

교육서비스의 상업성 논쟁과 발전과제*

Some Discussions on the Commercialism of Educational Services

박문서(Moon-Suh Park)

호원대학교 무역경영학부 교수

목 차

- | | |
|----------------------|------------|
| I. 서 론 | V. 요약 및 결론 |
| II. 상업성 논쟁과 인식의 변화 | 참고문헌 |
| III. 교육서비스의 상업주의 현상 | Abstract |
| IV. 교육서비스의 과제 및 발전전략 | |

Abstract

All the factors related in education of Korea are very important in the aspect of economic development. The numbers of students being in school from kindergarten through university approximate a quoter of Korean people. Nevertheless paradigm of commercialism in education has been excluded completely in discussion by the reason of 'educational objective' of education fields in Korea. So Korea's educational services have been confronted with various problems which could hardly be solved, and have lost global competitiveness with the development of globalization.

The purpose of this paper is to examine the commercialism of educational services by analysing various social phenomena and government policies relating to educational services in Korea, and to find some alternatives which are able to introduce commercialism on educational fields in Korea. Methodology of this paper depends on the theoretical analysis. Major findings of this study can be summarized as follows :

First, notwithstanding that the relative importance of education is the same to that of economy in Korea, the providers of educational services in Korea are against their commercialism problems. Second, it is suggested that the stereotyped idea, that is, the commercialism in educational services be excluded, should be removed above all. Third, in order to improve the competitiveness of educational services in Korea, it is recommended that the commercialism be recognized in a part and various strategies such as the s-SCM, educational service marketing, etc. be introduced. Fourth, we have to prepare for globalization of educational services through making the educational industry to exporting services.

Key Words : Services, Service Export, Trade in Services, Education, Educational Services, Commercialism

* 이 논문은 2006년도 호원대학교 교내학술연구조성비 지원사업에 의하여 수행되었습니다.

I. 서 론

“교육은 백년대계이며 국가의 근간이므로 함부로 손 댈 수 없는 것이다”라는 시각은 고정관념이다. 물론 이렇게 단언하면 당장 자리를 박차고 일어나 반박하려는 사람들이 많다. 우리 주변에서 흔히 볼 수 있는 교육문제에 대한 갈등은 근본적 원인을 찾아보면 바로 앞의 표현과 같이 출발하는 사례들이 대부분이다. 고정관념으로 보는 시각과 그렇지 않다고 판단하는 인식의 차이 때문에 교육과 관련된 문제는 언제나 갈등 ‘투성이’ 그 자체인 채로 남아 있는 것이다. 문제는 이러한 갈등을 풀지 못하고 있는 동안에 다방면에서 국가적 손실이 잉태되거나 현실화되고 있다는 사실이다.

우리나라에 있어서 교육은 분명 국가의 근간이자 한국경제를 책임지는 동력의 원천이다. 교육은 한국의 현실이며 동시에 한국의 미래이다. 그러한 이유로 우리는 교육문제에서 한 시도 눈을 뗄 수 없으며, 한 발짝도 양보할 수 없는 문제로 인식하고 있다. 그러나 언제까지 이러한 ‘고집’을 유지할 것인지 고민해 보아야 할 때가 되었다. 광속으로 변하는 사회현상 속에서 국가경제 전체에 뿌리를 내리고 있는 교육서비스를 ‘백년대계’로 남겨놓고 ‘변화의 유혹’을 무시해야 할 것인가를 고민해야 한다는 뜻이다. 이미 선진 각국들은 교육서비스를 중요한 무역상품으로 인식하고 통상협상의 핵심의제로 삼아 테이블에 앉아 있다. 다자간 무역협상이 그렇고 FTA 협상에서 그러하다. 한미 FTA 협상을 걱정하는 국민들의 마음에는 자동차, 의류, TV, 농산물이 있는 것이 아니라 국민의 건강과 문화와 교육이 자리잡고 있다는 사실을 현실적으로 받아들여야 할 때가 되었다.

이제 교육은 인간의 기본욕구인 의식주 다음으로 중요한 문제가 되었다. 시각을 달리해 보면 오히려 의식주의 문제보다도 더 중요한 관심사이며, 이러한 사실은 교육 관련 문제가 언제나 중요한 현안문제로 발전하는 사례들이 끊이지 않는 사회현상에서도 쉽게 확인할 수 있다. 또한 우리나라의 교육비 지출이 GDP 대비 8.2%(2001년)를 차지하였고, 2004년에는 우리나라 교육예산이 GDP 대비 5% 수준을 상회하였으며, 국가간 거래에서도 교육서비스를 이유로 수취 또는 지불되는 금액의 규모가 급증하고 있는 등 사실상 우리나라 산업의 중추를 이루는 부문이 되어 있다.

글로벌 시대를 맞아 교육서비스의 가치를 제대로 인식해야 할 때가 되었다. 특히 현대는 진정한 글로벌 경쟁의 시대로서 글로벌 및 디지털의 2대 트렌드가 주도하는 무한경쟁으로 말미암아 한국의 교육서비스가 심각한 난관에 봉착할 우려마저 예견된다. 한국교육이 사는 것은 곧 한국경제가 사는 것이다. 교육서비스에 대한 그릇된 고정관념이 한국경제를 병들게 한다면 마땅히 바로잡아나가야 한다. 그 대안을 찾기 위해 교육서비스의 상업성 인식의 문제를 검토해 볼 필요가 있다.

본 연구에서 교육서비스의 상업성을 분석하는 목적은 교육서비스 자체가 산업의 중요한 일부를 형성하고 있는 현실에서 패러다임 변화의 시대에 교육서비스의 품질을 높여 한국경제의 소중한 투입요소인 인적자원을 확충하며 동시에 문화자원의 질적 수준을 개선하여 글로벌 경쟁시대에 지체롭게 대처해나가기 위함이다. 궁극적으로는 교육서비스의 상업주의 관련성을 검토하여 글로벌 시대의 소중한

무역상품으로써 교육서비스를 받아들이고 이의 국제경쟁력 강화를 도모할 수 있도록 인식변화의 계기를 마련해 나가는 데 일조하는 것을 본 논문의 연구목적으로 한다.

이 논문은 기본적으로 문헌연구의 방법에 의해 진행된다. 이를 위해 교육서비스 시장개방과 관련된 기존의 문헌연구와 우리나라 교육정책 및 글로벌 교육시장 관련 정책자료를 분석하여 연구목적에 부합하는 분석의 틀을 모색하고, 우리나라 교육서비스의 발전적 대안을 제시하기로 한다. 연구진행 과정에서 ‘상업성’의 문제는 연구의 특성상 ‘상업주의’의 적용문제와 동일한 수준에서 혼용하였음을 밝히 둔다.

II. 상업성 논쟁과 인식의 변화

1. 상업주의의 인식관행 및 접근

1) 상업주의의 인식관행

상업주의(商業主義, commercialism)는 이윤추구를 목적으로 하는 사고의 흐름을 의미하며, 영리주의(營利主義)의 개념으로 이해된다. 즉, 도의적 한계를 넘지 말아야 할 부문까지 자본의 논리가 침투하여 무엇이든 돈벌이 대상으로 보는 영리본위의 사고방식을 상업주의의 의미로 해석할 수 있다. 자본주의 사회는 물질적인 사용가치를 포함하여 교육, 예술, 사상, 이데올로기, 도덕 등은 물론 인간의 존재 그 자체를 이윤실현의 수단으로 보고 접근하고 있다. 자본주의 이전의 사고라면 의료, 복지, 종교 등의 영역은 이윤추구의 대상영역이 아니었을 것임에도 그 한계를 넘어 자본의 논리가 침투해 들어가는 경향을 상업주의라고 한다. 최근 들어 이와 같은 상업주의 현상은 다양한 미디어의 발달로 사회기구, 인간 행동, 문화구조 등 전 부문으로 확산되고 있다.

그러나 상업주의에 대한 일반적인 인식은 그 자체로서 반발 심리를 야기한다. 상업주의에 대한 긍정적 측면은 대부분 무시된 채 ‘경계의 대상’으로 인식되고 있을 뿐이다. 상업주의를 수긍하는 상황에서도 ‘지나친 상업주의는 경계한다’는 표현이 사족으로 덧붙여 있을 정도이다. 이처럼 무조건 상업주의를 경계하는 인식의 틀이 교육현장에도 가감없이 적용되고 있다. 특히 공공성이 크게 강조되고 있는 교육서비스에 시장원리를 적용한다거나 또는 영리추구를 허용하는 것은 우리나라의 민족성(특히 유교사상에 기반을 둔 민족적 성향)이나 교육적 양심에 부합할 수 없는 일로 받아들이고 있다. 문제는 상업주의를 어떻게 개념정의하고, 어느 정도 수준에서 상업주의를 허용할 것이며, 상업주의에 대한 무조건적 부정적 인식관행을 어떻게 교정하여 나갈 것인가라는 점이다. 사회과학 분야의 제 영역에서 변화하기 가장 힘든 일이 사람들의 인식변화임은 과거 경험에 비추어 잘 알려져 있기 때문이다.

많은 사람들이 ‘교육은 사고파는 물건이 아니다’라는 사고를 관행적으로 인식하고 있다. 가령 교육 개방은 교육의 시장화이자 국가가 더 이상 교육에 책임지지 않는다는 것을 의미하는 것으로 받아들인다. 또한 교육개방은 돈 있는 사람들만 특혜 받는 일로 인식하고 있다.¹⁾ 국경을 넘어 이동하는 것으로 개방할 수 있는 것은 ‘상품’(goods)만이 가능할 뿐이지 교육은 아니라는 시각이다. 이와 같은 인식에는 우리나라 교육계의 많은 사람들이 동의하고 있을 것으로 보인다. 또한 참여정부 들어 급격히 추진된 교육개방 및 시장화 정책으로 학교교육을 통해 가난이 대물림되는 ‘교육 불평등의 구조화’를 야기시켰다는 교육단체의 주장도 있다.²⁾ 이들은 경쟁력·수월성·선택권을 명목으로 강화된 교육시장화 정책때문에 한국교육이 난맥상을 보인다고 비난한다. <표 1>은 한국교육의 수장인 교육부총리에 대한 인물요건으로, 교육단체가 내세운 주장의 이면에는 교육의 상업주의 반대를 전제하고 있음을 확인할 수 있다.

<표 1> 교육단체가 희망하는 교육부총리 인물 요건

단 체	교육부총리 인물 요건
전 국 교 직 원 노동조합	<ul style="list-style-type: none"> ○ 교육 전반의 평등성과 수월성을 조화롭게 조합해 안정적인 교육정책을 수립, 추진할 수 있는 인물 ○ 교육의 공공성을 강화하고 교육계를 화합시켜 통합 리더십을 발휘할 수 있는 인물 ○ 일부 경제력이 있는 사람들에게만 양질의 교육기회가 주어지는 '사회불평등'을 해소할 수 있는 사람
참 교육 을 위한 전국 학부모회	<ul style="list-style-type: none"> ○ 교육의 수요자는 교육의 권리와 의무를 가진 모든 국민이므로 교육부장관은 공공교육을 강화하고 교육철학과 장기적인 비전을 가진 개혁적 인물 요구
전 국 교 수 협 의 회	<ul style="list-style-type: none"> ○ 교육정책을 알고 있는 인물 가운데 개혁성향을 띠고 있는 사람 ○ 시장논리에 따라 교육정책을 수립하는 사람은 더 이상 교육계의 수장이 되어서는 안 됨.

자료 : 「연합뉴스」, 2006. 7. 2 기사에서 발췌

스포츠가 상업적 상품으로 자리 잡은 것은 누구도 부정하지 않는다. 월드컵, 올림픽 등 상업주의의 극치라고까지 비판받는 스포츠 이벤트들이 부지기수이며, 축구, 야구, 골프 등 프로선수들의 몸값은 천정부지이다. 이들은 별다른 제약 없이 국경을 쉽게 넘나들며 스포츠상품을 판매한다. 이제는 순수한 ‘스포츠 정신’을 크게 강조하지도 않으며, 상업주의로 인한 폐해가 많아 보이지도 않는다. 스포츠 분야에는 상업주의가 이미 정착한 것이다.

그러나 교육서비스는 상업주의의 바람이 주변에 얼씬하지도 못한다. 긍정적 효과가 있을지 부정적 효과가 있을지 결과는 차치하고 아예 말도 꺼내지 못할 정도로 상업주의를 경계한다. 스포츠와 교육이라는 서비스재의 차별적 속성때문이라 할지라도 인식의 차이가 너무 크게 나타나고 있는 것이다. 왜 교육서비스에 대한 상업주의적 시각은 크나큰 잘못으로 인식되고 있는가?

1) 한겨레신문, “교육은 사고파는 물건이 아니다”(이철호 참교육연구소 부소장 인터뷰 내용), 2006. 4. 7.
 2) 「연합뉴스」, “교육부총리는 공공성 강화할 인물로”, 2006. 7. 2.

2) 접근방법의 한계

교육서비스의 상업성 논쟁은 상업주의 그 자체의 논리적 한계와 교육서비스의 속성에서 비롯되는 한계가 중첩되어 있기 때문에 접근이 곤란하다. 한국 사회의 두 마리 토끼(경제와 교육)를 모두 잡을 수 있도록 현명한 판단을 내리기 위해서는 상업주의의 긍정적 측면을 최대한 살려야 하지만 상업주의의 이면에 있는 부정적 측면을 직시할 필요가 있다. 무엇보다 교육서비스가 국가경제의 중추적 역할을 체계적으로 수행할 수 있도록 전략적으로 대응해 나갈 필요가 있다. 한국의 교육은 민주화는 되어 있으나 교육자유는 없는 편이며, 아직 상업주의에 대한 경험이 일천하여 자칫 ‘제동장치 없는 질주’를 만들 위험을 안고 있다. 교육자유가 쉽게 정착되지 못하는 이유는 상업성의 부재 탓일 수 있다. 상업주의는 정치적 논리를 배제시킬 수 있기 때문에 교육자유를 구현하는 지름길이 될 수 있다. 교육현장에서 상업성이 배제될수록 교육자유는 오히려 요원해질 것이다.

한편 교육서비스의 속성에서 당연하게 되는 한계들로는 서비스가 매우 중요하다는 경제현실에도 불구하고 무형성, 계측곤란 등을 이유로 경제의 제 부문에서 무시되고 있는 점이다. 우리나라는 한정된 국토면적과 천연자원 부족이라는 태생적 한계에서도 그나마 유일한 희망으로써 인적자원을 개발해 왔다. 또한 그 동안의 경제발전을 성공으로 이끈 최고의 기여요인이 바로 교육이라는 점도 잘 알려져 있는 사실이다.

〈표 2〉 교육서비스 상업주의의 긍·부정적 측면

긍정적 측면	부정적 측면
<ul style="list-style-type: none"> ○ 시장원리에 의한 효율성 제고 ○ 교육투자의 활성화 ○ 투명성 제고로 교육부패 개선 ○ 상업적 광고허용 등 교육재원 확충 용이 ○ 교육현장과 산업현장의 괴리 해소(현실적 교육 정책 수립 가능) ○ 정책의 일관성 유지로 예측가능성 제고 ○ 교육규제완화 촉진 등으로 교육자유를 구현하는 지름길 	<ul style="list-style-type: none"> ○ 경계심 유발로 교육당사자간 갈등 유발 ○ 과도한 영리추구의 경우 교육파행 예상 ○ 자본의 지배로 인한 분배정의 실천 의문 ○ 건전한 교육문화 형성 저해 우려 ○ 인문학, 사회과학 등 기초학문의 황폐화 우려

“교육은 곧 한국경제”라는 등식은 언제나 유효한 상태로 남아 있을 것이다. 그러나 우리는 교육서비스에 대하여 산업, 시장 또는 상품이라는 표현을 덧붙이게 되면 교육서비스의 공공성을 망각하는 행위라고 격렬하게 비난하는 사례들을 쉽사리 볼 수 있다. 그러나 ‘교육투자’라는 표현은 전혀 거부반응 없이 사용하고 있는 것도 모순적인 단면의 하나이다. 이처럼 교육서비스에 대한 상업적 사고와 논리를 배제시키는 것은 경쟁원리를 배제함으로써 효율성을 제고시키기 어렵고, 동시에 교육투자를 저해함으로써 교육의 질적 수준을 높이는 데 실패하기 쉽다.

교육서비스가 산업이나 시장 측면에서 경제에 기여하는 부문은 다양하다. 한미 FTA의 중심에 교육서비스가 있고, WTO/DDA 서비스협상에서도 교육서비스 시장개방문제가 중심에 놓여 있다. 이미 다양한 시각에서 교육서비스는 더 이상 비경제적 논리로 접근해서는 안 되는 문제로 전개되고 있다.

교육서비스의 상업성 논쟁을 전개하기 위하여 선택할 수 있는 방법론은 많지 않다. 이는 교육서비스 자체가 무형성(불가시성), 저장불가성(생산과 소비의 동시성), 계측곤란 등 서비스제 특성을 기본적으로 가지고 있기 때문에 어떠한 방식으로든 문제에 접근하기 힘든 편이다. 또 다른 이유로 교육서비스는 국가존립에 필요한 주요 재원이 되는 공공재 성격을 가지기 때문에 비용부담의 주체를 확정짓기 곤란한 측면이 있고, 교육수요자의 다양한 요구를 전폭적으로 수용하여 서비스를 공급하기에는 더 없이 곤란하기 때문에 교육서비스에 대한 접근이 어려운 상태로 남게 된다.

따라서 교육서비스의 상업성 논쟁을 검토하기 위한 분석의 틀로 계량적 도구나 방법을 활용하는 데에 한계에 부딪칠 수밖에 없다. 또한 설문 등 실태조사에 의한 접근도 다양한 교육서비스 수요공급자의 특성을 체계적으로 분류하여 접근하는 것이 곤란할 것이다. 그럼에도 한미 FTA 등 교육서비스 시장개방문제에 있어서 계량분석의 틀을 원용하는 사례가 많다. 이러한 경우 낮은 변별력, 데이터의 강제 조작, 원시 데이터의 낮은 신뢰성 등으로 분석의 효과는 그다지 높지 않을 것으로 보인다. 이는 향후 서비스무역 내지 서비스산업 분석에 있어서는 계량적 분석방법을 무리하게 동원하여 도출된 결과들이 자칫 정책실행과정에서 예기치 못한 오류를 발생시킬 것이므로 경계할 필요가 있음을 의미한다.

2. 교육패러다임 변화와 상업성

1) 교육패러다임 변화와 인식지연

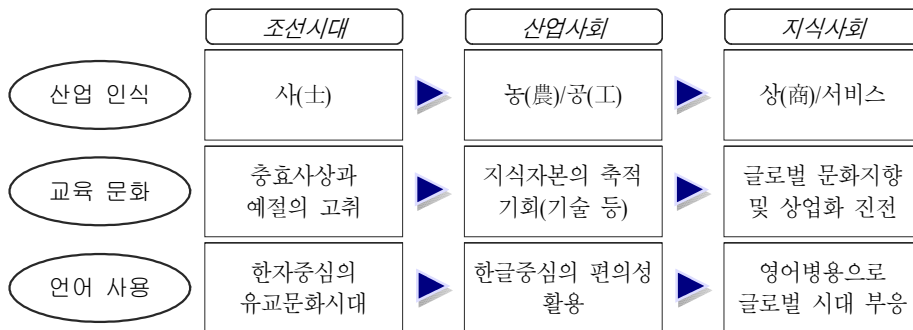
교육서비스는 이미 오랜 전부터 한국경제의 근간으로 자리 잡고 있다. 교육서비스의 산업경제적 비중이나 경쟁의 핵심요소라는 사회적 현실에서 교육서비스에 대한 시각이 과거의 사고방식 그대로 고착화된 채로 남는다면 한국경제의 미래에 심각한 손상을 줄 수도 있다. 교육서비스를 둘러싼 환경은 과거 50년, 30년, 10년 등 시간흐름과 더불어 급변하고 있다. 물론 큰 골격은 글로벌화 및 디지털화에 의한 변화로 요약할 수 있겠으나 각종 미디어의 발전, 정보공유에 의한 전 국민의 교육서비스 참여 증대, 교육서비스의 경제자원화 및 상품화 등 시시각각 변모하는 양상을 보이고 있다.

사회과학이 인간 삶의 현실문제를 풀어나가는 데 기여하는 학문이라면 교육서비스에 대한 현실적 당면과제를 풀어나가야 할 책무를 게을리 해서는 안 될 것이다. 이미 교육서비스는 공공재의 성격보다는 사유재로서의 성격이 높아지고 있고 글로벌 시장에서는 중요한 무역상품으로 자리매김하고 있다. 그런데도 많은 사람들은 교육서비스를 사유재로서의 성격은 무시한 채 아직도 공공재로만 인식하는 경향이 높으며, 이 때문에 교육서비스 수요자는 비용부담(구매비용 지출)을 꺼려하고 공급자는 보호의 테두리를 지속적으로 요구하고 있다.

이와 같은 인식이 결국 시장질서를 왜곡시키는 하나의 요인으로 작용하고, 경쟁력을 저하시키거나 대외거래에서의 협상력을 약화시키는 결과를 초래하게 된다. ‘교육’에 대한 문제를 논할 때 ‘교육산업’ 또는 ‘교육시장’의 관점에서 해결점을 찾고 있음에도 교육은 ‘상업화’ 논쟁의 대상이 아니라는 점을 강조하는 모순을 보이기도 한다.

패러다임 변화(paradigm shift)의 총량 지표를 비교할 수만 있다면 여타 부문보다 교육 부문의 변화량이 가장 적을 것으로 보인다. 교육은 백년대계라는 이유로 한국교육의 학제, 교육이념, 교육기관 운영 시스템, 교원에 대한 예우 등 수십년의 세월이 지나는 동안에도 변함이 없다. 이처럼 단면을 보면 교육패러다임의 변화를 읽을 수 없다. 그러나 교복착용이 자율화되었다가 복귀되었고, 한자교육 역시 사라졌다가 복귀되었으며, 인문계와 실업계로 나누어지던 고교교육이 과학고, 외국어고, 자사고 등 다양화 되었으며, 대안학교가 늘어나고 있고 대학의 전공이 수시로 바뀌며, 급식방법, 학생활동, 교원활동, 수업방식, 학급당 학생수 등 교육시스템 전반이 변화하고 있다. 실로 변화무쌍한 교육현장의 모습을 읽을 수 있다. 우리나라의 교육패러다임 변화를 개별적으로 분석하는 것은 곤란하지만 거시적(장기적)으로는 [그림 1]과 같이 매트릭스 형식으로 도식화하여 요약할 수 있다.

[그림 1] 한국교육의 패러다임 요약 매트릭스



2) 상업성 논쟁의 확산

무엇보다 중요한 패러다임 변화는 교육서비스에도 영리법인 허용, 시장개방, 교원 성과급제 도입 등 상업성 논쟁이 시작되었다는 점이다. 교육현장에서도 3E³⁾ 요인을 중심으로 한 각종 체험형 캠프를 만들어 판매하고 있고, 코스닥 상장업체인 ‘메가스터디’ 등 온라인 학원들이 추가상승으로 국민들의 관심을 끄는 것은 모두 교육서비스의 상업성 논쟁에 불을 당기는 사례들이다. 또한 교육경쟁력 강화를 명분으로 대학들이 기업의 고객만족 내지 고객감동 전략을 학생들에게 원용하거나 교원에 대한 성과급제의 도입, 총장 및 교장 공모제, 졸업후 학생관리를 기업마인드인 사후관리(A/S)라는 표현을 사용하였

3) Education, Experience, Entertainment

다가 학생들의 반발을 불러 일으켰던 사례들도 상업마인드 인식이 확산되고 있음을 입증한다.

한편 국민 모두가 교육서비스의 프로슈머(prosumer)가 되었다는 점도 중요한 교육패러다임 변화이자 상업성 인식의 예가 된다. 특히 네티즌은 인터넷을 통한 지식서비스의 생산자인 동시에 소비자로서 역할을 수행해 왔다. 네티즌은 디지털 시대가 심화됨에 따라 더욱 진화하여 교육서비스 공급주체로서의 역할과 동시에 교육서비스의 소비자 기능을 수행하는 교육시장 참여자가 되었다. 이미 미국에서는 영리대학(For-profit college) 모델이 운영되고 있는 사례도 교육현장에서의 상업주의 도입이 현실화되고 있음을 말해준다.⁴⁾

Ⅲ. 교육서비스의 상업주의 현상

1. 교육서비스의 경제적 의의

지금까지 교육서비스는 공공재의 성격이 강하다는 이유로 시장으로부터의 보호대상으로 인식되어 왔다. 이 때문에 시장원리의 적용이나 영리성 논쟁에서 심각한 갈등요인으로 작용해 왔으며, 결과적으로 교육서비스의 효율성을 저하시키거나 소비자 선택의 기회를 제한함으로써 사회적 낭비를 초래하는 요인으로도 작용하였다. 한국의 교육현실이 현재 상태로 계속 머물러 있게 된다면 글로벌 경쟁시대에서는 외국의 교육서비스와 경쟁할 수 있는 자생력을 구비해 나갈 수 없을 것이다. 교육서비스에 대한 상업주의 배제로 야기되는 근본적 문제는 효율성 저하 및 소비자 선택기회를 제한하게 되고 이로써 교육소비자로 하여금 상대적으로 비싼 값에 교육서비스를 구매하게 만든다. 이제 교육서비스에 대한 인식변화의 계기를 찾아야 한다. 즉, 상업주의를 일부라도 허용하는 계기를 마련하여 교육체질을 개선해 나갈 수 있도록 현안 쟁점들을 정리해 볼 필요가 있다. 이를 위해 다음과 같은 몇 가지 현상들을 분석해 보기로 한다.

1) 거대 산업규모

교육서비스가 사회적으로 파생시키는 문제들은 의식주의 문제만큼이나 다양하고 심각하다. 그만큼 교육서비스의 비중이 중요한 요인으로 인식되고 있다는 점을 의미한다고 볼 수도 있으나 이는 교육서비스의 산업 비중이 매우 높아졌다는 사실의 반증이기도 하다. 이미 교육서비스의 문제는 거대공룡의 문제로 발전되어 있다. 이러한 사실은 각종 교육지표 또는 사회적 현상에서 확인할 수 있으며, 이를 방지할 경우 교육 관련문제가 통제불능의 상태로 빠져 한국경제의 독소적 요인으로 작용할 위험이 있

4) 미국의 고등교육 전문 주간지 "The Chronicle of Higher Education"(2006. 5. 5) 기사에서 미국 영리대학과 비영리대학 비교모형을 소개하고 있다. 자세한 내용은 <http://chronicle.com> 참조

다. 영화 ‘쥘라기 공원’의 예에서 보듯이 소수의 과학적 호기심과 상업적 욕심 내지 관심이 공룡을 양산시켜 통제불능의 상태로 비화되는 것과 동일한 현상이 예견된다는 뜻이다.

한국에서는 교육의 방향이 곧 경제력의 향방을 결정한다. 이는 한국의 경제발전 성공이 곧 부모들의 교육열에 의한 인적자원 개발의 결과라는 평가에서도 이해될 수 있는 사실이지만, 우리나라 교육서비스에 종사하는 인구와 직간접 교육지원산업 규모를 고려하면 교육서비스는 그 자체로서 이미 중요한 산업이며 거대 시장을 형성하고 있기 때문이다.

<표 3>은 2005년 현재 우리나라 유치원, 초중고등학교 및 대학의 학교수와 학생수, 교원수를 발췌한 것이다. 교육서비스산업은 이 규모에 한정되는 것이 아니라 교육지원공무원수, 학부모, 기숙사, 체육시설 및 컴퓨터 등 교보재, 학교급식, 등하교 교통수단 등에 관련된 직종과 그 종사자들이 거대산업을 형성하고 있다. 기업 및 공직사회 등 산업현장에서의 교육연수비용 지출, R&D 투자 등은 교육서비스와 함께 지적자본을 높이는 산업을 형성하고 있으며, 이 부문 역시 교육산업의 일부라는 시각에서 그 규모를 가늠할 수 있다. <표 3>에서 보듯이 유치원부터 대학에 이르는 학생수를 단순합산하면 1,120여 만명으로 전체인구의 1/4을 차지하는 규모이다. 또한 교사 및 교수를 단순합산한 교원수는 47만명을 넘는다. 이 규모는 우리나라 공교육 현황을 말해줄 뿐 사교육 시장과 교육지원서비스를 포함할 경우에는 한국경제의 중추가 될 수밖에 없다.

<표 3> 우리나라 학교, 학생 및 교원 현황(2005)

	유치원	초등학교	중학교	고등학교	전문대학	대 학	계
학교수(교)	8,275	5,646	2,935	2,095	158	173	19,282
학생수(명)	541,603	4,022,801	2,010,704	1,911,173	853,089	1,886,639	11,226,009
교원수(명)	30,495	160,143	103,835	116,411	12,027	49,200	472,111

자료 : 한국교육개발원, “한국교육 60년 성장에 대한 교육지표 분석”, 2006. 7. 7.

교육산업은 교육과 관련된 재화 및 서비스를 생산 또는 제공하는 산업부문이다. 교육산업은 학교 또는 공공기관에서 제공하는 비영리적 활동뿐만 아니라 각종 교보재산업, 온라인 교육과 학습, 사설학원, 기업의 교육훈련, 국내외 유학생 교류 등을 포함한다. 우리나라 교육산업에 배분되는 총예산을 GDP의 6% 수준으로 높이는 것이 현 정부의 약속이며, 이 목표는 2006년 또는 2007년 중 달성될 것으로 보인다. <표 4>는 2006년도 기능별 세출예산 중 교육비 부문이 경제개발비를 제치고 가장 큰 비중을 차지하고 있음을 보여준다.

〈표 4〉 2006년 기능별 세출예산 현황

(단위 : 백만원, %)

부 문	2005		2006	
	금 액	구성비	금 액	구성비
방 위 비	22,020,476	16.3	23,511,696	16.2
교 육 비	27,438,045	20.3	28,540,223	19.7
사 회 개 발	17,779,505	13.2	19,347,715	13.4
경 제 개 발	28,060,533	20.8	28,303,225	19.6
일 반 행 정	14,607,042	10.8	17,101,586	11.8
지 방 재 정 교 부 금	20,135,831	14.9	21,366,498	14.8
채 무 상 환 및 기타	3,334,922	2.5	4,036,842	2.8
예 비 비	1,645,159	1.2	2,249,825	1.6
재 정 용 자 지 원	194,073	0.1	350,000	0.2
계	135,215,587	100.0	144,807,610	100.0

자료 : 기획예산처, 「2006 나라살림」(2006년 예산개요), 2006. 2.

2) 교육의 권력화

몇 년 전 교육인적자원부장관이 부총리급으로 승격한 사례나 기능별로 분류한 정부예산에서 교육 부문이 국방예산이나 경제개발비를 제치고 1순위의 비중을 차지하게 된 사례, 그리고 가계 지출에서 교육비 지출 비중이 점증하고 있는 사례들은 모두 교육서비스에 관한 문제의 중요성을 반증하는 것들이다. 특히 최근 들어 불고 있는 영어교육 열풍이 사교육비 지출을 부채질하는 것은 물론 영어교육을 목적으로 한 조기유학이나 해외 어학연수 등으로 여행수지 적자규모가 급증하고 있는 것도 우리나라 교육서비스 문제에 대한 상업적 판단을 요구하고 있기 때문인지도 모른다.

지금까지 우리나라의 4대 권력기관으로는 검찰과 경찰, 국세청, 국가정보원으로 인식되어 왔으나 이제는 재정경제부와 검찰청, 국방부 및 교육인적자원부가 그 자리를 차지하고 있는 것으로 나타났다. 이 연구는 우리나라 45개 중앙행정기관을 대상으로 하여 자원지수(소속인원, 고위직수, 예산규모 등), 자율성지수(예산진용 비율, 특수활동비, 하위법령수 등), 네트워크지수(소속, 산하기관, 업무연계성 등), 영향력지수(장차관 진출자, 요직비율, 언론관심 등), 잠재력지수(주요 고유권한) 등 5가지 지수로 권력의 정도를 측정하였다.⁵⁾ 그 결과 교육인적자원부는 재정경제부(67.92점), 검찰청(67.77점), 국방부(65.74점)에 이어 권력지수 55.75점으로 4위를 차지한 것으로 나타났다. 교육인적자원부는 교육부총리 등 요직이 많고 소속 및 산하기관이 방대하여 자원지수 및 네트워크 지수에서 높은 점수를 기록한 것

5) 오재록, “관료제 권력지수 개발에 관한 연구”, 연세대 대학원 박사학위논문, 2006.

이다. 교육인적자원부의 권력화는 정치적 논리에 의하여 교육정책을 유지할 수 있기 때문에 자칫 시장 왜곡을 야기시킬 수 있다. 이때도 역시 교육서비스 발전의 균형감각을 유지시켜 줄 수 있는 것이 상업성을 고려하는 일이다.

〈표 5〉 중앙행정기관 권력지수

순위	정부기관	권력지수	순위	정부기관	권력지수
1	재정경제부	67.92	6	행정자치부	47.42
2	검찰청	67.77	7	경찰청	43.07
3	국방부	65.74	8	보건복지부	41.51
4	교육인적자원부	55.75	9	국가정보원	40.36
5	건설교통부	49.15	10	감사원	39.72

자료 : 오재록, “관료제 권력지수 개발에 관한 연구”, 연세대 대학원 박사학위논문, 2006.

3) 글로벌 이동성 확대

글로벌화 요인의 핵심은 운수 및 통신기술의 발전에서 비롯된다. 또한 국가간 협상으로 물리적 국경 장벽이 상징적 장벽으로 남게 된 것도 글로벌화의 중요한 촉진제가 되었다. 물품 및 서비스, 자원, 노동 및 자본, 정보, 문화 등 어느 요소이든 이제는 별다른 제재를 받지 않고 국경을 넘나든다. 이처럼 글로벌 이동성이 증대됨으로써 해외시장이 곧 국내시장과 같이 인식되고 있는데, 이러한 현상은 교육현장이라 하여 예외일 수 없게 되었다.

〈표 6〉 여행수지의 부문별 추이

(단위 : 백만USD)

구 분		년도							
		1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005p	2006i)
유학연수	서비스수출	38.7	23.0	10.8	16.9	14.8	16.0	10.2	7.3
	서비스수입	905.5	957.9	1,070.0	1,426.6	1,854.7	2,487.2	3,371.4	1,950.0
	수지	-866.8	-934.9	-1,059.2	-1,409.7	-1,839.9	-2,471.2	-3,361.2	-1,942.7
일반여행	서비스수출	6,801.9	6,811.3	6,373.2	5,918.8	5,343.4	5,696.9	5,649.8	2,629.0
	서비스수입	3,975.4	6,174.0	6,547.0	9,037.9	8,248.1	9,498.8	11,942.7	6,479.6
	수지	2,826.5	637.3	-173.8	-3,119.1	-2,904.7	-3,801.9	-6,292.9	-3,850.6

주 1) 상반기(1월~6월) 실적임. p는 잠정치

자료 : 한국은행 「경제통계시스템」(<http://ecos.bok.or.kr>)에서 발췌.

우리나라의 전체 여행수지는 1999년 19억5,970만 달러의 흑자를 시현하였으나, 2000년부터 적자로 반전된 이후 그 규모가 급증하고 있다. 여행수지는 전체 서비스수지를 크게 압박하고 있으며, 유학연수 부문 및 일반여행 부문이 함께 큰 폭의 적자를 기록하고 있어서 더욱 큰 문제이다. 여행수지 적자 규모 가속화 현상은 조기유학 붐을 비롯한 해외유학수요의 지속적 증가, 주5일 근무제의 확산, 해외골프여행 등으로 인한 해외지출 급증에서 주로 기인한다. 해외여행으로 인한 소비 확대는 상대적으로 국내소비를 위축시킴으로써 경기침체를 부채질할 수 있다. 우리나라의 해외유학 선호 현상은 교육서비스의 글로벌화 수준이 미흡함을 반증하는 사례의 하나일 것이다.

2. 교육서비스의 상업적 특성

우리나라는 '홍익인간'의 교육이념 아래 미래를 위한 교육투자의 덕분으로 세계 11~13위를 오르내리는 경제강국이 되었다. 그러나 글로벌 무한경쟁시대로의 진입과 후발개도국들의 발전속도를 감안하면 경제위기의 잠재성도 상대적으로 높은 것이 현실이다. 지금까지의 교육투자가 경제부흥에 기여한 투자였다면 이제는 국가생존 및 발전전략의 투자로서 교육서비스의 기능을 살려 나가야 한다. 이를 위해서는 교육의 본질적 기능, 즉 순수한 '교육적' 목적에만 집착해서는 안 된다. 교육인프라를 다지고 교육서비스의 품질 마인드를 높이지 않으면 한국의 교육도양을 기를지게 만들 수 없다. 교육서비스 개방화 시대라는 글로벌 트렌드에 역류하게 되면 그 결과는 경제고통으로 남게 된다. 교육서비스의 본질을 이해하기 위해 거래적 특성과 상품적 특성을 개관하여 보기로 한다.

1) 교육서비스의 거래적 특성

OECD 자료에 나타난 우리나라의 교육수익률은 25~64세의 연령대에서 고등학교를 졸업한 남성보다 4년제 대학을 졸업한 남성이 약 1.3배 이상의 임금을 얻는 것으로 나타났으며, 여성의 경우 25~64세의 연령대에서 4년제 대학을 졸업한 여성이 고등학교만을 졸업한 여성보다 약 2배의 임금을 받는 것으로 나타나 여성의 고등교육 수익률이 더 높다.⁶⁾

서울대 진학률이 1%p 오르면 서울지역의 아파트 평당 가격은 878만원, 전세가는 152만원 상승한다는 연구보고서가 있다.⁷⁾ 또한 서울대, 연세대, 고려대 등 3개 대학의 진학률이 1%p 상승할 경우에는 매매가가 206만원, 전세가가 36만원 상승하는 것으로 조사되었다. 이처럼 명문대 입학률 등 교육환경이 우수한 지역(서울 강남지역)의 주거환경 가치는 정부의 교육정책에 크게 의존한다는 사실을 알 수 있다.

이와 같은 사회현상들은 모두 교육서비스가 경제문제와 직결되어 있음을 시사한다. 교육서비스의 기본

6) 한국교육개발원, "2005 OECD 교육지표(Education at a Glance)", 2005. 9. 13.

7) 신용상·하준경·구정환, "자산가격 버블 가능성 점검 및 시사점", 금융연구원, 2006. 7. 2.

적 거래모델은 WTO/GATS의 4모드에 따른다(<표 7> 참조). 교육서비스는 공급자 개인의 지식·경험이나 노하우 등 지적 가치와 노동력에 의존하는 정도가 크다. 또한 공급자의 서비스 공급능력을 확인하는 자격 인증제도가 활용되고 있으며, 서비스 공급자와 수요자의 장소적 근접성을 요구하는 경우가 많다. 그러나 정보통신기술의 발전으로 교육서비스의 원격제공이 가능해짐으로써 교육서비스 생산과 소비의 동시성, 즉 서비스 거래의 장소적 동시성 요건(대면요건)이 변화하였으며, 또한 녹화 또는 교육서비스의 서버보관 기술을 활용함으로써 서비스 거래의 시간적 동시성 요건(저장불가성)도 변화하고 있다.

<표 7> 서비스공급의 4가지 유형(4 Modes of Supply)

구분	유형	거래 방식	교육서비스의 무역거래 사례
Mode 1	국경이동형 서비스무역 (cross border)	○ 서비스의 국경간 이동에 의한 공급 ○ 일국으로부터 타국으로의 서비스 공급	○ 원격교육
Mode 2	해외소비형 서비스무역 (consumption abroad)	○ 일국 내에서의 타국 소비자에 대한 서비스 공급	○ 해외 유학
Mode 3	상업적 주재형 서비스무역 (commercial presence)	○ 일국 서비스 공급자의 타국내 상업적 주재를 통한 서비스 공급	○ 외국교육기관의 설립 운영
Mode 4	자연인 이동형 서비스무역 (presence of natural persons)	○ 일국 서비스 공급자에 의한 타국내 자연인의 주재를 통한 서비스 공급	○ 외국인 교원의 이동

2) 교육서비스의 상품적 특성

다른 서비스재와는 달리 교육서비스는 일과성 재화로 접근할 수는 없는 문제가 있다. 교육서비스는 상품으로서의 효용이 장기간에 걸쳐 나타나고 이러한 현상을 2차적 소비과정으로 볼 수 있기 때문에 교육서비스에 관련된 문제들을 일시적 판단에 의하여 해결하기 곤란한 측면이 있다. 이와 같은 교육서비스의 상품적 특성을 좀 더 살펴보기로 하자.

첫째, 공공재 및 사유재의 이중성을 가지고 있다는 점이다. 교육서비스는 기본적으로 공공재(public goods)의 성격과 사유재(private goods)의 성격을 동시에 가지고 있다. 교육비의 부담이나 교육서비스의 소비측면에서 판단해 볼 때 초·중·등교육과정 이하의 교육은 비경합성(non-rivalry)⁸⁾ 또는 비배제성(non-excludability)⁹⁾ 속성으로 인하여 공공재로 판단되며, 의무교육 또는 비직업교육 중심으로 수행되고 있다. 또한 고등교육과정 이상의 교육은 선택적이고 비경합성 또는 비배제성 속성이 미약하여 사유재

8) 소비에 참여하는 사람의 수가 아무리 많아도 한 사람이 소비할 수 있는 양에는 전혀 변함이 없는 재화 및 서비스의 특성을 말한다. 많은 사람들이 동일한 재화 및 서비스를 동시에 소비할 수 있으며 한 개인의 소비가 다른 사람의 소비를 감소시키지 않는다. 30명이 수강하는 강의실에서 수강생 1명이 더 늘어난다 하여도 교육서비스의 효과에는 별다른 영향이 없는 현상이 그 예가 된다.
9) 재화 및 서비스에 대하여 대가를 치루지 않고 이를 소비하려고 하는 사람의 경우에도 소비를 못하게 할 수 없다는 특성을 말한다.

성격을 가지고 있다. 물론 초중고등 전 교육과정에서 학원교육과 같은 사교육¹⁰⁾이 동시에 진행되고 있기 때문에 교육서비스의 공급체인 전체를 놓고 초중등 교육과정 이하를 공공재, 고등교육과정 이상을 사유재로 구분할 수는 없다. 이처럼 교육서비스는 다른 재화와는 달리 이중적 속성을 가지고 있어서 교육문제에 관한 많은 논쟁의 발단이 되고 있다. 교육서비스의 공공재 인식은 규제의 빌미가 되거나 상업주의 배제 주장의 논거가 된다. 공공재 인식은 또한 비현실적 교육정책 수립의 한 원인이 됨으로써 궁극적으로는 국가경쟁력 저하요인이 될 것이다.

둘째, 사람 의존성이 높다는 점이다. 교육서비스는 사람에의 의존도가 높은 상품이다. 따라서 교육산업의 연계 부문도 결국 사람의 움직임과 관련된 것이 대부분이다. 교육지원서비스에 의식주와 관련된 산업들이 주종을 이루는 것도 교육서비스의 사람 의존성 때문이다.

셋째, 지식산업의 일 분야라는 점이다. 교육서비스의 공급자는 일반적으로 전문직 종사자로 분류된다. 따라서 교육서비스는 전문직 서비스의 한 분야로 분류할 수 있으며, 지식산업인 동시에 비즈니스 서비스의 일종이다. 다만, 교육서비스는 산업의 광범위성 및 방대성, 거래방식의 다양성 등으로 인하여 공교육 중심으로 접근분석하는 것이 일반적이다.

IV. 교육서비스의 과제 및 발전전략

1. 교육서비스의 향후과제

교육예산(교육재정자립도) 확충, 교육감 및 교육위원 선거, 교직원호 개방(교원양성체제 개선), 국립대 법인화 문제, 입시 수능시험, 기여입학제, 사교육비 경감, 고교평준화, 교육자치, 이공계 기피현상, 지방대 경쟁력 강화, 교육선택권, 학교급식, 사립학교법, 초등학교 시험 부활, 대학구조개혁, 로스쿨, 의학전문대학원, 고교내신 부풀리기, 교원평가제, 교원성과급, 교직원·교수노조, 학교폭력, 주5일 수업, 일본 교과서 왜곡, 총장직선제, 직업교육, 교육격차, 학군조정, 학제개편, 자립형 사립고, 외국어고, 대안학교, 교원승진, 교장임용제, 조기영어교육, 교권수호, 교육양극화, 시골학교 폐교, WTO/DDA 서비스 협상, 한미 FTA 시장개방 등 한국의 교육현안 문제들을 무작위로 열거해보면 이처럼 끝이 없다.

이 가운데 어느 부문이든 교육서비스의 이해당사자간 갈등 없이 개선되거나 해결 또는 추진되는 것이 없을 정도이다. 무엇이 문제이고 대안은 무엇인가에 대해 고민하지 않을 수 없는 것은 교육문제가 한국경제와, 사회안정과, 장래 국가존립의 문제와 직결되어 있기 때문이다. 문제해결을 위한 노력과 시간이 무한대로 소요될지언정 해결의 실마리를 찾지 않을 수 없는 것이 또한 교육문제이다.

10) 설립주체의 차이에 따른 공립(학교)교육과 사립(학교)교육은 모두 공교육에 해당하며 사립학교라 하여 사교육을 의미하는 것은 아니다.

1) 교육경쟁력 관심

스위스 국제경영개발연구원(IMD)이 평가하는 한국의 교육경쟁력 실상은 항상 밑바닥 수준을 벗어나지 못하고 있다. 학력¹¹⁾이나 PISA(학업성취도 국제비교) 성적 등 교육성과에 있어서는 세계적으로 높은 수준을 보이고 있지만, 통계지표에서 초등학교 교사 1인당 학생수의 경우 2005년 31.4명에서 2006년 30.2명으로 감소하였음에도 순위는 54위에서 56위로 하락하는 등 교육경쟁력 부문 순위가 2005년 40위에서 42위로 2단계 하락하였다.¹²⁾

교육서비스는 사회의 지식경쟁력을 제고시키고 R&D 자원을 확충함으로써 궁극적으로 국가경쟁력을 확충하는 효과를 가지고 있다. 결과적으로 교육은 IMD 평가항목 각각의 요인에 영향을 미치는 원동력이 된다는 뜻이다. 그러나 우리나라의 교육경쟁력 하락의 이면에는 일관성 없는 교육정책이 그 원인으로 작용한다는 지적이다. 교육서비스의 수장인 교육부총리가 수시로 바뀌는 현상이나 추진력 및 방향성을 상실한 교육개혁 추진은 교육정책에 대한 책임성이 결여되었기 때문일 것이다. 교육경쟁력 제고는 이 시대의 교육계는 물론 한국경제가 당면한 최대의 현안과제이다. 교육경쟁력 없이는 글로벌 시대에 마땅히 발 붙일 곳을 찾기도 어렵다. 교육경쟁력이라는 표현자체가 상업주의의 산물로 치부하는 것은 현실무시의 처사일 뿐이다. 교육경쟁력 제고를 위해서는 책임에 상응하는 의무, 권한의 위임, 선택과 집중, 규제완화 등 상업주의의 원리들을 활용할 필요가 있다.

2) 교육글로벌화への 대응방식

글로벌화 과정에 ‘한국적인 것’과 상충되는 사례들을 빈번하게 경험한 바 있다. 영어교육과 한글사랑의 딜레마를 비롯하여 한자교육의 방식, 김치수출의 미각 조정, 문화적 충돌 등 다양한 부문에서 갈등이 표출된다. 가령 우리 교육에는 아직도 중국어를 가르치는 것이 아니라 한자를 가르치고 있다. 물론 한자를 가르치는 데에는 다른 이유가 있기 때문임은 분명하지만, 실제 중국여행을 해 본 사람은 우리나라 한자학습의 방향을 이해할 수 없게 된다. 한자를 배웠음에도 중국의 도로표지판 하나 읽기 힘든 현실적 문제에 부딪치니 그 동안의 한자학습 노력과 수고에 대한 보상은 어디에도 닿할 수 없게 된다. 이러한 예도 결국 우리나라의 교육서비스에 대한 고정관념의 폐해가 아닐 수 없다.

김치수출의 예를 보자. ‘가장 한국적인 것이 가장 세계적’이라는 말 때문에 외국인이 한국김치 본래의 맛에 입맛을 맞추라고 한다. 길게 보면 입맛이 변하니 아무런 문제가 없다고 할 수 있겠으나 한번의 김치맛 경험이 고객을 영원히 끊어버릴 수도 있다. 선택의 문제이겠지만 글로벌화에 대한 대처방식이 얼마나 중요한가를 시사하는 점들이다.

2006년도 한국의 IMD 세계경쟁력은 조사대상 61개 국가권역 중 전년도 29위에서 38위로 하락하였다. 평가 부문 4대 분야 중 경제성과 부문이 전년도 43위에서 41위로 상승한 것을 제외하고는 정부

11) 25-34세 인구의 고등교육 이수율은 2005년 발표시 41%였으나 2006년 발표에서는 47%로 높아져 4위를 유지하고 있다.

12) 산업연구원, “2006 IMD 세계경쟁력 보고서 분석”, 「KIET 산업경제」, 2006. 6.

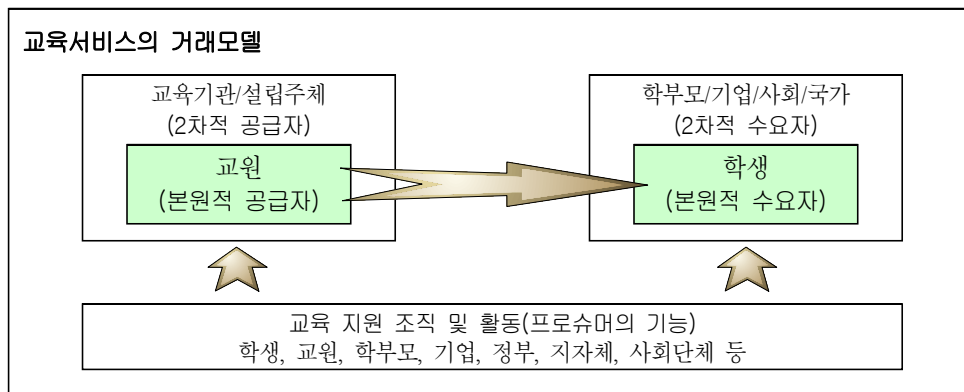
효율성, 기업효율성, 인프라 부문 등 모두 큰 폭으로 하락하였다. 경제성과 분야에서 한 가지 주목할 것은 서비스수출 규모는 16위이지만 GDP에서 점하는 서비스수출 비중은 36위를 기록하고 있다는 점이다.¹³⁾

이는 우리나라 서비스산업이 수출상품화 되지 못하고 국내소비재 단계로 머물러 있음을 의미한다. 따라서 서비스의 수출상품화 전략이 적극적으로 강구될 필요가 있으며, 시장개방에 대처하는 소극적 내지 방어적 전략보다는 서비스의 수출상품화를 통하여 해외수출을 증대시키는 적극적 내지 공격적 전략을 수립 실천해야 함을 시사한다. 교육서비스의 글로벌화에는 학력 및 자격의 상호인정, 인터넷에 의한 교육정보의 공유 및 활용, 사람의 이동 및 노동력 공급에 따른 상업적 제도(영리성 허용 여부, 교육보조금 지원 여부 등), 언어의 활용 등 분야별 검토사항이 많다. 이에 대한 철저한 준비가 전제되어야 할 것임은 물론이다.

3) 교육서비스의 공급체인 분석

교육서비스는 저장불가성, 계량화 곤란 등 고유의 속성으로 수요공급간 괴리가 있다. 또한 교육서비스의 품질수준에 있어서도 수요공급에 괴리가 발생한다. 대학이 공급하는 교육서비스에 대한 기업 CEO들의 인식수준을 보면 기업이 중요시하는 대학교육의 내용과 대학이 실제 가르치는 교육내용과는 격차가 있다는 지적이다.¹⁴⁾ 비교적 인식의 격차가 높은 요인으로는 실습 및 현장적응 능력, 직업적·도덕적 책임감, 창의력 배양, 문제해결 능력, 외국어 및 국제화 능력 등이다.

[그림 1] 교육서비스의 거래모델 및 공급체인 확장



13) 산업연구원, 전계자료.

14) 2004년 5월 기업체 근무연수가 최소 3년 이상인 전국 기업체 CEO 904명을 대상으로 한 설문조사 분석결과이다. 윤대희·한경희, “공과대학 학부 교육의 혁신방향”, 공학교육기술학회, 『공학교육』 제11권 제2호, 2004. 6, pp. 14~17.



이와 같은 사회적 요구를 반영하기 위해서는 교육서비스의 공급체인 분석이 필요하다. 서비스공급체인(s-SCM) 분석을 교육부문에 적용하게 되면 유희 교육시설 발생 확인, 적정한 예산배분 체계 수립, 수요공급의 조절, 예측가능한 교육정책 수립, 수요공급의 양적·질적 괴리 해소 등 교육서비스의 효율성 제고에 크게 기여할 수 있다. [그림 2]는 교육서비스의 거래모델 및 교육서비스의 공급체인을 확장하여 다각적으로 분석할 수 있도록 도식화한 것이다.

2. 교육서비스의 발전전략

본래 경제문제의 갈등은 비용과 편익에 대한 부담과 귀속의 문제에서 비롯되는 경우가 많다. 비용부담은 회피하려 하고 이익분배는 큰 목소리로 요구하는 주장들이 첨예하게 대립하는 곳이 자본주의 사회의 한 가지 속성이므로 교육서비스와 같은 공공재 성격의 경우에는 국가가 그 비용을 부담해야 한다는 주장이 강할 수밖에 없다. 이 때문에 교육서비스에 대한 상업주의 적용의 시의적 필요성에도 불구하고 갈등으로 일관하거나 아예 배척하려는 목소리가 높아지고 있으며, 결국 교육서비스의 정책 내지 전략의 주체는 국가 또는 정부가 될 수밖에 없다. 또한 교육서비스는 경제적 규모 또는 산업연관성과 사회생활에서 점하는 문화적 중요성에 비추어 특정 주체에 국한된 정책적 수단들을 활용할 수 없기 때문이기도 하다. 이 논문에서는 우리나라 교육정책의 미시적 부문에 대한 실천적 대안을 제시하려는 것이 아니라 보다 장기적이고도 거시적으로 상업주의 적용의 필요성을 강조하기 위해 전략적 활용 방안을 강구해보기로 한다.

1) 이카루스 패러독스와 교육서비스

「이카루스 패러독스」¹⁵⁾는 무릇 가장 빛나는 기업의 자산이 자칫 파멸에 이르는 지름길이 된다는 역

설적인 이야기이다. 과거 한 때 성공으로 이르게 했던 기업의 강점(이카루스의 날개)이 고착화 내지 과도하게 되면 오히려 실패를 가져오는 약점이 될 수 있다는 것이다. 즉, 과거의 성공 체험에 안주하고, 그 때의 경영방식에 고착화될 때는 오히려 약점이 될 수 있으며, 결국 기업의 쇠퇴를 가져오게 된다는 것이다.¹⁵⁾ 기업의 경직된 사고와 고정관념은 과거의 성공방식을 과신하고 그것에 집착하게 만들며, 그렇게 되면 급변하는 시장환경에 대응할 수 있는 새로운 무기들의 개발, 즉 새로운 경영전략 수립 등을 소홀히 하게 되고, 결국 고객과 유리되어 몰락한다는 것이다. 따라서 기업이 과거 또는 현재의 성공요인을 발판으로 쇠퇴의 함정에 빠지지 않고 계속기업(going concern)으로서 지속적으로 성장해 나가기 위해서는 경직된 고정관념에서 벗어나 시장과 고객의 변화에 따라 유연하게 대응할 수 있어야 한다는 것이다.

대니 밀러가 「이카루스 패러독스」에서 지적한 성공기업의 몰락 과정은 우리나라 교육현실에 비추어 볼 때 여러 부문에서 대동소이하다. 즉, 한국의 교육은 한국경제의 성장동력이자 성공의 일등공신이었음이 국내외적으로 인정받고 있거나 자타가 공인하는 사실이고, 교육이야말로 백년대계로서 국가의 근간이라는 사고에 이의를 제기하지 못하는 현실이 그렇다. 또한 아무리 광속으로 변하는 디지털 시대 또는 글로벌 시대라 할지라도 교육에 관한 한 상업성 논쟁은 있을 수 없는 일이며, 시장개방은 곧 한국교육의 몰락으로 이어지므로 보호의 빗장을 풀 수 없다는 것이 교육에 대한 시각이다.

이와 같이 교육에 관한 모든 문제들은 ‘교육’이라는 이름만으로도 보호받아야 하고, 신성한 교권 확립이야말로 올바른 교육을 가능하게 하여 한국의 경쟁력을 유지 개선시켜 줄 것이기 때문에 영리법인을 허용하는 등 상업적 논리는 배제되어야 한다는 시각이 우리나라 교육현장의 모습이다. 그야말로 한국에서의 교육은 언제나 ‘교육적’ 인식의 틀 안에서만 논의되어야 한다는 것이다. 경직된 사고 또는 고정관념이 아니라고 할 수 없는 상황에서 교육이 인식되고 있으니 ‘이카루스 패러독스’에서 지적하고 있는 상황과 다를 바가 없다. 즉, 성공기업이 시장환경에 전략적으로 대응하지 못함으로써 이카루스 날개의 모순에 빠져 몰락하듯이 한국경제도 ‘교육이 모든 것’이라는 고정관념에 집착하다 이카루스 날개의 모순에 빠질 수 있다는 뜻이다.

따라서 한국의 교육은 과거 또는 현재의 성공요인을 발판으로 삼아 쇠퇴의 함정으로 빠지지 않고 한국경제의 성장동력 기능을 다할 수 있도록 시장의 변화에 순응할 필요가 있다. 상업주의를 무조건적으로 배제하던 과거의 인식이 남아 있는 한 교육부문의 변화를 기대할 수 없으며, 이는 디지털 및 글로벌 시대를 역행하는 결과가 되어 교육문제의 해결능력을 상실하게 될 것이다. 이 시대는 한국의 교

15) 그리스 신화에 ‘이카루스의 날개’ 이야기가 있다. 이카루스는 밀랍으로 만든 인조날개를 달고 하늘을 날다가 아버지의 경고를 무시하고 태양에 너무 가까이 접근하는 바람에 밀랍이 녹아 날개를 잃고 예게헤로 추락한 신화속의 인물이다. 이 이야기를 1990년 미국의 경영학자 대니 밀러(Danny Miller)가 「이카루스 패러독스」(Icarus Paradox)에 담아 기업경영에 시사하는 바를 제시하고 있다. 대니 밀러는 이러한 ‘이카루스 역설’의 관점에서 성공기업들이 몰락하거나 위험에 빠지는 주요 원인을 규명하고, 집중화 쇠퇴, 모험 쇠퇴, 발명 쇠퇴, 유리화 쇠퇴라는 4가지의 기업 쇠퇴 유형을 제시한다. 기업몰락의 근본원인은 과거의 경험이나 가치관에 의해 형성된 사물에 대한 인식구조, 즉 고정관념을 타파하지 못하는 데 있으며, 소위 ‘경험이라는 렌즈’로 모든 경영현상을 보고 해석하려 하는 경직된 사고, 그리고 타인의 문제제기나 새로운 시각을 무시하는 자기방어적 관행들에 근본원인이 있다는 것이다.

16) 한창수, “이카루스 패러독스”, 삼성경제연구소, 1995 ; 이춘근, “이카루스 패러독스”, LG경제연구소, 1995. 08. 01.

육이 새로운 지식과 정보를 끊임없이 받아들이고 이를 소화하여 능동적으로 교육현장을 변화시켜 나가려는 자기혁신노력을 요구한다. 교육현장에서 양산되는 문제들을 해결하는 데 있어서 과거의 인식 방법을 탈피해 볼 필요가 있는 것이다. 이카루스의 날개가 녹아내리기 전에 교육서비스에 대한 고정관념을 타파한다면 생존을 위한 지혜를 얻을 것이다.

2) 고르디아스 매듭풀기식 교육문제 해결

한국에서의 교육문제에 대한 인식과 해결은 ‘고르디아스의 매듭(Gordian Knot) 풀기’ 이야기와 흡사한 방법으로 접근할 수 있다.¹⁷⁾ 관점에 따라서 각기 다른 방법으로 문제를 해결할 수 있고, 그 결과를 평가하는 관점 역시 달리 할 수 있을 것이다. 교육문제를 푸는 것은 매우 복잡하지만 알렉산더 대왕이 시도했던 방법을 원용하여 간단히 해결할 수 있다. 다만 근본적인 해결방법인지의 여부를 신중하게 판단한 연후에 추진해야 할 것임은 물론이다. 신속하고도 용이한 해결방법이 자칫 또다른 갈등을 초래할 수도 있기 때문이다. 우선 사교육비 문제가 대학입시문제에서 파생된 부분이 크기 때문에 수능시험을 비롯한 대입수험제도 개선에 초점을 맞추어 접근할 필요가 있다. 즉, 수능을 자격시험으로 전환하거나 그 단계를 넘어 시험 자체를 폐지하는 조치를 취함으로써 선발권을 대학자율에 완전히 맡겨버리는 것이다. 이와 같은 변화가 현 상태에서는 불가능할 수 있겠지만 시장원리가 작동할 때는 매우 유용한 방법이 될 수 있다.

3불정책(본고사, 고교등급제, 기여입학제), 교원평가 및 성과급제 등 찬반양론이 뚜렷한 교육문제들은 어느 한 쪽을 과감하게 포기하는 방법이 오히려 전체적인 사회적 비용을 줄일 수 있다. 문제해결을 지연시키는 동안 교육의 병폐정도가 심화되고 그 결과 경제에 미치는 부정적 효과가 상존하게 되며, 교육문제를 ‘교육적’으로 해결하려는 고집스러운 노력 때문에 우리 국민들만 고통받게 된다. 따라서 고르디아스 매듭풀기 방법을 유용하게 검토해 볼 수 있는 것이다.

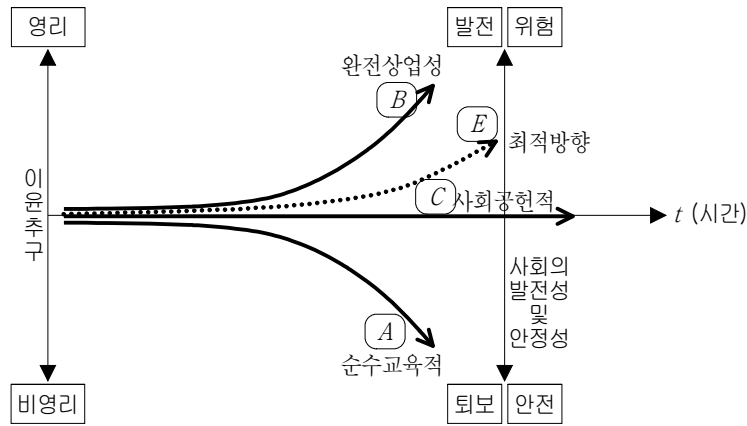
3) 상업성 인식의 방향 설정

교육서비스는 한국경제 전 부문에 실뿌리를 내리고 있는 산업이다. 따라서 글로벌 트렌드를 외면한 채 ‘교육적’으로만 남는다면 전체적인 균형 감각을 가질 수 없다. [그림 3]에서 도식한 것처럼 교육서비스가 곡선 A 모양으로 진화할 때 사회적 안정성은 높을지 모르나 발전성은 기대할 수 없다. 또한 곡

17) 그리스 신화의 알렉산더 대왕 이야기로, 고르디아스(Gordias)는 마차를 견고한 매듭으로 묶어 두고 후세에 이를 푸는 자는 아시아 전체의 왕이 될 것이라고 예언한다. 많은 왕들이 그 매듭을 풀려고 시도했으나 모두 실패하였지만 알렉산더 대왕은 칼을 뽑아 단칼에 끊어버리는 방법으로 복잡한 매듭을 풀고 예언대로 아시아 전체를 지배하게 된다는 내용이다. 이 신화에서 알렉산더 대왕의 문제해결 방법에 대해서는 찬반의견이 엇갈린다. 아주 훌륭하게 매듭을 풀었다고 하는 사람이 있는가 하면 어떤 사람은 매듭을 푼 것이 아니라고 한다. 즉, 알렉산더 대왕의 행동을 통해 똑같은 문제를 다른 관점으로 보면 의외로 쉽게 풀릴 수 있다는 의미를 찾는 사람이 있는가 하면, 복잡한 문제를 대담한 방법으로 풀어냈다는 견해, 쉽고 빠르지만 근본적인 해결이 될 수 없으며 또 다른 문제를 낳을 수 있다는 견해, 대담하게 행동하는 것은 좋지만 인내심이 부족하다는 견해, 매듭을 자른 것이지 매듭을 푼 것이 아니라는 견해 등으로 자신에게 유리한 방향으로 각기 달리 해석한다.

선 B처럼 상업주의가 지나치게 되면 발전성은 높을지 몰라도 안정성 측면에서는 위험하다. 곡선 C처럼 교육서비스에 대한 비용부담을 기업의 사회공헌 또는 사회기부에 의존할 경우 균형을 유지하면서 발전할 수 있겠으나 사회공헌에 의존할 수 있는 비중은 현실적으로 높지 않다. 따라서 곡선 E 방향을 대안으로 제시할 수 있다. 즉, 일정부분 상업주의를 허용하는 것이 진정한 균형을 유지하는 선택이 될 수 있다. 이는 시대변화를 수용할 수 있어서 상업주의에 지나치게 치우침으로써 우려되는 폐해를 사전적으로 차단할 수 있는 타협점으로 인정할 수 있다.

[그림 4] 교육서비스의 인식방향



4) s-SCM 전략의 활용

서비스공급체인관리(s-SCM) 전략을 원용하면 교육서비스의 글로벌 경쟁력을 겨냥한 일종의 로드맵을 구상할 수 있다. 교육서비스 역시 공급체인관리가 필요한 이유는 각 단계별 효율성 극대화를 도모하는 한편, 공급체인의 각 단계에 잠재하고 있는 문제들을 정확하게 진단하고 적절한 처방을 내릴 수 있기 때문이다. 즉, 전체(숲)와 부분(나무)을 동시에 볼 수 있어서 투명성을 제고시킬 수 있고, 교육서비스에 관련한 갈등의 근본적 원인을 찾아낼 수 있다.

서비스산업은 복잡계의 산업이다. 또한 국민생활과 직접적으로 연계되어 있어 민감도가 매우 높은 산업이기도 하다. 따라서 서비스산업정책의 수립·집행 그 자체에 갈등요인이 많을 뿐만 아니라 효율성을 판단하거나 적합한 대안을 찾는 일도 곤란하다. 하물며 산업비중이 막대한 교육서비스 부문은 그 가치사슬에 있어서 매우 복잡하게 참여자들이 관계하고 있으며, 기업의 가치사슬 구조와는 기본적으로 다르지 않기 때문에 s-SCM 전략을 적극 활용할 수 있다.

5) 교육글로벌화에의 대응(준비)

교육서비스의 글로벌 문제와 관련하여 OECD 지침에 관심을 가져야 할 필요가 있다. 이 지침은 「OECD/UNESCO 고등교육 질 보장 가이드라인」(Guidelines for Quality Provision in Cross-border Higher Education)¹⁸⁾으로 알려져 있으며, 국경을 넘는 고등교육의 질 보장을 위해 대학 자체 및 외부의 질 보장 체제를 갖추고, 질 보장과 관련된 활동 및 정보를 투명하게 공개하며, 해당 지역 또는 국제적으로 관련된 이해당사자들과의 협력을 강화할 것을 요청하고 있다.¹⁹⁾

이 지침에 따르면 국내 대학들은 대학차원의 질 관리 체제를 확립하여 국내 대학 학위가 국제적으로 인정받을 수 있도록 노력하거나 우선적으로 학사학위가 외국에서 인정받을 수 있도록 대학교육의 질적 개선 노력을 요구한다. 또한 외국의 교육수요자가 국내의 대학교육과 학위에 관하여 신뢰할만하고 정확한 정보에 쉽게 접근할 수 있도록 시스템을 구축해야 할 것이다. 즉, 국내 대학들이 해외홍보 및 외국인 유학생 유치를 위해서 각 대학의 질적 수준에 대한 정보를 담은 데이터베이스를 구축하고 이를 웹을 통해 접근할 수 있도록 시스템을 구축할 필요가 있다. 고등교육의 국제적 통용성을 강화하기 위해서는 국제적 수준에 적합하도록 고등교육 평가인정기구에 대한 인증을 실시해야 하며, 장기적으로는 가이드라인에 제시된 각종 지침을 이행할 수 있도록 제도를 개선해 나가야 한다.²⁰⁾

<표 8> UNESCO/OECD 고등교육 질 보장 가이드라인의 주요내용 요약

대상	주요 내용	체제	활동	
			정보공개	협력
정 부	○ 자국내에서 활동하는 외국기관에 대한 인허가 시스템을 갖추어야 하며, ‘국경을 넘는 고등교육(CBHE)’의 질 보장과 인증을 위한 포괄적인 체제를 갖추어야 함.	○		
	○ CBHE에 대한 인허가, 질 보장·인증에 위한 기준과 그 결과가 학생, 대학 및 프로그램 등의 재정 지원에 미치는 영향에 대한 정보를 제공해야 함.		○	
	○ UNESCO 자격인증 관련 지역협약 기준을 고려하고, 국가정보센터를 설립함.	○		
	○ 자격인정에 관한 양자/다자간 협약을 추진하며, 고등교육기관·프로그램에 관한 정보를 국내외에서 접근 가능하게 함.		○	

18) 동 가이드라인은 비강제적 연성규범으로서 국제법상의 효력을 갖지는 않지만, UNESCO와 OECD 회원국 간의 동료 압력(peer pressure) 형태로 사실상 이행이 강제될 수 있다. 동 가이드라인은 질 보장과 관련된 이해당사자(정부, 대학, 평가기구, 학생, 학위·자격인증 기구, 전문단체)들을 명확히 제시하고 관계자별로 구체적으로 책무를 부과하는 참여적 접근법을 특징으로 하고 있다.

19) [http : //www.oecd.org/dataoecd/27/51/35779480.pdf](http://www.oecd.org/dataoecd/27/51/35779480.pdf)

20) 한국교육개발원, “UNESCO/OECD 고등교육 질 보장 가이드라인에 대한 대응 방안”, 2006. 3. 30 자료에서 재인용

고 등 교 육 기 관	○ 국내외에 제공하는 프로그램의 수준을 같게 하며, 교육 수입국의 문화적·언어적 다양성과 질 보장 및 평가인증 체계를 존중함.	○		
	○ 현행 질관리 체계를 점검하고, 수여 학위가 국내외적으로 일정 수준에 이를 수 있도록 함.	○		
	○ 국내외 네트워크에 참여하여 우수사례를 공유하고, 상호 자격인증을 활성화함.			○
	○ 교육서비스의 제공방식과 자격인증 기준 및 절차에 관한 UNESCO와 유럽위원회의 권고를 존중함.	○		
	○ 대내외적인 질 보장 및 학위인증 기준과 절차에 관해 정확한 정보를 제공함.		○	
학 생	○ CBHE의 질 유지, 통제 등에 있어서 대학, 국가, 국제적 수준에서 추진되는 활동에 적극 참여			○
	○ CBHE에 등록할 경우 대학, 질 보증 기구를 통해 해당 기관의 평가인증 여부 등을 확인함.		○	
질 보 장 기 구	○ CBHE를 질 보장 및 인증 평가체제에 포함시키고, 지역 및 국제 네트워크를 활성화하여 인증에 관한 우수사례를 교환하고, 직원들의 전문성 신장을 지원함.	○		○
	○ 교육 수출국과 수입국간의 협력을 강화하고, 질 보장 및 평가인증 시스템에 대한 상호이해를 높일 수 있는 체계를 마련함.			○
	○ 평가기준, 절차, 질 보장 체제가 학생, 기관, 프로그램에 대한 재정지원에 미치는 영향과 평가결과에 관한 정보를 제공함.	○		○
	○ UNESCO와 유럽위원회의 질 보장과 평가와 관련된 행동강령을 준수함.			○
	○ 다른 평가인증기구들과 상호인증협약을 체결하고, 내부 질 보장 시스템을 개발하며, 정기적으로 외부평가를 실시함.	○		○
학 위 · 자 격 인 증 기 구	○ 지역 및 국제 네트워크를 만들어서 우수사례를 교환하고, 직원들의 전문성 향상을 지원함.			○
	○ 질 보장 및 평가인증기구와의 협력을 강화하여 학위의 질적 수준을 점검하는 과정 활성화	○		○
	○ 관련 주체들과 긴밀한 관계를 유지하여 정보를 공유하고, 학문분야와 전문분야 학위인증 평가 방식간의 연계를 강화함.	○		○
	○ 국제 노동시장의 확대와 국제적 인력 이동을 고려하여 외국 학위자격증 소지자와 고용주들에게 국내 노동시장에서 인정되는 학위 및 자격 인정에 관한 정보를 제공함.			○
	○ 인증과정에 대한 신뢰도를 높이기 위해서 외국학위 및 전문자격 인증에 관한 유럽 위원회·유네스코 권고 등을 따르고, 학위평가 준거 등에 대한 자료 제공	○	○	
전 문 단 체	○ 취득학위에 대한 인증이 용이하도록 국내외 학위취득자나 고용주들에 대한 정보채널 구축	○	○	
	○ 자격 인증에 있어 각국의 문화적 다양성을 반영하고, 프로그램이나 학위를 비교할 수 있는 평가 준거 및 절차를 확립함.	○		
	○ 전문직의 상호인증협약에 대한 정보에 대한 국내외에서의 접근가능성을 높임.			○

자료 : 한국교육개발원, “UNESCO/OECD 고등교육 질 보장 가이드라인에 대한 대응방안”, 2006. 3. 30.

6) 교육서비스의 수출상품화

교육서비스에 대한 상업성 논쟁의 종식은 수출상품화 전략으로 가능하다. 미래를 내다보는 한국경제의 해법은 수출이며, 어떻게든 수출상품을 만들어내야 한다. 경제 및 산업 분야에 있어서 효율성 제고의 지름길은 상품화이다. 한국의 경제구조에서 볼 때 물질자원에서 만들어지는 수출상품보다는 서비스 자원에서 개발할 수 있는 수출상품의 가능성이 높다. 이는 우리나라 경제발전의 역사가 협소한 국토 및 시장, 빈약한 천연자원이라는 태생적 한계에서 교육을 통한 지식자원을 활용한 발전경험에서 잘 알 수 있는 사실이다.

교육서비스의 수출상품화 유형은 서비스무역모델 4모드로 이루어진다. 이 가운데 제1유형(Mode 1)의 ‘국경간 공급 형태의 서비스수출’에 관심을 제고시켜야 한다. 우리나라는 교육프로그램 내지 교육콘텐츠, e-러닝(u-러닝) 솔루션 등 교육서비스와 IT 기술이 결합된 수출상품을 양산할 수 있는 준비가 되어 있다. 이때 언어장벽의 극복과 더불어 수출시장에 대한 문화적 배경 등 철저한 해외시장조사를 전제조건으로 하고 있음은 물론이다.

교육서비스의 수출상품화 전략에 대한 두 번째 관심은 해외 유학수요를 흡수하는 일이다. 해외 유학생 유치노력과 더불어 해외유학출국을 대체할 수 있도록 국내 교육경쟁력을 확보하는 일이 시급하다. 영어마을의 사례는 이의 좋은 대안이 될 수 있으며, 서비스수입대체산업으로 육성할 필요도 있을 것이다. 글로벌 무대에서 중국의 영향력이 증대됨에 따라 세계의 유학생들이 중국으로 몰려드는 사례를 관찰해 볼 필요가 있다. 저렴한 학비로 중국어와 한의학을 배울 수 있다는 강점 때문에 2005년 14만명의 유학생이 중국으로 유입되었으며, 이로 인하여 66만명의 고용창출이 이루어진 사례는 교육서비스수출의 벤치마킹 대상이 되기에 충분하다.²¹⁾

해외 유학수요를 흡수하기 위해서는 교육시장 개방이 전제되어야 한다. 교육시장 개방은 이제 불가피한 현실로 받아들여야 한다. 교육시장 개방 없이 교육경쟁력 제고는 어불성설임을 과거 경험에서 수차례 확인하였다. 세계의 교육서비스시장을 선점하기 위해 각국들이 발 빠르게 움직이고 있는데, 언제까지 빗장을 걸어둘 것인가? 현 상태를 방치할수록 사교육비를 이유로, 영어교육을 이유로 해외유학출국이 급증할 것이다. 고르디아스 매듭풀기 방식의 과감한 결단이 필요한 시점이다.

교육서비스 발전전략의 한 축은 시장개방의 문제로 접근할 것이 아니라 수출상품화 전략의 문제로 접근하는 것이 더 유익할 수 있다. 교육서비스 발전전략이 수출상품화의 한계에 부딪치고 만다면 한국경제의 강점요인인 교육서비스의 역량을 제대로 활용하지 못하는 것이므로 글로벌 경쟁력은 자연히 하락할 수밖에 없을 것이다.

21) 「중앙일보」, “중국에 외국 유학생 몰린다”, 2006. 7. 4.

V. 요약 및 결론

한국의 교육현장은 혼돈 그 자체이며, 교육이 나아가야 할 방향 감각을 상실하고 있는 것처럼 보인다. 학생과 교사와 학부모, 교원단체, 설립주체, 교육관련 정부 당국과 유관기관 등 교육서비스 당사자 간에는 갈등이 없는 연결고리가 없다. 교육서비스는 이처럼 이해관계가 복잡하게 얽혀 교착상태에 빠져 좀처럼 해결의 실마리를 찾기 어려운 문제들로 남아 있다. 여기에서 정치권마저 하나의 교육현안을 두고 상반된 시각에서 접근하고 있으니 혼돈 그 자체일 수밖에 없다. 그만큼 한 치의 양보조차 할 수 없는 첨예한 이해관계가 걸려 있는 문제로써 교육서비스를 인식하고 있다는 의미이다.

이제 교육서비스에 대한 인식의 변화로 갈등을 봉합해야 할 때가 되었다. 아무리 공공성을 요구하는 교육현장이라 할지라도 일정 부분 영리성을 허용하고 시장원리를 도입한다면 교육투자의 효율성 제고와 교육서비스의 질적 수준 제고에 기여함으로써 교육패러다임 변화에 지혜롭게 대처할 수 있을 것이다. 교육서비스는 공공재와 사유재의 성격을 동시에 가지고 있다. 그러나 교육서비스를 공공재로만 인식한 결과 공교육이 지나치게 강조되면서 한국경제의 막대한 비중을 차지하고 있는 교육산업의 민간 부문이 설 자리를 상실하고 있다. 특히 상업성을 배제한 결과 비경제적 논리에 의해 교육문제가 논의됨으로써 시장원리에 의한 효율성 추구의 기회를 활용하지 못하고 있다.

상업적 판단에 의한 교육서비스 발전전략은 교육관련 문제와 갈등의 상당부분을 해소해 나갈 수 있다. 시장원리는 교육부문이라 하여 예외적으로 적용이 배제될 필요는 없다. 시장원리 도입은 교육부문의 보호막을 제거하고 변화를 통한 체질개선을 유도할 수 있다. 이로써 올바른 교육정책 발굴 및 방향 설정이 가능하고 경쟁력 강화의 기회로 활용함으로써 패러다임 변화에 부응할 수 있다. 다만, 시장원리가 아무리 만능의 대안이라 할지라도 교육현장에서 시장원리를 적용하는 데에는 몇 가지 전제조건이 있겠으며, 무엇보다 균형감각을 우선적으로 고려할 필요가 있다. 교육현장에 시장원리를 방임형으로 적용하게 되면 보호막이 채 걸리기 전에 통제불능의 혼란을 초래하여 정책실패로 끝날 수 있다. 따라서 시장원리의 적용은 자유로운 경쟁에 의한 효율성 추구, 평가와 성과에 대한 보상체계의 합리성 등이 전제되어야 할 것임은 물론이다.

경제가 발전할수록 서비스 부문에 대한 지출이 증가하고 그 중 교육비 지출이 급증하고 있는 것이 한국경제의 한 단면이다. 더욱이 사교육비 지출은 교육 필요성과 비용지출의 당위성을 상호 인정받지 못함으로써 사회적 불신만 사고 말았다. 그 결과 해외의 교육서비스를 선호하게 되었고 이를 위한 유학 러시를 보이는 등 여행수지 적자의 주범이 되었다. 교육에 대한 지출은 미래에 대한 투자로 인식된다. 즉, 인적자본은 물론 정보자원을 축적함으로써 지식자본을 확충하는 과정으로 이해된다. 그럼에도 우리는 '교육적'이라는 말 때문에 회비가 엇갈리는 경우가 많았던 경험을 가지고 있다. '교육적'이라는 말은 '상업적'이라는 표현을 경계하는 대표적 표현이 되었다. 교육을 이유로 한 상업주의의 지나친 경계는 글로벌 경쟁 시대에서는 자칫 '약'이 아니라 '독'이 될 수 있다.

교육서비스의 상업성 논쟁은 교원 성과급 문제, 평가문제, 기여입학제, 평준화의 문제, 국립대학법인화 등 수많은 교육문제들과 결부되어 있다. 어느 정도 수준으로 상업주의를 용인할 것인가의 문제에 대한 해법을 도출하고 국민들의 동의를 구하는 일은 결코 용이하지 않다. 그럼에도 글로벌 환경에 적응하지 않으면 안 될 우리나라 교육현장이 생존을 보장받기 위해서는 타협점을 모색하지 않을 수 없다. 그 대안의 하나로 시장원리의 이점을 활용하는 길이며, 대체적으로 다음과 같은 단계별 시나리오를 연출하여 우리나라 교육서비스의 발전전략을 모색해 나가야 할 것이다.

첫째, 교육서비스에는 상업주의를 배제해야 한다는 고정관념을 타파하고 교육관련 패러다임 변화에 능동적으로 부응할 필요가 있다.

둘째, 공공재 중심의 교육문제 인식의 틀을 벗어나 일정부분 상업주의를 인정하고 민간부문을 참여 시킴으로써 시장의 내성을 강화함과 동시에 국가개입을 최소화시킬 필요가 있다.

셋째, 시장원리에 의한 적정수준의 경쟁 도입, 자원배분의 효율성 도모, 개방에 의한 체질 개선 등 우리나라 교육서비스의 경쟁력 제고에 범국민적 합의를 도출해야 할 때이다.

넷째, 글로벌 시장을 내다보아야 한다. 교육서비스라 하여 글로벌 이동성이 없는 재화로 인식하는 것은 큰 오류다. 한국경제의 현실과 특수성을 직시하고 교육서비스 그 자체를 수출상품화하여 글로벌 경쟁의 마당에 자신있게 뛰어들어야 한다. 그러한 준비의 첫 단계가 교육서비스에 대한 상업주의의 인정이라는 점을 잊지 말아야 한다.

본 논문은 기본적으로 교육서비스를 글로벌 무역상품으로 발전시키고자 그 제언을 위하여 시도된 것이다. 제반 여건을 고려해 볼 때 교육서비스는 ‘국내용 공공재’로 더 이상 안주시킬 수 없는 당위성에서 상업성을 논의하고 전략적 대응방안을 모색해 본 것이다. 우리나라 교육이 교육의 본질적 목적에 집착하는 순수성을 강요하는 사이 외국의 교육자본은 상업성을 내세우며 한국시장 진입을 시도하고 있다. 출산율 저하 및 고령화 등 급격한 인구구조의 변화도 한국교육의 미래를 어렵게 하는 요인으로 작용하고 있다. 왜냐 하면 이러한 추이는 예산배분에 제약을 가져옴으로써 교육서비스에 대한 투자여력을 상쇄시키기 때문이다. 교육은 백년대계라는 고정관념으로 상업주의에 무관심하는 한 교육서비스에 대한 효과적인 경쟁력 확보전략을 수립할 수 없다.

교육부문은 언제나 혁신이 필요한 부분이다. 경험에서 획득한 지식이든 학습으로 얻은 지식이든 모든 지식은 시간효용(time utility)과 장소효용(place utility)이 결합되어야 비로소 자신의 가치를 가질 수 있다. 시간은 흐르고 장소는 지식의 소유자인 사람이 이동하기 때문에 항상 변한다. 따라서 지식의 가치를 높여주는 과정의 하나로 이해되는 교육서비스는 스스로 고정되어 있어서는 안 된다. 교육서비스는 산업에 영향을 주고 무역상품의 품질 등 경쟁력을 결정하는 원천적 투입요소이다. 이와 같이 한국 경제를 진정으로 걱정한다면 산업의 흐름에서 후방(downstream)의 먼 곳까지 내다보는 교육서비스가 되도록 인식의 변화를 가질 필요가 있다.

우리나라의 교육관련 정책은 발표되기만 하면 논쟁의 불씨가 된다. 그것도 매우 격렬하게 찬반의견이 쏟아지고 물리적 행동으로 이어지기도 하며 정책실행이 표류하는 사례가 비일비재하다. 교육문제는

그만큼 이해관계가 복잡하다는 반증일 것이다. 그렇다고 한국경제의 중추를 이루는 교육서비스 산업과 시장문제가 언제까지 아날로그식 사고의 인식으로 일관할 수는 없는 노릇이다. 광속으로 변화하는 시대에 걸맞는 교육문제의 인식이 필요하며, 글로벌 지향의 교육서비스 발전전략이 검토되어야 할 것이다. 교육의 상업성 적용문제를 무조건 배척할 것이 아니라 점진적 도입을 발전적으로 모색해야 할 때가 되었다. 교육서비스의 상업성 문제에 대한 재인식은 WTO/DDA 서비스협상(2006. 7월 협상중단 선언)이나 한미 FTA 협상을 원활하게 이끌 수 있도록 도움이 될 것이며, 다양한 교육문제 해결에 유용할 것으로 판단된다.

참 고 문 헌

- 류지성, “대학혁신과 경쟁력”, 삼성경제연구소 연구보고서, 2006. 1. 5.
- 서정두, “전문직 서비스 산업의 수출 증대 방안 : 교육·의료서비스를 중심으로”, 한국통상정보학회 2006 하계학술대회 논문집, 2006. 6. 27.
- 신용상·하준경·구정환, “자산가격 버블 가능성 점검 및 시사점”, 금융연구원, 2006. 7. 2.
- 오재록, “관료제 권력지수 개발에 관한 연구”, 연세대 대학원 박사학위논문, 2006.
- 윤대화·한경희, “공과대학 학부 교육의 혁신방향”, 공학교육기술학회, 「공학교육」 제11권 제2호, 2004. 6.
- 윤정일 외 2인, “지식기반형 자율적 학교혁신체제 구축 방안 연구”, 교육인적자원부 교육정책연구 2004-일-08, 2004.
- 이춘근, “이카루스 페러독스”, LG경제연구소, 1995. 08. 01.
- 임천순, “교육서비스산업의 진단과 과제”, 「지식서비스산업 발전방향」, 산업자원부, 2005. 6. 22.
- 조원권 외 4인, “한국교육의 해외수출을 위한 정책지원방안”, 교육인적자원부 정책연구과제, 2004. 12.
- 채창균, “평준화와 사교육비”, 한국직업능력개발원, 2005. 10. 6.
- 한창수, “이카루스 페러독스”, 삼성경제연구소, 1995.
- 기획예산처, 「2006 나라살림」(2006년 예산개요), 2006. 2.
- 산업연구원, “2006 IMD 세계경쟁력 보고서 분석”, 「KIET 산업경제」, 2006. 6.
- 한국교육개발원, “한국교육 60년 성장에 대한 교육지표 분석”, 2006. 7. 7.
- 한국교육개발원, “2005 OECD 교육지표(Education at a Glance)”, 2005. 9. 13.
- 한국교육개발원, “21세기 교육발전을 위한 국제교육협력의 새 패러다임”, 국제교육협력담당자세미나자료, 2000.
- Afuah, Allan, “Internet Business Models”, MSU e-Trade Workshop, 2002. 7.
- Brandenburger, A. M. & B. J. Nalebuff, Co-opetition, Currency Doubleday(N.Y.), 1996.

Corey, K. E., "Intelligent Corridors : Outcomes of Electronic Space Policies", Journal of Urban Technology, Vol. 7, No. 2, 2000.

Heskett, James L., James L. Herskett, Earl W. Sasser, The Service Profit Chain, Free Press, 1997. 4.

Jarvenpaa, S. L. and D. S. Staples, "The Use of Collaborative Electronic Media for Information Sharing : An Exploratory Study of Determinants", Journal of Strategic Information Systems, Vol. 9, 2000.

Tim, Jordan, Cyberpower, Taylor & Francis, 1999.

Wilson, M. I. & K. E. Corey, Information Tectonics : Space, Place and Technology in an Electronic Age, New York : John Wiley & Sons, Ltd., 2000.

[http : //www.ecommerce.go.kr](http://www.ecommerce.go.kr)

[http : //www.oecd.org/dataoecd/27/51/35779480.pdf](http://www.oecd.org/dataoecd/27/51/35779480.pdf)