

울산대학교 경영학과 학생들의 학교동일시에 대한 조사연구

김도일

경영학부 경영학 전공

<요 약>

본 연구는 울산대학교 경영학과 학생들을 대상으로 그들이 학교에 대해서 어느 정도로 소속감 또는 일체감을 느끼는지 조사하였다. 이러한 소속감은 조직동일시란 주제로 연구되어져 왔다. 이러한 조직동일시를 학교에 적용하여서 학생들이 학교에 대해서 갖고 있는 동일시와 동일시의 선행변수와 결과변수를 함께 조사하였다. 연구결과 주간 학생들보다는 야간학생들이 그렇게 크지 않지만 학교에 대해서 동일시를 더 느끼고 있었다. 선행변수중에 유의한 영향을 미치는 차원은 학교의 지역사회 기여도, 학생의 학교생활의 만족, 학교의 평판, 학생의 활동성, 학교의 외형성(학교의 시설, 교수진, 동아리)이었으며 조직동일시가 유일한 설명변수로 이용될 때 연구된 결과변수에 모두 유의한 영향을 미치나 앞에서 이용되었던 선행변수를 통제변수로 이용하였을 때 학교발전을 위한 제안의도, 학교홍보활동, 졸업후 학교에 재정적 기부의도는 유의하였으나 타학교로 전학의도는 유의하게 나타나지 않았다.

An Investigation of Identification with the School using Students of Business Administration at University of Ulsan

Kim, Doyle

Professor of Management School of Business Administration

<abstract>

This paper investigates how students of business administration at University of Ulsan identify themselves with the school. The feeling of belongingness has been studied as organizational identification. The concept of identification was applied to school; its antecedents and consequences were studied with identification. The results showed that students attending by night have higher, although not large, identification score more than those by day.

Among antecedents, local contribution of the school, satisfaction with school life, its prestige, student's activities, its outlook (its facility, faculty, and clubs) were significant. When identification was used, it was significant for all consequences. However, when all antecedents used for identification were included as control variables, intention to give ideas for school's growth, word of mouth, and intention of donation after graduation were significant but intention to transfer to other schools was not significant.

I. 서 론

울산대학교 경영학과 학생들은 학교에 대해 어느 정도로 소속감을 느끼고 있는가? 다시 말해서 학생들이 학교와 어느 정도로 일체감을 가지고 학교생활을 하고 있는지는 학생뿐 아니라 학부형, 교직원, 넓게는 교육업무 종사자 모두가 관심을 가지고 생각해 볼 문제이다. 학생들은 학교에서 많은 시간을 보내면서 공부를 하고 미래를 준비한다. 그들이 학교에 만족하지 못하고 소속감도 느끼지 못하며 길도는 학창생활을 보낸다면 본인이나 학교 모두에게 유감스러운 일이라 하지 않을 수 없다. 또한 학생들이 졸업한 이후에는 학교는 모교로 영원히 그들에게 남게 되며 학교선호배들간에는 같은 학교출신이라는 연대감이 작용하게 된다. 졸업생들의 학교에 대한 후원은 학교발전을 위해서 꼭 필요하다고 할 수 있다. 이렇게 학생들이 가지는 학교에 대한 일체감은 학교에 있을 때뿐 아니라 졸업 후에도 계속되기 때문에 매우 중요하다고 할 수 있다.

학교와 같이 어떤 조직체에 대한 소속감은 조직동일시(organizational identification)란 주제로 연구되어져 왔다. 조직동일시란 조직과의 지각된 일체감으로 정의되어진다. 개인은 어느 집단이나 조직에 속하게 되지만 속하여 있는 조직에 대한 소속감은 개인별로 차이가 있게 된다. 이러한 조직 동일시의 차이에 따라 조직에서의 행동이 다르게 나타날 수 있다. 조직동일시의 정도가 높은 사람은 조직과의 관계를 강화하거나 조직에 대해서 남들에게 좋게 이야기할 수 있다(Mael & Ashforth 1989).

조직동일시가 직원으로서의 개인 행동에 미치는 영향을 조사하기 위해서는 우선적으로 조직동일시에 영향을 미치는 선행변수에 대한 연구가 이루어져야 할 것이다. 선행변수는 일반적으로 조직의 특성, 개인적 특성 및 환경적 특성으로 크게 구분할 수 있다. 조직의 특성으로는 조직 자체의 매력성을 들 수 있으며 개인적 특성으로는 조직과 관련하여 관계를 맺은 기간이나 개인적 성격들을 들 수 있다. 또한 환경적 특성으로는 유사조직과의 경쟁적 요소를 들 수 있다. 이렇게 조직동일시의 선행변수에 대한 연구가 이루어져야만 조

직동일시를 높이기 위한 전략을 세울 수 있을 것이다

조직동일시에 대한 연구가 타당성을 가지기 위해서는 조직동일시가 내면화(internalization) 등 유사하게 여겨지는 다른 개념과 구별적인 개념으로 명확히 인식되어야 하며 조직동일시가 어떻게 연구되어져 왔는지 살펴볼 필요가 있고 측정을 위해 개념의 명확한 조작적 정의가 필요할 것이다.

조직행동론에서 연구되어온 조직동일시의 개념은 마케팅에 적용되어 이용될 수 있다. 예를 들어 기업에서 종업원이 느끼는 조직동일시나 만족수준은 고객과의 관계에 영향을 미칠 수 있다. 이러한 기업과 종업원과의 관계는 내부마케팅(internal marketing)이란 측면에서 매우 중요하게 고려되어지며 기업은 외부고객을 만족시키기 앞서 고객에게 서비스를 제공하는 종업원을 먼저 만족시켜야 한다. 따라서 기업은 조직구성원과 관련하여 그들이 가지는 조직동일시를 중요한 한 평가항목으로 측정하고 관리할 필요가 있을 것이다. 학생들에게 있어서도 학교동일시가 그들의 행동에 어떠한 영향을 미치는지 결과변수와의 관련성이 연구될 수 있을 것이다.

이 논문에서는 조직동일시의 개념을 학교에 적용하여서 학생들이 갖고 있는 학교동일시를 측정하고 선행변수와 결과변수에 대한 관련성을 조사하고자 한다.

II. 문헌적 고찰

조직동일시는 사회적 자아이론(social identity theory)에 기초하고 있다 사회적 자아이론에 의하면 자아개념(self-concept)은 개인적 자아(personal identity)와 사회적 자아(social identity)로 이루어진다(Tajfel and Turner 1985). 개인적 자아는 개인의 능력이나 관심 등 개인적 특성 등으로 이루어지는 반면에 사회적 자아는 구별적인 집단에 소속됨으로써 나타난다. 개인들은 자신과 타인을 여러 사회적 집단으로 분류하는 경향이 있는데 이러한 분류는 동호회나 종교, 교육, 문화기관 등의 조직에의 소속여부 또는 성별 및 연령 등의 인구통계적 변수에 기초한다. 사람들은 이렇게 집단분류를 통하여 자신과 타인을 위치화시키게 된다.

사회적 동일시는 그러한 다음에 개인이 분류집단에 느끼는 소속감 즉 집단과의 동일시를 말한다(Mael and Ashforth 1992). 개인은 자신을 그 집단의 실제적 또는 상징적인 구성원으로 인식하게 된다. 사회적 동일시를 통하여 개인은 집단의 운명과 심리적으로 묶여져 있다고 인식하게 된다. 즉 개인은 집단의 성공과 실패를 함께 느끼게 되며 자신의 능력 이상의 성취에 간접적으로 참여하게 된다(Katz and Kann 1978). 이러한 관점에 의하면 조직 동일시는 사회적 동일시의 한 특수한 형태로 개인은 특정조직에 소속여부로 자신을 정의하게 된다. 구체적으로 개인이 조직과 동일시할 때 개인은 조직과 일체감 또는 소속감을 느끼게 되며 소속된 조직에 의해 자신을 정의하게 된다. 사회적 동일시이론에서는 개인은 자아개념을 높이기 위해서 부분적으로 동일시를 한다고 주장한다. 따라서 개인은 긍정적인 사회적 자아를 유지하려고 하는 경향이 있다. 또한 분류가 범주적인 경우(예를 들어 개인이 남성 또는 여성으로 분류되는 경우) 개인이 느끼는 분류집단과의 동일시의 강도는 개인마다 정도의 차이가 있을 수 있다.

1. 조직동일시와 유사개념과의 구분

Ashforth와 Mael(1989)은 조직동일시를 유사개념들과 비교하여 구분하였다. 그들은 조직동일시를 개인이 조직의 운명과 연결된 것으로 간주하는 지각적/인지적 개념으로 정의하여 행위와 감성적인 측면은 선행변수 또는 결과변수로 분류하였다. 따라서 조직에 이로운 행위 또는 조직을 위한 행동, 만족, 충성도 등은 조직동일시와 구분되어진다.

자주 혼동되는 개념으로 내면화와 조직몰입(organizational commitment)을 들 수 있다. 조직동일시는 자신을 집단과 관련해서 분류하는 것인 반면 내면화는 조직의 가치나 가정을 자신의 행동지침으로 삼는 것을 말한다. 두 개념은 사실상 밀접하게 관련이 되지만 그 조직에 속해있을지라도 그 조직의 가치를 받아들이지 않을 수 있으며 거꾸로 특정조직에 속해있지 않을지라도 그 조직의 가치를 받아들일 수 있다.

두 번째로 조직몰입은 빈번히 이용되는 측정척도에 의하면 조직의 목표나 가치에 대한 신념 및 수용, 조직을 위한 노력의도, 계속적으로 소속을 유지하려는 의도로 간주되어진다(Wagner III and Hollenbeck 1998). 따라서 이러한 견해는 내면화, 행위적 의도, 태도를 포함하고 있으며 위에서 정의한 조직공동운명체로서의 조직동일시와는 구별되어진다. 내면화와 마찬가지로 조직몰입도 특정조직에 속하지 않을지라도 그 조직의 목표를 받아들일 수 있는 반면 조직동일시는 특정조직에의 소속을 전제로 한다.

2. 조직동일시의 선행변수

Mael과 Ashforth(1992)는 졸업생들이 모교에 갖고 있는 조직동일시에 대한 연구에서 선행변수를 조직과 관련된 선행변수와 개인과 관련된 선행변수의 두 범주로 구분하였다. 조직적 선행변수에는 조직의 차별성, 조직의 평판, 외부조직과의 경쟁, 조직내에서의 하부조직간의 경쟁을 들었다. 개인적 선행변수에는 조직에의 가입기간(학교를 다닌 기간), 가입의 최근성(recency)(졸업연도), 유사조직의 가입수(다닌 여러 대학), 조직에의 만족도, 지도담당교수(mentor)의 존재, 개인의 과거에 대한 감상적 경향을 들었다. Bhattacharya, Rao와 Glynn(1995)은 박물관 회원을 대상으로 한 연구에서 박물관이 서비스를 제공하는 조직임을 고려하여 조직에의 만족도를 서비스기대에 대한 성과의 부합성으로 제시하였다. 또한 회원의 가입기간에 추가적으로 소속의 가시성을 개인적 특성으로 추가하였다. 또한 조직과의 접촉빈도와 조직에의 기부(donation)를 개인적 활동특성으로 구분하였다. Mael과 Ashforth의 연구에서 조직내의 경쟁은 부의 영향을 가져오는 것으로 간주되었으며 두 연구에서 공히 유사조직에의 가입을 특정조직에의 동일시에 부정적인 영향을 주는 것으로 예상하였으며 다른 요소들은 조직동일시에 긍정적인 영향을 주는 것으로 예상하였다. Mael과 Ashforth의 연구결과에서 유사조직에의 가입수는 부의 효과를 나타내나 유의하지 않았다. 조직내의 경쟁은 유의하게 부정적인 영향을 미치었다. 조직의 평판과 가입기간, 지도담당관계와 학교에의 만족도는 유의하게 긍정적인 영향을 미치었다. 후자의 연구결과에서는 유사조직에의 가입은 유의하게 부정적인 영향을 미치었다. 그러나 유사조직에의 월평균 참여횟수는 한번 미만이기 때문에 로그값을 취하여 설명변수로 이용하였다. 전자의 연구와 마찬가지로 조직의 평판, 서비스의 만족, 가입기간은 유의하게 긍정적인 영향을 미쳤다. 또한 활동특성으로 방문횟수는 유의하게 긍정적인 영향을 미치나 기부는 긍정적이지만 유의하지는 않았다.

3. 조직동일시와 결과변수

사회적 자아이론에 의하면 개인은 자아의 현저한 특성과 일치되는 활동들을 선택하고 그러한 자아를 구현하는 기관을 지원하는 경향이 있다. 이러한 근거에 기초하여 Mael과 Ashforth(1992)는 졸업생들의 학교동일시는 모교에 재정적 기부를 하고 자녀와 타인에게 모교에 다니도록 권유를 하고 모교의 활동에 참여하는 행동 등을 예측할 수 있는 것으로 보았다. 그 외에 Ashforth와 Mael(1989)은 조직의 가치의 내면화, 집단에 대한 태도나 행동을, Dutton, Hukerich와 Harquail(1994)은 협동, 외부조직에 대한 경쟁심, 조직적응의도, 조직에 이로운 행동을 주요 결과변수로 들었다. 조직동일시는 위의 변수 모두 긍정적인 영향을 미치는 것으로 간주되어진다.

Mael과 Ashforth의 연구결과에서 선행변수들이 회귀식에 포함된 경우에 조직동일시는 재정적 지원이나 자녀와 타인 모두에게 모교를 추천하는 것에 유의하게 긍정적인 영향을 미치는 것으로 나타났다. 그러나 모교활동에의 참여는 유의하게 나타나지 않았다.

III. 자료 및 변수 측정

본 연구의 연구대상자들은 현재 울산대학교 경영학부 전학년을 대상으로 경영학 전공학생들로 하였으며 1학년 학생들은 2학년때 전공이 정해지기 때문에 전공이 없는 상태이다. 이 연구는 탐색적인 연구를 목적으로 하기 때문에 전체 모집단을 다 조사하지 않고 편의적으로 각 학년마다 30명 정도를 표본 추출하였으며 주간 학생뿐 아니라 야간 경영학과 4학년 학생과 산경대 경영학과 학생들도 조사하였다 (최종표본수는 주간 129명, 야간 124명임).

자료수집은 1999년 4월 14일과 15일에 걸쳐서 각 강의실에서 한 학년당 한 강의 수강 학생을 대상으로 이루어졌다.

조직동일시의 측정은 Mael과 Ashforth(1992) 및 Bhattacharya, Rao와 Glynn(1995)에서 사용되어진 척도를 그대로 이용하였다¹⁾. 조직동일시의 평균값은 <표1>에 제시되어 있다. 일차적으로 주간과 야간학생들간에 조직동일시는 90% 신뢰도수준에서 유의적인 차이가 있으나 그 차이는 크지 않았다 (F값: 3.04, p값: 0.083). 학년간에 전체적인 차이는 유의하게 나타나지 않았으나 (F값 1.79, p값: 0.149) 주간과 학년의 상호작용은 유의하게 나타났다(F값: 4.65, p값: 0.004). 주간학생의 경우 1학년은 3, 4학년과 차이가 있는 것으로 나타나 신입생의 경우 아직 학교와의 동일시가 높게 형성되지 않은 것으로 나타났다. 위의 결과에 기초하여 볼 때 학생들은 학교와의 동일시를 정도에 차이는 있으나 갖고 있는 것으로 나타났으나 학년별 차이는 유의하게 나타나지 않았다. 신입생의 경우에도 2학년이상인 되면은 어느 정도의 동일시를 형성하는 것으로 나타났다.

조직동일시의 척도는 다음의 6개 항목으로 이루어진다

- 1) 남들이 우리학교를 비난하면 내가 비난받은 것같이 생각된다
- 2) 나는 남들이 우리학교에 대해 어떻게 생각하는지 관심이 많다
- 3) 우리학교가 질리면 내가 잘된 것같이 생각된다
- 4) 나는 울산대학교에 대해서 말할 때 보통 그들의 학교라고 말하기보다 우리들의 학교라고 말한다.
- 5) 남들이 우리 학교를 칭찬할 때 내가 칭찬받은 것같이 생각된다.
- 6) 신문이나 TV 등의 매체에서 우리 학교를 비판하는 이야기가 나온다면 나는 당혹스러울 것이다

<표1> 학교동일시

학년	주간 (표본수)	야간 (표본수)	전체평균(표준편차)
1	3.22 (27명)	3.79 (34명)	3.54(0.68)
2	3.48 (30명)	3.65 (34명)	3.57(0.65)
3	3.75 (40명)	3.53 (34명)	3.65(0.67)
4	3.70 (32명)	3.92 (22명)	3.79(0.60)
전체평균(표준편차)	3.57(0.67)	3.71(0.63)	3.64(0.65)
전체표본수	129명	124명	

두 연구에서 각 선행변수는 하위 항목들 하나 또는 여러 개로 측정되었다. 그러나 현재 학교 재학생을 대상으로 한 연구가 보고되어지지 않았기 때문에 이 연구에서는 실제적으로 전체항목들이 어떠한 차원으로 묶여지는지 요인분석을 실시하여 차원을 추출하였다

결과변수는 Mael과 Ashforth의 연구에서처럼 고등학생에게 울산대학교 입학에 대한 권유의도와 호의적인 구전 및 졸업후 모교에 대한 재정적 지원의도를 포함시켰다. 또한 학교의 발전을 위하여 제안을 하고 싶은지를 추가하였으며 부정적인 질문으로 타학교로 전학의도가 있는지를 조사하였다

IV. 자료분석 및 토의

<표2> 요인분석결과

요인	항목	요인적재량	크론바하 알파	아이겐값
학생지원	O18	0.711	0.731	2.554
	O15	0.684		
	O10	0.676		
	O16	0.585		
	O9	0.541		
지역사회 기여도	O6	0.758	0.835	2.342
	O5	0.750		
	O4	0.699		
학교생활만족도	O20	0.715	0.644	1.947
	P2	0.713		
	P5	0.613		
학교의 평판	O2	0.738	0.663	1.859
	O1	0.702		
	O3	0.676		
학생의 활동성	P3	0.701	0.481	1.778
	P1	0.687		
	P4	0.590		
어학 및 컴퓨터교육	O12	0.829	0.770	1.735
	O13	0.803		
외형성	O8	0.659	0.523	1.639
	O17	0.609		
	O7	0.588		

조직동일시의 6개 항목의 평균값을 조직동일시로 이용하였다. 선행변수는 요인분석을 통하여 아이겐값 1을 기준으로 직각회전을 이용하여 차원을 추출하였고 요인적재량 0.4를 기준으로 하여 항목을 선별하였다.

<표2>에서 보듯이 학교의 학생지원, 학교의 지역사회기여도, 학생들의 학교생활만족도, 학교의 평판, 학생들의 활동성, 어학 및 컴퓨터교육, 학교의 외형성 등의 7개 차원이 추출되었다. 각 차원들의 크론바하 알파값(cronbach alpha)은 두 차원만 0.5 정도이고 나머지 차원은 0.6 이상으로 각 차원들이 신뢰성있게 나타났다. 학교의 학생지원은 학부제도, 졸업생들의 취업도움, 학생의 요구사항의 행정반영, 학생축제, 장학금제도가 포함되어 있으며 사회적 기여도에는 지역사회교육, 문화, 환경보전에의 기여가 포함되어 있다. 학교생활만족도에는 자신과 학교의 부합성, 전공에의 만족, 학교생활에의 만족이 포함되어 있으며, 학교의 평판에는 지역적 평가와 일반사람들 및 전국적 평가가 포함되어 있다. 학생의 활동성에는 학교행사에의 참여, 교수와의 접촉, 학교친구들과의 유대관계가 들어 있다 외형성에는 학교의 시설 및 교수진과 동아리가 속하여 있다.

결과변수에서 고등학생에게 입학권유도와 호의적인 구전은 홍보활동으로 묶었다.

일자직으로 선행변수가 조직동일시에 미치는 영향을 회귀분석을 통하여 조사하였다. 요인분석에서 추출된 차원은 요인점수를 이용하였다 추가적으로 학년은 단일항목의 변수로 포함시켰다

학교생활의 만족도와 학교의 평판이 조직동일시에 가장 크게 영향을 미치는 것으로 나타났다. 학교의 지역사회기여도, 학생의 활동성, 학교의 외형성이 그 다음으로 영향을 미치는 것으로 나타났다. 학생지원 및 어학 및 컴퓨터교육은 유의하게 나타나지 않았다. 또한 학년은 분산분석의 결과에서처럼 유의하게 나타나지 않았다.

<표3> 회귀분석결과

변수명	회귀계수	표준오차
학생지원	0.031	0.038
지역사회 기여도	0.111*	0.036
학교생활의 만족	0.265*	0.036
학교의 평판	0.183*	0.035
학생의 활동성	0.105*	0.036
어학/컴퓨터교육	0.030	0.036
외형성	0.098*	0.038
학년	0.049	0.036

* 95% 신뢰수준에서 유의, R^2 는 0.33.

또한 결과변수와 조직동일시의 관련성분석에서는 조직동일시가 결과변수에 미치는 영향을 조사하였으며 또한 Mael과 Ashforth의 연구에서처럼 선행변수들을 통제변수로 하여 조직동일시가 설명변수에 미치는 영향을 회귀분석을 통하여 조사하였다.

조직동일시만을 설명변수로 이용한 단순회귀분석에서 조직동일시는 이용한 모든 결과변수에서 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다. 제안의도, 홍보활동 및 기부의도에는 긍정적인 영향을 미치고 전학의도에는 부정적으로 영향을 미치었다. 단순회귀분석에서는 모형

에 포함되지 않은 변수가 모형의 설명변수와 상관관계를 가질 때 설명변수의 계수가 편기될 우려가 있다 즉 조직동일시 변수가 모형에 포함되지 않은 변수와 상관관계를 가질 때 조직동일시의 계수는 편기될 수 있다. 따라서 다른 선행변수들을 통제변수로 하여 회귀분석을 실시한 결과 긍정적인 영향을 미치는 결과변수 즉 제안의도, 홍보활동 및 기부의도에는 단순회귀분석에서처럼 조직동일시가 유의하게 영향을 미치는 것으로 나타났으나 부정적인 결과변수인 전학의도에는 유의한 영향을 미치지 못하는 것으로 나타났다 그러나 전학의도의 회귀분석에서 조직동일시는 기대한대로 부의 부호를 가졌다.

<표4> 제안의도

변수명	회귀계수	표준오차
조직동일시	0.360* (0.448*)	0.084 (0.067)
학생지원	-0.039	0.048
지역사회 기여도	-0.007	0.046
학교생활의 만족	0.047	0.050
학교의 평판	-0.018	0.047
학생의 활동성	0.193*	0.046
어학/컴퓨터교육	-0.014	0.045
외형성	0.070	0.049
학년	0.049	0.046
R^2	0.23 (0.15)	

* 95% 신뢰수준에서 유의, 괄호안은 조직동일시만 설명변수로 있는 모형의 계수임

<표5> 홍보활동

변수명	회귀계수	표준오차
조직동일시	0.433* (0.699*)	0.060 (0.057)
학생지원	0.144*	0.034
지역사회 기여도	0.173*	0.033
학교생활의 만족	0.160*	0.036
학교의 평판	0.131*	0.034
학생의 활동성	0.087*	0.033
어학/컴퓨터교육	0.068*	0.033
외형성	0.157*	0.035
학년	-0.034	0.033
R^2	0.57 (0.37)	

* 95% 신뢰수준에서 유의, 괄호안은 조직동일시만 설명변수로 있는 모형의 계수임.

<표6> 학교전학의도

변수명	회귀계수	표준오차
조직동일시	-0.183 (-0.556*)	0.115 (0.098)
학생지원	-0.143*	0.066
지역사회 기여도	-0.056	0.064
학교생활의 만족	-0.441*	0.069
학교의 평판	-0.145*	0.065
학생의 활동성	-0.082	0.063
어학/컴퓨터교육	0.009	0.063
외형성	-0.015	0.067
학년	-0.048	0.064
R^2	0.27 (0.11)	

* 95% 신뢰수준에서 유의; 괄호안은 조직동일시만 설명변수로 있는 모형의 계수임.

<표7> 기부의도

변수명	회귀계수	표준오차
조직동일시	0.237* (0.545*)	0.102 (0.090)
학생지원	0.163*	0.060
지역사회 기여도	0.143*	0.056
학교생활의 만족	0.301*	0.060
학교의 평판	-0.033	0.057
학생의 활동성	0.156*	0.056
어학/컴퓨터교육	0.152*	0.054
외형성	-0.023	0.060
학년	0.034	0.056
R^2	0.29 (0.13)	

* 95% 신뢰수준에서 유의; 괄호안은 조직동일시만 설명변수로 있는 모형의 계수임.

V. 결론

조직동일시는 개인이 계속적으로 조직에 속하게 됨으로 개인뿐 아니라 조직도 관심을 가지고 고려해야 될 요소이다. 개인적으로 조직과의 동일시가 높을수록 조직에 기여하고자 하는 의도가 증가되며 조직생활에서 보다 활기찬 생활을 할 수 있을 것이다. 조직도 조직 성과를 증가시키기 위해서는 조직의 구성원의 동기부여수준이나 성과를 높이지 않으면 안 된다 가장 바람직한 경우는 조직과 개인이 서로 도와서 조직은 개인의 발전을 도모하고 조직내에서 개인의 만족을 높여서 개인이 최대한도로 자신의 능력을 발휘할 수 있도록 도

와주어야 할 것이며 개인은 조직과 일체감을 가지고 조직의 발전이 곧 나의 발전이라는 인식을 가지고 활동할 때 조직의 성과는 높아질 것이다. 따라서 이 논문에서는 우선적으로 조직동일시를 학교에 적용하여서 학생들이 학교에 대해 어느 정도로 동일시를 느끼고 있는지 조사하였다 또한 대부분 직장을 갖고 있는 야간학생들이 주간 학생들보다 차이는 작으나 보다 더 동일시를 느끼고 있는 것을 볼 때 어려운 가운데서 공부하는 학생들이 더 애착을 갖는 것을 생각할 수 있다 또한 Mael과 Ashforth의 연구에서 졸업생들이 느끼는 학교동일시를 조사한 것처럼 울산대 학생들이 졸업후에 어느 정도로 학교동일시를 느낄지는 졸업후의 여러 가지 선행변수들의 변화와 수준이 영향을 미칠 것이지만 중요한 한 가지 선행변수로서 그들이 학교를 다닐 때 가졌던 학교동일시가 영향을 미칠 것이라는 것이다. 학교는 발전하기 위해서 모든 부분에서 학교관련자들의 노력이 필요할 것이나 그 중 중요하게 도움을 얻어야 할 사람들은 울산대학교를 모교로 영원히 갖게 되는 재학생 및 울산대학교가 영원히 모교로 남게 된 졸업생들일 것이다 따라서 본 논문은 그러한 관점에서 시사점을 제공할 수 있을 것이다

학생들의 학교동일시를 높이기 위해서 본 논문에서 유의하게 나타난 차원들 즉 학교생활의 만족, 학교의 평판, 지역사회에 기여도, 학생의 활동성 및 학교의 외형성에 학교는 많은 노력을 기울여야 할 것이다 따라서 이런 차원에 포함된 각 항목들에 대하여 개선 또는 향상시키는 노력을 기울여야 할 것이다 예를 들어 가장 중요성이 큰 학교생활의 만족차원은 학교의 부합성, 전공에 대한 만족, 학교생활의 만족 항목들로 이루어지므로 학생이 이미 학교에 입학한 이상 전공과 학교생활 등에서 학생의 만족도를 높여주어야 할 것이다 물론 학교의 평판을 높이기 위한 여러 가지 활동을 할 필요가 있으며 지역사회의 교육, 문화, 환경에 보다 많은 기여를 하도록 노력하여야 할 것이다. 또한 학생의 활동성차원은 교수들과의 접촉, 학교행사에의 참여, 친구들과의 유대관계 항목들로 이루어지므로 학생과 교수들과의 접촉 또한 학생들간에 상호접촉이 잘 이루어지도록 여건을 조성할 필요가 있을 것이다 또한 학생이 참여할 수 있는 행사를 자주 여는 것도 한 방편일 것이다 학교의 외형성 차원은 우수한 시설과 교수진, 동아리 항목들로 이루어지므로 학교는 우수한 시설을 확충하고 우수한 교수들을 계속적으로 채용하여야 할 것이며 또한 건전한 동아리의 육성에 노력을 기울여야 할 것이다

본 연구가 보다 신뢰성과 타당성을 갖기 위해서는 차후 연구에서 동일시의 선행변수, 결과변수 그리고 관련항목에 대한 보다 철저한 연구가 필요할 것이며 표본조사가 아닌 경영학과 전체학생들을 대상으로 실시할 경우 표본에 따르는 오차를 줄일 수 있을 것이다.

<부록>

선행변수의 관련항목 목록

O는 조직과 관련된 항목이고 P는 개인과 관련된 항목이다.

- O1: 울산지역 사람들은 울산대학교를 높이 평가한다
- O2: 울산대학교 학생이 되는 것은 매우 자랑스러운 일이라고 일반 사람들은 생각한다
- O3: 울산대학교는 전국적으로 좋은 평판을 갖고 있지 못하다.
- O4: 울산대학교는 지역사회 교육의 책임을 잘 수행하고 있다
- O5: 울산대학교는 지역문화발전에 기여하고 있다
- O6: 울산대학교는 지역환경보전에 기여하고 있다
- O7: 울산대학교는 훌륭한 교수진을 가지고 있다.
- O8: 울산대학교는 우수한 시설을 가지고 있다
- O9: 울산대학교는 우수한 장학금 제도를 가지고 있다.
- O10: 울산대학교는 학생들의 요구사항을 행정에 잘 반영한다.
- O11: 울산대학교는 행정서비스가 좋다
- O12: 울산대학교는 어학교육을 잘 시키고 있다.
- O13: 울산대학교는 컴퓨터교육을 잘 시키고 있다
- O14: 울산대학교는 강연을 자주 개최한다.
- O15: 울산대학교는 졸업생의 취업을 잘 돕고 있다.
- O16: 울산대학교에는 학생 축제가 자주 열린다.
- O17: 울산대학교에는 동아리들이 많이 있다.
- O18: 울산대학교는 좋은 학부제도를 가지고 있다.
- O19: 울산대학교는 나의 기대에 부응하고 있다.
- O20: 울산대학교는 나에게 잘 맞지 않는다
- P1: 나는 우리 학교의 행사에 잘 참여한다.
- P2: 나는 전공에 만족한다
- P3: 나는 다른 학생들에 비해서 교수님들과 자주 접촉하는 편이다.
- P4: 나는 우리 학교 친구들과 유대관계가 좋다.
- P5: 나는 학교생활에 매우 만족한다.

참고문헌

- 성희승 (1998), “소비자의 조직에 대한 동일시가 마케팅 활동에 미치는 영향,” 서울여자대학교 박사학위논문
- Ashforth, Blake E. and Fred Mael (1989), “Social Identity and the Organization,” *Academy of Management Review*, 14(1), pp.20-39
- Bhattacharys, C B., Hayagreeva Rao, and Mary Ann Glynn (1995), “Understanding the Bond of Identification: An Investigation of its Correlates among Art Museum Members,” *Journal of Marketing*, 59, pp.46-57
- Dutton, Jane E, Janet M Dukerich, and Celia V. Harquail (1994), “Organizational

- Images and Member Identification." *Administrative Science Quarterly*, 39, pp.239-263
- Fisher, Robert J, Elliot Maltz, and Bernard J. Jaworski (1997), "Enhancing Communication between Marketing and Engineering: the Moderating Role of Relative Functional Identification," *Journal of Marketing*, 61, pp.54-70
- Kats, R. and Kahn, R. L. (1978), "The Social Psychology of Organizations, 2nd ed. New York Free Press
- Mael, Fred B. and E. Ashforth (1992), "Alumni and Their Alma Mater. A Partial Test of the Reformulated Model of Organizational Identification," *Journal of Organizational Behavior*, 13 pp.103-123
- O'Reilly III, Charles and Jennifer Chatman (1986), " Organizational Commitment and Psychological Attachment: The Effects of Compliance, Identification, and Internalization of Prosocial Behavior," *Journal of Applied psychology*, 71, pp 492-499
- Sheth, Jagdish N and Atul Parvatiyar (1995), "Relationship Marketing in Consumer Markets: Antecedents and Consequences," *Journal of the Academy of Marketing Science*, 23(4), pp.255-271
- Tajfel, H. and Turner J C. (1985), *The Social Identity Theory of Intergroup Behavior* In S Worchel and W G. Austin (Eds.), *Psychology of Intergroup Relations*, 2nd ed Chigago Nelson-Hall
- Wagner III, John A and John R. Hollenbeck (1998), *Organizational Behavior*, Prentice Hall