

생산적복지기관의 고객관계관리(CRM)가 경영성과에 미치는 영향

이진열

동명대학교 복지경영학과 초빙교수

Effects of Customer Relationship Management of Productive Welfare Institutions on Management Performance

Jin-Yeol Lee

Visiting Professor, Department of Welfare and Management, Tongmyong University

요약 본 연구에서는 생산적 복지기관의 고객관계관리가 경영성과에 미치는 영향을 실증 분석하고자 하였다. 이를 위해 부산광역시 소재 생산적 복지기관 참여자를 129명을 대상으로 자료를 수집하였다. 본 연구결과는 다음과 같다. 첫째, 생산적 복지기관의 재무적 성과에 접촉서비스와 커뮤니케이션이 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 둘째, 생산적 복지기관의 비재무적 성과에 접촉서비스와 커뮤니케이션이 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 본 연구결과를 바탕으로 다음과 같이 제언하였다. 첫째, 생산적 복지기관의 경영성과를 높이기 위해 고객관계관리(CRM) 교육을 제도화하여 실시해야 한다. 둘째, 생산적 복지기관의 경영성과를 높이기 위해 참여자 정서적 지지 프로그램이 필요하다.

주제어 : 생산적 복지기관, 고객관계관리, 경영성과, 지역사회센터, 시니어클럽

Abstract In this study, the effect of customer relationship management on the management performance of productive welfare institutions was to be analyzed empirically. For this study, data were collected from 129 participants of productive welfare institutions in Busan. The results of this study are as follows. First, contact services and communication have a statistically significant impact on the financial performance of productive welfare institutions. Second, contact services and communication have a statistically significant impact on non-financial performance of productive welfare institutions. Based on the results of this study, the following suggestions are made. First, institutionalization of CS(customer service) education should be carried out in order to improve the management performance of productive welfare institutions. Second, participants' emotional support programs are needed to improve the management performance of productive welfare institutions.

Key Words : Productive welfare institutions, Customer relationship management, Management performance, Local self-help center, Senior club

1. 서론

1.1 연구의 필요성

사회복지기관은 사회복지제도의 최일선(front line)에 위치하여 기본적인 욕구를 가지고 있는 클라이언트와 접촉을 통해서 전문가적이고 직업적인 기술을 제공하여 삶의 질을

유지 및 향상시키고 현재보다 나은 삶을 살 수 있도록 사회 복지 서비스를 제공하는 기관으로 일반적으로 정의된다[1].

하지만, 1997년 IMF 경제위기는 경제성장에 치중하여 소홀히 하였던 사회복지 중요성을 부각시켰으며 사회복지체계를 새롭게 구축해야 할 필요성을 각인시켜주는 계기가 되었다. 이로 인해 정부는 생산적 복지 구축을 사회의 정책의

*Corresponding Author : Jin-Yeol Lee(jlyl-1999@hanmail.net)

Received August 29, 2019

Accepted October 20, 2019

Revised September 17, 2019

Published October 28, 2019

축으로 추진할 것을 표방하고 그 구체적인 대책을 모색하게 되었고[2], 그에 대한 새로운 대안으로 생산적 복지기관이 출현하게 되었다.

생산적 복지는 일반적으로 '생산적'이라는 단어와 '복지'를 강조하는 개념으로 구분되어 지는데, '생산적'이라는 개념을 강조한 생산적 복지는 근로동기를 강화하는 노동연계복지(workfare)로 설명될 수 있고, '복지'라는 개념을 강조한 생산적 복지는 인종, 성, 계급 등에 따른 노동시장에 차별을 완화하는데 중점을 둔 노동친화복지로 설명될 수 있다[3].

특히, 생산적 복지기관은 '생산적'이라는 개념을 강화한 노동연계복지를 지향하는 것으로 저소득층 및 노인층을 대상으로 경제적 자활이라는 목적 달성을 위해 설립된 기관이다[4]. 그리고 탈실업과 탈빈곤 등의 경제적 자활을 지향하는 소득보장 중심 사업이라고 할 수 있다[5]. 생산적 복지기관은 참여 대상자에게 취·창업, 직업교육 등 저소득층과 노인층 대상으로 근로를 통하여 복지를 실현한다는 것이 특징이다. 또한 대표적인 생산적 복지기관으로는 지역자활센터와 시니어클럽이 있다.

생산적 복지기관의 종류 중 지역자활센터에서는 2000년대 초기에는 집수리·청소·간병·음식물 및 폐자원 사업 등 5대 표준화사업 중심으로 진행되던 것이 최근에는 피부미용, 서비스 업, 영농, 환경정비, 음식점(외식) 등 다양한 사업으로 확장하여 취·창업 등 근로를 통한 경제적 자활을 이루기 위해 노력하고 있다[6]. 시니어클럽도 노인에게 참여 기회를 제공하고 일본 아니라 자원봉사와 재능 나눔, 그리고 취·창업 등을 포함하여 다양한 사회활동을 매개체로 유형별 특성을 강화하여 소득보장을 위해 노력하고 있다[7]. 즉, 생산적 복지기관은 경제적 자활을 달성하기 위해 일반기업처럼 유무형의 상품을 기획에서부터 판매에 이르기까지 종합적인 역할을 담당하고 있다[8].

이를 종합하면 생산적 복지기관에서 경제적 자활이라는 것을 달성하기 위해서는 일반기업에서 시행되고 있는 이윤추구를 위해 노력하지 않으면 기관의 존재 의미가 유명무실해진다고 설명되어 질 수 있다.

그럼에도 불구하고 생산적 복지기관과 관련된 연구는 이윤추구와 관련된 연구보다 참여자 특성 및 만족도 등을 중점적으로 연구가 진행되고 있다. 구체적으로 살펴보면, 지역자활센터 및 자활사업과 관련된 연구들은 자활성과로서 정서적 자활 측면[9,10]과 참여자의 심리·사회적 특성, 조직 특성[11] 등의 연구가 활발히 진행되고 있다. 시니어클럽 및 노인일자리와 관련된 연구들 역시 노인일자리사업 참여자 만

족도 연구[12]와 노인일자리사업과 사회적 관계[13,14] 등의 연구가 진행되고 있다.

즉, 선행연구를 통해 경제적 자활을 이루기 위해 생산성 향상과 이윤추구를 위한 마케팅적 관점 또는 경영적 관점에 대한 연구가 필요함에도 불구하고 그러하지 못하였다는 점을 파악하였다.

이에 본 연구에서는 생산적 복지기관의 경제적 자활이라는 목적 달성을 위해 고객관계관리(CRM)와 경영성과에 주목하였다. 고객관계관리(CRM)는 고객과의 장기적인 관계 유지를 통해 차별화된 가치를 제공하여 기업의 수익성을 향상시키기 위한 고객 관리활동이다[15]. 경영성과는 다양한 기업 활동의 결과로 성취나 달성 등과 관련이 있으며, 수익성, 비용, 판매량 등의 산출에 대한 결과로 나타난다[16]. 또한 선행연구를 통해 고객관계관리(CRM)는 경영성과를 높이는 데 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다[17]. 즉, 생산적 복지기관의 경제적 자활 즉, 이윤추구와 같은 경영성과를 높이기 위해서 고객관계관리(CRM)는 필수적인 요소라 설명될 수 있다.

따라서 본 연구에서는 생산적 복지기관의 경제적 자활이라는 목적 달성을 위해 기존 선행연구에서 시도하지 못하였던 생산적 복지기관의 기업성과 소비자 측면에서 고객관계관리(CRM)와 경영성과에 미치는 영향을 실증 분석하고자 하였다. 이를 통해 생산적 복지기관의 경제적 자활을 위한 기초자료를 제공하고자 하였다.

1.2 연구 목적

본 연구는 생산적 복지기관의 기업성과 소비자 측면에서 고객관계관리(CRM)가 경영성과에 미치는 영향을 파악하여 생산적 복지기관의 경제적 자활을 위한 기초자료 제공을 목적으로 하였다.

2. 연구방법

2.1 연구 설계

본 연구는 생산적 복지기관의 경영성과에 영향을 미치는 요인을 검증하기 위해 경영성과에 영향을 미치는 요인을 파악하고자 하였다.

2.2 연구대상

본 연구를 위해서 부산광역시 소재 생산적 복지기관 4곳(영도지역자활센터, 동구지역자활센터, 부산진시니어클럽,

연제시시어클럽)을 중심으로 129명을 대상으로 편의표집을 실시하였다. 자료수집은 2019년 5월 20일부터 6월 9일까지 20일간 진행하였고, 참여 종사자를 대상으로 자기기입식 설문조사를 통해서 자료를 수집하였다. 참여자 선정기준은 의사소통이 가능하고 연구 목적과 설명을 이해하여 연구에 동참하기를 서면으로 동의한 자로 하였다. 연구대상자 수는 G power 3.1.9 프로그램을 이용하여 중간정도의 효과크기 .15, 검정력 .95, 유의수준 .05, 예측변수 4개로 회귀분석을 하였을 때 필요한 대상자수는 129명의 표본수가 산정되었으며 10%의 중도 탈락을 고려하여 141명을 대상으로 선정하였다. 불충분한 설문지 12부를 제외하고 최종 129부를 분석하였다.

2.3 연구도구

대상자의 일반적 특성으로 연령, 성별, 교육수준, 경제수준을 조사하였으며, 연령은 만 나이로 조사된 원시자료를 20~29세, 30~39세, 40~49세, 50~59세, 60세 이상으로 분류하여 조사하였다.

2.3.1 고객관계관리

고객관계관리(CRM)를 측정하기 위해 선행연구[18,19]의 연구를 바탕으로 본 연구에 맞게 수정·보완하여 사용하였다. 고객관계관리(CRM)는 관계편익, 접촉서비스, 커뮤니케이션 등 3개의 하위요인 각각 6문항 총 18문항으로 구성하였다. 관계편익은 판매자와 고객 간의 장기적인 거래 관계를 유지하는 중요한 수단으로 친근감 표시, 고객신뢰, 맞춤 서비스 등을 포함한다. 접촉서비스는 고객과의 접촉 빈도에 영향을 받는 것으로 고객 불편사항 신속처리, 밝은 이미지와 예의 바른 행동, 서비스 제공의 자발성 등을 포함한다. 커뮤니케이션은 고객이 특별한 대접을 받거나 밀착된 관계라는 것은 인식하도록 하는 것으로 상품 및 서비스 정보제공, 축하 메시지 전달, 안부 인사 등을 포함한다.

그리고 5점 리커트 척도로 구성되어 있으며, 점수가 높을수록 고객관계관리(CRM)가 잘되고 있는 것으로 평가할 수 있다. 본 연구에서 관계편익의 신뢰도는 Cronbach's $\alpha=.877$ 로 나타났다. 본 연구에서 접촉서비스의 신뢰도는 Cronbach's $\alpha=.929$ 로 나타났다. 본 연구에서 커뮤니케이션의 신뢰도는 Cronbach's $\alpha=.809$ 로 나타났다.

2.3.2 경영성과

경영성과를 측정하기 위해 선행연구[20,21]의 연구를 바

탕으로 본 연구에 맞게 수정·보완하여 사용하였다. 경영성과는 재무적 성과와 비재무적 성과 등 2개의 하위요인으로 구성되어 있으며, 재무적 성과는 수익성, 성장성, 투자성과 등의 내용으로 3개의 문항으로, 비재무적 성과는 고객관점, 내부 프로세스 관점, 학습 및 성장 관점 등 9개 문항으로 총 12문항으로 구성되어 있다.

그리고 5점 리커트 척도로 구성되어 있으며 점수가 높을수록 경영성과는 높다고 평가할 수 있다. 본 연구에서 재무적 성과의 신뢰도는 Cronbach's $\alpha=.924$ 로 나타났다. 본 연구에서 비재무적 성과의 신뢰도는 Cronbach's $\alpha=.955$ 로 나타났다.

2.4 자료분석

수집된 자료는 SPSS 18.0을 활용하여 분석하였다. 첫째, 연구대상자의 인구사회학적 특성은 빈도분석을 활용하였다. 둘째, 주요변수의 평균은 기술통계를 활용하였다. 셋째, 주요변수의 상관관계는 상관관계분석을 활용하였다. 넷째, 재무적 성과와 비재무적 성과에 미치는 영향은 회귀분석을 활용하였다.

3. 연구결과

3.1 대상자의 인구사회학적 특성

연구대상자의 인구사회학적 특성은 Table 1과 같이 나타났다. 성별에서는 여자 83명(64.3%)으로 남자 46명(35.7%)보다 높게 나타났다. 연령에서는 60대 이상이 41명(31.8%)으로 가장 높게 나타났고, 40대 32명(24.8%), 50대 25명(19.4%) 등의 순으로 나타났다. 학력에서는 고졸 이하가 62명(48.1%)으로 가장 높게 나타났고, 전문대졸 35명(27.1%), 대졸 31명(24.0%) 등의 순으로 나타났다. 혼인여부에서는 미혼이 75명(58.1%)으로 가장 높게 나타났고, 기혼 31명(24.0%), 기타 23명(17.8%) 순으로 나타났다. 월평균소득에서는 101-150만원이 46명(35.7%)으로 가장 높게 나타났고, 151-200만원 36명(27.9%), 100만원 이하 34명(26.4%) 등의 순으로 나타났다.

3.2 주요변수의 기술통계

주요변수의 기술통계는 Table 2와 같이 나타났다. 접촉서비스가 평균 3.99로 가장 높게 나타났다. 그 다음으로는 관계편익 3.76, 재무적 성과 3.64, 비재무적성과 3.58, 커뮤니케이션 3.48로 나타났다. 그리고 최소값은 대체적으로

2.00정도로, 최대값은 5.00으로 나타났다.

3.3 대상자의 고객관계관리와 경영성과 간의 상관관계

대상자의 고객관계관리와 경영성과 간의 상관관계는 Table 3과 같이 나타났다. 대상자의 고객관계관리와 경영성과 모두 정(+)의 상관관계가 있는 것으로 나타났다. 우선, 관계편익은 접속서비스, 커뮤니케이션, 재무적 성과, 비재무적 성과와 정(+)의 상관관계가 있는 것으로 나타났다. 접속서비스는 커뮤니케이션, 재무적 성과, 비재무적 성과와 정(+)의 상관관계가 있는 것으로 나타났다. 커뮤니케이션은 재무적 성과와 비재무적 성과와 정(+)의 상관관계가 있는 것으로 나타났다. 재무적 성과는 비재무적 성과와 정(+)의 상관관계가 있는 것으로 나타났다.

한편, 상관관계의 값이 0.8 이하로 나타나 주요변수 간 다중공선성에 대한 문제는 없는 것으로 나타났다.

Table 1. General Characteristics of Subject (N=129)

Characteristics	Categories	n(%)
Gender	Male	46(35.7)
	Female	83(64.3)
Age(yr)	20-29	12(9.3)
	30-39	19(14.7)
	40-49	32(24.8)
	50-59	25(19.4)
	≥60	41(31.8)
Marital status	Unmarried	75(58.1)
	Married	31(24.0)
	Others	23(17.8)
Educational background	≤High school	62(48.1)
	College	35(27.1)
	University	31(24.0)
	Mastergrade	1(0.8)
Monthly income (10,000 won)	≤100	34(26.4)
	101 ~ ≤150	46(35.7)
	151 ~ ≤200	36(27.9)
	201 ~ ≤250	7(5.4)
	251 ~ ≤300	4(3.1)
	≥301	2(1.6)

Table 2. Technical statistics of major variables (N=129)

Variables	M±SD	Min-Max
Relational benefit	3.76±0.65	2.00-5.00
Contact service	3.99±0.61	2.00-5.00
Communication	3.48±0.61	2.17-5.00
Financial performance	3.64±0.68	2.00-5.00
Non-financial performance	3.58±0.62	2.00-5.00

Table 3. Correlation between CRM and Management Performance (N=129)

Variables	1	2	3	4	5
	r (p)				
1	1				
2	.752***	1			
3	.646***	.597***	1		
4	.226***	.296***	.330***	1	
5	.299***	.323***	.388***	.766***	1

1. Relational benefit, 2. Contact service, 3. Communication, 4. Financial performance, 5. Non-financial performance

*p<.05, **p<.01, ***p<.001

3.4 고객관계관리가 경영성공에 미치는 요인

생산적 복지기관의 고객관계관리가 경영성공에 미치는 영향을 알아보기 위해 고객관계관리 하위변인을 중심으로 한 주효과 모형과 고객관계관리 하위변인 및 통제변수가 포함된 통제 모형으로 구분하여 영향 관계를 파악하였다.

우선, 재무적 성과에 미치는 영향 요인은 Table 4-1과 같이 나타났다. 재무적 성과에 미치는 영향에서 주효과 모형은 R² 값이 .169로 나타나 16.9%의 설명력을 나타내고 있었다. F값은 6.173으로 p<.001의 수준에서 통계적으로 유의미한 것으로 나타났다. 주요요인을 살펴보면 접속서비스(β=.220, p<.001)와 커뮤니케이션(β=.273, p<.01)은 재무적 성과에 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 통제 모형은 R² .187로 나타나 18.7%의 설명력을 나타내고 있었다. F값은 3.691로 p<.01의 수준에서 통계적으로 유의미한 것으로 나타났다. 주요요인을 살펴보면 접속서비스(β=.221, p<.01)와 커뮤니케이션(β=.302, p<.01)은 재무적 성과에 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다.

비재무적 성과에 미치는 영향 요인은 Table 4-2와 같이 나타났다. 비재무적 성과에 미치는 영향에서 주효과 모형은 R² 값이 .164로 나타나 16.4%의 설명력을 나타내고 있었다. F값은 8.148로 p<.001의 수준에서 통계적으로 유의미한 것으로 나타났다. 주요요인을 살펴보면 접속서비스(β=.149, p<.05)와 커뮤니케이션(β=.306, p<.01)은 비재무적 성과에 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 통제 모형은 R² .184로 나타나 18.4%의 설명력을 나타내고 있었다. F값은 3.791로 p<.01의 수준에서 통계적으로 유의미한 것으로 나타났다. 주요요인을 살펴보면 접속서비스(β=.155, p<.05)와 커뮤니케이션(β=.321, p<.01)은 재무적 성과에 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다.

그리고 선행연구와 달리 재무적 성과와 비재무적 성과에 관계편익은 영향을 미치지 않는 것으로 나타났다. 이는 생산적 복지기관의 운영지침에 관계편익과 관련된 서비스, 이미

지, 인상 등과 관련한 내용을 포함하지 않아 실무자가 중요하게 생각하지 않아서 발생되었을 개연성이 있다.

Table 4-1. Factors Influencing Financial performance (N=129)

Sortation		Main effect model		Control model	
		B	β	B	β
CRM	Relational benefit	-.121	-.116	-.163	-.156
	Contact service	.243	.220**	.244	.221**
	Communication	.302	.273**	.333	.302**
Control variable	Gender(Female)			.039	.028
	Age(≥ 60)			-.041	-.030
	Educational background (\leq High school)			.094	.069
	Marital status(Married)			-.132	-.096
	Monthly income(≤ 200)			.193	.085
R ²		.169		.182	
Adjust R ²		.138		.126	
F		6.173(p<.001)		3.691(p<.001)	

*p<.05, **p<.01, ***p<.001

Table 4-2. Factors Influencing Non-financial performance (N=129)

Sortation		Main effect model		Control model	
		B	β	B	β
CRM	Relational benefit	-.010	-.011	-.047	-.049
	Contact service	.150	.149*	.156	.155*
	Communication	.308	.306**	.323	.321**
Control variable	Gender(Female)			-.048	-.037
	Age(≥ 60)			-.041	-.033
	Educational background (\leq High school)			.097	.048
	Marital status(Married)			-.189	-.151
	Monthly income(≤ 200)			.027	.013
R ²		.164		.184	
Adjust R ²		.143		.128	
F		8.148(p<.001)		3.791(p<.001)	

*p<.05, **p<.01, ***p<.001

4. 논의 및 제언

본 연구는 생산적 복지기관의 경영성과에 영향을 미치는 요인을 검증하여 경영성과 향상을 위한 기초자료를 제공하는 것을 목적으로 하였다. 이를 위해 부산광역시 소재 생산적 복지기관에 종사하고 있는 참여자를 대상으로 하였다. 본 연구의 결과를 정리하면 다음과 같다.

첫째, 생산적 복지기관의 재무적 성과에 접촉서비스와 커뮤니케이션이 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 이러한 연구결과는 재무적 성과를 높이는데 고객관계관리(CRM)의 하위요소 중 접촉서비스와 커뮤니케이션이 중요한 요인임을 확인하였다. 즉, 고객과의 접촉 빈도에 영향을 받는 고객 불편사항 신속처리, 밝은 이미지와 예의 바른 행동, 서비

스 제공의 자발성 등의 접촉서비스가 재무적 경영성과에 긍정적인 영향을 미친다는 것을 파악하였다. 또한 고객이 특별한 대접을 받거나 밀착된 관계라는 것을 인식하도록 상품 및 서비스 정보제공, 축하메시지 전달, 안부 인사 등의 커뮤니케이션이 재무적 경영성과에 긍정적인 영향을 미친다는 것을 파악하였다. 이러한 결과는 접촉서비스와 커뮤니케이션이 고객과의 장기적인 거래 관계를 유지하는데 있어 중요한 수단이 된다는 것을 나타내어 준다. 하지만, 기존 선행연구에서는 친근감 표시, 맞춤 서비스 제공 등 관계편익도 긍정적인 영향을 미치는 것으로 나타났지만 본 연구결과에서는 영향을 미치지 않는 것으로 나타났다. 이는 생산적 복지기관에서 관계편익에 대해서 제대로 시행하지 못하였다고 설명될 수 있다.

따라서 생산적 복지기관에서는 고객 응대 시 필요한 서비스, 행동, 정보제공, 이미지 등에 대한 교육을 참여자를 대상으로 지속적으로 진행해야 할 것으로 사료된다. 아울러 고객과의 관계편익을 증진할 수 있는 프로그램일 만들어져야 할 것으로 사료된다.

둘째, 생산적 복지기관의 비재무적 성과에 접촉서비스와 커뮤니케이션이 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 이러한 연구결과는 비재무적 성과를 높이는데 고객관계관리(CRM)의 하위요소 중 접촉서비스와 커뮤니케이션이 중요한 요인임을 확인하였다. 즉, 고객과의 관계 유지, 생산적 복지기관의 성장과 같은 비재무적 성과에 있어 고객 불편사항 신속처리, 밝은 이미지, 축하메시지 전달, 안부 인사 등과 같은 접촉서비스와 커뮤니케이션이 중요한 역할을 한다는 것을 밝혔다. 또한 본 결과는 재무적 성과와 동일한 결과로서 비재무적 성과를 높이기 위해 재무적 성과와 유사한 방법으로 개입되어야 한다는 것도 파악할 수 있다. 따라서 생산적 복지기관의 재무적 성과와 비재무적 성과를 높이기 위해서는 접촉서비스와 커뮤니케이션을 높일 수 있는 다각적인 방법이 강구되어야 할 것으로 사료된다.

이상과 같은 연구결과를 바탕으로 제언을 하면 다음과 같다.

첫째, 생산적 복지기관의 경영성과를 높이기 위해 운영지침에 고객관계관리(CRM) 교육을 제도화해야 한다. 본 연구결과 재무적 성과와 비재무적 성과에 접촉서비스와 커뮤니케이션은 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 접촉서비스는 참여자가 고객과 최접점에서 제공되는 서비스, 이미지, 인상 등으로 경영성과에 매우 중요한 요소로 작용한다. 커뮤니케이션은 고객이 특별한 대접을 받거나 밀착된 관계라는 것을 인식하도록 하는 것으로 브랜드 충성도와 같은 경영성과에 중요한 요소로 작용한다. 하지만, 자활사업안내(2019)와 노인일자리 및 사회활동 지원사업 운영안내(2019)에 따르면 저소득층과 노인층에게 적합한 일자리를 제공하여 경제적 자활을 지향한다는 내용만 있을 뿐 경영성과를 높이기 위한 고객관계관리(CRM) 교육 의무화와 관련된 지침을 찾아볼 수 없다. 따라서 본 연구결과를 바탕으로 지역자활센터 및 시니어클럽에서 경영성과를 극대화하여 경제적 자활을 이루어낼 수 있도록 고객관계관리(CRM) 교육을 정책적으로 의무화할 필요가 있다. 또한 이를 위해 생산적 복지기관에서는 지역자활센터협회와 시니어클럽협회를 중심으로 고객관계관리(CRM) 교육과 관련된 커리큘럼에 대한 고민도 필요할 것으로 사료된다.

둘째, 생산적 복지기관의 경영성과를 높이기 위해 참여자

정서적 지지 프로그램이 필요하다. 생산적 복지기관의 참여자 특성 상 저소득층과 노인층이 대부분이다. 즉, 경제적인 어려움으로 인해 자신감, 사회적 지지 등이 많이 결여되어 있을 개연성이 높다. 따라서 생산적 복지기관의 참여자들이 고객과의 접촉과 소통의 관계에서 자신감을 가지고 경제적 자활을 성취할 수 있도록 참여자를 위한 멘토링 프로그램, 상담, 심리치료 등과 같은 정서적 지지 프로그램을 강화하여 접촉서비스와 커뮤니케이션과 같은 고객관계관리(CRM)를 잘 할 수 있도록 지원이 필요하다.

본 연구는 생산적 복지기관의 경영성과에 영향을 미치는 요인들을 검증하여 경영성과를 높일 수 있는 기초자료를 제공하였다는 점에서는 큰 의미를 가진다. 하지만, 본 연구에서는 비확률 표집인 편의 표집을 사용하여 성별, 연령 등에서 편이가 발생할 수 있다. 또한 연구대상이 129명으로 표본의 한계가 있어 본 연구를 통해서 도출된 결과의 신뢰부분에서는 일정 부분의 한계가 나타날 수 있다. 한편, 본 연구를 바탕으로 생산적 복지기관의 경영성과를 높일 수 있는 다양한 마케팅기법을 적용한 연구를 후속연구로 제언한다.

REFERENCES

- [1] S. B. Seo & J. Y. Lee. (2018). Mediating effects of job satisfaction in the influence of empowerment on service quality in social welfare facility workers. *Social Science Research*, 33(3), 23-46. DOI : 10.18859/ssrr.2017.08.33.3.23
- [2] S. H. An. (2002). A Comparative Study on Productive Welfare in the Three Worlds of Welfare Capitalism. *Korean journal of social welfare*, 49, 162-189.
- [3] Y. H. Yoon, N. H. Park & B. H. Lee. (2000). A study on the relationships between the productive welfare and education. *Research on Non-compliance in Research on Non-committmen*, 17, 125-156.
- [4] Y. H. Yoon & J. Y. Lee. (2018). A study on the application of crowd funding to productive welfare organizations. *The Journal of Humanities and Social Science*, 9(6), 993-1006. DOI : 10.22143/hss21.9.6.71
- [5] J. Y. Lee. (2018). A study on the quality of self-support service realized by participants in self-subsidizing projects using IPA analysis. *Public Social Studies*, 8(3), 149-185. DOI : 10.21286/jps.2018.08.8.3.149
- [6] J. Y. Lee. (2018). A study on the determinants of consumer's purchasing for self-support products. The

- Journal of Humanities and Social Science*, 9(5), 409-423.
DOI : 10.22143/hss21.9.5.30
- [7] J. H. Seomun & Y. S. Kwon. (2015). A study on the support system development for the elderly social activities : focused on the local public activities of Kyung-sangbuk-do. *The Korean Association for Local Government & Administration Studies*, 29(4), 277-296.
DOI : 10.18398/kjlgas.2015.29.4.277
- [8] J. Y. Lee. (2017). A study on the marketing mix of the products of self-sufficient enterprises, consumer loyalty and consumer perception through the IPA analysis - focusing on the users of G coffee shop in Busan metropolitan city. *Institute of Social Science*, 5(1), 157-204.
DOI : 10.22418/jss.2017.06.56.1.157
- [9] E. J. Lee. (2014). Factors affecting emotional and social self-sufficiency of welfare-to-work recipients : focused social adaptation program. *Journal of Digital Convergence*, 12(2), 539-548.
DOI : 10.14400/jdc.2014.12.2.539
- [10] S. M. Choi. (2018). Applying client-centered psychological self-sufficiency program II to low-income job-seekers in South Korea: The evidence-based practice. *Journal of Korean Social Welfare Administration*, 20(3), 161-184.
- [11] T. K. Yoo. (2004). A study on the effect of household characteristics of public assistance recipients participating the self-support program on household expenditure. *Korean Social Security Studies*, 20(2), 157-178.
- [12] J. H. Kim. (2010). A Study on the satisfaction and effectiveness of the senior employment project: focused on the type of senior employment project. *Labour Research*, 20, 147-194.
- [13] Y. M. Jang & S. H. Im. (2011). A study on the relationship between participation in the work for the elderly and the formation of social capital, focused on the mediation effect of social support. *The Korean Society of Welfare for the Aged*, 1(1), 105-130.
- [14] C. C. Ham & H. Y. Oh. (2010). A study on the effect of the participation in the job creation projects for the elderly on the social relations of the participants: focused on Jeonnam Province. *The Korean Society of Welfare for the Aged*, 48, 229-250.
DOI : 10.21194/kjgsw..48.201006.229
- [15] J. D. Lee & Y. H. Chung. (2010). Industrial differences in the relationship between customer and financial performances on customer relationship management. *Accounting Research*, 15(1), 145-166.
- [16] M. J. Kim & C. H. Lee. (2015). Effects of organizational culture on organizational effectiveness and business performance : Focusing on companies in Bucheon. *Korean Review of Corporation Management*, 6(2), 154-178.
DOI : 10.20434/krmc.2015.08.6.2.154
- [17] M. H. Lee. (2012). A case study on how CRM influences the performance of business management: By the difference in CRM marketing recognition based on consumers type. *Journal of Digital Convergence*, 10(3), 79-92.
- [18] S. B. Park. (2011). *Influences of hotel CRM on value, satisfaction and revisit intention*. Master's Degree Paper at Kyunggi University's Graduate School of General Studies.
- [19] J. W. Kang, J. I. Im & S. G. Lee. (2007). Dynamic analysis of CRM strategy for online shopping-mall. *Information Systems Review*, 9(3), 99-132.
- [20] R. S. Kaplan & D. P. Norton. (1992). The balanced scorecard: measures that drive performance. *Harvard Business Review*, 70(1), 71-79.
- [21] P. S. Yang. (2004). *A study on the CRM practical application's influence on recognition of the management performance in hotel industry : Focused on the deluxe hotels in Jeju*. Master's Degree thesis at Jeju National University's Graduate School of Business.

이진열(Jin-Yeol Lee)

[정회원]



- 2004년 8월 : 동서대학교 마케팅학 (경영학사)
- 2007년 8월 : 동아대학교 사회복지학 (사회복지학석사)
- 2012년 2월 : 동서대학교 MBA(경영학석사)
- 2016년 2월 : 부산대학교 사회복지학(사회복지학박사)
- 2017년 3월 ~ 2019년 8월 : 한국국제대학교 사회복지학과 조교수
- 2019년 9월 ~ 현재 : 동명대학교 복지경영학과 초빙교수
- 관심분야 : 사회복지경영, 사회복지마케팅
- E-Mail : jlyl-1999@hanmail.net