

건설 한국 브랜드 세계 시장서 차별화해야

국내 건설산업은 6.25 전쟁으로 폐허가 된 국토를 재정비하는 전후 복구 사업에 중추적인 역할을 했으며, 1962년부터 본격화된 경제개발 계획 기간에는 전력, 수송, 용수 등 사회간접자본 시설을 건설하여 70년대 고도 성장의 기반을 마련했다. 특히, 70년대 후반 중동의 오일 달러를 기반으로 본격화된 해외건설은 1973년 1.7억 달러에서 1982년 130억 달러가 넘는 초고속 성장을 이룩해 우리 경제가 유기파동을 극복하는데 결정적인 기여를 했다.

건설업 환란후 최대 시련

또 1997년 외환위기와 2008년 국제금융위기 당시의 건설산업은 부동산규제 완화, SOC 재정투자 확대 등 경기부양의 효과적인 정책 수단으로 활용되기도 했다.

우리 경제의 규모 확대와 구조 선진화로 비중이 줄어들고 있지만 건설산업은 여전히 국내총생산의 6%, 고용의 7%를 차지하는 중요한 산업이며, 특히 작년에는 해외 건설 수주액 700억 달러를 돌파하여 우리나라 수출에 큰 몫을 차지했다.

그러나 오늘의 건설산업은 주택 시장 등 민간부문 침체의 장기화로 모든 건설업체가 오로지 공공공사에만 목을 매고 있으며 지자체와 공기업의 공사 물량 축소는 건설산업을 벼랑끝으로 몰고 있다.

이러한 가운데 일본 원전사고, 중동 민주화운동 등의 영향으로 해외 건설도 불확실성이 커지고 있어 건

기 고



최삼규 대한건설협회장

설산업은 외환위기 이래 최대의 시련기를 맞고 있다.

이러한 상황은 우리경제와 사회의 구조적 변화에 따른 것이지만 이러한 환경 변화를 예측하고 이에 적절히 대응하지 못한 우리 건설업체의 책임도 있다고 할 것이다.

이제 우리 건설산업은 높은 공공공사 의존도와 주택사업 일변도의 개발 사업구조에서 벗어나 새로운 성장동력을 발굴하고 안정적인 수익 구조를 만들어 가야 하는 과제를 안고 있다.

한 발 앞선 기술개발로 원전과 고속철도, 초고층건축, 초장대교량 등의 분야에서 글로벌 경쟁력을 갖춘 것처럼 이제는 세계 건설시장의 화두인 녹색건설을 주도하기 위한 기술을 개발하고 인재를 육성해 건설 한국의 브랜드를 세계 시장에서 차별화해야 한다.

주택시장은 인구 감소 등 중장기

적 사회구조 변화에 대응해 새로운 상품을 개발하고, 호황을 누리고 있는 해외건설시장도 중국, 인도 등 신흥 경제강국들이 가격 경쟁력을 무기로 시장을 잠식하는 등 경쟁이 치열해지고 있으므로 시장을 선도할 수 있는 차별화된 경쟁력을 갖춰 나가야 할 것이다.

이와 더불어 오늘날 국가적 화두로 떠오른 상생경영을 통한 동반성장 전략을 확고히 하고, 불공정 거래행위와 소모적인 과열경쟁이 아닌 건설산업 참여자 모두가 상생협력을 통해 함께 성장하는 상생의 경영환경을 만들어야 할 것이다.

또한 건설산업 발전을 저해하는 분양가 상한제 등 각종 규제를 개선하고, 최저가나찰제와 같은 가격 중심 발주 제도의 전면적인 혁신과 함께 해외 건설 시장의 지속 성장을 위한 금융지원 시스템의 구축도 필요할 것이다.

규제·제도 혁신 등도 필요

우리나라 경제 기적의 역사는 한국 건설산업의 역사이다. 우리 건설인은 열사의 사막 등 불모의 오지를 누비며 지구촌 곳곳에서 건설 한국의 신화를 이루어왔다.

건설산업은 일자리 창출과 내수 확대를 통해 서민이 살기 좋은 사회를 만들기 위해서도 반드시 새로운 성장의 계기를 만들어야 하며, 우리 건설인은 국민 생활과 산업의 터전을 건설하여 국가 번영에 기여한다는 자긍심과 책임의식을 가지고 건설산업 발전에 매진해야 할 것이다.