

2. 地方化 時代의 建設業體 對應方案

○ (背景) 地方化 時代가 本格的으로 시작되면서 國內 建設業界는 새로운 環境에 直面하고 있으며, 이러한 環境 變化에 누가 빨리 적응하느냐 하는 문제가 建設業 經營의 當面 課題로 부상됨

○ (對應 方案) 地方化 時代에는 地方別로 市場 性格이 다른 만큼 그 地方 住民을 滿足시키고, 그 地方의 強點을 살릴 수 있는 지방 밀착형 經營 體系를 구축하여야 함

지방화 시대에  
대응한 새로운  
경영 전략 수립  
이 건설업체의  
당면 과제로 부  
상됨

지자체의 독자적  
인 개발 사업 추  
진으로 건설업체  
의 참여가 확대  
되는 반면, 업체  
간의 치열한 경  
쟁도 예상됨

사업 분야별로  
지방 진입 전략  
의 차별화하고  
지사 조직의 활  
성화가 필요함

- (背景) 地方化 時代의 본격적인 개막으로 建設業의 經營環境이 크게 변화될 것으로 豫想되기 때문에, 이에 대응한 새로운 戰略 樹立이 절실히 요구됨
  - 지방화 시대의 개막은 自治 團體의 독자적인 開發 事業 推進이 활성화되어서 건설업체의 참여가 대폭 확대되는 계기가 될 것임
  - 지자체 실시로 公共 工事 발주 기관이 다원화되어서, 서울 업체와 지방업체간의 치열한 경쟁이 불가피해질 것임
  - 地方일수록 市場 經濟의 논리보다는 비경쟁적 隨意契約, 緣故權, 지역업체의 排他的 優位性이 지배하게 될 것임
  - 중앙 정부가 가지고 있는 宅地 開發權이나 아파트 最高層 數 決定權 등 건설·교통 관련 분야의 여러 가지 기능이 대폭 지방 자체 단체로 이관됨
  - 政策의 決定 權限이 分散되고 地方 行政 機能이 확대되면서 地方 利己主義 등의 새로운 社會的 進入 障壁이 발생할 가능성이 커질 것임
  
- (對應 方案) 建設業體가 地方化 時代 건설 환경 변화에 능동적으로 대처하려면, 支社組織의 活性化 및 地方 住民과의 紐帶 強化를 통한 철저한 지방 밀착형 經營體系를 구축하여야 함
  - 事業 分野別 地方 進入 戰略의 差別化

지방 주민, 지방  
업체와의 유대  
강화 및 기업 이  
미지 제고를 통  
한 지방 밀착형  
경영 체계를 구  
축해야 함

- 大型 建設 業體가 지방에서 사업 성공을 하기 위해서는 特定 地域을 기반으로 성장하여 타 지역으로 확산해가는 「地域 據點 戰略」과 경쟁력이 있는 부문을 중심으로 국내의 모든 지역을 공략하는 「全地域 戰略」이 병행되어야 함
- 公共 工事와 民間 大型 工事를 중심으로 하는 受注型 工事에는 全地域 戰略이 바람직함
- 民間 建築과 地域 開發 事業 分野는 지역 연고권 확보를 통한 地域 據點 戰略을 채택하는 것이 바람직함
- 支社 組織 強化 및 權限 委讓
  - 地方 支社 組織을 強化하고 지방별 사회 봉사, 문화·체육, 환경 관리를 비롯해 수주나 홍보의 權限과 責任을과감히 本社로 부터 現地 組織으로 委讓해야 함
- 地方住民, 地方業體, 地自體와의 유대 강화
  - 地自制 時代에는 지방 주민과의 유대 강화가 무엇보다도 중요하기 때문에 지방 주민과 함께하는 각종 프로그램을 개발해 지방과 같이 호흡하는 企業像을 정립시켜야 함
  - 地方 專門 業體를 선정, 육성시켜 현지에서의 施工은 가능한한 지방 업체가 맡도록 해야 하며 기술 및 자금 지원도 확대해야 함
  - 民資 誘致 事業의 경우, 원활한 사업 추진을 위해서 建設業體와 地自體간의 協議體 共同 구성이 필요함
- 企業 이미지 提高
  - 地方 排他主義 경향에 대처하기 위해서는 내고장에 얼마나 많은 地方稅를 납부하고 있는지, 얼마만큼 지방 주민을 고용하고 있는지 등의 구체적인 地方 寄與度 자료를 가지고 지방 주민들에게 기업 이미지를 홍보해야 함

(하 종 철)