투자를 유치해 나가야 한다는 필요성에서 시작되었다. 특히, 건설 산업 이미지에 영향을 미치는 주요 요인을 체계적으로 찾아내어 구체적인 이미지 향상방안을 마련할 수 있는 기반을 마련하고자 하는데 초점을 맞추었다. 본 연구에서는 건설 산업 이미지 영향요인 후보군을 도출하였고, 다양한 통계분석 기법을 활용하여 건설 산업 이미지 주요 영향 요인을 도출하였다. 연구 결과, 건설 산업 이미지에 영향을 미치는 정도는 건설업체 및 종사자의 도덕성, 건설업의 장래성이 가장 큰 영향을 미치는 것으로 나타났으며, 건설 산업 이미지 주요 영향 요인으로는 임금, 경제성장 기여도, 타 산업의 파급효과, 환경파괴성, 부동산 투기 여부, 건설 종사자의 신뢰성, 건설업체의 장래 성장성, 건설업의 장래 부가가치성으로 분석되었다.

키워드: 건설산업 이미지, 이미지제고, 벤치마킹

## 1. 서 론

### 1.1 연구의 배경 및 목적

국내 건설 산업은 국민 생활과 국가 산업의 기반시설을 제공하고 GDP의 약 17.5%를 차지하고 있는 주요한 국가적 기반 산업이다. 건설 분야 취업자 수는 전체 취업자의 8.2%인 182만 명(건설교통부, 2005<sup>1)</sup>)을 차지하고 있다는 사실은 건설 산업의 국가경제에의 중요도를 단적으로 보여준다 하겠다. 이러한 건설

산업을 역사적으로 살펴보면 국가 내부적으로는 경부고속도로 건설, 인천국제공항 건설, 월드컵 경기장 및 신도시 건설 등과 같은 국가 사회간접자본시설을 구축해 왔고, 국가 외부적으로는 해외 공사 수주를 통한 외화 창출을 통해 국가 경제 발전의 초석을 제공하였다. 하지만 건설 산업의 긍정적인 역할에도 불구하고 일반적 산업 이미지는 환경파괴에 대한 우려, 낮은 임금, 비리 중심의 언론 보도, 등으로 인하여 부정적 이미지(Negative Image)로 일반 국민에게 투영되고 있는 것이 현실이다.

이러한 건설 산업의 이미지는 커리어패스(Career Path)로서의 건설 산업 기피 현상을 불러일으켜 건설 산업으로의 우수인력 유입의 감소, 건설 산업에 대한 R&D 투자부진, 건설 산업 종사자들의 사기저하, 등 많은 문제점의 원인으로 작용하는 것으로 판단된다.

\* 종신회원, 동국대학교 사회환경시스템공학과 조교수, 공학박사(교신저자), kay95@dgu.edu

\*\* 일반회원, 동국대학교 사회환경시스템공학과 석사과정, yiyaho64@msn.com

\*\*\* 일반회원, 동국대학교 사회환경시스템공학과 석사, kingpmj20@hotmail.com

1) 건설교통부, 2003 ~ 2005년 건설교통백서, 2005

이에 본 연구에서는 이러한 문제점을 해결하기 위해 건설 산업 이미지 향상의 필요함을 인지하고, 건설 산업 이미지 향상의 당위성을 부여하고자 한다. 이를 위하여 관련 선행 연구들에서 심층적으로 다루어진 국내·외의 이미지 향상 전략 및 활동에 대한 내용들을 벤치마킹하여 산업이미지 형성에 영향을 주는 이미지향상 영향요인을 도출하고, 이를 전문가 자문을 통하여 검증하였다. 또한 이미지 향상 영향요인군별 우선 순위에 대한 설문 조사를 수행하였으며, 설문결과의 다양한 통계적 분석을 통해 이미지 향상 전략 수립의 기본 자료를 제공하고자 한다.

### 1.2 연구의 범위 및 방법

본 연구는 선행연구에서 다루어진 미국·영국·국내의 건설 산업 이미지 관련 문헌과 저널의 고찰을 통해 국내를 비롯한 각국의 건설 산업 이미지 향상을 위한 문제의 인식과 활동 방향 등에 대한 분석을 수행하는 데에서 시작하였다. 김한수(2005), 김상범(2004), 조훈희(2004)등의 선행연구에서 다루어진 국내를 비롯한 미국과 영국의 건설 관련 기관들의 건설 산업 이미지 향상 활동 내용, 대상, 성과, 교훈 및 시사점, 건설 산업 이미지 영향 요인 등을 분석하였다. 이러한 문헌 조사와 건설 관련 기관 조사를 통해 도출된 건설 산업 이미지 영향 요인의 도출 결과를 전문가 면담을 거쳐 건설 산업 이미지 영향 요인 후보군 도출을 위한 기본 자료로 활용하였다. 또한, 건설인을 포함한 일반인을 대상으로 심층면접법(Depth Interview Method)의 형태로 설문조사를 실시하였고 설문분석을 통해 기 도출된 영향요인 후보군 중 주요한 건설 산업 이미지 영향 요인을 도출하였다.

본 연구의 중점 고려사항은 건설 산업 이미지 주요 영향 요인 도출에 있다. 이를 수행기 위해 문헌 조사 및 전문가 면담을 통해 도출된 건설 산업 이미지 영향 요인 후보군을 대구분 5항목, 소구분 29항목으로 구분하여 4가지 분석을 수행하였다. 먼저, 대구분 5항목을 대상으로, 요인 분석(Factor Analysis)을 실시하여 각 항목별 건설 산업 이미지 영향 정도를 파악하고, 소구분 29항목을 대상으로 카이제곱검정(Chi-Square-Test)·상관분석(Correlation Analysis)·다중선형회귀분석(Multiple Linear Regression)을 실시하여 건설 산업 이미지 주요 영향 요인을 파악하였다. 본 연구의 프로세스를 도식화하면 다음 그림 1과 같다.

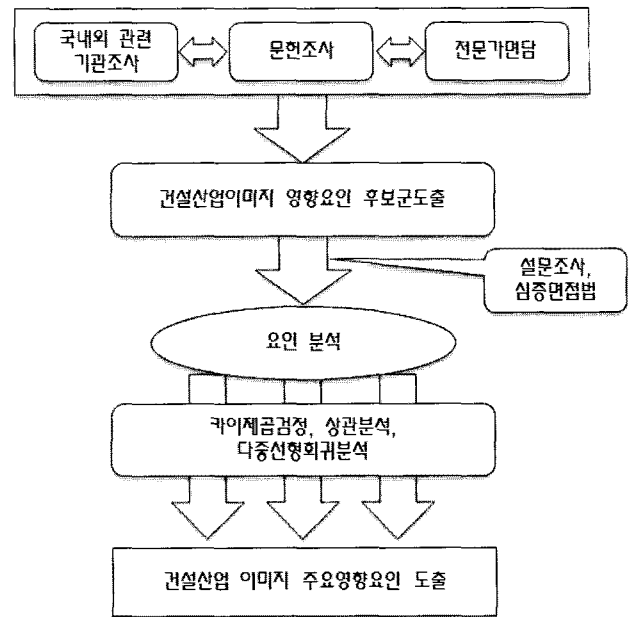


그림 1. 연구의 방법 및 절차

## 2. 이론적 고찰

### 2.1 건설 산업 이미지의 중요성

Markin(1974)<sup>2)</sup>은 이미지는 특정 개인의 정신적인 상(Mental Picture)으로서 개인의 행동, 태도, 가치 및 성향(Predisposition)에 영향을 미친다고 말할 만큼 개인에 있어 올바른 이미지 형성은 매우 중요한 것으로 평가하였다. 이를 토대로 판단컨대 건설 산업의 이미지는 건설 산업의 전반에 걸쳐 중요한 요소라는 점을 인지할 수 있다. 이와 연계하여 건설 산업 이미지를 구체화하면 2가지 관점으로 해석될 수 있다. 첫째, 건설 산업 내부적인 영역으로 건설 산업에 종사하는 사람들의 직업에 대한 만족도의 관점이고, 둘째, 건설 산업 외부적인 영역으로 국민적 선호도 및 건설 산업으로의 우수 인력의 확보와 관점이다. 건설 산업의 긍정적 이미지(Positive Image)는 건설 산업 내부적으로는 건설 종사자가 업무에 충실하고 보람을 느끼며 생활안정에 기여함으로써 만족할 만한 자아실현을 할 수 있도록 할 뿐 아니라 건설 산업 외부적으로는 산업의 선호도 향상을 이끌어 지속적 지원 및 투자를 유발하고 유능한 신규 인력의 유입을 통하여 발전 동력을 확보하는데 큰 역할을 하게 된다. 이를 도식화하여 표현하면 그림 2와 같다.

2) Markin, Rom J, Jr, "Consumer Behavior: A Cognitive Orientation", New York: MacMillian, Publishing Co. Inc, 1974, p.122

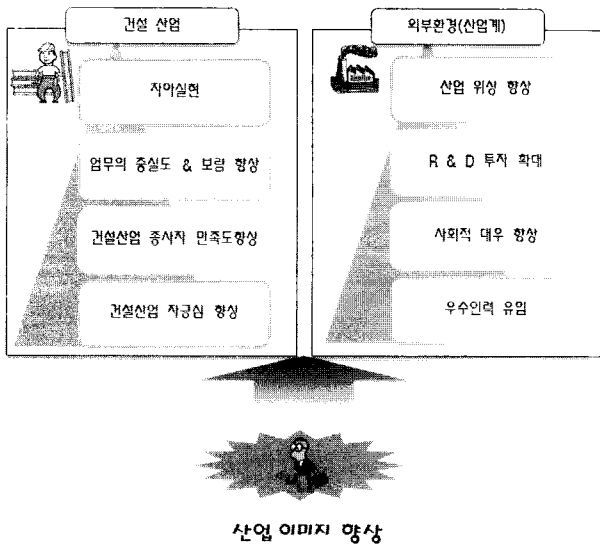


그림 2. 산업 이미지의 중요성



그림 4. 건설 산업의 부정적 이미지-언론보도

## 2.2 건설 산업 이미지 관련 국내 연구 동향

건설 산업 이미지 추락에 대한 문제점은 그간 산업 전반에 걸쳐 꾸준히 제기되어온 문제점이다. 건설 산업 이미지에 관한 문제는 단지 국내에 국한되고 있는 문제는 아니며 해외에서도 선진국을 중심으로 여러 부작용이 지적되어 왔다. 조훈희(2004)<sup>3)</sup>가 국내 건설 산업 이미지에 관련된 연구에서 건설관련 일간지 보도 자료를 분석한 결과를 살펴보면, 경제발전기반 조성, 고용 창출, 경기부양, 막대한 외화획득, 등의 긍정적 역할에도 불구하고 타 산업에 비하여 그 부정적인 요소만이 집중적으로 부각되고 있는 것으로 나타났다(그림 3 참조). 그림 4는 같은 맥락에서 북미지역에서 부정적 건설 산업 이미지 부각 언론 보도를 스크랩한 자료이다(김상범, 2004)<sup>4)</sup>. 본 절에서는 국내에서 진행된 건설 산업 이미지 관련 동향을 최근의 주요 연구를 중심으로 간략히 제시하였다.

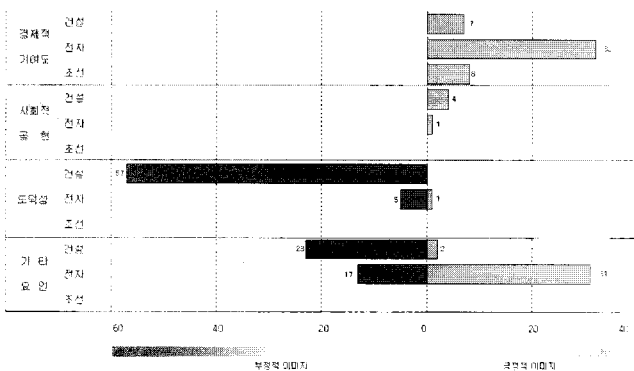


그림 3. 언론 기사를 통해본 건설 산업 이미지

출처 : 조훈희, 박우열, "건설 산업 이미지 향상전략 개발을 위한 해외 벤치마킹 연구 - 한국, 일본 사례 연구", 건설문화원, 2004.9

이의섭(1995)<sup>5)</sup>은 서울 시민 497명을 대상으로 대국민 이미지 조사와 556명의 건설 종사자를 대상으로 취업환경 인식을 조사하였다. 이 연구에서 조사된 통계 분석 결과, 건설 산업 이미지가 전체적으로 부정적이었음을 확인하였고, 이의 개선을 위해 건설 산업 외부적으로는 이미지 홍보를 내부적으로는 기업의 체질 개선을 이미지 제고 방안으로 제시하였다.

지상욱(2000)<sup>6)</sup>은 국내 대형 국책 사업의 내실화 방안을 제시하는 과정에서 건설 산업의 이미지 실태를 조사하기 위해 대국민 이미지 설문조사를 실시하였다. 이 연구에서는 건설 산업 이미지를 개선키 위해 기술개발에 대한 끊임없는 투자와 지속적인 홍보의 필요성을 역설했다.

김상범(2004)은 국내·외 건설 산업 이미지 현황을 파악하고 미국과 영국의 건설유관기관의 이미지 향상활동을 조사하여 국내 실정에 적용 가능한 이미지 향상 전략을 도출하였다. 이 연구에서는 관·산·학·연의 유기적인 협력을 통한 이미지 개선방안을 제시하였다.

조훈희(2004)는 국내의 건설 산업 이미지 형성과정을 파악하고, 일본의 건설 산업 이미지 현황과 건설 유관기관을 조사하여 국내 건설 산업에 벤치마킹(Benchmarking)함으로써 역동적(Dynamic), 발전가능성 있는(Developing), 꿈을 이룰 수 있는

3) 조훈희, 박우열, "건설 산업 이미지 향상전략 개발을 위한 해외 벤치마킹 연구 - 한국, 일본 사례 연구", 건설문화원, 2004.9

4) 김상범, "건설 산업 이미지 향상전략 개발을 위한 해외 벤치마킹 연구 - 미국·영국 사례 연구", 건설문화원, 2004.9

5) 이의섭, 김민형, "건설업 이미지 및 취업환경 인식조사", 한국건설산업연구원, 1995.12

6) 지상욱 외 5인, "건설 산업 합리화를 위한 국가지원체계 구축", 한국건설기술연구원, 2000.12

(Dream)의 “新3D”를 만들자는 이미지 제고 방안을 제시하였다.

김한수(2006)<sup>7)</sup>는 건설 산업 이미지 제고를 위한 포지티브 캠페인이 주요 현안으로 판단하였다. 이를 위하여 미국, 영국 및 일본 등 주요 선진국가의 건설 산업의 부정적인 이미지 극복과 긍정적인 이미지 구축을 위한 사례를 분석하였다. 연구 결과 이미지 제고 활동의 추진체계를 정립하고 인재의 확보·육성 등의 건설 산업 이미지 제고를 위한 전략적 기본틀을 제안하였다.

그러나 위와 같은 건설 산업 이미지 관련된 연구에서는 본 연구에서 수행하고자하는 건설 산업 이미지 영향요인과 몇 가지 차이점과 한계점을 가지고 있다. 첫째, 단순히 기술 통계에 의한 이미지 조사를 함으로써, 논리적 근거에 의한 건설 산업 이미지 영향요인 도출이 없다는 한계가 있다. 둘째, 건설 산업 이미지 개선방안 보다는 현황 파악 및 관련사례 조사에 중점을 두고 있어, 본 연구에서 수행하고자하는 영향요인 선정 및 우선순위 도출과의 차별성을 보이고 있다. 아래의 표 1은 그간의 주요 연구를 간단히 요약한 표이다.

표1. 건설 산업 이미지 관련 국내 연구 동향

구분	연구내용
이의섭 (1995)	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ 대국민 이미지 조사, 건설 종사자를 인식 조사</li> <li>■ 연구 결과 건설 산업 이미지가 부정적 조사됨</li> <li>■ 개선방안                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 외부적 : 이미지 홍보</li> <li>- 내부적 : 기업의 체질 개선</li> </ul> </li> </ul>
지상욱 (2000)	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ 국내 대형 국책 사업의 내실화 방안을 제시하는 과정에서 건설 산업의 이미지 실태를 조사하기 위해 대국민 이미지 설문조사를 실시.</li> <li>■ 이미지를 개선하기 위해 기술개발에 대한 투자와 지속적인 홍보 역할.</li> </ul>
김상범 (2004)	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ 국내·외 건설 산업 이미지 현황을 파악하고 미국과 영국의 건설유관기관의 이미지 향상활동을 조사하여 국내 실정에 적용 가능한 이미지 향상 전략을 도출.</li> <li>■ 연구 결과 관·산·학·연의 유기적인 협력을 통한 이미지 개선방안을 제시함.</li> </ul>
조훈희 (2004)	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ 국내의 건설 산업 이미지 형성과정을 파악하고, 일본의 건설 산업 이미지 현황과 건설 유관기관을 조사하여 국내 건설 산업에 벤치마킹</li> <li>■ 역동적, 발전가능성, 꿈을 이룰 수 있는 “新3D”를 만들자는 이미지 제고 방안을 제시.</li> </ul>
김한수 (2006)	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ 건설 산업 이미지 제고를 위한 포지티브 캠페인이 주요 현안으로 판단</li> <li>■ 미국, 영국 및 일본 등 주요 선진국가의 건설 산업의 부정적인 이미지 극복과 긍정적인 이미지 구축을 위한 사례 분석</li> <li>■ 연구 결과 이미지 제고 활동의 추진체계를 정립하고 인재의 확보·육성 등의 건설 산업 이미지 제고를 위한 전략적 기본틀 제안</li> </ul>

### 3. 국내·외 건설 산업 이미지 향상 활동 및 평가

본 장에서는 국내 건설 산업 이미지 향상을 위해 벤치마킹(Benchmarking)의 기초 자료로 사용할 수 있는 국내·외 건설

관련 기관의 건설 산업 이미지 향상 활동을 소개하였다. 국내는 물론 미국·영국 등의 선진국에서도 다양한 이미지향상 활동이 수행 중인 것으로 파악되었다.

#### 3.1 국내의 건설 산업 이미지 향상 활동 및 평가

대한건설협회<sup>8)</sup>에서는 건설 유관 기관 중 가장 활발한 활동을 전개하는 단체로 건설 산업 외부적인 활동의 일환으로는 “건설 산업 제대로 알리기 및 국민 친화적 건설 산업 홍보”를 수행하고 있으며, 건설 산업 내부적인 활동의 일환으로는 “건설 환경 개선을 위한 홍보 지원” 등의 활동을 수행하고 있다. 대한전문건설협회에서는 주로 건설 종사자를 대상으로 한 건설 산업 내부적인 활동이 주를 이루는데, 대표적인 활동으로는 기능사 자격 취득 대비반 교육, 직무 능력 향상 과정 교육 등이 있다<sup>9)</sup>. 한국건설기술인협회 역시 건설기술자 정보화 교육, 건설기술인 건설 현장 견학행사, 건설기술인의 날 행사 등과 같이 건설기술자의 복리 증진 및 권익 옹호 차원의 건설 산업 내부적인 활동이 주를 이루어 건설 산업 이미지 향상 활동을 추진하고 있다.

민간 기관의 건설 산업 이미지 향상 활동은 대표적으로 유명 대기업의 아파트 브랜드 마케팅을 들 수 있다. 1990년대 말 극심한 경제 상황에서도 일부 건설 기업은 브랜드라는 차별화 된 마케팅으로 경기도 분당, 일산 지역에서 분양률 100%를 달성하는 성과를 거두며 브랜드 마케팅에 대한 관심을 불러 일으켰다.<sup>10)</sup> 현재는 자체 브랜드를 사용하는 기업이 150여개나 될 정도로 일반화 되어 있는 실정이다.<sup>11)</sup> 또한, 근래에는 아파트 브랜드 마케팅 뿐 만이 아니라 기업의 이미지를 향상시키기 위한 활동도 전개하고 있다. 대기업은 건설 산업 내·외부적인 활동의 일환으로 사회봉사 활동, 건설 종사자 만족도 제고 활동 등 많은 활동을 전개하고 있다. 기업의 아파트 브랜드 마케팅과 대중 매체를 통한 기업 이미지 향상 활동, 등이 건설 산업 이미지 향상에 기여하는 바는 크지만, 기업의 속성상 기업의 이윤 극대화를 위한 마케팅에 초점이 맞추어져 있어 건설 산업의 이미지 향상에 근본적인 접근을 시도하는 본 연구와는 다소 차이가 있다고 할 수 있다.

국내의 이미지 향상활동은 공공보다는 민간에서 더 활발하게 진행되고 있는 것으로 판단된다. 전체적으로 건설 유관 기관의 활동은 그 활동 자체가 미약할뿐더러 주로 건설 종사자를 대상으로 한 건설 산업 내부적인 활동이 주를 이루는 것으로 평가된다.

7) 김한수, 엔지니어링사업 입·낙찰제도 개선방안 연구, 한국엔지니어링진흥협회, 2006.11

8) 대한건설협회 (<http://www.cak.or.kr/>) 기획홍보실 자료

9) 3번과 동일

10) 이상범, 조영준, 임남기, “건설업체의 브랜드 아파트 마케팅 전략 방안”, 제4권, 제3호, 한국건축시공학회 논문집, 2004.9

11) 주택산업연구원, “소비자 만족도 제고를 위한 아파트 상품개발 전략 보고서”, 2004

### 3.2 미국의 건설 산업 이미지 향상 활동 및 평가

미국의 건설시장은 전 세계 신규 공사의 20% 정도가 미국 내에서 이루어질 정도로 세계 최대의 규모를 가지고 있다. 또한 해외에서도 굴지의 건설 회사들이 활동을 하고 있어 미국의 건설 산업은 세계 시장에서 가장 경쟁력을 갖춘 것으로 평가되고 있다(김예상, 2003).<sup>12)</sup> 그러나 근래에 들어서는 미국 건설 산업도 경쟁력 약화와 생산성의 정체, 기술 인력의 부족 등의 문제점들을 직면하고 있으며, 이는 산업이미지 추락으로 이어져 국내외 비슷한 문제점들이 대두되고 있다.

건설 산업의 이미지 추락은 여러 가지 부작용을 초래하고 있는데, 그 중 북미지역에서 가장 심각하게 다루어지고 있는 부분이 인력의 공급에 관한 부분이라 할 수 있다. 표 2에서 나타난 바와 같이, 산업이미지 하락에 따른 문제점을 인식하고 이를 개선하기 위하여 미국에서는 다양한 개선활동이 이루어지고 있다.

표2. 미국 건설 산업의 이미지 향상 활동

구분	내용
Construct My Future	<ul style="list-style-type: none"> <li>15세 전후의 청소년들에게는 산업 전반의 소개, 관련 학교의 소개, 구인 등 직업 관련 정보 제공 등 우수 인력 유입 유도.</li> <li>부모와 교사들에게는 장학금 정보, 일정 한도 내의 무상 교육 자료 지원 정책, 건설 관련 교육 정보를 회보(Newsletter)로 제공</li> </ul>
NCCER	<ul style="list-style-type: none"> <li>건설 산업 외부적인 활동으로 건설 산업 이미지 홍보 활동을 수행? "Build Your Future 2004" 방송</li> <li>건설 산업 종사자를 대상으로 한 경력 개발 및 관리와 일반인을 대상으로 한 건설 산업 이미지 홍보 활동을 전개.</li> </ul>
American Society of Civil Engineering (ASCE)	<ul style="list-style-type: none"> <li>대학에서의 공학부문의 교육의 질을 높이고 산업계가 요구하는 능력을 구비한 인력을 배출하여 산업의 생산성과 효율성을 향상시켜 산업의 제반사항을 개선해 갈 수 있는 전략을 마련.</li> <li>"ASCE Body of Knowledge for 21st Century"<sup>3)</sup>은 미래의 건설 교육 혁신 방안에 대해 그 주제, 방법, 교육 내용 등에 대한 분석 수행.</li> </ul>
Two-Tier Work Force Strategy <sup>14)</sup> 분석(CCSIS <sup>15)</sup> )	<ul style="list-style-type: none"> <li>급격히 변화하는 세계 환경에서 미국 건설 산업의 역할에 대한 대중의 이해를 돕고, 산업 내부의 미래 경쟁력의 발전을 위한 조직.</li> <li>"Tier II Work Force Strategy"의 개발을 통해 전문 기술 인력 부족 문제의 해결을 시도</li> <li>철저한 교육과 경력 개발을 통하여 건설 인력의 직업 방향성(Career Path)을 제시하고, 생산성을 높임으로써 산업 이미지를 제고.</li> </ul>
Bob the Builder	<ul style="list-style-type: none"> <li>어린이들에게 건설 산업과 관련된 도구들을 친숙하게 표현하고, 건설 산업과 관련된 다양한 활동을 기본으로 한 간단한 게임을 제작하여 친근한 이미지를 가지도록 유도.</li> <li>세계 100여 개국에서 자국의 언어를 통하여 방영되고 있으며, 귀여운 캐릭터들과 쉽고 신나는 다양한 프로그램 구성으로 어린이들의 많은 인기를 얻음.</li> </ul>

출처 : 김상범, "건설 산업 이미지 향상 전략 개발을 위한 해외 벤치마킹 연구", 대한토목학회, 2008. 1

- 12) 김예상, 한미파슨스, 미국 건설 산업 왜 강인가?, 보성각, 2003
- 13) ASCE(2003), Body of Knowledge for 21st Century: Preparing the Civil Engineers for the Future, 2003.9
- 14) -Woong Chang(2002), Development and Assessment of the Tier II Work Force Strategy Implementation Index, The University of Texas at Austin
- 15) The Center for Construction Industry Studies

미국의 건설 산업 이미지 향상 활동은 건설 산업 내부적으로는 경력·자격 관리, 지속적 프로그램 운영 등의 활동을 펼치고 있으며, 건설 산업 외부적으로는 다양한 매체를 활용한 홍보 및 정보를 제공하는 활동을 펼치고 있다. 미국은 국내와 비교하여 볼 때 건설 산업 내·외부적으로 이미지 향상을 위해 왕성한 활동을 펼치고 있다고 판단된다. 또한, 국내 건설 산업 이미지 향상 활동은 민간 기관 중심의 건설 산업 내부적인 활동이 주를 이루는 반면에 미국은 관·산·학이 상호 협력 하에 다양한 활동을 펼치고 있다.

### 3.3 영국의 건설 산업 이미지 향상 활동 및 평가

영국에서는 건설 산업에서 필요한 인재를 육성하기 위해 건설의 기반부터 바꿔야한다는 산업계의 요구와 기술 인력 부족의 심화문제를 해결하고자 하는 목표로 산업 이미지 향상을 위한 다양한 활동을 펴오고 있다. 역량 있는 젊은이들이 진로 선택에 있어 산업의 부정적인 이미지로 인해 건설 산업을 도외시 하는 경향을 바로잡기 위한 노력이 그 대표적인 예라할 수 있을 것이다. 이를 위해 여성을 중심으로 소수 민족, 소수 집단 등의 고용을 촉진하여 건설 산업을 다양한 계층의 인력이 종사하는 대중적인 산업으로 변모시키고자 하였다. 영국의 다양한 이미지 개선 활동은 표 3에 요약되어 있다.

표3. 영국 건설 산업의 이미지 향상 활동

구분	내용
Change the Face of Construction	<ul style="list-style-type: none"> <li>건설 산업은 전체 국가 산업에서 소수 민족 고용율이 가장 낮은 산업으로, 소수 민족에 대한 인종적 편견에 대해 산업 자체의 이미지까지도 저하.</li> <li>본 캠페인을 통해 여성을 중심으로 한 소수 민족의 고용율의 향상과 더불어 체계적인 프로그램을 통해 여성의 지위 향상, 여성 인력의 적극적인 수용, 더 나아가 소수 민족의 건설 산업의 지위도 향상시키고자 노력.</li> </ul>
CITB	<ul style="list-style-type: none"> <li>청소년, 교사, 부모, 건설업체의 임원급 이상 관리직 등을 포함하는 "Positive Image 2004"<sup>16)</sup>라는 프로그램 진행.</li> <li>목적 : 14~19세 연령대의 청소년들에게 그 중에서도 특히 여성과 소수 민족을 주 대상으로 하여 건설 산업이 매력적인 진로 선택의 한 방안으로 될 수 있음을 홍보 → 이미지 향상 및 건설 산업으로 우수한 인력 유입.</li> <li>방법 : TV광고, 엽서 출판, 웹사이트 광고 등 다양한 대중 매체를 이용</li> </ul>
National Construction Week (NCW) 캠페인	<ul style="list-style-type: none"> <li>학생들에게 다양한 실습과 이를 통한 건설산업에의 직간접적인 참여의 기회를 제공</li> <li>CITB의 후원과 지원으로 영국 내에 광범위하게 분포되어 있으며, Change the Face of Construction 프로그램과 일부 연계되어 지역적으로 실시.</li> </ul>
'Respect for People'	<ul style="list-style-type: none"> <li>'인력에 대한 존중'을 모토로 삼고 있음</li> <li>역량 있는 인재의 수급과 이탈 방지(Recruiting and retaining talented people)가 건설업의 시급한 당면과제는 문제인식에서 출발한 활동.</li> <li>건설 산업에 종사하는 인력을 존중하는 풍토를 조성함으로써 산업종사자는 자긍심을 갖고 산업자체를 존중하는 자세를 갖게 될 것이며, 이는 궁극적으로 건설 산업 이미지에 대한 개선효과를 일으킬 수 있음을 강조.</li> <li>RFP 활동은 영국의 건설 산업 전반의 혁신을 위한 RC 운동의 5대 핵심 분야 중 하나임</li> </ul>

출처 : 김상범, "건설 산업 이미지 향상 전략 개발을 위한 해외 벤치마킹 연구", 대한토목학회, 2008. 1

16) [http://www.citb.org.uk/news/Campaigns/2004\\_positive\\_image/](http://www.citb.org.uk/news/Campaigns/2004_positive_image/)

영국의 건설 산업 이미지 향상 활동 가운데 특이점은 Change the Face of Construction 활동과 같은 국내와는 다른 여성을 중심으로 한 소수 인력의 건설 산업으로의 유입 활동이라 할 수 있다. 이는 영국 내에 존재하고 있는 성별 또는 인종간의 사회적 문제로 야기된 것으로 판단되기는 하나 여성의 사회적 진출이 확산되고 있는 국내 실정과 비교해도 타당한 내용이라고 판단된다. 또한, 영국은 “인력에 대한 존중”을 모토로 하는 Respect for People 운동과 같이 건설 내실화를 추구하는 건설 산업 내부적인 활동도 있었으나 대부분은 건설 산업 외부적인 활동이 주가 되는 건설 산업 이미지 향상 활동을 전개하고 있는 것으로 판단된다.

#### 4. 건설 산업 이미지 영향 요인 후보군 도출

건설 산업 이미지 영향 요인을 도출하기 위한 앞서 기술된 다양한 문헌 조사와 전문가 자문을 통해 건설 산업 이미지 영향 요인 후보군을 우선적으로 도출하였다. 본 절에서는 건설 산업 이미지 영향요인 후보군 도출 프로세스 및 도출된 후보군에 대하여 서술하였다.

##### 4.1 건설 산업 이미지 영향 요인 후보군 도출 프로세스

본 연구에서는 건설 산업 이미지 주요 영향 요인을 도출하기 위한 선행 작업의 일환으로 건설 산업 이미지 영향 요인 후보군을 도출하였다. 이러한 일련의 도출 프로세스(Process)는 첫째로, 기존 보고서와 논문 조사를 통해 건설 산업 이미지 영향 요인들을 조사하였고, 이러한 요인들의 실제 영향도와 적합성을 판단키 위해 국내·미국·영국의 건설 유관 기관들을 조사하였다. 두 번째로는 도출된 건설 산업 이미지 영향 요인들을 토대로 건설 산업 이미지에 대한 학문적 지식과 식견을 가진 전문가 자문을 산업계·연구계·학계를 대상으로 각 1회씩 실시하였다. 자문 결과, 건설 산업 이미지 영향 요인들을 국내 건설업 현황에 맞게 필터링(Filtering)할 수 있었으며 이를 통해 건설 산업 이미지 영향요인 후보군을 도출할 수 있었다. 이와 같은 내용을 도식화하면 그림 5와 같다.

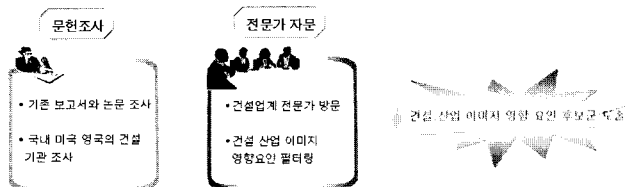


그림 5. 건설 산업 이미지 영향 요인 후보군 도출 프로세스

#### 4.1.2 건설 산업 이미지 영향 요인 후보군

건설 산업 이미지 영향 요인 후보군 도출 프로세스를 통한 문헌조사 및 전문가 자문 결과, 도출된 건설 산업 이미지 영향 요인 후보군은 크게 건설 산업의 사회적 대우·국가 경제 기여도·국가 사회 기여도·도덕성·장래성의 5가지의 대분류로 구분할 수 있었다. 이외에도 다른 요인들이 건설 산업 이미지에 영향을 미칠 수 있으나, 그 영향은 미약하다고 판단되며 대다수의 요인들은 이 5항목에 포함되기에 본 연구에서는 이미지 영향요인 대분류를 5항목으로 한정하였다. 앞서 제시된 5항목의 대구분 아래에 문헌 조사 및 전문가 자문을 통해 검증된 총 29항목의 이미지 영향 요인을 도출하였다. 이는 대분류 각각의 하위 항목으로 본 연구의 핵심이 되는 설문 조사 분석의 기본 단위로 사용되었다. 이 대구분 5항목과 소구분 29항목을 출처와 함께 표로 나타내면 표 4, 표 5와 같다.

표 4. 건설 산업 이미지 영향 요인 후보군

대구분	소구분	출처
사회적 대우	언론의 편향된 보도	4
	건설 종사자의 임금	2
	건설 현장의 안전성	2
	건설인 사이의 스타(Star) 부재	6
	건설 종사자의 활동성	6
	건설 종사자의 창조성	3
	건설 종사자의 결혼 상대자로서의 적합성	3
	건설 종사자의 복지	2
	국가 경제 기여도	3
국가 경제 기여도	건설 산업의 경제 기여도	3
	건설 산업의 고용 창출 효과	3
	건설 산업의 외화 획득 효과	6
	건설 산업이 타(他)산업에 미치는 효과	3
	건설 산업의 부가가치성	3
국가 사회 기여도	건설 산업의 환경피괴성	5
	건설 산업의 문화 활동 기여	3
	건설 산업의 지역사회발전 기여	3
	건설 산업의 대외 경쟁력	3
도덕성	건설사의 공사 수주시 담합 여부	3
	건설 공사의 부실 여부	3
	건설회사의 부동산 투기성	3
	건설 산업 종사자의 신뢰성	3
	건설업체의 뇌물 수여 여부	3
	건설업체의 사회적 봉사활동	3
국가 사회 기여도	장래성건설 산업의 성장 가능성	3
	건설업체의 해외 수주력	3
	건설 산업의 기술성	3
	건설 산업의 국가 정래성	3
	건설 산업의 장래 부가가치성	2
	건설 종사자의 경력 개발 여부	2

표5. 건설 산업 이미지 영향 요인 후보군 출처

출처	자 료
1	건설 산업 이미지 향상 전략 개발을 위한 일본사례 벤치마킹 연구, 대한 건축학회 논문집 A Perspective on The Image of The Construction Industry
2	Construction project Improvement(CPI) Conference 자료참조
3	건설업 이미지 및 취업환경 인식조사, 한국건설산업연구원
4	건설 산업 합리화를 위한 국가지원체계 구축, 한국건설기술연구원
5	자문 회의 결과 도출된 요인

## 5. 건설 산업 이미지 주요 영향 요인 도출

본 장에서는 앞에서 도출된 건설 산업 이미지 영향 요인 후보군을 토대로 설문 조사와 통계적 분석방법을 통하여 영향 요인을 도출하였다. 설문조사 결과를 바탕으로 대구분 5항목에 대한 요인분석을 수행하여 건설 산업 이미지 영향 정도를 파악하고, 소구분 29항목을 대상으로 최종분석을 함으로써 건설 산업 이미지 주요 영향 요인을 도출하였다. 또한, 각 영향 요인별 중요도를 고려한 우선순위를 선정하였다.

### 5.1 건설 산업 이미지 주요 영향 요인 도출 프로세스

건설 산업 이미지 주요 영향 요인 도출 프로세스는 설문 조사, 기술통계 분석, 대분류 요인 분석(Factor Analysis), 소항목 최종 분석, 건설 산업 이미지 주요 영향 요인 도출로 총 5단계로 구성되어 있다. 각각의 내용은 다음 절부터 소개되어지며 프로세스를 도식화하면 그림 6과 같다.

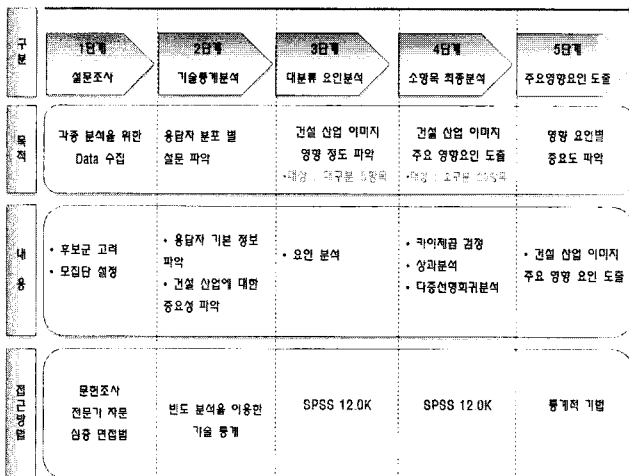


그림 6. 건설 산업 이미지 주요 영향 요인 도출 프로세스

### 5.2 설문 조사

도출된 건설 산업 이미지 영향 요인 후보군이 반영된 설문지를 바탕으로 설문 조사를 실시하였다. 설문지의 목적은 건설 종사

자를 대상으로 한 건설 내부적 이미지 측정과 더불어 건설인이 아닌 일반인을 대상으로 한 건설 외부적 이미지 측정도 목적이므로 조사 대상을 건설인을 포함한 일반인으로 설정하였다. 상세한 설문 조사의 개요는 그림 7과 같다.

◆ 조사 대상	건설인을 포함한 일반인
◆ 표본 설계	전국 20세~59세 사이의 성인 남녀 중 성연령의 인구구성비에 따른 비례확률 추출
◆ 조사 시기	2006년 4월 1일 ~ 4월 30일
◆ 조사 방법	심층면접법(Depth Interview Method)
◆ 유효 표본	123명
◆ 표본 오차	95% 신뢰수준에서 최대 허용 표본오차 ±2.5%

그림 7. 설문 조사 개요

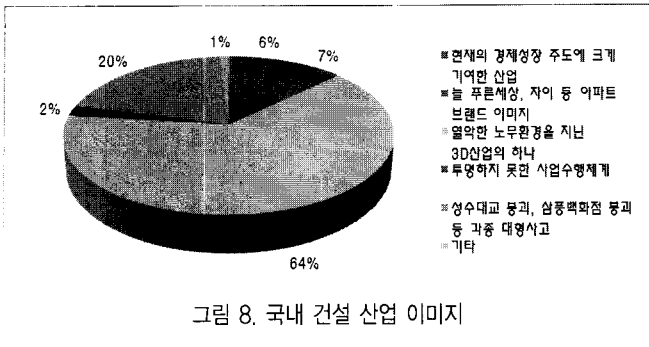
### 5.3 기술 통계 분석

설문 응답자를 대상으로 설문 응답자 기본 정보, 국내 건설 산업하면 떠오르는 이미지, 건설 산업에 대한 의견, 건설 구조물 중 생활과 가장 밀접한 관련이 있는 시설에 대한 응답을 파악하기 위해 회수된 설문지를 바탕으로 빈도 분석을 통한 기술 통계 분석을 실시하였다. 자세한 설문 응답자 기본 정보는 표 6과 같다.

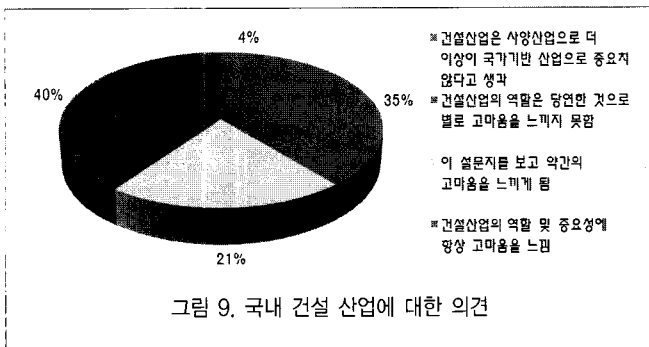
표 6. 설문 응답자 기본 정보

연 령	20~29세	30~39세	40~49세	50세 이상	
	72	25	10	16	
최종 학력	고졸 미만	고졸	대제	대졸 이상	
	1	18	31	73	
직 업 (성세구분)	대학(원)생	회사원	서비스업	공무원	기타
	76	20	11	5	11
성 별	남	여	직 업 (대구분)	건설인	비건설인
	68	55		48	75

123명을 대상으로 국내 건설 산업에 대한 이미지를 조사한 결과, 열악한 노무 환경을 지닌 3D산업의 하나라는 응답이 64%를 차지할 만큼 많은 수치를 나타냈다. 또한, 성수대교 붕괴, 삼풍백화점 붕괴 등 각종 대형사고가 생각난다는 응답도 20%를 차지하였다. 이와 같이 부정적인 응답이 높은 수치를 나타낸다는 것은 건설인을 포함한 일반인에게 투영되는 국내 건설 산업 이미지가 매우 부정적으로 나타나고 있음을 알려준다. 이에 대한 상세한 결과는 그림 8과 같다.



국내 건설 산업에 대한 의견을 묻는 설문 분석 결과, 40%가 국내 건설 산업의 역할 및 중요성에 고마움을 느낀다고 대답하였고, 35%가 국내 건설 산업의 역할은 당연한 것으로 별로 고마움을 느끼지 못한다고 답하였다. 이는 앞의 내용과 종합하여 보면 많은 사람들이 국내 건설 산업에 대한 역할 및 중요성을 인정하고 있으나, 국내 건설 산업 이미지를 부정적으로 인식하는 것으로 판단된다. 이에 대한 상세한 결과는 그림 9와 같다.



5.4 건설 산업 이미지 영향도 분석; 대 분류군 분석

건설 산업 이미지 영향 정도를 파악하기 위해 대구분 5항목을 대상으로 한 요인 분석(Factor Analysis)을 실시하였다. 요인 분석<sup>17)</sup>이란, 몇 개의 공통인자(Common Factor)를 통하여 p개의 변수들 간의 존재하는 공분산 구조(Covariance Structure)를 쉽게 파악하도록 모형에 바탕을 둔 다변량 분석기법으로 본 연구에서는 이러한 요인 분석을 대구분 5항목에 적용하여 다음과 같은 결과를 얻었다.

표 7. 건설 산업 이미지 다변량 분석기법 결과

$$\text{건설 산업 이미지} = 0.292 * \text{사회적 대우} + 0.260 * \text{국가 경제 기여도} + 0.248 * \text{국가 사회 기여도} + 0.598 * \text{도덕성} + 0.773 * \text{장래성표}$$

건설 산업 이미지 다변량 분석기법 결과

위의 결과를 살펴보면, 대구분 5항목의 계수치가 모두 양(+)임을 알 수 있다. 이는 대구분 5항목의 만족도가 높아지면 건설 산업의 이미지도 향상됨을 뜻한다, 또한, 도덕성, 장래성은 다른 항목에 비해서 계수치가 높음을 알 수 있다. 이는 건설 산업 이미지에 영향을 미치는 정도에 있어 도덕성, 장래성이 다른 항목에 비해 높음을 뜻한다. 그러므로 건설 산업 이미지에 영향을 미치는 정도가 가장 큰 항목은 건설업체 및 종사자의 도덕성, 건설 산업의 장래성이라 할 수 있다. 요인분석으로 도출된 건설 이미지 영향군 우선순위는 아래의 표와 같다(표 8 참조)

표 8. 건설 산업 이미지 영향군 우선순위

영향요인(대분류)	우선순위	영향도
사회적 대우	3	29.2%
국가경제 기여도	4	26.0%
국가사회 기여도	5	24.8%
도덕성	2	59.8%
장래성	1	77.3%

5.5 건설 산업 이미 주요 영향요인분석; 소항목 영향요인 분석

앞서 수행된 요인분석을 통하여 5가지의 건설 산업 이미지 영향군(사회적 대우, 국가경제기여도, 국가사회기여도, 도덕성, 장래성)들이 이미지 형성에 미치는 영향도 및 우선순위에 관한 분석을 수행하였다. 본 절에서는 5개의 영향군 아래 분류된 29가지의 이미지 영향요인들이 실질적 이미지 향상에 미치는 영향에 대한 보다 심층적인 분석을 수행하였다. 먼저, 건설 산업 이미지 주요 영향 요인을 도출하기 위해 소구분 29항목을 대상으로 신뢰도 분석(Reliability Analysis)을 실시하여 설문지의 신뢰성에 대한 검증을 수행하였다.

5가지 대분류별 영향요인의 중요도 분석을 위하여 앞서 설명된 바와 같이 카이제곱검정·상관분석·다중선형회귀분석의 3가지 통계적 분석을 수행하였다. 3가지 통계 분석기법을 사용한 이유는 각 통계기법의 한계점의 영향도를 최소화하고 이미지 주요 영향요인 도출 결과의 신뢰성을 높이기 위한 것이었다. 이 세 가지 분석을 종합·분석한 결과, 국내 건설 산업의 사회적 대우에서는 임금, 국가 경제 기여도에서는 경제성장과 타산업의 파급효과, 국가 사회 기여도에서는 환경파괴성, 도덕성에는 부동산 투기 여부와 건설종사자의 신뢰성, 장래성에서는 건설업체의 장래 성장성과 건설 산업의 장래 부가가치성이 건설 산업 이미지에 영향을 미치는 주요한 영향 요인으로 분석되었다. 이를 간단히 표로 나타내면 표 9와 같다.

17) 강성현, "동영상 강의로 배우는 SPSS 12.0K 통계자료분석", (주)통계정보, 2005, p.490



구분	카이제곱검정	상관분석	다중선형 회귀분석	
사회적대우	편향된 언론 보도	X	X	X
	임금	●	●	●
	건설현장의 안전성	X	X	X
	스타의 부재	X	X	X
	활동성	X	X	X
	참조성	X	X	X
	결혼상대자로서의 매력성	X	X	X
	종사자의 복지	X	X	X
국가 경제 기여도	경제성장	●	●	●
	고용창출	X	●	X
	외회획득	●	X	X
	타산업의 파급효과	●	●	●
국가 사회 기여도	건설 산업의 부가가치성	X	●	X
	환경파괴성	●	●	●
	문화활동에 기여성	X	X	X
	지역사회발전에 이바지	●	X	X
도덕성	대외경쟁력	X	X	X
	공사 수주 시 담합	X	X	X
	부실공사 여부	X	●	X
	부동산 투기 여부	●	●	●
	건설 종사자의 신뢰성	●	●	●
장래성	건설업체의 뇌물 수수 여부	●	●	X
	건설업체의 사회적 봉사활동	X	X	X
	건설업체의 장래 성장성	●	●	●
	건설업체의 장래 수주력	X	X	X
	건설업체의 기술적 발전 가능성	●	X	X
	건설 산업의 육성 여부	X	X	X
	건설 산업의 장래 부가가치성	●	●	●
건설 종사자의 경력개발 여부	X	X	X	

### 5.6 건설 산업 이미지 주요 영향 요인 도출

본 연구에서는 사회적 대우, 국가 경제 기여도, 국가 사회 기여도, 도덕성, 장래성의 이미지 영향 요인 대부분 5항목을 대상으로 요인 분석을 실시하였고 그 결과, 건설 산업 이미지에 가장 큰 영향을 미치는 항목은 건설업체 및 종사자의 도덕성, 건설 산업의 장래성으로 나타났다.

대부분 5항목 아래에 건설 산업 이미지 영향 요인 후보군인 소구분 29항목을 대상으로 항목들 간의 내적 일치도를 검증하기 위해 Cronbach -  $\alpha$  계수를 이용한 신뢰도 분석을 실시하여 모든 항목이 0.6이상임을 확인하여 항목들 간의 내적 일치도를 검증하였다. 그리고 검증된 소구분 29항목을 대상으로 독립 변수와 종속변수의 관계를 1:1로 보는 카이제곱검정·상관분석을 실시하였고 또한, 독립 변수와 종속변수의 관계를 n:1로 보는 다중 선형회귀분석을 실시하였다. 그 결과, 건설 산업 이미지 주요 영향 요인은 임금, 경제성장 기여도, 타산업의 파급효과, 환경파괴성, 부동산 투기 여부, 건설종사자의 신뢰성, 장래 성장성, 장래 부가가치성으로 나타났다. 이러한 결과를 종합하면, 국내 건설 산업 이미지에 가장 큰 영향을 끼치는 요인은 건설 종사자의 부

동산 투기 여부, 건설 종사자의 신뢰성, 건설업체의 장래성장성, 건설 산업의 장래 부가가치성, 등으로 나타났다.

## 6. 결론 및 제언

### 6.1 연구 결과 요약 및 활용 방안

본 연구는 건설 산업이 21세기에 첨단 산업의 하나로서 거듭나기 위해 건설 산업의 부정적인 이미지를 개선하고, 우수인력 유입과 R&D(Research and Development)를 위한 활발한 투자를 유치해 나가야 한다는 필요성에서 시작되었다. 국내·외 관련 문헌조사, 국내·외 건설 관련 기관 및 이미지 향상활동 벤치마킹, 건설 산업 이미지 영향 요인 도출, 설문조사 및 분석에 기반한 본 연구의 기여도를 구체적으로 제시하면 다음과 같다.

- 국내·외 건설 산업 이미지 현황 및 건설 관련 기관의 활동 조사 국외 건설 산업 이미지 현황을 인지함으로써 국내 건설 산업 이미지 현황 정도를 파악할 수 있으며, 국내·외 건설 관련 기관의 활동 조사 자료는 관·산·학·연의 건설 산업 이미지 향상을 위한 벤치마킹(Benchmarking)의 기초 자료로 사용될 수 있다.
- 본 연구의 건설 산업 이미지 주요 영향 요인 도출 국내 건설 산업 이미지 향상 활동의 당위성을 부여하며, 건설 산업 이미지 영향요인 우선순위에 따른 효율적인 건설 산업 이미지 향상 활동을 가능케 하였다.
- 본 연구의 연구 방법론 통계적 기법을 사용하여 “이미지”라는 정성적 인자를 정량화시키고, 건설 산업 이미지 영향 요인을 도출시킨 본 연구의 연구 방법론은 타 연구에도 응용될 수 있다.

### 6.2 연구의 한계와 후속 연구의 제언

본 연구에서의 중점 고려사항은 설문 조사를 통한 설문 분석에 있었다. 그러나 연구의 수행을 위한 제반 비용의 측면과 시간적인 제약 때문에 충분한 표본을 얻지 못하였다. 또한, 정확하고 다양한 설문 분석을 위해 설문 응답자의 인구사회학적·지역적 변수 등 많은 변수들을 다각적으로 고려하지 못한 한계를 가지고 있다. 건설 산업 이미지 영향 요인 후보군 및 건설 산업 이미지 주요 영향 요인 도출에 있어서도 다양한 자료와 전문가 자문을 통하였으나 완벽한 리스트로 평가되기는 어려울 것이다. 이와 같은 한계의 극복을 위하여 다음과 같은 항목이 고려된 건설

산업 이미지 영향 요인 도출을 위한 후속 연구를 제안한다.

- 인구사회학적 · 지역적 변수 등이 고려된 표본의 크기가 큰 (N>500) 설문 조사와 이를 기반으로 한 다양한 설문 분석
- 많은 문헌 연구와 건설업계의 전문가 면담을 통한 좀 더 구체성 있는 건설 산업 이미지 영향 요인 후보군 선정
- 매년 건설 산업 이미지를 측정할 수 있는 검증된 점수화 척도 개발
- 구체성 있는 영향 요인을 실제 자료와 비교 · 분석하여 검증까지 할 수 있는 단계의 연구

## 참고 문헌

1. 강성현, "동영상 강의로 배우는 SPSS 12.0K 통계자료분석", (주)통계정보, 2005
2. 건설교통부, 2003~2005년 건설교통백서, 2005
3. 김상범, "건설 산업 이미지 향상전략 개발을 위한 해외 벤치마킹 연구 - 미국 · 영국 사례 연구", 건설문화원, 2004.9
4. 김상범, "건설산업 이미지 향상 전략 개발을 위한 해외 벤치마킹 연구", 대한토목학회, 2008. 1
5. 김예상, "미국 건설 산업 왜 강한가?", 보성각, 한미파슨스, 2003
6. 김한수, "영국 건설 산업의 혁신전략과 성공사례", 보성각, 한미파슨스, 2003
7. 김한수, 조훈희, 김상범 "건설산업 이미지 향상 전략 개발을 위한 해외 벤치마킹 연구", 한국건설문화원, 2006.2
8. 대한건설협회, "민간건설백서", 2003.12, p.22
9. 박홍규, "아파트 브랜드에 대한 기업이미지 연구", 서울: 중앙대 신문방송대학원 석사학위 논문, 2001.8, p.10
10. 이상범, 조영준, 임남기, "건설업체의 브랜드 아파트 마케팅 전략 방안", 제4권, 제3호, 한국건축시공학회 논문집, 2004.9
11. 이의섭, 김민형, "건설업 이미지 및 취업환경 인식조사", 한국건설산업연구원, 1995.12
12. 주택산업 연구원, "소비자 만족도 제고를 위한 아파트 상품개발 전략 보고서", 2004
13. 조훈희, 박우열, 김한수, "건설 산업 이미지 향상 전략 개발을 위한 일본사례 벤치마킹 연구", 제21권 제11호, 대한건축학회 논문집, 2005.11
14. 조훈희, 박우열, "건설 산업 이미지 향상전략 개발을 위한 해외 벤치마킹 연구 - 한국 · 일본 사례 연구", 건설문화원, 2004.9
15. 지상욱 외 5인, "건설 산업 합리화를 위한 국가지원체계 구축", 한국건설기술연구원, 2000.12
16. 대한건설협회(<http://www.cak.or.kr/>) 기획홍보실 자료, 2005.11
17. ASCE, "Body of Knowledge for 21st Century: Preparing the Civil Engineers for the Future", 2003.9
18. BRT, "A White Paper from THE BUSINESS ROUNDTABLE - Confronting the Skilled Construction Work Force Shortage(A Blueprint for the Future)", CONSTRUCTION COST EFFECTIVENESS TASK FORCE, 1997
19. Markin, Rom J. Jr, "Consumer Behavior: A Cognitive Orientation", New York: MacMillian, Publishing Co. Inc, 1974, p.122
20. Kotler, P, "Marketing Management, 10th ed.", Prentice Hall, 2000
21. <http://www.bobthebuilder.org/>, 2005.12
22. <http://www.change-construction.org/index.htm/>, 2006.1
23. <http://www.citb.org.uk/>, 2006.2
24. [http://www.citb.org.uk/news/Campaigns/2004\\_positive\\_image/](http://www.citb.org.uk/news/Campaigns/2004_positive_image/), 2006.2
25. <http://www.constructingexcellence.org.uk/resourcecentre/peoplezone/respect.jsp/>, 2006.3
26. <http://www.constructmyfuture.com/>, 2006.3
27. <http://www.constructmyfuture.com/CHOOSE.HTML/>, 2006.3
28. <http://www.encyber.com/>, 2006.1
29. <http://www.hitentertainment.com/bobthebuilder/>, 2005.12
30. <http://www.nccer.org/>, 2006.2
31. <http://www.ncw.org.uk/>, 2006.2

논문제출일: 2008.02.13

심사완료일: 2008.03.27

---

### Abstract

The construction industry has been leading the growth of the nation's economy not only by providing with various infrastructure projects but also by positively impacting related industries such as creating numerous job opportunities. Relevant statistics show the production amount of construction taking about 17.5% of the GDP (Gross Domestic Product). In spite of its positive impacts on the economy, image of Korea construction industry is generally reflected as negative mainly because of its environmental disruption, low payment, bribe, fraudulent work and inefficiency. It brings students to be reluctant choosing the construction industry as their carrier path and governmental and principal research status. Therefore it has been difficult to recruit highly qualified human resources to the industry while the morale of the whole industry has gradually become demoralized. To improve this stand, many domestic researchers carried out research projects for improving the image of Korea Construction Industry. This study also sympathizes with necessity of improving the negative image of construction industry to remain as one of the leading industry in the 21st century. Especially, this study focused on finding important factors which have significant influences on the image of the industry. Through out the research, image influence factors was identified by rigorous literature review and interviews as industrial and academic experts. Factors, then, categorized and used as the main framework for the survey which designed to fine the degree of impacts on the image of the construction industry. In analyzing the survey results, various statistical techniques was employed including factor analysis, Chi-Square-Test, Correlation Analysis and Multiple Linear Regression. Identified as the most influent factors to the image of the construction industry include morale of construction employee, and prospects the industry which of the judgement by payment, impacts on nation's economy, future of the industry, etc.

Keywords : Image of Construction Industry, Image Influence Factor, Image Improvement