

의료기관의 사회적 책임활동(HSR)이 조직건강성과 고객지향성에 미치는 영향

조경원¹, 사공미^{2*}, 김성민¹
¹고신대학교 의료경영학과, ²춘해병원

Influence of Hospital Social Responsibility Activities on Organizational Health and Customer Orientation

Kyoung Won Cho¹, Mi Sagong^{2*}, Seong Min Kim¹

¹Department of Health Care Administration, Kosin University, ²Choonhae Hospital

<Abstract>

Objectives: This study was conducted to analyze the effect of hospital social responsibility(HSR) activities on organizational health and customer orientation. **Methods:** We conducted an online survey with hospital employees and analyzed the questionnaires of 206 selected respondents. A regression analysis was performed to determine the relationship between independent and dependent variables. **Results:** First, 'consumer issues', 'community involvement and development', and 'fair operating practice' factors in HSR influenced 'medical environment suitability' in organizational health. The 'fair operating practice' factor in HSR affected 'management environment suitability' and 'community orientation' in organizational health. The 'labor practices' factor in HSR affected 'practices suitability' and 'vitality' in organizational health. Second, the activities on 'consumer issues' and 'environment' in HSR have influenced 'Reliability', 'Reactivity' and 'Tangibility' in Customer Orientation. The activities on 'consumer issues' have affected 'Empathy'. **Conclusions:** The results of this study provide a positive direction for medical institutions as they conduct HSR activities and provide a basis for establishing effective HSR strategies.

Key Words : HSR(Hospital Social Responsibility), Customer Orientation, Organizational Health

* 이 논문은 2017년 대한민국 교육부와 한국연구재단의 지원을 받아 수행된 연구임 (NRF-2017S1A5A2A01023462)

‡ Corresponding author : Mi Sagong(miya2823@naver.com), Choonhae Hospital

• Received : Mar 25, 2019

• Revised : May 20, 2019

• Accepted : Jun 24, 2019

I. 서론

기업의 사회적 책임(CSR; Corporate Social Responsibility)은 이미 기업 경영의 지속가능성 및 미래의 성장전략으로 인식되어 기업의 경쟁력을 강화를 위해 적극적으로 수용하고 있으며, CSR에 대한 사회의 요구도 커지면서 그 파급효과가 점차 증대되고 있다[1]. 기업의 사회적 책임은 사회, 정치 및 환경 변화와 함께 기업의 핵심요소로 자리매김하고 있으며, 기업의 도덕적이며 책임 있는 경영을 위해서도 요구되고 있다[2].

의료산업은 국민의 건강증진에 필수적인 산업분야이며 국민 복지를 위한 사회적 책임활동에서 중요한 역할을 맡고 있다. 그러나 일부 대형병원을 제외하고는 일반적으로 의료계의 CSR에 대한 인식기반이 미약하고 계획적으로 운영하려는 노력이 부족한 상황이다[3]. 최근 의료기관은 공공의료 기능 강화로 질병 예방, 관리, 교육사업 등 비영리 의료서비스를 확대하는 공적 의료서비스와 함께 사회적 책임활동으로 브랜드 인지도를 높이는데 주력하고 있지만[4] 의료기관에서의 CSR에 대한 연구는 다양하지 못하며 기업의 CSR 측정도구를 그대로 또는 일부분만 사용하는 등 비영리기관의 특성을 실질적으로 반영하지 못하는 실정이다[5].

의료기관은 국민의 건강 및 생명과 직결되어 있고, 다양한 사회적 책임활동을 수행하는 만큼 각 이해관계자들의 신뢰와 존중이 무엇보다 중요하다[6]. 국제표준인 ISO 26000을 기반으로 현재 의료환경의 변화와 의료기관의 특성을 고려하여 이해관계자들의 활동을 객관적으로 측정할 수 있는 새로운 차원의 사회적 책임활동 측정도구를 이용한 연구가 이루어져야 한다[1].

사회적 책임경영에 대한 인식이 확대되면서 기업은 긍정적 이미지를 인지시키고 유·무형적 가치 창출과 다양한 사회적 요구에 적극적으로 응답하기 위해 사회공헌활동 등의 다양한 고객지향적인

활동을 전개하고 있다. 고객지향성은 기업이 실천하고자 하는 마케팅 콘셉트의 핵심요소로서 서비스제공자가 서비스제공을 위한 모든 행위를 고객의 욕구와 요구에 따라 행하는 것을 말한다. 즉, 고객지향성이란 기업이 기업활동을 수행할 때 고객의 중요성을 인식하여 고객의 만족을 강조하고 기업의 전략과 정책결정의 핵심을 고객에 두는 조직 가치를 말한다[7].

Kim[8]은 호텔종사원이 얼마나 고객지향적이고, 호텔기업이 얼마나 서비스지향적인 조직문화와 시스템을 갖추고 있느냐 하는 것은 종사원들의 직무 만족과 고객지향성, 그리고 호텔의 기업성공에 크게 영향을 미치게 된다고 했다.

의료기관의 경우, 다른 서비스와는 달리 환자와 서비스 제공 직원 관계에서 직접적인 인적 서비스의 영향력이 매우 큰 산업이다. 따라서 효율적인 경영과 전략이 성공하기 위해서는 역량 기반으로 한 조직구성원들의 인적자원관리에 대해 관심을 가질 필요가 있다. 병원역량이 경영성과에 미치는 영향에 관한 연구를 살펴보면 병원역량과 경영성과 간의 관계에서 중요한 것은 조직구조를 서비스문화에 바탕을 두고 서비스 지향적이고 고객 지향적인 조직으로 전환하는데 있다고 했다[9]. 이제 의료기관에서도 의료소비자들에 대한 신뢰와 만족을 높일 수 있는 사회적 책임활동 방안 마련을 위해 사회적 책임활동과 관계가 있는 고객지향성에 대한 연구가 필요하다.

급변하는 환경 속에서 경영자는 외부환경의 변화를 유리하게 받아들이고자 환경에 적합한 전략을 성공시키려면 전략에 적합한 내부적인 조직구조의 변화가 뒤따라야 한다. 의료시장의 환경변화와 의료소비자들의 가치관 변화로 의료기관의 경쟁은 심화되고 있으며 경쟁적 우위를 차지하기 위한 다양한 마케팅 전략의 필요성이 요구되고 있다. 의료기관의 사회적 책임활동은 의료기관과 조직구성원, 지역사회의 사회적 목표, 의료소비자, 유관기

관 등 이해관계자들이 서로 긴밀하게 연결되어 있다. 현재 의료기관을 대상으로 진행한 조직연구의 최종적인 성과는 대부분 조직의 직무만족과 조직몰입이라는 조직유효성에 제한되어 외·내부의 환경을 반영하지 못하는 한계가 있다[10].

현재 의료기관의 사회적 책임활동(HSR; Hospital Social Responsibility)은 조직의 인적자원을 기반으로 실행되며 지속가능한 실적을 위해 많은 예산과 시간, 노동력 등을 투자하면서 점진적으로 확대하고 있는 상황이다. 하지만 정작 조직구성원들이 사회적 책임활동에 대한 이해나 공감에 부족하거나 사회적 책임활동을 직무 스트레스로 받아들여지게 되면 부정적 영향을 초래할 수 있다. 기존의 연구에서는 의료기관의 사회적 책임활동에 대한 방향성을 모색하거나 효과성, 효율성 증대 등을 평가하고 전략을 수립할 수 있는 연구가 미비했다는 점에 주목해야한다. 따라서 사회적 책임활동을 수행하는 의료기관의 조직관리 전략과 고객 지향적 활동 수립을 위한 연구가 필요하다. Cho et al.[6]는 HSR활동의 원동력이 되는 인적자원 구성요소인 내부조직의 특성에 따른 차이가 있는지 추가 분석하는 것이 필요하다고 하였다.

따라서 본 연구에서는 의료기관의 경쟁력 제고를 위한 효과적인 의료기관의 사회적 책임(HSR) 활동과 이를 수행하는 조직의 건강성과 구성원들의 고객지향성에 영향을 미치는 특성을 분석하고자 한다. 이를 통해 HSR의 활동 중 어떤 부분에 역량을 집중하며, 사회적 책임활동에 대한 각 의료기관의 환경에 맞는 선택과 집중 전략을 실행하는데 HSR의 효율성을 높이고 지속가능한 발전 전략 수립으로 성과를 증대할 수 있는 방안을 모색하고자 한다.

본 연구의 구체적인 목적은 다음과 같다. 첫째, 의료기관의 사회적 책임활동을 수행하는 연구대상자의 일반적 특성을 파악한다. 둘째, 의료기관의 사회적 책임활동이 조직건강성에 미치는 영향을

분석한다. 셋째, 조직건강성이 고객지향성에 미치는 영향을 분석한다. 넷째, 의료기관의 사회적 책임활동이 고객지향성에 미치는 영향을 분석한다. 마지막으로 의료기관의 사회적 책임활동과 고객지향성의 관계에서 조직건강성의 매개효과를 분석한다.

II. 연구방법

1. 연구대상 및 자료수집

본 연구를 위해 사회적 책임활동을 수행하는 전국의 병원급 이상의 의료기관을 대상으로 해당업무에 대해 이해도가 있는 의료기관의 종사자들로 선정하였다. 전국 17개 시·도 중 세종시를 제외한 16개 시도의 135개 병원을 대상으로 연구 참여를 수락한 연구 대상자에게 전자우편으로 온라인 설문지를 발송하여 설문에 동의하는 설문응답자가 직접 응답하는 자기기입법으로 이루어졌으며 시간은 약 10분 정도 소요되었다. 자료수집은 2018년 10월 12일부터 2018년 10월 26일까지 이루어졌으며 총 217명이 조사에 참여하였다. 그 중 불성실한 11명의 설문지를 제외하고 206명의 자료를 분석대상으로 선정하였다. 본 연구는 연구 참여자가 속한 대학의 기관생명윤리위원회 심사를 거쳐 진행하였다(IRB번호: 1040549 - 180906-SB-0078-01).

2. 연구도구

의료기관의 사회적 책임활동(HSR)을 측정하기 위한 척도로서 Cho et al.[6]가 ISO 26000의 개념을 기반으로 개발한 도구를 사용하였다. 개발된 의료기관 사회적 책임활동 측정도구는 5개 요인으로 총 36문항으로 구성되어 있다. 의료기관의 사회적 책임활동의 Cronbach's α 계수는 소비자이슈 .976, 노동관행 .928, 지역사회 참여와 발전 .927, 공정한

영관행 .943, 환경 .895이다. 조직건강성 측정도구는 Lee et al.[10]의 도구를 사용하였으며, 총 31문항으로 측정변수는 5점 척도(전혀 그렇지 않다: 1점 ~ 매우 그렇다: 5점)로 측정하였다. 항목들 간의 내적일관성을 검증하기 위하여 Cronbach's α 계수를 측정한 신뢰도 분석결과 조직건강성의 Cronbach's α계수는 의료환경적합성 .877, 경영환경적합성 .847, 업무방식적합성 .947, 활기 .948, 공동체지향 .912이다. 고객지향성 측정도구는 총 12문항으로, Lee et al.[10]의 도구를 사용하였으며 각 측정변수는 5점 척도(전혀 그렇지 않다: 1점 ~ 매우 그렇다: 5점)로 측정하였다. 각 요인의 항목들 간의 내적일관성을 검증하기 위하여 Cronbach's α 계수를 측정한 신뢰도 분석결과 고객지향성의 Cronbach's α계수는 신뢰성 .873, 반응성 .839, 공감성 .863, 유형성 .786으로 모두 수용할 만한 수준의 신뢰도로 연구에 적합하다고 할 수 있다.

3. 연구변수의 조작적 정의

1) 의료기관의 사회적 책임활동(HSR)

보건 분야에서 기업의 사회적 책임이란 병원이 모든 사람에게 양질의 의료 서비스를 제공해야 한다는 윤리적 의무가 있으며 법이나 원칙 준수는 물론 모든 이해관계자의 가치까지 고려된다[11]. ISO 26000에 따르면 사회적 책임은 기업 활동으로 인해 발생하는 사회와 환경에 대한 영향에 대해서 기업이 투명하고 윤리적인 방법으로 책임지는 것을 의미한다[12]. 본 연구에서 HSR은 의료기관의 투명하고 윤리적인 행동에 준하는 의사결정 및 활동으로 경제·사회·환경 등에 미치는 영향에 대한 책임으로 정의한다.

각 하위요인별 측정개념을 살펴보면 '소비자이슈' 요인은 환자에 대한 개인정보처리방침 준수, 진료비밀 보장, 공정하고 정확한 정보 제공, 불만 및 고충처리체계, 의료분쟁 상담 및 조정 지원, 환

자안전 및 감염예방 시스템, 의료폐기물 관리시설 구비 등 12개의 문항으로 구성되었다. '노동관행' 요인은 직원의 직무능력개발 지원, 고충처리제도 운영, 직원복지, 근로기준 준수, 노사관계 개선, 건강증진 지원 등 8개의 문항으로 구성되었다. '지역사회 참여와 발전' 요인은 지역사회 발전을 위한 노력, 정기적 기부 및 후원, 교육 및 문화 프로그램 운영, 유관기관과의 협력, 지역주민 고용 등 7개의 문항으로 구성되었다. '공정운영관행' 요인은 협력업체 선정과 관련된 공정경쟁 관리 기준, 투명한 정치후원 활동, 공정거래 관련 법규 준수 등 5개의 문항으로 되었다. '환경' 요인은 물 절약 실천, 에너지 절약 실천, 자연재해 대비 계획, 환경보호활동 실천과 같은 4개의 문항으로 구성되었다.

2) 조직건강성

건강한 조직은 능동적으로 환경을 다루며(적응력), 문제를 이해할 수 있고(확인력), 환경(사회)과 조직자체를 정확하게 볼 수 있는 능력(현실감)이 있다고 하였다[13]. 조직건강은 기능을 수행하는 과정에서 관리체제, 사회체제 그리고 개방 체제적 능력이 최적인 상태를 의미하며, 이때 상태가 악화되면 병에 걸린다고 본다[14]. 본 연구에서는 조직건강성을 조직에 영향을 미치는 환경과 조직 내의 시스템에서 구성원들이 느끼는 적합성과 안녕감의 상태라고 정의한다[10].

각 하위요인별 측정개념을 살펴보면 '의료환경적합성' 요인은 의료서비스 제공을 위한 기술과 노하우, 신기술에 대한 투자, 고객선호도 이해, 타병원보다 활발한 의료 활동의 4개 문항으로 구성되었다. '경영환경적합성' 요인은 경쟁력이 약한 사업에 대한 병원의 빠른 대처, 병원의 사업기회를 실현시키기 위해 갖추고 있는 기업가정신과 같은 2개 문항으로 구성되었다. '업무환경적합성' 요인은 적절한 업무규정, 구성원들에 대한 능력개발의 적절성, 구성원들의 적절한 의사결정, 일하는데 적합

한 조직구조 등 9개의 문항으로 구성되었다. ‘활기’ 요인은 구성원들이 느끼는 업무에 대한 행복감, 생동감 있는 구성원, 병원의 일에 대한 자발적인 참여 등 8개의 문항으로 구성되었다. ‘공동체지향’ 요인은 구성원들이 서로 잘되길 바라는 마음, 구성원들 간의 아끼는 마음, 구성원들 각자 의미 있는 업무를 한다고 느끼는 정도 등 4개의 문항으로 구성되었다.

3) 고객지향성

고객지향성은 서비스제공자가 고객을 이해하고 그들의 욕구를 충족시키기 위한 노력과 활동으로 [7] 고객의 요구에 부응하는 서비스 제공을 위하여 고객의 입장에서 이익을 증진하고 서비스의 질을 향상시키기 위해 최선을 다하는 것을 의미한다. 기업이나 조직은 고객의 입장에서 생각하고 고객의 욕구나 가치를 효과적으로 충족시킬 수 있도록 구성원들을 교육하고 관리하여야 한다[15].

각 하위요인별 측정개념을 살펴보면 ‘신뢰성’ 요인은 환자의 진료절차 및 치료과정에 대한 상세한 설명, 환자 및 보호자들의 궁금한 사항에 대한 정직한 대답 등의 4개 문항으로 구성되었다. ‘반응성’ 요인은 환자가 필요사항을 원하기 전에 먼저 해결하기 위한 노력, 환자서비스를 위한 최선의 노력, 불만에 대한 신속한 처리와 같은 3개 문항으로 구성되었다. ‘공감성’ 요인은 환자입장에서 필요한 서비스 제공 노력, 환자의 이해를 통한 문제 해결, 개인적 관계에 대한 높은 중요성과 같은 3개 문항으로 구성되었다. ‘유형성’ 요인은 환자를 맞이하는 정중한 태도, 환자에 대한 따뜻하고 편안한 응대 태도의 2개 문항으로 구성되어 있다.

4. 분석방법

수집된 자료는 SPSS 21.0 통계프로그램을 이용하여 분석하였다. 첫째, 연구대상자의 일반적 특성

을 알아보기 위해 빈도분석을 실시하였다. 둘째, 의료기관의 사회적 책임활동이 조직건강성에 미치는 영향을 알아보기 위해 회귀분석을 실시하였다. 셋째, 조직건강성이 고객지향성에 미치는 영향을 알아보기 위해 회귀분석을 실시하였다. 넷째, 의료기관의 사회적 책임활동이 고객지향성에 미치는 영향을 알아보기 위해 회귀분석을 실시하였다. 마지막으로 의료기관의 사회적 책임활동과 고객지향성의 관계에서 조직건강성이 매개역할을 하는지 위계적 다중회귀분석을 실시하였다.

III. 연구결과

1. 연구대상자의 일반적 특성

대상자의 성별은 여성이 51.0%(105명), 남성이 49.0%(101명)를 차지하였다. 연령은 30~39세 46.6%(96명), 20~29세 27.7%(57명), 40세 이상 25.8%(53명)순으로 나타났다. 직위는 일반직 44.7%(92명), 중간관리자 28.1%(58명), 관리자 27.2%(56명)의 순으로 나타났으며 근무경력은 5년 미만 41.7%(86명), 5~10년 미만 26.7%(55명), 10~15년 미만 12.1%(25명), 20년 이상 10.6%(22명), 15~20년 미만 8.7%(18명)순으로 나타났다<Table 1>.

2. 의료기관 사회적 책임활동이 조직건강성에 미치는 영향

먼저 의료기관 사회적 책임활동의 하부요인이 조직건강성에 미치는 영향을 알아보기 위하여 회귀분석을 실시한 결과는 다음과 같다.

의료기관 사회적 책임활동의 소비자이슈, 지역 사회 참여와 발전, 공정운영관행 요인은 의료환경 적합성에 정(+)의 영향을 미쳤다($p < .001$, $p < .05$, $p < .05$). 따라서 의료기관 사회적 책임활동의 소비

<Table 1> General Characteristics of Participants

Variables	Total	Type of Hospital N(%)			
		Hospital	General Hospital	Tertiary Hospital	
Gender	Male	101(49.0)	33(48.5)	44(50.6)	24(47.1)
	Female	105(51.0)	35(51.5)	43(49.4)	27(52.9)
Age (years)	20~29	57(27.7)	17(25.0)	21(24.1)	19(37.3)
	30~39	96(46.6)	42(61.8)	36(41.4)	18(35.3)
	≥40	53(25.8)	9(13.2)	30(34.4)	14(27.5)
Religion	Christianity	58(28.2)	16(23.5)	21(24.1)	21(41.2)
	Catholicism	40(19.4)	10(14.7)	19(21.8)	11(21.6)
	Buddhism	20(9.7)	8(11.8)	9(10.3)	3(5.9)
	Others	88(42.7)	34(50.0)	38(43.7)	16(31.4)
Position	Staff	92(44.7)	26(38.2)	37(42.5)	29(56.9)
	Middle management	58(28.1)	21(30.9)	26(29.9)	11(21.6)
	Administrator	56(27.2)	21(30.9)	24(27.6)	11(21.6)
Career	Less than 5 years	86(41.7)	27(39.8)	36(41.4)	23(45.1)
	5~10 years	55(26.7)	26(38.2)	16(18.4)	13(25.5)
	11~15 years	25(12.1)	10(14.7)	11(12.6)	4(7.8)
	16~20 years	18(8.7)	3(4.4)	10(11.5)	5(9.8)
	More than 20 years	22(10.6)	2(2.9)	11(12.6)	6(11.8)
Hospital ownership type	Medical	76(36.9)	32(47.1)	36(41.4)	8(15.7)
	School	60(29.1)	4(5.9)	23(26.4)	33(64.7)
	Social welfare	5(2.4)	-	-	5(9.8)
	Corporate	3(1.5)	2(2.9)	1(1.1)	-
	Foundation	15(7.3)	4(5.9)	10(11.5)	1(2.0)
	Private	42(20.4)	25(36.8)	16(18.4)	1(2.0)
	etc(religious, special)	5(2.4)	1(1.5)	1(1.1)	3(5.9)
Beds	100~200 beds	55(26.7)	45(66.2)	8(9.2)	2(3.9)
	201~300 beds	50(24.3)	9(13.2)	39(44.8)	2(3.9)
	301~500 beds	25(12.1)	4(5.9)	17(19.5)	4(7.8)
	More than 501 beds	76(36.9)	10(14.7)	23(26.4)	43(84.3)
Total	206(100)	68(100)	87(100)	51(100)	

자이슈, 지역사회와 참여와 발전, 공정운영관행 활동이 높을수록 의료환경적합성이 증가한다고 볼 수 있으며 본 회귀모형은 38.2%의 설명력을 나타냈다. 의료기관 사회적 책임활동의 공정운영관행 요인은 경영환경적합성과 공동체지향에 정(+의 영

향을 미쳤다($p<.05$). 이는 의료기관 사회적 책임활동의 공정운영관행요인이 경영환경적합성에 긍정적인 영향을 미친다고 볼 수 있으며 본 회귀모형은 각각 23.7%, 26.5%의 설명력을 가진다. 의료기관 사회적 책임활동의 노동관행 요인은 업무방식

적합성과 활기에 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다(p<.001, p<.001). 따라서 의료기관 사회적 책임의 노동관행과 관련된 활동은 업무방식적합성에 긍정적인 영향을 미친다고 볼 수 있으며 본 회귀모형은 각각 36.7%, 34.5%의 설명력을 가진다 <Table 2>.

따라서 의료기관이 개인정보보호를 준수하고 공정하고 정확한 정보제공, 환자안전 및 감염예방 시스템, 의료사고 및 의료분쟁에 대한 조정 등에 대한 적극적인 활동은 의료서비스 제공하는 조직의 건강성에 있어 보다 활발한 의료 활동을 한다고 느끼며 고객선호도를 이해하는 조직이라고 인식하는 것을 알 수 있다. 또한 지역사회에 대한 관심을 가지고 정기적 후원과 지역사회 활동을 지원하고 유관기관과 협력하는 사회적 책임활동에 대한 투자는 조직이 의료서비스 제공을 위한 기술과 노하우를 잘 갖추고 있으며 적극적인 투자가 이루어지는 조직 환경이라고 인지하는 것을 의미한다.

의료기관이 의료조직과 관련된 공급과 계약에 있어 공정하고 도덕적인 정책을 수행하는 활동은 내·외부 경영환경의 변화에 대한 빠른 대처 등을 할 수 있는 조직으로 조직의 가치를 공유하고 공동체에 대한 신뢰감을 형성하는 중요한 활동임을

시사한다. 마지막으로 의료기관 종사자들에 대한 바람직한 노사관계, 직원복지 및 근로환경 개선을 위한 다양한 사회적 책임 활동은 조직이 업무를 수행하기 위한 적합한 환경 조성과 긍정적인 조직 에너지를 조성하여 조직의 활기를 높일 수 있음을 보여준다.

3. 조직건강성이 고객지향성에 미치는 영향

조직건강성의 하부요인이 고객지향성에 미치는 영향을 알아보기 위하여 회귀분석을 실시한 결과는 다음과 같다.

조직건강성의 의료환경적합성, 업무방식적합성, 공동체지향 요인은 신뢰성에 정(+)의 영향을 미쳤다(p<.001, p<.05, p<.01). 따라서 조직건강성의 의료환경적합성, 업무방식적합성, 공동체지향이 높을수록 신뢰성이 증가한다고 볼 수 있으며 본 회귀모형은 35.4%의 설명력을 나타냈다. 조직건강성의 의료환경적합성 요인은 반응성과 유형성에 정(+)의 영향을 미쳤으며(p<.05, p<.01) 이는 의료환경적합성이 높을수록 고객지향성의 반응성과 유형성이 증가한다고 볼 수 있으며 본 회귀모형이 설명력은

<Table 2> Influence of HSR on Organizational health

Variable	Organizational Health									
	Medical environment		Management environment		Practices suitability		Vitality		Community	
	β	t	β	t	β	t	β	t	β	t
Consumer issues	.374	5.089***	.102	1.249	.090	1.207	-0.071	-0.938	.113	1.417
Labor practices	.010	-1.22	.040	.448	.359	4.410***	.338	4.070***	.123	1.398
HSR Community involvement & development	.182	2.155*	.119	1.268	.087	1.018	.107	1.234	.023	.254
Fair operating practice	.177	2.057*	.212	2.214*	.097	1.113	.165	1.860	.222	2.369*
Environment	.010	.121	.125	1.319	.089	1.034	.137	1.551	.148	1.592
F	26.298***		13.747***		24.812***		22.561***		15.774***	
R ²	.372		.256		.383		.361		.283	
(Adjust-R ²)	.382		.237		.367		.345		.265	

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

각각 27.6%, 30.1%였다. 조직건강성의 의료환경 적합성, 공동체지향 요인은 공감성에 정(+)의 영향을 미쳤다($p<.001$, $p<.05$). 따라서 조직건강성의 의료환경적합성, 공동체지향이 높을수록 공감성이 증가한다고 볼 수 있으며 본 회귀모형은 34.9%의 설명력을 가지는 것으로 나타났다<Table 3>.

조직구성원이 의료서비스를 수행할 때 의료기관의 적극적인 지원이 이뤄지는 조직 환경은 의료서비스의 신속하고 정확한 제공과 고객의 니즈에 즉각적으로 반응하며 원활한 의사소통을 기반으로 서비스 품질을 향상하기 위한 태도를 가져올 수 있다. 조직시스템에서 상황에 맞는 적합한 의사결정을 할 수 있는 조직일수록 환자의 니즈를 정확하게 충족시켜 신뢰감을 높일 수 있으며, 소속감과 유대감이 높은 조직일수록 환자에 대한 충분한 이해와 배려를 바탕으로 한 서비스를 제공할 수 있음을 시사한다.

4. 의료기관의 사회적 책임활동이 고객지향성에 미치는 영향과 조직건강성의 매개효과

1) 의료기관의 사회적 책임활동과 고객지향성의 관계

Model 1의 결과에서 의료기관의 사회적 책임활동이 고객지향성의 신뢰성 요인에 미치는 영향을 살펴보면 의료기관 사회적 책임활동의 5가지 하부요인 중 소비자이슈와 환경 요인은 신뢰성과 반응성, 유형성에 정(+)의 영향을 미쳤다($p<.001$, $p<.01$, $p<.05$). 따라서 의료기관 사회적 책임의 소비자이슈와 환경에 대한 활동이 높을수록 고객지향성의 신뢰성과 반응성, 유형성에 긍정적인 영향을 미치는 것을 확인하였다. 본 회귀모형은 각각 25.3%, 18.6%, 24.1%의 설명력을 나타냈다. 또한 의료기관 사회적 책임활동의 소비자이슈는 공감성에도 정(+)의 영향을 미쳤다($p<.001$, $p<.05$). 이는 소비자이슈에 대한 활동이 높을수록 고객지향성의 공감성이 증가한다고 볼 수 있으며 본 회귀모형은 24.2%의 설명력을 나타냈다<Table 4>.

의료기관의 환자권리 보호를 위한 사회적 책임활동은 환자의 요구에 정확하고 즉각적인 응대로 환자에 대한 이해와 배려있는 행동으로 서비스 질 향상을 위한 태도를 형성하는 고객지향성의 모든

<Table 3> Influence of Organizational health on Customer orientation

Variable	Customer Orientation							
	Reliability		Reactivity		Empathy		Tangibility	
	β	t	β	t	β	t	β	t
Medical environment	.329	3.635***	.245	2.552*	.368	4.056***	.310	3.291**
Management environment	-.093	-1.084	-.098	-1.077	-.100	-1.154	-.041	-.458
Practices suitability	.276	2.304*	.240	1.892	.174	1.445	.127	1.023
Vitality	-.128	-1.070	.039	.306	-.033	-.275	.059	.470
Community	.263	2.654**	.161	1.530	.240	2.408*	.174	1.689
F	23.437***		16.616***		22.995***		18.694***	
R ²	.369		.293		.365		.319	
(Adjust-R ²)	.354		.276		.349		.301	

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

<Table 4> Influence of HSR on Customer orientation, Mediating Effect of Organizational health

Variable	Customer Orientation															
	Model1								Model2							
	Reliability		Reactivity		Empathy		Tangibility		Reliability		Reactivity		Empathy		Tangibility	
	B	t	B	t	B	t	B	t	B	t	B	t	B	t	B	t
Consumer issues	.440	5.462***	.300	3.560***	.441	5.430***	.312	3.841***	.324	4.146***	.231	2.683**	.335	4.177***	.227	2.712**
Labor practices	-.162	-1.834	-.048	-.524	-.108	-1.206	-.049	-.553	-.290	-3.397*	-.183	-1.949	-.217	-2.486*	-.139	-1.523
Community involvement & development	.002	.022	.086	.889	.071	.759	.128	1.364	-.053	-.634	.039	.425	.013	.158*	.075	.848
Fair operating practice	.010	.110	-.016	-.161	.055	.573	-.024	-.253	-.070	-.818	-.082	-.880	-.034	-.392	-.104	-1.138
Environment	.250	2.663**	.195	1.987*	.089	.939	.217	2.290*	.209	2.497*	.155	1.681	.045	.530	.178	1.987*
Medical environment Management									.209	2.237*	.139	1.362	.226	2.368*	.191	1.919
environment Practices									-.122	-1.464	-.115	-1.256	-.105	-1.224	-.055	-.620
suitability									.324	2.753**	.259	2.000*	.192	1.588	.125	.996
Vitality									-.012	-.099	.099	.763	.074	.610	.095	.750
Community									.179	1.859	.113	1.065	.182	1.843	.134	1.307
F	15.011***		10.379***		14.110***		13.988***		16.031***		9.976***		14.364***		11.605***	
R ²	.273		.206		.261		.259		.451		.338		.424		.373	
(Adjust-R ²)	.253		.186		.242		.241		.423		.305		.395		.341	

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

요소에서 중요한 역할을 하는 것을 보여준다. 의료기관을 운영함에 있어 주변 환경에 미치는 환경적 책임에 대한 지속적인 투자는 결국 의료서비스의 신뢰성을 높이려는 태도에 영향을 미치며, 고객이 원하는 서비스에 적극적으로 반응하고 질 높은 서비스 제공을 위한 직원들의 행동을 가져올 수 있음을 의미한다.

2) 조직건강성의 매개효과

의료기관 사회적 책임활동과 고객지향성 관계에서 조직건강성을 매개변수로 한 Model 2의 검증 결과를 살펴보면 다음과 같다.

의료기관 사회적 책임활동의 소비자이슈, 노동관행, 환경 요인이 조직건강성의 의료환경적합성과

업무환경적합성을 매개로 고객지향성의 신뢰성에 영향을 미치는 것으로 나타났으며(p<.001, p<.05, p<.05) 부분매개함을 알 수 있다. 본 회귀모형의 설명력은 42.3%로 Model 1의 신뢰성 보다 설명력이 17% 증가하였다. 의료기관 사회적 책임활동의 소비자이슈 요인은 업무환경적합성을 매개로 고객지향성의 반응성에 유의한 영향을 미쳤으며(p<.01), 업무환경 적합성은 의료기관 사회적 책임활동의 소비자이슈와 고객지향성의 반응성 관계에서 부분매개 함을 알 수 있다. 본 회귀모형의 설명력은 30.5%로 Model 1의 반응성 보다 설명력이 11.9% 증가하였다. 의료기관 사회적 책임활동의 소비자이슈, 노동관행, 지역사회 참여와 발전 요인은 의료환경적합성을 부분매개로 고객지향성의 공감성에 영향을 미치는 것을 확인하였다(p<.001, p<.05,

p<.05). 본 회귀모형의 설명력은 39.5%로 Model 1의 공감성보다 설명력이 15.3% 증가하였다 <Table 4>.

즉, 조직이 업무를 원활히 수행할 수 있도록 의료기관 차원의 지속적인 투자와 효율적인 업무환경이 조성될 때 고객의 욕구에 보다 적극적으로 응대하고 그들의 니즈를 충족시키기 위한 노력으로 이어질 수 있음을 의미한다.

IV. 고찰

본 연구는 사회적 책임활동을 수행하는 의료기관 종사자들을 대상으로 의료기관의 사회적 책임활동이 조직건강성에 미치는 영향과 고객지향성에 미치는 영향을 분석하고 조직건강성과 고객지향성 간의 관계를 규명하고자 하였다. 이를 통해 지속가능한 HSR 발전 전략 수립에 근거를 마련하고 HSR 활동의 효율성을 증대할 수 있는 방안을 모색하고자 하였다.

첫째, 의료기관 사회적 책임의 소비자 이슈, 지역사회와의 참여와 발전, 공정운영관행에 대한 활동 수행은 조직구성원이 의료서비스를 수행할 때 의료기관의 적극적인 지원이 이뤄지는 환경이라고 인식하는데 긍정적인 영향을 미쳤다. 공정운영관행과 관련된 사회적 책임활동은 타조직과 윤리적인 공급 및 계약을 수행함으로써 구성원들이 조직의 경영방침에 대한 긍정적인 인식을 가지게 하며, 노동관행과 관련된 사회적 책임활동은 업무를 수행하는 업무환경이 적합하다고 인식하는데 긍정적인 영향을 미쳤다. 따라서 의료기관 경영자는 사회적 책임활동 전략을 수립할 때 활동수행의 주체가 되는 조직의 내부 환경을 적절히 반영해 긍정적인 조직문화를 함께 수립하는 것이 필요하다.

Park et al.[16]은 자발적인 기업의 CSR활동이 조직 구성원으로 하여금 조직을 자랑스레 여기고 조직에 대한 충성심을 고조시킬 수 있을 뿐만 아

니라, 더 나아가서 자신의 조직과 직무에 대한 몰입과 만족도를 높일 수 있음을 규명하였다. Kim[17]은 사회적 책임활동은 조직몰입에 유의한 영향을 미쳤으며 자선적 책임, 법적 책임, 경제적 책임 순으로 영향을 미치는 것으로 나타났다. 이러한 결과는 자선적 책임은 법적 책임과 경제적 책임보다 더욱 봉사적 의미가 크기 때문에 종사원들에 영향력을 크게 나타내는 것으로 볼 수 있다.

의료기관의 사회적 책임활동에 관한 IPA 연구[18]에서 조직구성원들의 HSR 활동에 대한 긍정적인 인식은 조직가치 창출을 가져오고 조직성과와 HSR 활동의 적합성 및 책임을 강조하였다. 본 연구는 실증적 분석을 통해 HSR 활동과 조직건강성의 관계를 규명하면서 바람직한 의료기관의 사회적 책임활동 수행은 조직 구성원들에게 자부심과 자긍심을 갖게 하는 중요한 요소임을 확인하면서 공기업을 대상으로 한 Kim의 연구[19]와 유사한 결과를 보였다.

둘째, 조직건강성의 의료환경적합성, 업무방식적합성, 공동체지향은 고객지향성의 신뢰성에 긍정적인 영향을 미쳤다. 조직건강성의 의료환경적합성은 고객지향성의 반응성과 유형성에 영향을 미쳤으며, 조직건강성의 의료환경적합성, 공동체지향은 공감성에 긍정적인 영향을 미쳤다. 이는 간호조직을 대상으로 한 Lee et al.[10]의 연구에서 조직건강성의 경영환경적합성과 공동체지향이 고객지향성에 영향을 미치는 것과 동일한 결과를 보였다. Shin[20]은 군 의료기관의 조직문화유형과 고객지향성의 관계에서 조직의 경영성과의 발달이 조직문화로부터 기인한다고 판단하고 접근하였다. 혁신지향문화는 서비스 질과 고객지향성에 유의한 영향을 미쳤고, 과업지향문화는 서비스지향성과 고객지향성 및 고객성과에 유의한 영향을 미쳤으며, 위계지향문화는 고객지향성에 유의한 영향을 미쳤다. 여행사의 사회적 책임 활동연구[17]에서 조직몰입과 조직시민행동은 고객지향성에 유의한 영향을 미쳤다.

조직건강은 기능을 수행하는 과정에서 관리체제, 사회체제 그리고 개방 체제적 능력이 최적인 상태를 의미한다[15]. 따라서 고객지향성의 신뢰성을 확보하기 위해서는 의료기관의 적극적인 지원과 함께 업무수행에 적합한 조직의 시스템을 구축하면서 직원들이 조직공동체의 구성원으로써 소속감과 유대감을 높일 수 있는 노력을 해야 한다.

또한 환자들에 대한 이해와 배려를 기반으로 한 공감성 향상을 위해서 의료기관 경영자는 조직 구성원들이 업무를 수행할 때 환자들의 요구에 충분히 대응할 수 있도록 의료기관의 신기술 및 직원 교육에 대한 지속적인 투자가 중요할 것이다. 그리고 이는 직원들이 일에 가치를 느끼며 조직에 몰입할 수 있는 환경이 조성되어 공동체 인식이 높을수록 구성원들의 고객지향성이 향상될 수 있음을 시사한다.

셋째, 의료기관 사회적 책임의 소비자이슈와 환경에 대한 활동이 높을수록 고객지향성의 신뢰성과 반응성, 유형성에 긍정적인 영향을 미치는 것을 확인하였다. 또한 의료기관 사회적 책임활동의 소비자이슈에 대한 활동이 높을수록 고객지향성의 공감성이 증가함을 확인하였다.

Jo et al.[21]는 항공사의 사회적 책임활동 요인과 고객지향성과의 영향관계 분석에서 사회적 책임활동의 환경적 책임활동, 자선적 책임활동, 윤리적 책임활동, 법적 책임활동, 경제적 책임활동 등 모든 요인은 고객지향성에 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다. 또한 사회적 책임활동 요인이 고객지향성에 미치는 영향력의 크기를 비교해 본 결과 경제적 책임활동, 환경적 책임활동, 윤리적 책임활동, 자선적 책임활동, 법적 책임활동 요인 순으로 나타났다. Hur et al.[22]는 호텔기업의 사회적 책임 활동 가운데 법적-윤리적, 환경적, 경제적 차원의 CSR 활동이 고객지향성에 영향을 미치는 것으로 나타났다. 환자정보보호, 고객불만응대, 의료폐기물 배출 위반과 같은 내용의 법적-윤리적 활

동은 본 연구의 소비자이슈 요인에 해당하는 개인 정보보호와 환자권리 보호를 위한 활동, 의료폐기물 관리 등과 유사한 개념으로써 동일한 결과를 보였다. 본 연구결과를 통해 의료기관의 사회적 책임에 대한 소비자이슈와 환경에 대한 긍정적인 활동은 조직구성원들의 전반적인 고객지향성을 향상시킬 수 있음을 시사한다. 따라서 의료기관의 사회적 책임을 수행하는 인적자원인 직원들의 고객지향성에 영향을 미치는 활동을 강화시키고 조직 구성원들이 보다 의욕적이고 적극적으로 사회공헌활동에 참여할 수 있는 환경을 마련해야 할 것이다.

넷째, 의료기관의 사회적 책임활동과 고객지향성의 관계에서 조직건강성의 매개효과에 관한 분석결과 조직건강성의 의료환경적합성과 업무환경적합성은 의료기관 사회적 책임활동의 소비자이슈, 노동관행, 환경 요인과 고객지향성의 신뢰성과의 관계에서 부분매개 효과를 나타냈다.

조직건강성의 업무환경적합성은 의료기관 사회적 책임활동의 소비자이슈와 고객지향성의 반응성 관계에서 부분매개 효과를 나타냈고, 의료환경적합성은 의료기관 사회적 책임활동의 소비자이슈, 노동관행, 지역사회 참여와 발전 요인과 고객지향성의 공감성 관계에서 부분매개 효과를 보이는 것으로 분석되었다.

Oh[23]는 CSR활동과 재무성과 간의 관계에서 내부역량으로 설정한 조직몰입, 경영혁신, 생산성의 무형자산의 매개효과를 확인하면서 CSR활동이 구성원의 자긍심을 고취시켜 조직몰입과 같은 내부역량을 견인하고 생산성을 제고함으로써 결과적으로 기업의 재무성과에 긍정적인 영향을 주는 것을 확인하였다. 따라서 건강한 조직은 조직의 기능을 보다 효과적으로 수행하며 성장, 발전시키는 원동력이 될 수 있으므로 조직건강성의 의료환경적합성과 업무환경적합성을 향상시킬 수 있는 방안을 함께 모색하는 것이 필요할 것이다.

V. 결론

본 연구를 통한 이론적 측면의 시사점을 다음과 같이 제시할 수 있다.

첫째, 의료기관의 사회적 책임활동이 이를 수행하는 조직의 건강성과 조직구성원의 고객지향성 형성에 얼마나 기여하는지 실증적 연구를 통해 영향관계를 확인함으로써 사회적 책임활동의 방향을 제시하였다.

둘째, 의료기관의 사회적 책임활동은 지속가능한 마케팅 전략으로서 조직건강성과 고객지향성을 향상시키기 위한 전략의 하나로 인식할 수 있다. 즉, 사회적 책임활동에 대해 계획하고 전략을 수립하는 단계에서 먼저 이를 실행하는 조직의 건강성 확보가 선행되어야 함을 의미한다. 조직의 특성에 맞는 의료기관의 사회적 책임활동의 차별적 적용으로 조직건강성 및 고객지향성 향상에 중요한 역할을 할 수 있음을 보여준다.

셋째, 조직건강성이 의료기관의 사회적 책임활동과 고객지향성 사이를 매개하는 중요한 변수임을 밝힘으로써 학술적인 측면에서 의미가 가진다. 이는 조직의 건강성이 구성원들의 고객지향성을 향상시키기 위해 중요한 역할을 한다는 사실을 나타낸다.

본 연구를 통한 실무적 시사점을 제시하면 다음과 같다.

첫째, 지속가능한 의료기관의 사회적 책임활동을 위해서는 이를 수행하기 위해 투입되는 인적자원으로서 조직의 특성을 파악하고 조직의 내·외부 역량 강화를 위해 지속적인 투자와 개선이 필요하다. 즉, 업무수행에 적합한 조직 환경을 조성해 나가기 위한 의료기관 차원의 노력이 관심을 가져야 할 것이다. 현재 조직의 상태를 점검하여 의료기관의 사회적 책임활동을 활성화 할 수 있는 방향으로 관리해 나가야 할 것이다.

둘째, HSR 활동은 조직의 유대감을 강화하고

공동체로 인식하는 데에 긍정적인 영향을 미치므로 바람직한 HSR 활동은 조직의 내부성과 향상에 도 영향을 미칠 수 있음을 확인하였다. 의료서비스는 인적서비스를 통한 영향력이 크며 서비스 그 자체로 의료기관에 대한 평가로 연결되는 만큼, 의료소비자에 대한 이해를 바탕으로 사회적 책임활동을 접근하려는 다각적인 방안이 모색되어야 한다. 조직과 구성원들이 사회적 책임활동에 대한 균형있는 인식을 가질 수 있도록 지속적인 교육을 강화하고 안정적인 활동으로 정착되도록 노력해야 한다.

셋째, 본 연구를 통해 현재 수행하고 있는 의료기관의 사회적 책임활동에 대한 사업적 평가와 질 관리를 통해 문제점과 개선점을 찾아 이를 보완해 나가는 등 각 의료기관의 전략에 적합한 지속가능한 발전 모델을 구축해 나가는데 기여할 수 있을 것이다. 앞으로 의료기관의 사회적 책임활동은 사회적 인식과 요구도 확대에 따라 의료기관의 장기적인 경영전략을 수립하는데 매우 중요한 요소를 간과할 수 없다. 따라서 의료기관의 사회적 책임활동에 영향을 미치는 외부적 요인에 대해 추가적인 연구가 필요할 것이다. 향후 의료기관이 처한 외부 환경적 요소들과 내부 상황이 동시에 고려된 연구가 지속적으로 이어진다면 각 의료기관에 적합한 사회적 책임활동(HSR) 전략을 수립하고 실행하는데 구체적인 도움을 줄 것이라고 사료된다.

REFERENCES

1. K.Y. Cho, M. Sagong(2018), Development and Validation of the Hospital's CSR Measurement Tool, The Korea Society of Health Service Management, Vol.12(2);149-162.
2. L. Karen, Becker-Olsen(2006), The impact of perceived corporate social responsibility on consumer behavior, Journal of Business Research,

- Vol.59(1);46 - 53.
3. M.H. Kim(2008), Present status of social contribution activities and improvement plan, Journal of the Korean Hospital Association, SEP·OCT. pp.22-43.
 4. S.H. Kang, J.N. Kim, Y.J. Seo(2015), Social Responsibility of Korean Hospitals: Workers' Survey and Its Implications, Korean Public Health Research Vol.41(3);51-61.
 5. K.W. Cho, M. Sagong(2018), Analysis on CSR of Hospitals for Application of ISO 26000, The Korea Society of Health Service Management, Vol.12(1);161-171.
 6. K.W. Cho, M. Sagong, M.J. Cho(2018), The Korea Society of Health Service Management, Vol.12(2);149-162.
 7. T.B. Roh(2011), The Influences of Service Orientation on Customer Orientation, Service Performance, and Customer Identification, Soongsil University Doctor's Thesis, pp.73-84.
 8. Y.S. Kim(2008), A Study on the Effects of the Service Orientation on the Business Performance in Hotel Industry : Focused on the Parameters of the Job Satisfaction and Customer Orientation, Chungju University Doctor's Thesis, pp.95-105.
 9. J.R. Yoon, J.S. Jang(2010), An Empirical Study on the Effects of Competencies on the Performance of Hospitals : Focusing on the Mediator Effect of Service Orientation and Customer Orientation, KNU Korean Research Institute of Corporate Management, Vol.1(2);1-28.
 10. G.H. Lee, C.S. Oh, K.W. Cho(2015), Differences of Organizational Health and Customer Orientation by the Hospital Ownership, The Korean Journal of Health Service Management, Vol.9(3);69-79.
 11. H. Gharaee, M.A. Bahrami, F. Rejaliyan, O.B. Atashbahar, A. Homayouni, F. Ataollahi, E. Jamali(2013), Corporate Social Responsibility of Hospitals: The Effect of Emotional Intelligence, Middle-East Journal of Scientific Research, Vol.17(7);842-847.
 12. ISO(2010), ISO 26000, Vailable at <http://www.iso.org>.
 13. Bennis, W. G.(1962), Towards a "Truly" scientific management: The Concept of organization Health. in L. Von Bertalanffy and A. Rapoport(eds.), General Systems, The Society for General System Research, VII.
 14. J. Min(2009), An Analysis on the Conception and Re-conceptualization of "Organizational Health", The Korean Journal of Public Administration, Vol.47 (2);31-59.
 15. Ch.W. Lee, J.H. Lee(2015), The Effect of Specialty Hospital CEO Leadership Style on Hospital Organizational Effectiveness and Customer Orientation, Korean journal of hospital management, Vol.20(4);31-49.
 16. J.P. Park, M. Park, H.W. Kim(2015), General Quality Research : A Study on the Relationship between Operational Method and Performance of Web Sites - Effect of CSR on Employees' Organizational Commitment and Productive behaviors-, Journal of the Korea Society for Quality Management, Vol.43(1);67-83.
 17. Y.J. Kim(2016), A Study of social responsibility activities on travel company : focusing on the organizational commitment, job satisfaction, Organizational Citizenship Behavior, Customer Orientation in the Hotel Industry, Jeonju University Doctor's Thesis, pp.85-99.
 18. K.Y. Cho, M. Sagong(2018), IPA Assessment of Hospital Social Responsibility Activities, The Korean Journal of Health Service Management, Vol.12(4);1-15.

19. K.H. Kim(2014), Study on the Effect of Corporate Social Responsibility on Organizational Performance in Public Corporations - Focusing on Moderating Effects of Organizational Trust-. Inha University Doctor's Thesis, pp.120-126.
20. D.S. Shin(2016), The Effect of Organizational Culture Types on Customer Performance: Focused on Mediating Effect of Service Orientation, Customer Orientation, and Service Quality in the Military Hospitals, Gachon University Doctor's Thesis, pp.145-174.
21. A.R. Jo, G.S. Yang(2016), The Mediating Effects on Organization Effectiveness in the Relationship between Education Training and Customer Orientation of Airlines Cabin Crew, The Korea Society of Tourism Management, Vol.30(3);33-49.
22. K.S. Hur, S.M. Ko, J.W. Byun(2014), The Effects of CSR on the Organizational esteem, efficacy, identification, and Customer Orientation for Hotel Employees, The Korea Society of Tourism Management, Vol.29(1);97-118.
23. S.H. Oh(2019), The Effect of Corporate Social Responsibility (CSR) Activities on Perceived Financial Performance of Members : Focused on Mediating Effects of Organizational Commitment, Management Innovation, Productivity, Seoul Venture University Doctor's Thesis, pp.127-133.