

# 사물인터넷 환경에서 시니어클럽 시장형 노인일자리사업의 고객관계관리(CRM)가 경영성과에 미치는 영향

이진열<sup>1</sup>, 윤기혁<sup>2\*</sup>

<sup>1</sup>동서대학교 실버컨설팅학과 교수, <sup>2</sup>동명대학교 사회복지학과 교수

## The Effects of Customer Relationship Management on the Management Performance of Senior Club Market-type Senior Jobs in Internet Environment

Jin-Yoel Lee<sup>1</sup>, Ki-Hyok Youn<sup>2\*</sup>

<sup>1</sup>Professor, Department of Silver Consulting, Dongseo University

<sup>2</sup>Professor, Department of Social Welfare, Tongmyong University

**요약** 본 연구에서는 시니어클럽 시장형 노인일자리사업의 고객관계관리(CRM)가 경영성과에 어떤 영향을 미치는지에 대해 실증 분석하고자 하였다. 이를 통해 시니어클럽 시장형 노인일자리사업의 경제적 소득 창출을 위한 기초자료 제공이 본 연구의 목적이다. 본 연구결과 첫째, 인구사회학적 특성에 따른 경영성과 차이 검증 결과 연령과 학력, 월평균 소득에서 차이가 있는 것으로 나타났다. 둘째, 시니어클럽 시장형 노인일자리사업의 접촉서비스와 커뮤니케이션이 경영성과에 정적인 영향을 미치는 것으로 나타났다. 본 연구결과를 바탕으로 다음과 같이 제언하였다. 첫째, 소비자의 개인적 특성 등을 반영한 데이터베이스(DB) 구축과 함께 빅데이터, 인공지능 분석을 활용해야 한다. 둘째, 유튜브, ZOOM 등 사물인터넷 환경을 활용한 교육과 함께 고객 모니터링을 통해 수집된 정보를 바탕으로 의사소통에 대한 관리를 강화해야 한다.

**주제어** : 시니어클럽, 관계편익, 접촉서비스, 커뮤니케이션, 경영성과

**Abstract** This study aims to empirically analyze the effect of CRM on the management performance of senior club market type senior job business. The purpose of this study was to provide basic data for the economic income creation of senior club market type senior job project. The results of this study are as follows: First, as a result of verifying the difference in management performance according to sociodemographic characteristics, there was a difference in age, academic background, and monthly average income. Second, the contact service and communication of senior club market type senior job business had a positive effect on the management performance. Based on the results of this study, the following suggestions are made. First, the database(DB) should be constructed reflecting the personal characteristics of consumers and the big data and artificial intelligence analysis should be utilized. Second, education using Internet environment such as YouTube and ZOOM should be strengthened and communication management should be strengthened based on information collected through customer monitoring.

**Key Words** : senior club, relational benefit, contact service, communication, management performance

본 연구는 2020년 동서대학교 학술연구조성비 지원에 의하여 이루어진 것임(DSU-20200031).

\*교신저자 : 윤기혁(akqj111@naver.com)

접수일 2021년 7월 24일 수정일 2021년 8월 20일 심사완료일 2021년 8월 25일

## 1. 서론

노인의 활기차고 건강한 노후 생활을 위해 우리나라는 매년 노인일자리아업을 확대시켜 나가고 있다. 2020년 한국노인력개발원 노인일자리아업 통계동향 보고서에 따르면 2015년에 비해 2019년 기준 노인일자리아업 예산이 3배 정도 증가한 것으로 나타나 향후 지속적으로 사업이 증가할 것으로 예측된다[1].

노인일자리아업은 지역사회에 있는 다양한 사회복지기관에 의해서 수행되고 있지만 그 중에서도 시니어클럽이 중추적인 역할을 담당하고 있다. 시니어클럽은 노인일자리아업 전담기관으로 노인에게 적합한 일자리를 개발하여 그들이 가지고 있는 사회경험과 지식 등을 활용하고 참여할 수 있는 일자리아 제공을 목적으로 하고 있다[2]. 이를 위해 노인들을 위한 일자리아 창출, 교육, 상담, 훈련 등 노인일자리아 전담기관으로서의 다양한 기능과 역할을 수행하고 있다[3].

특히, 시니어클럽은 공공형(공익활동), 사회서비스형, 시장형 노인일자리아업을 통해 노인들에게 일자리아를 제공하고 있다. 공공형(공익활동) 노인일자리아업은 노인의 자기만족과 성취감 향상과 지역사회 공익증진을 위해 참여하는 형태의 일자리아이다. 사회서비스형 노인일자리아업은 노인의 경력 및 활동역량을 이용하여 사회적으로 도움이 필요한 영역(안전, 지역사회돌봄 등)에 서비스를 제공하는 일자리아이다. 시장형 노인일자리아업은 노인들에게 적합한 업종 중에서 전문 직종 사업단 또는 소규모 매장 등을 공동으로 운영하여 일자리아를 창출하는 사업이다[3].

하지만, 시니어클럽에서 제공하고 있는 노인일자리아업 유형에서 공공형과 사회서비스형의 경우는 공익증진과 사회적으로 필요한 단순 일자리아를 제공하기 때문에 노인에게 제공되는 근무시간과 활동비(임금)는 낮을 수밖에 없다. 또한 사업지속성이 1년간(12개월) 지속적으로 진행되고 있지 않아 노인일자리아 사각지대가 발생할 개연성이 존재한다. 이에 반해 시장형 노인일자리아업의 경우는 사업참여 기간이 연중 진행되며, 사업단 수익을 통한 임금의 형태로 지급되고 있다. 이는 사업단 수익이 많이 발생할 경우 더 많은 임금의 형태로 받아갈 수 있는 구조로 되어 있다는 것을 의미한다<sup>1)</sup>.

이와 같은 시장형 노인일자리아업의 특성은 공공형 및 사회서비스형 노인일자리아업에서 받고 있는 활동비의 개념이 아닌 임금의 형태임으로 시장형 노인일자리아업 참여 노인에게는 큰 동기부여가 될 수 있다. 나아가 활기차고 건강한 노후생활에서 필요한 경제적 소득 역시 취할 수 있기 때문에 노인일자리아업의 활성화를 위해서는 시장형 노인일자리아업의 경제적인 측면에 주목해야 한다.

한편, 노인일자리아업 및 시니어클럽 관련 선행연구를 살펴보면 노인일자리아업 참여자 만족도 연구[4,5], 노인일자리아업 만족도 연구[6,7], 노인일자리아업 전달체계 개선 연구[8,9], 노인일자리아업 참여와 사회적 관계 연구[10,11] 등에 대한 연구가 주로 진행되고 있었다. 또한 크라우드펀딩[12-14]과 경영성과[15]에 대한 연구도 진행되고 있지만, 노인일자리아업과 직접적인 연구가 진행되고 있지 않음을 파악하였다. 즉, 기존 선행연구에서는 시니어클럽에서 제공되고 있는 시장형 노인일자리아업에 대한 경제적 소득 측면을 심도있게 다루지 못하는 한계점이 파악되었다.

이상을 종합하면 시니어클럽의 시장형 노인일자리아업은 복지적인 관점에서 단순히 일자리아를 제공하는 측면을 벗어나 수익을 창출하여 노인들이 더욱 많은 임금을 가지고 갈 수 있는 시스템을 구축하기 위해 경영적인 관점에서 접근이 필요하다고 설명될 수 있다.

이에 본 연구에서는 시니어클럽 시장형 노인일자리아업에 대한 경영적인 관점에서 경영성과와 고객관계관리(CRM: Customer Relationship Management)에 주목하였다. 경영성과는 경영활동의 결과로서 매출, 이윤, 품질, 고객만족도, 시장점유율 등으로 표현될 수 있기 때문에[16] 시장형 노인일자리아업의 경제적 소득 창출을 위해서는 중요한 의미를 가진다. 고객관계관리(CRM)는 고객과 긍정적인 관계를 유지시키는데 필수적인 요소로 차별화된 가치 제공, 그리고 기업의 수익성 향상을 위한 고객관리 활동이다[15]. 특히, 고객관계관리(CRM)은 고객관리를 하는데 필요한 요소들을 고객중심으로 통합하여 고객과 상호작용 하는 데 있어 개선의 기능을 수행함으로써 고객과 장기적인 관계를 구축하는데 도움이 되며, 나아가 경영성과 개선에도 긍정적인 영향을 미친다[17]. 실질적으로 고객관계관리(CRM)와 경영성과 간 영향 관계 선행연구를 통해서도 긍정적인 영향을 미치는 것이 입증되었음을 파악할 수 있었다[15,17].

따라서 본 연구에서는 시니어클럽 시장형 노인일자리아

1) 공공형의 경우 참여기간은 평균 11개월, 연 평균 3,150천원의 활동비를 지급받고 있으며, 사회서비스형의 경우는 참여기간 10개월, 연 평균 7,930천원의 활동비를 지급받고 있음. 시장형의 경우 참여기간은 연중이며 연 평균 활동비 개념이 아닌 연간 2,670천원을 사업단 사업비로 보조를 받아 수익금을 창

출하고 있음(보건복지부, 2021).

사업의 고객관계관리(CRM)가 경영성과에 어떤 영향을 미치는지에 대해 실증 분석하고자 하였다. 이를 통해 시니어클럽 시장형 노인일자리사업의 경제적 소득 창출을 위한 기초자료 제공이 본 연구의 목적이다. 본 연구를 위해 다음과 같이 두 가지의 연구문제를 설정하였다.

첫째, 인구사회학적 특성에 따른 경영성과는 차이가 있는가?

둘째, 시니어클럽 시장형 노인일자리사업의 고객관계관리(CRM)가 경영성과에 영향을 미치는가?

## 2. 연구방법

### 2.1 자료수집방법

연구자는 본 연구를 위해 부산지역 시니어클럽 시장형 노인일자리사업 생산품을 구매한 적이 있는 20세 이상 성인 남녀 200명을 대상으로 편의표집을 통해 자료를 수집하였다. 이를 위해 연구자는 부산지역 시니어클럽 및 사회복지기관 등을 방문하여 연구의 취지와 목적에 대해 설명하였고, 이에 동의한 기관으로부터 편의표집을 통해 자료를 수집하였다. 자료수집은 2021년 7월 19일부터 8월 6일까지 진행하였다. 자기기입식 설문조사를 통해 자료수집을 하였다.

배포된 200부 중 최종적으로 189부(94.5%)가 수거되었고, 응답이 부적합한 설문지 6부를 제외하고 최종적으로 183부(91.5%)를 사용하였다

### 2.2 측정도구

#### 2.2.1 고객관계관리

본 연구에서는 고객관계관리(CRM)를 측정하기 위해 기존 선행연구[15,18]를 활용하여 본 연구에 맞게 수정·보완하여 활용하였다. 고객관계관리(CRM)는 관계편익(6문항)과 접촉서비스(6문항), 그리고 커뮤니케이션(6문항) 등 3개의 변인으로 총 18문항으로 구성되어 있다. 자기기입식 설문지를 활용하여 5점 리커트 척도로 구성하였다. 관계편익은 신뢰도가 Cronbach's  $\alpha=.939$ 로 나타났고, 접촉서비스는 신뢰도가 Cronbach's  $\alpha=.954$ 로 나타났고, 커뮤니케이션은 신뢰도가 Cronbach's  $\alpha=.943$ 로 나타났다.

#### 2.2.2 경영성과

본 연구에서는 경영성과를 측정하기 위해 기존의 선행

연구[19]를 활용하여 본 연구에 맞게 수정·보완하여 활용하였다. 경영성과는 재무적 관점(3문항), 고객관점(6문항), 내부프로세스(3문항), 학습과 성장(3문항) 등 4개 하위요인 총 15문항으로 구성되어 있다. 자기기입식 설문지를 활용하여 5점 리커트 척도로 구성하였다. 경영성과의 신뢰도는 Cronbach's  $\alpha=.979$ 로 나타났다.

### 2.3 자료분석방법

자료 분석을 위해 SPSS 18.0을 활용하였다. 우선, 인구사회학적 특성은 빈도분석을 하였다. 주요변수의 평균은 기술통계를 하였다. 인구사회학적 특성에 따른 경영성과 차이는 t-test와 분산분석을 하였다. 주요변수의 상관관계는 상관분석을 하였다. 고객관계관리(CRM)와 경영성과 영향 관계는 회귀분석을 하였다

## 3. 연구 결과

### 3.1 인구사회학적 특성

성별에서는 남자 73명(39.9%), 여자 110명(61.1%)으로 나타났다. 연령에서는 20대 46명(25.1%)으로 가장 높았고 그 다음으로 40대 38명(20.7%), 30대 및 60대 이상 36명(19.7%) 등의 순으로 나타났다. 학력에서는 대졸이 67명(36.6%)으로 가장 높았고, 그 다음으로는 고졸이 61명(33.3%), 전문대졸 28명(15.3%), 대학원졸 27명(14.8%) 순으로 나타났다. 직업에서는 사무직이 56명(30.6%)으로 가장 높았고, 그 다음으로는 기타 32명(14.8%), 전업주부 24명(13.1%), 자영업/서비스업 22명(12.0%), 전문직(의사/변호사/교수 등) 20명(10.9%) 등의 순으로 나타났다. 월평균 소득에서는 120-200만원이 45명(24.6%)으로 가장 높았고, 그 다음으로는 200-300만원 44명(24.0%), 30만원 미만 31명(16.9%) 등의 순으로 나타났다. 월평균 개인 소비 지출액은 100만원 이상이 68명(37.2%)으로 가장 높았고, 그 다음으로는 70-100만원이 42명(23.0%), 50-70만원 33명(18.0%)으로 나타났다.

### 3.2 주요변수의 기술통계

관계편익은 최소 2.17, 최대 5.00, 평균 3.83으로 나타났다. 접촉서비스는 최소 2.00, 최대 5.00, 평균 4.00으로 나타났다. 커뮤니케이션은 최소 2.00, 최대 5.00, 평균 3.72로 나타났다. 경영성과는 최소 2.00, 최대

<Table 1> Demographic and Sociological Characteristics

Division	Categorize	person (%)	Division	Categorize	person (%)
Sex	male	73(39.9)	Age	20	46(25.1)
	female	110(61.1)		30	36(19.7)
Job	office job	56(30.6)		40	38(20.7)
	official documentaries	12(8.2)		50	27(14.8)
	professional job	20(10.9)		over 60	36(19.7)
	production/technical	17(10.4)	Education	high school graduate	61(33.3)
	self employed/service	22(12.0)		junior Colleges graduate	28(15.3)
	full time housewife	24(13.1)		university graduate	67(36.6)
other etc.	32(14.8)	graduate school		27(14.8)	
Personal Consumption Expenditure	less than 20	9(4.9)	Average Income	less than 30	31(16.9)
	20-50	31(16.9)		30-60	17(9.3)
	50-70	33(18.0)		60-120	17(9.30)
	70-100	42(23.0)		120-200	45(24.6)
	over 100	68(37.2)		200-300	44(24.0)
		300-400		16(8.7)	
		over 400		13(7.2)	

<Table 2> Descriptive Statistics of Main Variables

Division	minimum value	ceiling value	mean	standard deviation
relational benefit	2.17	5.00	3.83	.711
contact service	2.00	5.00	4.00	.720
communication	2.00	5.00	3.72	.785
management performance	2.00	5.00	3.76	.816

5.00, 평균 3.76으로 나타났다. 평균값을 기준으로 하였을 때 접촉서비스가 가장 높게 나타났고, 그 다음으로는 관계편익, 커뮤니케이션, 경영성과 순으로 나타났다.

### 3.3 인구사회학적 특성에 따른 경영성과 차이 검증

인구사회학적 특성 중 연령( $p < .001$ ), 학력( $p < .001$ ), 월 평균 소득( $p < .01$ )에서 경영성과 차이가 있는 것으로 나타났다. 구체적으로 살펴보면 연령에서는 60대 이상이 30대, 40대, 50대 보다 경영성과를 높게 인식하는 것으로 나타났다. 학력에서는 고졸이 대졸보다 경영성과를 높게 인식하고 있는 것으로 나타났다. 월 평균 소득에서는 집단 간에 차이는 없는 것으로 나타났다. 한편, 성별, 직업, 월 평균 개인 소비 지출액은 통계적으로 유의미한 차이가 없는 것으로 나타났다.

### 3.4 주요변수의 상관관계

관계편익은 접촉서비스( $r = .646, p < .001$ )와 커뮤니케이션( $r = .627, p < .001$ ), 경영성과( $r = .637, p < .001$ )와 정(+)의 관계가 있는 것으로 나타났다. 접촉서비스는 커뮤니케이션( $r = .625, p < .001$ )과 경영성과( $r = .664, p < .001$ )에 정(+)

의 관계가 있는 것으로 나타났다. 커뮤니케이션은 경영성과( $r = .686, p < .001$ )와 정(+)의 관계가 있는 것으로 나타났다. 그리고 상관관계 값이 .8 이하로 파악되어 주요변수 간 다중공선성에 문제는 없는 것으로 나타났다.

### 3.5 고객관계관리가 경영성과에 미치는 영향

시니어클럽 시장형 노인일자리사업 고객관계관리(CRM)가 경영성과에 미치는 영향을 파악하기 위해 관계편익과 접촉서비스, 커뮤니케이션 등 영향 요인을 중심을 한 주효과 모형과 통제변수를 포함한 통제모형을 구분하여 분석하였다. 주요내용은 다음과 같다.

우선, 주효과 모형에서는  $R^2$ 은 .605로 나타나 60.5%의 설명력이 있었고, F값은 55.173으로  $p < .001$ 의 수준에서 유의한 것으로 나타났다. 그 결과 접촉서비스( $\beta = .376, p < .01$ )와 커뮤니케이션( $\beta = .363, p < .01$ )은 경영성과에 정(+)적인 영향을 미치는 것으로 나타났다.

통제모형에서  $R^2$ 은 .624로 나타나 62.4%의 설명력이 있었고, F값은 18.807로  $p < .001$ 의 수준에서 유의한 것으로 나타났다. 그 결과 접촉서비스( $\beta = .353, p < .01$ )와 커뮤니케이션( $\beta = .288, p < .01$ )은 경영성과에 정(+)적인 영향을 미치는 것으로 나타났다.

<Table 3> The Differences in Management Performance according to the Population Sociological Characteristics

Division	content	mean	standard deviation	F/t	Scheffe's
Sex	male	3.77	.868	.090	
	female	3.76	.795		
Age	20a	3.96	.693	6.994***	e)b,c,d
	30b	3.22	.859		
	40c	3.50	.697		
	50d	3.66	.981		
	over 60e	4.21	.632		
Education	high school graduatea	4.18	.666	9.073***	a)c
	junior Colleges graduateb	3.97	.775		
	university graduatec	3.40	.749		
	graduate schoold	3.52	.997		
Job	office joba	3.33	.822	1.667	
	official documentariesb	4.00	.731		
	professional jobc	3.75	.739		
	production/technologyd	4.66	.471		
	self employed/servicee	4.38	.448		
	full time housewifef other etc.	3.92 3.94	.894 .600		
Average Income	less than 30a	4.23	.559	3.202**	
	30-60b	4.28	.705		
	60-120c	3.95	.755		
	120-200d	3.60	.679		
	200-300e	3.52	.957		
	300-400f	3.88	.779		
	over 400g	3.00	1.000		
Personal Consumption Expenditure	less than 20a	4.03	.696	.494	
	20-50b	3.80	.897		
	50-70c	3.81	.783		
	70-100d	3.77	.751		
	over 100e	3.63	.869		

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

<Table 4> Correlation of Main Variables

Division	relational benefit	contact service	communication	management performance
relational benefit	1			
contact service	.646***	1		
communication	.627***	.625***	1	
management performance	.637***	.664***	.686***	1

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

<Table 5> The Effect of Customer Relationship Management on Management Performance

Division		main effect model		control model	
		B	$\beta$	B	$\beta$
independent variable	relational benefit	1.254	.081	1.755	.113
	contact service	5.744	.376**	5.394	.353**
	communication	5.101	.363**	4.050	.288**
control variable	Sex (male)			-1.448	-.062
	Age (less than 40)			.559	.023
	Education (less than junior Colleges)			-2.983	-.136
	Job			.043	.014
	Average Income(less than 200)			.371	.016
	Personal Consumption Expenditure (less than 100)			.256	.011
R2		.605		.624	
Adjust R2		.594		.591	
F		55.173***		18.807***	

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

#### 4. 결론

본 연구에서는 시니어클럽 시장형 노인일자리사업의 고객관계관리(CRM)가 경영성과에 어떤 영향을 미치는지에 대해 실증 분석하고자 하였다. 이를 통해 시니어클럽 시장형 노인일자리사업의 경제적 소득 창출을 위한 기초자료 제공이 본 연구의 목적이다. 본 연구의 결과를 바탕으로 논의 및 제언을 다음과 같이 하였다.

첫째, 인구사회학적 특성에 따른 경영성과 차이 검증 결과 연령과 학력, 월 평균 소득에서 차이가 있는 것으로 나타났다. 이러한 결과는 시니어클럽 경영성과를 높이기 위해서는 소비자들이 가지고 있는 개인적 특성에 주목해야 한다는 시사점을 주고 있다. 즉, 제품 구입 시 개인적인 특성이 반영될 수 있다는 것이다. 시니어클럽 시장형 노인일자리사업에서는 인쇄, 현수막, 커피, 음식 등 다양한 종류의 생산품을 기획, 제작, 판매 등을 하고 있다. 하지만 시니어클럽은 사회복지시설로서 종사자들 대부분은 사회복지사들로 경영학에서 주로 다루는 소비자 행동, 소비자 특성 등을 파악하는데 한계가 있다. 이와 같은 문제 해결을 위해서는 소비자의 개인적 특성 등을 반영하여 경영성과를 높이기 위해서 데이터베이스 구축이 필요하다. 데이터베이스(DB)는 여러 사람이 공유하여 사용할 목적으로 체계화해 통합·관리하는 시스템으로 일반 기업에서는 소비자들의 개인적 기호 등을 파악할 목적으로 많이 활용하고 있다. 즉 시니어클럽에서 데이터베이스(DB)를 구축한다면 고객 특성을 반영한 응대가 가능해진다. 또한 고객의 특성을 기록한 데이터베이스(DB)를 중심으로 빅데이터 확보하여 데이터마이닝과 인공지능 분석 기법 등을 적용하여, 고객들을 관리하면 시장형 사업단 운영에 매우 유용한 정보를 도출할 수 있을 것이다. 그리고 시니어클럽 실무자 및 노인 참여자가 퇴사 등으로 인해 고객 정보가 유실되는 상황도 방지할 수 있다. 나아가 물리적 장소에 구애를 받지 않고 활용할 수 있는 장점으로 언제 어디서든 쉽고 편리하게 활용할 수 있다. 따라서 고객 특성 데이터베이스(DB) 구축과 함께 빅데이터, 인공지능 분석을 활용한다면 경영성과에 도움이 될 것으로 사료된다.

둘째, 시니어클럽 시장형 노인일자리사업의 접촉서비스가 경영성과에 정적인 영향을 미치는 것으로 나타났다. 이는 시장형 노인일자리사업 참여자(노인들)가 제품 판매 시에 고객에게 제공하는 인상, 복장, 말투 등의 서비스가 높으면 높을수록 경영성과가 높아진다는 것으로 의미한다. 접촉서비스는 한 가지의 요소로 이루어지는

것이 아니며 복합적으로 이루어지기 때문에 체계적으로 관리할 필요성이 있다. 이를 위해서 사물인터넷을 활용하여 노인일자리사업 참여자의 감정상태, 태도 등을 모니터링하여 고객과의 만남에서 최선의 접점을 제시하고 개선방안 등을 도모한다면 접촉서비스의 질을 증진시킬 수 있을 것이다. 그리고 유튜브, ZOOM 등을 활용한 교육·훈련 프로그램을 마련하여 접촉서비스 질 향상을 적극 모색할 필요가 있다. 특히 현재 코로나 19로 인해 대면으로 고객접촉과 관련된 체계적 교육 진행이 어려운 상황에서, 언제 어디서나 다양한 콘텐츠 활용이 가능한 비디오 플랫폼인 유튜브와 클라우드 플랫폼인 ZOOM 등을 활용하여 교육·훈련 효과를 거둘 수 있는 방안 마련은 시대적 과업이라고 할 수 있다.

셋째, 시니어클럽 시장형 노인일자리사업의 커뮤니케이션이 경영성과에 정적인 영향을 미치는 것으로 나타났다. 이는 시장형 노인일자리사업에 참여하고 있는 노인들이 고객에게 제품 판매 시 언어적 의사소통기술이 높으면 높을수록 경영성과가 높아진다는 것을 의미한다. 언어적 의사소통기술은 일반적인 대화 기술뿐 아니라 시장형 노인일자리사업에서 판매하고 있는 생산품에 대한 지식습득과 고객 안부 등 다양한 요소로 이루어져 있기 때문에 중요하다. 따라서 시장형 노인일자리사업 참여자의 목소리 톤, 얼굴표정, 몸자세와 같은 비언어적 의사소통과 언어적 의사소통에 대한 체계적인 관리가 필요하다. 이를 이해 정기적으로 고객 대상으로 한 모니터링이 필요하다. 고객은 불친절하고 자신의 말에 귀 기울이지 않으면 부정적인 감정으로 인해 잠재 고객에서 이탈할 개연성이 높아진다. 하지만 모니터링은 고객 불만족과 같은 인지부조화를 줄이는데 활용할 수 있는 중요한 정보를 제공해준다. 즉, 모니터링을 통해 수집된 정보는 체계적으로 언어적·비언어적 의사소통에 대한 관리를 가능하게 해주기 때문에 중요하다고 설명될 수 있다. 그리고 사람의 얼굴을 인식할 수 있는 사물인공지능(AIoT: Artificial intelligence of things) 기술을 활용한다면, 노인일자리 참여자와 고객의 비언어적 의사소통 관련정보를 기반으로 맞춤형 교육·훈련과 맞춤형 고객관리도 가능해질 것이다.

한걸음 더 나아가 현재 본격적으로 논의 및 도입되고 있는 현실과 가상의 경계를 넘어 새로운 미래 공간이 된 메타버스(Metaverse)를 활용한 고객관계관리의 적극적인 모색도 필요할 것이다[20]. 왜냐하면 ‘사회적 거리두기’와 비대면 서비스가 일상화 되고 있는 위드 코로나 시대에 메타버스는 온라인에서 사람들이 모이고, 활동할

수 있는 좋은 플랫폼을 제공해주기 때문이다[21].

본 연구는 시니어클럽 시장형 노인일자리사업의 경영 성과를 높이기 위한 기초자료 제공을 한 점에서 의미가 있다. 특히 기존 선행연구[15,17]에서는 고객관계관리(CRM)를 단일적으로 구성하여 경영성과와 관계를 파악하였지만, 본 연구는 고객관계관리(CRM)를 관계편익, 접촉서비스, 커뮤니케이션 등 3개의 하위요인으로 구성하여 경영성과와의 관계를 파악하였다는 점에서 차별성이 있다.

아울러 본 연구를 바탕으로 시니어클럽에 참여하고 있는 노인들의 경제적 소득을 높일 수 있는 시니어클럽 생산품 구매의도 및 마케팅에 관한 연구를 후속연구로 제안한다.

## REFERENCES

- [1] K.H.Youn, and J.Y.Lee, "An exploratory study on the factors influencing the risk management capability of senior employment agencies on the likelihood of risky accidents: Focusing on senior clubs in Busan," SOCIAL SCIENCE RESEARCH, Vol.37, No.3, pp.51-83, 2021.
- [2] Ministry of Health and Welfare, "Guide to the Operation of Job and Social Activities Support Program for the Elderly in 2021," SEJONG: Ministry of Health and Welfare.
- [3] J.Y.Lee, and K.H.Youn., "A Study on the Application of Crowd Funding to Productive Welfare Organizations," The Journal of Humanities and Social science 21, Vol.9, No.6, pp.993-1006, 2018.
- [4] Y.S.Park, J.Y.Song, and Y.S.Park, "The Influence of Participation Level of Senior Employment Project on the Intension of Participation Continuity, and Verification of Mediating effect of Participation Satisfaction: Focused on the Market type of Senior Employment Project by Senior Club," Social Welfare Policy, Vol.42, No.3, pp.191-216, 2015.
- [5] Y.S.UM, C.S.AN, and J.A.SON, "An Empirical Study on the Satisfaction and Effectiveness of the Elderly Work Program Participants Implemented by the Community Senior Club," Korean Comparative Government School, Vol.15, No.3, pp.97-126, 2011.
- [6] J.H.Kim, "A Study on the Satisfaction and Effectiveness of the Senior Employment Project: Focused on the Type of Senior Employment Project," Labor Research, Vol.20, pp.147-194, 2010.
- [7] Y.S.Seo, "A Study on the Participation Satisfaction of the Jobs for the Elderly," Welfare Research for the Elderly, No.24, pp.31-51, 2004.
- [8] Y.M.Shin, G.S.Byun, H.J.Choi, D.W.Han, and H.Y.Kim, "A Study on the Improvement of Job Service Delivery System for Older Adults : Focusing on Interview withParticipants and Service Supplier," Korean Journal of Gerontological Social Welfare, Vol.74, No.2, pp.123-162, 2019.
- [9] Y.M.Shin, G.S.Byun, H.J.Choi, D.W.Han, and H.Y.Kim, "The Present State and Tasks of the Delivery System of Jobs for the Elderly," Korean Society of Gerontological Social Welfare, pp.228-269, 2018.
- [10] S.J.Lee, "Analysis on the social network effects of senior job placement participation," Korean Journal of Gerontological Social Welfare, No.59, pp.331-354, 2013.
- [11] Y.M.JANG, and S.H.IM, "A Study on the Relationship between Participation in Job-Security Project for the Elderly and Social Capital Formation," Korean Society of Gerontological Social Welfare, pp.105-130, 2011.
- [12] K.H.Youn, and J.Y.Lee, "The Effect of Crowd Funding on the Usage attitude of Productive Welfare Institutions: Focusing on the Unified Theory of Acceptance and Use of Technology," [Korea Care Management Research, No.31, pp.179-204, 2019.
- [13] J.Y.Lee, and S.J.LEE, "The Effects of Crowdfunding Type, Corporate Reputation and Compensation Fairness on Crowdfunding Usage Attitude of Productive Welfare Institutions," The Journal of Humanities and Social science 21, Vol.11, No.4, pp.1885-1898, 2020.
- [14] J.Y.Lee, K.I.PARK and K.H.Youn, "Effects of Scarcity Messages, Institutional Trust and Social Values of Productive Welfare Institutions on Crowdfunding Intention to Participate," The Journal of Humanities and Social science 21, Vol.11, No.3, pp.1603-1616, 2020.
- [15] J.Y.Lee, "Effects of Customer Relationship Management of Productive Welfare Institutions on Management Performance," Journal of Convergence for Information Technology, Vol.9, No.10, pp.64-70, 2019.
- [16] E.J.LEE, and H.I.KIM, "A Study on the Effects Quality Management of Management Performance in Family Restaurants: Focused on Non Financial Affairs," Food Industry Management Research, Vol.3, No.2, pp.7-29, 2007.
- [17] J.H.Kim, K.Y.Heo, and Y.J.Shin, "A Study on the Customer Relationship Management(CRM) According to the Organizational Characteristics and Business Performance of the Liner Shipping Companies," Journal of Korean Navigation and Port Research, Vol.42, No.1, pp.1-12, 2018.
- [18] J.Y.Lee, "The Effect of Customer Relationship Management on Client Satisfaction in Social Welfare Center," The Journal of Humanities and Social science 21, Vol.10, No.5, pp.257-266, 2019.

- [19] M.H.MO, "The Effects of Organizational Factors and Managerial Factors of CRM System on Business Performances: Focusing on Casino Employees," Graduate School, Kyonggi University: Ph.D, 2014.
- [20] K.H.Hwang, "The possibility of new changes in the media industry, Metaverse," Media issues and trends, No.45, pp.6-15, 2021.
- [21] J.M.Kim, "Domestic and foreign Metaverse platforms and content business trends," Media issues and trends, No.45, pp.32-42, 2021.

이 진 열(Lee, Jin-Yoel)

[종신회원]



- 2007년 8월 : 동아대학교 사회복지학과(사회복지학석사)
- 2012년 2월 : 동서대학교 부산후쿠오카 초국경경영대학원(경영학석사)
- 2016년 2월 : 부산대학교 사회복지학과(사회복지학박사)

■ 2020년 9월 ~ 현재 : 동서대학교 실버컨설팅학과 조교수

<관심분야>

사회복지경영(마케팅), 서비스 질, 자활사업, 생산적 복지

윤 기 혁(Youn, Ki-Hyok)

[종신회원]



- 2002년 8월 : 부산대학교 행정학과 사회복지학전공(행정학석사)
- 2015년 8월 : 부산대학교 사회복지학과(사회복지학박사)
- 2018년 3월 ~ 현재 : 동명대학교 사회복지학과 조교수

<관심분야>

위험관리, 서비스 질, 학대, 노인복지, 청소년 복지, 판례 연구