



저작자표시-비영리-변경금지 2.0 대한민국

이용자는 아래의 조건을 따르는 경우에 한하여 자유롭게

- 이 저작물을 복제, 배포, 전송, 전시, 공연 및 방송할 수 있습니다.

다음과 같은 조건을 따라야 합니다:



저작자표시. 귀하는 원저작자를 표시하여야 합니다.



비영리. 귀하는 이 저작물을 영리 목적으로 이용할 수 없습니다.



변경금지. 귀하는 이 저작물을 개작, 변형 또는 가공할 수 없습니다.

- 귀하는, 이 저작물의 재이용이나 배포의 경우, 이 저작물에 적용된 이용허락조건을 명확하게 나타내어야 합니다.
- 저작권자로부터 별도의 허가를 받으면 이러한 조건들은 적용되지 않습니다.

저작권법에 따른 이용자의 권리는 위의 내용에 의하여 영향을 받지 않습니다.

이것은 [이용허락규약\(Legal Code\)](#)을 이해하기 쉽게 요약한 것입니다.

[Disclaimer](#)

석 사 학 위 논 문

임직원 참여형 교육기부활동의
지속가능성에 대한 연구

- 아시아나항공 교육기부 봉사단 사례를 중심으로 -



한성대학교 지식서비스&컨설팅대학원

지식서비스&컨설팅학과

컨버전스컨설팅전공

최 석 병

석사학위논문
지도교수 최창호

임직원 참여형 교육기부활동의 지속가능성에 대한 연구

－ 아시아나항공 교육기부 봉사단 사례를 중심으로 －

Sustainability Research of employee participation in
educational volunteer activities
: Focused on employee volunteers case of Asiana Airlines

2016년 12월 일

한성대학교 지식서비스&컨설팅대학원

지식서비스&컨설팅학과

컨버전스컨설팅전공

최 석 병

석사학위논문
지도교수 최창호

임직원 참여형 교육기부활동의 지속가능성에 대한 연구

－ 아시아나항공 교육기부 봉사단 사례를 중심으로 －

Sustainability research of employee participation in
educational volunteer activities
: Focused on employee volunteers case of Asiana Airlines

2016년 12월 일

한성대학교 지식서비스&컨설팅대학원

지식서비스&컨설팅학과

컨버전스컨설팅전공

최 석 병

최석병의 컨설팅학 석사학위논문을 인준함

2016년 12월 일



심사위원장 _____인

심 사 위 원 _____인

심 사 위 원 _____인

국 문 초 록

임직원의 참여형 교육기부 활동의
지속가능성에 대한 연구

- 아시아나항공 교육기부 봉사단 사례를 중심으로 -

한성대학교 지식서비스&컨설팅대학원
지식서비스&컨설팅학과
컨버전스컨설팅 전공
최 석 병

본 연구는 아시아나항공에서 기업의 사회공헌활동(CSR)의 일환으로 시작된 아시아나 교육기부 봉사단을 중심으로 교육기부 봉사단이 창단된 2013년 7월부터 2016년 12월까지 약 3년 6개월간의 기간을 대상으로 봉사단을 운영해 오면서 임직원 참여형 교육기부활동에 대해 연구한 내용이다. 또한 기업의 교육기부 활동 중 단순히 학교와 학생들에게 장학금이나 학교시설 지원등 물질적인 기부활동이 아닌 임직원이 스스로 학생들에게 자신의 경험과 직업을 소개해주는 진로교육이 포함된 교육기부 활동을 중심으로 임직원의 재능기부활동과 지속의지에 대해 초점을 두어 연구하였다.

기업의 CSR(Corporate Social Responsibility)활동 중 하나인 사회공헌활동인 교육기부에 참여한 임직원에게 생기는 개인의 의식변화에 그리고 기업과 자신의 직업에 대한 인식변화에 미치는 영향을 통해 임직원 참여형 교육기부 프로그램의 지속가능성에 대해 알아보고자 연구하였다.

아시아나항공에서 자발적으로 교육기부활동에 참여한 경험이 있는 107명의 임직원을 대상으로 조사하여 연구를 하였으며, 그동안 교육기부활동 후 생기

는 변화에 대해 우수 교육기부 활동직원에 대한 개별 면담을 통해 그 영향을 비공식적으로 재확인 하였다.

논문의 결론은 최근 각광받고 있는 기업의 사회공헌활동 중 하나인 임직원 참여형 교육기부 프로그램은 참여임직원의 개인의 긍정적 인식 변화 그리고 직업과 회사에 대한 긍정적 인식변화를 가져오고 이는 교육기부활동의 지속 의지를 가져오게 함으로서 교육기부를 매개로한 임직원 참여형 교육기부 활동이 지속가능한 CSR프로그램으로 성장 할 수 있다는 것을 확인 할 수 있었다.

2010년부터 본격적으로 시행된 기업의 사회공헌활동인 교육기부 활동은 2016년 중학교대상 자유학기제 전면시행 및 진로교육법 시행으로 급속히 성장하고 있으며, 본 논문에서 다루는 기업측면의 교육기부에 대한 내용과 지속 가능성 연구를 통해 교육기부활동에 대해 더욱 잘 이해하게 되고 교육기부가 가진 긍정적 효과에 대한 본 연구의 결과를 바탕으로 타 기업에서도 적극적 참여가 이루어질 것이라 생각한다.

【주요어】 교육기부, CSR, 진로교육, 자유학기제, 프로보노

목 차

I. 서 론	1
1.1 연구의 목적	1
1.2 연구의 범위와 방법	2
II. 이론적 배경	4
2.1 교육기부의 개념과 유형	4
2.2 교육기부 현황	5
2.3 교육기부 지원제도	8
2.4 자유학기제	9
2.5 진로교육법	10
2.6 기업의 사회적 책임(CSR)	12
2.7 지속가능한 기업의 사회공헌프로그램	17
2.8 임직원 사회공헌활동 참여	19
2.9 프로보노(Pro Bono) 활동	21
2.10 아시아나항공의 교육기부	23
III. 연구설계	26
3.1 연구모형	26
3.2 연구가설의 설정	27
3.3 연구대상 및 방법	29
3.4 자료수집 및 분석방법	29
3.5 설문지의 설계	30

IV. 연구결과	33
4.1 연구대상자의 일반적 특성	33
4.2 주요변수의 통계분석	34
4.3 주요변수의 영향분석	42
4.4 기타 항목들의 기술통계분석	47
V. 결 론	52
5.1 연구결과 요약	52
5.2 연구의 한계 및 향후 연구방향	53
5.3 시사점	53
참고문헌	56
ABSTRACT	58

표 목 차

<표 1-1> 설문조사 방법	3
<표 2-1> 교육기부의 유형	5
<표 2-2> 교육기부의 연혁	6
<표 2-3> 참여 주체별/지역별 현황	7
<표 2-4> 교육기부센터 교육기부 활성화 지원 사업	8
<표 2-5> 자유학기제 활동의 종류와 내용	10
<표 2-6> 2015 분야별 사회공헌 지출비율	14
<표 2-7> 국제기구들의 CSR에 대한정의	14
<표 2-8> 학자별 CSR의 정의	16
<표 2-9> 대표 사회공헌프로그램 사업추진기간	18
<표 2-10> 봉사활동 촉진제도 도입비율	17
<표 2-11> 2015년 봉사활동 인원 참여비율	17
<표 2-12> 임직원 봉사활동 촉진제도 도입비율 추이	20
<표 2-13> 프로보노 현황	22
<표 2-14> 프로보노들의 참여이유	22
<표 2-15> 아시이나항공 교육기부 활동 연혁	23
<표 2-16> 아시이나항공 교육기부 프로그램 운영현황	24
<표 3-1> 귀무가설과 대립가설	28
<표 3-2> 설문항목 요약	32
<표 4-1> 교육기부 봉사단 성별 기초통계	33
<표 4-2> 교육기부 봉사단 근속기간 기초통계	33
<표 4-3> 교육기부 봉사단 직업별 기초통계	34
<표 4-4> 개인의식 변화 3항목의 신뢰도 분석	35
<표 4-5> 직업과 회사인식 변화 5항목의 신뢰도 분석	36
<표 4-6> 측정항목의 신뢰도 계수	39
<표 4-8> 개인적 변화 타당도 분석	40

<표 4-9> 개인적 변화 프린시플 구성요소 분석	40
<표 4-10> 직업과 회사 인식변화 타당도 분석	41
<표 4-11> 직업과 회사 인식변화 프린시플 구성요소 분석	42
<표 4-12> 개인적 긍정적 변화와 지속의지 기초통계	43
<표 4-13> 개인적 긍정적 변화와 지속의지 모형요약	44
<표 4-14> 개인적 긍정적 변화와 지속의지 분산분석	44
<표 4-15> 개인적 긍정적 변화와 지속의지 계수	44
<표 4-16> 직업과 회사 인식변화와 지속의지 기초통계	45
<표 4-17> 직업과 회사 인식변화와 지속의지 모형요약	46
<표 4-18> 직업과 회사 인식변화와 지속의지 분산분석	46
<표 4-19> 직업과 회사 인식변화와 지속의지 계수	46



그림 목 차

[그림 2-1] Carroll의 사회적책임 피라미드	13
[그림 3-1] 연구모형	27
[그림 4-1] 개인적 변화 스크리 도표	41
[그림 4-2] 직업과 회사의 인식변화 스크리 도표	43



I. 서 론

1.1 연구의 목적

2016년 자유학기제 전면도입 및 진로교육법 시행으로 인해 청소년 진로교육에 대한 관심과 올바른 교육과정이 필요해졌다. 사회적으로 준비가 되어있지 않은 상황에서 진로교육에 대한 급격한 수요증가는 무분별한 사교육 시장을 양성 하였으며, 청소년들에게 직업에 대해 소개해주기에 부적합한 직업강사들이 난립하는 등 다양한 부작용을 초래하고 있다.

2010년부터 교육부(당시 교육과학기술부) 주도로 국내 기업에 교육기부가 기업의 사회공헌활동을 받아져 본격적으로 도입된 이래로 기업의 교육기부에 대한 체계적인 성장지원과 교육기부 우수기업에 대해 체계적 연구가 필요해 졌다. 기업의 사회적 책임 실천의 일환으로 실시되는 기업의 교육기부 활성화는 청소년 진로교육 분야를 바르게 육성할 수 있는 대안 중 하나이다.

이에 임직원 교육기부 봉사단을 운영하고 있는 아시아나항공을 사례를 통해 교육기부 활동이 개인의 인식과 기업과 직업에 대한 인식에 어떠한 영향을 미치는지에 대해 연구하여 본 논문에서는 임직원 참여형 교육기부 활동이 지속가능한 것에 대해 증명 하고자 한다. 또한 기업의 교육기부 활동이 참여임직원에게 어떠한 영향을 미치는지에 대해 알아보고 교육기부를 통해 기업과 사회가 서로 상생할 수 있는 지속가능한 사회공헌활동 모델에 대해 연구한다.

임직원 참여형태의 교육기부 활동은 개인의 재능기부를 통해 실시함으로 대기업 뿐만 아니라 중소기업도 큰 비용 없이 쉽게 참여 할 수 있는 매력적인 사회공헌 활동이다. 기업에서 신규 사회공헌 활동으로서 교육기부 활동에 대해 검토하고 있는 기업에 대해 기업측면의 교육기부활동 영향연구 결과를 제시해줌으로서 기업의 교육기부 확산과 활성화에 대한 체계적 연구활동에 일조함을 목적으로 한다.

1.2 연구의 범위와 방법

본 연구의 목적은 기업의 사회공헌활동으로 실시하고 있는 교육기부활동이 지속 가능성을 가지고 있는지 임직원 참여형 교육기부 프로그램에 참여하고 있는 아시아나항공 임직원을 대상으로 연구하는 것이다.

이를 위해 본 연구는 문헌 고찰 및 선행연구조사 그리고 설문조사를 통한 통계분석 방법을 사용하였다. 또한 설문조사시 아시아나 교육기부 봉사단 운영을 통해 습득한 연구대상에 대한 면담과 관계기관 담당자를 통해 알게 된 사전정보를 최대한 활용하려고 노력하였다.

먼저 문헌고찰 및 선행연구 조사에서는 기업의 CSR활동에 관한 내용과 교육기부 활동에 도입 그리고 기업의 사회공헌활동으로서의 교육기부 참여에 대한 중요성에 대해 알 수 있었다.

두 번째, 문헌고찰 및 선행연구 조사를 바탕으로 실시한 설문조사 결과를 바탕으로 통계적 방법을 사용하여 교육기부 활동이 미치는 영향에 대해서 다각적으로 분석하려 노력하였다.

주제에 대한 연구 범위는 다음과 같다.

첫째, 교육기부는 임직원이 자발적으로 참여하는 청소년대상 진로교육활동으로 제한한다.

둘째, 연구대상은 교육기부에 경험이 있는 아시아나항공 임직원으로 한다.

셋째, 교육기부에 참여하는 임직원에 대해 기업에서 인사고가 및 경제적 이익을 주지 않는 순수봉사활동을 전제로 한다.

넷째, 교육기부 활동은 자신의 휴무일을 활용하는 순수 봉사활동으로 제한한다. 주제에 대한 연구 방법은 아래와 같다.

첫째, 아시아나 교육기부 활동하고 있는 아시아나항공 임직원을 대상으로 한다.

둘째, 설문조사는 인쇄된 설문지를 직접 받는 오프라인 방식과, 인터넷 설문조사 도구를 통한 온라인 방식을 병행하여 실시한다.

셋째, 교육기부 활동을 함께 하면서 면담을 실시한 경험을 통해 연구 기본 방향에 대해 수립한다.

넷째, 기타 교육기부 영향분석에 필요한 추가적인 사항에 대해서는 설문지 및 선행

연구조사를 통해 추가적으로 실시한다.

본 연구에서 아래와 같은 비율로 온라인 및 오프라인 설문방식을 통해 실시되었으며 통계 패키지 프로그램을 통해 분석을 실시하였다.

<표1-1> 설문조사방법

구분	빈도	퍼센트
오프라인	70	65.4
온라인	37	34.6
총계	107	100



II. 이론적 배경

2.1 교육기부의 개념과 유형

서울교육대학원의 장신호 교수는 교육기부의 개념을 “기업·대학·출연(연)·공공기관·개인 등 사회가 보유한 지식과 경험을 포함한 물적·인적자원을 유·초·중등 교육활동에서 직접 활용될 수 있도록 비영리 목적으로 제공하는 것이라 할 수 있다.”(장신호, 2011)로 정의하고 있다. 교육기부는 외국에서 실시되고 있는 아웃리치(Outreach) 프로그램과 유사하다. “아웃리치의 일반적인 의미는 어떤 기관이나 단체가 일반 대중을 대상으로 계몽을 하거나 소외된 계층에게 혜택을 주는 포괄적 범위의 모든 활동을 말한다.”(Driscoll & Lynton, 1999) Outreach의 사전적 의미를 에서 찾아보면 “an organization’s involvement with or influence in the community, especially in the context of religion or social welfare”(Oxford Advanced Learner’s Dictionary)라고 되어있다.

“한편 여기에서 중요한 전제는 공익을 위하여 자신이 가지고 있는 것을 아무런 조건과 대가 없이 나누어주는 행위임을 내포한다.”(Health Canada, 2008)

“교육기부란, 21세기가 요구하는 창의적 미래 인재를 양성하기 위해 기업, 대학, 공공기관, 단체·개인 등 사회가 보유한 인적·물적 자원 및 재능을 유·초·중등 교육 활동에 직접 활용될 수 있도록 비영리로 제공하는 것을 뜻한다.”(한국과학창의재단, 2014) 즉 교육기부는 개인이나 기관이 기존의 물적 지원의 개념에서 확대되어 그들이 가지고 있는 인력과 콘텐츠 기부까지 포함된 교육 관련 기부활동을 의미하고 있다.

지식과 정보의 급증으로 인해 이론보다는 실제로 체험하는 현장학습의 중요성이 증대되었다. 또한 다양한 사회의 자원을 교육에 활용하여 공교육의 역량을 강화하려는 움직임이 일어나며 교육기부의 중요성이 커지고 있다.

하지만 교육기부의 정의에서와 같이 지원대상이 유·초·중등까지만 있고 대학생이 포함되지 않아 일반적으로 생각하는 교육에 대해 고등학생까지만이라는 지원대상에 대한 한계를 가지고 있다.

<표2-1> 교육기부의 유형(한국과학창의재단)

구분	내용
프로그램운영	기업·대학·공공기관 등의 전문·관심 분야에 대한 강의·실습·체험
시설·기자재 기부	악기 실험기자재, 체육기구, 미술작품 등을 임대, 무상제공
활동지원	체험프로그램, 동아리활동 등 필요한 차량, 보험, 시설, 멘토링, 인력제공
콘텐츠제공	영화, 뮤지컬, 음악, 미술작품, 기관보유 정보등을 전체 또는 클립형태로 제공
개인재능	문·예·체·교육·진로 등 멘토링, 강연, 자원봉사

*출처: 한국과학창의재단, 교육기부 포털(teacheforkorea.go.rk)

교육기부의 유형은 다양한 방식으로 구분되어 질 수 있으며 위 <표2-1>과 같이 활동의 특징으로 구분하기도 한다. 그리고 많이 알려져 있는 기업의 교육쪽 지원인 학교건립 및 운영, 장학금지원 등 은 시설·기자재 기부에 속하며, 본 논문에서 다루는 교육기부활동은 개인재능에 속한다.

2.2 교육기부 현황

교육기부란 갖고 있는 재능을 활용해 교육이라는 형태로 특정 그룹 또는 일반 대중에게 지식이나 정보, 또는 그와 비슷하게 전달될 수 있는 무형의 가치를 전달하는 일체의 과정을 일컫는다고 정의할 수 있다.

2011년 교육부에서 교육기부에대한 개념 정의와 한국과학창의재단으로 교육기부센터 지정 이래 다양한 사회구성원의 참여가 지속적으로 이어져 왔다. 한국과학창의재단의 교육기부센터에서는 민간기업, 공공기관, 출연연구소, 비영리단체협회, 대학과 교육기부 활성화를 위한 상호협력 MOU를 체결하고 수혜기관에서 보유한 시설과 인력 그리고 콘텐츠 등을 활용하여 교육기부 프로그램을 개발하여 운영할 수 있도록 지원하고 있다.

교육기부 활동은 기업부문에서 대기업을 중심으로 기업의 사회적 책임(CSR)실천의 일환으로 활발히 활동중이다. 또한, 기존 기업들이 지원하던 학교설립, 장학금

지원의 교육지원 방식에서 나아가며 기업이 가진 인프라와 임직원들을 활용한 교육기부 방식이 각광을 받으면서 교육기부 프로그램의 전문화 및 활동량이 매년 증가하고 있다.

교육기부가 활성화되기 위해서는 기업·기관 및 대학이 사회공헌 차원에서 자발적으로 제공하는 프로그램과 콘텐츠가 많아져야 한다. 그러나 각 학교단위로 이루어지는 개인차원의 재능기부와 자원봉사도 교육기부의 중요한 하나의 축으로서 사회적인 관심과 지원이 반드시 필요한 분야이다. 교육기부의 연혁은 아래와 <표 2-2>와 같이 2010년 창안 되었으며 현재는 교육기부센터로 지정된 한국과학창의재단에서 담당 하고 있다.

<표2-2> 교육기부 연혁(한국과학창의재단, 2014)

년도	내용
2010.05	교육기부 개념 창안 - 「창의성과 인성함양을 위한 교육혁신 방향」 수립 - 교육기부 참여기관 지속 발굴 및 협력관계 구축
2011.06	교육기부 활성화 기본방안 수립 - 「교육기부 활성화 계획」 수립 (‘11.6 총리주재 제4차 교육개혁협의회) - 정부(관계부처), 지역단위(교육청 및 교육지원청), 민간협력 추진단 등 체계화
2011.08	대기업 등 기업의 교육기부 활성화 추진 - 현대자동차, 삼성엔지니어링, SKT 등 16개 기업과 MOU 체결 및 확대 교육기부 기반 구축 - 「교육기부 인증제」 운영 및 교육기부 포털(teachforkorea.go.kr) 구축
2011.12	한국과학창의재단을 교육기부센터로 지정

한국과학창의재단 교육기부센터에서는 2014년 말 현재 전국적으로 2천여개의 프로그램을 지원받아 운영하고 있으며 2016년까지 추정 수혜자가 현재 8백4십만명에 이를 것으로 추정(한국과학창의재단,2016)될 정도로 가파르게 성장하고 있다.

<표 2-3> 참여 주체별/지역별 현황(한국과학창의재단, 2014년)

권역	지역	교육기부 프로그램 수				합계
		기업	공공기관	대학·단체	대학생	
수도권	서울	80개 (53,098명)	104개 (33,493명)	53개 (42,193명)	123개 (1,144명)	770개 (228,390명)
	인천	— —	56개 (7,783명)	21개 (2,922명)	22개 (211명)	
	경기	22개 (4,291명)	78개 (69,591명)	125개 (12,743명)	86개 (921명)	
충청권	대전	1개 (50명)	115개 (96,657명)	15개 (4,153명)	16개 (153명)	426개 (118,140명)
	충북	3개 (278명)	17개 (709명)	28개 (1,981명)	46개 (459명)	
	충남	8개 (2,515명)	29개 (1,515명)	92개 (8,977명)	36개 (359명)	
	세종	10개 (203명)	— —	3개 (63명)	7개 (68명)	
호남권	광주	4개 (4,094명)	24개 (6,657명)	9개 (1,265명)	35개 (323명)	267개 (27,981명)
	전남	3개 (178명)	8개 (705명)	34개 (3,000명)	33개 (318명)	
	전북	5개 (1,250명)	34개 (6,852명)	35개 (2,935명)	43개 (404명)	
경상권	부산	16개 (43,423명)	33개 (7,818명)	22개 (2,174명)	33개 (297명)	579개 (238,947명)
	울산	2개 (640명)	19개 (3,147명)	17개 (1,168명)	12개 (129명)	
	경북	4개 (2,006명)	35개 (4,585명)	77개 (24,594명)	30개 (305명)	
	대구	5개 (770명)	26개 (61,844명)	64개 (13,457명)	21개 (184명)	
	경남	14개 (33,152명)	46개 (11,656명)	74개 (27,302명)	29개 (296명)	
강원·제주	강원	3개 (161명)	36개 (2,872명)	55개 (3,505명)	37개 (392명)	171개 (9,880명)
	제주	2개 (90명)	12개 (638명)	16개 (2,139명)	10개 (83명)	
전국		36개 (171,757명)	26개 (151,985명)	8개 (310,938명)	— —	70개 (634,680명)
계		218개 (317,956명)	698개 (468,507명)	748개 (465,509명)	619개 (6,046명)	2,283개 (1,258,018명)

2.3 교육기부 지원제도

교육기부에 대한 지원은 교육부에서 지정한 교육기부센터 한국과학창의재단이 주도적인 지원을 하고 있다. 한국과학창의재단에서 교육기부 활성화를 위해 지원하는 사업은 <표 2.4>와 같다.

<표2.4> 교육기부센터 교육기부 활성화 지원 사업(한국과학창의재단,2014)

구분	내용
교육기부포털사이트 운영	온라인 홈페이지를 통한 교육기부 수혜자와 제공자간의 상시 검색·매칭·인증이 가능한 교육기부 매칭시스템 운영
대한민국 교육기부 박람회 개최	제1회(2012년) : 총 131개 기관·단체 참여, 약 8만여 명 관람 제2회(2013년) : 총 190개 기관·단체 참여, 약10만 5천명 관람 제3회(2014년) : 총 252개 기관·단체 참여, 약12만 명 관람
대한민국 교육기부대상(교육부장관상)시상	교육기부 활성화에 기여한 우수 기관·단체·개인 등을 발굴, 포상하여 사기 북돋아주고, 교육기부 수기 사례 및 UCC 공모를 통해 교육기부에 대한 대국민 관심제고 및 수상작품 홍보자료 활용
교육기부 컨설팅단 운영	질 높은 교육기부 프로그램을 위한 교육기부 참여(예정) 기관의 교육기부 프로그램 개발 및 현장적용, 교육기부 자문 협력 및 상시적 컨설팅 지원을 통한 지속 가능한 교육기부 체계 구축을 위한 지원사업
대한민국 대학생 교육기부단-학기 중/방학 중 교육기부 프로그램 운영	전국 대학생 동아리들로 조직된 ‘대한민국 대학생 교육기부단’의 소외지역 초·중등학생 대상 토요프로그램, 창의적 체험활동 캠프, 방과후 진로체험, 문화예술체육, 교과연계 등의 다양한 교육기부 활동 전개 * 학기 중 토요 프로그램 ‘함성소리 찾아가는 창의적 체험활동 캠프 ‘쑥쑥캠프(Story of Camp, Story of Creativity)’, 방과후학교 시범운영 프로그램 ‘알락달

	락 행복한 학교(알아가는 즐거움[락 樂], 달성하는 즐거움[락 樂])’
교육기부 우수 기관(동아리) 인증제 실시	정부가 기업 공공연구기관, 대학 등이 보유한 우수한 지적 재산을 교육에 활용하기 위하여 인증기준을 설정하고 심사를 통하여 이를 달성한 기관을 교육기부 우수기관으로 인증하여 인증마크를 부여하고 이를 공개하는 것 ※ 법적근거 : 교육기부우수기관 인증제 운영규정(교육부 고시 제 2014-38호, 4월30일 가종-4월30일 시행)
교육기부 지역 센터 지원	수도권 외 교육기부 활성화를 위해 지역의 특색있는 자원 발굴 및 교육기반을 마련하는 센터로서 지역별 교육기부 활성화 방안 기획, 지역내 특색있는 교육기부 자원 발굴 및 컨설팅 지원을 통한 프로그램 개발, 지역단위 개인교육기부 네트워크 구축 및 개인교육기부단 운영 등 지역을 중심으로 한 교육기부 활동 지원이 목적임
개인교육기부	특정분야에 전문지식을 보유하거나 직종에 종사하는 개인이 초·중·고학생을 대상으로 진로직업에 대한 강연 및 멘토링 프로그램을 제공하는 것.
교육기부 주간	매월 테마를 설정하여 관련 교육기부 프로그램을 운영하는 기업·기관·개인 등의 참여를 유인하여 학생들의 관심과 참여 제고. 테마에 따른 다양한 체험·경험이 가능한 교육기부 주간 기획운영, 어린이-청소년 기자단을 활용하여 명사 인터뷰 진행 및 운영 프로그램에 대한 적극적인 모니터링 수혜자 의견 수렴 등

2.4 자유학기제

자유학기제는 2016년부터 전면 시행되었으며 중학교 과정 중 한 학기 동안 학생이 시험을 치지 않고 그들의 꿈과 끼를 찾을 수 있도록 학생 참여형으로 수업을 개선하고, 진로교육 및 진로탐색 활동 등 다양한 활동이 가능하도록

운영하는 제도이다.(자유학제 소개 페이지, www.ggoomggi.go.kr) 자유학기제 기간 동안 이루어지는 학교생활은 크게 교과 수업과 자유학기제 활동을 나눌 수 있는데 오전에는 주로 국어, 영어, 사회, 과학, 기술가정, 체육, 도덕 등 교과수업이 이루어지고 오후에는 주로 진로탐색 활동, 주제선택 활동, 예술 체육활동, 동아리 활동 등 자유학기 활동이 이루어진다.

자유학기제의 긍정적인 측면은 아래의 5가지로 생각할 수 있다.

- 1) 학력과 진학 중심에서 인성과 진학 중심으로 패러다임 전환
- 2) 기존의 수업과는 다른 새로운 수업방식으로 학생들 사고 확장
- 3) 직업체험을 통해 다양한 직업세계를 탐색 가능
- 4) 학생들이 학교를 벗어나 함께 토론하고 교류함으로써 함께 작업하는 능력 및 소통하는 방법 발달
- 5) 교사와 체험 활동을 함께 하면서 학생-교사 간의 관계 개선 및 부모와의 대화를 통해 부모-자녀 관계 증진에 도움

<표2-5> 자유학기제 활동의 종류와 내용

구분	내용
진로탐색 활동	진로탐색 활동은 진로검사, 초청강연, 직업탐방, 일터체험 등 적성과 소질을 탐색하여 스스로 미래를 설계할 수 있도록 체계적으로 운영된다.
예술·체육 활동	예술·체육 활동은 연극, 뮤지컬, 오케스트라, 디자인, 축구 등 다양하고 내실 있는 예술·체육 교육으로 학생의 소질과 잠재력을 찾아준다.
주제선택 활동	주제선택 활동은 헌법, 경제·금융, 고전 토론, 체험 수학, STEAM 과학 등 학생의 흥미, 관심사에 맞는 체계적이고 심층적인 프로그램 운영으로 학습동기를 유발하고 깊이 있는 학습 기회를 제공한다.
동아리 활동	동아리 활동은 문예토론, 과학실험, 천체 관측 등 학생들의 공통된 관심사를 기반으로 운영되며, 이를 통해 학생의 특기와 적성은 물론 자율적 문제해결력을 키워 준다.

출처 : 자유학제 소개 페이지, www.ggoomggi.go.kr

자유학기제는 2013년 42개 연구학교를 시작으로 2016년 전국으로 전면시행되었다. <표 2-5>에서 언급된 자유학기제의 주요 활동 중 하나인 진로탐색 활동은 중학교에서 외부직업인 초청하여 진로교육을 실시하는 기업의 임직원 참여를 통한 교육기부 활동에 대한 수요의 급증을 불러왔다.

2.5 진로교육법

진로교육법은 2013년 김세연 국회의원 대표 발의로 다음과 같이 세 가지 필요성에 의해 발의 되었다.

첫 번째 ‘진로와 직업’ 교과신설과 진로진학상담교사제가 실시됨에도 불구하고 진로체험을 지원할 법적 토대 미흡

두 번째 ‘교육기본법’에 진로교육에 대한 언급이 없음

세 번째 중복 정책을 피하고 국민적 관심 제고와 진로교육이 통일성과 체계성을 갖출 필요가 있음.

2016년 시행된 진로교육법에 담긴 주요내용은 다음과 같다.

- 1) 자유학기제 시행의 법적 근거를 담고 있다.(제13조 집중학년·학기제).
- 2) 초등교육과 중등교육에 진로교육을 실시하는 의무규정을 담고 있다.
- 3) 청소년 진로교육의 일환인 직업체험을 강화했으며, 공공기관이 청소년 직업체험에 협조해야하는 의무규정을 담고 있다(제5조 3항).
- 4) 진로교육센터(제15, 16조) 운영에 대한 내용을 담고 있다.
- 5) 지역 진로교육협의회를 발족할 수 있게 되었다.(제17조)
- 6) 다양한 진로교육 콘텐츠 개발에 대한 내용을 담고 있다.
- 7) 진로상담을 비롯한 진로교육을 수업으로 인정하는 법적근거를 담고있다.(제9조 3항, 제12조2항)

진로교육법시행은 성적지상주의와 한 줄 세우기식 입시과열경쟁을 탈피해야한다는 시대적 염원을 반영했다는 측면에서 특별히 의미가 크다. 또한 학생들의 소질과 적성을 살려주고, 청소년기에 올바른 직업의식을 가르쳐 주면 우리 사회 전반에 걸쳐 많은 새로운 변화를 가져올 것으로 예상된다.

2016년 진로교육법시행은 진로교육에 대한 내용을 바탕으로 교육기부의 필요에

대한 법적 근거를 마련하였으며 기업이 공교육에 합법적으로 참여할 수 있게 하는 법적 근거가 되었다.

2.6 기업의 사회적책임(CSR)

CSR활동은 기업이 자발적으로 이해관계자들의 사회적 환경적 등 요구와 관심사들을 적극적으로 분석 및 수용하여 기업의 경영 활동에 적용하는 과정을 통해 이해 당사자들과 기업의 지속가능한 관계를 구축하는 활동이라 할 수 있다. Carroll(1991)은 “기업의 사회적 책임을 사회에서 기업이 장기간 동안 최소의 피해와 최대의 이익을 얻을 수 있는 의도적인 책무라고 주장하였다.”(Carroll, 1991) “Bowen(1953)이 CSR을 언급한 이후, 시대의 변화 흐름에 따라 CSR에 대한 연구는 1980년대에는 기업의 사회적 책임의 지수화 및 실증연구가 본격화되었고, 1990년대에는 이해관계자이론, 기업윤리이론, 기업시민, 지속가능경영을 위한 주제로 확대되었다.”(배현미, 2008)

기업의 입장에서 기업의 사회적책임 실천의 방안인 사회공헌활동은 외부로 가장 잘 알려진 대표적인 CSR활동이다. 기업의 사회공헌활동은 기업의 이해 관계자들이 기업에 기대하고 요구한 내용을 충족하며, 기업 스스로가 비영리 목적을 표방한 사회공헌 목적의 활동을 의미한다. 현대 기업의 사회공헌활동의 특성을 그 목적과 내용면에서 분석해보면 크게 4가지 항목으로 분류할 수 있다. 첫 번째가 소외계층 및 어려운 이웃(국내·해외)에 대한 나눔활동이다. 이는 가장 전통적이고 대표적인 기업의 사회공헌활동이다. 두 번째가 환경보호이다. 소외계층에 대한 복지가 잘되어 있는 선진국일수록 기업의 사회공헌활동 중 환경에 대한 중요성이 커지는 경향이 보인다. 우리나라도 시민들이 환경에 대한 관심이 높아져 환경보호에 대한 중요성이 대두되고 있으며 해외에서도 EU(European Union)에서 실시하고 있는 탄소배출권 거래와 같이 환경 보호에 대한 책임에 대한 부담도 가중되고 있는 실정이다. 세 번째가 문화예술에 대한 지원이다. 국내 주요 대기업은 문화재단을 설립하여 운영하고 있으며, 문화예술에 대한 후원을 아끼지 않고 있다. 문화예술지원을 통해 기업의 가치지향적인 이미지를 구축할 수 있다. 마지막으로 교육에 대한 지원이다. 전통적으로 학교를 건립하고 장학금을 주는 활동을 넘어

진로교육이라는 이름으로 공교육 과정에 임직원이 직접 들어가서 그 기업과 직업에 대해 소개해주는 현재까지 기업의 사회공헌활동은 범위가 다양해지고 있으며 시대적 요구를 수용해 오고 있다. 본 논문에서 다루는 교육기부 활동은 사회공헌 활동 중 교육에 속한다. 또한 대기업을 중심으로 기업의 사회공헌활동은 보다 효율적이고 체계적으로 정립되고 있으며 다양한 이해관계자와 협력관계를 구축하면서 발전하고 있다. 아래 [그림 2-1]에서의 Carroll의 사회적책임 피라미드에서 보듯이 우리사회는 윤리적 책임을 넘어 자선적 책임을 적극적으로 요구하는 시기로 넘어가는 과도기로 보인다. 이는 기업이 사회공헌활동에 대해 보다 효율적인 방법을 요구하고 사회의 기대에 부응하는 방안을 모색해야 한다는 것을 의미 한다. 최근들어 시민의식이 성장하고 사회가 고도화 될수록 예전과는 다르게 사회가 기업에게 요구하는 다양한 공익적 성격의 활동들이 많아지고 있으며, 기업은 사회 공헌 활동을 통해 이러한 요구를 수용하고 있다.

[그림 2-1] Carroll의 사회적책임 피라미드(Carroll, 1991)



자료원: Carroll, A.B. (1979), "A three-dimensional conceptual model of corporate performance", Academy of Management Review, Vol. 4 No.4, pp. 497-505

최근 들어 시민의식이 성장하고 사회가 고도화 될수록 예전과는 다르게 사회가

기업에게 요구하는 다양한 공익적 성격의 활동들이 많아지고 있으며, 기업은 사회공헌 활동을 통해 이러한 요구를 수용하고 있다. 윤리적 경영차원을 넘어서 보다 적극적으로 사회에 기여하는 공익적 활동에 대한 요구가 많아지고 있으며, 단순히 어려운 이웃을 위해 기부금을 내는 활동부터 환경보호, 문화예술지원, 그리고 교육기부에 이르기까지 그 개념과 내용은 사회의 필요에 따라 바뀌고 발전해 나가고 있다.

<표2-6>는 2015년을 기준으로 전국경제인 연합회에서 조사한 우리나라 주요 255개 기업을 대상으로 사회공헌 활동별 지출 내용이다. 학교재단을 운영하고 있는 경우가 많기 때문에 교육분야에 대한 지출이 가장 크다.

<표2-6> 2015 분야별 사회공헌 지출비율(전경련, 2016사회공헌활동백서)

취약계층지 원	교육학교학 술	문화예술체 육	해외지원	환경보전	의료보건	기타
33.5%	17.5%	16.4%	3.7%	1.3%	1.6%	26.0%

또한 기업의 CSR에 대한 정의는 국제기구별로 상이하며 각 기관의 요구와 입장을 담아내고 있다. 국제기구에서 CSR에 대한 정의는 <표 2-6>과 같다.

<표2-7> 국제기구들의 CSR에 대한 정의

국제기구	정의
국제표준화기구 (ISO)	“기업의 사회적 책임을 기업이 경제·사회·환경문제 등에 대한 기여를 통해 사람·사회 전체에 혜택을 가져오는 것”(ISO)
세계은행 (World Bank)	“선량한 경영개발을 통한 지속가능한 경제적 발전과 직원 및 그들의 부양가족, 지역사회 등 사회가치 증진에 기여하는 일련의 기업활동”(세계은행)
유럽연합 (EU)	“자발적인 사회적·환경적 관심 통합과 이해관계자와의 상호작용을 하는 기업의 경영활동”(EU)
경제협력개발기구 (OECD)	“기업이 사회와의 공생관계를 성숙·발전시키기 위하여 취하는 행동”(경제협력개발기구)

국제노동기구 (ILO)	“기업이 법적 의무를 넘어서 자발적으로 이해관계자들에 게 미치는 영향”(국제노동기구)
CSRwire	“고객, 직원, 투자자, 그리고 환경 등 모든 이해관계자의 가치를 고려한 기업의 전사적 노력”(CSRwire)
세계지속가능발전 기 업 협 의 회 (WBCSD)	“환경을 파괴하지 않는 경제적 개발, 직원과 그들의 가족 및 해당 지역사회가 함께 일하며 사회 전체의 삶의질이 개선되는 데 기여하는 기업의 의무”(세계지속가능발전기 업협의회)
사회적 책임을 위 한 경영자협의회 (Business for Social Responsibility)	“사회가 비즈니스를 소유하고 있다는, 윤리적·법적·상업적· 공적인 기대수준을 충족시키는 수준 또는 초과하는 수준 으로 비즈니스를 행하는 것”(사회적 책임을 위한 경영자 협의회)

출처 : “How Corporate Social Responsibility is Defined:an Analysis of 37
Definitions.”(Dahlsrud, 2008)

국제기구가 표<2-7>과 같이 정의하였다면, 학자들은 다음과 같이 CSR을 정의하였다. 환경적 차원, 사회적 차원, 경제적 차원, 이해관계자 차원, 자발적 차원 총 5가지의 차원에서 사회적 책임 즉 CSR활동을 해석하고 있다. Lea(2002)는 “CSR은 법적 의무를 넘어 기업의 환경적·사회적 영향력을 기업 내외적 대상에 대한 관리적 노력이라 할 수 있다. 이것은 환경보호는 물론 근로자, 공급자, 고객, 그리고 지역사회의 유기적 관계 형성 노력을 포함한다.”고 말함으로써 환경적 차원의 기업의 사회적 책임을 정의하였다. Pinnet(2001)은 “기업의 사회적 책임 혹은 기업 시민의식은 기업경영을 통해 발생하는 부정적 영향을 최소화하는 동시에 긍정적인 영향을 최대화할 수 있도록 하는 일련의 경영 실천을 말한다”라며 사회적 차원에서 기업의 사회적 책임을 정의하였다. Hopkins(2003)는 “기업의 사회적 책임은 기업의 이해관계자들에 윤리의식과 책임을 갖는 데 있다”고 정의하고 있다.”라며 경제적 차원의 기업의 사회적 책임을 정의한 바 있다. Khoury et al.(1999)은 “기업의 사회적 책임은 고객, 근로자, 지역사회, 소유자/투자자, 정부, 공급자와 경쟁자를 포함한 이해관계자들과 기업의 총체적 관계라고 할 수 있다.” 라며

이해관계자 차원에서 기업의 사회적 책임을 정의하였다. Marrewijk(2003)은“지속 가능경영과 기업의 사회적 책임은 경영활동과 이해관계자와의 상호작용 안에서 사회와 환경에 대한 자발적인 관심적 행동을 말한다.” 라며 자발적 차원의 기업의 사회적 책임을 정의하였다.

<표 2-8> 학자별 CSR(Corporate Social Responsibility)의 정의

연구자 (년도)	정의
Khoury et al. (1999)	“기업의 사회적 책임은 고객, 근로자, 지역사회, 소유자/투자자, 정부, 공급자와 경쟁자를 포함한 이해관계자들과 기업의 총체적 관계라고 할 수 있다. 사회책임 요소로는 지역사회의 복지 투자, 근로자 및 고용환경 개선을 위한 투자, 그리고 환경적 책무와 재무적 성과를 포함한다.”(khoury et al, 1999)
Jones (1980)	“CSR은 단순히 기업을 소유물로써 이해관계 대상으로 보는 것을 초월하여, 이해관계자에 대한 사회적 의무는 물론 법률적 혹은 기업의 계약 준수 차원을 넘어서는 것을 의미한다.”(jones, 1980)
Hopkins (2003)	“CSR은 기업의 이해관계자들이 윤리적 혹은 책임을 갖는 데 있다. 윤리적 혹은 책임이란 문명사회에서 받아들여질 수 있는 수단으로 이해관계자에게 대하는 것을 말한다.” “경제적 책임을 수반하며 이해관계자들은회사 내외에 존재한다.” “ 사회적 책임의 광의적 목적은기업의 이익을 함께하면서도 기업과 내외적 사람들의삶의 질을 더 높게 향상시키는 데 있다.”(Hopkins, 2003)
McWillia ms and Siegel (2001)	“법률적으로 요구된 행위와 기업의 이익 관점을 넘어,사회적 선을 드러내는 행동이다.”(McWilliams and Siegel, 2001)
Pinnet (2001)	“기업의 사회적 책임 혹은 기업 시민의식은 기업경영을통해 발생하는 부정적 영향을 최소화하는 동시에 긍정적인 영향을 준다”(Pinnet, 2001)
Lea	“CSR은 법적 의무를 넘어 기업의 환경적·사회적 영향력을 기업

(2002)	내외적 대상에 대한 관리적 노력이라 할 수있다. 이는 환경보호를 위한 노력은 물론 그들의 근로자, 공급자, 고객, 그리고 지역사회를 유기적 관계로 형성하려는 노력을 포함한다.”(Lea, 2002)
Foran (2001)	“CSR은 기업운영 과정 속에서 친환경적·친노동환경적을 위한 일련의 노력들을 의미한다.”(Foran, 2001)
Andersen (2003)	“기업의 사회적 책임은 사회의 한 구성원으로서, 시민의식을 갖고 즉각적인 이익을 넘어서 미래세대와 자연을 존중하는 행동들을 말한다.”(Andersen, 2003)
Marrewijk (2003)	“지속가능경영과 기업의 사회적 책임은 경영활동과 이해관계자와의 상호작용 안에서 사회와 환경에 대한 자발적인 관심 행동을 말한다.”(Marrewijk, 2003)

출처 : Dahlsrud(2008), How Corporate Social Responsibility is Defined:an Analysis of 37 Definitions.

2.7 지속가능한 기업의 사회공헌 프로그램

기업이 사회공헌 프로그램을 개발할 때 고려하는 주요 요인 중의 하나는 ‘개발하는 사회공헌활동이 지속가능한 프로그램이 될 수 있는가’이다. 지속가능한 사회공헌 프로그램은 그 기업을 대표하는 사회공헌활동으로 성장할 수 있으며 이러한 지속가능한 프로그램은 사회공헌 우수기업으로서의 인지도 확보와 사회공헌활동 진정성 강화 그리고 사회공헌프로그램 개발에 드는 초기투자비와 사회공헌 프로그램이 없어질 때 발생하는 철수비에 대한 부담을 감소시킨다.

지속가능한 사회공헌 프로그램의 특징은 아래와 같이 3가지로 나타난다.

첫 번째, 해당기업의 특성이 반영되어 있어야 한다. 기업이 사회공헌활동을 할 때 그 기업이 가장 잘 할 수 있는 것을 할 때 사회공헌 활동시 기업의 색깔이 드러나며 사회적으로 인정받기 쉬워진다. 또한 사회공헌활동의 효율성도 높일 수 있다. 예를 들면 건설사가 보육원에 놀이터를 지어주는 것과 은행이 보육원에 놀이

터를 지어주는 것을 가정하여 비교해보면 쉽게 이해할 수 있다. 건설사가 놀이터를 지어주는 것이 은행이 지어주는 것보다 기업의 이미지와 매칭이 되며, 건설회사의 노하우를 바탕으로 가장 효율적인 방법으로 놀이터를 지어줄 수 있을 것이다.

두 번째, 기업의 이익과 사회의 이익이 상생해야 한다. 기업의 사회공헌활동은 개인의 희생정신이나 익명기부를 미덕으로 생각하는 개인기부와는 차이가 있다. 사회공헌을 통해 사회가 성숙하려면 소비자가 제품을 선택할시 사회공헌활동을 잘하는 착한 기업의 제품을 더 선호해야 착한 기업 이윤이 늘어나고 그 이윤이 다시 사회에 환원되는 구조가 될 수 있다. 그래서 기업의 사회공헌 프로그램에는 회사의 사회공헌활동이 홍보활동과 병행되어야 한다. 즉 사회로부터 착한 기업으로 인정받을 수 있는 내용이 포함되어 있어야 한다.

세 번째, 임직원들의 자발적 참여가 있어야 한다. 지속가능한 사회공헌 프로그램은 사내에서도 인정받아야 한다. 기업은 사회공헌활동을 통해 대외적으로 착한 기업이라는 이미지를 심어줄 수 있으며, 임직원 참여 사회공헌활동을 통해 배려하고 소통하는 좋은 기업문화를 만들 수 있다. 또한 임직원의 자발적 참여는 인건비 측면에서 사회공헌활동의 비용대비 효율적이다.

전국경제인 연합회에서 발행한 2016년 주요 기업·기업재단 사회공헌활동백서를 보면 우리나라 주요기업 255개사를 대상으로 조사한 기업의 대표 사회공헌 프로그램의 평균 나이는 8.1세로 조사되었다. 사업의 추진기간은 ‘4~6년’이 36.2%로 가장 많았으며, 10년이상 프로그램도 29.7%로 조사되는 등 기업 사회공헌 활동이 성숙단계로 발전하고 있음을 알 수 있다.

<표2-9> 대표 사회공헌프로그램 사업 추진기간(전경련, 2016사회공헌활동백서)

구분	1~3년	4~6년	7~9년	10년이상
비율	13.7%	36.2%	20.4%	29.7%

아시아나항공의 임직원 참여형 교육기부프로그램인 색동나래교실을 보면 해가 갈수록 그 횟수와 수혜인원이 많아지고 있는 경향을 보이고 있다. 아시아나항공 색동나래교실은 교육이라는 특성상 인건비를 제외한 비용이 크게 들지 않으며, 항

공직업에 대해 청소년에게 가르쳐준다는 점에서 항공사라는 기업의 특성을 가장 잘 반영하고 있다. 또한 교육기부 봉사단 조직을 통해 임직원 참여가 바탕이 되며, 홍보는 물론 미래의 항공인재를 키워낸다는 점에서 사회공헌활동 프로그램으로서 지속가능한 요인을 모두 포함하고 있다.

2.8 임직원 사회공헌활동 참여

기업은 CSR활동을 통해 사회에 대한 공익적인 가치를 창출함과 동시에 이를 활용하여 기업문화를 보다 좋게 하는 것에 관심을 가지게 되고 이러한 노력중의 하나가 임직원의 사회공헌활동 참여를 독려하는 일이다.

전국경제인 연합회에서 주요기업 2,550개 기업을 대상으로 조사한 2016년 주요 기업·기업재단사회공헌활동 백서를 보면 임직원 1인당 연간 봉사활동 시간은 18.6시간, 응답기업의 10곳 중 6곳(57.2%)은 임직원 평균 50% 이상이 봉사활동에 참여한 것으로 조사되었으며, 전사 차원의 봉사조직, 임직원 외 봉사활동 지원, 봉사활동 휴가제도, 표창제도 등의 항목에서 평균 70% 이상 도입 중인 것으로 나타났다.

<표2-10> 봉사활동 촉진제도 도입비율(전경련, 2016 사회공헌활동백서)

항목	도입	비도입
전사 차원의 봉사조직	88.7%	11.3%
임직원 외 봉사활동 지원	70.0%	30.0%
우수 봉사자 표창제도	70.4%	29.6%
봉사활동 교육프로그램	63.4%	36.6%
봉사활동 휴가제도	65.9%	34.1%
봉사활동자 등록제도	63.8%	36.2%

또한 전경련 사회공헌활동 백서에 나와 있는 신규 사회공헌 프로젝트 현황 및 특징에서 [미래세대 꿈을 키우다] 신규 사회공헌 프로그램 사업 대상의 40.4%가

아동·청소년으로 나타났으며, 기업이 보유한 전문인력, 기술, 자산 등을 활용한 진로탐색 지원 및 체험형 교육이 주를 이룬다고 나와 있다.(전경련 사회공헌활동백서, 2016)

<표2-11> 2015년 봉사활동인원 참여 비율(전경련, 2016 사회공헌활동백서)

구분	1~25%	26~50%	51~75%	76~100%
비율	21.8%	21.0%	24.3%	32.9%

기업은 다양한 임직원 봉사활동 촉진제도가 있는데 주로 전사 차원의 봉사조직을 운영하고, 봉사활동에 대한 인사고과 가점을 주거나 봉사활동시간을 근무시간으로 인정하고 봉사활동 우수자에게는 포상을 하는 다양한 제도를 운영하고 있다. 기업문화에 대한 긍정적인 역할과 내부자원활용을 통한 사회공헌 효과 극대화를 위하여 임직원 봉사활동 참여에 대해 적극 장려하고 있으며 <표2-8>에서와 같이 봉사활동 촉진제도의 도입은 갈수록 증가하고 있다.

<표2-12> 임직원 봉사활동 촉진제도 도입비율 추이(전경련, 2016사회공헌활동백서)

구분	2002	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
전사차원의 봉사조직	-	51.0	69.7	71.2	77.7	81.9	86.3	86.5	85.9	88.7	85.7	88.7
봉사활동자표 창제도	27.4	27.4	48.7	52.9	58.5	68.1	66.5	69.3	69.6	70.4	64.0	70.4
봉사활동자 등록제도	29.8	29.8	44.6	45.7	49.7	51.4	65.0	68.2	67.0	62.9	54.3	63.8

임직원 외 봉사프 로그램 봉사활 동 교육프 로그램 봉사활 동휴가 제도	-	-	-	-	-	-	-	56. 8	64. 9	71. 0	-	70. 0
	-	31. 3	39. 5	47. 1	48. 7	59. 0	58. 4	63. 5	61. 3	60. 2	53. 1	63. 4
	9.4	25. 5	40. 5	43. 8	51. 3	58. 6	60. 9	63. 5	60. 7	62. 4	60. 0	65. 9

※단위%

2.9 프로보노(Pro Bono) 활동

기업의 사회공헌 활동중 본 논문에서 다루는 임직원 참여형 교육기부는 개인의 전문적인 재능활용하여 나눔을 베푸는 프로보노 활동으로 볼 수 있다.

“프로보노(Pro Bono)는 라틴어 ‘프로보노 퍼블리코(Pro Bono Publico) : for the public good ‘공익을 위하여’의 약어로서 주로 전문가가 자신의 전문성을 자발적이고 대가 없이 공공(사회)을 위해 봉사(Public Service)하는 일을 표현하는 말이다.” 처음에는 미국 변호사들이 사회적 약자를 위해 제공하는 법률서비스를 뜻하는 말이었으나, 점차 법률 뿐 아니라 의료, 교육, 경영, 전문기술, 예술 등 넓은 의미로 확장되어 근래에는 개인이나 기업이 가지고 있는 전문적인 기술을 비영리기관 또는 사회적기업의 조직이나 업무개선을 위해 제공하는 것으로 받아들여지고 있다. “최근에는 사회적 가치와 경제적 가치를 동시에 추구하거나 사회적 목적 실현을 위해 비즈니스 모델을 결합하는 사례들이 늘어남에 따라 프로보노에 대한 관심과 참여가 늘어나고 있으며, 프로보노 서비스의 수요와 공급을 매칭하는 전문기관의 활동도 활발해지고 있다.”(SSENET, 한국사회적기업진흥원, 2015 한국사회적기업진흥원 사회적기업 프로보노 활동 사례집)

국내에서는 bbb Korea의 외국인을 대상으로 전화 통역을 지원해주는 봉사 활동과 (사)사회적기업지원네트워크의 사회적 기업에 자신의 전문성을 활용하여 사회적기업을 대상으로 교육 및 컨설팅을 지원해주는 활동이 많으며 사회적기업 프로보노 사례집에 따르면 <표2-10>에서 보는 바와 같이 다수의 기업의 임직원이 이 활동에 참여 하고 있다.

<표2-13>프로보노 현황(사회적기업 프로보노 사례집, 2015)

구분	내용	비고
프로보노지원자	435명	SK, LG디스플레이 등
자문신청기업	344개	국내 사회적기업 등
프로보노 자문건수	577건	2014년 : 502건, 2013년 : 318건

프로보노는 기존의 물질적인 기부가 아닌 자신만이 가진 특별한 무형적인 재능을 수혜자와 교감하면서 나눌 수 있다는 점이 본 연구의 대상인 임직원 참여형 교육기부활동과 유사하다고 볼 수 있다. 아래 <표2-14>의 프로보노들의 참여이유를 분석하여 보면 다른 봉사활동보다 의미있다고 생각하는 비율이 34%로 자원봉사활동시 의미에 대해 중요시 한다는 것을 볼 수 있다.

<표2-14> 프로보노들의 참여이유(2015사회적기업 프로보노 사례집,2015)

구분	값
소속 기업사회공헌 프로그램 참여	42%
다른 봉사활동보다 의미있다 생각되어	34%
도덕적, 사회적의무와 책임	19%
경력관리	5%

※상위4개 항목, 중복된 응답포함

또한 <표2-4>에서 와 같이 프로보노들의 참여이유를 보면 참여에 가장 값이 높았던 ‘소속 기업사회공헌 프로그램 참여’로 본사차원의 재능나눔 프로그램을 조직하여 운영하는 것이 중요한 것임을 나타내고 있다.

기업 임직원의 프로보노 활동 참여가 자신의 전문적인 지식을 활용하여 남을 돕는 활동이라면 교육기부활동은 전문성 보다 자신의 근무경력과 직업에 대한 이해를 바탕으로 하여 직업이 있는 누구나 쉽게 참여할 수 있다는데 그 차이점이 있다. 또한 교육기부 활동은 청소년을 대상으로 교육을 시키는 만큼 청소년에 대한 이해와 교수법 교육이 필요함을 알 수 있다.

2.10 아시아나항공의 교육기부

아시아나항공은 더불어 모두가 함께 잘 사는 아름다운 세상을 만들기 위하여 국내 및 해외에서 나눔, 교실, 환경, 문화 4가지 분야로 구분하여 다양한 사회공헌 활동을 전개해 나가고 있다. 2011년 12월 교육부와 금호아시아나그룹이 ‘교육기부 활성화’를 위한 MOU’를 체결한 이후 아시아나항공은 ‘아름다운 교실’을 교육기부 브랜드로 정하고 중점 사회공헌활동으로 육성하고 있다.

<표2-15> 아시아나항공 교육기부 활동 연혁

구 분	내 용
2012년	제 1회 교육기부 박람회 참여 교육기부 인증기관 선정 교육기부 통합브랜드 ‘아름다운 교실’개발
2013년	교육기부 봉사단 발족 학교를 찾아가는 색동나래교실 시행 제 2회 교육기부 박람회 참여 STEAM교육 전용교실 구비(KOFAC 협력사업) 교육기부 수혜학생 1만명 돌파
2014년	대한민국상생경영대상 최우수 프로그램선정 원격화상 시스템 색동나래교실 시행(직능원 협력사업) 기초자치단체와 함께하는 색동나래교실 시행 제 3회 교육기부 박람회 참여 교육기부 수혜학생 5만명 돌파
2015년	색동나래교실+찾아가는금호아트홀 협업 시행 제 4회 교육기부 박람회 참여

	색동나래교실 누적실적 1,000회 실시, 수혜학생 100,000명 달성(2013년 7월 ~ 2015년 12월) 아시아나항공 김수천 사장 드림페스티벌에서 직업특강
2016년	가수 싸이(PSY)와 협동 색동나래교실 실시 교육부 장관과 자유학기제 지원 MOU 체결 아름다운 승무원 멘토교실 신설 운항시뮬레이터 체험교실 신설 2016 교육기부 대상 수상(2014년부터 3년 연속)

아시아나항공은 기업의 인프라와 임직원을 활용한 교육기부 프로그램을 개발하여 다양한 교육기부 프로그램을 <표2-16>과 같이 운영하고 있다.

<표2-16> 아시아나항공 교육기부 프로그램 운영 현황

구 분	대 상	내 용
색동나래교실	중·고	아시아나 교육기부 봉사단이 학생들이 있는 교육현장을 직접 찾아가서 하는 항공사 직업강연
드림페스티벌	중고	문화공연과 항공사 직업강연이 어우러진 문화예술 융합 교육기부 프로그램
교육기부 박람회	초·중·고	대한민국 교육기부 박람회에 금호아시아나 부스로 3년 연속 참여 중
승무원멘토교실	중	(2016년 신설)승무원 지망 중학생들을 대상으로 승무원훈련시설 견학과 교육훈련을 체험해보는 프로그램
운항 시뮬레이터 체험	중	(2016년 신설)조종사들이 훈련하는 시뮬레이터 내부 견학 및 배행원리에 대해 배워보는 프로그 램
색동창의 STEAM교실	초·중·고	항공과학에 대한 원리를 격납고 견학과 학년별로 맞춘 항공과학 실습을 통해 배워보는 STEAM교육방식으로 진행되는 프로그램

아시아나항공 교육기부 봉사단은 업계최초로 2013년 7월 아시아나항공에 재직하고 있는 조종사, 승무원, 정비사, 운항관리사 등 다양한 항공직업으로 구성된 임직원들을 대상으로 자발적인 모집을 통해서 심사과정을 거쳐 선발하였다. 매년 1~2회정도 정기 심사를 거쳐 선발하였으며 2013년 37명에서 2016년 현재 121명의 규모로 교육기부 봉사단의 규모가 지속적으로 커지는 현상을 보이고 있다. 아시아나항공교육기부 봉사단의 주요 활동인 색동나래교실은 아시아나 현직 직원으로 구성된 교육기부 봉사단이 항공사 직업강연이 필요한 교육현장을 찾아가 실시하는 항공 직업인의 꿈과 진로 강연으로 수도권 학교를 직접 찾아가는 강연과, 전국의 기초자치단체와 함께하는 대규모 강연, 그리고 사내 스튜디오에서 진행되는 농산어촌학생들을 위한 원격화상 강연으로 구성되어 있다. 아시아나 색동나래교실은 매년 활동량이 늘어 지난 3년 동안 1500회 직업강연을 통해 15만여명의 학생을 대상으로 항공사 직업특강을 실시하였다. 아시아나항공이 임직원인 교육기부 봉사단을 활용하여 운영하는 색동나래교실의 성장은 국내 기업의 사회공헌 활동사례 중에서도 보기 드물 정도의 급격한 성장을 나타내고 있다. 색동나래교실의 성공사례의 원인을 이 논문의 연구조사를 통해서 일부나마 객관적으로 증명하고자 한다.

III. 연구설계

3.1 연구모형

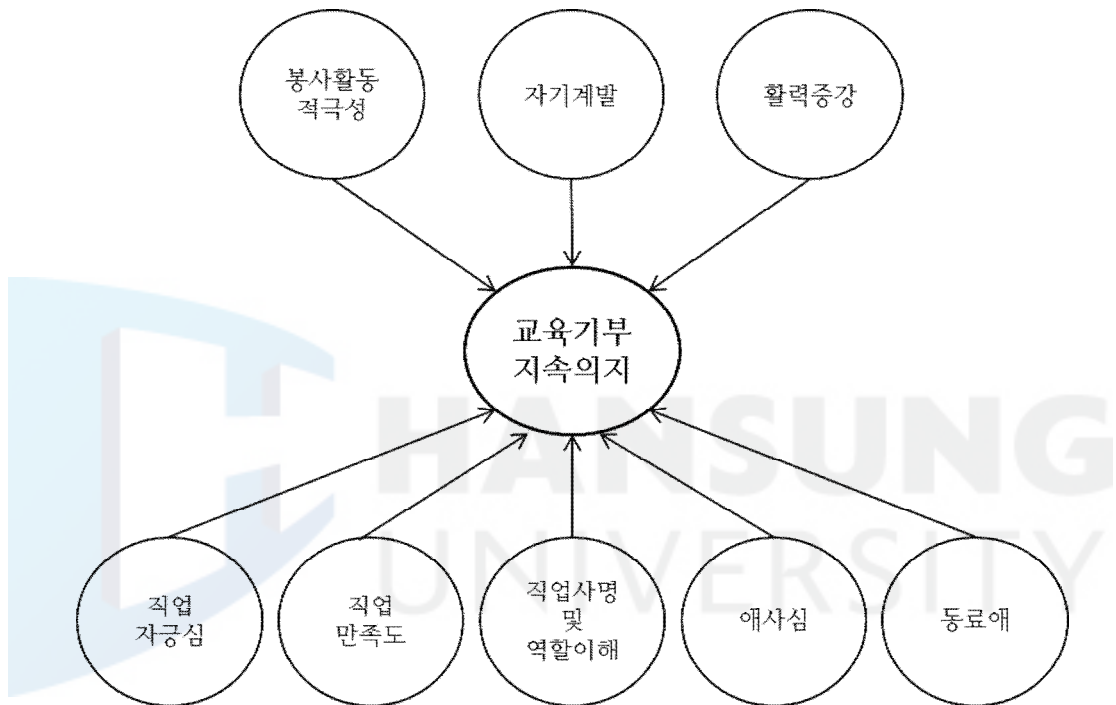
본 연구는 기업 임직원이 교육기부 활동에 참여함으로써 나타나는 개인적 변화 그리고 직업과 회사에 대한 인식에 대한 변화를 관찰하고 이러한 변화들이 교육기부에 대한 지속의지로 이어지는지에 대해 알아보고자하였으며, 아시아나항공 교육기부 봉사단을 대상으로 조사하였다. 연구의 목적은 임직원이 참여한 교육기부활동이 참여임직원의 긍정적 변화를 가져와 지속의지로 이어지고 이는 다시 교육기부활동 결과로 나타나게 함으로서 임직원 참여형 교육기부 활동이 지속가능한 기업의 사회공헌 프로그램이 될 수 있음을 증명하는 것이다. 이러한 증명관계를 확인하기 위해 관련 선행 연구를 보면 다수의 선행연구에서 기업의 CSR활동 참여는 직무만족이 성과에 대한 예측변수로 폭넓게 활용되고 있으며(Skidmore 1990; 박양규 외 2010), CSR은 직원의 만족도와 몰입도 향상을 통하여 궁극적으로 기업성과를 제고함을 유추할 수 있다. 또한 교육기부 활동과 유사한 프로보노 활동의 선행연구와 사례조사를 보더라도 자신만이 가지고 있는 특별한 역량을 활용하여 봉사활동을 하게되면 그 만족감이 더 크게 나타나고 아래와 같은 임직원의 변화를 나타내나도 하고 있다.

“인간의 직접적인 행동경험은 특정한 상황에서는 이와 관련된 인간의 태도에 의해 영향을 받는 것이 아니라 오히려 태도의 형성에 영향을 미칠 수 있다.”(Regan and Fazio 1977). 즉, 직원들이 강제적 이든 자발적이든 특정 활동에 직접 참여하고 경험함으로써 기업의 구체적인 CSR활동과 기업자체에 대한 태도와 인식을 형성하고 변화시키는데 영향을 미친다고 할 수 있다. 이러한 선행연구를 바탕으로 아시아나항공 교육기부 봉사단을 초기 신설 및 운영하면서 그동안 들었던 직원들의 면담 결과를 바탕으로 연구내용의 틀을 만들었으며, 아시아나항공의 교육기부 봉사단과 색동나래교실 활동이 어떠한 알고리즘으로 지속적인 성장을 가져왔는지에 대해 연구모형을 만들고자 하였다.

본 연구에서 검증할 내용은 <그림 3-1>을 통해 연구모형을 도식화 하였다.

본 연구에서는 임직원 교육기부 활동 참여를 통해 직원들의 변화를 개인의식의 변화, 직업 및 회사에 대한 인식변화로 나누고 이러한 변화가 교육기부 활동에 대한 지속의지로 이어지는지에 대한 연구를 실증적으로 검증해보고자 하였다.

[그림 3-1] 교육기부 연구모형



3.2 연구가설의 설정

본 연구의 문제는 다음과 같이 정하였다. [그림3-1] 교육기부연구모형에서 표현된 것과 같은 변수들 간 관계를 토대로 구성하였다.

연구문제1. 교육기부에 참여한 임직원들의 개인의식에 대한 긍정적 변화가 교육기부 지속의지에 정(+)의 영향을 미치는가?

연구문제2. 교육기부에 참여한 임직원들은 직업과 회사에 대한 인식에 대한 긍정적 변화가 교육기부 지속의지에 정(+)의 영향을 미치는가?

연구문제1에서 교육기부활동참여는 자기계발의지 강화, 활력증강, 봉사활동에 대한 의지강화에 대한 인식변화가 있는지에 대해 연구했다.

‘교육기부에 참여한 임직원들의 개인의식에 대한 긍정적 변화가 교육기부 지속의지에 영향을 미치는가?’에 대해 다음과 같이 귀무가설과 대립가설을 설정하였다.

H1 : 교육기부활동 참여는 임직원의 개인적인 변화는 교육기부 지속의지에 정(+)의 영향을 미친다.

또한 ‘교육기부활동에 참여 임직원은 직업에 대한 자긍심, 직업에 대한 만족감, 직업에 대한 사명과 역할이해 증대 등 직업관련 인식에 대한 긍정적인 변화, 애사심증가, 동료애 증가는 교육기부 지속의지에 영향을 미치는가?’에 대해 다음과 같이 귀무가설과 대립가설을 설정하였다.

H2 : 교육기부활동에 참여한 임직원은 직업과 회사에 대한 인식변화는 교육기부 지속의지에 정(+)의 영향을 미친다.

정리를 하면 2가지 대립가설과 귀무가설은 다음<표3-1>과 같다.

<표3-1> 귀무가설과 대립가설

구분	내용
H1	교육기부활동 참여는 임직원의 개인적인 변화는 교육기부 지속의지에 정(+)의 영향을 미친다.
H0	교육기부활동 참여는 임직원의 개인적인 변화는 교육기부 지속의지에 영향을 미치지 않는다.
H2	교육기부활동에 참여한 임직원은 직업과 회사에 대한 인식변화는 교육기부 지속의지에 정(+)의 영향을 미친다.
H0	교육기부활동에 참여한 임직원은 직업과 회사에 대한 인식변화는 교육기부 지속의지에 영향을 미치지 않는다

3.3 연구대상 및 방법

본 연구에서는 두 연구문제 즉 교육기부에 참여한 임직원들의 개인의식에 대한 긍정적 변화가 교육기부 지속의지에 영향을 미치는가?와 ‘교육기부활동에 참여 임직원은 직업에 대한 자긍심, 직업에 대한 만족감, 직업에 대한 사명과 역할이해 증대 등 직업관련 인식에 대한 긍정적인 변화, 애사심증가, 동료애 증가는 교육기부 지속의지에 영향을 미치는가?’에 대해 알아보기 위해 교육기부를 위해 현직 임직원들 중에 선발된 직원인 아시아나 교육기부 봉사단을 대상으로 연구 하였다. 연구대상은 이번 연구과제를 수행하기에 아주 적합하다고 볼 수 있다. 연구방법은 온라인 설문조사와 오프라인 설문조사를 병행하는 방식과 3년간 교육기부 봉사단을 운영하면서 알게된 개별 면담 결과로 분석을 실시하였다. 설문조사에 대한 항목과 내용은 교육기부 봉사단을 운영하면서 연구대상을 통해 들어왔던 항목을 바탕으로 제작하였다.

3.4 자료수집 및 분석방법

본 설문조사는 2016년 3월 기준으로 활동중인 아시아나항공 교육기부 봉사단 121명을 대상으로 설문을 요청하여 실시한 결과이다. 설문기간은 2016년 10월19일~11월24일까지 약 2달간의 기간을 거쳐 작성되었으며 107개의 설문자료가 수집되었으며 그중 4명은 실명에 대한 공개를 하지 않아 개인 정보에 대한 결측값이 없는 설문자료는 총 103개 이다. 설문지는 교육기부활동에 대한 이해도가 높고 직접 활동을 하고 있는 아시아나 교육기부 봉사단을 대상으로 한 것이라 설문 작성에 대한 신뢰도와 성실도면에서는 우수한 편이다. 설문지를 개발하기 위하여 아시아나항공 교육기부 봉사단원들과 사전 면담을 실시하였으며, 면담을 근거로 하여 설문문항을 작성하였다. 설문지 내용은 교육기부를 시작하게 된 동기, 교육기부 후 자기 변화, 그리고 회사에 대한 인식, 그리고 교육기부 활동시 필요한 지원사항, 교육기부 활동 중 애로사항과 지속적인 교육기부 의지 등을 물어보는 내용으로 작성하였다.

3.5 설문지의 설계

설문지는 교육기부봉사단을 담당하며 그동안의 의견을 수렴하여 연구목적에 맞는 사항을 객관적으로 측정하려는데 노력하였다. 그리고 교육기부 봉사단이 봉사활동 후 자주 이야기하던 내용을 8개의 주요 설문 문항으로 만들었다

1) 봉사활동의 의지(2-1 : 독립변수)

교육기부 활동도 개인의 봉사활동의 일환이지만 교육기부 봉사단의 활동을 보면 타 봉사활동에 대한 관심과 참여 확대가 관찰되었다. 실제로 아시아나항공 사회 공헌 파트 주관의 해외봉사활동의 경우 30%이상의 인력이 교육기부 봉사단으로 채워진다. 이러한 특성이 나타나는 지에 대해 알아보기 위해 설문 항목을 만들었다

2) 자기계발의지(2-2 : 독립변수)

교육기부는 누군가를 가르치는 봉사활동으로 누군가를 가르치려면 교수법 및 직무에 대한 심화적인 이해 그리고 대상이 청소년이므로 청소년에 대한 이해가 필요하며 그 적극적인 방법이 스스로 공부하는 것이다. 실제로 온라인 교수법 수강 및 외부특강에 대한 개설 요구가 많으며 이러한 특성이 나타나는 지에 대해 알아보기 위해 설문 항목을 만들었다.

3) 활력증강(3-3 : 독립변수)

아시아나의 교육기부 활동은 개인의 휴무일에 실시하는 봉사활동이라 일반적으로 휴식이 적어 활력과는 정반대일 수도 있다고 생각하겠지만, 그동안의 교육기부 봉사단의 의견을 들어보면 교육기부 후 활력이 넘친다는 의견이 많았다. 이러한 특성이 나타나는지에 대해 알아보기 위해 설문항목을 만들었다.

4) 직업의 자긍심향상(3-1 : 독립변수)

자신의 직업에 대해 타인에게 소개한다는 것은 특히 청소년에게 소개할때는 직업의 부정적인 부분보다 긍정적인 부분에 대해 더 많은 시간을 할애하게 된다. 직

업에 대한 긍정적인 부분에 대해 반복적으로 말하다 보면 자긍심이 향상될 것이다. 이러한 특성이 나타나는지에 대해 알아보기 위해 설문항목을 만들었다.

5) 직업의 만족도 향상(3-2 : 독립변수)

직업의 자긍심과 유사한 이유로 직업에 대한 긍정적인 면을 중점적으로 가르치면서 자신의 직업에 대해 다시 돌아보게되고 이는 만족도로 이어진다. 이러한 특성이 나타나는 지 알아보기 위해 설문항목을 만들었다.

6) 직업의 사명과 역할 이해(3-3 : 독립변수)

청소년 교육이라는 특징을 담고있는 교육기부 활동은 자신의 직업을 소개해주기 위해 지나치기 쉬웠던 그 직업의 올바른 역할과 사명까지 되새기게 한다. 이러한 특성이 나타나는지 알아보기 위해 설문항목을 만들었다.

7) 애사심 향상(3-4 : 독립변수)

직업소개시 회사에 대한 소개도 함께 이루어지는 경우가 많으며, 이 또한 청소년 교육의 특성상 장점 위주의 교육을 하게 된다. 회사의 부정적인 면이 아닌 장점을 위주로 청소년에게 설명하고 교육을 실시함으로써 회사에 대한 로열티가 강해진다. 이러한 특성이 나타나는지 알아보기 위해 설문항목을 만들었다.

8) 동료애 향상(3-5 : 독립변수)

아시아나 교육기부 봉사단은 아시아나항공내의 최대 규모의 봉사동아리이기도 하다. 다양한 직업이 함께 모여 교육기부 활동에 대해 의견을 나누고 있으며, 집체 교육도 함께 실시함으로써 타 직업간 교류가 더욱 쉬워 지게되어 타 직업에 대한 이해도가 높아진다. 이러한 특성이 나타나는지 알아보기 위해 설문항목을 만들었다.

9) 지속의지(8 : 종속변수)

교육기부 봉사단이 교육기부활동을 하면서 자신의 개인적 변화 그리고 직업과 회사에 대한 긍정적 인식변화를 느끼고 지속적인 활동의지에 대해 확인하는 설문

다. 연구과제에 대한 종속변수 값으로 확인하기 위해 설문항목을 만들었다. 교육 기부 활동의지로 지속가능함을 판단하는 종속변수로 간주 하였다.

<표 3-2>는 설문항목에 대한 요약을 나타낸 것이다.

<표 3-2> 설문항목 요약

항목	내용
1.교육기부 동기	1.우선순위 지정방식
2.교육기부 후 개인변화	1.봉사활동 적극성
	2.자기계발 의지
	3.활력 증강
	4.서술형
3.교육기부 후 직업 및 회사인식	1.자긍심향상
	2.만족도향상
	3.사명과 역할이해
	4.애사심향상
	5.동료애향상
5.교육기부 지원 우선순위	1.활동시 필요한 지원
6.애로사항(학교)	1.준비부족
	2.교사 태도불량
	3.학생 태도불량
7.애로사항(회사)	1.인정부족
	2.지원부족
8.지속의지	1.활동지속
9.기타의견	1.서술형

설문지 분석을 위해서 통계패키지 프로그램을 사용하였으며, 조사대상자의 인구통계학적 분석을 위해 빈도분석을 실시하였으며, 본연구의 가설을 검증하기 위해 빈도 분석과 다중회귀분석을 실시하였다. 또한 응답에 대해 신뢰도분석 및 타당성 분석을 실시하였다.

IV. 연구 결과

4.1 연구대상자의 일반적 특성

본 연구에 사용된 분석자료는 아시아나항공 교육기부 봉사단의 설문조사를 기본으로 하였으며, 조사대상자들의 인구사회학적 특성은 다음 <표 4-1><표4-2><표4-3>과 같다.

전체 조사대상자는 2016년 현재 기준의 아시아나항공 교육기부 봉사단 121명을 대상으로 조사하였으며 4개의 무기명 제출자를 포함하여 총 107개의 표본을 얻었다. 직업별 분포에서 승무원이 가장 많으며 그다음 조종사, 정비사, 공항서비스직 순으로 나왔다. 성별도 여자 73, 남자 30, 무기명 4명으로 여성이 높은 비율을 나타내었으며 근무기간도 5~10년의 기간을 가진 직원의 비율이 가장 높았다. 이 표본의 특징은 기업의 교육기부 참여직원에 대한 대표성을 가지는 조사는 아니지만 2016년 현재 교육기부 선도기업으로서 국내 최대규모로 활동하고 있는 단일 교육기부 봉사단을 대상으로 조사했다는 것에서 그 의의가 있다. 아시아나항공 교육기부 봉사단은 자발적인 신청을 통해 아무런 대가없이 활동을 실시하고 있으므로 특성화된 사회공헌활동을 하는 순수 자원봉사참여형태라는 점에서 그 가치가 있다.

<표4-1> 교육기부 봉사단 성별 기초통계

구분	빈도	퍼센트
미공개	4	3.7
남	30	28
여	73	68.2
총계	107	100

<표4-2> 교육기부 봉사단 근무기간 기초통계

근속년수	빈도	퍼센트
~5년이하	16	15
5년초과~10년이하	44	41
11년~15년이하	6	5.6
15년~20년이하	17	15.9

20년~25년이하	15	13.9
26년~30년이하	5	4.7
결측값	4	3.7
총계	107	100

<표4-3> 교육기부 봉사단 직업별 기초통계

항목	빈도	퍼센트
결측값	4	3.7
공항서비스	9	8.4
승무원	61	57
운항관리사	1	0.9
일반직	4	3.7
정비사	9	8.4
조종사	19	17.8
총계	107	100

4.2 주요변수의 통계분석

설문지를 통한 분석 중 연구과제에 대한 항목 9가지에 대해 통계 분석을 먼저 실시하고, 연구와 상관관계가 없는 단순 조사 방식의 기타 사항에 대한 설문문에 대한 통계분석은 마지막에 별도로 한다.

자연과학과 달리 사회과학에서는 측정은 단일 항목으로 이루어지기 매우 어렵다. 따라서 비슷한 복수 항목을 사용한다. 이때 연구가설 검증 이전에 반드시 신뢰도와 타당도를 검토해야 한다. 측정항목의 신뢰도란 척도를 얼마나 신뢰할 수 있는가의 문제로, 복수 항목의 경우 각 항목들이 얼마나 내적 일관성을 갖고 있는지 말한다. 신뢰도는 복수 항목간의 내적 일관성을 검토하는 크론바흐 알파(Cronbach's α)계수로 판단한다. 일반적으로 α 값이 .70이상이면 신뢰도가 양호한 것으로 판단한다.

첫 번째 연구문제의 척도인 개인적인 긍정적 변화에 대해 다음과 같이 설문을 구성하여 조사하였다. 조사방식은 리커트 5점 척도를 사용 하였다.

사용한 설문 문항은 총 3개이며 질문은 다음과 같다.

1. 나는 교육기부를 한 뒤 나눔의 기쁨을 느끼고 봉사활동에 더 적극적으로 참여하게 되었다.
2. 나는 교육기부를 한 뒤 자기계발에 더 노력하게 되었다.
3. 나는 교육기부를 한 뒤 이전보다 활력이 넘치게 되었다.

위 3개의 항목을 개인적인 긍정적 변화에 대한 척도로 인지하고 신뢰성 분석을 실시하였다.

<표 4-4> 개인의식변화 3항목의 신뢰도분석

구분	항목 삭제 시 척도 평균	항목 삭제 시 척도 분산	수정된 항목 총계 상관	항목 삭제 시 Cronbach의 알파
1	8.364	1.158	.453	.744
2	8.514	1.101	.552	.615
3	8.393	1.165	.632	.534
신뢰도 통계 Cronbach의 알파 : .720				

1. 나는 교육기부를 한 뒤 나눔의 기쁨을 느끼고 봉사활동에 더 적극적으로 참여하게 되었다.

항목	빈도	퍼센트
작다	1	.9
보통이다	10	9.3
크다	55	51.4
아주크다	41	38.3
총계	107	100.0

2. 나는 교육기부를 한 뒤 자기계발에 더 노력하게 되었다.

항목	빈도	퍼센트
----	----	-----

아주적다	0	0
적다	2	1.9
보통이다	10	9.3
크다	68	63.6
아주크다	27	25.2
총계	107	100.0

3. 나는 교육기부를 한 뒤 이전보다 활력이 넘치게 되었다.

항목	빈도	퍼센트
아주적다	0	0
적다	0	0
보통이다	7	6.5
크다	67	62.6
아주크다	33	30.8
총계	107	100.0

개인적변화 항목으로 묶은 설문지 크롬바알파(Cronbach's α)값은 .72로 신뢰성 있다고 볼 수 있다.

두 번째 연구문제의 척도인 직업에 대한 인식변화에 대해 다음과 같이 설문을 구성하여 조사하였다. 조사방식은 리커트 5점 척도를 사용 하였다. 사용한 설문 문항은 총 5개이며 질문은 다음과 같다.

1. 나는 교육기부를 한 뒤 내 직업에 자긍심을 느낀다.
2. 나는 교육기부를 한 뒤 나의 직업에 만족하고 더 열심히 일하고 있다.
3. 나는 교육기부를 한 뒤 자기직업의 사명과 역할을 더 잘 이해하게 되었다.
4. 나는 교육기부를 한 뒤 애사심이 커졌다.
5. 나는 교육기부를 한 뒤 회사에 좋은 사람들이 많다고 느낀다.

<표 4-5> 회사와 직업에 대한 인식 변화 5항목의 신뢰도 분석

구분	항목 삭제 시	항목 삭제 시	수정된 항목 총계	항목 삭제 시 Cronbach의
----	------------	------------	--------------	----------------------

	척도평균	척도분산	상관	알파
나는 교육기부를 한 뒤 내 직업에 자긍심을 느낀다.	17.206	4.033	.604	.723
나는 교육기부를 한 뒤 나의 직업에 만족하고 더 열심히 일하고 있다.	17.327	3.562	.757	.665
나는 교육기부를 한 뒤 자기직업의 사명과 역할을 더 잘 이해하게 되었다.	17.364	3.743	.711	.685
나는 교육기부를 한 뒤 애사심이 커졌다.	17.626	4.048	.542	.744
나는 교육기부를 한 뒤 회사에 좋은 사람들이 많다고 느낀다.	16.981	5.094	.2	.842

1. 나는 교육기부를 한 뒤 내 직업에 자긍심을 느낀다.

항목	빈도	퍼센트
아주적다	0	0
적다	0	0
보통이다	10	9.3
크다	42	39.3
아주크다	55	51.4
총계	107	100

2. 나는 교육기부를 한 뒤 나의 직업에 만족하고 더 열심히 일하고 있다.

항목	빈도	퍼센트
아주적다	0	0
적다	1	.9
보통이다	12	11.2

크다	48	44.9
아주크다	46	43.0
총계	107	100.0

3. 나는 교육기부를 한 뒤 자기 직업의 사명과 역할을 더 잘 이해하게 되었다.

항목	빈도	퍼센트
아주적다	0	0
적다	1	.9
보통이다	12	11.2
크다	53	49.5
아주크다	41	38.3
총계	107	100.0

4. 나는 교육기부를 한 뒤 애사심이 커졌다.

항목	빈도	퍼센트
아주적다	0	0
적다	0	0
보통이다	26	24.3
크다	55	51.4
아주크다	26	24.3
총계	107	100.0

5. 나는 교육기부를 한 뒤 회사에 좋은 사람들이 많다고 느낀다.

항목	빈도	퍼센트
아주적다	0	0
적다	0	0
보통이다	9	8.4
크다	20	18.7
아주크다	78	72.9
총계	107	100.0

직업과 회사에 대한 인식변화 항목으로 묶은 설문의 신뢰도 계수(Cronbach's α)은 .78로 신뢰성 있다고 볼 수 있다.

위 개인적 의식 변화 항목과 직장·회사에 대한 인식 변화 항목은 각각의 크롬바 알파(Cronbach's α) 값이 .72, .78로 신뢰성이 있다고 볼 수 있다.

<표4-6> 측정항목의 신뢰도 계수

변인	항목수	α
개인의식의 변화	3	.72
직업과 회사의 인식변화	5	.78

본 연구에서 사용된 문항의 타당성을 검증하고, 공통요인을 찾아내 변수로 활용하기 위해 탐색적 요인분석(exploratory factor analysis)을 실시하였다. 분석 방법은 주성분분석(principal component analysis)을 사용하였으며 요인의 회전법으로는 가장 널리 쓰이는 배리 맥스(varimax)를 선택하였다. 추출 요인의 수는 아이겐 값(eigen value) 1 이상으로 한정했다 따라서 단일 개념을 복수 항목으로 측정했을 경우 요인분석 결과 해당 항목들이 하나의 요인으로 묶여야 타당도가 양호하다고 할 수 있다. 또한 복수의 개념을 측정했을 경우 각 개념들이 서로 다른 요인으로 구분되어야 하며, 각 개념들을 측정하는 항목들이 한 요인에 동시에 적재되어야 타당도가 양호한 것이다.

요인분석은 변인들 사이의 상관관계를 토대로 실행된다. 따라서 변인들 간 상관관계수들의 크기가 0이 아니고 어느정도 유의하다면 요인분석을 실시할 수 있다. 그러나 이러한 판단이 쉬운게 아니다. 따라서 요인 분석을 실시해도 되는지, 그 적합성의 검증은 KMO 표준적합도(Kaiser-Meyer-Olkin measure of sampling adequacy)와 바틀렛(Bartlett)의 구형성 검증(Bartlett Test of Sphericity)을 통해 실시한다.(신민철,2007)

KMO표준 적합도는 상관관계수 중 공통 요인의 비중이 어느 정도나 되는지 분석해 주는 것인데, 그 값이 1에 가까울수록 요인분석에 적합하다고 할 수 있다(김성우 외, 2007) 보통 50이상이면 양호하다(김계수, 2002). 바틀렛의 구형성 검증은 “상관행렬표의 모든 상관관계수가 동시에 0이다”라는 영가설을 검증하는 것이다. 즉 대립가설 채택범위 내의 P값을 가져야 요인분석이 적합

한 것이다. 요인분석은 원래 변인들 사이의 일대일 상관관계 행렬을 검토하여 변인들 주 가장 상관관계가 높은 것들끼리 하나의 집합 요인을 이루도록 하는 것이다(임종원, 박형진, 강면수, 2001) 즉 각 요인내에 있는 변인들은 상관관계가 큰 것끼리 모이도록 하고 다른 요인들에 포함된 변인들과 상관관계가 낮게 되도록 한다.

먼저 개인적 변화에 대한 3가지 문항에 대해 타당성 분석을 실시를 한다. 다음 표<4-2> 는 3개 항목으로 구성된 측정 항목의 요인분석 결과를 정리한 것이다. 먼저 표본의 상관행렬이 요인분석될 수 있는지를 파악하는 KMO(Kaiser-Meyer-Olkin)의 표본 적절성 측정치는 .642로 카이저(Kaiser, 1974)가 제안한 준거인 .60을 초과하고 있어 양호한 것으로 판단된다.

<표4-8> 개인적 변화 타당도 분석(KMO 및 Bartlett의 검정)

Kaiser-Meyer-Olkin 표본 적합도.		.642
Bartlett의 단위행렬 검정	근사 카이제곱	71.446
	df	3
	유의수준	0

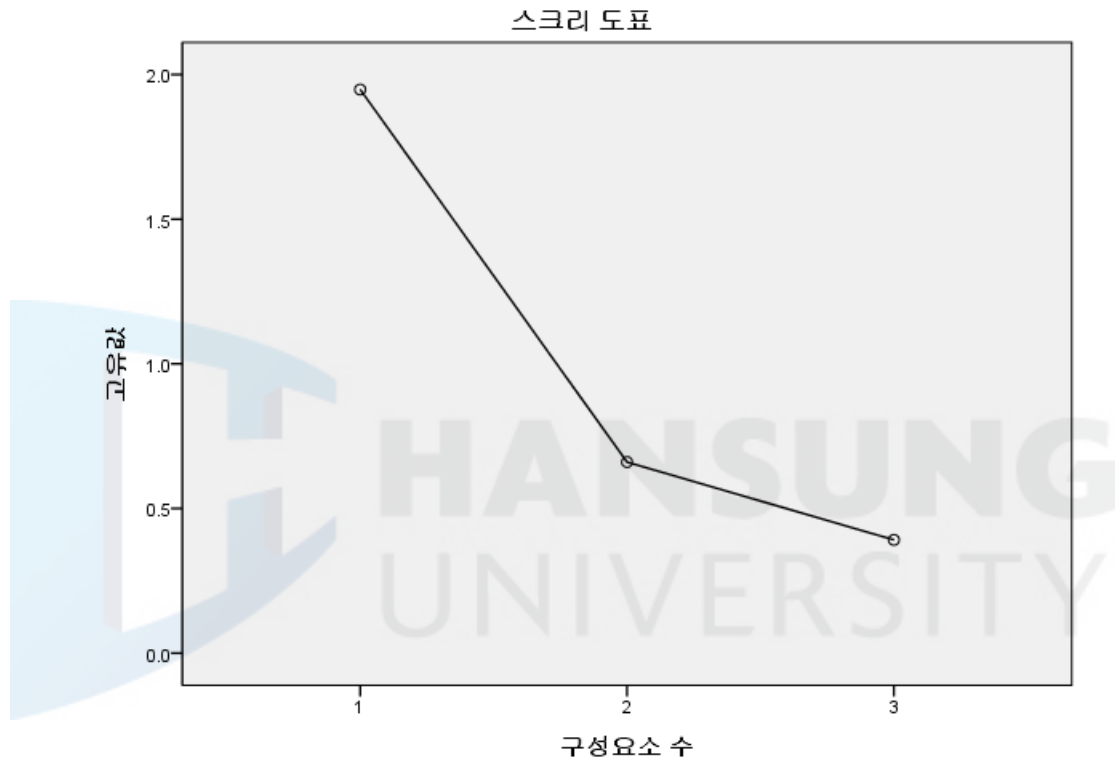
또한 바틀렛 검정 결과 모상관 행렬이 단위 행렬이 아닌 것으로 나타났기 때문에($p < .001$), 요인분석을 계속 진행했다. 요인분석을 실시한 결과, 총 3개의 측정항목 중 1개의 구성요소가 1이상으로 나타났으며, 하나의 요인이라 회전은 되지 않았다. 이는 전체 분산의 64.94%를 설명한다. 총 3개의 변인들을 요인분석한 결과 아이겐 값이 1이 넘는 1개의 요인이 추출되었으며 총 누적 설명력은 64.94%였다.

<표4-9> 개인적 변화 프린시플 구성요소 분석

구성요소	초기 고유값			추출 제곱합 로딩		
	총계	분산의 %	누적률(%)	총계	분산의 %	누적률(%)
1	1.948	64.94	64.94	1.948	64.94	64.94
2	.66	22.009	86.949			
3	.392	13.051	100			

아래 스크리 도표를 보면 총 3개의요인(변인이 3개이므로 요인도 3개 추출)중 2 번째 요인부터는 거의 평행선을 유지한다. 이는 유의한 요인이 1개라는 것을 의미한다.

[그림 4-1] 개인적 변화 스크리 도표



다음은 직업과 회사에 대한 인식에 대해 조사하는 변인이다. 개인의식의 변화의 요인과 동일한 방법으로 통계분석을 실시하였다.

<표4-10> 직업과 회사 인식변화 타당도 분석(KMO 및 Bartlett의 검정)

Kaiser-Meyer-Olkin 표본 적합도.		.799
Bartlett의 단위행렬 검정	근사 카이제곱	184.135
	df	10
	유의수준	0

KMO(Kaiser-Meyer-Olkin)의 표본 적절성 측정치는 0.799로 카이저(Kaiser,

1974)가 제안한 준거인 0.60을 초과하고 있어 양호한 것으로 판단된다. 바틀렛 검정 결과 모상관 행렬이 단위행렬이 아닌 것으로 나타났기 때문에 ($p < 0.001$), 요인분석을 계속 진행했다. 요인분석을 실시한 결과, 총 5개의 측정항목 중 1개의 구성요소가 1이상으로 나타났으며, 하나의 요인이라 회전은 되지 않았다. 이는 전체 분산의 55.73%를 설명한다. 총 5개의 변인들을 요인 분석한 결과 아이젠 값이 1이 넘는 1개의 요인이 추출되었으며 총 누적 설명력은 55.73%였다.

<표4-11> 직업과 회사 인식변화 프린시플 구성요소 분석

구성요 소	초기 고유값			추출 제곱합 로딩		
	총계	분산의 %	누적률(%)	총계	분산의 %	누적률(%)
1	2.787	55.732	55.732	2.787	55.732	55.732
2	0.955	19.095	74.827			
3	0.607	12.142	86.969			
4	0.366	7.323	94.292			
5	0.285	5.708	100			

4.3 주요변수의 영향 분석

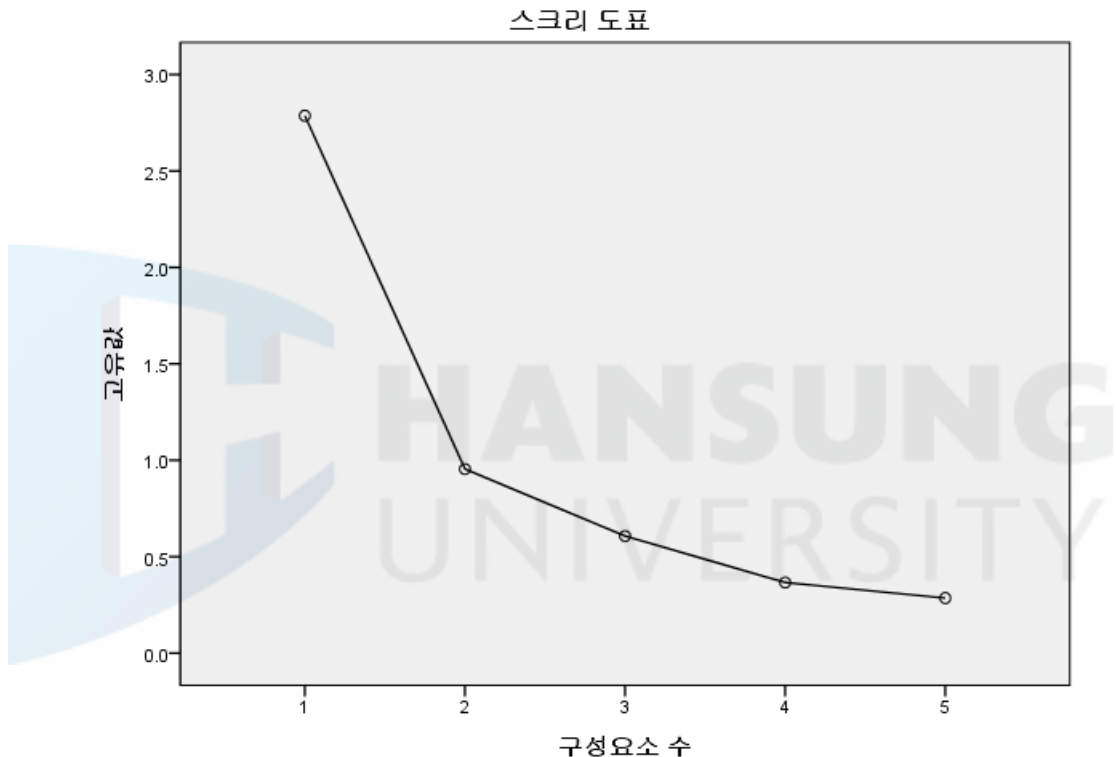
1) 종속변수인 교육기부 지속의지에 대한 문항에 대한 분석

1. 나는 계속해서 교육기부 활동을 하고 싶은 생각이 있다.

항목	빈도	퍼센트
아주적다	0	0
적다	0	0
보통이다	0	0
크다	39	36.4
아주크다	68	63.6
총계	107	100.0

빈도분석을 통해 실시한 교육기부활동에 대한 지속의지는 크다와 아주 크다만 나올 정도로 그 빈도 값이 높았다. 앞서 언급한바와 같이 교육기부 활동은 아무런 댓가가 없으며 개인의 휴무일에 봉사하는 만큼 개인적으로 잃는 것이 더 큰데도 이러한 활동에 대해 아주 긍정적인 답이 나오는 것에 대해 앞서 밝힌 8가지 요인에 대한 상관관계를 분석할 필요가 있다.

[그림 4-2] 직업과 회사의 인식 변화 스크리 도표



1) 개인적 긍정적 변화가 교육기부 지속의지에 미치는 영향

교육기부활동으로 인해 발생한 개인적 변화가 교육기부 지속의지에 미치는 영향을 검증하기 위하여 독립변수로는 봉사활동 적극성 강화, 자기계발 의지 강화, 활력증강의 변수를 선정하였다. 그리고 종속변수로는 교육기부 지속의지에 대한 설문문항을 투입하여 다중 회귀분석을 실시하였다.

<표4-12> 개인적 긍정적 변화와 지속의지 기초통계

구분	평균	표준 편차	N
지속의지	4.636	0.4836	107

봉사의지강화	4.271	0.6669	107
자기계발	4.121	0.64	107
활력	4.243	0.5637	107

<표4-13> 개인적 긍정적 변화와 지속의지 모형 요약^b

모형	R	R 제곱	조정된 R 제곱	표준 추정값 오류	Durbin-Watson
1	.371a	.138	.113	.4555	2.015

a. 예측변수: (상수), 활력, 봉사의지강화, 자기계발

b. 종속 변수: 지속의지

<표4-14> 개인적 긍정적 변화와 지속의지 분산 분석^a

모형		제곱합	df	평균 제곱	F	유의수준
1	회귀분석	3.419	3	1.14	5.494	.002b
	잔차	21.366	103	.207		
	총계	24.785	106			

a. 종속 변수: 지속의지 b. 예측변수: (상수), 활력, 봉사의지강화, 자기계발

<표4-15> 개인적 긍정적 변화와 지속의지 계수^a

모형		비표준 계수		표준 계수	t	유의수준	공선성 통계	
		B	표준오차	베타			허용오차	VIF
1	(상수)	3.345	.378		8.85	0		
	봉사의지	.081	.075	.112	1.079	.283	.783	1.277
	자기계발	.251	.087	.332	2.882	.005	.632	1.582
	활력증가	-.021	.103	-.024	-.201	.841	.581	1.722

a. 종속 변수: 지속의지

독립변수인 봉사의지강화, 자기계발 강화, 활력증가의 변화가 종속변수인 교육기부지속의지를 설명하는 설명력인 R제곱 값은 .138로 13.8%를 설명하고 있는 것으로 나타났다. 그리고 잔차의 독립성을 살펴보기 위해 실시한 Durbin-Watson 값은 2.015로 2에 근접해 있어서 잔차의 독립성은 확보된 것으로 나타났다.

다중 공선성 문제를 확인하기 위한 공선성 통계량 값중 공차 한계(허용오차)는 봉사의지 강화 항목이 .783, 자기계발 의지 강화 항목이 .632 마지막으로 활력증가 항목이 .581로 모두 .1 보다 큰 것으로 나타났다. 그리고 분산팽창지수(VIF)는 봉사의지 강화 항목에서 1.277, 자기계발 의지 강화 항목에서 1.582 마지막으로 활력증가 항목에서 1.722로 모두 10보다 작은 것으로 나타났다. 이는 다중 공선성에 문제가 없는 것으로 확인된다.

다중 회귀분석결과 교육기부 활동을 통해 개인의 인식변화를 가져왔고 교육기부 지속의지에 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다($p < .001$). 교육기부를 통해 개인적 변화를 가져왔고 이는 교육기부에 대한 지속의지를 강화를 가져온다고 볼 수 있다.

2) 직업과 회사의 인식 변화가 교육기부 지속의지에 미치는 영향
교육기부활동으로 인해 발생한 직업과 회사의 인식 변화가 교육기부 지속의지에 미치는 영향을 검증하기 위하여 독립변수로는 직업의 자긍심 강화, 직업에 대한 만족도 강화, 직업의 사명과 역할에 대한 이해 증가, 애사심 증가, 동료애 증가 총 5개의 변수를 선정하였다. 그리고 종속변수로는 교육기부 지속의지에 대한 설문문항을 투입하여 다중 회귀분석을 실시하였다. 분석결과는 다음과 같다.

<표4-16> 직업과 회사 인식변화와 지속의지 기초통계

구분	평균	표준 편차	N
지속의지	4.636	.4836	107
직업자긍심	4.421	.6593	107
직업만족감	4.299	.7033	107
사명과역할	4.252	.6881	107
애사심	3.972	.7581	107

동료애	4.645	.6332	107
-----	-------	-------	-----

<표4-17> 직업과 회사 인식변화와 지속의지 모형 요약^b

모형	R	R 제곱	조정된 R 제곱	표준 추정값 오류	Durbin-W atson
1	.332a	0.11	.066	.4672	2.036

a. 예측변수: (상수), 동료애, 직업자긍심, 애사심, 사명과 역할, 직업만족감

b. 종속 변수: 지속의지

<표 4-18> 직업과 회사 인식변화와 지속의지 분산분석

모형		제곱합	df	평균 제곱	F	유의수준
1	회귀분석	2.735	5	0.547	2.506	.035b
	잔차	22.05	101	0.218		
	총계	24.785	106			

a. 종속 변수: 지속의지

b. 예측변수: (상수), 동료애, 직업자긍심, 애사심, 사명과역할, 직업만족감

<표 4-19> 직업과 회사 인식변화와 지속의지 계수

모형		비표준 계수		표준 계수	t	유의수 준	공선성 통계	
		B	표준 오차	베타			허용 오차	VIF
1	(상수)	3.79	.441		8.604	0		
	직업자 긍심	.164	.094	.224	1.738	.085	.532	1.878
	직업만 족감	.111	.105	.161	1.058	.292	.378	2.643
	사명과 역할	.004	.102	.006	.038	.97	.418	2.391
	애사심	-.025	.075	-.039	-.336	.738	.637	1.57

	동료애	-.059	.075	-.077	-.786	.434	.917	1.091

a. 종속 변수: 지속의지

독립변수인 직업의 자긍심 강화, 직업에 대한 만족도 강화, 직업의 사명과 역할에 대한 이해 증가, 애사심 증가, 동료애 증가의 변화가 종속변수인 교육기부 지속의지를 설명하는 설명력인 R²은 .110로 11.0%를 설명하고 있는 것으로 나타났다. 그리고 잔차의 독립성을 살펴보기 위해 실시한 Durbin-Watson 값은 2.036로 2에 근접해 있어서 잔차의 독립성은 확보된 것으로 나타났다. 다중 공선성 문제를 확인하기 위한 공선성 통계량 값중 공차 한계(허용오차)는 직업의 자긍심 강화 항목이 .532, 직업의 만족도 강화 항목이 .378, 직업에 대한 사명과 역할 이해도 증가 .418, 애사심 증가 .637, 동료애 증가 .917로 모두 0.1 보다 큰 것으로 나타났다. 그리고 분산팽창지수(VIF)는 직업의 자긍심 강화 항목에서 1.878 직업의 만족감 강화 항목에서 2.643 직업에 대한 사명과 역할 이해도 증가 2.391 애사심 증가 항목이 1.570 마지막으로 동료애 강화 1.091로 모두 10보다 작은 것으로 나타났다. 이는 다중 공선성에 문제가 없는 것으로 확인된다.

다중 회귀분석결과 교육기부 활동을 통해 생긴 회사와 직업에 대한 인식 변화가 교육기부 지속의지에 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다($p < .001$). 즉 교육기부를 통해 직업 및 회사에 대한 인식 변화를 가져왔고 이는 교육기부에 대한 지속의지를 강화를 가져온다고 볼 수 있다.

즉 교육기부활동은 개인적 긍정적 변화와 회사와 직업에 대한 인식에 대한 변화를 가져왔으며 이는 지속적으로 교육기부 활동을 하게 하는 원동력이 되었다. 이는 교육기부 활동이 지속가능한 사회공헌 프로그램으로서 정착될 수 있는 원동력이다.

4.4 기타 항목들의 기술 통계분석

연구모형에서 다루는 항목이외에 임직원 교육기부 활동 관련한 설문항목을

추가하여 실시하였다.

첫 째 교육기부 활동 동기에 대한 분석이다.

이 항목은 가장 우선시 생각 하는 항목 중 최대 2개까지 선택하라고 하였다.

1. 교육기부를 하는 이유(2개까지 복수선택)

항목	값	백분위
청소년에게 나눔을 실천하기 위해	86	43.4%
자기 계발을 위해	49	24.7%
자신이 진로를 찾을 때 어려워서	29	14.6%
자녀(조카 등)에게 모범을 보이기 위해	5	2.5%
회사에 도움이 되고 싶어서	9	4.5%
회사생활의 무료함을 없애고 싶어서	20	10%
총합	198	100%

교육기부 동기에 대한 빈도 분석을 보면 아시아나 교육기부 봉사단은 청소년에 대한 나눔실천 43.4%과 자기계발 24.7% 을 주요 원인으로 들었다.

두 번째, 교육기부 활동시 현재 지원하고 있는 항목 중 꼭 필요하다고 생각하는 항목에 대해 조사하였다. 이 항목도 위와 같이 최대 2개 까지 선택하라고 하였다.

5. 교육기부 활동에 가장 필요한 내용은?

항목	값	백분위
강연교안작성지원	58	27.7%
학교와의 중개역할(매칭 등)	35	16.7%
활동실비 지원	9	4.3%
물병, 샤프 등 학생들 선물지원	31	14.8%
강사양성과정 등 교육지원	63	30.1%
밴드,카페, 오프라인 모임등 커뮤니티 수단제공	13	6.2%
총합	209	100%

현재 아시아나항공에서 지원하고 있는 다양한 교육기부 봉사단 지원활동중에 강사양성과정 등 교육지원(30.1%)과 강연교안 작성지원(27.7%)로 가장 크게 나타났다. 또한 활동에 대한 교통실비 등에 대한 지원 필요성은 4.3%로 금전적인 지원에는 크게 필요하다고 생각하지 않았다.

세 번째, 교육기부 활동시 학교측에 대해 어려운점에 대해 분석하였다.
학교측에 대한 어려운점은 교사의 준비부족과 불성실한 태도 그리고 학생들의 불성실한 태도로 파악하였다.

1. 교사의 준비부족이 교육기부 활동이 어려운 주요 원인이다.

항목	빈도	퍼센트
아주적다	4	3.7%
적다	16	15%
보통이다	44	41.1%
크다	37	34.6%
아주크다	6	5.6%
총계	107	100%

분석된 교사의 준비부족은 강연교안을 틀 PC를 사전에 점검하지 않거나 강사에 대해 사전 안내가 부족해 학교를 찾아가서 직업강연을 했을 경우 곤란함을 겪는 경우이다. 적거나 아주 적다고 생각하는 의견이(18.7%)인 반면 그러한 경우가 많고 봉사활동시 큰 걸림돌이라고 생각하는 크다와 아주 크다고 생각하는 의견이(40.2%)로 2배이상 높았다. 이는 외부강사의 특강 대해 경험이 부족한 교사가 아직 많고 자신이 아닌 남을 위해 강의를 준비하는게 아직 익숙하지 않다는 것을 뜻한다.

2. 교사의 불성실한 태도

항목	빈도	퍼센트
아주적다	8	7.5%
적다	23	21.5%
보통이다	37	34.6%
크다	25	23.4%
아주크다	14	13.1%
총계	107	100.0%

교육기부 봉사단이 학교에 갔을 때 자신의 업무를 우선시하며 교육기부활동

을 단순히 공짜 수업이라는 생각으로 인해 불친절한 태도와 명령조의 말투 등 예의에 어긋나는 행동들이 이에 해당한다.

교사의 응대 태도가 교육기부 활동에 부정적인 영향을 주는 것에 대해 적거나 아주 적다고 생각하는 의견이(29%)인 반면 그러한 경우가 많고 봉사활동시 큰 걸림돌이라고 생각하는 크다와 아주 크다라고 생각하는 의견이(36.5%)로 교사들의 태도에 대해 문제점을 제기하는 직원들이 많았다.

3. 학생들의 불성실한 태도

항목	빈도	퍼센트
아주적다	4	3.7
적다	25	23.4
보통이다	35	32.7
크다	25	23.4
아주크다	18	16.8
총계	107	100.0

학생들을 대상으로 수업시 외부에서온 아시아나 교육기부 봉사단의 수업을 제대로 듣지 않고 수면을 취하거나 떠들거나 수업외 다른 행동을 하는 경우가 이에 해당된다.

학생들의 수업태도가 교육기부 활동에 부정적인 영향을 주는 것에 대해 적거나 아주 적다고 생각하는 의견이(27.1%)인 반면 그러한 경우가 많고 봉사활동시 큰 걸림돌이라고 생각하는 크다와 아주 크다라고 생각하는 의견이(40.2%)로 학생들의 태도에 대해 문제점을 제기하는 직원들이 많았다. 교육기부 봉사단의 의견을 수렴해보면 자신이 관심있는 직업이 아니거나, 대규모 집체적인 교육에서 이러한 수업태도가 좋지 못한 학생들이 많이 발생하고 있음을 알 수 있었다.

네 번째, 교육기부 활동시 회사 측 어려운점에 대해 분석 하였다.

교육기부 활동에 대한 회사의 인정과 교육기부 지원 조직에 대한 지원 부족으로 두 가지 항목 통해 회사 측면의 어려운점에 대해 알아보고자 하였다.

4. 회사의 인정부족

항목	빈도	퍼센트
----	----	-----

아주적다	14	13.1
적다	23	21.5
보통이다	41	38.3
크다	21	19.6
아주크다	8	7.5
총계	107	100.0

회사의 인정 부족이 교육기부 활동에 부정적인 영향을 주는 것에 대해 적거나 아주 적다고 생각하는 의견이(34.6%)인 반면 그러한 경우가 많고 봉사활동시 큰 걸림돌이라고 생각하는 크다와 아주 크다라고 생각하는 의견이(27.1%)로 크게 유의미한 결과가 나오지 않았다. 즉 외부의 인정 보다 자기만족과 봉사라는 의미를 중요시하여 참여한다는 것을 알 수 있다.

다음으로 교육기부 담당 조직에 대한분석이다. 이 문항은 교육기부 봉사단이 교육기부를 담당하는 본사의 지원제도에 대해 만족여부를 판단음하는 척도이다.

5. 교육기부 담당조직의 지원부족

항목	빈도	퍼센트
아주적다	26	24.3
적다	30	28.0
보통이다	24	22.4
크다	16	15.0
아주크다	11	10.3
총계	107	100.0

교육기부 담당조직에 대한 지원 부족이 교육기부 활동에 부정적인 영향을 주는 것에 대해 적거나 아주 적다고 생각하는 의견이(52.3%)인 반면 그러한 경우가 많고 봉사활동시 큰 걸림돌이라고 생각하는 크다와 아주 크다라고 생각하는 의견이 (25.3%)로 담당조직의 지원부족은 부정적 영향을 미치지 않았다.

교육기부 활동에 대한 어려운점은 교사의 준비부족이 가장 크게 나타났으며 그 다음 학생들의 불성실한 태도와 교사의 불성실한 태도 가 교육기부 활동시 어려운 점으로 나타났다.

V. 결 론

5.1 연구결과의 요약

본 연구는 국내 최고 수준의 규모와 활동량을 가지고 있는 아시아나항공 교육기부 봉사단과 대표 교육기부 프로그램인 색동나래교실의 지속적인 성장원인에 대해 알아보고자 하는 목적으로 실시되었다. 이를 위해 문헌 고찰과 선행연구 조사를 실시하였고, 본 연구에서 제시하고자 하는 연구모형과 가설을 설정하였다.

탐색적 요인분석을 통해 개인적 긍정적 의식변화, 직업과 회사에 대한 긍정적 인식변화의 두 요인은 각각 단일 차원성 확보를 통해 타당성이 확인 되었고, 신뢰도 분석을 통해 내적 일관성을 확인 하였다. 다중회귀 분석 결과를 요약 하면 아래와 같다.

첫째, 교육기부 활동으로 인한 개인의 긍정적 의식 변화는 교육기부 지속의지에 영향을 미친다. 즉 봉사활동의 의지 및 관심 강화, 자기계발 의지 강화, 개인의 활력 증대 등에 대한 개인적인 긍정적 의식 변화는 교육기부를 지속 하게 할 수 있는 교육기부 봉사단 활동의 원동력이 되었다고 볼 수 있다.

둘째, 교육기부 활동으로 인한 회사와 직업에 대한 의식변화는 교육기부 지속 의지에 영향을 미친다. 직업과 회사에 대한 의식변화를 나타내는 설문인 직업에 대한 자긍심, 직업에 대한 만족도 증가, 직업의 사명과 역할 이해도 증가, 애사심 증가, 동료에 향상은 교육기부의 지속의지에 긍정적인 영향은 교육기부를 지속하게 할 수 있는 교육기부 봉사단 활동의 원동력이 되었다고 볼 수 있다.

교육기부활동으로 인한 임직원의 긍정적 개인의식 변화 및 직업과 회사에 대한 긍정적 인식변화는 교육기부활동에 대한 지속성에 영향을 미쳐 다시 교육기부활동에 참여하게 되고 이러한 개인별 활동이 모여 지속성 있는 사회공헌 프로그램으로 성장하게 된다. 이번 연구를 통해 임직원 참여형의 교육기부 프로그램은 지속가능한 사회공헌 프로그램이라는 것을 나타낸다.

5.2 연구의 한계 및 향후 연구방향

본 연구를 실시함에 있어서 발견된 한계는 두 가지 정도로 확인 될 수 있다. 첫 번째, 연구대상에 대한 한계이다. 아시아나항공 사례에서는 임직원 참여형 교육기부 활동에 대한 지속가능성에 대해 검증이 되었지만 항공직업이라는 특수성이 타기업에 대해서도 같이 적용될 수 있을까에 대한 의문이다. 현재 타 기업의 교육기부 봉사단은 조직의 수도 거의 없고 조사를 할 만큼 성장하지 않아 임직원 참여형 교육기부가 활성화 되면 기업분야별로 조사를 하면 보다 정확한 연구가 될 수 있다. 하지만 아시아나항공사례로 대상을 제한함으로써 그 설문응답에 대한 신뢰성을 확보하여 향후 추가 연구에 대한 기반자료를 제공했다는 것에 그 의의가 있다.

둘째 연구의 깊이에 대한 한계이다. 본 연구는 주요 8가지 항목만을 가지고 요인분석과 다중회귀분석을 실시하였다. 이는 다양한 요인에 대한 설문문항을 가지고 하지 못하여 신뢰도 및 타당도에 영향을 주었다. 다중회귀분석의 결과에 빈도분석이 더해져야 유의미한 결과가 있다고 추정할 수 있다. 향후 연구과제에는 유사항목에 대한 설문문항 증가 및 종속변수에 대한 보다 구체적인 척도 개발을 통해 신뢰성 있는 결과 값을 만들어야 한다.

5.3 시사점

본 연구를 통해 임직원 참여형 교육기부 프로그램은 지속가능한 프로그램이라는 것을 알 수 있었다. 교육기부 프로그램이 기업의 사회공헌 프로그램으로서 얼마나 매력적인지에 대해 알아보고자 한다.

기업이 사회공헌 프로그램을 기획할 때 다음과 같은 요소를 고려한다.

첫째, 적은 비용으로 기업과 수혜자에 큰 효과를 나타내어야 한다. 기업의 사회공헌활동의 특징은 비용대비 효율성을 중요시한다는 것이다. 교육의 특성상 강사의 인건비가 가장 많이 드는데 임직원 참여형 교육기부활동은 개인의 봉사활동을 이용함으로써 활동에 대한 비용이 거의 들지 않는다. 또한 일대 다수를 대상으로 활동할 수 있으며, 사회적 관심사인 공교육을 통해 활동하게될 수 있으므로 기업

의 홍보적 측면에는 긍정적인 효과가 있다. 저비용이라 시작에 대한 부담이 없으며 중소기업도 쉽게 참여를 검토해 볼 수 있는 사회공헌 프로그램이다.

둘째, 기업의 특성을 사회공헌 프로그램에 반영하는 것이다. 임직원 참여형 교육기부 활동은 기업의 임직원이 회사업무에 대해 청소년에게 소개해주는 형태로서 기업의 특성을 가장 잘 반영하는 사회공헌 프로그램이라고 볼 수 있다. 또한, 쉽게 따라 할 수 없으므로 사회공헌활동에 대한 가치를 높일 수 있다.

셋째, 사회공헌활동시 임직원 참여 제고이다. 기업은 사회공헌활동시 임직원 참여율제고를 통해 기업문화를 긍정적으로 변화시키려는 노력을 한다. 본 연구와 같이 교육기부 활동은 애사심 및 동료애에 대한 긍정적 변화를 가져오므로 충성도 및 서로 화합하는 기업문화를 이끌어 낼 수 있는 장점이 있다.

마지막으로, 이 논문의 연구목적인 프로그램의 지속가능성이다. 신규 사회공헌 프로그램을 개발하기 위해 크게 고려하는 항목이다. 지속가능한 사회공헌 프로그램을 만들어 그 기업의 대표 사회공헌 프로그램으로 정착시키는 과정은 앞의 전경련 자료를 보는 바와 같이 쉽지 않다. 단발성 사회공헌 프로그램은 초기 비용과 사회공헌 사업을 접을시 들어가는 철수 비용에 대한 부담을 가져오고 지속적이지 못한 사회공헌활동으로 기업이미지에 오히려 부정적일 수 있다. 임직원 참여형 교육기부 활동은 참여직원에게 다양한 긍정적 변화를 이끌어냄으로서 지속가능한 사회공헌 프로그램이라 할 수 있다.

교육기부 활동은 기업이 신규 사회공헌활동을 기획할 때 고려하는 주요요소에 대해 아주 적합하다. 이외에도 청소년대상 교육이라는 특징으로 누군가를 가르치기 위해 자발적으로 자기계발의지가 강해지고 나눔을 통한 활력증강에 대한 긍정적인 변화가 있다는 것은 기업의 인적자원관리 측면에서도 긍정적인 내용이다.

자유학기제의 모델이 된 아일랜드의 전환학년제는 40년 이상 꾸준히 지역사회와의 연계를 통해 자리 잡았다. 우리나라의 자유학기제 역시 아일랜드 사례를 본받아 지역사회와 긴밀한 관계를 유지해야 한다. 학교 밖의 교육자원을 활용하기 위해선 교육기부가 무엇보다 중요하다. 미래세대에게 반드시 필요하지만 정규 교육과정에서는 할 수 없는 청소년 진로교육을 지역사회에서 무상으로 제공해야 한다.

교육기부는 교육기회를 제대로 얻지 못하는 저소득 소외계층 학생들에게 큰 도

움이 되고 있다. 또한 교육기부는 공교육과의 상호보완작용을 하며, 외부로부터 다양한 교육콘텐츠를 제공받을 수 있어 교육인프라 확충에 크게 도움이 될 것으로 예상된다. 본 논문의 연구가 무한한 가치를 지닌 교육기부가 더욱 활성화될 수 있는 기반이 되었으면 한다.



참고문헌

1. 국내문헌

- 김진호. (2011). 『기업의 사회적 책임에 관한 전략적 접근방안 연구』. 경영학 석사 학위 논문. 경원대학교.
- 남은주. (2007). 『활동중심 진로지도 프로그램이 초등학생의 자아존중감과 진로인식에 미치는 효과』. 교육학 석사 학위 논문. 국민대학교.
- 한국문화관광연구원. (2011). 『문화예술분야 재능기부 활성화 방안 연구』. 서울: 한국문화관광연구원.
- 박지성. (2016). 『기업의 문화예술 교육기부 컨설팅 적용연구』. 경영학 석사학위 논문. 상명대학교.
- 배현미. (2008). 『기업의 사회책임활동(CSR)이 기업 이미지와 명성에 미치는 영향』. 경영학 박사 학위 논문. 중앙대학교.
- 이운정. (2010). 『초등학생용 진로지도프로그램이 초등학생의 진로인식과 학업성취에 미치는 효과』. 교육학 석사 학위 논문. 경희대학교.
- 이효선. (2009). 『교과와 연계한 초등학교 4학년 진로교육 프로그램』. 교육학 석사 학위 논문. 건국대학교.
- 임미옥 · 정연옥. (2010). 『진로교육프로그램이 초등학생의 진로 성숙도와 자아존중감에 미치는 영향』. 교육학 석사 학위 논문. 영남대학교.
- 최지윤. (2012). 『기업 문화예술 사회공헌 활동에 관한 연구: 문화예술교육프로그램을 중심으로』. 경영학 석사 학위 논문. 이화여자대학교.
- <http://www.crckorea.kr>
- <http://www.fki.or.kr>
- <http://www.flyasiana.com>
- <http://www.ggoomgil.go.kr>
- <http://www.teachforkorea.go.kr>

2. 국외문헌

- Carroll, A.B. (1979). A three-dimensional conceptual model of corporate performance, *Academy of Management Review*, Vol. 4 No.4, pp.497-505
- Dahlsrud. (2008). How Corporate Social Responsibility is Defined:an Analysis of 37 Definitions. demonstration, lectures, and workshops, *The Journal of the Illinois Science Teachers*
- Frazier, D. & Hodgetts, S. (1991). University of Kentucky science outreach program, *Physiologist*, 34(2), 44-5.
- Kellogg Commission. (1999). Returning to our roots: The engaged institution, Kelter, P. Hughes, K., & Murphy A. (1992). Science outreach for the 1990s, *School Science and Mathematics*, 92(7), 365-369.
- Krasny, M. (2005). University K-12 science outreach program: How can we reach a broad audience?, *Bio Science*, 55(4), 350-359.
- Metzler, J. (2006). Challenges for title VI programs of outreach in foreign language and international studies, *International Agenda*, 5(2), 117-131.
- <http://fedexcares.com/event/earthsmart>
- <http://www.taprootfoundation.org/do-probono/corporations>

ABSTRACT

Sustainability Research of employee participation in educational volunteer activities : Focused on employee volunteers case of Asiana Airlines

Choi, Seok Byeong

Major in Convergence Consulting

Dept. of Knowledge Service & Consulting

Graduate School of Knowledge Service

Consulting

Hansung University

From July 2013 until December 2016, for a period of about 3 years and 6 months, This research investigated the volunteer activities of Asiana Airlines employees : Focused on employee volunteers case of Asiana Airlines Also, instead of simply donating to the school or student, I researched focused on employee volunteers that shares their experience and talent for student.

The purpose of this research is to investigate the sustainability of the program through the changes in the individual consciousness of the employees who participated in the educational volunteer activities of CSR(Corporate Social Responsibility).

Asiana Airlines conducted a survey of 107 employees who voluntarily participated in educational donation activities. In addition, they independently interviewed the best practitioners about the effects of educational donation activities and informally reaffirmed their impact.

The conclusion of the paper is that the corporate social responsibility(CSR)

activities of the participatory education and donation programs of the company lead to changes in the positive perceptions of the participating employees and positive changes in the profession and the company. It can be confirmed that the participation of employees' education and training activities can grow into a sustainable CSR program.

Donation for education programs, which are CSR (Corporate Social Responsibility) activities of enterprises introduced in earnest in 2010, have been rapidly growing by the free semester system for middle school students and enforcement of Course education law. Through my research, I think that I will understand the education donation activities more effectively and that other companies will participate positively in the positive effect.

Keywords: Donation for education, CSR(Corporate Social Responsibility), Outreach, Pro-bono