

패션 산업 인턴십에 대한 의식 연구
- 패션 기업 관계자를 중심으로 -

유지현[†] · 정상길
상명대학교 의류학전공

A Study on the Consciousness of Fashion Industry Internship
- Focused on Directors of Fashion Industries -

J-Hun Yu[†] and Sang-Gil Chung
Dept. of Clothing & Textile, SangMyung University
(2005. 4. 25. 접수 : 2005. 7. 1. 채택)

Abstract

The purpose of this study were to analyse the consciousness of persons in charge of fashion industries and to provide some basis data for development of the fashion internship program which could reduce differentiation between fashion colleges and fashion companies. Fifty national fashion brands had been randomly selected and question researches had done from August twenty-seventh to October thirtieth by the visit, mail, fax and e-mail etc. Date analyses were conducted with SPSS program on the frequency, *t*-test and ANOVA. The results were as follows : The companies selected interns by documents and interview, however, in the future they will prefer to accept interns by appraising some task. They preferred to apprentice for two months with some simple job and tasks. The companies wanted some prerequisite study such as major curriculum, human nature education, computer education. And each division wanted different curriculum. They wanted to be joined with industrial disaster insurance for intern and to be given allowance and credit. They also preferred reputation ratio of industry : college as 70% : 30% for intern reputation. There were some vitalizing method of fashion internship such as discriminated fashion internship program, government support for industries, universities and students, organization opening to connect industry and university, mentor-system and credit system introducing, curriculum reforming in the university.

Key words: internship program(인턴십 프로그램), fashion industry(패션산업), reputation ratio(평가 비율), vitalizing method(활성화 방안).

I. 서론

1. 연구의 필요성 및 목적

패션 산업은 제조 공정 단계별로는 섬유에서 패션 의류까지 단계별 주요 공정을 통해 이루어지는 종합 시스템형 산업이며, 고급화·다양화·개성화를 통해 부가가치를 극대화시킬 수 있는 고부가가치 산업이

이 논문은 2003년도 한국학술진흥재단 지원에 의하여 연구되었음(KRF-2003-042-C00157).

[†] 교신저자 E-mail : jyu@smu.ac.kr

다. 최근 이탈리아, 미국, 일본과 같은 선진국의 패션 산업은 종래 노동 집약에서 지식 집약적 산업으로 급속히 전환되고 있으며¹⁾ 국내에서도 패션 산업의 특성을 반영한 ‘업종별 산업 인력 양성 시스템²⁾’의 중요성이 대두되고 있다.

또한 오늘날 패션 기업의 채용 트렌드는 소규모 채용을 선호하며 채용 즉시 직무별 적재적소에 투입 가능한 경력 사원 같은 신입 사원을 필요로 하고 있다.

이와 같은 산업 인력의 다양화에 따른 인력의 기능 불일치³⁾로 인한 실업을 최소화하기 위해서는 대학의 교육 시스템도 산업 현장을 이해하고 그 수요에 맞추어 개편되어야 할 필요가 있다고 본다. 이러한 현실에서 패션 관련 대학과 패션 기업의 이질성을 좁히고 win-win할 수 있는 방안 중 하나가 패션 인턴십이라 본다. 인턴십의 활성화와 성공적 수행을 위해서는 패션기업과 대학이 공동체 의식을 갖고 서로의 특성과 상황을 이해하고 견지해가면서 장점을 부각시키려는 노력이 필요하다.

그러므로 본 연구의 목적은 패션 산업 중심의 인턴십 프로그램 개발을 위한 선행 단계로 패션 기업 관계자들의 인턴십에 대한 인식 경향을 조사·분석하여 패션기업의 인턴십 프로그램 개발에 필요한 기초 자료를 제공하는데 있다.

2. 연구의 내용

본 연구는 패션 산업 인턴십 프로그램 모델 개발에 선행한 연구로서 다음과 같은 내용을 포함하고 있다.

첫째, 패션 기업의 인턴십 실행·도입 이유 및 문제점을 파악한다. 둘째, 인턴십의 모집 시기, 인원, 부문, 경로 등에 관한 패션 업계 담당자의 의식을 분석한다. 셋째, 인턴십 선발 내용으로 지원 대상자의 자격, 선발 유형, 선발시 고려 요인 등에 관한 내용을 조사·분석한다. 넷째, 인턴십 실습 기간, 1일 실습 시간, 실습 유형, 실습 내용을 분석한다.

다섯째, 인턴십 평가 내용에 대하여 분석한다. 여

섯째, 인턴십 학생에 대한 처우 및 사후 관리에 대하여 파악한다. 일곱째, 기타 인턴십 운영에 관한 교과 내용, 기대 효과, 활성화 방안 등에 관한 견해를 비교 분석한다.

3. 연구 방법 및 절차

국내 패션 기업의 수는 제조, 유통, 매체, 광고, 연구소 등을 포함하여 만여개로 추정된다. 본 연구에서는 패션협회에 등록되어 있는 194개⁴⁾ 회원사 중 내셔널브랜드 50개 업체를 임의 선정하여 설문 조사의 대상으로 하였다.

조사대상의 배경 특성은 <표 1>과 같다.

본 연구를 위한 조사 도구는 업계에서의 인턴십 프로그램 개발을 위한 전반적인 내용을 파악할 수 있는 인턴십 실행 기업용과 인턴십 비실행 기업용 2종의 설문지에 총 80개 문항으로 구성되었다.

측정 도구의 신뢰도와 타당도를 높이기 위하여 선행 연구, 정부 간행물 그리고 면담 조사 결과를 토대로 서술형 설문을 패션 업계 담당자 20명에게 실시한 후 그 내용을 바탕으로 설문 문항을 작성하였다. 작성된 설문 문항은 2004년 5월에 각 분야별로 예비 조사를 실시한 후 수정·보완되었다. 설문 조사는 2004년 8월 27일부터 10월 30일까지 약 두 달에 걸쳐 연구자들이 직접 방문, 우편, 팩스, 인터넷 메일 방법으로 진행되었으며, 설문 결과는 SPSS 10.0을 사용하여 빈도 분석과 분산 분석 t-검정과 F-검정을 실시하여 분석하였다.

조사 도구의 구체적인 내용은 다음 <표 2>와 같다.

<표 1> 조사대상의 배경 특성

대 상	인턴십 경험 여부	빈 도(%)
기 업	실행 기업	11(22)
	비실행 기업	39(78)
계		50(100)

1) 산업자원, *디지털 시대의 산업경쟁력 강화전략* (산업자원부, 2000. 7), pp. 1-7.

2) 최영섭, “업종별 접근 방식의 산업인력 양성 연구 및 정책 필요,” *e-kiet 산업경제 정보*, 2002년 6월 5일, pp. 12-23.

3) 정진화, “대학의 산학 연계교육 현황과 활성화 방안,” *e-kiet 산업경제정보*, 2003년 2월, pp. 21-33.

4) 한국패션협회, “회원사 리스트,” ([2004년 9월 8일 검색]) ; available from World Wide Web @ <http://www.koreafashion.org>

〈표 2〉 조사도구의 구성 및 내용

실행· 비실행 기업 공동	실행 내용	실행·도입이유/실행·도입문제점
	모집 내용	모집시기/모집인원/모집부문/모집경로
	선발 내용	지원자자격/선발방법/선발시 고려요소
	실습 내용	인턴십 실습기간/일일실습시간/실습유형/실습내용
	평가 내용	평가시 평가비중
	처우 및 사후 관리	수당지급 의향/산재보험 책임 여부
	교육 내용	대학측면에서 학생들에게 교육해야할 내용/ 귀사에서 필요하다는 교과목
	기대 효과	취업률/ 학계와 업계의 괴리감/기업이미지 제고/우수인력 확보/신입사원 이직률/학교교육의 만족도 향상/학생들의 아이디어 활용/학생의 조직적응력/학생의 진로/이수학생 채용시 특전
	활성화 방안	교과과정의 개선부/인턴십 담당교수제도/학점제/연계시커졸 담당기관/참여기관 및 대학 특혜/교원의 기업체 실무연수 및 공동연구/인턴학생에게 수당/ 인턴십프로그램 필요

II. 이론적 배경

1. 국내 인턴십 제도

우리 나라 인턴십은 1984년 LG그룹에 의해서 처음 시행되었으며 이때의 인턴십 개념은 취업 희망자가 희망 업체에 일정 기간동안 근무하면서 직업 훈련과 함께 근무 적격성을 평가 받아 추후 정규 채용을 하게 하는 제도였다⁵⁾. 대상은 대체로 4년제 대학의 3-4학년 재학생, 석사 과정생 또는 졸업생도 포함되었다. 모집은 공개 모집 형식과 추천 모집 형식⁶⁾으로 진행되었다. 선발 방법은 1차 서류 전형, 2차 면접 및 TOEIC 평가, 신체 검사 등이 일반적이었다. 인턴십 교육 내용은 오리엔테이션, 회사 소개 등과 같은 집체 교육 실시 후 현업 부서에 배치되어 멘토의 지도 하에 일반 사원과 동일한 업무를 수행하였다. 인턴 기간은 업무 적격성 판단에 필요한 최소한의 기간으로 방학 기간 중 1개월~3개월 이내였으나 2주 또는 4주가 일반적이었다. 임금은 대졸 신입 사원의 수습 기간 임금이나 초봉의 80% 수준의 일당에 실근무 일

수를 곱한 금액에 각종 복지 수당이 합하여져서 지급되었다. 인턴 기간 종료 후 정당한 사유가 없는 한 채용을 의무화 하였다.

그러나 이러한 인턴십의 기존 개념은 IMF를 계기로 이전과는 상당히 다른 제도로 변모되었다. 정부는 1998년 6월부터 2001년 12월 31일까지 한시적으로 대졸 미취업자를 대상으로 인턴 사원 훈련제를 시행하도록 하고, 이를 시행하는 기업에게 고용 보험법에 따른 비용의 일부를 지원하였다⁷⁾. 이 때의 인턴십 개념은 대학이나 전문대학을 졸업하고 미취업 상태에 있는 자로서 기업에서 채용 전에 직업 능력 개발 및 평가를 위해 모집, 선발한 자를 대상으로 하는 사내 직업 훈련의 개념으로 바뀌었다. 대상은 대학 재학생이 아닌 미취업 졸업생이었으며, 교육 내용은 집체 훈련과 현장 훈련을 병행한 양성 훈련을 실시하였다. 인턴 기간은 1년 이내로 연장되었으며, 인턴 종료 후 고용 여부는 사업자 자율에 따르도록 하였다. 또한 이들에게는 임금이 아니라 기능 습득을 목적으로 연수를 받는 것이므로 일정액의 훈련 수당(연수 수당)이 지급되었다⁸⁾.

5) 한국경영자총협회, *인턴사원제의 도입 방안*, (1998. 7.), pp. 2-3.

6) 공개모집형식 : 대학이나 학과를 지정하지 않고 모집하는 형식.
추천모집형식 : 대학이나 학과를 지정하고 교수의 추천을 통해 모집하는 형식.

7) 노동부, *인턴사원제 활성화 방안*, (1998. 5.), pp. 7-9.

8) 노동부, *인턴사원 훈련 시행에 관한 지침*, (1998. 9.), pp. 14-21.

8) 강성태, "인턴사원의 근로기준법상 지위," *사회과학연구* 제6집 1호 (대구대학교 사회과학연구소, 1999), pp. 24-44.

이후 2002년도에는 노동부에서 기존의 정부 지원 인턴제를 발전시킨 ‘청소년 직장 체험 프로그램’을 운영하였다. 이 프로그램은 ‘연수 지원제’와 ‘인턴십 취업 지원제’로 분류 진행되었다. 이 중 연수 지원제는 기업에게 유능한 인재 탐색의 기회를 제공하려는 목적하에 만 18~30세 미만의 미취업 청소년들을 대상으로 대기업, 공공 기관, 사회 단체 그리고 연구소 등을 대상으로 운영되었다. 인턴의 기간은 2개월 이상이며, 하루에 4~8시간 또는 일주일에 20시간으로 파트타임도 가능하였다. 이들 대상자나 기업들에게는 한달에 30만원의 지원금과 재해 보험금이 최대 6개월간 지원되었으며, 재학생들에게는 학점도 인정되었다. 반면 ‘인턴십 취업 지원제’는 청소년 실업자의 빠른 취업과 중소기업의 인력 부족을 동시에 지원하는 것을 목적으로 운영되었다. 대상은 역시 18~30세 미만의 미취업 청소년이며, 대상 기업은 5인 이상 300명 미만 규모의 기업에서 상시 근로자의 20%이내 인원을 채용할 수 있었다. 인턴십 기간은 3개월이며 정부에서 월 50만원을 지원하였으며 인턴 수료자를 고용할 경우 추가로 3개월을 더 지원하였다.

가장 최근인 2004년도 이후에는 대학 교육과 기업 간의 괴리감 최소화를 목적으로 국내 신 산학 협력 모델인 ‘대학생 장기 인턴십 활성화 프로그램’이 운영되고 있다. 대상 학생은 4년제 대학 3학년 1학기 또는 2학기 이수자이거나 2년제 대학의 1학년 2학기 또는 2학년 1학기 이수자이다. 대상 기관은 원하는 모든 기업이 참여할 수 있으며, 연수 기간은 6개월이고 근무 시간은 하루 8시간 주 5일 근무를 기본으로 하고 있다. 학점이 인정되며 월 30만원의 정부 지원금이 지불되고 인턴십 수료자에게는 동일 기업 지원시 채용 우

대의 특혜가 주어지고 있다.

2. 인턴십 관련 선행 연구

외국에서는 인턴십 관련 연구가 1980년대 이후 다양한 분야에서 활발히 진행되어 오고 있다. Cole, Kolko 그리고 Craddick 외 여러 학자들⁹⁾은 인턴십 프로그램의 질과 진행 과정, 인턴십 수행, 교육의 질 그리고 취업과의 관계 연구, 인턴십에서의 만족-불만족 인식에 관한 연구에서 학생들은 인턴십 프로그램이 체계적으로 구성될수록 그 기업을 긍정적으로 평가하며, 인턴십 기간동안 지도와 감독의 부족이 인턴십의 불만족을 야기시킬 수 있다고 하였다.

Wildes & Mount¹⁰⁾은 체계적인 프로그램을 도입했을 때 학생들이 인턴십을 긍정적으로 평가하였으며, 인턴십 경쟁률도 이전보다 월등히 높아졌다고 하였다.

Feldman & Weitz¹¹⁾은 인턴십 프로그램의 내용과 형태에 따라 학생들에게 남는 인상이 다르기 때문에 프로그램을 디자인할 때 학생들이 고객 및 직원들과 접촉할 수 있는 기회와 명확한 직무를 제공하는 것이 중요하다고 하면서 인턴십 프로그램에 명확한 직무를 포함시킬 것을 강조하였다.

Barron과 Maxwell¹²⁾은 인턴십 유경험 학생을 대상으로 설문 조사를 실시한 결과 인턴십을 경험한 학생들은 회사 직원들이 친절하고 협조적이며 업무에 최선을 다하는 모습과 효율적인 업무 수행 능력은 중요하게 인식하였으며 또한 쾌적한 환경을 선호하는 것으로 나타났다.

Fu¹³⁾는 대만의 시비스 산업 인턴십 프로그램과 인턴십 경험이 취업 준비에 얼마나 도움이 되는지에 대하여 학생, 교수, 업계 담당자의 의견을 비교 분석하

9) M. A. Cole, A. J. Kolko and R. A. Craddick, "The quality and process of the internship experience," *Professional Psychology* Vol. 12 (1981), pp. 570-577.

G. T. Gabris and K. Mitchell, "Exploring the relationships between intern job performance, quality of education experience, and career placement," *Public Administration Quarterly* Vol. 12 No. 4 (1989) pp. 484-504.

J. McCarrery, "Perceptions of satisfaction-dissatisfaction in the internship experience," *Public Administration Review* Vol. 39 No. 3 (1979), pp. 241-245.

10) V. J. Wildes and D. J. Mount, "The effect of structure on hospitality internship programs," *Journal of Hospitality & Tourism Education* Vol. 9 No. 4 (1998), pp. 43-45.

11) D. C. Feldman and B. Weitz, "Summer interns: Factors contributing to positive developmental experiences," *Journal of Vocational Behavior* Vol. 37 (1990), pp. 267-284.

12) Barron & Maxwell, "Hospitality management students' image of the hospitality industry," *International Journal of Contemporary Hospitality Management* Vol. 5 No. 5 (1993), pp. 5-8.

13) H. Fu, "Attitudes of students, educators, and industry professionals towards hospitality internships," (Unpublished Doctoral Dissertation, University of South Dakota, Vermillion, South Dakota, 1999), pp. 1-68.

였다. 그 결과 인턴십 보수에 대하여 학생, 업계, 교수 순으로 강한 요구 반응을 보였으며 인턴십 프로그램에 대해서는 교수, 업계, 학생 순으로 만족한 것으로 나타났다.

Talbot¹⁴⁾는 기업의 인지도를 높이는 방법 중 하나가 차별화된 인턴십 프로그램 운영이라고 하면서 잘 구성된 인턴십 프로그램은 학교나 기업의 홍보 대사 역할을 수행할 것이라고 하였다.

Thiel & Hartley¹⁵⁾는 인턴십의 세 주체인 기업, 대학, 학생들이 인턴십에 대해 서로 다른 견해를 가지고 있는 경우 인턴십 프로그램 품질이 저하되고 기대 효과가 떨어짐으로서 학생들의 인턴십 만족도도 낮아진다고 하였다. 그러므로 인턴십 프로그램 개발시 기업, 대학, 학생 등 세 집단의 의견을 반드시 조사·분석한 후 3집단의 의견이 반영된 체계적인 프로그램 개발이 요구된다.

국내 인턴십 관련 연구로는 주정은¹⁶⁾과 나정기¹⁷⁾를 들 수 있는데 두 연구 모두에서 학생들은 인턴십 관리자와의 정기적인 상담이 필요하다고 하였으며, 프로그램의 체계가 부족하고, 과제 부여가 없었다고 하였다. 즉 인턴십에 관한 실습 내용 및 관리 체제에 부정적인 반응을 보이고 있었다.

김영규¹⁸⁾는 우리 나라 인턴십 제도의 문제점을 국내 많은 기업들이 인턴 사원을 아르바이트 사원이나 다름없이 대우하고 있으며 그 이유로 인턴 실습생들이 업무 수행에 필요한 수준의 태도, 지식 및 스킬을 갖추고 있지 못하기 때문이라 하였다.

전경련에서는 기업과 대학간 대학생 인턴십 활성화 방안을 모색하기 위하여 조사를 실시한 바 있다. 조사 대상 기업은 총 206개였으며 이들 응답 기업 중 63%가 대학생 인턴십 프로그램 실시에 긍정적으로 평가하고 있었으나 참여 의사는 저조한 편(14%)

이었다. 희망분야로는 경영, 기획, 관리, 영업, 기술, 연구 등 다양하였다. 이들 기업이 희망하는 인턴십 규모는 적게는 2명에서 100여명에 이르는 매우 다양한 양상을 띠었다. 인턴십 대상 학생은 대부분이 4학년 1학기를 선호하였다¹⁹⁾.

이처럼 기업은 인턴십 제도를 자사의 홍보나 이미지 제고를 위한 이벤트 행사 정도로 활용하려는 경향이 있으며, 학생들은 기업 문화 체험, 실제 업무를 배우기 위한 기회로서 보다는 파트타임 업무나 이력서 칸 채우기를 위한 과외 활동 정도로 인식하고 있는 것 같다고 하였다. 또 다른 인턴십 제도의 문제점은 기업이 인턴십 제도를 투자라기 보다는 비용의 부담으로만 여기고 있다는 점이다. 이러한 이유는 체계적인 인턴십 프로그램의 부재 또는 현존 프로그램이 실제 업무내용과 관련성이 떨어지기 때문이라고 하였다.

이상의 연구들은 인턴십 프로그램의 내용 및 체계성, 회사 구성원 및 환경이 인턴십에 미치는 영향, 인턴십 프로그램과 취업 관계, 인턴 사원제의 평가와 문제점에 대한 내용이 주를 이룰 뿐 패션 산업 종사자들의 패션 산업 인턴십에 대한 의견의 조사 분석은 이루어지지 않았다. 그러므로 본 연구에서는 패션 기업 관계자를 대상으로 패션 인턴십에 대한 의견을 조사·분석하여 바람직한 인턴십 프로그램 개발의 기초 자료를 제공하고자 한다.

III. 결과 및 논의

1. 인턴십 실행 내용

기업에서 인턴십을 실행 또는 도입하는 이유에 대하여 분석한 결과 실행 기업과 비실행 기업간에는 유의한 차이가 나타났다. 즉 실행 기업에서는 현재 인턴십을 ‘부족한 인력 보충의 수단으로 활용(33%)’하

14) S. P. Talbot, "Boost your campus image to attract top grads," *Personnel Journal* Vol. 75 No. 3 (1996), pp. 6-9.

D. Pianko, "Power Internships," *Management Review* Vol. 12 (1996), pp. 31-33.

15) G. R. Thiel and N. T. Hartley, "Cooperative Education: a natural synergy between business and academia," *SAM Advanced Management Journal* Vol. 62 No. 3 (1997), pp. 19-24.

16) 주정은, "Korean students' perceptions of the effectiveness of their internship experiences in the hospitality industry in Korea" (Unpublished Masters Thesis, University of North Texas, 1997), pp. 1-78.

17) 나정기, "산학실습에 대한 실태조사: 고등교육기관의 관광관련학과 실습생은 중심으로," *외식경영연구* 2권 2호 (1999), pp. 91-119.

18) 김영규, "인턴십프로그램이 자리잡는데 기업들의 인턴사원에 대한 교육-훈련 있어야, 인턴십 프로그램의 전 문화," *EM CONSULTING* (2002), pp. 13-15.

19) 전경련, "기업이 바라는 대학 교과과정" 조사결과 및 이의 활용방안," *전국경제인연합회* (2003), pp. 1-20.

고 있다는 응답이 가장 높게 나타났으며 다음으로 '신입 사원 조기 적응 능력과 업무 수행 능력 향상(28%)', '우수 인력 선발 기능 강화(28%)' 순으로 나타난 반면, 비실행 기업에서는 '신입 사원 조기 적응 능력과 업무 수행 능력 향상(36%)'이 가장 높게 나타났고 다음으로 '우수 인력 선발 기능 강화(23%)', '부족한 인력 보충 수단으로 활용(16%)' 순으로 나타났다. 즉 현재 인턴십을 운영하고 있는 기업들은 부족한 인력 보충의 수단으로 이용하는 경향이 있다고 볼 수 있다. 그러나 두 집단을 통합 분석한 결과는 <그림 1>에서와 같이 '신입 사원 조기 적응 능력과 업무 수행 능력 향상(34%)'이 가장 높게 나타났고, 다음으로 '우수 인력 선발(24%)' '부족한 인력 보충의 수단으로 활용(19%)' 순으로 나타났다. 그러므로 향후 인턴십 프로그램은 학생들의 회사 적응과 업무 수행 능력을 향상시킬 수 있는 내용에 초점을 맞추는 것이 바람직하리라 본다.

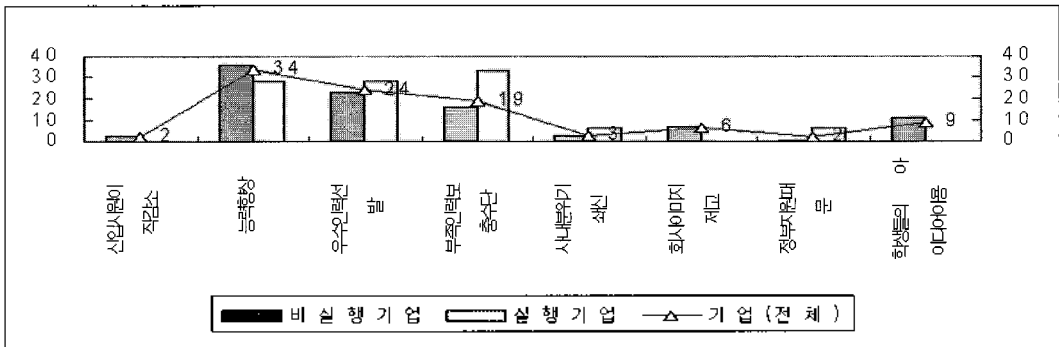
2. 인턴십 모집 내용

1) 인턴십 모집 시기

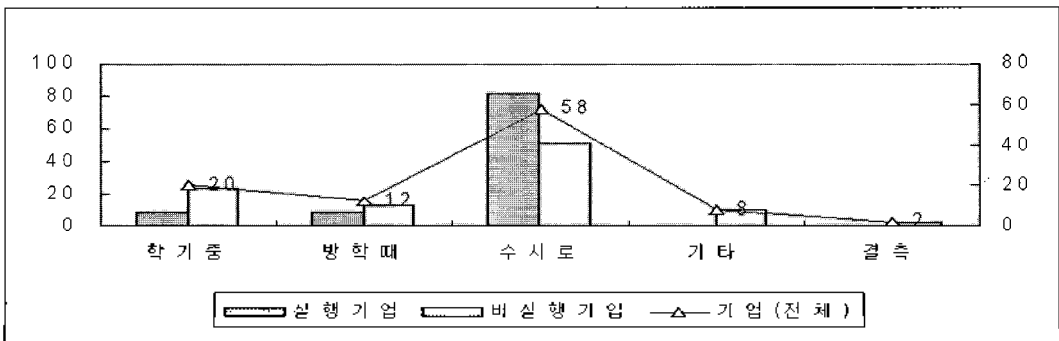
인턴십 모집 시기에 대해서 두 집단간에 유의한 차이는 나타나지 않았다. 이를 통합 분석한 결과 <그림 2>에서와 같이 '수시로(58%)'가 가장 많았으며 다음이 '학기중(20%)', '방학 때(12%)' 순으로 나타났다. 이러한 현상은 대부분의 대학생들이 선호하는 기간과 큰 차이를 보이고 있는 결과로서 두 집단간의 갭을 해결하기 위해서는 단계별 인턴십 프로그램 개발이 시급하다.

2) 인턴십 모집 인원

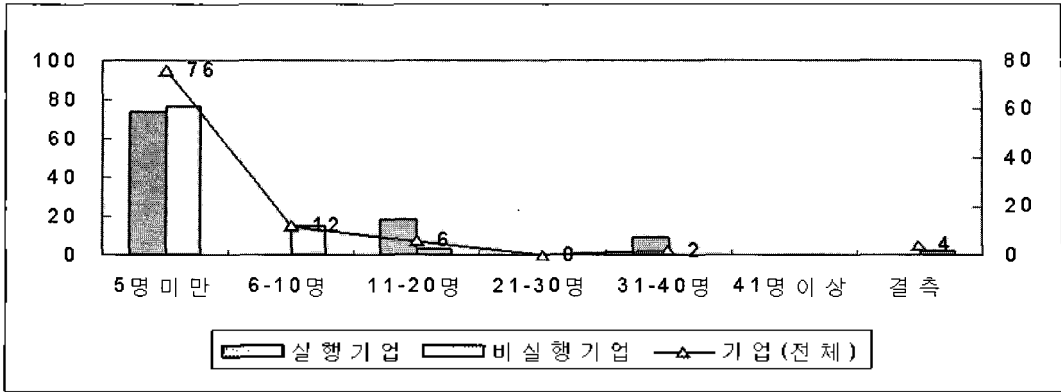
인턴십 모집 인원 에 대한 분석 결과 역시 두 집단간 유의한 차이는 없었으며 그 통합 결과는 <그림 3>에서와 같이 기업의 76%가 '5명 미만'을 선호하는 것으로 나타났다. 이러한 결과는 폐선 기업의 특징으로서 기업이 향후 인턴십 프로그램을 운영할 때 반영할 필요가 있다고 본다. 그러므로 대학에서는 여러 회사와 인턴십 협정을 체결한 후 소수 인원을 여러 회사에 분산시키는 프로그램을 개발할 필요가



<그림 1> 기업의 인턴십 실행/도입 이유.



<그림 2> 인턴십 모집 시기.



<그림 3> 일회 인턴십 모집 인원.

있다고 본다.

3) 인턴십 모집 부문

인턴십 모집 부문은 <그림 4>에서와 같이 실행 기업은 '디자인 부문(46%)', 'MD(27%)', '구분 없음(9%)' 순으로 나타났는데 반해, 비실행 기업은 '디자인 부문(38%)', '구분 없음(26%)', 'MD(13%)' 순으로 약간의 차이를 보이고 있었다. 즉 디자인 부문에서 가장 많은 인력을 필요로 하고 있었는데 이것은 패션 기업들이 내학생의 신선한 아이디어를 활용하기 위함이 아닌가 사료된다. 또한 영역을 구분하지 않는 경우가 두 번째로 높게 나타났는데 이것은 인턴십 기간에 전문적인 업무 수행은 불가능하므로 영역 구분 없이 통합 선발하여 부서별 계교육을 시키거나 부족한 인력을 충당하기 위함이라 보여진다.

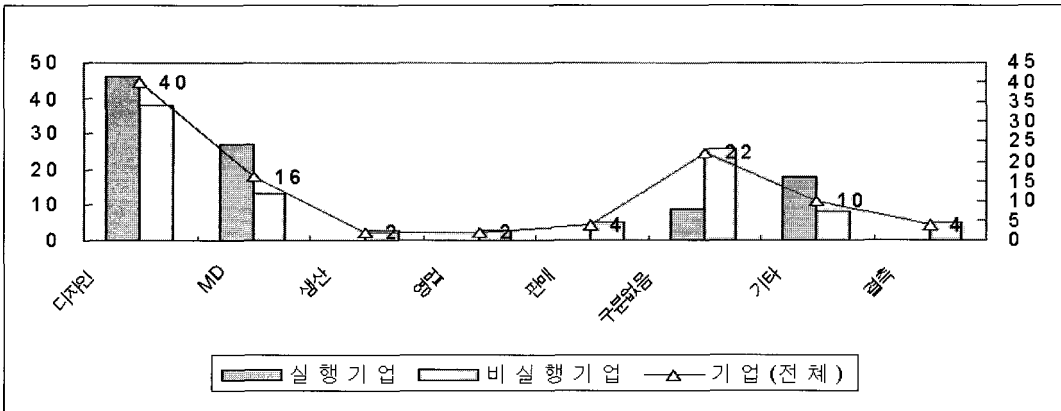
4) 인턴십 모집 경로

모집 경로를 알아보는 질문에 실행 기업은 '학교 추천, 공개 채용, 두가지 병행' 방법을 고르게(각각 27%) 활용하고 있는 것으로 나타난 반면, 비실행 기업은 '학교추천과 공개채용 병행(46%)' 방식을 선호하는 것으로 약간의 차이를 보이고 있었지만 이들을 통합 분석 결과는 <그림 5>에서와 같이 두가지 병행 방법이 가장 높게 나타났다. 그러므로 향후 인턴십 모집은 학교 추천과 공개 채용 방법을 계속 병행하는 것이 바람직할 것이다.

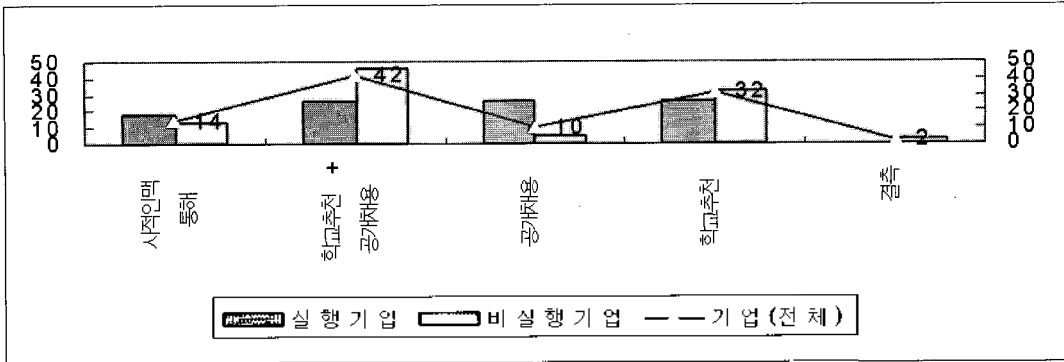
3. 인턴십 선발 내용

1) 인턴십 지원자 자격

'지원자 자격'에 대한 분석 결과 실행 기업과 비실행



<그림 4> 인턴십 모집 부문.

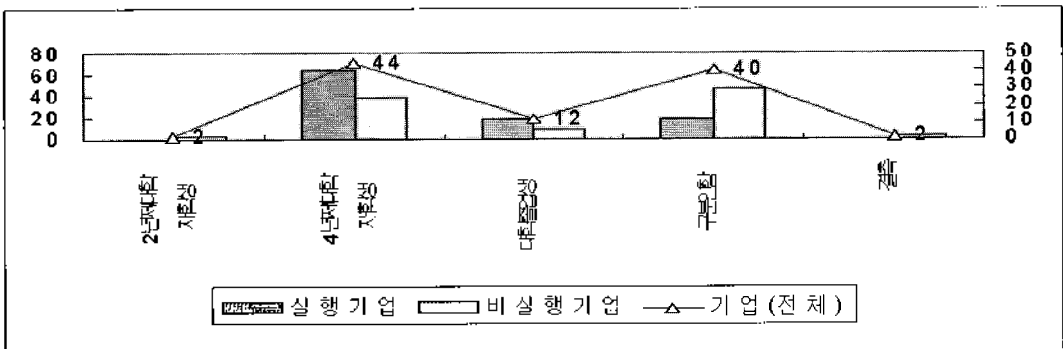


〈그림 5〉 인턴십 보잡 경로.

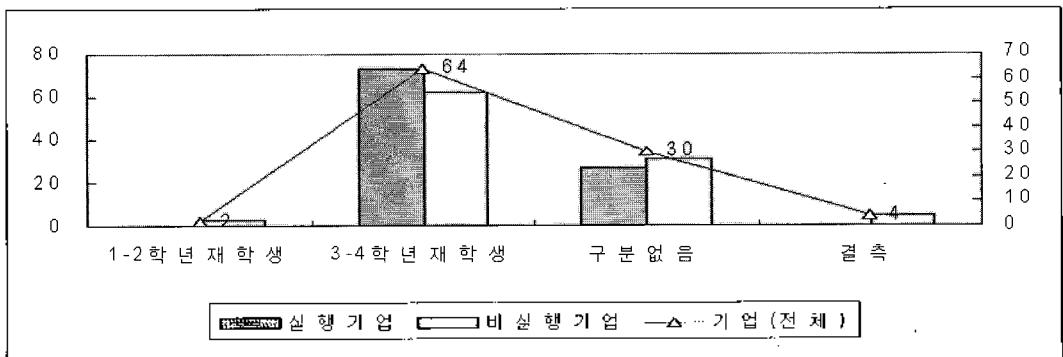
기업간에는 유의한 차이가 나타났다. 즉 실행 기업은 ‘4년제 대학 재학생(64%)’을 가장 많이 인턴 실습생으로 채용한 반면, 비실행 기업은 ‘구분 안함(46%)’이 가장 높게 나타나 약간의 차이를 보이고 있었지만 이들을 통합 분석한 결과 〈그림 6〉에서와 같이 ‘4년제 대학 재학생(44%)’이 가장 높게 나타났으며 다음은 ‘구

분 없음(40%)’ 순으로 나타나 대부분의 폐선 기업들은 4년제 재학생을 선호하였으나 대학 유형이나 졸업 또는 재학 상황을 고려하지 않은 기업도 많았음을 알 수 있었다.

인턴십 선발 시 선호 학년은 〈그림 7〉에서와 같이 실행·비실행 기업 모두 저학년보다는 전공 교과목



〈그림 6〉 인턴십 선발 시 고려되는 대학 유형.



〈그림 7〉 인턴십 선발 시 고려되는 학년.

을 어느 정도 이수한 3-4학년 재학생(64%)을 가장 선호하는 것으로 나타났다. 그러나 학년에 관계없이 선발한다는 기업도 30% 정도를 차지하므로 저학년 학생도 인턴십이 가능한 기업을 발굴하고 적합한 업무 유형을 개발하여 저학년용 프로그램과 고학년용 프로그램을 따로 개발하는 것이 바람직하리라 본다.

2) 인턴십 선발방법

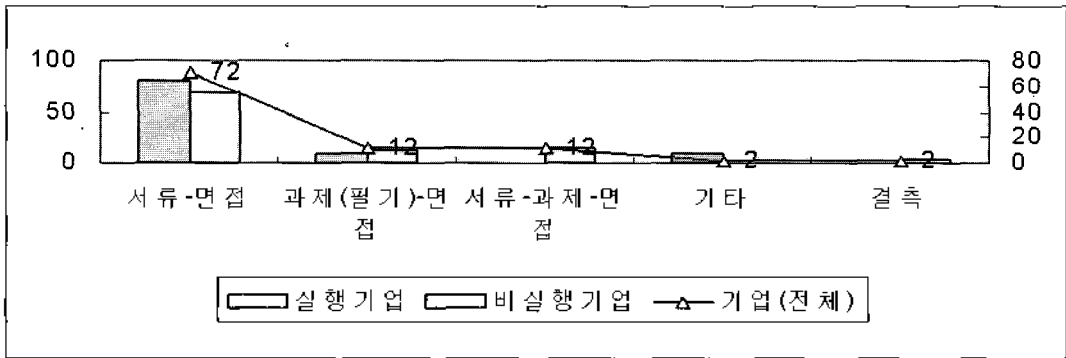
기업에서의 인턴십 '선발방법'은 <그림 8>에서와 같이 현재 인턴십을 운영하고 있는 기업의 82%가 서류와 면접으로만 선발하고 있는 반면, 비실행 기업에서는 69%가 서류와 면접으로 선발할 예정이고, 12% 정도는 과제와 면접을 기준으로, 그리고 15% 정도는 서류와 면접과 과제를 종합하여 선발하겠다는 의지를 보이고 있어 통합 24%가 '과제' 선발을 고려하고 있음을 알 수 있다. 그러므로 향후 패션 기업은 업무의 특성을 살려서 인턴십 후보자들에게 과제를 부여한 후 평가하여 선발하는 방식의 인턴십 프로그램을

개발할 필요가 있다고 본다.

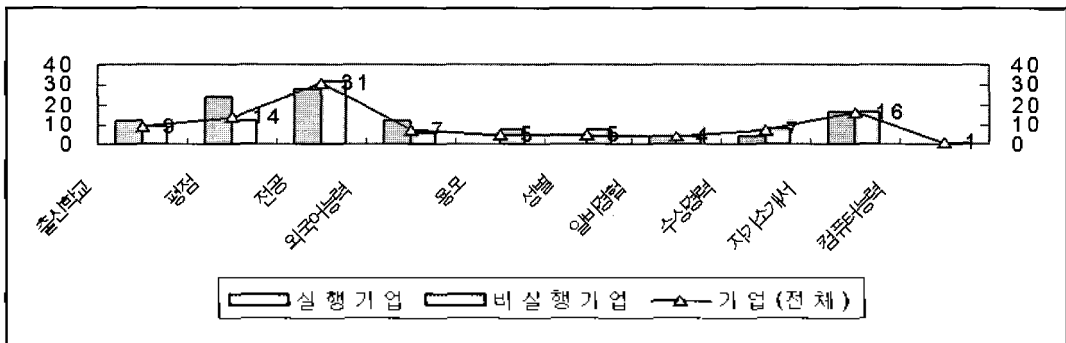
3) 인턴십 선발시 고려 요인

패션 기업에서 인턴십 학생을 선발할 때 고려하는 요인 중 중요시 여기는 요인은 <그림 9>에서와 같이 실행 기업과 비실행 기업간에 유의한 차이는 나타나지 않았다. 이를 통한 분석한 결과 가장 중요시 여기는 요인은 '전공(31%)'이었으며 다음으로 '자기소개 및 성장 배경(16%)', '평점(14%)'순으로 나타났다. 반면 용모, 성별, 알바 경험, 수상 경력, 컴퓨터 능력은 적게 반영하고 있었다.

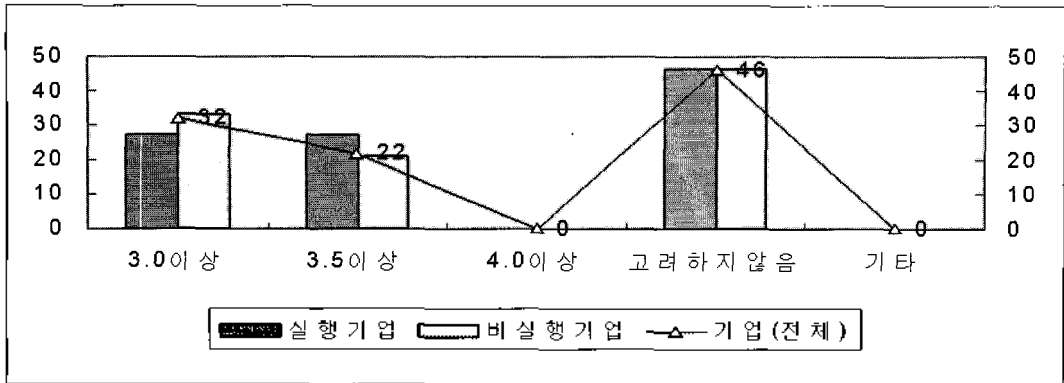
위에서 세 번째로 높은 반응을 보인 평점에 대해 보다 상세한 분석을 위하여 '지원 학생의 평점을 어느 정도 고려하는가' 하는 질문을 분석 결과 <그림 10>에서와 같이 '고려하지 않음'이 46%로 높게 나타났다. 그러나 평점 3.0이상인 학생을 선호하는 기업이 32%, 3.5이상 높은 평점을 요구하는 기업도 22%나 되기 때문에 이들을 통합해 보면 54%가 넘는 많은 기업들이



<그림 8> 인턴십 선발 유형.



<그림 9> 인턴십 선발 시 고려 요인.



〈그림 10〉 인턴십 선발 시 평점 고려 여부.

고평점자를 선호하고 있는 것으로 볼 수 있으며 이러한 현상은 인턴 학생에 대한 개인적인 정보가 부족한 기업의 관계자들이 평점을 학생의 성실도의 평가 척도로 사용하는 것이 아닌가 생각된다. 이러한 결과는 대학에서 학생 지도에 반영될 필요가 있다고 본다.

석한 결과는 〈그림 11〉에서와 같이 두 집단 모두 '폴타임으로 2개월(76%)'을 월등히 선호하는 것으로 나타났다. 그러므로 향후 배선 기업은 여름, 겨울 방학 기간을 이용한 프로그램을 개발할 필요가 있다고 본다.

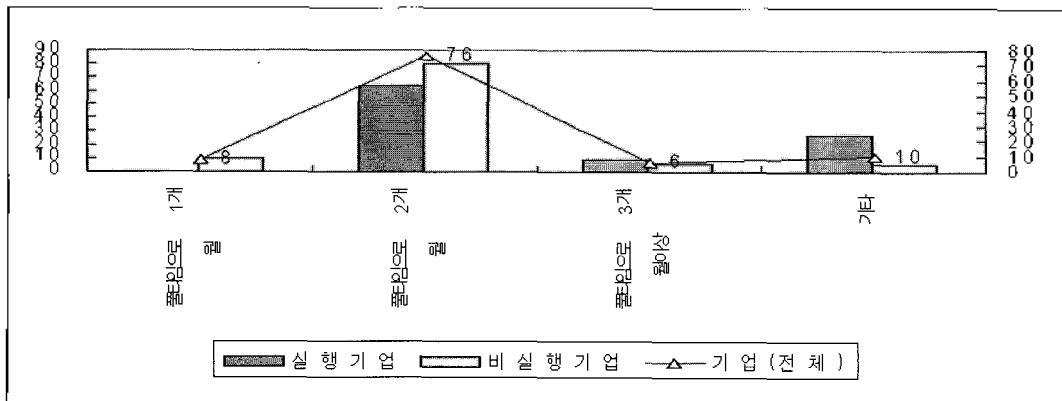
4. 인턴십 실습 내용

1) 인턴십 실습 기간

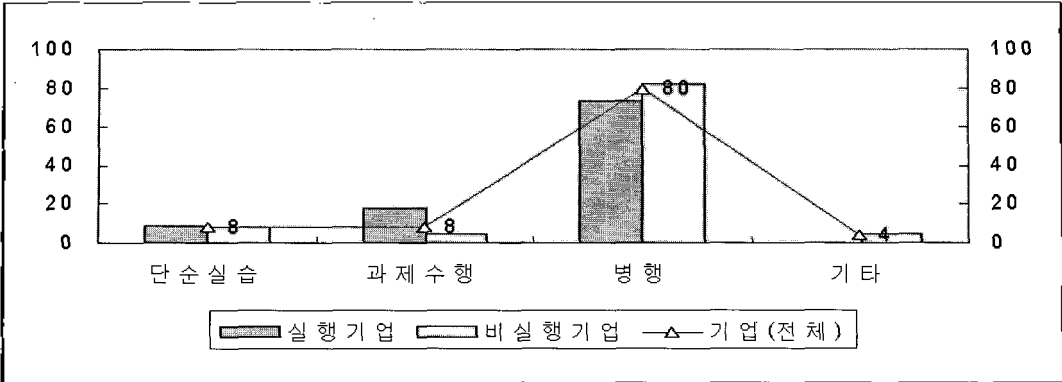
실습기간에 대한 분석 결과 실행 기업과 비실행 기업간에 유의한 차이를 보이고 있었다. 두 기업 모두 '폴타임으로 2개월(64%, 80%)'을 가장 많이 실시하거나 선호하고 있는 것으로 나타났다. 그러나 다음 순으로 실행 기업은 '폴타임으로 1년(27%)'을 많이 운영하고 있는 반면 비실행 기업에서는 '폴타임으로 1개월(10%)'을 선호하는 것으로 나타났다. 이를 통합 분

2) 인턴십 실습 유형

실행 기업의 인턴십 실습 유형과 비실행 기업의 선호 실습 유형간에는 〈그림 12〉에서와 같이 유의한 차이를 보이고 있다. 두 집단 모두 '단순 실습과 과제 수행의 병행'이 각각 73%와 82%로 가장 높게 나타났으나 다음으로 실행 기업에서는 '과제 수행형(18%)', '단순 실습형(9%)'순으로 나타난 반면 비실행 기업에서는 '단순 실습형(8%)', '과제 수행형(5%)' 순으로 나타났다. 그러나 기업 전체로는 '단순 실습과 과제 수행 병행형'이 80% 이상을 차지하므로 기업들이 모



〈그림 11〉 인턴십 실습 기간.



〈그림 12〉 인턴십 실습 유형.

두 단순 실습과 과제 수행을 병행하여 인턴십을 운영하고 있으며 또한 선호하고 있다고 볼 수 있다. 그러므로 향후 인턴십은 각 분야에 적합한 과제 부여형으로 운영되는 것이 바람직하리라 본다.

3) 인턴십 실습 내용

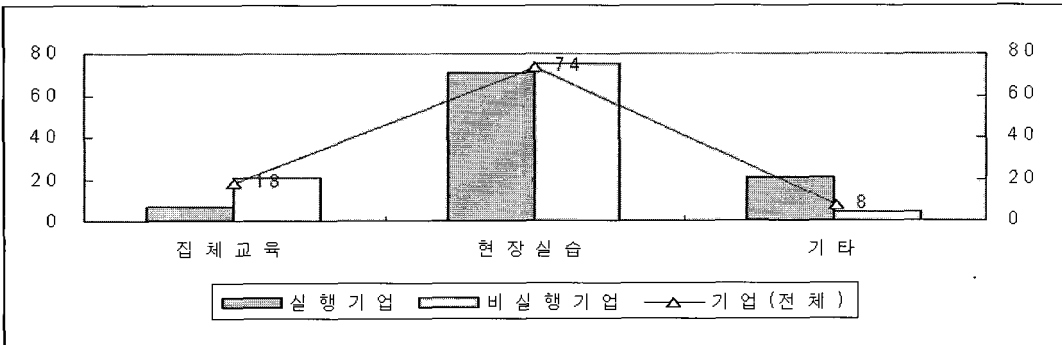
인턴십 실습 내용 분석 결과는 〈그림 13〉에서와 같이 실행 기업은 ‘현장 실습(71%)’, ‘기타(21%)’, ‘집체 교육(7%)’ 순으로 나타난 반면 비실행 기업은 ‘현장 실습(75%)’, ‘집체 교육(21%)’, ‘기타(4%)’ 순으로 나타나 약간의 차이는 보이고 있었다. 그러나 전반적으로 인턴십은 ‘현장 실습’ 위주로 운영될 것이므로 현장 배치시 실습자의 취향과 능력을 고려해야 하며, 이들을 담당할 멘토가 지정되어야 할 것이다.

5. 기업 요구 교육 내용

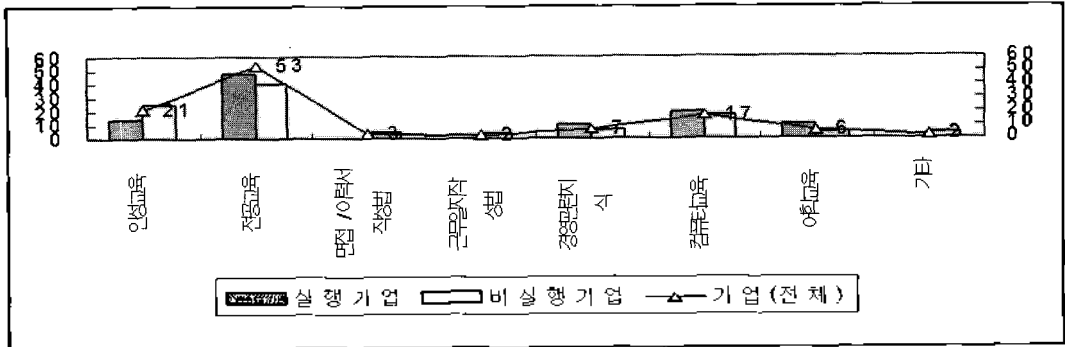
1) 요구되어지는 사전 교육 내용

먼저 ‘인턴 실습 전에 대학에서 사전에 교육해야 할 내용’에 대한 분석 결과 〈그림 14〉에서와 같이 실행 기업과 비실행 기업간에 유의한 차이를 보이고 있었다. 즉 실행 기업은 ‘전공 기본 교육(48%)’, ‘컴퓨터 기본 교육(19%)’, ‘인성 교육(13%)’, ‘경영 관련 지식/어학 교육(10%)’ 순으로 응답한 반면, 비실행 기업에서는 ‘전공 기본 교육(40%)’, ‘인성 교육(24%)’, ‘컴퓨터 교육(17%)’, ‘경영 관련 지식/면접 훈련·근무인사·이력서 작성법(6%)’, ‘어학 교육(5%)’ 순으로 나타났다. 두 집단을 통합 분석한 결과는 ‘전공 기본 교육(53%)’에 대한 필요성이 가장 높으며 다음으로 ‘인성 교육(21%)’, ‘컴퓨터 교육(17%)’ 순으로 나타나 이들 교육을 대학과 연계하여 풀어나가야 할 것이라 사료된다.

인턴십 선발 시 고려 요인에서와 마찬가지로 요구되어지는 사전 교육 내용에서도 ‘어학 교육’의 필요성이 낮게 나타났는데 이 이유는 본 연구의 대상이 국내 패션 브랜드에 국한되었기 때문이라 사료된다. 만약 연구의 범위를 유동과 수입 브랜드까지 확대시



〈그림 13〉 인턴십 실습 내용.



〈그림 14〉 인터넷 판매 전에 요구되어지는 교육 내용.

한다면 그 결과는 다르게 나타나리라 본다.

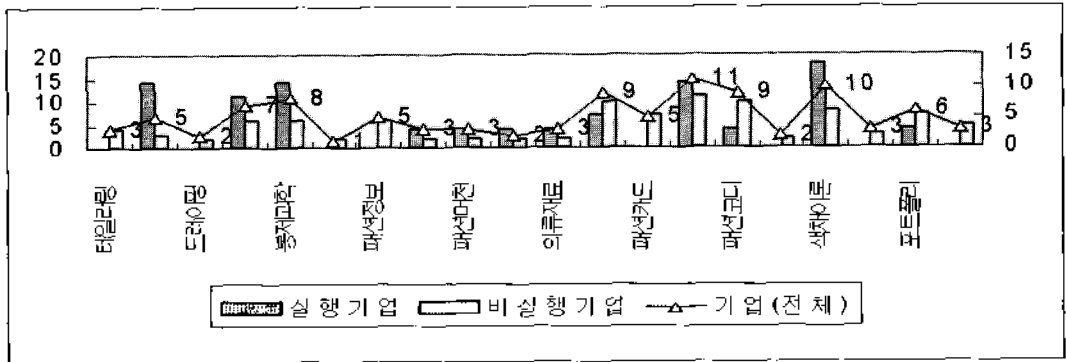
2) 부서별 요구 교과목

‘각 부서별 기업에서 필요로 하는 교과목’을 전국 패션 관련 4년제 대학 및 2년제 대학의 교과 과정을 수합하여 빈도가 높은 교과목 36개를 선정한 후 의복구성 분야(8개 과목), 패션 마케팅 및 심리 분야(10개 과

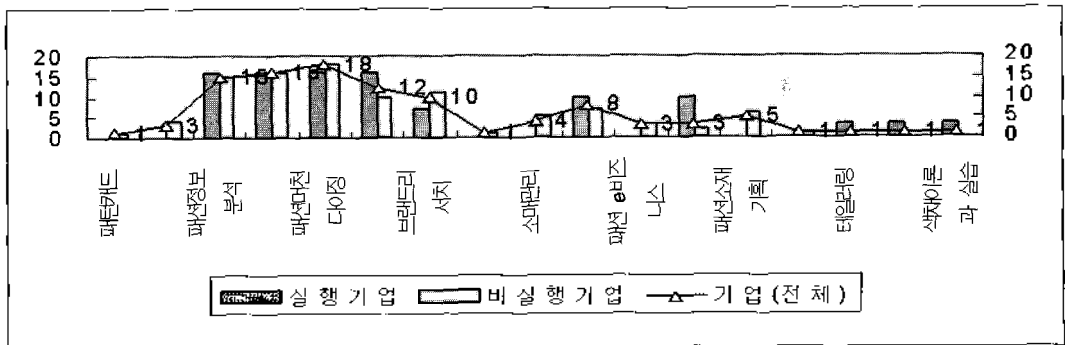
목), 의복 과학 분야(8개 과목), 복식 미학 및 디자인 분야(10개 과목)를 제시하고 그 중에서 선택하도록 하였다.

그 결과, 디자인 분야에서는 〈그림 15〉에서와 같이 ‘패션일러스트(11%)’, ‘색채 이론과 실습(10%)’, ‘패션 소재 기획(9%)’, ‘패션 코디네이션(9%)’, ‘복제 과학(8%)’ 등이 높은 비율을 차지하였다.

기획 분야에서는 〈그림 16〉에서와 같이 ‘패션 머천



〈그림 15〉 디자인 부서 요구 교과목.



〈그림 16〉 MD부서 요구 교과목.

다이징(18%), '패션 마케팅(16%)', '패션 정보 분석(15%), '패션 소비자 행동론(10%)', '브랜드 리서치(10%)' 등이 높게 나타났다.

생산 분야에서 요구되는 교과목은 <그림 17>에서와 같이 '봉제 과학(16%)', '의류 재료학(12%)', '패턴 CAD(11%)', '염색 및 의류 관리 실험(10%)', '산업 패턴(9%)' 등이 높게 나타났다.

영업 분야에서는 <그림 18>에서와 같이 '패션 마케팅(18%)', '소매 관리(14%)', '패션 정보 분석(10%)', '브랜드 리서치(9%)', '패션 머천다이징/패션 소비자 행동론/비주얼 머천다이징/패션 e비즈니스(각 9%)' 등이 주를 이루었다.

6. 처우 및 사후 관리

1) 인턴 학생 평가

인턴 학생을 평가할 때 기업과 대학 담당 교수와의 평가 비율에 관한 질문에 대하여 <그림 19>에서와 같이 '기업:대학 = 70:30(50%)' 이 가장 높게 나타났으

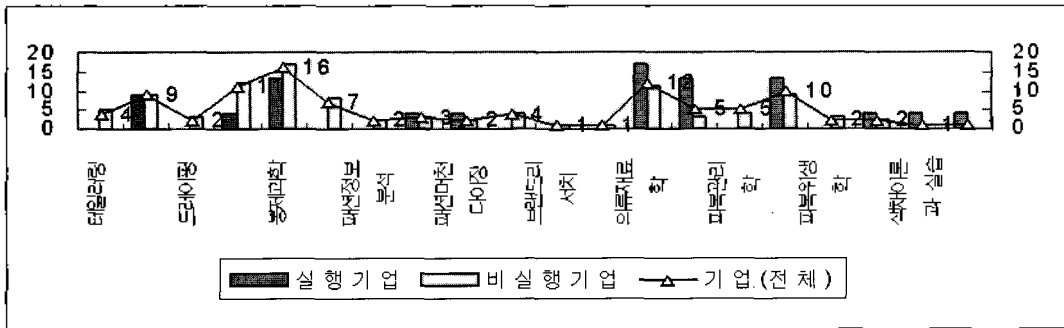
며 다음으로 '50:50(18%)', '60:40(14%)' 순으로 나타났다. 이처럼 기업의 평가율을 높게 원하는 것은 학생들의 보다 적극적이고 책임감있는 근무 태도를 기대하기 때문이라 본다. 그러나 기업간, 업무상의 차이가 있을 수 있고 대학에서의 평가문제 등을 고려해 볼 때, 기업의 평가율은 50% 한도내에서 적용하는 것이 바람직하리라 본다.

2) 수당 지급 의사

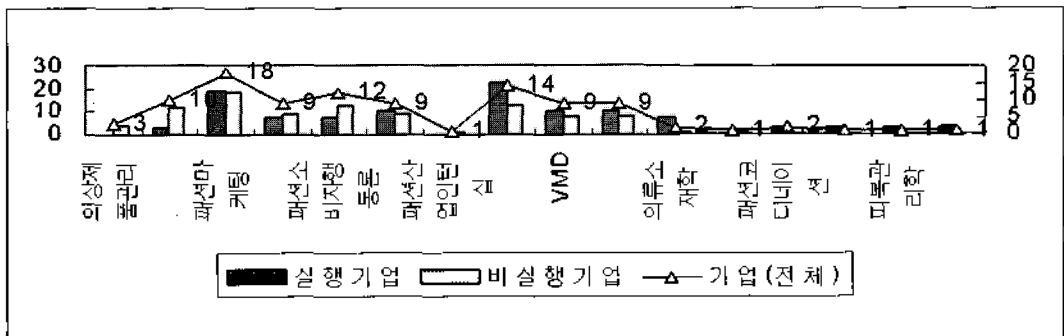
'인턴 학생에게 수당을 지급할 의사 유무'에 대한 설문 결과 실행 기업과 비실행 기업간에는 유의한 차이가 나타나지 않았다. 동향 분석 결과 <그림 20>에서와 같이 응답 기업의 74%가 긍정적인 반응을 나타냈다. 그러므로 기업에서는 인턴십 프로그램 개발시 얼마를 어느 기간에 몇 회에 걸쳐서 지불할 것인가를 포함시키는 것이 바람직하리라 본다.

3) 산재 보험 책임 소재

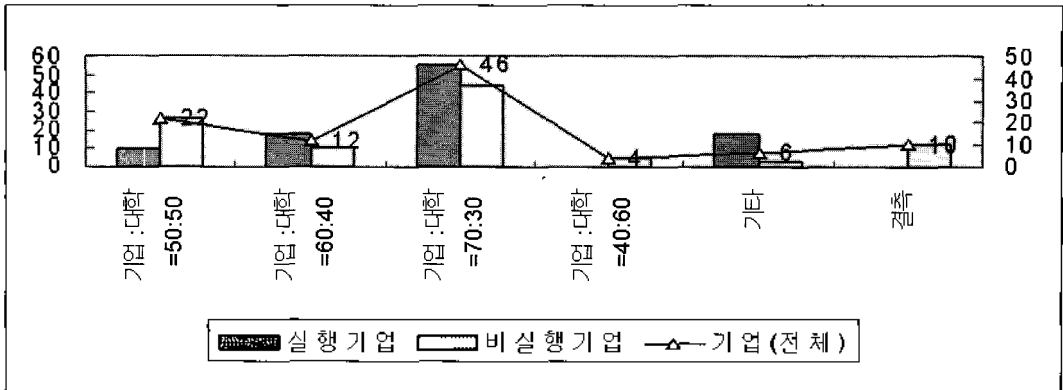
산재 보험의 책임 소재에 대한 질문에 실행·비실행



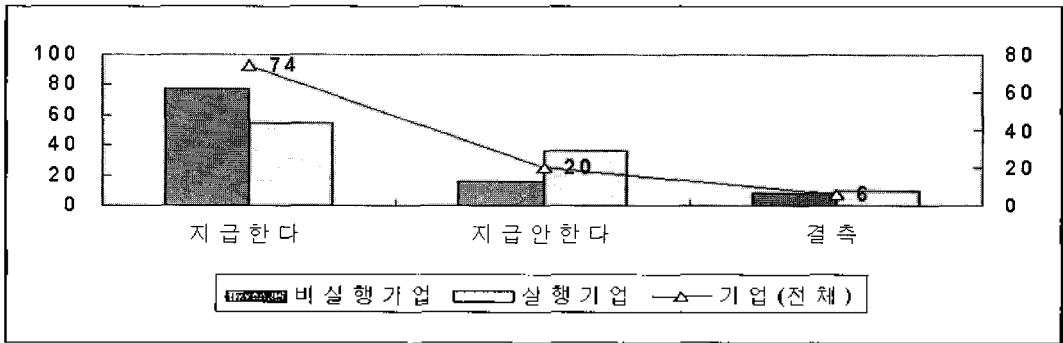
<그림 17> 생산부서 요구 교과목.



<그림 18> 영업부서 요구 교과목.



〈그림 19〉 인터넷 평가 비중.

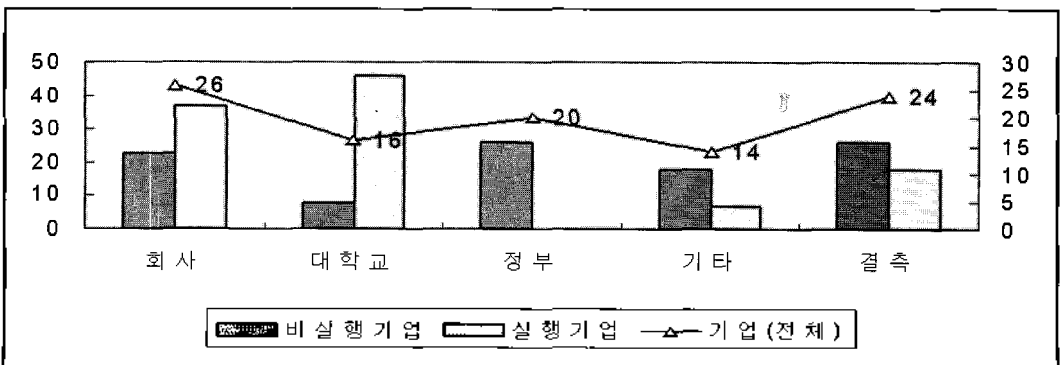


〈그림 20〉 수당 지급 의향.

기업간에는 차이가 없었으며 통합분석한 결과는 〈그림 21〉에서와 같이 26%가 회사가 지급해야 한다 라는 응답이 가장 높았으며 그 다음은 정부(20%), 학교 (16%) 순으로 나타났다. 그러나 이러한 문제가 패션 중소형 기업에는 부담이 될 수 있으므로 대학이나

정부 지원 방안도 검토해 볼 필요가 있으며, 그 내용을 인터넷 협정시에 명시하는 것이 바람직하리라 본다.

7. 기대 효과 및 활성화 방안



〈그림 21〉 산재 보험금 지급 소재.

1) 기대 효과

'기업이 인턴십을 실행함으로써 기대되는 효과'에 대하여 5점 리커트 척도(1: 매우 그렇다, 2: 그렇다, 3: 보통이다, 4: 그렇지 않다, 5: 전혀 그렇지 않다)로 측정한 결과는 <표 3>에서와 같이 인턴십 실행·비실행 기업간에 유의한 차이는 보이지 않았다. 이들이 기대한 효과로는 '우수 인력을 확보할 수 있을 것이다', '기업의 이미지를 높일 수 있을 것이다', '학생들의 새로운 아이디어를 활용할 수 있을 것이다', '신입사원 이직률을 낮출 수 있을 것이다'에 실행 기업이 비실행 기업 보다 높은 긍정성을 보였다.

2) 활성화 방안

활성화 방안을 도출하기 위하여 '기업이 인턴십을 운영/도입하는데 발생할 수 있는 문제점'과 '활성화 방안'에 대한 의견을 조사하였다.

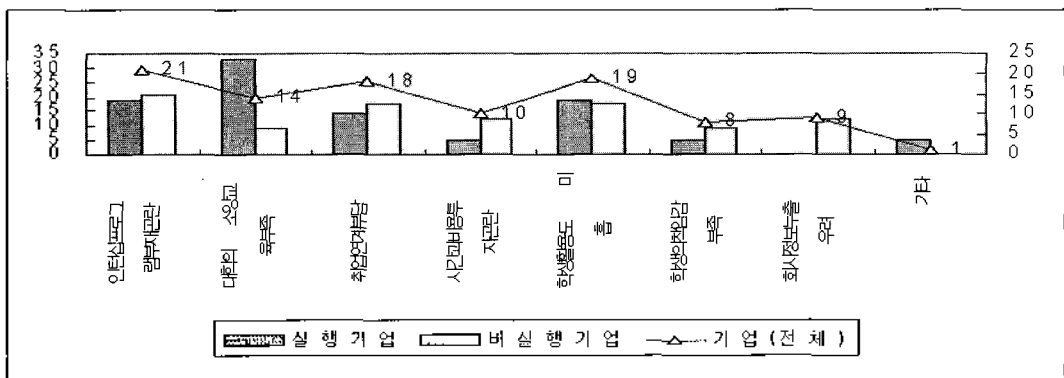
먼저 인턴십 운영상 문제점을 분석한 결과 실행 기

업과 비실행 기업간에는 유의한 차이를 보이고 있었다. <그림 22>에서와 같이 실행 기업의 가장 큰 문제점은 '학생의 소양 교육 부족(33%)'으로 나타났으며 다음으로 '인턴십 프로그램 부재/학생 활용도 미흡(각 19%)', '취업 연계 부담(14%)'순으로 나타났다. 반면 비실행 기업에서는 '인턴십 프로그램 부재(21%)'가 가장 높게 나타났으며 다음으로 '취업 연계 부담/ 학생 활용도 미흡(각 18%)', '시간과 비용 투자 곤란/ 회사 정보 누출 우려(각 12%)' 순으로 나타났다. 두 집단을 통합 분석한 결과 '인턴십 프로그램 부재(21%)'가 가장 높았으며, 다음으로 '학생 활용도 미흡(19%)', '취업 연계 부담(18%)', '학생의 소양 교육 부족(14%)' 순으로 나타났다. 이 중 가장 높은 비율을 보이고 있는 인턴십 프로그램의 부재는 현재 산학이 이분되어 운영되고 있는 국내 패션 산업의 발전을 위하여서 가장 시급한 문제라 보며 이 문제가 해결되면 '인턴 학생의 활용도 미흡'문제는 자연스럽게 해결될 것이라 본다. 대부분이

<표 3> 인턴십 운영 시 기대효과

기대효과	기업	비실행 기업	실행 기업	t 값
		평균(표준편차)	평균(표준편차)	
학계와 업계의 괴리감 좁힘		2.13(.80)	1.64(.67)	1.86
기업 이미지 제고		2.38(.78)	2.27(.79)	.42
우수 인력 확보		2.26(.79)	2.00(.89)	.93
신입사원 이직률 감소		2.95(.94)	2.82(1.08)	.39
학생의 아이디어 활용 가능		2.90(.85)	2.36(.50)	1.97

* $p < 0.05$, ** $p < 0.01$, *** $p < 0.001$.



<그림 22> 인턴십 운영상 문제점.

기업들은 대학에서 바라는 인턴 후 채용에 대하여 많은 부담을 느끼고 있는 것으로 나타났는데 이러한 문제는 대학에서도 인턴십을 수료하였다고 반드시 정규 직원으로 채용해야만 한다는 인식을 바꾸어야 할 필요가 있다. 즉 인턴십이 반드시 채용만을 위한 프로그램이 아니고 현장 경험의 기회를 제공하는 것이 용이하지 않은 현실에서 학생들을 위한 현장경험의 장이며 조직 문화에 대한 사전 교육으로 인식될 수 있도록 대학 및 인턴 기관들의 지속적인 홍보가 필요하다고 본다.

‘소양 교육 부족’에 대한 지적은 기업이 인턴십을 도입하는 이유에서도 지적된 ‘회사내 조직 적응 능력’ 향상을 위함과 일맥상통한 결과로서 기업에서 매우 심각하게 느끼고 있는 문제점이라 볼 수 있다. 그러므로 이러한 결과를 대학에 feed back 시킴으로서 대학에서 교양 교과목 개발 및 상담에 심어를 기울일 수 있도록 하여야 할 것이다.

이상의 문제점 파악에 이어서 ‘인턴십 활성화 방안’에 관한 설문은 5점 리커트 척도(1: 매우 그렇다, 2: 그렇다, 3: 보통이다, 4: 그렇지 않다, 5: 전혀 그렇지 않다)로 두 집단의 평균을 비교 분석한 결과는 <표 4>에서와 같이 두 집단 모두 3.0이하의 평균을 보여 필요성을 느끼고 있었다고 볼 수 있으며, 대체로 실행 기업의 관계자들이 비실행 기업의 관계자들보다 여러 항목의 필요성을 요구하고 있었다고 볼 수 있다.

즉 ‘실무 교육 강화를 위한 교과 과정 개선 필요’, ‘인턴십 담당 교수제 필요’, ‘기업과 대학을 연계시킬 기관 필요’, ‘기업과 교원 공동 연구 필요’, ‘학생에게 수당 지급’, ‘패션 인턴십 프로그램 개발 필요’ 항목에서는 실행 기업이 보다 높은 긍정성을 보인 반면, ‘인턴십 학점제 운영 필요’, ‘인턴십 참여 기관과 대학에 정부가 특혜 지원 필요’ 항목에는 비실행 기업이 실행 기업보다 높은 긍정성을 보이고 있었다.

IV. 요약 및 결론

본 연구는 패션산업 인턴십에 대한 패션기업 관계자의 의식을 분석하여 패션 기업 및 대학의 인턴십 프로그램 개발을 위한 기초 자료를 제공하는 데 목적이 있었다.

분석 결과를 정리하면 다음과 같다:

1. 인턴십 도입 운영 이유로는 신입 사원의 조기 적응 능력과 업무 수행 능력 향상을 위하여, 우수 인력을 선발하기 위하여, 부족한 인력을 보충하기 위하여 등이 주를 이루었다. 그러므로 향후 패션 기업의 인턴십 프로그램은 조기 적응 능력과 업무 수행 능력을 향상시킬 수 있는 내용에 초점을 맞추는 것이 바람직하리라 본다.
2. 대부분의 패션 기업은 주로 디자인 부분과 MD 부분에서 인력이 필요할 때마다 5명 미만의 소

<표 4> 인턴십 활성화 방안

기대효과	기업	비실행 기업	실행 기업	t 값
		평균(표준편차)	평균(표준편차)	
실무 교육 강화 교과 과정 개선 필요		1.59(.64)	1.55(.52)	.21
인턴십 담당 교수제 필요		2.28(.79)	1.73(.65)	2.13*
학점제 도입 필요		2.38(.88)	2.45(.82)	-2.4
기업과 대학 연계 기관 필요		2.18(.64)	2.00(.89)	.75
인턴십 참여 대학 및 기관에 특혜 지원		2.00(.73)	2.18(.87)	-7.0
공동 연구 필요		2.10(.64)	2.00(1.00)	.45
학생에게 수당 지급 필요		2.15(.49)	2.00(1.00)	.72
특성화된 인턴십 프로그램 필요		1.89(.84)	1.64(.50)	.95

*p<0.05, **p<0.01, ***p<0.001.

수 인원을 학교 추천이나 공개 채용을 병행하는 방법으로 모집한 것으로 나타났는데, 세부 전공은 특별히 제한하지 않아도 무리가 없을 것이라 본다.

3. 패션 기업은 인턴십 지원 자격으로 4년제 2년제를 특별히 제한하지는 않았으나 4년제 고학년을 선호한다고 볼 수 있다. 선발 시에는 전공 일치 이외에 자기 소개서 및 평점을 고려하는 것으로 나타났으므로 향후 학생 지도에 이러한 결과를 반영할 필요가 있다고 본다. 또한 패션 기업 대부분이 인턴십을 서류와 면접만으로 선발하고 있었으나 향후 과제를 부여한 후 과제 평가로 선발하는 방안 모색이 필요하다고 본다.
4. 인턴십 실습 기간은 풀타임으로 2개월이 적당하며, 이 기간동안 간단한 집체 교육 후 현장의 각 부서로 배치한 후 단순 실습과 과제를 수행할 수 있는 인턴십 프로그램 개발이 시급하며, 현장 담당자인 멘토제로 운영되는 것이 바람직하리라 본다.
5. 인턴십 기업에서 요구되는 교육 내용을 정리해 보면, 대학에서는 전공 기본 교육 이외에 인성 교육의 중요성을 강조할 필요가 있으며, 조사 결과에서 나타난 각 부서별 요구되어지는 교과목에 대해서는 인턴십 선발 기준에 해당 교과목 이수 여부를 검토할 수 있는 항목을 포함시키는 것이 바람직하리라 본다.
6. 이수자에 대한 처우로서 산재 보험 가입 및 수당 지급과 학점 수여가 요구되었으며, 학점 수여 시 기업 : 대학의 비율은 대학의 학점제 유형을 고려하여서 유동적으로 적용할 수 있을 것이다. 그러나 학제가 pass/fail 시스템이 아닌 평점제 (A, B, C...) 일 경우는 50% : 50%가 바람직하리라 본다.
산재보험은 기업과 대학이 합의하여 결정되 반드시 협정서에 명시하는 것이 바람직하리라 본다.
7. 인턴십 활성화 방안으로는 인턴십 도입 운영시 문제점으로 지적되었던 인턴십 프로그램 부재, 취업 연계 부담, 인적 경제적 비용 부담, 회사 정보 누출 등과 같은 기업내 문제 요인을 해결하는 방안 모색과 인턴 담당 교수제 및 학점제 도

입, 대학과 기업 연계기관 개설, 대학과 기업의 공동 인구 활성화, 대학의 교과 과정 개선 등이 필요하다고 본다. 이 중 가장 높은 비율을 보이고 있는 인턴십 프로그램의 부재는 현재 산학이 이분되어 운영되고 있는 국내 패션 산업의 발전을 위하여서 가장 시급한 문제라 보며 이 문제가 해결되면 '인턴 학생의 활용도 비효' 문제는 자연스럽게 해결될 것이라 본다. 대부분의 기업들은 대학에서 바라는 인턴 후 채용에 대하여 많은 부담을 느끼고 있는 것으로 나타났는데 이러한 문제는 대학에서도 인턴십을 수료하였다고 반드시 정규직원으로 채용해야만 한다는 인식을 바꾸어야 할 필요가 있다. 즉 인턴십이 반드시 채용만을 위한 프로그램이 아니고 현장 경험의 기회를 제공하는 것이 용이하지 않은 현실에서 학생들을 위한 현장 경험의 장이며 조직 문화에 대한 사전 교육으로 인식될 수 있도록 대학 및 인턴 기관들의 지속적인 홍보가 필요하다고 본다.

'소양 교육 부족'에 대한 지적은 기업이 인턴십을 도입하는 이유에서도 지적된 '회사내 조직 적응 능력향상'을 위함과 일맥상통한 결과로서 기업에서 매우 심각하게 느끼고 있는 문제점이라 볼 수 있다. 그러므로 이러한 결과를 대학에 feed back 시킴으로서 대학에서 교양교과목 개발 및 상담에 심어를 기울일 수 있도록 하여야 할 것이다.

이상의 결론으로부터 성공적인 패션 인턴십 프로그램 개발을 위해서는 패션 기업의 실천적 지식과 대학의 이론적 지식을 조화시킬 수 있는 협력적 교육체제가 구축되어야만 한다. 국내에는 아직까지 패션 업계에 적용할 만한 표준화된 평가 도구가 개발되지 않은 실정이므로 본 연구의 결과를 반영하여 향후 학계와 업계가 협력하여 인턴십을 기획하는 단계에서부터 채용, 교육, 평가 단계까지 대학과 연계하여 체계적인 프로그램을 개발하여야 할 것이다.

본 연구의 한계점은 연구 대상이 50개의 국내 내셔널 브랜드 업체 담당자로 한정되어 있어서 결과의 대표성이 떨어질 수 있다는 점과 응답자 구성비가 비실행 기업(78%)에 편중되어 있어 변별력 있게 파악하지 못한 점, 그 외에 인턴십 프로그램 평가 항목에 미

처 포함시키지 못한 요인들이 있을 수 있다는 점이다. 따라서 향후 이와 같은 점들을 보완한 연구 진행이 요구된다.

참고문헌

- 강상태 (1999). "인턴사원의 근로기준법상 지위." *사회과학연구* 6권 1호, 대구대학교 사회과학연구소.
- 김영규 (2002). "인턴십프로그램이 자리잡는데 기업들의 인턴사원에 대한 교육-훈련있어야, 인턴십 프로그램의 전문화." *EM CONSULTING*.
- 김태희, 이영남, 박홍현 (2002). "인턴십 만족도가 입사지원의향에 미치는 영향-외식·급식산업 중심으로." *호텔관광연구*.
- 나정기 (1999). "산학실습에 대한 실태조사: 고등교육기관의 관광관련학과 실습생을 중심으로." *외식경영연구* 2권 2호.
- 노동부 (1998. 5). *인턴사원제 활성화 방안*. 노동부.
- 노동부 (1998. 9). *인턴사원 훈련 시행에 관한 지침*. 노동부.
- 산업연구원 (2002). *대학교육과 산업현장의 연계분석 및 제도개선 방안*. 산업연구원.
- 산업자원 (2000. 7). *디지털 시대의 산업경쟁력 강화 전략*. 산업자원부.
- 전경련 (2003). *기업이 바라는 대학 교과과정 조사 결과 및 이의 활용방안*. 전국경제인연합회.
- 정진화 (2003. 2). "대학의 산학 연계교육 현황과 활성화 방안." *월간-kiet 산업경제정보*.
- 정진화, 최영섭 (2002. 10). *산업수요 중심의 인력양성 시스템 구축방안*. 산업연구원.
- 주정은 (1997). "Korean students' perceptions of the effectiveness of their internship experiences in the hospitality industry in Korea." Unpublished Masters Thesis, University of North Texas.
- 최영섭 (2002. 6). *업종별 접근 방식의 산업인력 양성 연구 및 정책 필요*. 산업경제정보.
- 한국경영자총협회 (1998. 7). *인턴사원제의 도입 방안*. 한국경영자총협회.
- 한국패션협회 (2003년 [2004년 9월 8일 검색]. "회원사 리스트"[온라인게시판]; available from World Wide Web @ <http://www.koreafashion.org>
- Barron & Maxwell (1993). "Hospitality management students' image of the hospitality industry." *International Journal of Contemporary Hospitality Management* Vol. 5 No. 5.
- Cole, M. A., A. J. Kolko and R. A. Craddick (1981). "The quality and process of the internship experience." *Professional Psychology* Vol. 12.
- Feldman, D. C. and B. Weitz (1990). "Summer interns: Factors contributing to positive developmental experiences." *Journal of Vocational Behavior* Vol. 37.
- Fu, H. (1999). "Attitudes of students, educators, and industry professionals towards hospitality internships." Unpublished Doctoral Dissertation, University of South Dakota, Vermillion, South Dakota.
- Gabris, G. T. and K. Mitchell (1989). "Exploring the relationships between intern job performance, quality of education experience, and career placement." *Public Administration Quarterly* Vol. 12 No. 4.
- McCarrery, J. (1979). "Perceptions of satisfaction-dissatisfaction in the internship experience." *Public Administration Review* Vol. 39 No. 3.
- Talbott, S. P. (1996). "Boost your campus image to attract top grads." *Personnel Journal* Vol. 75 No. 3.
- Thiel, G. R. and N. T. Hartley (1997). "Cooperative Education: a natural synergy between business and academia." *SAM Advanced Management Journal* Vol. 62 No. 3.
- Wildes, V. J. and D. J. Mount (1998). "The effect of structure on hospitality internship programs." *Journal of Hospitality & Tourism Education* Vol. 9 No. 4.