도서관마케팅 관점에서 대학도서관 근로학생의 역할에 대한 탐색적 연구

An Exploratory Study on the Roles of Student Employee in University Libraries from the Marketing Viewpoint

최윤희, 연세대학교 문헌정보학과, yh_choi@yonsei.ac.kr
김기영, 연세대학교 문헌정보학과, gkim@yonsei.ac.kr
Yoonhee Choi, Dept. of LIS, Yonsei University
Giyeong Kim, Dept. of LIS, Yonsei University

대학도서관에서 근로학생은 '근로자'와 '이용자'의 두 가지 신분을 동시에 가지는 인적자원으로, 본 연구에서는 도서관마케팅 관점에서 본 근로학생의 새로운 역할과 가치를 파악하고자 하였다. 심층면담 결과, 이들은 근로를 경험한 이용자로서 개인의 도서관 이용행태에 변화를 나타내어, 충성도 높은 잠재고객으로의 가능성이 확인되었다. 뿐만 아니라 근로학생은 내부와 외부의 관점을 동시에 가져, 도서관 내부에는 이용자의 관점으로 피드백을 제공하고, 외부 학생에게는 구전마케터로서 영향을 미친다. 이에 도출된 결과는 근로학생이 도서관의 중요한 마케팅대상이 될 수 있음을 시사한다.

1. 서론

대학도서관 근로학생은 재학 중인 교내 도서관에서 근무하여 도서관 사정을 가까이 접할 수 있는 이용자 집단에 속한다. 즉, '근로자'와 '이용자'의 두 가지 신분을 동시에 지녀, 도서관 내·외부의 경계에 놓이게 된다.

미국 ARL 2009-2010년 통계를 살펴보면 조사대상 123개 대학도서관에 근무하는 전체 직원 수의 평균 25%가 근로학생으로 구성됨을 알 수 있다. 근로학생을 대상으로 한 해외 연구는 1970년대부터 다양한 사례들을 토대로 꾸준히 수행되어왔다(Gregory 1995). 반면 국내의 경우, 대학도서관에 적지 않은 수의 근로학생을 보유하고 있음에도 불구하고, 근로학생을 언급한 연구는 매우 미미하였다. 대부분의 국내연구에서 보이는 근로학생에 대한 인식은 '사서를 보조해 주는 보조인력(김춘식 2007)'으로, 이용자의 지위에서 작용할 근로학생의 역할에 대한 고민보다는 근로자로서 어떻게 관리해야 할 것인가에 머물고 있다.

도서관과 같은 비영리 조직에서는 경영 제일의 목적으로 '이윤극대화'가 아닌, '서비스의 이용자 확대와 사용량 증가'를 추구하며, 이를 위한 마케팅의 목적은 '대중의 인식, 태도, 행동의 변화를 유도 하는 것'으로 삼는다(Weinberg 1978). 비영리조직의 마케팅 대상으로 포함되는 자원봉사자는 대학도서관 근로학생처럼 근로자와 이용자라는 이중지위를 가진 특수한 집단에 속하는데(김기영 2008), 이러한 자원봉사자들은 조직의 인건비절감효과 뿐만 아니라 대외적으로 긍정적 봉사 경험에 따른 자발적인 구전마케팅효과나 부정적 경험에 따른 반감효과를 가져올 수 있다. 따라서 대상에 적합한 마케팅 전략을 활용하는 것이 강조된다(조대연, 양영필 2008).

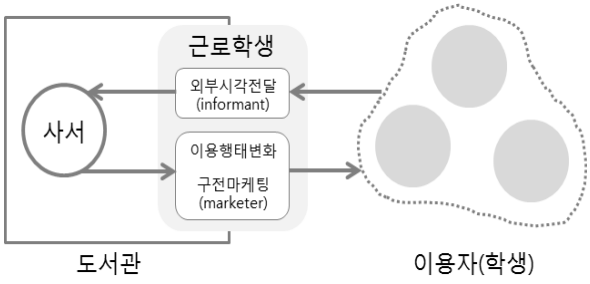
이에 본 연구에서는 학부생이 도서관 근로를 경험하면서 도서관에 대한 충성도와 이용패턴이 변화된다고 가정했을 때, 근로학생이 가지는 역할은 무엇이며 도서관 마케팅 관점

에서 시사하는 바는 무엇인지 파악한다.

2. 연구의 설계

대학도서관의 근로학생은 도서관 내·외부에 존재하는 사서와 이용자(학생)의 경계에서 도서관과 학생집단의 의사소통 연결통로로써 작용할 수 있는데, 이러한 역할을 인지하여 본다면 도서관 내부에 있는 사서에게 근로학생은 '학생집단의 대표'로 도서관에 대한 외부의 시각을 전하며 내부에서 보기 힘든 관점의 의견을 개진할 것이다.

또한 근로학생은 도서관 외부에 있는 이용자, 특히 학부생 집단에게 '도서관의 대표'로 인식되어 도서관과 관련된 문의사항이 있을 때 이용자는 주변의 근로학생에게 도움을 요청할 수 있다. 이 때 이루어지는 근로학생의 이용자 마케팅커뮤니케이션은 근로학생이 도서관에서 근무하며 경험한 도서관 서비스 몰입의 정도에 영향을 받을 것이다. 이는 고객충성도(Loyalty)와 연관된 개념으로, 일반 고객과 다른 빈번한 이용 횟수와 보다 이로운 이용 경로, 장기적인 관계 등으로 파악된다. 더 나아가 얼마나 주변인들에게 구전 마케팅을 펼치는지에 관한 부가적인 행동 척도를 통해서도 알 수 있다(최정환, 이유재 2001). 따라서 근로학생은 도서관 소식을 빠르게 접하고 외부와도 빈번하게 접촉하면서 도서관의 구전마케터 역할을 수행할 것으로 예측된다.



<그림 1> 개념 도식화

본 연구에서는 2개 대학도서관의 근로학생 5명을 대상으로 비구조화 심층면담을 진행하였다 <표1 참조>. 심층면담을 통해 학부생의 근로경험에 따른 도서관 인식 변화를 파악할 수 있었다. 또한 도서관에 고용된 자로서 기존에 주어진 역할 이외에, 충성도 높은 고객으로서 외부에 영향을 미칠 수 있는 근로학생의 또 다른 역할을 도출하였다.

<표 1> 심층면담 대상자

	근1	근2	근A	근B	근C
성별	여	남	여	남	여
학년 (나이)	4학년 (24세)	4학년 (28세)	4학년 (22세)	4학년 (24세)	4학년 (22세)
전공	경제학, 의류학	물리학	기계과	전기 및 전자공학	기계과
근속 기간	3개월	9개월	6개월	10개월	12개월

분석 시 충성도는 근로경험에 따른 도서관 방문횟수의 변화, 도서관 이용변화, 개인적인 호감도를 기반으로 상승여부를 가늠하였고, 근로학생의 역할 분석을 위해서는 학부생이 도서관에 근무하면서 경험한 사례를 중심으로 주제별 분류 작업을 수행하였다.

3. 분석결과

3.1 외부시각 전달

도서관 내부 사서에게 근로학생은 이용자 입장에서 학생의 대표로 도서관에 대한 피드백을 제공한다. 면담에서 근로학생은 사서의 업무적 문제점을 함께 상의한 경험이 있었다고 밝혔다. 실제로 근로학생의 의견이 반영되어 문제가 해결된 사례도 있었다. 사서가 어떤 사안에 대해서 고민할 때 근로학생은 이용자 입장에서 가장 신속하게 답을 구할 수 있는 수단이 된 것이다. 이는 주로 도서관 관련 학생자치위원회가 부재한 대학도서관의 근로학생에게 나타난 경험이었다<표2 참조>.

<표 2> 면담 결과 : 외부시각 전달

근B:	선생님이 물어보세요. 이용자들 입장에서 뭘 이렇게 했으면 좋겠냐. 예를 들어서 간단하지만 내부 층구조를 그리는데 디자인을 **어떤 식으로 했으면 좋겠냐 이용자입장에서.** 물어보시면 아 이게 여긴 이렇게 하면 되겠다 이렇게.
근A:	예전에 신착도서 찾는게 헷갈려서 학내 커뮤니티에 불만글이 엄청 많이 올라왔었대요. 선생님이 다 모니터링하시고 **근로학생들에게 어떻게 하면 좋을까요** 이러셔서 해결하고.

위의 경험은 사서가 근로학생에게 먼저 질문하여 의견을 요청하는 것이 대부분이었고, 근로학생이 이용자입장에서 느낀 점을 스스로 사서에게 먼저 피력하는 일은 드물었다. 근로학생의 의견은 보통 사서 사이에 대화를 많이 하는 경우 제안되었고, 그렇지 않은 경우 혼자 생각하고 만다고 언급하였다. 이는 사서가 근로학생을 관리하는 측면에서 상호간 효과적인 의사소통이 필요함을 의미한다.

3.2 이용행태의 변화

학부생은 근로경험을 통해 근로 전에 비해 근로 후 도서관 방문 횟수가 증가되었으며, 도서관 서비스를 구체적으로 알게 되면서 개인의 도서관 이용행태 변화 뿐 아니라 도서관에 대한 충성도 상승도 이끌었다<표3 참조>. 관계마케팅에서는 고객충성도가 핵심요소로 작용한다. 다시 말해 충성도가 높은, 만족한 고객은 최선의 광고로 볼 수 있다는 것이다.

면담 시 근로학생들은 근로를 하면서 도서관에 대해 새롭게 알게 된 점으로 도서관이 진행하는 행사나 학생을 위한 특혜, 다양한 서비스를 언급하고 있었다. 도서관 이용자교육으로 충당되지 못한 서비스 내용이 근로를 통해 습득된 것이다. 이는 학부생을 대상으로 한 도서관 서비스 마케팅의 부족한 현실과도 맞닿는 문제이다. 그러나 모든 학생들을 근로시키기란 불가능 하므로, 도서관이 활용할 수 있는 마케팅 자원으로 높은 충성도를 가진 근로학생이 활약할 수 있음을 엿볼 수 있다.

<표 3> 면담 결과 : 근로경험에 따른 도서관 이용 변화

	근1	근2	근A	근B	근C
근로 이전 도서관방문	일주일에 한 번 정도		실제로 거의 안 옴.	자주 안 왔었어요.	한 달에 한 번 정도
근로 이후 도서관방문	매일 근무. 실제 책 대출횟수도 늘었다.		늘어나긴 했을 것.	근로 없었으면 도서관 올 일도 별로 없고.	일주일에 5~6번
도서관이용 변화 여부	예전에는 무작정 기다렸는데 시스템을 알고 나니깐 이제는 적극적으로 이용 할 수 있죠.	네 확실히 변화가 있는 것 같아요	그렇죠.	도서관 글이 올라오면 보게 되고. 근로 안 했으면 책을 거의 안 읽었을 것 같아요.	근로하면서 도서관에서 공부하기 시작했는데, 이제 잘 되니까 계속 여기서 해요.
도서관 충성도 상승 여부	잘 알고 이용하면 더 많이 얻어갈 수 있다는 걸 근로하면서 알게 되니 도서관을 더 옹호하는 입장이 된 것 같아요.	예 당연히	상승	저 같은 경우는 많이 상승한 편이죠.	근로하면서 도서관을 계속 이용하게 되었어요. 다른 애들도 근로를 한 번씩 해보면 좋을 것 같아요.

3.3 외부에의 구전마케팅

면담 결과, 근로학생은 주변인으로부터 도서관과 관련된 질문에 응답해 본 경험이 있었다<표4 참조>. 이들은 주변인에게 도서관의 대표로 인식되어 자기가 아는 만큼 도서관 이용에 도움을 주고, 자신의 경험에 근거하여 서비스를 안내한다. 또한 근로학생은 근무하면서 도서관 행사를 가까이 접하게 되어, 스스로 유용하다는 판단 하에 주변의 참여를 이끄는 구전마케터로서의 가치를 지닌다.

<표 4> 면담 결과 : 외부에의 구전마케팅

▶ 도서관 홍보
근A: 이벤트 **같이 안할래?** 라고 했어요
근B: 이벤트 **같이 하자** 했었던 적도 있었어요.
근C: 이벤트 매년 있는 거라서 대충 알긴 하는데 기간이 언제인지는 잘 안 알려지니까. 있다고 **애들한테 말한 적**은 있고.
▶ 도서관 이용 도움
근B: **친구들이 도서관 관련 일은 보통 많이 물어보기도 하거든요.** 카톡이나 그런걸로. 그럼 제가 보통 대답을 해주고. 모르는 것이 있으면 선생님한테 이런 것도 있냐 물어본 적 있어요.
근C: **우리한테 분실신고 하고.**
근1: **친구들 도서관이용에 도움은 주로 제가 많이.**

4. 결론 및 향후 연구

본 연구는 그동안 국내 대학도서관 관련 연구들의 수면 아래에 머물러 있던 근로학생이라는 존재를 고찰해보는 데 의의가 있다. 심층면담 결과, 이들은 근로를 경험한 이용자로서 개인의 도서관이용행태에 변화를 경험하였다. 뿐만 아니라, 내부와 외부의 관점을 동시에 가진 자로서 도서관과 학생집단 간 의사소통 매개역할을 수행하였다. 근로경험은 학부생에게 향후의 이용에도 영향을 미칠 것이며, 긍정적으로 작용하게 된다면 주변인에게 구전마케터로서 활약하게 될 것이다. 이는 도서관 마케팅 관점에서 고객충성도와 결부된다. 근로학생을 충성도 높은 잠재고객으로 여겨, 구전 마케팅으로 인해 최소한의 비용으로 최대한의 효과를 가져 올 수 있는 여지를 획득하는 것은 도서관의 몫이다. 도서관은 그들에게 요구했던 직무 이외에 다른 역할이 있다는 것을 인식하고 효과적으로 관리해야 할 필요가 있다.

향후에는 좀 더 많은 표본을 대상으로 설문조사하여 학부생의 근로경험이 도서관 이용에 영향을 미치며 도서관마케팅에 충분한 자원으로 활용될 수 있는지 통계적으로 검증해 볼 필요가 있다. 그 밖에, 근로학생 채용 시 구체적이고 명확한 직무를 바탕으로 교육을 수행한다면, 근로학생에게 도서관과 사서의 전문성도 각인시킬 수 있는 기회가 될 것이다.

참 고 문 헌

김기영. 2008. 이용자 대체용어로서 고객 개념에 대한 고찰. 한국문헌정보학회지. 42(2): 235-253.

김춘식. 2007. 대학도서관 사서의 미래전략-발전하는 사서를 중심으로. 국립대학도서관보. 25: 91-107.

조대연, 양영필. 2008. 비영리조직 마케팅커뮤니케이션 프로세스 사례 연구: 한국해비타트. 로고스경영연구. 6(2):65-76.

최정환, 이유재. 2001. 『죽은 CRM 살아있는 CRM』. 서울: 한언.

ARL Statistics 2009-2010 (2011). Association of Research Libraries: Washington, D.C.

Charles B. Weinberg. 1978. Marketing Mix Decision Rules for Monprofit Organizations. Graduate School of Business, Stanford University. 197-198.

Gregory. D. 1995. The Evolving Role of Student Employees in Academic Libraries. Journal of library administration. 3-27.