

학교 기업의 운영 현황과 향후 과제  
- 경남정보대학 학교 기업 베이커리를 사례로 -

최정수<sup>¶</sup>·최석현<sup>\*</sup>

경남정보대학 식품과학계열, \*경남정보대학 경영정보계열

The Present Condition of Running School-based  
Enterprises and Tasks in the Future

Jung-Su Choi<sup>¶</sup> and Seok-Hyun Choi<sup>\*</sup>

*Subdivision of Food Science, Kyungnam College of Information & Technology*

*\*Subdivision of Management Information System, Kyungnam College  
of Information & Technology*

ABSTRACT

This study is the present condition of running school based enterprises and tasks in the future, based on the "regulations for establishment and management of school based enterprises" which came into effect in March, 2004.

The investigation showed that 80% of respondents knew about the KIT's school-based enterprise, the bakery. And it seems that the fact that the college is running the bakery does not inspire any special confidence in the products. The students doesn't seem to purchase the products as much as staffs and the professors do, so more active promotions are necessary for student customers. The answer we got to the question "if you enjoy the our bread and cookies, would you recommend them to your friends or family?" shows that some limit to the 'word of mouth marketing.' And increase in sales of the school based enterprise is closely related to how many times the customers visit the bakery.

The school-based enterprise is regarded as one of the most effective alternatives to practice filed based education and innovate teaching methods.

Key words: school based enterprise, bakery, job training education, active promotion, innovate teaching.

I. 서론

최근 대학은 산업사회에서 요구하는 실무 현장 지향적인 교육의 실현과 경쟁적인 교육 환경에서 생존하기 위한 수익 창출을 통한 학교 재원 확보라는 과제를 안고 있

다. 이러한 목적을 실현하기 위한 프로그램이 90년대 중반에 전문 대학을 중심으로 활성화되고 있는 학교 기업(school-based enterprises)<sup>1)</sup>이다(이한수, 2002).

학교 기업은 교육적·경제적·지역사회 발전 측면에서 여러 가지 긍정적인 효과를 발휘하는 것으로 보고되고 있다. 이러한 맥락에서 우리나라에서는 지난 2004년 3월 대통령령으로 “학교 기업의 설치·운영에 관한 규정”의 시행령으로 학교 기업 제도가 시작되었다.

학생 현장 실습의 질을 높이고, 이를 통해 파생되는 기술 개발 및 이전 촉진, 일자리 창출, 대학의 재정 수입 증대 등 학교 기업이 제시하는 청사진(blue print) 때문에 학교 기업에 쏟아진 관심은 수년 동안 다양한 논의를 이끌어 냈으며 실제로 학교 기업을 운영하기 위한 시도들이 많이 있었다.

그러나, 이 같은 관심과 지원에도 불구하고 아직 학교 기업을 통해 일정 수준 이상의 성과를 도출한 대학은 그리 많아 보이지 않는다. 법제도가 마련된 지 1년이라는 짧은 기간이 지나지 않았다고는 하지만 그동안 보여온 관심이나 준비에 비하면 부족한 점이 많고 학교 기업이 정착하기 위해서는 넘어야 할 산이 아직 많이 남아 있기 때문이다.

일반 기업과 비교해 볼 때 학교 기업에는 많은 제약이 따른다. 반드시 교지 내에서, 학생들의 교육 과정과 연계하여야 한다는 조건이 있다. 사업장이 교지 내에 있으므로 근린 생활 시설로 분류되는 캠퍼스에서 제조할 수 있는 재화는 제한될 수밖에 없다. 일반인을 캠퍼스 내로 끌어들여야 하는 서비스 업종 역시 전개하기가 여의치 않다. 사업의 안정적인 운영, 활동 방향의 다각화, 규모 확장 등을 위한 시도에도 재원이 교비이므로 출자와 지분 구성 등에 제한이 따를 수밖에 없다. 사업 추진과 관련해 국토 이용 및 도시 계획 관련 법률, 기타 사업 종목에 따라 특수하게 부과되는 법률적 제약과 근거를 대학 스스로 찾아서 해결해야 할 상황이다.

학교 기업은 현장 지향의 직업 교육 프로그램으로서 여러 가지 긍정적인 측면을 내포하고 있지만, 우리의 상황에 실제 적용하는 과정에서는 극복하여야 할 여러 가지 과제를 제기하고 있다. 따라서 이들 사안에 대해 종합적인 접근을 시도하고, 그 결과에 더해 학교 기업의 활성화 방안을 강구할 필요가 있다.

본 연구에서는 현재 경남정보대학에서 운영하는 학교 기업 베이커리에 대한 소비자들의 만족도를 조사함으로써 학교 기업의 운영 현황과 과제에 대하여 분석하고 그에 따른 기대 효과에 대해 고찰해 보았다.

## II. 이론적 배경

1) 2004년 3월 “학교 기업의 설치·운영에 관한 규정” 이전의 법인 수익 사업이나 실험실 공장, 학내 벤처 등을 의미함.

## 1. 학교 기업의 개념

교육기본법 제9조 제2항에서 “학교는 공공성을 가지며, 학생의 교육 외에 학술과 문화적 전통을 유지·발전시키고 주민의 평생교육을 위하여 노력하여야 한다”고 명시하고 있다. 즉, 학교란 일정한 목적 하에 전문직 교사 또는 교수가 집단으로서의 학생을 대상으로 교육을 실시하는 기관이다. 또 사립학교법 제2조 제2항에서는 학교 법인인 사립학교만을 설치·운영함을 목적으로 설립되는 기관이라고 명시하고 있어 학교는 비영리기관이며, 학교를 설치·운영하는 학교법인도 비영리기관임을 밝히고 있다. 다만, 사립학교의 경영에 충당하기 위한 경우에 한하여 수익사업이 가능하다.

학교 기업은 2004년 3월 대통령령으로 시행령이 발효된 “학교 기업의 설치·운영에 관한 규정”의 법에 의거하여 새로 도입된 제도로 학생들의 현장 실습과 교원의 연구에 활용하고 산업체 등으로 기술이전을 촉진하기 위해 학교내 설치하는 부서이며, 특정학과 또는 교육과정과 연계해 직접 물품을 제조·가공·수선·판매·용역 제공 등을 할 수 있음을 법적으로 뒷받침해 주고 있다. 이는 기업에서 추구하는 이윤의 획득을 목적으로 운영하는 자본의 조직단위를 허용하고는 있으나, 학교 기업에서의 기업은 이윤의 획득보다는 그 활동에 초점을 두고 기업 활동(다양한 상행위)을 통한 실질적인 교육 효과를 지향하고 있다.

이를 종합해 보면, 학교 기업이란 “학교 내에서 학생이 판매를 목적으로 재화와 용역을 생산하면서 현장에서 요구하는 지식과 기능을 습득하는 활동”이라고 정의할 수 있다.

## 2. 학교 기업의 설립 취지

최근 교육인적자원부가 주관하는 학교 기업 지원 사업에 4년제 대학 53개교, 전문대학 46개교 등 총 99개 대학이 신청, 이 중에서 4년제 대학 18개교, 전문대학 17개교가 최종 선정되었다. 이 같이 높은 경쟁률은 각 대학이 학교 기업 설립에 얼마나 많은 열의를 쏟고 있는지를 보여준다. 산업교육진흥 및 산학협력촉진에 관한 법률에 따른 학교 기업의 설립 취지는 다섯 가지로 요약될 수 있다.

첫째, 학생들의 현장 실습과 교원의 연구 능력을 발전시켜 산업체로 기술 이전 등 산학 협력 활성화를 추구한다는 것이다.

둘째, 실제 상황의 기업 운영 활동과 학교 교육 과정의 연계를 통해 현장 지향적 교육을 가능케 하도록 하고 있다.

셋째, 학교 기업의 사업 운영 과정에 학생을 참여시켜서 학생의 창업 능력을 길러 준다.

넷째, 학교 기업에서 수익이 창출될 경우 이를 교육 활동에 재투자하여 학교 발전을 도모한다.

다섯째는 학교 기업 활성화로 신규 일자리 창출 및 지역 경제 발전에 기여하는

것이다.

정부가 대학에 학교 기업의 유치를 독려하는 이유는 대학들이 대학 중심의 편익주의에 깊이 빠져 기업이나 산업체가 요구하는 교육과정을 제때 맞추지 못함에 따라 파생되는 현장 피리감과 적응력의 결핍이 대학의 교육경쟁력뿐만 아니라 국가의 경쟁력마저도 크게 해치고 있다는 사실을 깨닫게 하기 위함이다. 기존 대학 교육의 현실에서 초래되는 이런 문제점들을 보완·개선하고자 하는 대안으로 제시되고 있는 것이 바로 학교 기업이다. 혹자는 "가뜩이나 사업하기 어려운 이 시기에 대학의 재단이 돈벌이를 위하여 학교 기업까지 만들고 지역의 관련 업체와 경쟁하겠다고 나서면 어떻게 하자는 건가"라는 곱지 않은 시각으로 학교 기업을 바라보기도 한다. 학교 기업은 대학 재단의 돈벌이를 위한 수단으로서가 아니라, 대학에서 산업체 형태의 생산라인을 갖춘 새로운 교육기관이라고 이해하면 될 것이다.

### 3. 학교 기업의 운영 현황

우리나라 비영리법인인 학교가 기업을 세우는 것은 철저히 금지되어 오다 지난해 3월에야 교육과정과 직접적인 연관성이 있을 경우, 제한적으로 학교 기업을 설립할 수 있게 됐다. 사회주의 국가인 중국이 지난 1985년부터 샤오반(校辦)기업을 활성화 시킨 것에 비해 무려 20년이 늦은 셈이다.

학과 연구 결과를 적용한 상품을 생산·판매하는 대학내 학교 기업 창업이 붐을 이루고 있는 원인을 분석해 보면, 다음과 같다.

첫째, 구조 조정 압력에 시달리고 있는 대학들은 등록금과 재단전입금 의존 일변도였던 재정 확충의 폭을 넓히고 '현장실습·일자리 마련'이라는 부가효과까지 낼 수 있는 학교 기업 운영에 큰 기대를 걸고 있다. 그야말로 교수는 사장, 학생은 직원, 학과는 주식회사가 되어 가고 있다.

둘째, 비공식적인(재단에서 운영) 학교 기업이라 할 수 있는 경북과학대학이 2004년 전통식품연구소에서 CJ에 주문자 상표부착방식(OEM)으로 공급한 다이어트 음료 '팻다운'이 100억원이 넘는 매출을 올려, 수익금으로 각종 실험 실습 기자재를 사들이고 학생들에게 한 해 2억원의 장학금을 지급한 선례는 타대학들의 학교 기업 설립 의욕을 자극하는 한 요인으로 분석되고 있다.

셋째, 현장 실습의 필요성이다. 그동안 학생들은 학교에서 피상적인 이론 수업 위주로 배우는 것이 대부분 대학의 현실이다. 졸업 후 산업현장에서 다시 연수를 받아야 하는 악순환의 연결 고리가 학교 기업을 운영함으로써 일부분이 해소되고 있는 것이다.

교육의 연속성 측면에서 학교 기업이 지역 산업체의 발전 방향과 연계하여 운영되고, 현장에 근무하는 신발 전문가들이 강사로 초빙되어 학생 교육을 담당하고 있어, 교육의 연속성을 가지고 있으며, 학교 기업의 니즈(Needs)가 교과목 담당교수를 통

하여 학생들에게 바로 전달되고, 학교 기업의 니즈를 해결하기 위한 학생들의 참여가 교육 과정을 통하여 바로 연계되므로, 학교 기업과 교육 과정이 밀접한 관계가 형성되었기 때문이다.

정부가 '학교 기업' 지원 사업을 펼치는 등 대학이 차세대 성장 동력원 창출의 한 축을 형성할 수 있도록 다양한 지원을 펼치고 있으나 대학 기술의 산업계 이전 빈도는 매우 낮아 정부 지원 사업의 전반적인 재검토가 절실하다는 지적이다. <표 1>은 지난 2004년 교육인적자원부가 주관한 학교 기업 지원 사업에서 선정된 17개 전문대학 학교 기업 운영 현황이다.

#### 4. 학교 기업의 기대 효과 및 문제점

학교 기업 제도는 다양한 측면에서 효과를 기대할 수 있는 직업 교육 프로그램으로 간주되고 있다. 학교 기업 운영을 통해 기대되는 교육적 측면의 대표적 장점은 다음과 같다.

첫째, 학습 효과를 실제적으로 현장에서 적용해 볼 수 있는 기회를 제공해 준다.

둘째, 직업 교육의 통합적 운영을 가능하게 해준다. 이에 따라 조직 운영, 업무 방식, 업무 행동, 인간 관계, 작업 안전, 환경 문제 등을 직접 경험하게 된다.

셋째, 직업교육 중 실제 생산 활동에 참여해 기업의 가치창출에 기여하게 된다.

넷째, 학생의 동기 유발과 학업 성취 향상에 기여할 수 있다.

다섯째, 생산 활동에 참여하는 경험은 문제 해결력 향상에 도움을 준다.

여섯째, 전문 직업 능력(specific work skill)과 산업체에서 요구하는 기초 직업 능력(generic work skills)의 습득에 도움을 준다.

일곱째, 직업 윤리와 근로 윤리의 형성이 시작되고 제품, 기술, 기업에 대한 정체성을 가지게 된다.

한편, 학교 기업형 현장 실무 교육 제도는 이러한 장점 외에 다음의 문제점도 나타내고 있다.

첫째, 학교 기업에서의 생산 목표와 교육 목표가 갈등을 빚는 경우가 종종 있다.

둘째, 학교 기업 교육 담당자와 대학 행정 간의 의사 소통의 불일치로 인한 협력이 불충분한 경우가 나타난다.

셋째, 직업 기초 능력 등 학습 자료가 불충분하며, 교육 과정 및 운영의 문제를 들 수 있다.

넷째, 교육 프로그램의 지속적인 갱신이 쉽지 않다.

다섯째, 학교 기업 전담 교수에 대한 수업 시수, 인센티브 등 제도적 보완 장치가 명확하게 마련되어 있지 않다.

여섯째, 학교 기업의 운영을 위한 인적·물적 자원의 네트워킹이 어려운 과제가 될 수 있다.

〈표 1〉 2004년 교육인적자원부 학교 기업지원사업 선정 현황

학교명	학교 기업 명칭	사업 내용
동의공업 대학	동의분석센터	- 먹는 물, 토양, 식품 등의 검사 및 분석업무 수행 - 환경생명과, 식품생명과학계열 등과 연계
경남정보 대학	경남정보대학 SHOE KIT 학교 기업	- 지역 신발업체에 대한 설계기술 개발 컨설팅, 친환경미끄럼 방지신발, 고기능성 특수신발 개발 생산 - 신발산업의 모든 과정에 대한 현장투입이 가능한 현장실습 네트워크 구성 - 모바일시스템 개발 및 운영을 통해 지역 IT 및 모바일 산업체에 기술이전 및 수인력 공급
영진전문 대학	영진모빌스 학교 기업	- 학교 기업 전담교수 및 프로젝트팀 담당교수를 두어 학생들의 프로젝트 현장수업 지도 및 평가
대구과학 대학	대구과학대학 레폴 학교 기업	- 제과, 제빵 관련 식품연구 및 생산 - 제과, 제빵 기능사 실습, 디지털케익 데코레이션 등 현장실습 및 창업실무 교육 자료 개발 활용
송원대학	자동차부분정비 학교 기업	- 고난이도의 하이테크 자동차 정비와 전자제어장치 관련 자동차 튜닝 실시 - 산학일체형 실무교육, 자동차정비기술 사관학교 등을 운영하여 일주일 중 2일을 현장실습으로 활용
대덕대학	D2E 로보틱스 학교 기업	- 차세대 10대 성장산업 중 하나인 지능형 로봇분야와 연계하여 로봇 완구류 제작 - 학생벤처와 연계하여 시제품, 양산품 제작 - 산학연계 프로젝트형 현장실습 수행
우송공업 대학	우송오토테크 학교 기업	- 자동차 정비업 수행 및 자동차정비 교육 기능 수행 - 컴퓨터기계자동차계열과 연계하여 전공탐색현장실습, 현장경험 현장실습, 인턴현장실습 등 학년별, 학기별 체계적인 현장실습 수행
두원공과 대학	두원정밀 학교 기업	- 자동차 디젤엔진용 연료분사장치의 연료송출제어기구인 바렐과 플러저 생산 - Multi-Step, Multi-Type 형식의 현장실습 체제 구축 및 학습성과 분석도구 Dess 활용
장안대학	장안 주얼리 학교 기업	- 브로치, 목걸이, 반지 등 생활 주얼리와 문진, 책갈피 등 문화관광상품 디자인, 주조, 금형, 판금 생산 - 1학년 2학기부터 2학년 2학기까지 총 10학점을 현장실습으로 이수
강원전문 대학	Ubiquitous 강원 학교 기업	- PDA를 이용한 멀티미디어 관광정보 제공 소프트웨어 개발 및 서비스 실시 - 강원도청 및 유관기관으로부터 관광정보, 교통정보 등을 수집하여 가공 및 소프트웨어 개발
백석대학	백석만나 베이커리 학교 기업	- 제빵, 제과 학교 기업 운영으로 제조 공정별 현장실습 운영, 푸드뱅크 연계 봉사 강화 - 시간제, 계절제, 학기제 현장실습 및 참여 학생들에 대한 현장관리자의 평가, 현장실습보고서 평가 등 다면 평가 실시
전주 기전여자 대학	JKFOOD 학교 기업	- 전통장류 제품을 고부가가치화, 관광문화 상품화하고, 발효공 제조기술을 이용한 사계절 된장제조 제조공정 표준화
순천청암 대학	청암식품 학교 기업	- 고추장, 된장, 장아찌, 전통음료 등 전통식품 연구개발, 제조, 가공, 판매 - 관광호텔조리과, 호텔외식산업과 등과 연계하여 기능성 장류 등 제조 실습
전남과학 대학	전남과학대학 Geo-Tech 학교 기업	- 일반측량, GPS 측량, 수치지도 등 제작 - 지리정보토목과와 연계하여 학기중 실습 및 방학중 실습 실시
경북전문 대학	경북전문대학 바이오푸드 학교 기업	- 상황버섯 및 동충하초 등 기능성 약용버섯 대량생산 - 식품가공조리과 1, 2학년 학생 현장실습을 실시하며, 현장실습표준협약서 체결
마산대학	마산대학 노인전문 요양원	- 주변 병원과 연계하여 노인전문요양원 운영 - 간호과, 물리치료과, 보건복지학과와 연계하여 노인복지론, 케어실습 등 현장실습 수행
창신대학	창신대학 RP 학교 기업	- 기계디자인과, 항공전자과 등과 연계하여 정밀측정 및 3차원 제품 가공 제작(3차원 모델링) - 2D CAD, 3D CAD, 도면해독, 정밀측정 실기 등 교과목 실습 추진

〈표 1〉 계속

학교명	학교 기업 명칭	사업 내용
부산대	부산대 경량부품 가공센터 학교 기업	- 경량부품 금형 가공업 수행 - 현장실습 교육체계를 구축하고, 학교보유 기술의 상용화를 촉진
	동서대	동서필름 학교 기업
인천대	인천대 클린에어 나노테크 학교 기업	- 실내외 공기를 교환시키는 청정환기 유니트 생산 - 기계공학과와 연계하여 생산기술의 실습 및 응용, 제작기계 운용, 기술 개발 등의 현장실습을 수행
	대구 한대의대	대구의한대의대 화장품공장 학교 기업
호남대	호남대 HIMEC 학교 기업	- 디지털 문화컨텐츠 사업 수행 - 특별 현장실습 활동을 통한 인프라를 구축
광주 여대	광주여대 뷰티클리닉 센터 학교 기업	- 미용업을 중심으로 미용교육의 체계화 및 전국의 전문대학, 고등학교의 미용과와 연계 추진
충남대	충남대 BIOTech 학교 기업	- 사료첨가제, 식품첨가제, 의약품 소재 등 바이오 제품의 생산, 가공 수행 - 현장실습, 기술개발을 병행하여 BT 분야 현장적응능력을 갖춘 전문인력 양성
배재대	배재대 옷칠테크 아트센터 학교 기업	- 옷칠과 자개를 이용하여 옷칠제품을 생산 - 칠예과와 연계하여 옷칠제품을 생산하여 전문문화와 학교 기업을 접목 시킴
경희대 (수원)	경희대 한방재료가공 학교 기업	- 한방재료를 활용한 건강보조용 액화식품의 조제 - 한약재 분석실험, 한약재 가공실험 과목 등의 현장실습으로 활용
한경대	한경디자인 학교 기업	- 디지털콘텐츠 디자인을 통해 학생들의 현장실무능력 향상과 산업체 기술이전 강화
강원대	강원대 BR 미디어 프로덕션 학교 기업	- 다큐멘터리 등 방송콘텐츠 주문 제작 및 판매 - 신방과 등 학생들에 대해 1학년부터 4학년까지 단계적으로 현장실습 실시
삼척대	삼척대해양관광레저 스포츠센터 학교 기업	- 요트, 카누 등 레저스포츠를 운영하고, 레저스포츠학과, 관광학과, 응급 구조학과 등과 연계 - 삼척시와 연계한 학교 기업 종합발전 추진
충주대	충주대 바이오식품 학교 기업	- 천연소재 및 약용 버섯균사체를 활용한 기능성 식품소재 및 식품 개발 - 충주대 테크노창업 보육센터, 전자상거래지원센터, 공동실험실습관 등과 연계
한국기술 교육대	에스티텍 학교 기업	- 반도체장비 제조업을 통해 반도체 공정기술 인력 양성 및 기업체 기술 인력의 재교육 - 학교 기업 현장실습에 대해 최대 12학점까지 인정
순천향대	순천향심마루 학교 기업	- 기능성 빵, 과자의 개발을 위한 신소재, 신기술 개발 - 주변의 바이오 식품 산업체 및 순천향 병원과 연계하여 기능성 빵 등의 생산 및 공급 추진
전북대	전북대 햄 학교 기업	- 동물자원과학과 등과 연계하여 다양한 타입의 햄 가공 생산 - 식육학, 육가공학 등 햄 관련 교육과정과 공장자동화론, 소비자마케팅, 산업포장학 등 생산관련 교육과정에 대한 현장실습 종합적으로 실시
대불대	해양레저환경디자인 학교 기업	- 전남 서남권의 지역 여건과 연계하여 다양한 디자인, 실습, 공학설계 교육 실시 - 해양레저선박 디자인, 친수환경디자인 등의 현장실무교육 수행
경상대	경상대 경남동물과학 기술 학교 기업	- 부속동물사육장에서 생산되는 소, 돼지, 우유, 벌꿀 등을 원료로 가공제품을 생산 - 학생들이 동물자원생산관련, 식육관련, 우유관련 실습과목을 관련 사업 팀에서 이수

\*자료원 : www.moe.or.kr 교육인적자원부 학교 기업 선정결과 발표, 2004년 7월 30일.

### Ⅲ. 연구 방법

#### 1. 조사 대상의 선정

경남정보대학 학교 기업 베이커리를 이용하는 재학생 및 교직원과 외부 고객 620명을 대상으로 설문 내용을 조사하였다.

#### 2. 조사 시기와 방법

조사 시기는 2005년 9월부터 10월까지 총 2개월간 실시하였다. 설문 조사는 구조화된 설문지를 통한 필드 조사로 표본은 무작위 편위추출법으로 본 조사의 목적과 설문지 개요 및 설문지 기입 방법을 조사자가 설명한 뒤에 피조사자들이 설문지에 나타난 질문을 바탕으로 자기 기입(self-administered questionnaire survey method)하는 방식으로 조사되었다.

#### 3. 설문지의 구성

본 연구에서 설문지 구성은 학교 기업 베이커리의 인지도 조사, 구매 경험 조사, 구매하고 소개할 의향 조사, 학교 기업 베이커리의 방문 횟수와 구매 횟수, 제품의 맛과 가격 조사, 고객 서비스 조사, 선호 메뉴의 조사 등으로 이루어졌다.

#### 4. 자료 분석 방법

수집된 자료의 통계 분석 방법으로는 본 연구가 학교 기업으로서의 교내 베이커리가 가지고 있는 고객의 선호도와 인지도의 파악에 의미를 두었으므로 모든 문항의 단순 빈도를 SPSS PC+ 11.5 통계 프로그램을 활용하여 각 항목에 대한 기본적인 빈도분석(Frequency analysis) 실시하고, 각 통계에 대한 백분율을 적용하였다.

### Ⅳ. 연구 결과 및 고찰

#### 1. 조사 대상자의 특성

조사 대상자의 인구통계적(demographic) 특성을 분석하기 위하여 빈도분석(frequency analysis)을 실시한 결과이다. 조사 대상자는 총 620명 중 재학생이 438명으로 70.65%, 교직원이 92명으로 14.85%, 외부고객이 90명으로 14.5%를 차지하였다(표 2).

#### 2. 각 문항별 질문 내용의 답변 분석

학교 기업 베이커리의 인지도 조사에서는 응답자의 81.0%가 학교 기업 베이커리에 대해 들어보았다고 응답하여 인지도가 높은 것을 알 수 있다. 그러나, 계층별 분



〈표 2〉 인적 변수에 대한 빈도 분석

분 류	빈 도	백분율	누적 빈도	누적 백분율
재학생	438	70.65	438	70.65
교직원	92	14.85	530	85.50
외부고객	90	14.5	620	100.00

석에서는 교직원의 98.0%는 학교 기업 베이커리에 대해 알고 있었지만 외부 고객의 31.8%와 남학생의 14.2%는 듣지 못했다고 응답하여 아직 모르는 사람들을 위해서 더 많은 홍보가 필요한 것을 알 수 있다.

〈표 3〉 표본 집단의 베이커리 이용의 의향 분석

응답률(N=620, %)			
항 목	구 분	N	%
학교 기업 베이커리 인지도	알고 있다	502	81.0
	모른다	64	10.3
	잘 모르겠다	54	8.7
구매의향	있다	311	50.2
	없다	99	15.9
	생각해 보겠다	210	33.9
구매 경험	있다	326	52.6
	없다	294	47.4
	생각해 보겠다	189	30.4

학교 기업 베이커리의 구매 경험 조사에서는 응답자의 52.6%는 구매한 경험이 있다고 응답하였다. 그러나 아직 47.4%가 구매한 경험이 없다고 응답하여 소비자들을 끌어 모을 수 있는 방안이 모색되어야 할 때이다. 교직원의 81.2%는 구매 경험이 있다고 응답한 반면 남자 56.9%, 재학생 53.7%는 구매 경험이 없는 것으로 나타났다. 이는 앞서서도 나타났듯이 인지도에서 오는 구매로 알고 있는 교직원의 구매율이 높고 잘 알지 못하는 재학생들의 구매율이 떨어지는 것을 알 수 있다.

학교 기업 베이커리의 구매 의향 조사에서는 아직 구매 경험이 없는 응답자들을 대상으로 구매해서 드셔보실 의향이 있는가에 대한 응답으로 전체 응답자의 50.2%가 먹어볼 의향이 있는 것으로 조사되었다. 하지만 33.9%는 생각해 보겠다고 응답하여 제품에 대한 신뢰도를 높이는 것이 필요할 것 같다. 계층별 분석에서는 교직원 100%와 외부고객 75.0%는 구매할 의향이 있는 것으로 조사되었으나 남자 40.9%, 재학생 36.6%는 생각해 보겠다고 응답하여 남학생들의 구매율을 높일 수 있는 방법을 모색해야 할 것이다.

학교 기업 베이커리의 소개 의향에 대한 조사에서는 구매 경험이 없는 응답자를 대상으로 빵을 드셔보신 후 맛 있다면 소개할 의향이 있는가에 대한 질문에 응답자의 52.2%가 있다고 응답하였다. 교직원의 98.7%와 외부 고객 75.0%는 소개할 의향이 있는 것으로 조사되었으며 학생들은 소개할 의향에 대해 긍정적인 답변과 부정적인 답변이 팽팽하게 나뉘지는 것을 알 수 있다.

〈표 4〉 학교 기업 베이커리 이용 고객의 구매 성향 응답률(N=326, %)

항 목	구 분	N	%	항 목	구 분	N	%
방문 횟수	주 1회 미만	206	63.1	구매 횟수	주 1회 미만	220	67.5
	주 1~2회	101	31.1		주 1~2회	92	28.2
	주 3~4회	18	5.5		주 3~4회	14	4.3
	매일	1	0.3				
이용 제품	단과자 빵류		87.0		1,000원 이하		17.8
	케익류		7.1	1회	1,000~2,000원		39.4
	선물용		4.6	구매 금액	2,000~3,000원		18.8
	음료류		1.2		3,000원 이상		24.0
제품의 맛	아주 맛 있다	37	11.4	제품의 가격	매우 저렴하다	16	4.9
	맛 있다	163	50.0		저렴하다	127	39.0
	보통이다	113	34.6		보통이다	139	42.6
	맛 없다	13	4.0		비싸다	44	13.5

응답자의 63.1%가 주 1회 미만이라고 응답하였으며 31.1%는 주 1~2회라고 응답한 것으로 조사되었다. 재학생들의 67.2%는 주 1회 미만이라고 응답한 반면 외부 고객의 50%는 주 1~2회라고 응답하여 푸르 베이커리는 외부고객들이 자주 찾는 것을 알 수 있다.

빵, 과자, 케익의 구매횟수를 묻는 질문에 응답자의 67.5%가 주 1회 미만이라고 응답하여 푸르 베이커리를 방문하는 횟수와 비슷한 것으로 조사되었다. 재학생의 71.6%는 주 1회 미만이라고 응답한 반면 외부 고객은 53.8%이고 응답하여 푸르 베이커리를 방문하는 횟수와 구매하는 횟수는 비슷한 것으로 조사되었다.

주로 이용하는 제품에 대한 질문에 응답자의 87.0%가 단과자 빵류라고 응답하여 학교 기업 베이커리를 방문하는 사람들은 빵류를 제일 많이 구매하는 것을 알 수 있다. 모든 계층의 사람들이 단과자 빵류를 주로 이용하는 것으로 조사되었다.

1회 구매 금액에 대한 질문에 응답자의 39.4%가 1,000원~2,000원이라고 응답하였

으며 3,000원 이상 구매자도 24.0%인 것으로 조사 되었다. 계층별로는 재학생은 51.1%가 1,000원~2000원이라고 응답하였고, 교직원은 59.8%가 3,000원 이상이라고 응답하였으며 외부 고객은 35.7%가 2,000원~3,000원이라고 응답하여 계층별로 뚜렷한 차이를 보이고 있다.

푸르 베이커리의 제품의 맛에 대해서 응답자의 66.4%가 맛 있다고 응답하였으며 34.6%는 보통이다 라고 응답하여 이용자의 절반 이상이 제품의 맛이 좋다고 응답한 것을 알 수 있다. 모든 계층에서 제품이 맛 있다고 응답한 것으로 조사되었다.

제품의 가격에 대해서는 응답자의 43.9%가 저렴하다고 답한 반면 42.6%는 보통이라고 응답하여 응답자에 따라서 제품의 가격에 대해서 차이를 보이고 있다. 그러나 대체로 빵의 가격은 적당한 것으로 조사되었다. 교직원의 58.5%는 저렴하다 라고 응답하였으나 재학생의 45.2%와 외부 고객 42.9%는 보통이라고 응답한 것으로 조사 되었다.

〈표 5〉 학교 기업 베이커리의 향후 과제 응답률 (N=326, %)

항 목	구 분	N	%
학교 기업이라는 사실이 제품에 얼마나 신뢰감을 부여하는가	신뢰감을 준다	75	23.1
	약간 신뢰감을 준다	89	27.3
	잘 모르겠다	137	42.0
	상관없는 것 같다	25	7.6
학교 기업 베이커리의 제품과 서비스에 대한 제안	저렴한 가격	73	22.4
	다양한 메뉴 개발	67	20.5
	맛 있는 빵 공급	34	10.3
	품질 개선	29	9.0
	직원 친절 교육 및 서비스 개선	29	9.0
	빵 크기	15	4.5
	선물용 제품 포장 및 배달	12	3.8

※ 서비스에 대한 제안 문항의 설문은 총 326부중 응답인원 259(80%)부로 통계 처리됨.

학교 기업 베이커리가 대학에서 생산한 제품이라는 것이 얼마나 신뢰감을 주는가에 대한 질문에 응답자의 50.4%가 신뢰감을 준다 라고 응답하였다. 하지만 42.0%는 잘 모르겠다고 응답하여 학교 기업의 제품이라는 것에 대한 신뢰도는 그렇게 높지 않는 것을 알 수 있다. 교직원의 55.4%는 신뢰감을 준다 라고 응답하였으며, 외부 고객도 45.5%가 약간의 신뢰감을 준다 라고 응답하였다. 그러나 재학생의 50.0%는

잘 모르겠다 라고 응답하여 학생들에게는 학교 기업에서 만들었다고 하여 특별히 신뢰도가 높은 것은 아니라는 것을 알 수 있다.

학교 기업 베이커리에 제안해 주실 의견에 대해서는 응답자의 22.4%가 학교 기업이 하는 만큼 좀 더 저렴한 가격이었음 좋겠다고 응답하였으며 20.5%는 지금의 메뉴가 적으므로 좀 더 많은 메뉴를 개발하고 독특한 빵을 만들어 줬으면 좋겠다고 응답하였다. 교직원의 17.0%는 다양한 메뉴를 개발해 주기를 바라고 있으며 외부 고객의 20.0%는 다양한 메뉴 개발과 함께 홍보도 필요하다고 응답하였다. 재학생들은 33.7%가 저렴한 가격으로 제품을 판매해 주기를 바라고 있었다.

## V. 요약 및 결론

본 연구에서는 현재 경남정보대학에서 운영하는 학교 기업 베이커리에 대한 소비자들의 만족도를 조사함으로써 학교 기업의 운영 현황과 과제 그의 따른 기대 효과에 대해 분석해 보고자 했다. 이러한 목적 하에 실시된 본 연구의 결과를 간략히 요약하면 다음과 같다.

첫째, 학교 기업 인지도 차원에서는 응답자의 81.0%가 교내 학교 기업 베이커리에 대해서 알고 있었으나 학교 기업의 제품이라는 것에 대해서는 특별히 신뢰감을 주는 것은 아닌 것으로 조사되었다. 응답자의 절반 정도가 구매한 경험이 있는 것으로 조사되었다.

둘째, 신뢰도 차원에서는 재학생은 학교 기업 제품이라는 것에 대해서 특별히 신뢰감을 느끼는 것은 아닌 것으로 조사되어 학생들에게는 학교 기업이라는 신뢰감 보다 제품의 높은 품질로 다가가는 것이 나올 것이다.

셋째, 실제 적용 차원에서는 교직원과 외부 고객은 구매 경험이 높았지만 재학생들의 구매율이 떨어지므로 재학생들을 대상으로 구매 촉진 이벤트나 홍보가 필요하다.

넷째, 구매 의향 차원에서는 구매 경험이 없는 사람들 중 구매할 의향이 있는가에 대해 교직원은 모두 구매할 의향이 있다고 응답한 반면 학생들의 45.8%만이 구매한다고 응답하여 학생들의 구매율을 높이는 노력이 필요하다.

다섯째, 타인에게 추천하는 차원에서는 맛이 있다면 소개할 의향이 있는가에 대한 질문에 재학생들의 절반만이 소개할 의향이 있다는 것에 대해서 학생들의 입소문을 통한 홍보의 방법을 활용하기에는 한계가 있다.

여섯째, 방문과 구매율 차원에서는 구매 경험이 있는 사람들도 주 1회 미만으로 방문하고 있으며 제품구매 횟수도 방문 횟수와 같이 하고 있다. 이는 방문할 때마다 구매한다는 것으로 인식되므로 방문율을 높여 제품의 구매횟수를 증가시킬 필요가

있다.

오늘날의 대학은 개방성과 다양성을 추구하는 도전과 변화의 흐름 속에 있다. 학교 기업도 대학 정책 변화 속에 발맞추어 나가면서 학생 현장 실습, 재정적 기여, 교육 환경의 혁신 등 갖가지 현안에 대해 능동적으로 대처해야 하는 상황이다.

대학 교수의 역할도 시대적 변화에 따라 변해 가고 있다. 과거 대학 교수의 역할은 강의와 연구 논문 그리고 학생 지도가 주였다. 그러나 최근에는 아주 중요한 역할이 하나 첨가되었는데 이는 다름 아닌 입시 홍보와 신입생 모시기이다. 이는 특히 지방 대학에서 더욱 심각한데 기존의 업무 이외에 이를 병행하는 것은 여간 힘겨운 일이 아니다. 이러한 현실에서 대학들의 교육기자재, 복지 그리고 교수들의 질적 수준이 평준화되어 있다고 가정한다면, 도대체 무엇을 통해서 선택과 집중 그리고 경쟁력을 원칙으로 삼는 현 교육적 환경에서 각 대학들이 경쟁력을 가질 수 있단 말인가. 대학의 경쟁력은 각 대학이 창출하는 새 교수, 학습 방법에 관한 노하우(know-how)의 양과 질에 달려있다고 해도 과언이 아니다.

따라서 수요자가 요구하는 교육 혁신은 수업 혁신이 전제되어야 하고, 수업 혁신은 교수, 학습 방법의 혁신으로부터 가능하며, 교수, 학습 방법의 혁신은 교수의 마인드웨어(mindware)의 변화가 확실하게 선행될 때 가능하다고 생각된다. 이의 대안은 학교 기업 운영을 통한 현장 실무형 교육의 실천이라고 보아진다.

본 연구의 어려움은 학교 기업의 운영이나 현장 실무 교육에 대하여 각 대학들이 처한 입장이 다르므로 활성화를 위한 방안에 관해서 지역마다 또는 대학마다 매우 상이할 것이라는 가정에서 출발한다. 따라서 본 연구는 위기에 처한 각 대학들의 생존 전략과 육성 방안에 어떻게든 관여할 수밖에 없는 학교 기업 운영과 현장 실무 교육에 대한 현황과 문제점을 파악하여 보다 합리적인 학교 기업 운영을 제시해야 한다는 과제를 해결해야 했다. 본 연구에서 얻어진 결과에 대한 대안으로서 학교 기업 활성화 차원의 다양한 교수-학습 방법과 교육 과정 개발 등 효율적인 현장 실무 연계에 대한 전략과 방안이 있을 것이다. 이 부분은 학교 기업의 성과의 추이를 바탕으로 재정립 또는 추가적인 연구가 진행되어야 할 것이다.

## 참고문헌

1. 교육인적자원부 (2004) : 학교 기업의 설치·운영에 관한 규정. 대통령령 제 18327호.
2. 교육인적자원부 (2004) : 학교 기업 선정결과 발표. 2004. 7. 30.
3. 이한수(2002) : 학교 기업의 평가시스템 모형 개발에 관한 연구. 충북개발연구. 13(2). p.71.
4. 송철기, 오경흠 (2005) : 현장실습 교육 활성화를 위한 학교 기업 도입과 운영 방

- 안. 한국공학교육학회지 8(1).
5. 강경종 (2005) : 농업계 고등학교에서의 학교 기업 활성화 방안. 한국농업교육학회지 37(1).
  6. 조현상, 김경조 (2005) : 산학협력프로그램이 학교 기업 육성에 미치는 영향에 관한 연구. 국제지역학회 춘계학술대회, 1권, 단일호.
  7. 야후 미디어, 뉴스 메이커 2005년 2월 18일자 기사.
  8. 윤명길, 정동근 (2001) : 학교 벤처기업의 e-비즈니스 수익 모델 분석. 기술 혁신학회지 4(1).
  9. 장홍근 (2002) : 학교-직업세계 이행 지원 프로그램에 대한 기업의 참여와 과제 (The participation of enterprises in the programs for the transition from school-to-Work), 職業教育研究 21(2):10.
  11. 이남철 외 (2003) : 학교 기업 운영 모델 연구. 교육인적자원부.
  12. 정태화 (2004) : 한국직업능력개발원, 학교 기업의 성공적 운영을 위한 이론과 실천, p.4.

---

2005년 11월 15일 접수  
2005년 12월 26일 게재확정