

내부마케팅과 중등학교 체육교사의 직무만족 및 조직몰입의 관계

Relationship between Internal Marketing Secondary Physical for Physical Education Teachers' Job Satisfaction and Organizational Commitment

박정심*, 추나영**, 조송현**
낙동고등학교*, 부산대학교**

Jung-Shim Park(118790473@hanmail.net)*, Na-Young Choo(chny119@nate.com)**,
Song-Hyun Cho(chosh@pusan.ac.kr)**

요약

본 연구는 체육교사가 지각하는 내부마케팅이 직무만족, 조직몰입에 미치는 영향을 알아보는데 그 목적이 있다. 연구대상은 2009년 부산시 소재의 중등학교 교사를 모집단으로 하였으며, 집락무선표집(cluster random sampling)을 이용하여 286명의 표본을 추출하였다. 자료수집은 설문지를 이용하였으며, 최종적으로 258부의 설문지가 분석에 이용되었다. 연구대상의 일반적 특성 및 타당도와 신뢰도, 그리고 가설검증을 위하여 SPSS 15.0 통계 프로그램을 이용하여 빈도분석, 탐색적 요인분석, Cronbach's α 상관관계분석 및 중다회귀분석을 실시하였으며, 분석에 따른 결론은 다음과 같다. 첫째, 내부마케팅은 중등학교 체육교사의 직무만족에 긍정적인 영향을 미치는 것으로 나타났다. 둘째, 내부마케팅은 중등학교 체육교사의 조직몰입에 긍정적인 영향을 미치는 것으로 나타났다. 셋째, 중등학교 체육교사의 직무만족은 조직몰입에 긍정적인 영향을 미치는 것으로 나타났다.

■ 중심어 : | 체육교사 | 내부마케팅 | 직무만족 | 조직몰입 |

Abstract

The purpose of this study was to investigate the relationship between internal marketing and job satisfaction and organizational commitment of secondary physical education teachers. The subject who 286 people worked for secondary physical education teachers in Busan, using cluster random sampling. Finally 258 questionnaires were analyzed using SPSS 15.0 and the results were as follows. First, internal marketing had an effect on job satisfaction of secondary physical education teacher. Second, internal marketing had an effect on organizational commitment of secondary physical education teacher. Third, job satisfaction of secondary physical education teacher had an effect on organizational commitment.

■ keyword : | Physical Education Teacher | Internal Marketing | Job Satisfaction | Organizational Commitment |

I. 서론

1. 연구의 필요성 및 목적

학교현장의 교육 주체로서 중요한 역할을 담당하고 있는 사람은 교사이며, 좋은 교육이 이루어지기 위해서는 우선적으로 교사의 질적 수준이 높아야 한다. 학교 교육이 정상화되기 위해서는 교사가 직무에 만족을 하고, 학교라는 조직에 호감을 가지고 교육활동에 적극 참여할 때 가능한 것이다. 그러나 교사들은 학교장 공모제, 학교평가, 교원평가, 성과급 차등화, 정보공시 등의 부담감으로 사기가 저하되고 있으며, 그 결과 교사는 자신의 고유 업무인 교재연구와 학생 생활지도 등에 소홀할 수밖에 없다. 이와 같은 과정은 교육의 전 과정을 주관하는 교사 스스로 자신의 직무에 만족하지 못하게 만들 수 있으며, 이로 인해 수업의 효율성이 떨어질 뿐만 아니라 학생들에게도 도움을 주기도 어렵게 된다 [1].

노종희[2]는 교사들의 직무만족을 높이는 것이 교육개혁을 성공으로 이끄는 데 있어서 결정적인 요인이라 하였다. 교육개혁은 상급 행정기관의 지시에 따른 공문에 의해서 이루어지는 것이 아니라, 학교현장의 교사개혁과 교실개혁을 통해서 이루어지기 때문에 현장교사들의 자발적인 참여와 적극적인 헌신 없이는 교육개혁은 시작하기조차 쉽지 않다. 그러므로 학교 현장에서 교사의 직무 만족을 높이고 학교 조직에 몰입할 수 있는 여건 조성이 필요하다.

학교 현장은 교장·교감과 같은 관리자, 각부 부장의 중간관리자, 평교사로 계층이 나누어지고 직무를 중심으로 한 부서별 구분, 교과를 중심으로 한 교과군 별 등 종적·횡적으로 나누어지면서 교사들 간의 의사소통은 어려움을 가지고 있다. 그러므로 학교에서는 조직 구성원들 간의 원활한 의사소통이 가능하고, 교사의 직무만족을 높일 수 있는 교육훈련을 적절한 시기에 진행함으로써, 학교로의 몰입을 유도할 수 있어야 한다. 즉, 학교 운영에 있어서도 내부마케팅 개념의 도입이 필요한 시점이다.

내부마케팅(internal marketing)이란 기업의 내부 고객 즉, 직원에게 동기를 부여하는데 초점을 두고 기업

내 경영환경에 따라 직원의 욕구를 충족시킴으로써 결과적으로 외부고객(소비자)의 욕구 충족을 도모하며, 최종고객의 요구를 만족시키는 작업 능력이 결정된다는 사고를 기초하여 출발한다[3]. 즉, 직원은 또 다른 차원의 고객으로 내부고객에 대해 지속적인 투자와 체계적인 프로그램을 제공한다면 동기 부여가 가능하여 직무만족을 높일 수 있다는 것이다[4].

교육환경이 문화의 변화와 사회적·시대적 상황의 변화에 따라 영향을 받고 있듯이 체육교육도 마찬가지로 상황에 따라 큰 영향을 받는다. 현재 체육이라는 교과는 입시위주의 교육 환경으로 인해 등한시 되고 있다. 이에 학교체육진흥연구회에서는 체육교사가 학생 체력 향상에 앞장서고, 학생과 학부모의 적극적인 참여와 인식의 변화를 요구하고 있으나[5], 학교현장은 국어, 영어, 수학, 사회, 과학 중점인 입시위주의 교육으로 대학 진학 시 체육교과 성적이 내신에 반영되지 않고, 2009년부터 체육·예술교과 평가결과 기록방식 개선에 따라 평가결과를 우수, 보통, 미흡 3단계의 절대평가로 평가하도록 지시하고 있어 체육의 입지는 점점 약해지고 있다.

실제적으로 체육교사들이 학생들에게 양질의 교육을 제공하기 위해서는 학교가 교사에게 희생과 봉사만을 강요할 것이 아니라 학교생활에 보다 적극적으로 임할 수 있는 환경을 조성해 주는 것이 더욱 중요하다. 지금까지 호텔, 병원, 금융업 등 다양한 조직들을 대상으로 내부마케팅의 연구는 이루어졌으나, 아직까지 학교를 대상으로 한 내부마케팅 연구는 미미한 실정이다. 이에 본 연구는 다양한 내부마케팅 변인 중 내부커뮤니케이션과 교육훈련, 복리후생을 중심으로 중등학교 체육교사의 직무만족 및 조직몰입에 미치는 영향에 대해서 규명하고자 하며, 이는 중등학교 체육교사가 직무만족 및 조직몰입을 높이기 위한 방안을 제공할 수 있을 것이다.

2. 연구가설

2.1 내부마케팅과 직무만족의 관계

강종환[6]의 호텔종사원을 대상으로 한 연구와 원유선[7]의 국내 직업무용단을 대상으로 한 연구에서는 내부마케팅이 직무만족에 유의한 영향을 미친다고 하였

으며, 한진수와 김은정[4]은 호텔 종사원을 대상으로 한 연구에서 내부마케팅 요인 중 커뮤니케이션과 복지후생 그리고 교육훈련이 직무만족에 긍정적인 영향을 미친다고 하였다. 또한 Chang과 Chang[8]은 간호사를 대상으로 한 연구에서 내부마케팅 요인인 내부커뮤니케이션과 교육훈련이 직무만족에 유의한 영향을 미친다고 하였다. 이에 본 연구는 가설 I 을 ‘내부마케팅은 중등학교 체육교사의 직무만족에 긍정적인 영향을 미칠 것이다’로 설정하였으며, 가설 I 에 따른 세부가설은 다음과 같다.

- 가설 I -1. 내부마케팅은 보상에 긍정적인 영향을 미칠 것이다.
- 가설 I -2. 내부마케팅은 자율성에 긍정적인 영향을 미칠 것이다.
- 가설 I -3. 내부마케팅은 업무부담에 부정적인 영향을 미칠 것이다.
- 가설 I -4. 내부마케팅은 동료애에 긍정적인 영향을 미칠 것이다.
- 가설 I -5. 내부마케팅은 교직의식에 긍정적인 영향을 미칠 것이다.

2.2 내부마케팅과 조직몰입의 관계

한진수와 김은정[4]은 호텔 종사원을 대상으로 한 연구에서 내부커뮤니케이션과 복리후생 그리고 교육훈련이 조직몰입에 정적인 영향을 미친다고 하였으며, Boshoff와 Tait[9]는 금융서비스 종사원을 대상으로 한 연구에서 내부커뮤니케이션이 조직몰입에 긍정적 영향을 미친다고 하였다. Chang과 Chang[8]은 내부커뮤니케이션과 교육훈련이 조직몰입에 정적인 영향을 미친다고 하였고, Farzad, Nahavandi 그리고 Caruana[10]는 은행 종사원을 대상으로 한 연구에서 교육훈련이 조직몰입에 유의한 영향을 미친다고 하였다. 이에 본 연구는 가설 II를 ‘내부마케팅은 조직몰입에 긍정적인 영향을 미칠 것이다.’로 설정하였으며, 가설 II에 따른 세부가설은 다음과 같다.

- 가설 II-1. 내부마케팅은 정서적 몰입에 긍정적인 영

향을 미칠 것이다.

- 가설 II-2. 내부마케팅은 계속적 몰입에 긍정적인 영향을 미칠 것이다.
- 가설 II-3. 내부마케팅은 규범적 몰입에 긍정적인 영향을 미칠 것이다.

2.3 직무만족과 조직몰입의 관계

박경호[11]는 호텔종사원을 대상으로 한 연구에서 직무만족이 조직몰입에 긍정적인 영향을 미친다고 하였으며, 스포츠조직 종사원을 대상으로 한 윤승재[12]의 연구와 경찰조직 종사원을 대상으로 한 이환범과 이수창[13]의 연구에서도 직무만족이 조직몰입에 유의한 영향을 미친다고 하였다. 이에 본 연구는 가설 III을 ‘직무만족은 조직몰입에 긍정적인 영향을 미칠 것이다.’로 설정하였으며, 가설 III에 따른 세부가설은 다음과 같다.

- 가설 III-1. 직무만족은 정서적 몰입에 긍정적인 영향을 미칠 것이다.
- 가설 III-2. 직무만족은 계속적 몰입에 긍정적인 영향을 미칠 것이다.
- 가설 III-3. 직무만족은 규범적 몰입에 긍정적인 영향을 미칠 것이다.

II. 연구방법

1. 연구대상

본 연구에서의 연구대상은 부산광역시 교원단체총연합회에서 발간한 2009년 교직원명부에 제시된 체육교사를 모집단으로 하였다. 중학교 교육청을 기준으로 지역을 나누어 각 지역당 중학교교사 14명, 고등학교 교사 14명이 될 때까지 체비뽑기를 하는 방식으로 학교를 선정하는 집락무선표집(cluster random sampling)을 이용하였다. 총 286명의 표본이 추출되었으며, 응답이 불성실한 설문지로 판단되는 28부는 분석에서 제외되었다. 최종적으로 258부의 설문지가 분석에 이용되었으며, 표집 된 연구대상자들의 일반적 특성은 [표 1]과 같다.

표 1. 연구대상의 일반적 특성

구분		사례수(명)	비율(%)
성별	남	209	81.0
	여	49	19.0
교직 경력	5년 이하	23	11.2
	6년 이상 - 10년 미만	39	15.2
	11년 이상 - 15년 미만	26	10.0
	16년 이상 - 20년 미만	44	17.1
	20년 이상 - 25년 미만	57	22.1
	26년 이상	63	24.4
학교 급별	중학교	128	49.6
	고등학교	130	50.4
설립 유형	사립	126	48.8
	국공립	132	51.2

2. 조사도구

내부마케팅과 중등학교 체육교사의 직무만족 및 조직몰입의 관계를 분석하기 위한 조사도구로는 설문지를 이용하였으며, 조사내용의 올바른 의도성과 적합성을 확보하기 위해 선행연구에서 검증된 조사도구를 사용하였다. 구체적인 설문지표와 내용은 [표 2]와 같다.

내부마케팅 15문항은 최정순[14]과 여용재[15]의 설문지를 사용하였으며, 직무만족 18문항은 노종희[2]의 설문지를 사용하였다. 조직몰입은 10문항은 Lee, Allen 그리고 Meyer[16]가 사용한 설문지를 사용하였으며, 일반적 특성관련 4문항을 포함하여 총 47문항으로 구성되었다. 모든 설문문항은 응답결과의 객관성을 유지하기 위하여 5단계 척도(5 Likert scale)를 사용하였으며, 본 연구에 맞게 수정·보완하였다.

표 2. 설문내용 및 구성

변인	구성내용	문항수
내부마케팅	11.자유로운 분위기에서의 활발한 의사 표현 12.업무 및 업무 외적 사항에 대한 의견 교환 13.부서 간 업무관련 정보 및 의견 교환 14.학교의 업무수행 관련 지침 및 정보 전달 15.관리자에 대한 자유롭고 적극적인 보고 16.다양한 비공식적인 의사전달 경로 확보	6
	17.업무처리 및 교수향상을 위한 연수 18.신규교사에 대한 직무관련 연수 19.연수와 교육적 기회에 대한 정보 110.업무 및 교수향상을 위한 기회제공 111.교사 자신의 발전을 위한 연수 제공	5
	112.보건위생시설의 지원 정도 113.문화체육오락시설의 지원 정도 114.생활경제시설의 지원 정도 115.복리후생제도 설계 시 대안 의견 수렴	4

직무만족	보상	S1.직무관련 보수 S2.적절한 사회적 대우 S3.적절한 후생복지	3	18
	자율성	S4.자유로운 업무 수행 S5.독자적인 교수-학습관련 시형 결정 S6.교육문제에 대한 자유로운 대처	3	
	업무 부담	S7.과중한 수업에 대한 부담 S8.힘겨운 학생지도 S9.사무처리와 관련된 과중한 시간 투자 S10.과중한 잡무	4	
	동료애	S11.동료와의 친밀성 S12.동료와의 좋은 감정 S13.동료 사이의 도움 S14.동료들과의 즐거운 생활	4	
	교직 의식	S15.교직생활의 보람 S16.교수활동과 관련된 재미 S17.교사로서의 자부심 S18.전문직으로서의 교직	4	
	조직몰입	정서적 몰입	C1.학교문제를 나의 문제로 인식 C2.학교에 대한 강한 소속감 C3.학교에 대한 애착 C4.가족과 같은 학교 분위기	
계속적 몰입		C5.학교를 그만 둔 후의 삶 C6.학교를 그만두는 것에 대한 가능성 C7.학교 외에 대안 가능한 직장	3	
규범적 몰입		C8.개인적 이익에 따른 이직 C9.학교를 그만두는 것에 대한 죄책감 C10.동료교사에 대한 책임감	3	
일반적 특성	성별, 교직경력, 학교급별, 설립유형	4		

2.1 타당도 및 신뢰도

탐색적 요인분석은 베리맥스(varimax)방식을 이용하였으며, 신뢰도는 Cronbach's α를 이용하였다. 내부마케팅, 직무만족, 조직몰입에 대한 타당도와 신뢰도 결과는 [표 3][표 4][표 5]와 같다.

[표 3]을 살펴보면 내부마케팅은 고유치 1이상인 하위요인이 3가지로 구분되었다. 내부커뮤니케이션은 요인부하량 .615-.767, 신뢰도 .839를 나타내었으며, 교육훈련은 요인부하량 .558-.729, 신뢰도 .797을 나타내었다. 마지막으로 복리후생의 요인부하량은 .732-.797로 나타났으며, 신뢰도는 .805로 나타났다.

[표 4]를 살펴보면 직무만족은 모두 5개의 하위요인으로 구분되었다. 보상은 요인부하량 .807-.861, 신뢰도 .842로 나타났으며, 자율성은 요인부하량 .544-.861, 신뢰도는 .645로 나타났다. 업무부담은 요인부하량 .574-.860, 신뢰도 .766으로 나타났으며, 동료애는 요인부하량 .831-.888, 신뢰도 .931로 나타났다. 마지막으로 교직의식의 요인부하량 .747-.904로 나타났으며, 신뢰도는 .873으로 나타났다.

표 3. 내부마케팅의 탐색적 요인분석 및 신뢰도 결과

문항	성 분			신뢰도
	내부커뮤니케이션	교육훈련	복리후생	
I1	.767	.175	.152	.839
I2	.749	.339	.016	
I3	.639	.359	.093	
I4	.615	.349	.195	
I5	.716	.129	.174	
I6	.617	.119	.304	
I7	.290	.729	.047	.797
I8	.117	.727	.094	
I9	.272	.553	.264	
I10	.378	.637	.206	
I11	.198	.704	.276	
I12	.060	.170	.797	.805
I13	.193	.134	.761	
I14	.187	.160	.732	
I15	.173	.143	.768	
고유치	3.289	2.785	2.732	
분산(%)	39.791	11.574	7.346	
누적(%)	39.791	51.364	58.710	

표 4. 직무만족의 탐색적 요인분석 및 신뢰도 결과

문항	성 분					신뢰도
	동료애	교직 의식	업무 부담	보상	자율성	
S1	.009	.071	.228	.807	.093	.842
S2	.085	.180	.164	.861	.090	
S3	.088	.060	.145	.833	.099	
S4	.035	.067	.305	.280	.544	.645
S5	.027	.027	.012	-.035	.861	
S6	.128	.104	.131	.157	.760	
S7	.055	.047	.574	.299	.197	.766
S8	.055	.048	.651	.055	.209	
S9	-.092	-.117	.860	.176	-.001	
S10	-.081	-.136	.853	.127	-.019	
S11	.831	.148	-.063	.056	.049	.913
S12	.888	.250	.007	.022	.061	
S13	.881	.208	-.013	.007	.074	
S14	.855	.207	.016	.123	.045	
S15	.315	.747	.040	.187	.057	.873
S16	.187	.844	-.040	.064	.076	
S17	.209	.904	-.013	.082	.011	
S18	.139	.775	-.114	.040	.080	
고유치	3.239	2.952	2.451	2.396	1.754	
분산(%)	27.792	19.461	9.405	7.780	6.630	
누적(%)	27.792	47.253	56.658	64.438	71.068	

[표 5]를 살펴보면 조직몰입은 3개의 하위요인으로 구분되었다. 정서적 몰입은 요인부하량 .586-894, 신뢰

도 .825로 나타났으며, 계속적 몰입은 요인부하량 .772-769, 신뢰도 .709로 나타났다. 마지막으로 규범적 몰입의 요인부하량은 .519-.824로 나타났으며, 신뢰도는 .674로 나타났다.

표 5. 조직몰입의 탐색적 요인분석 및 신뢰도 결과

문항	성 분			신뢰도
	정서적몰입	계속적몰입	규범적몰입	
C1	.586	.194	.415	.873
C2	.831	.090	.016	
C3	.894	.048	.020	
C4	.868	-.030	.107	
C5	.138	.772	.224	.825
C6	.026	.769	.269	
C7	-.023	.766	-.103	
C8	.248	.502	.519	.709
C9	.136	.245	.777	
C10	-.010	-.005	.824	
고유치	2.687	2.135	1.870	
분산(%)	35.427	20.095	11.397	
누적(%)	35.427	55.523	66.920	

2.2 상관관계

각 변인들의 상관관계를 분석한 결과는 [표 6]과 같다. 계속적 몰입과 규범적 몰입의 경우 내부마케팅의 변인들과 직무만족의 하위변인과의 상관관계가 드물었으며, 직무만족 요인 중 업무부담은 내부마케팅 요인과 상관관계가 나타나지 않았다. 전반적으로 유의한 상관관계는 $-0.158(p<.05)$ 부터 $0.641(p<.01)$ 로 나타났으며, 상관관계수가 .85 이상을 넘지 않을 경우 하위요인들은 상호 상관성을 갖는 동시에 독립성을 확보하는 것으로 해석할 수 있기에[24], 변인간의 판별타당도가 확인되었다.

3. 자료처리방법

내부마케팅과 체육교사의 직무만족 및 조직몰입의 관계를 규명하기 위해 최종적으로 선별된 자료는 SPSS 15.0을 이용하여 분석되었다. 빈도분석과 탐색적 요인분석, Cronbach's α 상관관계 분석을 실시하여 연구대상의 일반적 특성 및 조사도구의 타당성과 신뢰도를 검증하였으며, 중다회귀분석을 실시하여 가설을 검증하였다. 모든 통계적 유의수준은 $\alpha=.05$ 로 설정하였다.

표 6. 각 변인 간 상관관계 분석 결과

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
1. 내부커뮤니케이션	1										
2. 교육훈련	.641**	1									
3. 복리후생	.431**	.443**	1								
4. 보상	.301**	.318**	.470**	1							
5. 자율성	.353**	.332**	.228**	.303**	1						
6. 업무부담	.150*	.066	.313**	.406**	.302**	1					
7. 동료애	.312**	.392**	.168**	.156*	.168**	-.030	1				
8. 교직의식	.234**	.269**	.186	.233**	.182	-.065	.472**	1			
9. 정서적 몰입	.378**	.395**	.239**	.285**	.247**	.129*	.473**	.501**	1		
10. 계속적 몰입	-.038	.022	-.085	.031	.010	-.158*	.090	.295**	.185**	1	
11. 규범적 몰입	.090	.104	.158*	.143**	.007	-.041	.182**	.406**	.335**	.449**	1

* : p<.05, ** : p<.01

표 7. 내부마케팅이 직무만족에 미치는 영향에 대한 중다회귀분석 결과

종속변인	독립변인	b	SE b	β	t
보상	상수	1.458	.259		5.640***
	내부커뮤니케이션	.077	.084	.067	.916
	교육훈련	.118	.088	.098	1.336
	복리후생	.359	.056	.398	6.369***
Multiple R = .489, R ² =.239, F-value = 26.540***					
자율성	상수	1.876	.239		7.861***
	내부커뮤니케이션	.223	.077	.223	2.888***
	교육훈련	.170	.082	.162	2.084*
	복리후생	.047	.052	.059	.898
Multiple R = .382, R ² =.146, F-value = 14.501***					
업무부담	상수	2.232	.268		8.323***
	내부커뮤니케이션	.110	.087	.100	1.267
	교육훈련	-.169	.092	-.146	-1.842
	복리후생	.290	.058	.335	4.955***
Multiple R = .332, R ² =.110, F-value = 10.483***					
동료애	상수	2.444	.227		10.779***
	내부커뮤니케이션	.105	.073	.110	1.435
	교육훈련	.334	.078	.333	4.314***
	복리후생	-.021	.049	-.027	-.416
Multiple R = .400, R ² =.160, F-value = 16.150***					
교직의식	상수	2.965	.240		12.331***
	내부커뮤니케이션	.084	.078	.087	1.081
	교육훈련	.187	.082	.184	2.276*
	복리후생	.052	.052	.068	.987
Multiple R = .287, R ² =.082, F-value = 7.601***					

* : p<.05, *** : p<.001

III. 연구 결과

1. 내부마케팅이 직무만족에 미치는 영향

본 연구의 가설 I ‘내부마케팅이 중등학교 체육교사의 직무만족에 긍정적인 영향을 미칠 것이다’에 따른 하위가설을 검증하기 위해 중다회귀분석을 실시한 결과는 [표 7]과 같다.

[표 7]에 제시된 바와 같이 보상에는 복리후생(β =.398)이 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났으며, 설명력(R^2)은 23.9%로 나타났다. 자율성에는 내부커뮤니케이션(β =.228)과 교육훈련(β =.162)이 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났으며, 설명력(R^2)은 14.6%로 나타났다. 업무부담에는 복리후생(β =.335)이 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났으며, 설명력(R^2)은 11.0%로 나타났다. 동료애에는 교육훈련(β =.333)이 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났으며 설명력(R^2)은 16.0%로 나타났다. 마지막으로 교직의식에는 교육훈련(β =.184)이 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났으며, 설명력(R^2)은 8.2%로 나타났다.

2. 내부마케팅이 조직몰입에 미치는 영향

본 연구의 가설 II ‘내부마케팅이 중등학교 체육교사의 조직몰입에 긍정적인 영향을 미칠 것이다’에 따른 하위가설을 검증하기 위해 중다회귀분석을 실시한 결과는 [표 8]과 같다. [표 8]에 제시된 바와 같이 내부커뮤니케이션(β =.201), 교육훈련(β =.247)만이 정서적 몰입에 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났으며, 설명력

(R²)은 18.4%로 나타났다. 반면 계속적 몰입과 규범적 몰입에는 유의한 영향을 미치지 않는 것으로 나타났다.

표 8. 내부마케팅이 조직몰입에 미치는 영향에 대한 중다회귀분석 결과

종속변인	독립변인	b	SE b	β	t
정서적 몰입	상수	1.882	.247		7.736***
	내부커뮤니케이션	.209	.079	.201	2.662**
	교육훈련	.270	.083	.247	3.251**
	복리후생	.035	.053	.043	.658
Multiple R = .429, R ² =.184, F-value = 19.108***					
계속적 몰입	상수	3.488	.322		10.834**
	내부커뮤니케이션	-.077	.104	-.062	-.745
	교육훈련	.143	.110	.109	1.303
	복리후생	-.105	.070	-.106	-1.496
Multiple R = .117, R ² =.014, F-value = 1.183					
규범적 몰입	상수	2.337	.278		8.419***
	내부커뮤니케이션	.004	.090	.004	.049
	교육훈련	.047	.095	.041	.492
	복리후생	.118	.061	.138	1.947
Multiple R = .162, R ² =.026, F-value = 2.289					

** : p<.01, *** : p<.001

3. 직무만족이 조직몰입에 미치는 영향

본 연구의 가설 III ‘중등학교 체육교사의 직무만족이 조직몰입에 긍정적인 영향을 미칠 것이다’에 따른 하위 가설을 검증하기 위해 중다회귀분석을 실시한 결과는 [표 9]와 같다.

[표 9]에 제시된 바와 같이 정서적 몰입에는 동료애 ($\beta=.289$)와 교직의식($\beta=.333$)이 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났으며, 설명력(R²)은 36.4%로 나타났다. 계속적 몰입에는 업무부담($\beta=-.152$)과 교직의식($\beta=.308$)이 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났으며, 설명력(R²)은 11.0%로 나타났다. 마지막으로 규범적 몰입에는 교직의식($\beta=.403$)이 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났으며, 설명력(R²)은 17.5%로 나타났다.

표 9. 직무만족이 조직몰입에 미치는 영향에 대한 중다회귀분석 결과

종속변인	독립변인	b	SE b	β	t
정서적 몰입	상수	.169	.310		.544
	보상	.091	.053	.100	1.721
	자율성	.083	.057	.079	1.445
	업무부담	.090	.055	.094	1.642
	동료애	.315	.062	.289	5.050***
교직의식	.357	.063	.333	5.643***	
Multiple R = .603, R ² =.364, F-value = 28.829***					
계속적 몰입	상수	2.498	.442		5.654***
	보상	.033	.075	.031	.445
	자율성	.002	.081	.002	.025
	업무부담	-.174	.078	-.152	-2.239*
	동료애	-.084	.089	-.064	-.949
교직의식	.397	.090	.308	4.409***	
Multiple R = .331, R ² =.110, F-value = 6.217***					
규범적 몰입	상수	1.177	.369		3.189***
	보상	.081	.063	.085	1.288
	자율성	-.091	.068	-.084	-1.337
	업무부담	-.025	.065	-.025	-.379
	동료애	-.009	.074	-.008	-.126
교직의식	.452	.075	.403	6.002***	
Multiple R = .418, R ² =.175, F-value = 10.668***					

* : p<.05, *** : p<.001

IV. 논 의

1. 내부마케팅과 직무만족의 관계

본 연구에서는 내부마케팅이 중등학교 체육교사의 직무만족에 긍정적인 영향을 미치는 것으로 나타났으며, 이는 Chang과 Chang[8]의 연구와 원유선[7]의 연구, 그리고 한진수와 김은정[4]의 연구와 일치하는 결과를 나타내었다.

내부마케팅이란 조직 목표달성을 위해 종사원을 내부고객, 직무를 내부제품으로 보고 종업원의 필요와 욕구를 충족시키는 제품을 제공하려는 노력[17]으로 학교 조직에서의 내부마케팅은 내부고객인 교사 상호간의 원활한 의사소통을 증진시킬 수 있는 방안, 다양한 연수의 개설, 참여기회의 보장, 학교조직 내의 보건위생시설, 문화·체육·오락시설, 생활경제시설 지원 정도 등의 활동이 여기에 속한다고 할 수 있다.

Fletcher[18]는 커뮤니케이션의 형태가 내부고객지향적일수록 상사와 직무에 대한 내부고객만족이 증가한다고 하였다. 이는 학교 관리자들이 교사들의 의견에 귀를 기울이고 회의시간에 편안하게 의견을 내놓을 수 있는 분위기를 조성한다면, 교사들의 직무만족이 높아질 것이라는 것을 의미한다. 따라서 학교 관리자들은 공식적인 경로 외에 비공식적인 경로뿐 아니라 다양한 방법을 통해 의사소통이 이루어질 수 있도록 노력해야 할 것이다.

또한 오현환과 변경원[19]은 물리적 환경, 대상자에 관한 이해, 적정교육시간 등이 직무만족에 유의한 영향을 미친다고 하였다. 따라서 체육교과와 특성에 따른 수업환경 제공과 체육교사들의 전반적인 특성을 이해하고자 하는 노력이 필요할 것이며, 이에 따른 지원이 뒷받침 된다면 체육교사의 직무만족은 높아질 것으로 판단된다.

2. 내부마케팅과 조직몰입의 관계

본 연구에서는 내부마케팅이 중등학교 체육교사의 조직몰입에 긍정적인 영향을 미치는 것으로 나타났으며, 이는 호텔종사원을 대상으로 한 임지은과 김경숙[20]의 연구, 카지노 종사원을 대상으로 한 윤남수, 이윤저 그리고 손문현[21]의 연구 그리고, Boshoff와 Tait[14]의 연구와 일치하는 결과이다.

박경호[11]는 호텔종사원들이 심리적인 안정, 충분한 경제적 보상 그리고 조직 시스템이 제도적으로 잘 이루어져있다고 느낄 때 조직몰입이 높아진다고 하였으며, 여용재[15]는 공공기관의 경우 영리기업과 달리 성과에 대한 보상이 쉽지는 않지만 시기적절한 보상과 공정한 보상시스템의 필요하다고 주장하였다. 즉 경제적이고 효율적인 보상 시스템이 조직에 장기적으로 몰입할 수 있다는 것이다.

그러나 본 연구에서는 복리후생의 문제보다는 내부 커뮤니케이션과 교육훈련이 잘 이루어졌을 때 보다 조직에 몰입하는 것으로 나타났으며, 특히 계속적 몰입이나 규범적 몰입은 직무만족과 유의한 관계를 갖지 않는 것으로 나타났다. 이는 체육교사의 경우 활발하게 의사 표현을 할 수 있고, 자신의 의견이 학교에 잘 반영되고

있다고 지각할 경우에 보다 적극적으로 직무수행에 임하며, 효율적인 행정업무가 가능한 연수나 교수법을 향상시킬 수 있는 연수가 제공되어 자신이 발전하고 있다고 지각하는 경우에 보다 학교로의 조직몰입이 가능하다는 것을 의미한다. 즉, 체육교사들은 교직에 대한 사명감과 더불어 전문직으로서의 자부심을 인정할 때 보다 정서적으로 학교에 강한 소속감을 느낀다고 할 수 있다. 따라서 학교관리자는 체육교과에 따른 특성을 이해하고 체육교사의 의견을 적극적으로 학교운영에 반영하고자 노력한다면 체육교사의 존재감을 높여줄 수 있을 것이며, 체육교사들은 신뢰를 통해 조직에 강한 애착을 가질 수 있을 것으로 판단된다.

3. 직무만족과 조직몰입의 관계

본 연구에서는 중등학교 체육교사의 직무만족이 조직몰입에 긍정적인 영향을 미치는 것으로 나타났다. 이는 윤승재[12]의 연구, Farzad 등[10]의 연구, 이환범과 이수창[13]의 연구 등과 일치하는 결과이다.

김창걸[22]은 교직에 대해 사회봉사적 기능이 강하여 자체 행동을 규율하는 윤리강령을 가지고 있으며, 교원 자격증 제도를 통한 엄격한 자격기준에 의해 채용되고, 학생의 성장·발달을 돕는 고도의 지적·정신적 활동을 하는 전문적 성격을 지닌다고 보고하였다. 이는 교사들이 자신의 직무에 강한 자부심을 가지고 직무에 임하고 있다는 것을 의미한다. 또한 고종욱과 손경애[23]는 구성원으로서 자신이 속한 조직에 충성해야 한다는 내재화된 믿음, 도덕적 의무감이 규범적 몰입이며, 사명감은 이러한 규범적 몰입에 강한 영향을 미친다고 하였다. 따라서 체육교사들이 사명감을 가지고 직무를 수행할 수 있는 환경조성이야말로 가장 중요한 여건이라고 할 수 있으며, 학교관리자는 심리적인 안정감을 느낄 수 있는 수업환경과 효율적인 조직 시스템을 구축하기 위한 꾸준한 노력이 중요한 것으로 판단된다.

V. 결론 및 제언

본 연구는 내부마케팅이 중등학교 체육교사의 직무

만족과 조직몰입에 미치는 영향에 대해 규명하고자 하였으며 결론은 다음과 같다.

첫째, 내부마케팅은 중등학교 체육교사의 직무만족에 긍정적인 영향을 미친다. 따라서 원활한 수평적·수직적 의사소통, 양질의 직무연수, 교사의 자율적인 직무수행 보장 등을 통하여 직무만족을 높이도록 하고 과중한 행정적 업무에 대해서도 보람을 느낄 수 있도록 노력해야 할 것이다.

둘째, 내부마케팅은 중등학교 체육교사의 조직몰입에 긍정적인 영향을 미친다. 체육교사는 동료와의 원활한 관계와 직무에 대한 자부심을 통해 정서적으로 조직에 몰입하게 된다. 따라서 학교 관리자는 체육교사들이 정서적인 유대감이 높아질 수 있도록 다양한 교사활동에 관심을 갖도록 해야 할 것이다.

셋째, 중등학교 체육교사의 직무만족은 조직몰입에 긍정적인 영향을 미친다. 교사는 보상적인 부분의 직무만족보다는 교직의식과 관련된 부분의 만족이 조직에 보다 몰입할 수 있는 것으로 나타났다. 따라서 체육교사가 학교 안에서 존중받고 있으며, 교사로서 중요한 역할을 하고 있다는 자부심을 가질 수 있는 환경조성에 힘써야 할 것이다.

본 연구를 바탕으로 후속 연구에 대한 제언을 하면 다음과 같다. 내부마케팅의 하위 변인은 내부커뮤니케이션, 교육훈련, 복리후생 이 외에도 권한위임, 보상시스템, 경영층 지원, 근무환경, 동기부여, 내부고객세분화, 역할 명확성, 팀워크 등 다양하게 분류되고 있다. 이와 같은 내부마케팅의 하위변인을 포함한 연구가 이루어진다면 직무만족과 조직몰입에 관련된 보다 다양한 방안을 제시할 수 있을 것이다.

참 고 문 헌

[1] 장선희, 송은경, “중·고등학교 음악교사의 직무만족도(job satisfaction)에 관한 조사연구: 서울시 소재 일반계 중·고등학교 음악교사를 대상으로,” 교과교육학연구, 제6권, 제1호, pp.63-95, 2002.

[2] 노종희, “교원 직무만족의 개념화 및 측정에 관한 연구,” 교육행정학연구, 제19권, 제2호, pp.163-181, 2001.

[3] W. E. Green, G. D. Walls, and L. J. Schrest, “Internal marketing—the key to external marketing success,” J. of Services Marketing, Vol.8, No.4, pp.5-13, 1994.

[4] 한진수, 김은정, “호텔 기업의 내부마케팅 활동이 종사원의 직무만족, 조직몰입 및 고객지향성에 미치는 영향,” 호텔경영학연구, 제14권, 제3호, pp.191-213, 2005.

[5] http://article.joins.com/article/article.asp?total_id=3188733

[6] 강종환, 호텔 내부마케팅 전략에 관한 실증연구: 내부시장지향성 및 내부 고객지향성의 성과 측정, 경기대학교 대학원 박사학위논문, 2005.

[7] 원유선, 직업무용단의 내부마케팅이 조직태도에 미치는 영향, 단국대학교 대학원 박사학위논문, 2009.

[8] C. S. Chang, and H. H. Chang, “Effects of internal marketing on nurse job satisfaction and organizational commitment: Example of medical centers in southern taiwan,” J. of Nursing research, Vol.15, No.4, pp.265-274, 2007.

[9] C. Boshoff, and M. Tait, “Quality perceptions in financial service sector: The potential impact of internal marketing,” International J. of Service Industry Management, Vol.7, No.5, pp.5-31, 1996.

[10] A Farzad, N .Nahavandi, and A. Caruana, “The effect of internal marketing on organizational commitment in iranian banks,” American Journal of Applied sciences, Vol.5, No.11, pp.1480-1486, 2008.

[11] 박경호, 내부마케팅을 통한 호텔내부고객만족에 대한 연구, 경기대학교 대학원 박사학위논문, 2002.

[12] 윤승재, 스포츠조직 종사자들의 직무만족, 조직

몰입, 직업몰입이 이직의도에 미치는 영향, 인하대학교 대학원 박사학위논문, 2007.

[13] 이환범, 이수창, “경찰공무원의 직무스트레스, 직무만족, 조직몰입과 이직의도 간의 상호관계에 관한 연구,” 한국조직학회보, 제3권, 제2호, pp.83-101, 2006.

[14] 최정순, 호텔기업의 내부마케팅이 종사원의 감정노동과 서비스 제공수준에 미치는 영향, 동아대학교 대학원 박사학위논문, 2003.

[15] 여용재, 내부마케팅이 직무만족, 조직몰입 및 고객지향성에 미치는 영향에 관한 연구: 정부출연연구기관을 중심으로, 공주대학교 대학원 박사학위논문, 2007.

[16] K. Lee, N. J. Allen, and J. P. Meyer, “The three-component model of organisational commitment: An application to south Korea,” Applied Psychology, Vol.50, No.4, pp.596-614, 2001.

[17] L. L. Berry, “The employee as customer,” J. of Retailing Banking, Vol.3, No.1, pp.25-32, 1981.

[18] M. Fletcher, “The effects of internal communication, leadership and team performance on successful service quality implementation,” Team Performance Management, Vol.5, No.5, pp.150-163, 1999.

[19] 오현환, 변경원. “스키학교 내부마케팅과 고객지향성, 근무의도와의 관계,” 한국스포츠산업·경영학회지, 제12권, 제3호, pp.115-128, 2007.

[20] 임지은, 김경숙 “호텔 부서 간 내부마케팅이 연회서비스 품질 제고에 미치는 영향: 강원지역 호텔을 중심으로,” 관광학연구, 제30권, 제6호, pp.301-320, 2006.

[21] 윤남수, 이윤저, 손문현 “카지노업의 내부마케팅 요인이 직무태도와 고객지향성에 미치는 영향,” 관광연구저널, 제22권, 제2호, pp.317-334, 2008.

[22] 김창걸, 교육행정 및 교육경영의 이론과 실제의 탐구, 서울: 형설출판사, 2006.

[23] 고종욱, 손경애, “교사의 개인적 특성과 조직의

구조적 특성 및 상황적 특성이 조직몰입에 미치는 영향,” 인적자원관리연구, 제14권, 제1호, pp.1-21, 2007.

[24] R. B. Kline, *Principles and practice of structural equation modeling*, NY: The Guilford Press. 2005.

저 자 소 개

박 정 심(Jung-Shim Park)

정희원



▪ 2010년 2월 : 부산대학교 교육대학원 체육교육전공(교육학석사)

<관심분야> : 스포츠경영학, 학교체육

추 나 영(Na-Young Choo)

정희원



▪ 1996년 2월 : 이화여자대학교 무용과(학사)
 ▪ 2009년 3월 ~ 현재 : 부산대학교 체육학과 박사과정 재학중

<관심분야> : 스포츠조직경영, 스포츠마케팅

조 송 현(Song-Hyeon Cho)

정희원



▪ 1991년 2월 : 서울대학교 체육교육과(체육학사)
 ▪ 2002년 8월 : 서울대학교 대학원 체육교육과(체육학박사)
 ▪ 2003년 10월 ~ 현재 : 부산대학교 체육교육과 교수

<관심분야> : 스포츠마케팅, 스포츠소비자행동