

여대생들의 대학생활 만족도가 대학 후원의도에 미치는 영향

김준교 / 숙명여대 홍보광고학과 강사
차영란 / 수원대 언론정보학과 교수

1. 문제제기

지식기반사회에서 무한경쟁의 글로벌 시대로 접어들면서 대학이 처하고 있는 환경은 급속하게 변화하고 있으며, 대학연령 인구의 감소로 존폐 위기에 처한 대학들이 등장하고 있다. 이제 대학 시장은 공급자 중심에서 소비자 시장으로 옮겨가고 있는 중이라고 할 수 있다. 대학의 생존 전략은 대학의 고객인 대학생들의 만족을 최대로 충족시켜서 고객이 계속적으로 자기 대학에 남아서 졸업을 하도록 하고, 졸업 후에도 자신의 모교에 대한 애착을 갖도록 하며 신입생을 지속적으로 유치하여 대학의 입지를 강화하는 것이다. 이런 노력을 하고 있는 대학만이 경쟁 속에서 살아남을 것이다.

또한 대학의 경쟁력 제고를 위해서는 대학 재정의 확보가 필수적이라고 할 수 있다. 우리나라 대학의 구조적인 문제점 중 하나가 재무구조의 취약성이다. 2006년 지방사립대학의 경우 수입예산 중 등록금 비율이 69.2%이고, 수도권 사립대학의 경우는 54.8%였으나 미국 하버드는 21%에 지나지 않고 있다(배병일, 2006). 그래서 'CEO 총장'이라는 말이 유행어가 될 정도로 각 대학의 총장들은 학교 발전기금을 모으기 위해 백방으로 뛰고 있다. 이러한 기부금 조성은 학교, 학생, 기부자 모두에게 이익이 되는 것이다. 그러나 갈수록 대학의 발전기금중 기업의 기부금에 대한 의존도가 높아지면 결국 대학이 기업의 논리에 종속될 위험이 있다. 결국 대학의 기업에 대한 경제적 의존도는 한계가 있는 것이다. 그러므로 장기적으로는 대학 구성원들의 자발적 기부를 이끌어 내는 것이 중요하며, 그런 면에서 졸업생들의 소액 기부는 안정적인 재정보호 방안이 될 수 있다.

따라서 본 논문에서는 여대학생들의 대학생활 만족도를 알아보고 그것이 졸업 후 모교 기부의사에 미치는 영향력을 알아보며, 그 관계를 실증적으로 검증하고자 한다.

2. 선행연구

대학시장에서 대학이 학생을 만족시키고 있는가는 중요한 관심사가 아닐 수 없다. 만족한 고객은 다른 사람에게 그 서비스를 추천하거나, 다시 그 서비스를 이용한다고 한 Kotler(1984)의 주장과 고객만족에 관련된 많은 연구들은 고객만족이 얼마나 중요한가를 제시해 준다. 특히 졸업생의 동문회 참여와 주변사람들에게 자신이 다녔던 대학의 추천 등과 같은 고객애호도 행동은 대학 재학 시 자신이 다녔던 대학만족도에 의해서 영향을 받는다는 점에서 대학에서의 고객만족에 관련된 연구는 매우 중요하다고 할 수 있다. 또한 동문회비

납부, 기부금 납부 등의 구매 후 행동은 대학발전에 지대한 영향을 미칠 수 있다는 점에서 고객만족에 대한 연구의 중요성이 더욱 절실해지고 있는 실정이다.

비영리조직의 마케팅 개념에 관한 연구는 여러 학자들에 의해서 정의되어져 왔다. Nickels(1982) 비영리조직의 마케팅이란 촉진 내지 광고활동과 동일시되어서는 안되며 이는 대중들이 원하는 바를 알아내어 조직의 능력을 최대한으로 발휘하는 가운데서 그들에게 공헌하면서 기부자시장 및 고객시장과의 상호만족의 달성여부를 평가하는 활동이라 정의하고 있다. 영리조직이든, 비영리조직이든, 모든 조직은 고객시장을 가지고 있으며, 대학의 고객시장은 학생들이다.

학생들의 대학교육 만족도 측정의 구성요소로 Astin(1993)은 교육의 질을 교수의 질, 행정 서비스의 질, 교수와의 관계등과 같이 학교 경험의 모든 부분으로 나누었으며, Harvey(2000)는 교과조직, 교수-학습, 도서관, 전산실습 시설, 학교 서비스, 학교 환경, 식당 및 휴게실, 학생회 활동, 자기계발의 기회 등 다양한 영역으로 구분하였다. 또한 Ruben(1995)은 교육의 질을 교수의 질, 행정 서비스의 질, 관계성의 질로 나누었으며, 교수의 질이 개선될수록 학습자의 만족도가 높아진다고 하였다.

정유리, 차석빈(2008)은 교육서비스 품질과 만족, 만족과 충성도 간에는 각각 정적인 관계가 있다고 하였다. 교육 서비스 품질 중 인적요인, 교육요인, 행정요인, 복지요인 모두 학생 만족에 유의미한 영향을 미치는 것으로 나타났으며, 학생 만족도는 충성도에 긍정적인 영향을 미치는 것으로 나타났다. 교육서비스품질 요인이 충성도에 미치는 영향을 분석한 결과, 교육요인과 복지요인은 충성도에 유의한 영향을 미치지만 행정요인과 인적요인은 충성도에 유의한 영향을 미치지 않는다고 하였다. 따라서 이러한 학교 충성도는 모교 자부심, 모교 홍보, 모교 선택, 모교 타인추천, 동창회 등의 모임 참석, 기부금 및 회비납부로 이어질 수 있다.

기부금은 사립대학의 주요한 재원이며, 그 중 동문들이 모교에 기부하는 금액이 기부금의 대부분을 차지하고 있다. 국내 Y대학의 기부금 조성 결과에 따르면 전체 기부자의 약 92%가 동문이었다는 것을 알 수 있다. 이러한 조사결과는 대학에 기부한 경험이 있는 기부자들이 대부분 동문들로써, 동문들은 자신이 졸업한 모교와 동일시하는 경향이 있다고 볼 수 있다(노정식 외, 2008).

3. 연구문제

- 연구문제 1: 만족도는 저학년과 고학년 대학생 간에 차이가 있을 것인가?
 연구문제 2: 기부의사는 저학년과 고학년 대학생 간에 차이가 있을 것인가?
 연구문제 3: 대학생활 만족 요인들의 기부관련 의식에 대한 상대적 영향력은 어떠한가?

4. 연구방법

자료수집을 위하여 2009년 9월 중순 한 주에 걸쳐 서울 소재 여자대학교 한 곳에서 여대생 총 125명을 대상으로 설문조사를 실시했다. 최종적으로 총 122명의 데이터가 분석되었다. 응답자 122명 중 24명이 1학년(19.7%), 46명이 2학년(37.7%), 28명이 3학년(23.0%), 24명이 4학년(19.7%)에 재학 중이었다. 응답자

의 나이는 18세부터 26세까지 분포되어 있었으며, 평균 나이는 21.91세다.

5. 연구결과

분석결과에 의하면, 저학년(1학년과 2학년) 여학생들이 고학년(3학년과 4학년) 여학생들보다 전반적으로 대학생활 만족수준이 높게 나타났다. 또한 졸업 후 기부회사에서도 저학년 학생들의 수치가 고학년 학생들과 비교해서 높게 나타났다. 유형별 기부회사(동문회비 납부, 학교당국 기부, 총동문회 기부, 학과기부) 중에서, 총동문회 기부(M저학년=3.13)M고학년=2.77, $t=2.07$, $p<.05$)는 그 차이가 통계적으로 유의미하게 나타났다. 또한 회귀분석을 통해 현재 대학생활 만족 요인들이 대학생들의 졸업 후 모교 기부회사에 유의미한 영향을 미치는 것을 확인할 수 있었다.

6. 결론 및 함의

본 연구는 대학생활 만족요인을 확인하고, 그 만족요인들이 대학생들의 졸업 후 기부회사에 어떠한 영향을 미치는지를 살펴보았다. 연구결과 여대생들의 기부회사는 현 대학생활 만족도와 밀접한 관계를 보이고 있었다. 따라서 대학들이 학생들의 불만을 감소시키고 만족감을 높여준다면, 여대생들이 졸업 후 기부를 통해 학교재정 증진에 기여할 것으로 예상된다. 학교당국은 장기적으로 졸업생들의 모교 기부를 기대한다면, 재학생들의 학교 생활에 대한 불만을 없애기 위해 다양한 개선방안을 강구하고 지속적인 학생만족 개선 프로그램의 개발이 있어야 한다는 것을 본 연구는 시사한다.