

대학도서관의 근로운영방식에 따른 근로학생 구전(口傳)마케팅 효과의 실증적 연구

An Empirical Study on the Word-of-mouth Marketing Effect by Managing Student Employees in University Libraries

최 윤 희 (Yoonhee Choi)*

김 기 영 (Giyeong Kim)**

목 차

1. 서 론	3.2 연구대상
2. 이론적 배경	3.3 연구가설 및 분석방법
2.1 조직구조	4. 분석결과
2.2 조직커뮤니케이션	4.1 대학도서관의 근로학생 운영방식 분석
2.3 고객충성도	4.2 운영방식에 따른 충성도 차이 분석
3. 연구설계	5. 토 의
3.1 연구모형	6. 결 론

초 록

본 연구는 대학도서관 근로경험에 따른 도서관 마케팅효과에 대한 연구(최윤희 2012)의 후속 연구로서, 대학도서관의 근로학생 운영 특성을 조직구조와 조직커뮤니케이션의 특성으로 구분하였을 때, 각 집단에 속한 근로경험자의 충성도 차이를 확인하였다. 또한 근로학생의 행동적 충성도로 나타나는 구전마케팅 효과를 파악하기 위해 근로경험자 지인의 충성도를 통계적으로 분석하였다. 이를 토대로, 대학도서관의 근로학생 운영이 대학 내 학생집단 전체를 대상으로 한 마케팅 활동으로서 가지는 의미를 논의하였다.

ABSTRACT

As a follow-up of the study on the marketing effect of undergraduates' work experience in university libraries(Choi 2012), this study aims to identify differences in the library loyalty of student employees by the managerial characteristics of student employees and analyzes the loyalty of the acquaintances of the student employees to identify the word-of-mouth marketing effect by behavioral loyalty of student employees. Based on the results from the analyses, we discuss the possibility of the management of student employees as a marketing activities in university libraries to the whole undergraduate student.

키워드: 대학도서관, 근로학생, 조직구조, 조직커뮤니케이션, 구전마케팅
University Library, Student Employee, Organizational Structure,
Organizational Communication, Word-of-mouth Marketing

* 연세대학교 대학원 문헌정보학과 박사과정(yh_choi@yonsei.ac.kr) (제1저자)

** 연세대학교 문헌정보학과 조교수(gkim@yonsei.ac.kr) (교신저자)

논문접수일자: 2014년 7월 15일 최초심사일자: 2014년 8월 8일 게재확정일자: 2014년 8월 14일

한국문헌정보학회지, 48(3): 217-235, 2014. [http://dx.doi.org/10.4275/KSLIS.2014.48.3.217]

1. 서론

대학도서관의 근로학생은 도서관에 일정기간 채용되어 비상근으로 근무하는 직원임과 동시에 학교의 구성원으로 도서관을 이용하는 고객이라는 두 가지 신분을 가지고 있다. 이러한 근로학생은 외부이용자와 긴밀하게 접촉하는 내부직원으로서 인식할 수 있는데(Gregory 1995), 이들은 도서관 근로업무를 수행하면서 스스로의 도서관이용행태에 변화를 경험하고(Goodrich 1972), 자기주변의 도서관 이용과 참여를 권유하는 구전마케터의 역할을 수행한다(최윤희, 김기영 2012). 최윤희(2012)의 연구에서는 대학도서관이 학부생에게 제공하는 근로경험을 내부마케팅과 체험마케팅의 일환으로 간주하였으며 이것이 근로경험자의 충성도에 미치는 영향을 확인하였다. 이 연구에서 근로학생의 충성도에 영향을 미치는 것은 근로학생에 대한 교육훈련으로 보고되었고, 행동적 충성도로 개념화된 근로학생의 구전마케팅은 나아가 근로학생 지인의 도서관 충성도에 영향을 미치는 것으로 나타났다.

이처럼 대학도서관은 대학 내 구성원의 도서관 충성도 형성을 위한 마케팅 자원으로 근로학생을 활용할 수 있음에도 불구하고 이러한 관점의 구체적 운영방안 및 효과에 대한 연구는 부족하다. 따라서 본 연구에서는 조직특성이 근로학생 및 그 지인의 충성도에 어떠한 영향을 미치는지를 확인함으로써, 조직의 근로학생에 대한 내부마케팅효과를 근로학생의 지인에 대한 근로학생의 구전마케팅 효과로 그 범위를 확장한다. 나아가 도서관에서는 이와 같은 구조적인 접근을 통해 근로학생 뿐만 아니라 전체 사서직

원이 포함된 내부고객을 대상으로 한 효과적인 경영 방식을 모색할 수 있을 것이다.

본고에서 다루는 조직특성은 크게 조직구조와 조직커뮤니케이션으로, 이 특성들이 근로학생 및 그 지인들의 충성도에 어떠한 영향을 미치는지를 파악한다. 업무의 공식화와 커뮤니케이션의 일관성은 예측 가능한 업무수행 및 원활한 커뮤니케이션을 도모하여 조직의 효율과 효과를 극대화한다. 이는 조직의 생산성을 향상시키고 동시에 조직에 대한 직원의 충성도에도 영향을 미치는데(Arthur 1994; Nyhan 1999), 조직경영에 있어 내부직원의 충성도가 중요시 되는 까닭은 이것이 외부고객의 충성도와 연결되기 때문이다(Berry 1981; Gummesson 1991). 즉, 조직의 사명과 목적을 충분히 이해한 조직 구성원은 개인의 목표와 조직의 목표를 동일시하여 고객지향적인 마케팅활동을 수행하며, 이는 외부고객과의 상호작용으로 고객의 구매의사결정 및 반복구매와 같은 고객충성도를 강화시키는 기제가 된다(Grönroos 1990).

본 연구는 대학도서관의 근로학생 운영방식을 조직구조의 특성과 조직커뮤니케이션의 특성으로 구분하여, 운영주체(사서) 및 운영객체(근로학생)가 인지하는 조직특성의 차이를 확인한다. 또한 근로학생집단 내에서도 각 운영방식에 따라 차별화된 근로경험을 체득하였다고 가정하여, 근로학생의 충성도에 영향을 미치는 조직구조 및 조직커뮤니케이션의 특성을 파악한다. 나아가 행동적 충성도가 형성된 근로학생이 그들의 지인에게 수행하는 구전마케팅의 결과로, 지인의 충성도에는 어떠한 조직의 특성이 영향을 미치는지 분석한다. 결론에서는 도출된 결과를 통해 대학도서관의 근로학생에 대한 효

과적 운영뿐만 아니라 전반적인 도서관 조직경
영에 이러한 특성이 어떻게 적용될 수 있는지를
토의한다.

2. 이론적 배경

본 장에서는 조직구조와 조직커뮤니케이션
에 대한 정의 및 유형을 살펴보고, 고객 충성도
의 개념을 통해 도서관에 대한 충성도의 구성
요인들을 파악한다.

2.1 조직구조

조직구조는 조직구성원들이 상호작용하면서
형성된 일정한 질서나 유형으로 조직을 구성하
는 부문 간의 확립된 관계의 유형이라고 할 수
있다(오석홍 1990). 조직활동의 형태와 기준 및
조직부서간 조절방법 등을 규정한다는 차원에
서 조직구조는 조직의 다른 어떤 요소보다도 조
직행태에 큰 영향을 주는 요소이다. 대표적 조
직구성의 특성변수로는 과업의 분화 정도를 나
타내는 복잡성(complexity), 직무의 표준화 정
도를 나타내는 공식화(formalization), 권한의
배분 정도를 나타내는 집권화(centralization)
의 세 가지 요소로 구분된다.

그 중 공식화는 조직 내에 규칙, 절차, 지시
및 의사전달이 명문화된 정도를 뜻하며 조직
내의 직무가 표준화되어 있는 정도를 나타낸다
(Oldham and Hackman 1981). 조직의 성장주
기에 따라 공식화의 수준은 긍정적 혹은 부정적
으로 작용할 수 있는데(김지혜 2014), 조직구조
가 공식화되어 있다는 것은 정해진 규칙에 따라

업무를 수행해야 하기 때문에 개인의 재량권이
낮은 반면, 공식화 정도가 낮은 조직은 사전에
규정된 절차나 규칙이 적어 구성원들이 상당한
재량권을 발휘할 수 있다. 공식화의 장점은 조
직구성원의 행동을 정형화함으로써 통제가 용
이하고 상황별 행동의 예측가능성을 높일 수 있
다는 것이다. 또한 직무의 표준화로 인해 책임
소재를 명확히 하여 혼란을 방지하고 공정한 대
우를 보장하여 분쟁을 최소화한다. 그러나 조직
구성원의 자율성이 축소되어 관료제의 병리현
상이 만연될 수 있으며, 구성원을 기계화시킴으
로써 구성원들의 소외감 증대 및 변화 기피 행
태를 초래할 수 있다.

문헌정보학분야에서 도서관의 조직구조를 다
룬 연구들 가운데 김명옥(1998)은 대학도서관
조직구조의 기본변수를 복잡화, 공식화, 집권화
로 설정하여 이들이 능률성, 유연성, 정보자료
관리 및 만족성으로 표현된 조직유효성에 얼마
나 영향을 미치는지에 대한 실증적 검증을 시도
하였다. 또한 김희섭과 박용재(2007)는 도서관
마케팅전략과 관련된 조직구조의 환경요인을
분석한 결과, 공식화가 조직협업전략에 영향을
미치는 것을 확인하였다.

2.2 조직커뮤니케이션

구성원간 정보가 교환되는 과정인 커뮤니케
이션은 조직 내에서 수행될 경우 특정 상황 하
에서 조정 및 통제를 위한 수단, 합리적 의사결
정의 수단, 조직통솔과 리더십의 발휘, 사기양
양 및 동기유발 등의 중요한 기능을 수행한다
(Tompkins 1984; Lewis 1989; 윤정일 외 2008;
김지혜 2014). 조직커뮤니케이션은 조직의 공

동목표를 달성하기 위한 목적적인 커뮤니케이션으로, 앞서 언급한 기능을 극대화함으로써 내부마케팅을 강화시키기 위한 수단으로 활용된다.

기존 선행연구에서 측정된 내부마케팅의 주된 요인으로는 권한위임, 내부커뮤니케이션, 보상체계, 경영층 지원, 교육훈련이 있으며, 그 중 내부커뮤니케이션은 구성원이 스스로를 조직의 일원으로 인식하는 정도, 과업수행에 필요한 다양하고 새로운 정보를 공유하는 정도, 업무성과 피드백을 통해 조직에 기여하고 있는 정도를 포괄한다(Grönroos 1990; Ahmed and Rafiq 2000). 효과적인 내부커뮤니케이션은 업무수행 중 불확실성 감소, 조직몰입, 직무성과 증진을 유도하여 조직의 혁신에 중요한 요소로 고려된다(정기한, 오재신 2010).

이러한 조직커뮤니케이션의 특성변수로는 집중성과 개방성을 들 수 있는데(Taylor 1993), 이 두 가지 특성은 서로 반비례적인 관계를 보인다. 먼저, 집중성이 강한 커뮤니케이션은 중심인물이 가지고 있는 의사소통에 대한 중요한 정보 및 의사소통의 권한이 집중되어 있는 정도가 높은 상태를 의미한다. 기계적 구조나 고전적·정태적 의사소통 모형일수록 집중도가 높고 의사소통이 활성화되지 않는다. 또한 커뮤니케이션의 개방성은 의사전달 채널수의 다양성을 기준으로 평가하는데, 유기적 구조나 현대적·동태적 의사소통 모형일수록 개방도가 높고 의사소통이 활성화된다.

앞서 살펴본 조직구조의 공식화/비공식화, 조직커뮤니케이션의 집중성/개방성은 조직구조의 기본변수들로, Burns와 Stalker(1961)는 이를 통합하여 조직구조를 기계적 구조와 유기적 구조로 구분하였다. 먼저 공식화가 높고 의사

소통의 집중성이 강화되면 기계적 조직으로 분류되며, 이 조직은 능률성을 최고의 가치로 추구하고 공식규칙이 조직 운영의 구체적인 분야까지 경직적으로 적용되어 조직구성원의 자유재량권이 적다는 특징을 갖는다. 또한 기계적 조직은 권력구조가 집권화되어 있고 의사전달이 주로 수직적인 통로를 통한 하향적 지시와 명령, 상향적 보고로 이루어지며, 분업구조가 명확하다. 한편, 유기적 조직은 공식화가 낮고 의사소통이 개방적인 조직으로, 환경에 대한 적응과 조직의 생존을 최고의 목표로 추구하고 공식규칙이 상황에 따라 탄력적으로 적용된다는 특징을 갖는다. 유기적 조직의 권력구조는 분권화되어 있고 분화된 부서들 간의 조정과 통합은 주로 수평적 의사전달 통로를 이용한 상호 협의에 의해 이루어진다. 이 조직은 분업구조가 불명확하여 부서들 간에 관할 업무가 중복되기도 한다.

2.3 고객충성도

Oliver(1980)는 고객충성도에 대해 “마케팅 능력, 타인의 영향 등 여러 가지 주위환경에도 불구하고, 다른 제품이나 서비스로 전환하지 않고 계속적으로 특정브랜드나 상품을 미래에도 반복 구매하는 소비자의 헌신”이라고 정의하였다. 충성도는 브랜드에 대한 신뢰, 서비스에 대한 고객의 몰입과 연관되며, 충성도를 통해 형성되는 도서관 이용자의 심리 상태는 이용자가 내재적으로 도서관에 가지게 되는 호감과 신뢰, 혹은 애착의 정도라고 해석할 수 있다.

일반적으로 충성도는 행동적 충성도(behavioral loyalty)와 태도적 충성도(attitudinal loyalty)로 나뉘는데, 행동적 충성도는 서비스 추천의

도로, 태도적 충성도는 정서적 몰입(affective commitment)과 계산적 몰입(calculative commitment)으로 각각 세분화된다. 행동적 충성도는 이용자의 내재된 태도가 외부의 행동으로 드러나는 것을 전제로 한다. 행동적 충성도의 측정 요소는 주로 재구매와 구전(word-of-mouth)으로 구성되며, 구전의도는 자신이 경험한 서비스를 다른 사람에게 추천하려는 의사의 정도가 충성도로 발현되는 것을 의미한다. 정서적 몰입은 고객이 느끼고 있는 만족, 일체감, 신뢰, 정서적 애착으로 고객 스스로가 해당 브랜드와의 관계를 유지하고 싶어 하는 상태를 말하며, 이동진(2007)은 정서적 몰입이 행동적 충성도의 하나인 고객추천에 긍정적인 영향을 미친다고 보고하였다. 계산적 몰입은 서비스의 혜택을 인지하고 대안을 염두에 둔 전환비용을 고려하며, 고객이 해당 브랜드와 관계를 유지하는 것이 스스로에게 유리하다는 판단 하에 결속되는 상태이다.

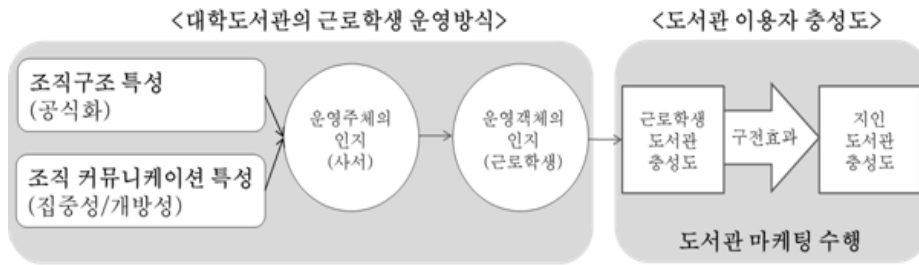
문헌정보학분야에서 도서관 이용자의 충성도는 이용자가 도서관을 대하는 태도와 주변 지인에게 구전마케팅 수행, 참여와 애착 등으로 나타난다. 대학도서관 이용자 충성도와 관련하여 Martensen과 Grønholdt(2003)는 향후 도서관 서비스이용 확대 가능성 및 스스로 도서관 이용에 대한 중요성 인식 정도, 추천의도를 통해 이용자 충성도를 측정하였다. 또한 김규환과 남영준(2007)은 단골이용자라고 인식하는 정도, 재이용의도, 다른 사람에게 이용 권유여부를 평가함으로써 도서관 이용자 충성도를 측정하였으며, 김선애(2008)는 도서관 재이용·재방문 의도, 도서관 이용의 개인적 중요성 평가, 타인에게 도서관의 이용 권유 의도를 통해 평가하였다.

3. 연구설계

3.1 연구모형

근로학생 운영방식은 각 대학도서관이 조직의 목표를 달성하기 위해 근로학생이라는 인적 자원을 활용하고 관리하는 데 사용하는 방법이다. 그러나 대부분의 대학도서관에서 근로학생에게 부여하는 직무나 처우를 살펴보면, 근로학생을 운영하는 방식은 유사한 양상을 보이는데, 본 연구에서는 이러한 근로학생 운영방식에 조직적 차원의 특성을 반영하여 구분한다. 근로학생 운영방식을 구분하는 조직특성 기준은 조직구조의 특성(공식화/비공식화)과 조직커뮤니케이션의 특성(집중성/개방성)이며, 사서가 인지하는 조직의 특성과 근로학생이 인지하는 조직의 특성이 서로 어떻게 연결되는지 확인한다(〈그림 1〉 참조). 근로학생이 인지하는 조직의 특성은, 근로학생이 경험한 직무상 교육훈련(예, 근무시 숙지사항 교육, 직무 훈련)의 정도와 업무지식(예, 업무환경변화, DB업데이트)의 정기적 정보 제공 수준을 7점 리커트 척도로 평가한 연속변수로 표현된다.

본 연구에서 종속변수로 사용되는 충성도는 태도적 충성도와 행동적 충성도로 구분되며, 태도적 충성도는 정서적 몰입과 계산적 몰입으로 세분화하여 측정한다. 태도적 충성도에서 정서적 몰입은 이미지를 통해 기관에 애착을 갖는 것으로, 기존의 여러 연구에서 활용된 척도인 양극형용사를 통해 이용자의 태도를 측정하였다. 본 연구에서는 이병관(2010)이 지방자치단체의 체험마케팅효과를 분석하기 위해 정리한 6쌍의 양극형용사(싫은/좋은, 지루한/재미있는, 불쾌



<그림 1> 연구도식

한/기분좋은, 개선의 여지가 많은/충분히 만족스러운, 비호감가는/호감가는, 매력없는/매력적인)로 정서적 몰입을 검증하였다.

계산적 몰입은 서비스로 인해 발생하게 될 이득 또는 손실을 평가함으로써 형성되는데, 도서관 행사 참여 경험, 도서관 행사 추천 경험, 행사와 서비스에 대한 관심과 지속적 이용 의도, 이용에 대한 평가 혜택을 인지여부를 통해 측정하였다. 이를 측정하기 위한 4가지 문항은 각각 최소 1점(지극히 불량함)에서 최대 7점(예외적으로 우수함)의 7점 리커드 척도로 구성하였다. 행동적 충성도 측정요인인 서비스 추천의도는 도서관 서비스를 다른 사람에게 추천하려는 의사의 정도를 가리킨다. 구전마케팅 효과는 행동적 충성도로 인한 서비스 추천의도의 결과를 의미하며, 이는 근로학생의 구전마케팅으로 인해 형성된 지인의 충성도로 측정된다.

<그림 1>의 우측도식에서 '도서관 마케팅 수행'은 도서관이 주도적으로 수행하는 마케팅과는 별개로, 충성도 높은 이용자인 근로경험자가 본인이 경험한 유용한 도서관 서비스의 내용에 대해 지인에게 구전마케팅을 수행하는 것을 의미한다. 따라서 도서관은 이러한 구전의 내용을 긍정적이고 풍부하게 만들기 위하여 근로경험

을 조직적인 차원에서 통제할 수 있어야 하는데, 이 때 근로운영방식의 특성이 반영될 것이라 판단된다.

3.2 연구대상

본 연구의 대상은 대학도서관에서 근로업무를 경험한 학생과 그 사람의 지인인 학생으로, 지인은 근로를 경험하지 않은 사람 가운데 근로경험자와 일주일에 한 번 이상 연락하고 정기적으로 친분을 지속하는 관계로 범위를 한정하였다. 표본추출방법은 도서관 근로를 경험한 학부생과 경험하지 않은 학부생을 구분하기 위해 판단표본추출법(non-probability sampling method) 중에서 임의표본추출방법(convenience sampling)을 적용하였다.

설문조사는 2012년 9월 4일부터 10월 5일까지 실시하였으며, 4개 대학도서관 직원의 도움을 받아 근로학생과 근로학생의 지인 표본을 수집하였다. 표본대상인 4개 대학은 재학생수 1만 명 이상의 대학교를 대상으로 하였으며, 국공립 및 사립, 그리고 수도권과 비수도권 대학을 모두 고려하였다. <표 1>은 설문조사를 통해 수집된 대학별 표본크기이다.

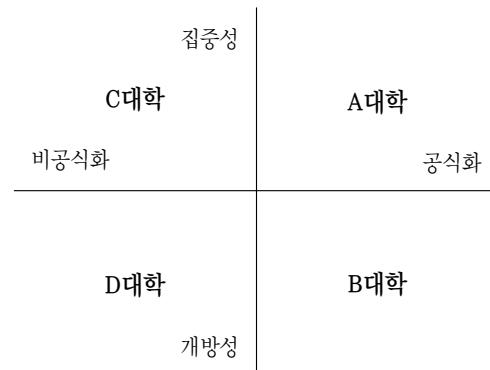
〈표 1〉 대학별 표본 크기

	A대학	B대학	C대학	D대학	계(%)
근로학생	34	27	21	23	105 (52.8)
근로학생의 지인	26	20	24	24	94 (47.2)
계(%)	60 (30.2)	47 (23.6)	45 (22.6)	47 (23.6)	199

대학도서관의 근로학생 운영현황에 대한 정보는 근로학생 관리업무를 맡고 있는 도서관 사서직원을 대상으로 설문과 인터뷰를 통해 획득하였다. 조사는 Kathman과 Kathman(2006)의 미국 대학도서관 근로학생 관리매뉴얼을 조사하여 정리한 항목들을 기반으로 하였다. 사전인터뷰를 통해 확인된 근로학생의 업무는 주로 서가배열, 출입관리, 도서장비 등의 단순하고 반복적인 작업들이었으며, 이에 대한 직무설명서의 존재나 교육훈련 수행여부는 대학마다 차이가 있었다. 본 연구에서는 각 대학도서관 조직의 근로학생 운영방식을 〈표 2〉와 같이 구분하였는데, 근로학생 직무설명서 보유와 새로운 업무지식교육 기회여부는 업무수행과 연관된 조직구조에 해당되며, 근로학생 피드백 수용 경험은 사서와 근로학생 간 조직커뮤니케이션을 의미한다. 조직구조의 특성은 표면적으로 명시되지 않기 때문에 본 연구에서는 경영활동 상에서 상호간 인지되는 수준을 통해 대학

도서관 근로학생 운영방식의 조직행태를 파악한다.

사서를 대상으로 한 사전 설문조사결과를 통해 도출한 조직의 특성은 공식화/비공식화와 집중성/개방성으로 구분되는데, 교육훈련의 차원에서 직무설명서를 보유하고 있는지, 새로운 업무지식교육기회가 존재하는지에 대해 사서가 인지하였다면 공식적인 수준이라고 판단한다. 또한 도서관 업무와 관련하여 근로학생의 피드백을 수용한 경험이 있는지 사서가 인지할 정도라면 사서와 근로학생간 커뮤니케이션이 비교적 개방적인 수준이라고 볼 수 있다. 이를 통해 대학도서관 근로학생 운영방식의 특성은 4가지 유형으로 나뉘며, 〈그림 2〉는 대학도서관의 근로학생 운영방식 특성에 따라 조사대상 집단을 구분한 것이다.



〈그림 2〉 근로 운영방식 특성별 집단 구분

〈표 2〉 대학별 근로학생 운영방식 특성

특성	요소	A대학	B대학	C대학	D대학
조직구조	근로학생 직무설명서 보유	○	○	X	X
	새로운 업무지식 교육 기회	○	○	X	X
조직커뮤니케이션	근로학생 피드백 수용경험	X	○	X	○

3.3 연구가설 및 분석방법

본 연구에서 규명하고자 하는 가설은 다음과 같다.

[연구문제 1] 조직구조는 근로학생의 인식에 영향을 미칠 것이다.

- 연구가설 1-1. 사서가 인지한 교육훈련 수행여부에 따라 근로학생의 교육훈련 지각 정도는 차이가 있다.
- 연구가설 1-2. 사서가 인지한 교육훈련 수행여부에 따라 근로학생의 도서관 이용다양성변화는 차이가 있다.

[연구문제 2] 조직커뮤니케이션은 근로학생의 인식에 영향을 미칠 것이다.

- 연구가설 2. 사서가 인지한 내부커뮤니케이션 수행여부에 따라 근로학생의 내부커뮤니케이션 지각 정도는 차이가 있다.

[연구문제 3] 대학도서관의 근로운영방식은 근로학생의 충성도에 영향을 미칠 것이다.

- 연구가설 3. 근로학생 운영방식의 특성(업무의 공식화/의사소통 개방성)에 따라 근로학생의 이용자 충성도(계산적 몰입/정서적 몰입/행동적 충성도)는 차이가 있다.

[연구문제 4] 대학도서관의 근로운영방식은 근로학생의 마케팅 역량에 영

향을 미칠 것이다.

- 연구가설 4. 근로학생 운영방식의 특성(업무의 공식화/의사소통 개방성)에 따라 근로학생 지인의 충성도(계산적 몰입/정서적 몰입/행동적 충성도)는 차이가 있다.

모든 변수들의 관련성 및 문항의 타당성을 검증하기 위해서 사전에 탐색적 요인분석과 신뢰도분석을 실시하였다(〈표 3〉 참조). 신뢰도분석을 통해 설문 문항간 내적 일관성을 검증하고자 할 때, 탐색적 연구에서는 요인의 Cronbach's α 계수가 0.60 이상이면 신뢰도가 높다고 판단된다. 본 연구에서 종속변수로 설정된 각 요인 분석 결과, 정서적 몰입의 경우 총 6개 항목에 항목간 Cronbach's α 는 .912, 계산적 몰입은 4개 항목에 항목간 Cronbach's α 가 .850로 모두 높은 신뢰도를 나타내었다. 이러한 3가지 요인으로 설명된 분산은 항목 전체 분산에서 74.09%를 차지함으로써, 도서관 충성도에 대한 3가지 요인의 타당성은 문제가 없는 것으로 판단된다.

연구가설을 검증하기 위한 분석방법은 분석의 목적과 변수의 유형에 따라 독립표본 t -test 분석, 일원배치 분산분석, 이원배치 분산분석을 수행하였다. 자료의 처리는 Microsoft Excel을, 통계분석 분석도구로는 IBM SPSS Statistics version 21을 활용하였다.

분석에서 근로학생과 지인의 충성도는 조직의 특성에 따라 구분된 집단 간 차이를 통해 검증될 것이며, 이를 기반으로 대학도서관의 효과적인 인적자원 운영방식과 도서관 이용자의 바람직한 충성도 형성을 위한 방향을 제시한다.

〈표 3〉 이용자 충성도의 요인분석 및 신뢰도 분석 결과

항목	요인분석			신뢰도
	정서적 몰입	계산적 몰입	서비스 추천의도	Cronbach's α
기분좋은	.859	.053	.143	.912
호감가는	.854	.079	.212	
매력적인	.844	.099	.221	
재미있는	.806	.167	.018	
충분히 만족 좋은	.796 .721	.112 .053	.067 .402	
행사추천경험	.051	.927	-.023	.850
행사참여	.081	.896	-.161	
지속적 이용	.134	.730	.339	
혜택인지	.145	.702	.310	
서비스추천의도	.381	.157	.826	
Eigen-value	4.18	2.77	1.20	-
분산설명(%)	37.96	25.22	10.92	설명된 총 분산: 74.09%

4. 분석결과

4.1 대학도서관의 근로학생 운영방식 분석

4.1.1 조직구조에 대한 상호 인지

본 연구에서 조직구조의 공식화는 성문화된 직무설명서와 공식적 교육훈련의 유무를 통해 구분되며, 이러한 기준으로 4개의 대학을 그룹화한다. 조직의 특성은 다양한 조직행태를 종합하여 판단되어야 하기 때문에 본 연구에서는 운영주체(사서)와 운영객체(근로학생)가 각기 인지하는 조직특성의 차이를 알아보고 이를 통해 대학도서관 근로학생 운영방식의 조직특성을 파악한다.

먼저, 공식화로 대변되는 조직구조 특성에 대한 근로학생의 인지 분석결과는 $t(103) = 1.993$, $p < .05$ 로 95% 신뢰수준에서 유의한 것으로 나

타났다. 평균차이를 통해 보았을 때 사서가 조직의 공식화를 인지하는 집단($M=5.62$, $SD=1.254$)은 그렇지 않은 집단($M=5.08$, $SD=1.510$)보다 근로학생의 교육훈련에 대한 점수가 더 높았으며, 더 작은 편차를 보였다.

근로학생의 설문조사에서는 근로학생이 도서관 근로수행 이후 느낀 도서관 이용행태의 변화를 7점 리커트 척도로 측정하였다. 이용행태의 변화는 도서관 이용횟수의 변화와 이용다양성 변화로 구분하였는데, 사서가 인지한 조직구조의 공식화 정도에 따라 구분된 근로학생 집단은 이용목적의 다양성 변화에 유의한 차이를 나타냈다($t(103) = 91.585$, $p < .05$).

사서가 인지하기에 조직구조가 공식화되어 있는 경우, 근로학생은 스스로도 조직의 공식화를 지각하였으며 이는 근로학생이 도서관을 다양한 목적으로 이용하게 된 것과 연관이 있다

고 보인다(공식화 $M=5.80, SD=.99$ > 비공식화 $M=5.26, SD=1.29$). 근로경험을 통해 이용 다양성에 변화가 발생하였다고 인지하는 것은 곧 도서관 서비스를 잘 알고 이를 통한 편익을 인지함을 의미한다. 따라서 공식적 교육훈련을 수행하는 것은 근로경험자의 계산적 몰입을 강화하는 방법이 될 수 있다.

4.1.2 조직커뮤니케이션에 대한 상호 인지

대학도서관 근로학생 운영방식 상 조직커뮤니케이션의 집중성과 개방성은 사서가 업무 수행 중에 근로학생의 피드백을 수용한 경험으로 구분하였다. 7점 리커트 척도로 측정된 근로학생의 조직 커뮤니케이션 인지는 사서가 조직커뮤니케이션을 인지하는 정도에 따라 유의한 차이를 보였다($t(103) = 3.380, p<.01$).

사서가 개방성이 높다고 생각하는 경우에 근로학생의 조직 커뮤니케이션 인지는 더 높은 평균과 더 작은 표준편차를 나타내었다(개방성 $M=4.75, SD=1.345$ > 집중성 $M=3.82, SD=1.441$). 이를 통해 개방적 커뮤니케이션을 수행하는 집단은 운영주체(사서)와 운영객체(근로학생) 모두 내부커뮤니케이션이 활발하다고 인식하고 있었고, 조직 측면에서 쌍방향 의사소통을 수행하고 있

음을 알 수 있다.

4.2 운영방식에 따른 충성도 차이 분석

4.2.1 근로경험자의 충성도 비교

대학도서관이 근로학생을 운영하는 방식에 따른 이용자 충성도를 비교해 보기 위해, 조직구조의 공식화/비공식화와 조직커뮤니케이션의 집중성/개방성의 범주형 변수로 독립변수를 설정하고 이용자 충성도를 나타내는 세 가지 요인(계산적 몰입, 정서적 몰입, 행동적 충성도)을 종속변수로 상정하였다. 그리하여 근로학생 105명을 대상으로 각각의 변수들이 서로 어떠한 영향을 미치고 어떤 요인 간에 상호작용이 존재하는지 확인하기 위해 이원배치분산분석과 다중회귀분석을 실시하였다.

분석 결과, 계산적 몰입에는 조직커뮤니케이션의 특성이 집단간 유의한 차이를 이끌고 있었으며, 정서적 몰입에는 조직구조의 특성이 주로 영향을 미쳤다. 또한 행동적 충성도에는 두 가지 범주형 변수 각각의 영향보다는 상호작용의 효과가 있음을 나타내었다(〈표 4〉 참조).

각각의 충성도 요인에 영향을 미치는 조직의 특성이 다르게 나타나는 것에 대해 다음과 같이

〈표 4〉 조직특성에 따른 근로학생의 충성도 이원배치 분산분석

	계산적 몰입	정서적 몰입	행동적 충성도
	F	F	F
조직구조	.079	5.58*	.54
조직커뮤니케이션	10.518**	.06	.01
조직구조 × 조직커뮤니케이션	2.685	6.562*	6.20*
	$R^2=.124$	$R^2=.115$	$R^2=.066$

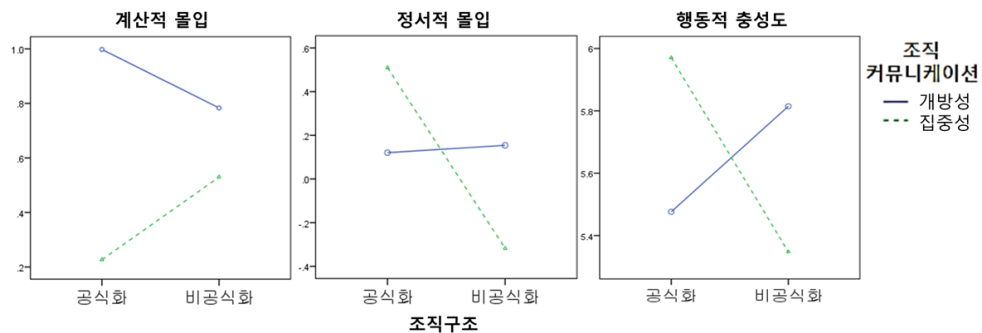
주) * $p<.05$, ** $p<.01$

해석할 수 있다. 먼저, 조직 커뮤니케이션의 개방성은 조직구조의 특성에 관계없이 계산적 몰입을 높일 수 있는 수단으로 확인된다. 이는 근로학생이 업무를 수행하는 중에 사서와 다양한 채널을 통해 활발한 커뮤니케이션을 수행함으로써 도서관의 다양한 서비스에 대한 지식을 습득할 수 있으며, 근로경험을 하기 전에는 미처 알지 못했던 도서관의 혜택을 인지함으로써 계산적 몰입 수준을 향상시킬 수 있다는 것을 의미한다. 또한 정서적 몰입은 조직구조의 공식화 정도에 영향을 받으며, 집중적 조직커뮤니케이션과의 상호작용이 유의하게 작용하여 정서적 몰입을 상승시킬 수 있음을 나타낸다. 근로학생의 정서적 몰입은 도서관에 대한 태도를 의미하는데, <그림 3>의 두 번째 그림에서 개방적 커뮤니케이션은 조직구조 특성에 관계없이 정서적 몰입에 일정한 효과를 보여주고 있으나 집중적 커뮤니케이션은 선택적 효과를 보이고 있다. 즉, 조직구조가 공식화되어 있는 경우 집중적 커뮤니케이션은 정서적 몰입에 매우 긍정적인 효과가 있으나, 조직구조가 비공식일 경우에 집중적 커뮤니케이션은 정서적 몰입에 부정적으로 작용하는 것으로 나타났다. 다시 말해, 업무매뉴

얼이 없는 경우 폐쇄적인 수직적 커뮤니케이션은 정서적 몰입에 부정적이라고 판단된다.

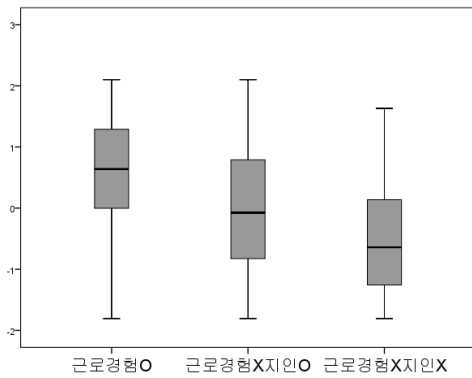
마지막으로, 조직구조의 특성과 조직커뮤니케이션 특성 간 상호작용은 행동적 충성도에 가장 큰 영향을 미치는 것으로 나타났는데, 특히 조직 구조가 공식화 되어 있는 경우 개방적 커뮤니케이션보다 집중적 커뮤니케이션이 더 높은 행동적 충성도를 나타내고 있었다. 행동적 충성도는 다양한 커뮤니케이션 채널을 활용하지 않아도, 조직의 공식화를 향상시키는 도구인 직무설명서의 존재로 확립될 수 있으며, 오히려 업무상 변동사항이 잦고 일관되지 못한 사적인 대화는 행동적 충성도를 향상시키는데 있어 방해요인으로 작용할 수 있다. 그러나 근로업무 분장이 명확하게 기술된 매뉴얼이 존재하지 않는 경우에는 다양한 커뮤니케이션을 통해 조직의 목표와 업무 수행 방법을 공유할 수 있게 되어 비공식적 조직구조와 개방적 커뮤니케이션의 상호작용이 긍정적인 결과를 이끌기도 한다.

4.2.2 근로경험자 지인의 충성도 비교
최윤희(2012)의 연구에서 근로학생 지인의



<그림 3> 조직구조 * 조직커뮤니케이션에 대한 근로경험자 충성도 프로파일 도표

계산적 몰입은 근로학생보다 낮고, 일반학생(근로경험이 없고 지인 중에 근로학생이 없는 집단)보다 높은 수준을 보였다(〈그림 4〉 참조). 집단간 계산적 몰입의 차이는 근로학생의 구전마케팅이 지인의 충성도형성에 영향을 미치는 것을 보여주는데, 근로학생이 근로를 경험하지 않은 학부생들에게 유용한 도서관 서비스를 안내함으로써 근로학생의 지인은 도서관이 주는 혜택을 인지하게 되고 이를 통해 계산적 몰입 수준의 충성도가 형성되는 것을 나타낸다.



〈그림 4〉 집단간 계산적 몰입 상자도표 (최윤희 2012, 그림 12)

본 연구에서 근로학생의 충성도가 근로학생

지인의 충성도에 영향을 미친다면, 나아가 조직구조의 특성(공식화/비공식화)과 조직커뮤니케이션의 특성(집중성/개방성)으로 구분된 대학도서관의 근로학생 운영방식은 지인의 충성도에 어떤 차이를 보이는지 분석하였다. 구분된 집단은 이원배치분산분석을 통해 3가지 충성도 변수의 차이가 확인되었다(〈표 5〉 참조).

먼저 계산적 몰입은 집단 간 유의미한 차이를 보이지 않았다. 다시 말해, 근로학생의 지인은 근로학생을 지인으로 두지 않은 일반학생보다 높은 평균을 가지지만, 지인만을 대상으로 대학끼리 구분해 보았을 때 차이가 존재하지 않았다. 이와 같은 결과는 근로학생의 구전마케팅이 기본적으로 계산적 몰입을 기반으로 하여 수행되기 때문에 집단의 차이에 크게 영향을 받지 않는, 근로경험에 따른 일반적인 구전마케팅의 효과라고 할 수 있다. 즉, 지인은 근로학생과 정기적으로 접촉하면서 자연스럽게 도서관의 혜택을 인지한, 계산적 몰입상태를 형성하고 있는 이용자 집단으로 인식된다.

지인의 충성도를 비교해본 결과, 대학도서관의 근로운영방식에 따라 정서적 몰입과 행동적 충성도에서 유의한 차이를 보였다. 대학별로 근로학생의 지인이 가지고 있는 충성도의 차이는,

〈표 5〉 조직특성에 따른 근로학생 지인의 충성도 이원배치 분산분석

	계산적 몰입	정서적 몰입	행동적 충성도
	F	F	F
조직구조	1.197	4.488*	9.484**
조직커뮤니케이션	2.547	1.241	5.619*
조직구조 × 조직커뮤니케이션	2.141	4.095*	.701
	R ² = .056	R ² = .106	R ² = .145

주) *p<.05, **p<.01

해당 대학 근로학생이 수행하는 구전마케팅 역량의 차이로 판단된다.

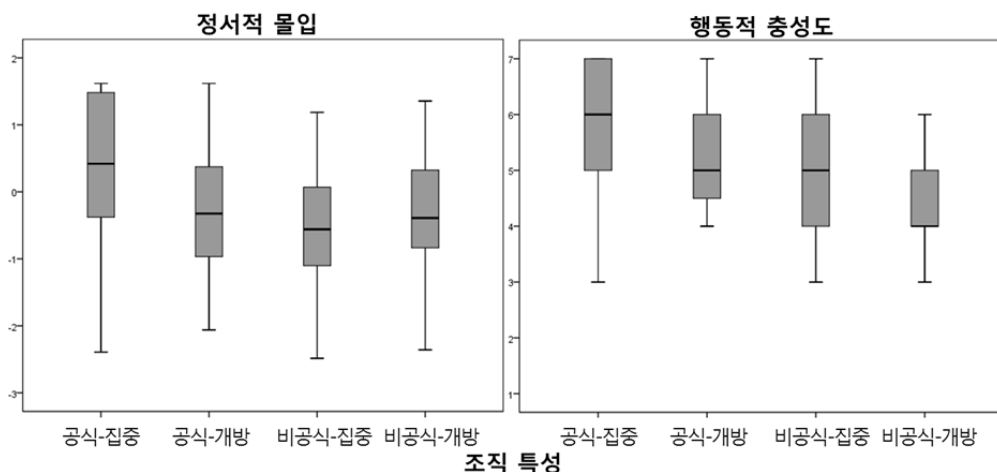
일원배치분산분석의 사후검정결과, 공식-집중과 비공식-개방의 집단간 행동적 충성도가 유의한 차이를 나타내었다(〈표 6〉 참조). 두 집단의 근로운영방식 차이를 통해 볼 때, 근로학생의 구전마케팅으로 지인의 충성도를 강화시킬 수 있는 조직적 요인은, 근로학생이 명확한 직무를 인지하지 않은 채 사서와 활발하게 의사

소통하는 것보다 조직의 공식적인 업무분장을 통해 해당 도서관의 업무 표준화를 인식하고 있는 것이 더 높은 마케팅 효과를 보이는 것으로 나타났다(〈그림 5〉 참조). 또한 공식-집중과 비공식-집중 간 정서적 몰입의 유의미한 차이는, 근로학생의 구전마케팅으로 형성된 지인의 태도적 충성도에 조직구조의 공식화가 어느 정도 영향을 미치고 있음을 시사한다.

〈표 6〉 조직특성에 따른 근로학생 지인의 충성도 일원배치 분산분석

	집단	평균	표준편차	F	Scheffe
정서적 몰입	공식-집중(a)	.33	1.11	3.543*	a > c
	공식-개방(b)	-.32	.90		
	비공식-집중(c)	-.53	1.00		
	비공식-개방(d)	-.34	.98		
행동적 충성도	공식-집중(a)	5.73	1.11	5.077**	a > d
	공식-개방(b)	5.10	1.31		
	비공식-집중(c)	4.92	1.02		
	비공식-개방(d)	4.45	1.05		

주) *p<.05, **p<.01



〈그림 5〉 조직특성에 따른 근로학생 지인의 충성도 상자도표

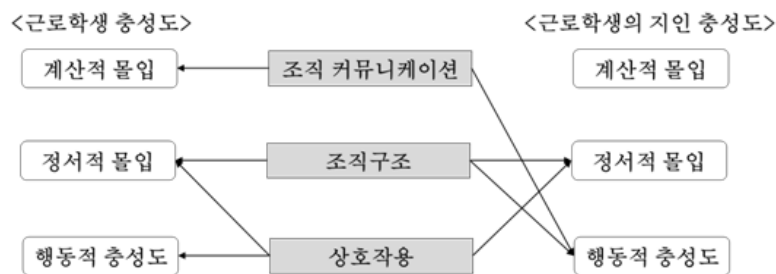
5. 토 의

본 연구는 대학도서관이 근로학생을 운영하는 방식에 있어, 사서가 인지한 조직구조와 조직커뮤니케이션의 특성이 근로학생에게 어떻게 인지되는지 알아보고, 그에 따라 근로학생의 충성도에는 어떠한 영향을 미치는지 확인하였다. 또한 지인의 충성도를 통해 조직특성의 차이가 근로학생의 행동적 충성도인 구전마케팅에 어떠한 영향을 미치는지 검증하였다.

일반적으로 조직의 특성은 겉으로 드러나지 않더라도 업무를 수행하며 형성된 관계 속에서 존재하는 변수이다. 본 연구에서는 조직구조의 특성을 공식화, 조직커뮤니케이션의 특성을 집중성과 개방성으로 설정하고, 이러한 기준을 적용하여 사서가 인지한 각 조직의 특성을 4개의 집단으로 그룹화하였다. 분석결과, 사서가 조직구조의 공식화를 인지하고, 조직커뮤니케이션의 개방성을 인지할수록 근로학생 또한 동일한 조직특성에 높은 점수를 부여하고 있었다. 이는 운영주체가 인지하는 만큼 운영객체도 동등한 수준으로 평가하고 있는지 알아보기 위함이며, 운영주체와 운영객체가 소속 조직의 특성을 공유하는 데에는 업무의 공식성과 활발한 의사소

통이 영향을 미친다는 사실을 확인할 수 있었다.

또한 도서관 이용자 충성도를 종속변수로 설정하여 조직구조의 특성과 조직커뮤니케이션의 특성을 함께 고려하였을 때, 근로학생의 계산적 몰입은 조직구조의 특성과는 상관없이 개방적 커뮤니케이션을 수행하는 경우에 모두 높게 나타났다(〈그림 6〉 참조). 이는 업무 수행 중 사서와의 활발한 의사소통을 통해 혜택을 인지할 수 있는 기회가 많기 때문인 것으로 보인다. 반면, 근로학생의 정서적 몰입 및 행동적 충성도는 공식-집중>비공식-개방>공식-개방>비공식-집중의 순서로 높게 나타났다. 공식화된 조직에서 개방적 커뮤니케이션보다 집중적 커뮤니케이션이 높은 충성도를 이끈다는 결과를 통해, 조직은 내부고객의 충성도 향상 방안을 모색할 수 있다. 즉, 단순하고 반복적인 업무가 주를 이루는 근로업무에 대해, 도서관은 근로운영방식을 공식화된 조직과 비공식화된 조직으로 구분하여 각 상황에 맞는 커뮤니케이션 유형을 선택할 수 있다. 직무설명서가 존재하는 공식화된 조직의 경우에는 직원에게 업무상 변동을 공식적 수단으로 명시하지 아니하고 사적인 대화를 이용하여 상황에 따라 대처하는 모습을 보인다면, 이러한 개방적 커뮤니케이션은 오히려 직원



〈그림 6〉 근로학생 운영방식에 영향을 받는 집단별 충성도의 유형

의 충성도 향상에 방해가 되는 요인으로 작용할 수 있음을 의미한다. 반면, 비공식화된 조직의 경우 업무분장이 명확하지 않음에도 불구하고 직원 간 다양한 채널을 통해 활발한 의사소통이 이루어지는 개방적 커뮤니케이션을 수행하게 되면 공식-개방보다 더 높은 충성도를 이끌 수 있다. 이는 사회자본의 측면에서 집단 내 유대감을 다지는 결속(bonding)적 행위가 업무수행 시 비공식화의 단점을 상쇄시키는데 도움이 된다고 해석된다. 비공식-집중 집단이 충성도의 제일 낮은 평균을 보인 것은, 업무분장이 명확하지 않은 비공식화된 조직구조에서 단순 하향식의 의사전달은 직원 스스로가 어떤 목적으로 업무를 수행하고 있는지 이해가 부족할 수 있고, 때에 따라 달라지는 업무분장으로 스스로에 대한 정체성과 조직에 대한 목표를 확립하는 것이 어렵기 때문인 것으로 판단된다. 이러한 경우 조직 내 소속감이 약화되어 충성도 형성에 제한적인 결과를 나타낸다.

조직의 특성은 근로학생의 충성도에 영향을 미치고, 나아가 이들이 수행하는 구전마케팅으로 인해 지인의 충성도에도 일정 영향을 준다. 근로학생의 지인이 일반학생보다 계산적 몰입이 높은 수준으로 형성되어 있는 것은(최윤희 2012), 근로학생의 일반적인 구전마케팅의 효과로 볼 수 있다. 분석결과에서, 근로학생 지인의 정서적 몰입 및 행동적 충성도는 도서관의 근로학생 운영특성(조직특성 및 커뮤니케이션 특성)에 영향을 받는 것으로 확인되었다. 이는 근로운영방식의 조직특성으로 인한 근로학생 지인의 행동적 충성도 강화가 일반학생에게 수행하는 지인의 구전마케팅에 영향을 미칠 수 있음을 의미하며, 이를 통해 도서관 마케팅 관점에서 대학도서관

의 근로운영방식은 근로학생과 근로학생의 지인뿐 아니라 대학 내 일반학생까지 마케팅 대상을 확대할 수 있음을 시사한다.

6. 결론

본 연구의 목적은 도서관 마케팅의 측면에서 조직의 특성이 마케팅 대상에게 어떠한 영향을 미치는지 검증하는 것이다. 이를 위해 대학도서관의 근로운영방식에 따른 대학도서관 근로학생의 충성도를 분석하였으며, 근로학생이 지인을 대상으로 수행하는 구전마케팅 효과에 대한 구조적인 접근을 시도하였다. 대학도서관의 근로운영방식은 조직구조(공식화)와 조직커뮤니케이션(집중성/개방성)의 특성에 의해 구분되었으며, 이러한 특성에 따라 영향을 받는 충성도의 유형은 계산적 몰입, 정서적 몰입, 행동적 충성도로 세분화하였다.

분석은 큰 틀에서 두 단계로 전개되었는데, 먼저 운영주체(사서)와 운영객체(근로학생)가 인식하는 조직특성의 차이를 확인함으로써 조직 내부에서 수행되는 마케팅의 수준을 파악하였고, 조직특성에 따른 근로학생 충성도의 차이를 마케팅의 효과로 살펴보았다. 그 결과, 조직특성에 따른 근로학생의 충성도와 관련하여 조직 커뮤니케이션은 계산적 몰입에, 조직구조는 정서적 몰입에 각각 유의한 영향을 미쳤으며, 행동적 충성도에는 두 가지 특성의 상호작용효과가 있는 것으로 나타났다. 나아가 조직특성이 근로학생 지인의 도서관충성도에 어떠한 영향을 미치는지 분석한 결과, 공식화된 조직구조 및 집중적 커뮤니케이션을 기반으로 하는 운영

방식이 지인의 정서적 몰입과 행동적 충성도에 영향을 미치고 있음을 확인하였다.

이러한 분석 결과를 기반으로 내부마케팅의 관점에서 대학도서관 인적자원에 대한 운영에 대한 논의의 일반화를 검토하였으며, 근로학생 운영 방식 또한 근로학생 지인들의 행동적 충성도 향상을 통하여 대학 내 학생집단 전체에 대한 마케팅 활동으로서의 확장 가능성에 대하여 논의하였다.

본 연구는 만 명 이상의 학부생을 보유하고 있는 종합대학교만을 대상으로 하였기 때문에, 다양한 규모의 대학에 적용시키는 데에는 제한점이 있다. 또한 대학도서관 근로운영방식의 조직특성이 근로학생 지인에게 충성도의 측면에서 유의한 영향을 미치는 것을 확인하였지만, 지인들의 도서관충성도에 영향을 미치는 모든

요인들을 분석한 것은 아니다. 따라서 향후에는 본 연구의 일반화를 위해 다양한 규모의 대학도서관에 대한 연구로의 확장이 요구된다. 이는 나아가 대학 학부생을 대상으로 한 도서관 충성도에 영향을 미치는 도서관 경영요인에 대한 연구로 발전될 수 있을 것이다.

본 연구는 대학도서관의 일반적 내부 경영활동 요인들의 마케팅 효과를 일정 정도 확인하였으며, 근로학생과 근로학생의 지인, 그리고 일반 학부생으로 이어지는 구전마케팅의 중요성을 일정정도 확인하였다는 데에 그 의미를 찾을 수 있다. 제안된 향후 연구는 대학 내 학생집단에게 도서관에 대한 인식을 긍정적으로 변화시킬 수 있는 대학도서관의 다양한 활동 및 그 특성요인들을 파악하여, 대학도서관의 가치 제고에 기여할 수 있으리라 기대된다.

참 고 문 헌

- [1] 김규환, 남영준. 2007. 대학도서관의 서비스 품질이 이용자 만족도와 충성도에 미치는 영향에 관한 연구. 『한국문헌정보학회지』, 41(2): 135-159.
- [2] 김명옥. 1998. 대학도서관의 조직구조가 조직유효성에 미치는 영향요인에 관한 연구. 『정보관리학회지』, 15(2): 119-136.
- [3] 김선애. 2008. 대학도서관의 이용자만족도와 충성도에 관한 연구: K대학도서관의 이용자를 대상으로. 『한국문헌정보학회지』, 42(3): 281-299.
- [4] 김지혜. 2014. 『공공도서관 조직성과와 조직 커뮤니케이션과의 관계 연구: 라이브컬 모형에 따른 서비스 품질을 중심으로』. 석사학위논문, 연세대학교 문헌정보학과.
- [5] 김희섭, 박용재. 2007. 도서관 성과증진을 위한 마케팅전략의 실증적 분석. 『정보관리학회지』, 24(4): 133-152.
- [6] 오석홍. 1990. 『조직이론』. 서울: 박영사.
- [7] 윤정일 외. 2008. 『교육행정학원론』. 5판. 서울: 학지사.

- [8] 이동진. 2007. 『소비자 관계 마케팅』. 서울: 박영사.
- [9] 이병관. 2010. 『체험마케팅이 브랜드 태도와 충성도, 그리고 마케팅 효과요인에 미치는 영향에 관한 연구: 서울시의 '남극 세종과학기지 체험관'을 중심으로』. 석사학위논문, 고려대학교 언론대학원 광고전공.
- [10] 정기한, 오재신. 2010. 『내부마케팅 이론과 실제』. 진주: 경상대학교 출판부.
- [11] 최윤희, 김기영. 2012. 도서관마케팅 관점에서 대학도서관 근로학생의 역할에 대한 탐색적 연구. 『제19회 한국정보관리학회 학술대회 논문집』, 7-10.
- [12] 최윤희. 2012. 『대학도서관 근로경험에 따른 도서관 마케팅 효과 연구: 학부생을 대상으로』. 석사학위논문, 연세대학교 문헌정보학과.
- [13] Ahmed, P. K. and Rafiq, M. 2000. "Advances in the Internal Marketing Concept: Definition, Synthesis and Extension." *Journal of Services Marketing*, 14(6): 449-462.
- [14] Arthur, J. B. 1994. "Effects of Human Resource System on Manufacturing Performance and Turnover." *Academy of Management Journal*, 37(3): 670-687.
<<http://dx.doi.org/10.2307/256705>>.
- [15] Berry, L. L. 1981. "The Employee as Customer." *Journal of Retailing Banking*, 3(1): 25-32.
- [16] Burns, T. and Stalker, G. M. 1961. *The management of innovation*. London: Tavistock Publications.
- [17] Goodrich, S. 1972. "No, I'm Not a Librarian, But May I Help You?" *Michigan Librarian*, 38: 24-25.
- [18] Gregory, D. 1995. "The Evolving Role of Student Employees in Academic Libraries." *Journal of library administration*, 21(3-4): 3-27.
- [19] Grönroos, C. 1990. *Service management and marketing: managing the moments of truth in service competition*. Lexington: Free Press/Lexington Books.
- [20] Gummesson, E. 1991. "Marketing orientation revisited: the crucial role of the part-time marketer." *European Journal of Marketing*, 25(7): 60-75.
- [21] Kathman, J. M. and Kathman, M. D. 2006. *Managing Student Employees in College Libraries*. Chicago: Association of College and Research Libraries.
- [22] Lewis, P. V. 1989. *Organizational communication: The essence of effective management*. 3rd edition. NY: John Wiley & Sons.
- [23] Martensen, A. and Grønholdt, L. 2003. "Improving library users' perceived quality, satisfaction and loyalty: an integrated measurement and management system." *The Journal of Academic Librarianship*, 29(3): 140-147.
- [24] Nyhan, R. C. 1999. "Increasing Affective Organizational Commitment in Public Organizations:

- The Key Role of Interpersonal Trust.” *Review of Public Personnel Administration*, 19: 58-70.
- [25] Oldham, G.R. and Hackman, J. R. 1981. “Relationships Between Organizational Structure and Employee Reactions: Comparing Alternative Frameworks.” *Administrative Science Quarterly*, 26(1): 66-83.
- [26] Oliver, R. L. 1980. “A Cognitive Model of the Antecedents and Consequences of Satisfaction Decisions.” *Journal of Marketing Research*, 17(September): 460-469.
- [27] Taylor, J. R. 1993. *Rethinking the Theory of Organizational Communication: How to Read An Organization (The Communication and Information Science)*. NY: Ablex Publishing.
- [28] Tompkins, P. K. 1984. *The functions of communication in organizations (Handbook of rhetorical and communication theory)*. NY: Allyn & Bacon, 659-719.

• 국문 참고자료의 영어 표기

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

- [1] Kim, Gyu-Hwan and Nam, Young-Joon. 2007. “A Study on Influences of Academic Library Service Quality on the Satisfaction and the Loyalty of Users.” *Journal of the Korean Society for Library and Information Science*, 41(2): 135-159.
- [2] Kim, Myung-Ok. 1998. “A study on the effective factors of the organizational structure upon the organizational effectiveness of university libraries.” *Journal of the Korean society for information management*, 15(2): 119-136.
- [3] Kim, Sun-Ae. 2008. “A Study on the User Satisfaction and Loyalty of University Library Users.” *Journal of the Korean Society for Library and Information Science*, 42(3): 281-299.
- [4] Kim, Ji-Hae. 2014. *A Study on the Relationship between Organizational Performance and Organizational Communication in Public Libraries: Based on Service Quality measured with LibQUAL+*. M.A. thesis, Yonsei University.
- [5] Kim, Heesop and Park, Yong-Jae. 2007. “An Empirical Study on Marketing Strategies for Improvement of Library Performance.” *Journal of the Korean society for information management*, 24(4): 133-152.
- [6] Oh, Suck-Hong. 1990. *Organization Theory*. Seoul: Park Young Sa.
- [7] Yun, Chung-il, Song, Ki-chang, Cho, Dong-Sup and Kim, Byoung Joo. 2008. *Introduction to educational administration*. 5th edition. Seoul: Hak Ji Sa.
- [8] Lee, Dong-Jin. 2007. *Customer Relationship Marketing*. Seoul: Park Young Sa.
- [9] Lee, Byung-kwan. 2010. *A Study on the Brand Attitude, Loyalty and Factors of Marketing*

- Effects by Experiential Marketing: Focused on an Exhibition of King Sejong Antarctic Station in Seoul.* M.A. thesis, Korea University.
- [10] Jung, Ki-Han and Oh, Jae-Sin. 2010. *Internal marketing: theory and practice of internal marketing.* JinJu: Gyeongsang National University Press.
- [11] Choi, Yoonhee and Kim, Giyeong. 2012. "An Exploratory Study on the Roles of Student Employee in University Libraries from the Marketing Viewpoint." *Proceedings of the 19th Conference of Korean Society for Information Management*, 7-10.
- [12] Choi, Yoonhee. 2012. *A Study on the Marketing Effects of Undergraduates' Work-Experience in University Libraries.* M.A. thesis, Yonsei University.

