

대학기록관의 내부마케팅을 통한 이용자 만족도 제고 방안*

A Study on Improving User Satisfaction through Internal Marketing of University Archives

구 영 미 (Young-Mi Ku)**

홍 현 진 (Hyun-Jin Hong)***

초 록

정보기술 발달에 따른 기록관의 패러다임이 과거 기록물에 대한 보존 관리에서 이용 중심의 서비스로 전환되고 있다. 이에 본 연구는 기록정보 서비스 이용자의 만족도 제고를 위한 조직적 개선 노력을 위하여, 대학기록관 기록물관리 전문요원을 대상으로 대학기록관 내부마케팅 요소가 직원의 고객지향성에 어떤 영향을 미치는가에 대한 실증연구를 설문을 통해 진행하였다. 선행연구를 토대로, 내부마케팅의 요인으로 권한위임, 내부커뮤니케이션, 경영충지원, 교육훈련을 설정하고, 이에 대한 매개변수는 직무만족, 조직몰입, 종속변수로는 고객지향성을 설정하고 연구 변수 간 가설과 연구모형을 설정하고 통계시스템을 통한 분석을 시도하였다. 연구 결과를 종합하면, 내부마케팅의 요소는 직무만족 및 조직몰입, 고객지향성에 대해 모두 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났으며, 대학기록관 직원의 직무만족과 조직몰입, 고객지향성 향상에 있어 내부마케팅 요인 중 경영충지원 요인이 가장 밀접한 관계가 있는 것으로 도출되었다.

ABSTRACT

According to the development of information technology, the paradigm of the archives is shifting from preservation management of past records to use-oriented services. In this regard, this study is conducted an empirical study on the effect of internal marketing factors of university archives on the customer orientation of employees in order to improve organizational satisfaction for users of records information service. Based on the previous research, the delegation of authority, internal communication, management support, and training are established as factors of internal marketing, and the parameters for this are job satisfaction, organizational commitment, customer orientation as dependent variables, and We set up hypothesis between research variables and attempted an analysis through statistical system. In summary, each element of internal marketing showed significant results on job satisfaction and organizational commitment, and management support was most closely related to job satisfaction, organizational commitment, and customer orientation of university archive staff.

키워드: 대학기록관, 내부마케팅, 직무만족, 조직몰입, 고객지향성

University Archives, Internal Marketing, Job Satisfaction, Organizational Commitment,
Customer Orientation

* 본 논문은 전남대학교 대학원 석사학위논문을 수정·보완한 연구임.

** 광주광역시교육청 중등교육과, 전남대학교 대학원 기록관리협동과정 석사과정(ahne75@korea.kr) (제1저자)

*** 전남대학교 문헌정보학과 교수(hjhong@jnu.ac.kr) (교신저자)

논문접수일자 : 2019년 11월 25일 논문심사일자 : 2019년 12월 3일 게재확정일자 : 2019년 12월 3일
한국비블리아학회지, 30(4): 235-254, 2019. <http://dx.doi.org/10.14699/kbiblia.2019.30.4.235>

1. 서론

1.1 연구의 배경과 목적

정보기술 발달에 따른 기록 이용자와 이용 환경의 변화로 기록관의 패러다임이 과거 기록물에 대한 보존관리에서 이용자 중심의 기록정보 서비스로 전환되고 있다. 기존의 기록관이 자료를 보존하고 후대에 이를 전승하는 것을 목적으로 하였다면 변화된 기록관의 모습은 보존된 자료를 활용하여 이용자들의 정보 요구를 해결하는 것으로 정보서비스 측면이 강조되고 있다(국가기록원 2011, 19). 이는 2012년부터 실시하고 있는 국가기록원의 기록관 이용자 대상 만족도 조사에서도 확인할 수 있다.

현재 우리나라에서는 「공공기록물 관리에 관한 법률」 제41조를 통하여 기록물의 효율적인 관리와 체계적인 기록정보 서비스 제공을 위하여 공공기관은 물론 일정량 이상의 기록물을 생산 보존하는 기관 및 대학 등을 대상으로 전문 교육을 받은 인력을 기록물관리 전문요원으로 배치할 것을 명시하고 있으며, 2005년 2월 기록연구직렬이 신설되어 같은 해 7월부터 중앙기록물관리기관과 중앙행정부처를 시작으로 기록물관리 전문요원이 정규직으로 배치되기 시작하였다(박태섭 2017, 1).

국가기록원에서는 「공공기록물 관리에 관한 법률」 제9조 및 동법 시행령 제63조에 의거하여 기록관리 역량강화와 안정적인 기록관리 체계정착을 목표로 중앙행정기관을 비롯하여 특별지방행정기관, 시도교육청, 교육지원청, 정부산하공공기관, 국공립대학 등을 대상으로 2007년부터 기록관리 업무 현황 및 추진 실적에 대

한 평가를 매년 실시하고 있다. 2017년 기록관리 평가결과에 의하면, 중앙행정기관 및 시도교육청은 평가결과가 전체 평균을 상회하는 반면, 교육지원청과 국공립대학은 평균에 미치지 못하고 있으며, 대학기록관 사이에서도 기록관리 수준이 평준화되어 있지 않고 기관 간 편차가 크다고 밝히고 있다. 그리고 평가결과에 따라 기관 등급을 가에서 마까지 5등급으로 나누고 있는데, 국공립대학의 경우 가 등급을 받은 곳이 6개 대학인 반면 최하위인 마 등급을 받은 곳은 28개 대학으로 절반을 넘고 있다. 또한 평가 분석에서도 기록물 관리가 기록관리 기반구축 및 보존중심으로 이루어지고 있으며 기록정보 서비스 및 활용부분에서는 미진한 결과를 보였음을 밝히고 있다(국가기록원 2017, 6).

지금까지 법적 근거를 바탕으로 기록 관리의 안정적 시스템 구축과 내실을 기하기 위하여 다양한 제도가 시행되어 왔으며, 패러다임 변화에 따른 기록관리 서비스 현황과 발전방안을 위한 지속적인 연구가 진행되어 오고 있다. 하지만 정보서비스를 제공하고 있는 인적 요소에 관한 연구는 법 기준에 의한 전문요원 배치문제와 직무분석, 업무의 효율성 향상 등에 관한 연구에 머무르고 있다.

기록물의 체계적이고 전문적인 관리를 위하여 전문요원의 배치와 자격요건 등을 법을 통해 의무화하고, 기록정보 서비스 만족도 향상을 위하여 다양한 연구와 시도뿐만 아니라 기록물관리 전문요원이 배치된 조직 내에서 기대되는 역할을 수행할 수 있도록 운영시스템을 갖추고 전문가로서의 역할을 발휘할 수 있도록 조직 환경을 조성하는 노력 역시 중요하다(서혜란 외 2008, 236). 이러한 점에 착안하여 본

연구에서는 기록관에 근무하는 직원들의 근무 환경 요인과 이러한 요인이 기록정보서비스 제공에 어떤 영향을 미치는지를 알아보고자 하였다. 그리고 기록관리 기관 평가에서 가장 미진한 결과를 보였던 대학기록관을 대상으로, 기록관 직원들의 근무환경에 대한 인식 현황을 분석하기 위하여 내부마케팅과 고객지향성의 개념을 적용해 보았다.

내부마케팅이란 기관이나 조직의 목적달성을 위하여 상품판매나 서비스 대상이 되는 외부고객이 아닌 내부고객, 즉 직원을 대상으로 근무 환경과 조직의 분위기 등을 통제함으로써 직원의 만족도 향상을 통하여 서비스의 궁극적 대상이 되는 외부고객의 만족도를 향상시키고자 하는 개념이라 할 수 있다. 그리고 고객지향성은 고객인 이용자들을 대상으로 최상의 서비스를 제공하고, 이에 대해 만족감을 가질 수 있도록 추구하는 조직과 직원의 성향이라 할 수 있다.

기록정보서비스 과정이 이용자의 요구에서 시작되어 서비스 직원과 이용자와의 지속적인 상호소통과정을 통해 이루어지므로, 내부고객인 직원에 대한 조직적 지원과 직원의 근무환경에 대한 인식은 이용자 서비스 만족도 향상에 매우 중요한 영향을 미칠 것이라 예상할 수 있다. 이러한 연구배경을 바탕으로 본 연구에서는 기록정보 이용자들의 서비스 만족 향상을 위하여 기록관리 분야에서 내부마케팅 개념을 처음으로 적용해 보고자 하였다. 그리고 대학기록관 근무 직원의 내부마케팅에 대한 인식 정도를 알아보고, 내부마케팅이 직원들의 직무만족과 조직몰입에 어떠한 영향을 미치는지, 더 나아가 기록정보서비스를 이용하는 고객들에 대한 서

비스지향성에 어떠한 영향을 미치는지 실증적인 연구를 진행하였다.

1.2 연구내용과 방법

본 연구는 기록정보서비스 만족도 향상을 위하여 선행연구를 토대로 대학기록관 내부고객 만족을 위한 내부마케팅 요소를 권한위임, 내부커뮤니케이션, 경영층지원, 교육훈련으로 설정하고, 대학의 운영체제에 따른 내부마케팅 인식차이와 내부마케팅이 직원들의 직무만족, 조직몰입에 미치는 영향, 그리고 기록정보서비스 제공을 위한 고객지향성에 어떤 영향을 미치는지 알아보았다.

이를 위한 본 연구의 연구문제는 아래와 같다.

- 가. 대학기록관의 운영체제에 따른 직원의 내부마케팅 인식 차이는 어떠한가?
- 나. 대학기록관의 내부마케팅은 직원의 직무만족과 조직몰입에 어떤 영향을 미치는가?
- 다. 대학기록관 직원의 직무만족은 조직몰입에 어떤 영향을 미치는가?
- 라. 대학기록관 직원의 직무만족과 조직몰입은 고객지향성에 어떤 영향을 미치는가?
- 마. 대학기록관의 내부마케팅은 직원의 고객지향성에 어떤 영향을 미치는가?

대학기록관의 내부마케팅과 고객지향성의 영향에 대한 실증적 연구의 방법은 다음과 같다. 우선, 연구대상인 대학기록관의 개념과 운영현황, 내부마케팅에 대한 이론적 고찰을 위하여 선행연구와 문헌연구를 진행하였다. 그리고 선행 연구를 바탕으로 연구문제 해결을 위한

가설과 연구모형을 설정하고, 연구조사 대상과 설문내용을 구체화하여 조사를 진행하였다. 마지막으로 설문조사를 통해 수집한 실증 데이터를 통계프로그램을 통해 분석하여, 연구문제에 대한 검증을 실시하고, 연구의 결과를 도출함으로써 연구의 결론과 향후 연구에 대한 시사점 등을 제시하였다.

1.3 선행연구

본 연구를 위한 선행연구로 대학기록관의 인적 운용 및 직무인식 등에 관한 연구와 대학을 대상으로 한 내부마케팅 연구로 나누어 살펴보았다.

서혜란, 옥원호(2008)는 기록물관리 전문요원의 자격이나 교육과정에 대한 연구는 진행되고 있으나 기록물관리 전문요원들이 근무하면서 직면하는 직무수행상의 문제나 직무만족, 근무여건에 대한 연구가 부족한 상태임을 밝히며, 기록관리의 장기적 혁신과 전문요원의 제대로 된 역할 수행을 위해 근무상황과 직무관련 인식 파악을 통한 조직 환경 조성이 중요하다고 말하고 있다. 이를 위해 정부기관에 근무하는 기록물관리 전문요원들을 대상으로 실증조사를 통해 시행초기에 있는 기록물관리 전문요원 제도 및 운영의 적합성을 제고하고, 기록물관리 전문요원제도의 발전방안을 모색하였다.

이은영(2012)은 다른 학문영역에서의 직업적 전문성 향상과 경쟁력 확보를 위하여 역량에 대한 연구가 진행되고 있는 바, 기록물관리 전문요원이 갖추어야 할 핵심역량은 무엇이며, 실제 얼마나 보유하고 있는지의 차이를 실증적으로 분석하고자 하였다. 그 결과 기록물관리

전문요원으로서 직업적 역량의 중요도에 비해 보유도가 대체적으로 낮은 것으로 드러났으며, 소속기관별, 경력별로도 역량인식의 차이가 있음을 확인할 수 있어 직업적 특성에 기초한 계속교육을 통한 역량 개발을 제안하고, 적합한 인적자원 선발을 위한 기초자료로 연구가 활용될 수 있기를 기대하였다.

유현경, 김수정(2016)은 다양한 분야의 연구를 통해 구성원의 직무만족도가 높을수록 직무성과도 높아진다는 점에 착안하여, 기록물관리 전문요원의 효율적 업무수행을 위한 핵심요소인 직무만족도 향상을 위하여 현직 기록물관리 전문요원을 대상으로 실증적 연구를 진행하였다. 연구결과, 직무 불만족의 많은 부분이 기록관리에 대한 인식 부족에서 비롯되었음을 밝히며, 조직 내에서의 기록에 대한 인식개선 노력과 더불어, 전문요원의 역량강화를 위한 교육 실시 등을 통해 스스로 기록 관리의 중요성을 재인식하고, 기록물관리 전문요원으로서의 정체성을 확립해 나갈 것을 제안하고 있다.

다음으로 대학을 대상으로 한 내부마케팅 연구로 김종현(2006)은 경남소재 국립대학교 3곳을 대상으로 교육서비스 제공 기관으로서 대학의 경쟁력 확보를 위한 핵심역량 구축의 필요성에 따라, 교수와 직원을 내부직원, 학생을 외부이용자로 간주하고 내부마케팅 연구의 통합적 접근을 시도하였으며, 백인화(2006)는 수도권소재 4년제 사립대학의 25개 도서관에 근무하는 사서와 이용자들을 대상으로 대학도서관의 고객반응에 영향을 미치는 내부마케팅, 사서의 태도 및 서비스 품질간의 인과관계를 밝히고, 이들의 영향력을 파악함으로써 대학도서관의 효율적인 경영방안을 제시하고자 하였다.

최유리(2015)는 충북지역의 한 사립대학 직원을 대상으로 내부마케팅 요인이 직무만족과 서비스지향성에 미치는 영향을 연구하였는데, 내부마케팅의 각 요인이 직무만족에 유의한 영향을 미쳤으나, 서비스지향성에는 권한위임과 내부커뮤니케이션요소만 유의한 영향을 미쳤음을 밝혔다.

지금까지 대학을 대상으로 한 내부마케팅 연구를 살펴보았으며, 이 외에도 다양한 학문 분야에서 내부마케팅에 관한 연구가 진행되었으나 기록관을 대상으로 한 내부마케팅 연구는 아직 사례를 찾을 수 없었다. 특히 대학기록관의 경우 법 제정 이후 기록물관리 전문요원의 확보와 역할, 직무인식에 대한 연구는 있었으나 실제 기록관 내에서의 근무 환경에 대한 인식과 서비스 향상을 위한 조직적 개선방안을 연구한 사례는 없음을 확인하고, 본 연구에서는 대학기록관의 내부마케팅에 대한 연구를 시도해 보고자 하였다.

2. 이론적 배경

2.1 대학기록관

대학기록관은 대학 본연의 기능 수행에 따라 생산된 기록물을 관리함으로써 대학 행정 정책과 업무에 대한 증거적 가치와 책임성을 갖게 하며, 구성원들의 학문수양과 사회문화조성, 기여에 대한 다양한 활동을 담아냄으로써 대학의 정체성 확립과 애교심 고취에 중요한 역할을 하고 있다. 그리고 이와 같은 대학기록물을 선별하여 수집하고 후대에 활용할 수 있도록 제

계적으로 보존, 관리하는 작업은 꼭 필요하다고 할 수 있다. 또한 교육과 연구, 사회봉사로 대표되던 전통적 대학이 시대에 따른 정보환경 변화에 맞추어 그 기능과 역할이 확대되고 세분화됨에 따라, 대학운영의 기틀을 마련하고 사실에 근거한 대학 역사의 보전과 정체성을 확립하기 위하여 대학기록 관리의 중요성도 더 강조되고 있다고 할 수 있다. 국가에서는 기록에 대한 관심과 인식이 증대되고 체계적이고 효율적인 기록관리가 필요함에 따라 대학기록 관리를 위한 기록관의 설치 의무와 역할에 대해 법에 명시하고 있다.

우리나라에 대학기록관이 설치되기 시작한 것은 학교사 편찬과 개교 기념행사 등을 계기로 교사 자료의 부족과 기록 관리의 필요성을 인식하면서부터라고 할 수 있다. 이에 고려대(교사자료실 1979), 이화여대(이화역사자료실 1989), 서울대(대학사료실 1997), 성균관대(교사자료실 1997), 연세대(기록보존소 1998) 등 몇몇 대학에서 대학사 자료의 체계적인 보존과 관리의 중요성을 인식하고 상설 교사자료실을 설치하기 시작했다(김이훈 2009, 17). 그리고 1999년 공공기록물의 체계적인 수집과 효율적 관리, 보존을 위한 법적 장치가 마련되고 공공기관에 기록관 설치에 대한 근거가 마련됨으로써 가속화되었다고 할 수 있다.

현재 우리나라 대학에 설치되어 있는 기록관의 유형은 관리 기록물의 범위에 따라 <표 1>과 같이 분류할 수 있다(손동유 외 2005, 8). 우선 대학의 행정기록물과 역사기록물을 통합 관리하는 형태로 독립기구로 설치된 대학기록관, 둘째, 현재 대부분의 대학이 취하고 있는 유형인 행정부서 내에 설치되어 행정기록물을 위주로 관리

〈표 1〉 기록관리 기관의 유형

유형	개념	위상	기능	비고
대학기록관	독립된 형태의 기구로 대학 행정기록물과 수집기록물을 통합 관리하는 전문 관리기관	독립기구/소속부서	대학기록물 통합관리	주로 기록물 관리법 시행 이후 설치
자료관	공공기관의 기록물관리법에 의하여 전문관리기관으로 대학기록물을 이관하는 중간 관리기관	행정부서 내 설치	행정기록물 이관 및 정보공개	
교사자료실	주로 대학사와 관련한 기록을 수집하며, 교사 자료전시, 교사 편찬에 주력	박물관 또는 도서관/독립기구	교사자료 수집 및 교사 편찬	주로 기록물 관리법 시행 이전 설치

하고 있는 자료관의 유형이 있다. 마지막으로 공공기록물 관리법 시행 이전부터 설치되어 대학사와 관련된 역사기록물의 전시와 교사편찬을 위주로 업무를 수행하며 도서관이나 박물관 등에 소속되어 운영되는 교사자료실 유형이다.

국가기록원에서는 대학기록관이 대학 내 독립된 기구나 별도의 부서로 존재하는 형태가 가장 바람직하지만, 그렇지 못할 경우, 기록관리 부서에서 기록물관리 전문요원이 해당 대학의 기록물관리 업무를 총괄하고 기록관리 규정을 제정, 운영하며 일정 수준 이상의 기록물 보존 공간 및 환경을 구비하는 등의 기본요건을 갖출 것을 권고하고 있다(국가기록원 2016, 11).

〈표 2〉는 우리나라에 설치되어 있는 대학기록관의 설치 현황이다. 국가기록원에서 시행한 2016년 대학기록관리 현황조사에 따르면 전체 341개 대학 중 국공립대학이거나 사립대학 중

기록물의 생산·관리량이 행정안전부령으로 정하는 기준을 초과하여, 기록관 설치대상인 대학은 전체의 48%인 164개이다. 이 중 기록관이 설치되어 있는 대학은 48개로 전체 대학의 14%에 불과하며, 기록물관리 전문요원이 배치되어 있는 대학은 전체 대학의 19%인 65개이다(국가기록원 2017, 7). 〈표 2〉에서 보는 바와 같이 국립대학의 경우 기록관 설치율과 전문요원 배치율이 사립에 비해 확연히 높음을 볼 수 있다. 사립대학의 경우 기록관 설치대상에 해당되지만 실제로 기록관이 설치된 대학은 112개 대학 중 17개로 그 비율은 6%에 불과하며, 전문요원의 배치 수도 22개(8%)에 불과하다. 그리고 이러한 전문요원의 배치부족과 기록관의 미설치 등은 대학 내 기록 관리에 대한 인식 부족과 기록정보 서비스 만족도에도 영향을 미칠 것이라 짐작할 수 있다.

〈표 2〉 2016년 대학기록관 설치 현황

구분	합계	국립	공립	사립
기관수(개)	341	44	8	289
기록관설치대상(개)	164(48%)	44(100%)	8(100%)	112(39%)
기록관설치기관(개)	48(14%)	31(70%)	0(0%)	17(6%)
전문요원배치(명)	65(19%)	42(95%)	1(13%)	22(8%)

2.2 내부마케팅

내부마케팅은 마케팅의 주요 참여자라 할 수 있는 조직, 고객, 직원 간의 관계에서 조직의 목표달성을 위해 직원을 내부고객으로 보고 내부고객의 동기부여나 직무만족도 향상 등의 전략을 통하여 외부고객의 만족도를 이끌어내는 마케팅 종류의 하나로 볼 수 있다. 내부마케팅의 구성요소는 대상기관의 특성에 따라 달라질 수 있으며, 본 연구에서는 선행연구를 참고하여 권한위임, 내부커뮤니케이션, 경영층지원, 교육훈련으로 선정하였다.

권한위임이란 서비스를 제공하는 종업원에게 고객욕구 및 특정 상황에서 고객에게 신속하고 효율적으로 서비스를 제공할 수 있도록 최대의 의사결정을 부여함으로써 자신감을 가지고 도전할 수 있게 하는 것이다(지인현 2016, 15). 권한위임은 직원의 동기부여를 통해 고객에 대한 서비스를 개선시키고, 효과적으로 고객지향적 활동을 수행하도록 하는데 그 목적이 있으므로, 급변하는 정보이용 환경에 따라 이용자들이 원하는 서비스의 형태가 다양해지고 정보에 대한 신속한 제공이 요구되는 요즘 시대에 기록관 정보서비스에 있어 꼭 필요한 내부마케팅의 요소이자 대처 도구가 될 수 있다.

내부커뮤니케이션은 내부고객과 관리자가 공통으로 조직의 가치와 목적을 인식할 수 있도록 정보를 제공하여 내부고객이 조직의 새로운 정책과 철학을 받아들일도록 설득하는 수단으로, 내부커뮤니케이션 활동을 통해 조직의 문제와 관리자 및 내부고객의 인식과 의사를 구성원들이 공유할 수 있다(심우극 외 2014, 99). 내부커뮤니케이션은 조직 내에서의 의사소통과

정보전달 과정으로, 정보교환을 통하여 조직 내 의사소통을 통한 갈등과 오해를 줄이며 정보에 대한 불확실성을 감소시켜 조직몰입도를 향상시킬 수 있다. 기록관에서 서비스 담당직원과 기록정리 담당직원이 분리되어 있을 경우, 기록에 대한 원정보 및 관련 정보에 대한 원활한 서비스 제공을 위해 직원 간 서로 지속적으로 정보를 교환할 필요가 있다. 그리고 의사소통에 대한 만족도가 높아질수록 성과에 대한 피드백, 상사와의 관계, 조직 분위기에 긍정적인 영향을 미치는 역할도 하고 있다.

경영층지원은 직원의 제안에 관심을 가지고, 고객중심적인 태도와 행동을 할 수 있도록 조직 내부의 문제 해결에 적극적으로 대응하고 지원하려는 경영층의 의지라고 할 수 있다. 특히 경영층의 지속적이고 체계적인 지원과 보상이 없다면 조직 활동에서 고객지향성 향상을 위해 직원 스스로 동기 부여를 하기란 한계가 있을 것이다. 이러한 점에서 경영층지원은 조직목표 달성을 위한 내부마케팅의 요소로서 중요하며, 직원에 대한 적극적 지원 강화와 보상시스템 제공은 조직 전체가 지향하는 목표 달성에 있어 경영자의 주요한 임무라 할 수 있다.

교육훈련은 조직구성원으로 하여금 고객의 다양한 욕구와 변화에 대응할 수 있는 대처 능력을 향상시키기 위한 방안으로, 직무에 대한 역량 강화를 통해 효과적인 업무 수행을 할 수 있도록 계획된 조직의 활동이라고 할 수 있다. 조직 내에서 끊임없이 누적되는 기록정보를 변화하는 정보기술과 시스템에 맞추어 체계적으로 관리하고, 고객에게 적시에 제공하기 위해서 조직은 반드시 직원에 대한 지속적인 교육훈련 기회를 제공해야 하며 이를 통하여 조직

또한 조직의 목표와 목적을 달성해 나갈 수 있을 것이다. 특히 정보담당 기록물관리 전문요원은 기록이 활용되는 모든 분야에 걸쳐 학문적 성격, 연구방법론, 기록 증거의 이용 방식을 이해할 필요가 있다(Mary Jo Pugh 2004, 43).

2.3 직무만족, 조직몰입, 고객지향성

직무만족이란 개인이 가지는 직무에 대한 기대 또는 보상과 실제 경험하는 것과의 차이에 대한 정의적, 인지적 반응이라 할 수 있으며 기업의 목표달성을 위해서는 조직구성원들의 업무능력과 효과를 최대한 발휘하도록 동기부여와 사기를 진작시키는 것이 무엇보다 중요하다(문수정 2017, 17). 조직이 개인들의 능력발휘와 성과를 통하여 조직목표를 추구하고, 개인도 자신의 성취, 동기유발, 자아실현 등의 개인적 목표를 달성하기 위하여 조직생활을 영위하고 있다는 점을 상기한다면 조직구성원들의 직무만족은 개인의 목표달성이라는 측면과 조직의 유효성 확보라는 측면 모두에서 큰 의미를 가지는 개념이라고 할 수 있다(최유리 2015, 18).

조직몰입은 직무만족과 함께 개인이 조직에 대해 갖는 성향을 나타내는 개념으로, 조직구성원으로 자신이 속해 있는 조직과 동일시하고 적극적으로 관여함으로써 조직의 목표 달성을 위해 노력하려는 의지로 정의할 수 있다. 그리고 조직몰입은 조직구성원이 조직에 대한 애착과 헌신 정도를 표현하는 과정이기도 하다.

고객지향성은 마케팅의 목표 대상이 공급자에서 수요자 중심으로 전환함에 따라 기업이 수요자인 고객의 필요와 욕구를 파악하고 예측하여 기업 간의 경쟁에서 생존하기 위한 전략

으로 발생된 개념으로, 기업이 고객의 필요와 욕구를 충족시켜주는 것을 의미한다. 따라서 기업은 고객지향성의 중요성을 인식하고, 시장에서의 경쟁 우위를 획득하기 위한 최상의 고객 서비스를 제공하기 위해 모든 역량을 기울이고 있다.

3. 연구설계

3.1 연구기설 및 모형

본 연구는 대학기록관 내부마케팅 요소가 이용자들의 기록정보서비스 만족도 증진을 위한 고객지향성에 미치는 영향에 대한 실증연구로, 기록 관리에 있어 처음으로 내부마케팅 개념을 적용하고, 기록정보서비스 개선을 위한 방안으로 기록물관리 전담요원이 조직 내에서 본연의 역할을 수행할 수 있는 조직 환경을 구축하는 것에서 접근하고자 하였다. 선행연구를 통해 독립변수인 내부마케팅과 매개변수인 직무만족, 조직몰입, 그리고 종속변수인 고객지향성 간의 다양한 영향관계에 대해 확인할 수 있었으며, 그 결과를 토대로 다음과 같이 가설을 설정하였다.

- H1. 대학기록관의 내부마케팅은 직원의 직무만족에 유의한 영향을 미칠 것이다.
 - H1-1. 대학기록관의 권한위임은 직무만족에 유의한 영향을 미칠 것이다.
 - H1-2. 대학기록관의 내부커뮤니케이션은 직무만족에 유의한 영향을 미칠 것이다.
 - H1-3. 대학기록관의 경영충지원은 직무

- 만족에 유의한 영향을 미칠 것이다.
- H1-4. 대학기록관의 교육훈련은 직무만족에 유의한 영향을 미칠 것이다.
 - H2. 대학기록관의 내부마케팅은 직원의 조직몰입에 유의한 영향을 미칠 것이다.
 - H2-1. 대학기록관의 권한위임은 조직몰입에 유의한 영향을 미칠 것이다.
 - H2-2. 대학기록관의 내부커뮤니케이션은 조직몰입에 유의한 영향을 미칠 것이다.
 - H2-3. 대학기록관의 경영층지원은 조직몰입에 유의한 영향을 미칠 것이다.
 - H2-4. 대학기록관의 교육훈련은 조직몰입에 유의한 영향을 미칠 것이다.
 - H3. 대학기록관 직원의 직무만족은 조직몰입에 유의한 영향을 미칠 것이다.
 - H4. 대학기록관 직원의 직무만족은 고객지향성에 유의한 영향을 미칠 것이다.
 - H5. 대학기록관 직원의 조직몰입은 고객지향성에 유의한 영향을 미칠 것이다.
 - H6. 대학기록관의 내부마케팅은 고객지향성에 영향을 미칠 것이다.
 - H6-1. 대학기록관의 권한위임은 고객지향성에 유의한 영향을 미칠 것이다.
 - H6-2. 대학기록관의 내부커뮤니케이션은 고객지향성에 유의한 영향을 미칠 것이다.
 - H6-3. 대학기록관의 경영층지원은 고객지향성에 유의한 영향을 미칠 것이다.
 - H6-4. 대학기록관의 교육훈련은 고객지향성에 유의한 영향을 미칠 것이다.

3.2 설문구성

본 연구에서는 내부마케팅 및 직무만족, 조

직몰입, 고객지향성에 대한 인식 측정을 위하여 선행연구를 바탕으로 <표 3>과 같이 설문문항을 구성하였다.

3.3 연구대상 및 분석방법

대학기록관의 내부마케팅 인식조사를 위하여 국가기록원으로부터 국내 설치된 대학기록관의 목록을 받을 수 있었으며, 이 목록에서 시행령에 근거하여 대학기록관 설치대상인 국공립대학 50개와 사립대학 113개를 대상으로 연구를 진행하였다. 그리고 추가로 한국대학기록관협의회 소속 대학 중 개인회원을 제외한 총 39개 대학 중 국가기록원 제공 목록과 중복되지 않는 11개 대학을 포함하여 총 174개 대학을 대상으로 연구를 진행하기로 하였다. 2018년 11월 12일에서 12월 9일까지 한 달 동안 174개 대학을 대상으로 유선으로 설문 목적과 내용을 설명하며 설문요청을 하였고, 이 중 17개 대학은 설문조사 기간 동안 담당자가 부재중으로 연락이 닿지 않았으며, 33개 대학의 경우 설문에 대한 응답을 거부하였다. 이에 설문에 응한 124개 대학을 대상으로 설문을 진행하였으며, 이 중 80개 대학(64.5%)에서 답변을 받았다.

본 연구에서는 연구분석의 방법으로 첫째, 연구의 기초자료 마련을 위한 인구통계학적 빈도분석과 변수별 기술통계분석, 둘째, 설문의 타당도와 신뢰도 확보를 위한 탐색적 요인분석 및 신뢰도 분석, 마지막으로 연구문제 분석과 가설검증을 위한 독립표본 T 검정, 회귀분석을 실시하였다. 분석을 위한 도구로는 SPSS 23.0을 사용하였다.

〈표 3〉 측정항목

변수	하위요인	항목	내용
내부마케팅	권한위임	6	<ul style="list-style-type: none"> - 업무에 대한 의사결정의 자율성 허용 - 직원의 자의적 판단 하에 문제해결에 스스로의 판단 허용 - 직원의 판단 능력의 신뢰 정도 - 직원들의 자율성 장려 - 직원들의 창의성 독려 - 직원들의 자유로운 의사표현 정도
	내부커뮤니케이션	3	<ul style="list-style-type: none"> - 업무성과에 대한 정기적 피드백 - 업무사항에 대한 정기적 공유 - 부서계획에 대한 정기적 공유
	경영층지원	7	<ul style="list-style-type: none"> - 경영층에게 접근할 수 있는 분위기 조성 - 업무와 관련된 문제해결의 지침 제공 - 개방된 의사소통지원 - 계획수립과 의사결정과정의 참여 - 경영전반에 걸친 정보소통의 원활함 추구 - 업무성과향상에 대한 보상 - 승진과 보상에 대한 적절한 정책
	교육훈련	5	<ul style="list-style-type: none"> - 교육훈련의 다양한 기회 제공 정도 - 교육훈련 운영의 적절성 정도 - 업무수행에 교육훈련의 도움 정도 - 교육훈련이 현재와 미래 고객 요구 이해에 도움이 되는 정도 - 교육 훈련에 대한 조직적인 참여 필요 정도
직무만족		5	<ul style="list-style-type: none"> - 현재 업무에 대한 만족 정도 - 업무 수행에서의 성취감 정도 - 업무에 있어서 능력 발휘 정도 - 업무 성취에 있어서의 자신감 정도 - 근무환경에 대한 만족 정도
조직몰입		5	<ul style="list-style-type: none"> - 조직원으로서의 자부심 정도 - 기관에서의 업무수행에서 최고능력 발휘 정도 - 조직 경영방침 및 교육의 준수 정도 - 조직의 당면 문제에 대한 몰입 정도 - 조직 목적 달성을 위한 적극적 참여 정도
고객지향성		5	<ul style="list-style-type: none"> - 친절하고 편안한 고객 응대 정도 - 고객의 요구에 대한 이해와 해결의 노력 정도 - 고객의 반응에 대한 대응 정도 - 민원인에게 도움을 주기 위한 노력 정도 - 쾌적한 서비스 환경제공을 위한 노력 정도

4. 실증분석 및 가설검증

4.1 기술통계분석

설문응답자의 특성과 소속 대학기록관의 운

영주체와 설치형태를 파악하기 위해 빈도분석을 실시하였다. 그리고 연구 변수별 평균과 표준 편차 등의 기술통계를 파악함으로써 연구의 기초자료로 삼고자 하였다.

〈표 4〉와 같이 응답자의 인구통계학적 특성

〈표 4〉 설문 응답자의 인구통계학적 특성

인구통계학적 특성	구분	빈도(명)	퍼센트(%)
성별	남성	39	48.8
	여성	41	51.2
연령	20대	9	11.3
	30대	41	51.2
	40대	22	27.5
	50대 이상	8	10.0
학력	학사	35	43.8
	석사	40	50.0
	박사	5	6.2
직급	직원	65	81.3
	팀장/실장	10	12.5
	기타(조교 등)	5	6.2
근무연수	5년 미만	37	46.2
	5년 이상 ~ 10년 미만	18	22.5
	10년 이상 ~ 20년 미만	18	22.5
	20년 이상	7	8.8
고용형태	정규직	62	77.5
	계약직	16	20.0
	기타(수습 등)	2	2.5

을 성별, 연령, 학력, 직급, 근무연수와 고용형태로 나누어 살펴보았다. 성별의 경우 남성 39명, 여성 41명으로 비율이 비슷하였으며, 연령은 20대 9명(11.3%), 30대 41명(51.2%), 40대 22명(27.5%), 50대 이상이 8명(10%)으로 30대가 절반 이상으로 파악되었다. 학력은 학사 35명(43.8%), 석사 40명(50%), 박사가 5명(6.2%)이 응답하여 석사가 절반을 차지하였는데, 이는 기록물관리 전문요원으로 대학에서 석사 이상의 자격을 요구하고 있음을 반영하는 결과이기도 하다. 직급은 응답자의 65명(81.3%)이 직원으로 파악되었으며 근무연수는 5년 미만이 37명(46.2%), 5년 이상 10년 미만이 18명(22.5%), 10년 이상 20년 미만이 18명(22.5%)으로 68% 이상이 10년 미만인 것으로 나타났

다. 이는 2005년부터 기록연구직렬이 신설되고 이후 대학에 기록물관리 전문요원이 배치되기 시작한 지 불과 10년 남짓 밖에 되지 않은 현실을 반영하고 있기도 하다. 고용형태는 응답자의 62명(77.5%)이 정규직인 것으로 파악되었다.

설문응답자가 근무하는 대학의 운영주체와 대학기록관의 설치형태를 〈표 5〉로 살펴보면 국공립이 37교(46.3%), 사립이 43교(53.7%)로 국공립대학은 설문대상인 50교 중 74%가 응답하였다. 이에 반해 사립대학의 경우 국공립대학보다 응답 수는 많았으나, 설문대상 사립대학 수에 비해 응답률이 35%에 불과해, 사립대학의 기록물관리 전문요원 배치 비율이 상대적으로 낮은 현실을 반영하고 있다. 그리고 대학기록관의 설치형태는 독립기관은 5곳에 불과하

〈표 5〉 설문 응답자의 소속 대학기록관 운영주체와 설치형태

대학기록관 특성	구분	빈도(명)	퍼센트(%)
운영주체별	국립	33	41.3
	공립	4	5.0
	사립	43	53.7
소속별	독립기관	5	6.3
	도서관	8	10.0
	박물관	4	5.0
	총무과	63	78.7

였으며 63곳(78.8%)이 총무과 소속으로 설치되어 운영되고 있었다. 이는 대학의 기록물관리가 각종 공문서를 담당하는 총무과 업무와 밀접하게 관련되어 있기 때문이라 할 수 있다. 그리고 도서관에 속해 운영되는 곳이 8곳(10%), 박물관이 4곳(5%)으로 파악되었다.

〈표 6〉은 변수 요인별 기술통계 분석 결과이다. 설문응답자들은 내부마케팅 요인 중에서 교육훈련이 가장 높게 인식되었으며, 편차도 가장 적게 나타나 대학기록관에서는 효율적인 기록관리를 위해 교육훈련의 필요성을 인식하고 있으며, 실제 실시하고 있음을 알 수 있다. 그리고 경영층지원 요소가 평균이 가장 낮고 편차도 크다는 것을 볼 수 있는데 이는 기록관이 대학 내부 기관으로서 경영층의 인식과 지

원이 부족한 현실을 반영한다고 할 수 있다. 전체 변수 가운데에서는 고객지향성에 대한 요인이 평균 3.94로 가장 높게 나타남으로써 대학기록관에서 근무하는 직원들이 전반적으로 고객 서비스에 대한 인식이 높음을 확인할 수 있었으며, 직무만족 3.61, 조직몰입 3.57 순으로 나타났다.

4.2 탐색적 요인분석 및 신뢰도 분석

설문 측정의 타당도 검증을 위하여 탐색적 요인분석을 실시하였고, 요인추출을 위해 주성분 분석, 요인회전은 Kaiser의 정규화가 있는 베리맥스를 사용하였다. 내부마케팅의 요인으로 추출된 4요인은 모두 요인적재량은 0.5 이상이었

〈표 6〉 변수 요인별 기술통계 분석

요인구분	평균	표준편차	응답인원(명)	
내부마케팅	권한위임	3.43	0.82	80
	내부커뮤니케이션	3.44	0.79	80
	경영층지원	3.17	0.85	80
	교육훈련	3.71	0.76	80
직무만족	3.61	0.84	80	
조직몰입	3.57	0.85	80	
고객지향성	3.94	0.67	80	

고, 교차요인적재량보다 높은 값을 가져 측정도구가 변수를 잘 설명하고 있음을 확인하였다. 그리고 탐색적 요인분석의 척도 값인 KMO의 값이 0.863으로 나와 일반적 사회과학 연구 문제의 기준 값인 0.5를 상회하여 좋은 편으로 나왔으며, Bartlett의 구형성 검정의 유의확률도 0.00으로 요인분석에 적합하다고 분석되었다.

신뢰도 분석은 측정된 값들에 대한 일관성에 대한 검증으로, 본 연구에서는 내적 일관성의 측정을 위해 크론바흐 알파 값으로 신뢰도 계수를 측정하였다. 크론바흐 알파계수는 0~1 사이의 값을 가지며, 계수가 높을수록 신뢰성이 높은 것으로 간주하는데, 본 연구에서는 크론바흐 알파계수를 측정한 결과, 7개 요인 모두 0.8 이상의 값으로 나와 내적 일관성이 우수한 수준으로 확보되었다고 할 수 있다.

4.3 집단별 비교분석

독립표본 T 검정이란 2개의 표본을 측정하여 판단하는 분석방법으로 보통 유사하거나 대립되는 표본의 평균을 비교하여, 비교한 평균 값이 어떠한 의미를 가지는지 판단할 때 사용

한다(노경섭 2016, 65). 본 연구에서는 대학기록관의 운영주체와 설치형태, 응답자의 인구통계학적 특성에 따른 내부마케팅과 직무만족, 조직몰입, 고객지향성 요인에 대한 직원의 인식차를 알아보기 위하여 독립표본 T 검정을 실시하였다. <표 7>은 집단 비교분석을 위한 표본별 구분 기준을 나타낸 것이다.

<표 8>은 독립표본 T 검정을 위해 2개의 집단을 구분한 뒤 각 변수별 평균값에 따른 집단 간의 유의한 차이를 분석한 결과이다. 대학기록관 운영주체를 국공립(37교)과 사립(43교)으로 나누고 독립표본 T 검정을 실시한 결과, 운영주체에 따른 내부마케팅 요인 인식의 차이는 없는 것으로 나타났다. 그리고 대학기록관을 설치형태별로 독립기관과 도서관, 박물관 소속기관(17개), 총무과 소속기관(63개)으로 나누고 독립표본 T 검정을 실시한 결과 직무만족 요인에서 총무과 소속의 기록관보다 독립기관이나 도서관, 박물관 소속의 기록관이 평균이 높은 것으로 나타났다.

응답자의 인구통계학적 특성 간 변수요인의 평균 차를 알아본 결과 설문응답자의 학력, 직급별, 고용형태에서는 집단 간 유의한 차이를

<표 7> 독립표본 T검정을 위한 표본별 기준

표본	통계특성	구분	항목수	계	표본	통계특성	구분	항목수	계
대학 기록관	운영주체	국공립	37	80	응답자	학력	학사	35	80
		사립	43				석박사	45	
	설치형태	단독기관 및 도서관 소속 등	17	80		직급	직원	65	80
		총무과소속	63				팀장/실장 및 기타	15	
응답자	성별	남성	39	80		근무연수	5년 미만	37	80
		여성	41				5년 이상	43	
	연령	20~30대	50	80		고용형태	정규직	62	80
		40대 이상	30				계약직/시간제	18	

〈표 8〉 대학기록관 운영주체, 설치형태별 독립표본 T 검정 결과

요인구분	내부마케팅				직무만족	조직몰입	고객지향
	권한위임	내부커뮤니케이션	경영층지원	교육훈련			
운영주체	X	X	X	X	X	X	X
설치형태	X	X	X	X	O	X	X
성별	X	X	X	X	O	X	X
연령	X	O	X	X	X	X	X
학력	X	X	X	X	X	X	X
직급	X	X	X	X	X	X	X
근무연수	X	X	X	X	O	O	X
고용형태	X	X	X	X	X	X	X

찾을 수 없었으나 응답자의 성별 특성에서 여성에 비해 남성의 직무만족 요소가 높게 파악되었다. 그리고 연령별 특성에서 20~30대 응답자의 내부커뮤니케이션 인식 정도가 40대 이상 응답자에 비해 높은 것으로 나타났다. 또한 5년 이상 근무한 직원이 직무만족과 조직몰입에서 5년 미만인 직원보다 더 높은 평균값을 가짐을 확인할 수 있었다. 이상의 연구결과를 보면, 독립표본 T 검정에서는 일부 요소에 대해서 유의미한 결과를 보이긴 하였으나 내부마케팅 요소에 있어서는 대부분의 경우에 있어서 집단 간 유의한 차이를 보이지 않았다.

현재 우리나라 대학은 운영주체가 국공립과 사립으로 나누어져 있으며, 공공기록물관리법에 따라 국공립 대학을 위주로 기록물관리 전담요원이 배치되기 시작하였다. 사립대학의 경우 대학의 역사기록물 관리를 위하여 법시행 이전부터 일부 기관에서 전담인력을 두기는 하였으나 <표 2>를 통해 알 수 있듯이 2016년 기준 사립대학 289개 중 전담요원이 배치된 곳은 22개 대학으로 전체의 8%에 불과하였다. 이에 비해 국공립 대학의 경우 전체 52개 대학 중 전

담요원이 배치된 대학이 43개로 전체의 83%에 해당했다. 이러한 점을 감안하여 국공립과 사립대학의 운영주체에 따라 대학기록관의 근무 환경에 있어 내부마케팅 요소의 인식차가 있을 것이라 예상하였으나 연구 분석결과 운영주체 간의 유의미한 차이를 발견하지 못하였다. 또한 연구대상인 80개 대학기록관에 대하여 설치형태별로 독립기관 5개, 도서관 소속 8개, 박물관 소속 4개 기관과 총무과 소속 기관 63개 기록관에서도 내부마케팅 요소의 인식차를 발견할 수 없었다. 이에 따라 본 연구에서는 내부마케팅 요소 인식에 있어서는 대학기록관의 운영주체나 설치형태가 크게 영향을 미치지 않음을 알 수 있다. 다만 대학기록관 설치형태에 있어서 독립기관 등이 총무과 소속기관보다 직무만족이 높으며 권한위임의 요소를 중요하게 인식하는 점에 있어서, 기록업무가 독립적으로 분리되어 있을 경우 담당자의 권한위임에 따른 책임요소는 증가하지만, 직무만족은 더 높다는 것을 알 수 있다. 유현경 등(2016)의 연구에 따르면 기록관리법이 시행된 지 15년이 지났음에도 불구하고 여전히 기록 관리에 대한 인식은

저조한 편이며, 대중의 인식은 물론, 기록물관리 전문요원이 근무하고 있는 기관의 처리과 근무자조차 기록 관리에 대한 인식이 낮아 이에 따른 업무 협조에 무관심하다고 밝히고 있다. 특히 업무분장에 있어서 기록관리 외의 업무가 과중하며, 기록 관리 업무에 대한 낮은 인식과 이해도로 인해 업무분장의 범위가 명확하지 않고, 기록관리 업무 외의 다른 행정적 업무를 수행하도록 강요받고 있는 현실에 대해 말하고 있다. 따라서 이러한 점을 감안하여 볼 때, 기록관리 업무가 조직의 운영주체나 설치형태 같은 구조적인 영향보다는 기록관리 업무 인식 체계의 현실적 특성에 더 영향을 받고 있다고 판단할 수도 있을 것이다.

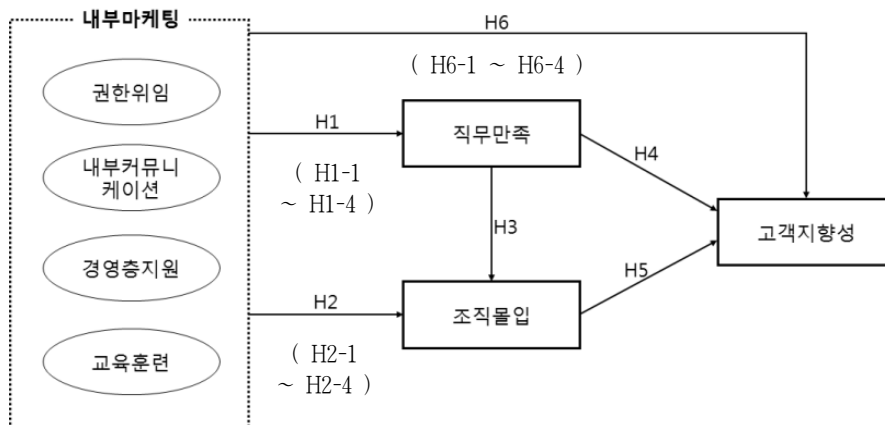
4.4 가설검증

연구가설 검증을 위하여 변수 간의 단순, 다중 회귀분석을 실시하였다. 연구변수 간의 영향 관계 분석을 위하여 앞서 제시하였던 연구가설을 <그림 1>과 같이 모형으로 도식화 해 보았다.

H1, H2, H6는 독립변수로서 내부마케팅 각 요인인 권한위임, 내부커뮤니케이션, 경영충지원, 교육훈련이 각각 매개변수인 직무만족, 조직몰입과 종속변수인 고객지향성에 영향을 미치는 영향관계를 나타낸 것으로, 다중회귀분석을 진행하였다. 그리고 H3, H4, H5는 직무만족, 조직몰입, 고객지향성 간의 영향관계를 알아보기 위한 단순회귀를 진행하였다.

각 가설에 대한 회귀분석을 실시한 결과 <표 9>와 같은 분석모형이 도출되었다.

각 모형의 R값은 회귀분석에 있어 독립변수와 종속변수와의 상관관계를 나타내는 값으로 0.585에서 0.820의 값을 나타냈다. R제곱은 회귀선이 각 종속변수에 대해 설명하는 정도를 나타내는 값으로 0.342에서 0.672의 값을 나타냈다. 그리고 다중회귀분석 시 도출되는 Durbin-Watson 수치는 1.816에서 1.934 사이의 값으로 2에 가까우면 잔차에 대해 독립적이라 할 수 있다. 분산분석(Anova)은 회귀식 자체의 유의성을 판단하는 지표로 F값과 유의확률로 표현되는데, 각 모형에 대한 유의확률이 0.05보다 작



<그림 1> 연구가설 모형

〈표 9〉 각 연구가설에 대한 회귀분석 모형

모형	R	R 제곱	수정된 R 제곱	추정값의 표준오차	Durbin-Watson	분산분석(Anova)	
						F	유의확률
H1	.695 ^a	.482	.455	.5422	1.866	17.473	.000 ^b
H2	.712 ^a	.507	.481	.5182	1.816	19.269	.000 ^b
H3	.820 ^a	.672	.668	.4142	-	159.998	.000 ^b
H4	.585 ^a	.342	.334	.4700	-	40.594	.000 ^b
H5	.658 ^a	.433	.426	.4363	-	159.998	.000 ^b
H6	.586 ^b	.343	.317	.4758	1.934	13.229	.000 ^c

은 0.000으로 모두 통계적으로 유의한 결과를 보인다고 할 수 있다.

회귀분석의 결과를 표준화 계수(β)를 통해 살펴보면 〈표 10〉과 같다. 표준화계수는 회귀분석에서 각 변수들의 영향력을 판단하는 계수로 H1의 내부마케팅의 직무만족에 대한 영향력을 보면 β 값의 크기에 따라 경영충지원 0.443, 권

한위임 0.410, 교육훈련 0.293, 내부커뮤니케이션요인 0.181 순으로 경영충지원이 가장 영향력이 큰 것을 확인할 수 있다. 다음으로 내부마케팅의 조직몰입에 대한 영향관계를 β 값으로 살펴보면 경영충지원은 0.504, 권한위임은 0.360, 내부커뮤니케이션은 0.288, 교육훈련은 0.199의 순으로 경영충지원이 가장 큰 영향력을 보였다.

〈표 10〉 가설검정 결과

가설	경로	표준화계수(β)	t-value	p-value	결과
H1	내부마케팅 → 직무만족				채택
H1-1	권한위임 → 직무만족	.410	4.929	.000	채택
H1-2	내부커뮤니케이션 → 직무만족	.181	2.174	.033	채택
H1-3	경영충지원 → 직무만족	.443	5.329	.000	채택
H1-4	교육훈련 → 직무만족	.293	3.530	.001	채택
H2	내부마케팅 → 조직몰입				채택
H2-1	권한위임 → 조직몰입	.360	4.441	.000	채택
H2-2	내부커뮤니케이션 → 조직몰입	.288	3.558	.001	채택
H2-3	경영충지원 → 조직몰입	.504	6.221	.000	채택
H2-4	교육훈련 → 조직몰입	.199	2.448	.017	채택
H3	직무만족 → 조직몰입	.820	12.649	.000	채택
H4	직무만족 → 고객지향성	.585	6.371	.000	채택
H5	조직몰입 → 고객지향성	.658	7.720	.000	채택
H6	내부마케팅 → 고객지향성				부분채택
H6-1	권한위임 → 직무만족	.148	1.611	.111	기각
H6-2	내부커뮤니케이션 → 직무만족	.288	3.130	.002	채택
H6-3	경영충지원 → 직무만족	.407	4.421	.000	채택
H6-4	교육훈련 → 직무만족	.308	3.343	.001	채택

세 번째 직무만족이 조직몰입에 미치는 영향에 대한 단순회귀분석의 결과도 β 값이 0.820으로 높은 영향력을 보였으며, 가설은 유의한 결과를 나타냈다. 네 번째 직무만족과 조직몰입 고객지향성에 미치는 영향에 대한 단순 회귀분석의 결과 β 값이 각각 0.585, 0.658의 값을 보였으며, 가설은 모두 유의한 결과를 나타냈다.

마지막으로 내부마케팅 각 요인의 고객지향성에 대한 다중회귀분석의 결과를 보면 권한위임의 유의확률이 0.111로 0.05보다 큰 값을 나타냄으로써 유의하지 않음을 나타냈다. 가설이 기각된 권한위임의 제외하고 표준화계수를 통해 나머지 요인의 고객지향성에 대한 영향 정도를 살펴보면 경영충지원 0.407, 교육훈련 0.308, 내부커뮤니케이션 0.288의 순으로 나타나, 경영충지원이 가장 높은 영향력을 보였다. 이에 따라, 연구가설에 대한 회귀분석 결과를 정리해 보면, H6-1을 제외한 모든 가설이 채택되어 변수 간 영향력의 차이는 있지만 모두 유의한 영향 관계가 있음을 확인 할 수 있었다.

5. 결론

본 연구는 기록 관리의 최종 목적을 서비스 제공에 두고 기록관리 기관의 이용자 대상 서비스 활성화를 위한 동기를 내부직원에서 찾았자 하였다. 그리고 직원의 고객지향성에 대한 실증연구를 위하여 내부마케팅이라는 개념을 적용하여 연구를 시도하였다.

이에 대한 실증연구의 결과는 다음과 같다.

첫째, 대학기록관의 운영체제와 설치형태, 설문응답자의 특성에 따라 표본으로 나누고 연구

변인 간 인식의 차이를 검정한 결과, 대학기록관 설치형태에 있어 독립기관 형태의 기록관이 총무과 소속 기록관보다 직무만족요인의 평균이 높은 것으로 파악되는 등 일부 요인에 있어서 평균값의 차이에 따라 인식차가 발생하기도 하였으나, 전반적으로는 크게 차이가 없는 것으로 파악되었다. 이에 대학기록관의 내부마케팅은 소속 대학의 운영체제와 설치형태보다 선행연구 등을 통해 살펴보았을 때, 기록업무 자체에 대한 주변의 인식과 전문직으로서의 평가 등에 더 관련이 있을 것으로 예측할 수 있다.

둘째, 대학기록관의 내부마케팅이 직원의 직무만족과 조직몰입에 미치는 영향에 대하여 다중회귀를 통해 살펴본 결과, 내부마케팅 하위요소인 권한위임, 내부커뮤니케이션, 경영충지원, 교육훈련은 직원의 직무만족과 조직몰입에 대하여 영향력의 차이는 있지만, 모두 유의미한 영향을 미치고 있으며 특히 경영충지원의 요소가 가장 높은 영향력을 보인다는 것을 알 수 있었다.

셋째, 대학기록관 직원의 직무만족과 조직몰입, 고객지향성의 영향관계에 대한 단순회귀분석결과, 변수 간 표준화 계수를 통한 유의미한 영향관계를 확인 할 수 있었다.

마지막으로 대학기록관의 내부마케팅이 직원의 고객지향성에 미치는 영향을 알아보기 위해 다중회귀분석을 실시한 결과, 권한위임의 요소를 제외한 내부커뮤니케이션, 경영충지원, 교육훈련 3요소에 대한 유의확률이 모두 0.05 이하로 고객지향성에 대해 유의한 결과를 보였으며, 표준화 계수를 통해 경영충지원, 교육훈련, 내부커뮤니케이션 순의 영향관계를 확인할 수 있었다.

위의 연구결과를 종합하면, 내부마케팅에 대한 직무만족 및 조직몰입에 대한 관계와 고객지향성에 대한 영향관계에서 모두 경영층지원 요소가 가장 밀접한 관계가 있는 것으로 분석되었다. 이에 따라 대학기록관의 고객서비스 만족도를 높이기 위해서는 내부마케팅의 요소 가운데 경영층의 적극적인 지원과 기록 관리에 대한 인식 개선이 무엇보다 시급하다고 볼 수 있다.

본 연구는 기록관리 분야에 있어 내부마케팅 요소를 처음 적용하여 시도한 연구라는 점에서 의의가 있으며, 대학기록관의 운영 목표를 기록

보존에서 서비스로 확장하고, 직원의 근무 환경 인식을 근거로 서비스 향상을 위한 기초 자료를 마련하고자 하였다. 하지만 경영층 지원에 대한 실질적 개선과 고객지향성 향상을 위한 구체적인 방안까지는 제시하지 못한 한계가 있어 이를 위한 후속연구가 필요할 것이다. 한편, 본 연구는 대학기록관뿐만 아니라 기록관의 조직별 근무 환경을 고려한 내부마케팅 요소를 도출하고 적용함으로써, 이용자 서비스 향상을 위한 기관의 문제점 파악과 개선방안 도출에 활용할 수 있을 것으로 기대한다.

참 고 문 헌

- 국가기록원. 2016. 『대학 기록관리 매뉴얼』. 대전: 국가기록원.
- 국가기록원. 2017. 『2017년 대학기록관리 지침』. 대전: 국가기록원.
- 국가기록원. 2017. 『2017년도 기록관리 평가결과보고』. 대전: 국가기록원.
- 김이훈. 2009. 『대학기록관의 설립과 운영 현황 연구』. 석사학위논문. 한양대학교 대학원, 기록관리학과.
- 김종현. 2006. 『대학에서의 내부마케팅이 고객만족과 서비스품질, 관계몰입에 미치는 영향』. 박사학위논문. 경상대학교 대학원, 경영학과.
- 문수정. 2017. 『내부마케팅이 직무만족과 고객지향성에 미치는 영향에 관한 연구: 의료기관 중심으로』. 석사학위논문. 경희대학교 경영대학원, 의료경영학과.
- 박태섭. 2017. 『IPA를 활용한 지방자치단체 기록연구사의 직무분석에 관한 연구』. 석사학위논문. 한성대학교 대학원, 문헌정보학과.
- 백인화. 2006. 『대학도서관의 고객반응에 영향을 미치는 내재요인 연구: 내부마케팅, 사서의 태도 및 서비스 품질간의 인과관계를 중심으로』. 박사학위논문. 성균관대학교 대학원, 문헌정보학과.
- 서혜란, 옥원호. 2008. 기록연구사의 근무실태 및 제도운영에 관한 실증연구. 『한국기록관리학회지』, 8: 235-255.
- 손동유 외. 2005. 『대학기록관의 설립 및 운영에 관한 기초 연구』. 서울: 한국국가기록연구원.
- 심우극, 최호규. 2014. 대학의 내부마케팅과 조직성과 간의 구조적 관계 연구. 『사회과학연구』, 38: 93-124.

- 유현경, 김수정. 2016. 기록물관리 전문요원의 직무만족도에 관한 연구, 『기록학연구』, 47: 95-130.
- 이은영. 2012. 기록관리전문직의 핵심역량에 관한 인식 연구. 『한국기록관리학회지』, 12: 117-139.
- 지인현. 2016. 『공무원조직의 내부마케팅이 직무만족, 직무스트레스, 조직몰입 및 고객지향성에 미치는 영향』. 석사학위논문. 강원대학교 대학원, 경영학과.
- 최유리. 2015. 『대학에서의 내부마케팅이 직무만족과 서비스지향성에 미치는 영향』. 석사학위논문. 중원대학교 사회과학대학원, 경영학과.
- Mary Jo Pugh. 2004. 『기록정보서비스』. 설문원 역. 서울: 진리탐구.

• 국문 참고자료의 영어 표기

(English translation / romanization of references originally written in Korean)

- Baek, Inhwa. 2006. *Impact of Intercal factors on customer response in Unibersity libraries*. Ph. D. diss., Sungkyunkwan University, Department of Library and Information Science.
- Choi, Youri. 2015. *The Effects of Internal Marketing of University on Job Satisfaction and Service Orientation*, M.A. thesis. Graduate School of Social Sciences, Chungwon National University.
- Ji, Inhyun. 2016. *Effects of Internal Marketing for Public Officials on Job Satisfaction, Job Stress, Organizational Commitment, Customer Orientation*. M.A. thesis. Kangwon National University, Department of Business Administration.
- Kim, Jonghyeon. 2006. *The Effects of Internal Marketing of University on Customer Satisfaction, Service Quality, and Relational Commitment*. Ph. D. diss., Gyeongsang National University, Department of Business Administration.
- Kim, Yihoon. 2009. *The Establishment and Management of University Archives*. M.A. thesis. Hanyang University, Department of Records Management.
- Lee, Eunyong. 2012. "A Study on Core Competencies of Archivists & Records Managers." *The Korean Journal of Records Management*, 12: 117-139.
- Mary Jo Pugh. 2004. *Recording Information Service*. Translator Seol, Munwon. Seoul: Jinlitamgu.
- Mun, Sujeong. 2017. *The Study about How Internal-Marketing Affects Job-Satisfaction and Customer-Orientation*. M.A. thesis. Kyung Hee University School of Business, Department of Medical Management.
- National Archives of Korea. 2016. *University Records Manual*. Daejeon: National Archives
- National Archives of Korea. 2017. *2017 College Records Management Guidelines*. Daejeon: National Archives.
- National Archives of Korea. 2017. *Record Management Evaluation Report*. Daejeon: National

Archives.

Park, Taesup. 2017. *A Study on the Job Analysis for Records Managers in the Local Governments*. M.A. thesis, Hansung University, Department of Library and Information Science.

Seo, Hyelan and Wonho Ok. 2008. "Empirical Study concerning the Issues of Working Conditions and Operational System of Archivists in Korea." *The Korean Journal of Records Management*, 8: 235-255.

Shim, Ukuk and Hoky Choi. 2014. "A Study on the Structural Relationships between Internal Marketing and Organizational Performance in University." *The Journal of Social Science Research*, 38: 93-124.

Son, Dongyu et al. 2005. *Basic Research on the Establishment and Operation of University Archives*. Seoul: Korea National Record Research Institute.

You, Heonkyoung and Sujung Kim. 2016. "A Study on Job Satisfaction of Records Managers." *The Korean Journal of Archival Studies*, 47: 95-130.