



저작자표시-비영리-변경금지 2.0 대한민국

이용자는 아래의 조건을 따르는 경우에 한하여 자유롭게

- 이 저작물을 복제, 배포, 전송, 전시, 공연 및 방송할 수 있습니다.

다음과 같은 조건을 따라야 합니다:



저작자표시. 귀하는 원저작자를 표시하여야 합니다.



비영리. 귀하는 이 저작물을 영리 목적으로 이용할 수 없습니다.



변경금지. 귀하는 이 저작물을 개작, 변형 또는 가공할 수 없습니다.

- 귀하는, 이 저작물의 재이용이나 배포의 경우, 이 저작물에 적용된 이용허락조건을 명확하게 나타내어야 합니다.
- 저작권자로부터 별도의 허가를 받으면 이러한 조건들은 적용되지 않습니다.

저작권법에 따른 이용자의 권리는 위의 내용에 의하여 영향을 받지 않습니다.

이것은 [이용허락규약\(Legal Code\)](#)을 이해하기 쉽게 요약한 것입니다.

[Disclaimer](#)

석사학위논문

기업의 가치경영이 조직구성원의
행복지수에 미치는 영향에 관한 연구

2015년



HANSUNG
UNIVERSITY

한성대학교 지식서비스&컨설팅대학원

지식서비스&컨설팅학과

매니저먼트컨설팅전공

김 향 숙

석사학위논문
지도교수 나도성

기업의 가치경영이 조직구성원의
행복지수에 미치는 영향에 관한 연구

A Study on the Effects of Value Managment
on Organizational Better Life Index



2015년 6월 일

한성대학교 지식서비스&컨설팅대학원

지식서비스&컨설팅학과

매니저먼트컨설팅전공

김 향 숙

석사학위논문
지도교수 나도성

기업의 가치경영이 조직구성원의
행복지수에 미치는 영향에 관한 연구

A Study on the Effects of Value Managment
on Organizational Better Life Index

위 논문을 컨설팅학 석사학위 논문으로 제출함

2015년 6월 일

한성대학교 지식서비스&컨설팅대학원

지식서비스&컨설팅학과

매니저먼트 컨설팅전공

김 향 숙

김향숙의 컨설팅학 석사학위논문을 인준함

2015년 6월 일



심사위원장 _____인

심사위원 _____인

심사위원 _____인

국 문 초 록

기업의 가치경영이 조직구성원의 행복지수에 미치는 영향에 관한 연구

한성대학교 지식서비스&컨설팅대학원
지식서비스 & 컨설팅학과
매니저먼트 컨설팅 전공
김 향 숙

기업의 경영 전략에서 가치경영은 참으로 많은 것을 함축하고 있다, ‘가치경영이 조직구성원의 행복지수에 미치는 영향에 관한 연구’는 가치경영 한 축과 행복지수 한 축으로 나누어서 여러 문헌들과 선행연구 자료, 설문지 등으로 정리했다.

본 논문은 전체 다섯 장으로 구성되어진다. 제 1장은 연구의 목적과 연구의 범위와 방법, 선행연구와의 차별성에 대하여 언급하였고, 제 2 장에서는 가치경영과 행복지수에 관한 이론적 배경을 제시하였다. 제 3 장에서는 연구 모형 및 가설을 설명하였고, 제 4 장에서는 실증연구 결과 및 분석을 제시하고, 마지막 제 5 장에서는 결론으로 연구의 요약 및 시사점, 연구의 한계와 앞으로의 연구 방향을 정리하면서 본 논문은 마무리 된다.

기업의 가치경영은 외부적 가치경영으로 사회공헌활동(CSR), 윤리경영, 소비자 만족도로 구분했고, 내부적 가치경영으로 가치경영, 조직구성원 복지, 커뮤니케이션을 중심으로 한 조직문화 영역으로 가치경영의 범주를 구성했다.

조직구성원의 행복지수는 OECD 행복지수 조건표로 설문지를 작성하였다. OECD(경제협력개발기구)의 행복지수(BLI, Better Life Index)는 주거(Housing), 소득(Income), 일자리(Jobs), 공동생활(Community), 교육(Education), 환경(Environment), 행정(Governance) 건강(Health), 삶에 대한 만족(Life Satisfaction), 치안(Safety), 일과 삶의 균형(Work-Life Balance) 이상 11개 항목으로 행복지수는 구성되어진다.

본 연구에 필요한 자료는 다양한 규모와 업태에 종사하는 임직원들로부터 설문을 통하여 수집하였고, 연구모형의 적합도와 가설 검증을 시도했다. 외부적 가치경영이 조직구성원의 행복지수에 기각된 항목은 소득 만족과 교육만족, 환경적 안정, 건강관리, 치안적 관리로 나타났으며, 내부적 가치경영은 조직구성원의 행복지수 모든 항목에서 기각된 것으로 나타났다. 가치경영 중 내부적 가치경영 보다는 외부적 가치경영이 조직구성원의 행복지수에 영향을 더 미치는 결과가 나왔다.

위와 같은 연구 조사에 의하면, 외부적 가치경영에서 소비자만족도에 관심을 많이 쓰는 조직이 구성원들의 행복지수가 높다는 가설이 검증되었다.

이에 본 연구에서 가치경영을 기업이 매진한다고 하여, 조직 구성원의 행복지수는 높아지지 않는다는 결론이 나왔고, 다만 소비자 만족도와 연결 되어진 항목에서 행복지수가 높다는 것은 가치경영에 대한 근원적인 고찰을 하게 하는 부분이다. 가치경영과 행복지수와의 함수 안에서 조직의 성과는 앞으로 어떤 영향력을 미칠 것인지에 대한 연구가 필요한 부분이다.

【주요어】 가치경영, 행복지수

목 차

제 1 장 서론	1
제 1 절 연구의 배경 및 목적	1
제 2 절 연구의 범위와 논문의 구성	3
제 2 장 이론적 배경	5
제 1 절 기업의 가치경영	5
1. 가치경영의 개념	5
2. 가치경영의 중요성	7
3. 가치경영을 실행하는 기업의 사례	8
4. 가치경영에 관한 선행연구	11
제 2 절 조직구성원 행복지수	18
1. 행복지수의 개념	18
2. OECD 행복지수 국가적 순위에 대한 고찰	19
3. OECD 행복지수에 대한 고찰	20
4. 행복지수에 대한 국가별 선행연구	23
제 3 절 선행 연구와의 차별성	26
1. 기존 선행연구 내용	26
2. 본 연구의 차별성	28

제 3 장 연구모형 및 가설	29
제 1 절 연구모형의 설계	29
제 2 절 연구가설의 설정	31
제 3 절 변수의 조작적 정의와 측정	34
제 4 절 분석 대상 및 분석 방법	36
1. 분석대상	36
2. 분석방법	37
제 4 장 실증연구 결과 및 분석	39
제 1 절 표본 구성과 특성	39
1. 조직 구성원의 특성	39
2. 표본의 일반적인 특성	40
제 2 절 타당성 및 신뢰성 분석	42
제 3 절 상관분석 결과	44
제 4 절 연구 가설의 검증 결과	46
1. 조직의 외부적 가치경영이 조직구성원의 행복지수에 미치는 영향	46
2. 조직의 내부적 가치경영이 조직구성원의 행복지수에 미치는 영향	52
3. 가치경영이 조직구성원의 행복지수에 미치는 영향 가설 검증 요약	58

제 5 장 결 론	60
-----------------	----

제 1 절 요약 및 시사점	60
----------------------	----

제 2 절 연구의 한계와 앞으로의 방향	63
-----------------------------	----

참고문헌	64
------------	----

부록: 설문지	70
---------------	----

ABSTRACT	74
----------------	----



표 목 차

<표 2-1> ISO26000의 7개 핵심주제와 주요내용	12
<표 2-2> OECD의 BLI	22
<표 3-1> 모형에 따른 변수의 조작적 정의	35
<표 3-2> 조사의 설계	37
<표 4-1> 조직구성원의 특징	39
<표 4-2> 조직구성원의 연령	39
<표 4-3> 설문응답 조직의 종업원 수	40
<표 4-4> 독립변수 외부적 가치경영의 특성	40
<표 4-5> 독립변수 내부적 가치경영의 특성	41
<표 4-6> 종속변수 조직구성원의 행복지수 특성	41
<표 4-7> 신뢰성 분석 및 요인분석 결과	43
<표 4-8> 변수간의 상관관계 분석결과	45
<표 4-9> 외부적 가치경영과 행복지수 중 안정적 주거 간의 영향 ...	46
<표 4-10> 외부적 가치경영과 행복지수 중 소득 만족 간의 영향	47
<표 4-11> 외부적 가치경영과 행복지수 중 일자리 만족 간의 영향 ·	47
<표 4-12> 외부적 가치경영과 행복지수 중 공동체 역할 만족 간의 영향 ·	48
<표 4-13> 외부적 가치경영과 행복지수 중 교육 만족 간의 영향	48
<표 4-14> 외부적 가치경영과 행복지수 중 환경적 안정 간의 영향 ·	49
<표 4-15> 외부적 가치경영과 행복지수 중 행정적 업무 간의 영향 ·	49
<표 4-16> 외부적 가치경영과 행복지수 중 건강 관리 간의 영향	50
<표 4-17> 외부적 가치경영과 행복지수 중 삶의 만족도 간의 영향 ·	50
<표 4-18> 외부적 가치경영과 행복지수 중 치안적 관리 간의 영향 ·	51
<표 4-19> 외부적 가치경영과 행복지수 중 일과 삶의 만족도 간의 영향	51
<표 4-20> 내부적 가치경영과 행복지수 중 안정적 주거 간의 영향 ·	52
<표 4-21> 외부적 가치경영과 행복지수 중 소득 만족 간의 영향	52
<표 4-22> 내부적 가치경영과 행복지수 중 일자리 만족 간의 영향 ·	53

<표 4-23> 내부적 가치경영과 행복지수 중 공동체 역할 만족 간의 영향	· 53
<표 4-24> 내부적 가치경영과 행복지수 중 교육 만족 간의 영향	 54
<표 4-25> 내부적 가치경영과 행복지수 중 환경적 안정 간의 영향	· 54
<표 4-26> 내부적 가치경영과 행복지수 중 행정적 업무 간의 영향	· 55
<표 4-27> 내부적 가치경영과 행복지수 중 건강 관리 간의 영향	 55
<표 4-28> 내부적 가치경영과 행복지수 중 삶의 만족도 간의 영향	· 56
<표 4-29> 내부적 가치경영과 행복지수 중 치안적 관리 간의 영향	· 56
<표 4-30> 내부적 가치경영과 행복지수 중 일과 삶의 만족도 간의 영향	· 57
<표 4-31> 가치경영과 조직구성원의 행복지수 간의 영향 분석 결과	59



그림 목 차

<그림 3-1> 연구모형	30
---------------------	----



제 1 장 서 론

제 1 절 연구의 배경 및 목적

기업을 경영하는 일은 다양한 필요와 목표 사이의 균형을 맞추는 것이다. 오직 이윤만을 강조하면 기업은 생존의 위험에 처할 수 있다(정병걸, 2011). 경영자들은 눈앞의 이윤을 추구하며 미래를 훼손하는 경향이 있다(피터 드러커, 2006).

이와 같이, 기업이 이윤만을 강조하면 생존의 위험에 처할 수 있기 때문에 가치경영에 대한 관심이 높아지고 있다. 기업의 규모가 커지고 다양한 이해관계가 만들어지면서 어떻게 하면 ‘최고의 직장’¹⁾이 될 수 있을가에 대한 관심과 조직 안에서 만들어지는 가치경영을 중심으로 조직성과에 대한 연구들은 많았다. 그러나, 가치경영을 중심으로 한 조직구성원의 행복지수²⁾에 대한 상관관계에 관한 연구는 다소 미흡하다.

기업의 종사자는 기업의 이해관계자 중에서도 핵심 내부 이해관계자에 속하는 집단으로서 이들에게 동기를 부여하고, 사기를 끌어올리며, 애사심을 심어주는 일은 매우 중요하다(박상협, 2014).

가치경영은 이런 부분의 선행연구에 주목하면서, 조직구성원들이 직원들로 하여금 자신의 일이 어떤 의미를 갖는지 깨우치게 하고, 그 의미를 통해 그들을 이끌어가는 경영방식이다. 상사가 시키니까 마지못해 일하는 것이 아닌, 직원들 스스로가 일을 하고 싶어 못 견뎌하는 분위기를 조성하 것이 가치관 경영의 목적이다(전성철 외, 2011).

1) GWP연구소 외, 『최고의 직장』 이민주 옮김, 위즈덤하우스, 2012, 책 제목에서 인용

2) 행복지수, (HPI) Happy Planet Index라고 명명하기도 하고, OECD에서는 (BLI,) Better Life Index 라고 설명하기도 한다. 본 논문에서 BLI를 적용하기로 한다.

가치경영을 하면, 조직구성원들은 행복한가? 에 대한 물음표들을 하버드대학교, 인생성장보고서 『행복의 조건』에서는 “사람은 기본적인 욕구만 충족되고 나면(김명숙, 2012) 단지 돈 때문에 크게 행복해하지는 않는다. 그러나 결혼과 믿음은 행복의 조건이다. 행복한 정도를 일정하게 유지하려는 경향이 행복에 큰 영향을 끼치기 하지만 어디까지나 부분적이다. 그런데 왜 개인의 행복지수가 가장 높다고 보도되는 나라에서 자살률도 가장 높은 것일까?” (조지 베일런트, 2010,)

이런 부분에 주목하여, 가치경영을 외부적 가치경영과 내부적 가치경영으로 나누어서, 가치경영, 사회공헌(사회적책임, CSR Corporate Social Responsibility ; 이하 CSR), 윤리경영, 소비자 만족도, 구성원 복지, 조직문화 등이 조직구성원의 행복지수³⁾에 미치는 영향에 관한 연구를 통하여, 가치경영이 조직구성원의 행복지수와 상관계수와 그에 따른 실무적 시사점을 연구하고자 한다.

선행연구를 토대로 기업의 가치경영의 개념을 정리했고, 행복지수는 OECD의 행복지수 항목을 접목하여 객관성을 높이는 작업을 했고, 기업 관련된 선행연구에만 치우치지 않고, 보건사회연구의 선행연구를 비롯한 삶의 질에 관한 선행연구의 자료도 참고하였다.

3) 행복지수 (OECD(경제협력개발기구)의 행복지수(BLI, Better Life Index) OECD(Organization for Economic Cooperation and Development).1961년 창설로 우리나라는 1996년 12월12일 가입. 행복지수는 국민 삶에 영향을 미치는 주거(Housing), 소득(Income), 일자리(Jobs), 공동생활(Community), 교육(Education), 환경(Environment), 행정(Governance) 건강(Health), 삶에 대한 만족(Life Satisfaction), 치안(Safety), 일과 삶의 균형(Work-Life Balance) 이상 11개 항목으로 행복지수 구성.

제 2 절 연구의 범위와 논문의 구성

본 연구는 기업의 가치경영이 조직 구성원의 행복지수에 미치는 영향을 알아보기 위하여 기업의 가치경영과 조직구성원의 행복지수에 대한 선행연구를 하였다.

기업의 가치경영은 외부적 가치경영과 내부적 가치경영으로 나누어서 세분화를 했고, 행복지수는 OECD 11개 항목에 의거하여, 조직구성원들의 설문지를 받았다. 설문조사는 대기업과 중소기업의 임직원 대상으로 조사하였고, 가치경영을 실행하는 기업의 현황은 주로 중소기업을 중심으로 사례를 찾았다.

본 논문의 구성은 전체 다섯 장으로 구성되어 있다.

제 1 장은 연구의 목적에 대한 설명으로 가치경영에 대한 관심과 조직구성원의 행복지수에 미치는 영향과 연구의 범위와 방법에 대하여 서술하였다.

제 2 장은 이론적 배경으로 가치경영의 개념과 중요성, 가치경영의 선행연구에 안배를 했고, 행복지수의 개념과 OECD 행복지수 국가적 순위에 대한 고찰, OECD 행복지수의 분류 항목에 대한 고찰과 행복지수에 대한 선행연구로 정리하였다.

제 3 장은 연구모형과 가설로 이 논문의 주제인 가치경영과 조직구성원의 행복지수에 대한 연구모형에 대한 설명과 가설의 설정을 기준으로 조사·설계와 조사방법 등 분석방법을 제시 하였다.

제 4 장은 실증연구 결과 및 분석을 통하여 타당성과 신뢰성을 검토하고 연구모형의 분석 결과를 제시 하였다. 가치경영이 조직구성원의 행복지수에 미치는 영향에 대한 분석은 설문조사를 통해서 수집된 자료를 SPSS 22.0 Program을 사용하여 통계 분석 하였고, 통계기법으로는 빈도분석, 신뢰성, 상

관분석, 회귀분석 등을 사용하였다.

마지막으로 제 5 장 결론에서는 본 연구물을 요약 및 시사점을 정리하고 연구의 한계와 함께 앞으로의 연구 방향을 제시하였다.



제 2 장 이론적 배경

제 1 절 기업의 가치경영

1. 가치경영의 개념

『가치관 경영』을 편찬한 IGM세계경영연구원 위 전성철 원장과 연구원은 기업의 본질은 사람이고 사람의 본질은 생각, 즉 ‘가치관’이다. 그렇다면 기업의 본질은 당연히 가치관이다. 기업이 어떤 가치관을 가지고 있는지가 그 기업의 본질을 규정한다. 또한 기업의 가치관은 구성원들이 가지고 있는 가치관의 합이다(전성철, 2011). 라고 가치경영을 정의했다.

미국의 경영학자 피터 드러커는 그의 저서에서 ‘경영은 항상 조직을 위해 살고 일하며 실행하는 것이다. 그런데 그 조직은 일이라는 유대감으로 연결되어 있는 인간 공동체이다. 즉 경영은 공동 목적을 이루기 위한 업무적 연결고리로 묶여 있는 인간 공동체를 위해 일하는 것이다. 그렇기 때문에 경영은 항상 인간, 선과 악의 본질을 다룬다.’(피터 드러커 2006)라고 경영을 이야기했다.

기업의 올바른 사명이 직원들에게 공유되면 그들은 서로를 그저 돈을 벌기 위하여 우연히 만난 사람들이 아닌, 의미 있는 일을 위해 모인 동지로 인식하기 시작한다. 따라서 소통도 원활해지고 감정적 대립이 줄어들면, 단결도 더욱 쉬워진다. 그런 시너지 효과는 기업의 장기적 발전에 훌륭한 밑거름이 된다.(전성철, 2011) IGM세계경영연구원⁴⁾ 전성철 원장과 연구원들이 편찬한 『가치관 경영』⁵⁾에서, 정리한 가치 경영 ‘사명’에 관한 정의이다.

4) IGM세계경영연구원은 글로벌 스탠더드적 지식과 가치를 연구하고 알리는 지적 기관이자, 2003년 설립 이후 7년만에 약 1만여 명의 졸업생을 배출한 동양 최대 CEO 및 임원 교육 전문기관

5) 가치관 경영은 IGM세계경영연구원에서 전성철 원장과 한철환, 조미나 연구원이 편찬

가치관경영은 사람이 모여 만든 집단인 기업을 영적인 존재로 대하는 경영 방법이다. 사람이 움직이고 모이는 근원에는 생각, 즉 가치관이 있고 따라서 가치관을 설정하는 것이 그들을 움직이는 가장 효과적인 방법이라는 점을 인식하고 실천하는 경영방식이다(전성철, 2011).

착한 회사가 세상을 바꾼다는 가치를 내세운, 『굿컴퍼니(Good Company)』⁶⁾에서 “강제되고 억압된 노동으로부터의 자유, 조합을 조직할 수 있는 자유, 그리고 합리적인 보수 세 가지로 요약된다. 이것은 가장 기본적인 것이며 필수적인 요소이다. 이 이상을 고려하는 기업이라면, 직원이 일을 통해 즐거움을 느끼도록 도와주고, 인사관리 시스템을 유연하고 현명하게 운영하며, 미션을 독려하는 등의 활동이 필요하다. 사람들은 보다 가치 있는 고용 경험을 원한다”고 주장했다(로리 바시 외, 2012).

'직원들은 경제적 보상 그 이상의 것을 찾고 있다. 보다 활기찬 일자리, 높은 승진 가능성, 리더십에 대한 교육, 그리고 뛰어난 작업 환경 등이 그들의 높은 관심에 포함되어 있다'고 에이온휴잇컨설팅이 2008년 아시아 노동력 보고서에 밝혔다(로리 바시 외, 2012).

경쟁시장에서 경쟁기업들의 새로운 가치관과 니즈를 반영하는 브랜드 마케팅의 도입으로 브랜드가 문화로까지 이해되면서 가격과 품질, 상품, 특성에 대한 정보 전달과 신뢰감을 형성하는 것 이외에 소비자의 의식과 가치관을 반영하여 이를 변화시키는 정서적, 사회 문화적 차원에서 브랜드관리의 다양한 연구가 요구 되고 있다(안희영, 2014).

본래부터 가치 있는 자원과 능력은 존재하지 않고, 어느 기업의 경쟁 지위를 향상시킬 수 있을 만큼만 가치가 있다고 할 수 있다. 동일한 자원과 능력이라 할지라도 시장의 성격에 따라 어느 기업에 있어서 강점이 될 수도, 또한

6) 로리 바시, 에드 프라운헤임, 단 맥무러, 래리 코스첼로가 편찬하였고, 한국에서는 퓨처디자인사의 정지훈, 송인혁, 최형욱, 류한석, 박다혜, 장인형이 옮김. 노틸러스 북 어워드 금상 수상작. 퇴출출판사에서 2012 발간.

약점이 될 수도 있다(Jay B.Barney & William S.Hesterly, 2012)

가치경영의 개념이 다양한 범주에서 사용되고 있는데, ‘살아있는 조직’의 근본적인 속성은 그들이 ‘인간으로 구성된 커뮤니티’라는 것이다. 모든 유기체들과 마찬가지로 살아있는 기업은 그 가능성을 실현하고 나아가 잠재력을 최고로 발휘하기 위해 존재한다(로리 바시 외, 2012). 이 개념을 가치경영의으로 해석 할 수 있다.

2. 가치경영의 중요성

기업은 제품을 만들고, 서비스를 제공하는 것을 넘어 소비자의 경험 수준을 높이고 그들의 변신을 도와 줄 수 있어야 한다. 단순한 상품화로 인해 발생할 수 있는 위험으로부터 자유로울 수 있다. 그렇게 못 하는 기업은 결국 치열한 경쟁과 냉정함만 가득 찬 시장에서 도태되고 만다(로리 바시 외, 2012).

미국의 경영학자 피터 드러커는 그의 저서에서 건설업자에게 ‘가치’ 있는 것은 유회유가 아니라, 건설 장비를 ‘중단시키지 않고 계속 가동시키는 것’이라 할 수 있다.(피터 드러커, 2006). 이와 같이 가치경영의 중요성은 일이 중단되지 않도록, 계속 할 수 있는 원동력을 주는 역할이기도 하다.

포춘 100대 기업에서 배우는 행복한 일터 문화, 라는 소주제를 달고 출판된 최고의 직장 직원은 자신의 업무와 팀에 대해서도 자긍심을 느끼지만 이와 더불어 또 다른 자긍심도 가지고 있다. 바로 기업의 명성과 지역 사회에서 차지하는 입지에 대한 자긍심이다(GWP 연구소, 2012). 이런 점에서 가치경영의 중요성은 대두된다. 일단 직원들이 기업의 가치를 조직의 업무로 어떻게 해석해야 할지 알게 되면, 그 ‘가치에 따라 행동할 수 있는 권한(김대성, 2008, 김수동, 문형남, 2010)’이 생긴다.

고객의 질문에 대한 답하는 일에서부터 상한 제품을 교체하고 표준에 맞지 않는 한 트럭의 분량의 재고품을 거부 하는 일에 이르기까지 모든 팀원은 경영진의 승인 없이도 자신의 업무를 결정할 권한을 갖고 있다(GWP 연구소, 2012). 이 점도 가치경영의 중요성이라 할 수 있다.

다양한 부서와 사업부, 지역의 일을 더 많이 이해하면 직원들은 자원과 보상을 놓고 경쟁하는 그룹으로 부서를 여기는 것이 아니라 조직이라는 커다란 팀의 일부로서 여기게 된다. 협력이 기업문화의 요소일 뿐만 아니라 모든 직원이 마땅히 실천해야 할 요소이기도 하다(GWP 연구소 2012). 이런 점에서 비슷한 분야의 사람들을 연결시키는 구조를 통해 직원 협력을 도모한다(GWP 연구소 2012). 이런 부분들이 가치경영의 중요성으로 정리된다.

따라서 기업은 가치경영을 이익 추구에만 국한 할 것이 아니라, 조직구성원의 다양한 동기부여에 가치를 부여할 수 있는 가치경영의 중요성을 경영이념의 전환으로 할 제고할 필요성이 있다.

3. 가치경영을 실행하는 기업의 사례

가치경영에 대한 관심이 높아지면서 외국 기업은 물론이고, 국내 기업에서도 가치경영을 실행하는 기업들이 늘어나고 있다.

<2014 대한민국 가치경영대상>에서 음이온 멸균으로 친환경 이온수기, 지구사랑 실천을 한 아리랑이온(대표 김신자·www.arirangion.kr)는 ‘친환경 우수 선도기업’을 모토로 자연과 환경을 생각하고 물의 기능을 강화하는 제품을 꾸준히 연구, 개발해 왔다. 아리랑이온의 ‘음이온 멸균수소수’는 샤워기 및 수전류에 교체 장착만으로 탁월한 용제효과를 주고 이를 통해 멸균, 탈취 효과를 얻을 수 있다(헤럴드 경제, 2014). ‘아리랑이온’⁷⁾은 가치경영 여러 분야

7) 아리랑이온(대표 김신자·www.arirangion.kr) 음이온 멸균수소수 제품 생산, 샤워기 및 수전류에 교체 장착 제품 생산업체. 한국별명진흥회장상 수상 및 중소기업브랜드대상, 2011년 대한 아토

중에서 친환경관련의 청정지구와 환경 보호 캠페인 활동에 참여하는 기업이다.

조직문화와 자발적 참여로 가치경영을 창출하는 기업 중에서 ‘여행박사⁸⁾’가 있다. 여행박사는 학력이나 스펙에 의해 인력을 뽑지 않는다. 열정이 있어야 하고, 여행을 좋아해야 하고, 그 여행지에 대한 이해도가 높아야 한다. 대표도 사내 선거제로 뽑았고, 팀장 선출도 내부 투표로 선출한다.

2000년 8월, 자본금 250만원으로 시작한 여행박사는 10년 사이 총매출이 6배 이상 성장해 2014년 기준 총매출 1500억원이 넘는 중견기업이 됐다. 창립 초창기부터 여행박사는 학력·나이·성별 차별 없이 직원을 구성했다. 여행을 좋아하고 여행지에 대한 정보를 갈구하던 초창기 3명의 멤버들이 단지 '일본 여행을 하고 싶어서' 만든 회사였다.

여행박사를 창립한 신창연 창업주는 중학교를 졸업하자마자 무작정 상경해 뒤늦게 검정고시를 통과하고 경원대 관광호텔경영학과를 전공했다. 일본의 아름다운 자연경관과 관광인프라에 반해 한국으로 돌아와 여행사에 취직한 그는 직접 여행사를 차리기에 이른다.

현재 신창연 창업주는 경영일선에서 물러나고 황주영 대표가 그 자리를 이었다. 흥미로운 점은 이 모든 과정이 '투표'로 결정됐다는 점. 팀장이나 회사의 대표 자리까지 직원들이 1년에 한 번, 투표를 통해 선정한다. 2013년 80% 찬성 기준의 재신임 투표에서 79.2% 찬성표를 획득, 신창연 창업주는 훌훌 자리를 털고 황신임 대표에게 경영을 맡겼다(모두다인재, 2015).

피 협회 추천서 등에서 인정. 미국 2010년 FDA등록, 미국 PSY-TEK 에너지준위 측정 결과 보고서, 제 ISO 환경 품질인증 등으로 국제적으로도 제품의 우수성 인정받음.

8) 여행박사 (대표, 황주영 <http://www.tourbaksa.com/>) 일본여행 상품을 비롯한 국내외 여행전문 회사, 창업주 신창연이 내부 구성원들의 투자를 받아서 창업한 회사로 수평적 조직문화의 사례와 내부구성원의 일에 만족도 관련 기사가 많이 언급된 회사.

국내 아웃도어 중소기업 브랜드 ‘칸투칸(<http://www.kantukan.co.kr>)’은 칸투칸의 정신으로 가치경영을 창출하고 있다. 가격의 거품을 빼고, 전 직원이 신상품이 나오면 모텔을 하고, 소비자에게 직접 디자인을 요청하는 등 다각적으로 가치경영을 실행하고 있다. “2005년 런칭한 아웃도어 브랜드 칸투칸은 대리점이 없다. 대신 자체 서버를 이용한 온라인 쇼핑몰과 본사 소속 직원이 파견된 전국의 직영 매장 21곳에서 제품을 판매한다. 기존 아웃도어 브랜드는 대리점 구성 비율이 90% 이상이다. 대리점 마진과 중간 유통에 들어가는 각종 수수료를 모두 제외하니 제품가격이 합리적이다(국제신문, 2014).”

기업의 이미지가 곧 경쟁력이라는 인식이 확산되면서 ‘가치경영’에 대한 공감대가 퍼져 나가고 있다. 상당수 기업이 미래 비전으로 ‘가치 제고’를 내세우고 있고, 전략 역시 기업 가치를 강화하는 데 초점이 맞춰진다. ‘상생경영’, ‘동반성장’, ‘사회적 공헌’ 등 각 기업이 내걸고 있는 경영 슬로건 대부분이 가치경영의 범주에 들어간다고 할 수 있다(서울신문, 2014).

SPC그룹은 서울시, 푸르메재단 등과 손잡고 장애인들이 운영하는 카페 ‘행복한 베이커리&카페’를 운영하고 있다. 효성은 취약계층의 일자리를 창출할 수 있는 사회적 기업 ‘굿 윌스토어 효성’과 ‘행복 두드리미’를 지원하고 있다. 호텔신라는 직원들의 재능기부로 제주 지역의 식당 컨설팅에 적극적으로 나서고 있다. 아모레퍼시픽은 화장품 기업의 특성을 살려 여성 암 환우들의 심적 고통과 우울증을 보살피는 ‘메이크업 유어 라이프’ 캠페인을 전개하고 있는 중이다(서울신문, 2014).

위와 같이 가치경영을 실행하고 있는 기업의 사례를 기업의 홈페이지와 언론 기사를 통해서 조사했다. 가치경영은 기업의 이익뿐만 아니라, 조직구성원의 행복지수에 미치는 영향에 관한 실제적인 경영을 실현하는 경영이념의 전환적 사고가 필요하다.

4. 가치경영에 관한 선행연구

1) 외부적 가치경영

가치경영의 여러 범주 중에서 본 연구의 편의를 위하여 외부적 가치경영과 내부적 가치경영으로 나누었다. 그 중, 외부적 가치경영은 사회공헌, 윤리경영, 소비자 만족도 구분하고, 내부적 가치경영은 가치경영, 조직구성원 복지, 커뮤니케이션을 비롯한 조직문화로 구분하기로 한다.

McGuire(1963)은 기업의 사회적 책임(CSR Corporate Social Responsibility ; 이하 CSR) 활동은 오래 전부터 학계에서 중요하게 다루어지고 있는(김성택, 인성식, 이훈영, 2011) 가치경영이다. 기업은 이윤추구만이 아닌 이윤의 사회 환원이라는 공적 의무가 중요하다는 반증이기도 하다(변효진, 2008). 사회에서 기업의 영향력이 증대한 ‘만큼 사회에 대해 포괄적인 책임이 있음을 나타내는 것으로 기업은 이윤추구라는 기본 목적 이외에도 사회에 대한 보다 넓은 의미에서 책임을 다해 인간가치(김성택, 2011, 변효진 2008, 남기화, 2008, 문용갑, 2008)’의 실현에 공헌해야 한다(한은경, 2003).

박상협(2014)은 기존의 선행연구 분석을 통하여 이해관계자들이 기업에 호감을 갖는지 비호감을 갖는지 결정하는 중요한 요소가 사회적 책임을 실행하느냐에 있다고 하였다. 기업의 사회적 책임활동은 우선순위에 있어서 ‘경제적 책임에 이은 부차적 문제(김영주, 2008, 김성은, 2009)’로 다루어 왔으나, ‘최근에는 경제적 책임의 수행 단계에서부터 윤리적, 사회적 기준의 적용을 요구하는 추세(김성은, 2009)’이다(서대교, 2010).

<표 2-1> ISO26000의 7개 핵심주제와 주요내용

핵심주제	사업 내용
조직거버넌스	• 의사결정 과정의 투명성, 각 이해관계자들의 고른 참여 • 여성, 소수인종 등 소외받기 쉬운 주체들의 참여 보장
인권	• 노동자와 소비자들의 기본적인 인권 존중, 표현의 자유, 아동 노동력 착취 금지 등
노동관행	• 국제노동기구(ILO) 기준 준수, 안정적인 고용관계, 직장 내 안정 및 보건 관리 등
환경	• 오염물질, 탄소배출 감축, 지속가능한 자원 사용(채원호, 2011) 등
공정운영 관행	• 부패에 대한 감시, 내부 고발자에 대한 보호, 공정한 경쟁(채원호, 2011), 재산권 보호 등
소비자이슈	• 소비자 보건 및 안전관리, 공정한 마케팅, 왜곡되지 않은 정보 제공, 위조나 표절 금지, 리콜 보장, 가격 구성정보 제공
지역사회 참여와 발전	• 지역공동체 참여, 고용창출, 책임있는 투자, 조세 의무 준수 등

자료 : 지식경제부 2010년 9월 보도자료 (박상협, 2014 재인용)

ISO(국제표준화기구)는 사회적 책임 경영의 국제표준으로 2005년부터 5년간 준비하여 2010년 9월 77개 개발 참여국을 대상으로 투표를 실시하여 2010년 11월1일 ‘국제표준화기구(ISO)가 2010년 11월 1일 발표한 기업의(육근효, 201, 이동승, 2012)’ CSR에 대한 국제표준이다.

이는 사회의 모든 조직이나 기업이 의사결정 및 활동 등을 할 때 소속된 사회에 ‘이익이 될 수 있도록 하는 책임을 규정(천미림, 2012)’ 한 것이다(육근효, 2012). 구체적으로 산업계, 정부, 소비자, 노동계, 비정부기구(NGO) 등 7개 경제주체를 대상으로 지배구조, 인권, 노동관행, 환경, 공정거래, 소비자 이슈, 공동체 참여 및 개발 등 7대 의제를 사회적 책임 이슈로 규정하고, 이에 대한 실행지침과 권고사항 등을 담고 있다(이상민, 2012, 이수동, 2013, 곽관훈, 2010, 천미림, 2011).

2005년부터 5년간 추진돼 온 이 기준은 2010년 9월 '77개 개발 참여국을 대상으로 실시한 투표에서 93%(채원호, 2011)'의 찬성을 얻어 국제표준으로 최종 결정된 바 있다(최현정, 2013, 박상협, 2014).

외부적 가치경영 중에서 윤리경영의 범주에 관한 연구로 이영석 외(2004)는 개인 차원에서 회사의 배려와 조직 차원에서 회사의 공정성은 조직내부 구성원의 자긍심을 고취 할 뿐만 아니라 공동체 의식을 강조하는 규범이나 제도 적용에서의 윤리경영 범주에도 속한다(이경희, 2010, 박상협, 2014).

회사의 이익만을 위하여 경영하는 회사보다 회사의 이익만을 고집하지 않고 사심 없이 기업을 경영하는 측이 회사의 주가가 더 높다고 했다. 조직의 장기적인 성공은 대부분 사회적 자본에 달려있다. 이것은 회사가 정직, 공정, 올바른 행동을 하고 있다는 평판을 형성하는 것이 필요함을 의미한다. 연구결과에 의하면, 사람들은 높은 수준의 윤리와 사회적 책임을 보여주는 회사에서 일하기를 더 좋아하고, 이런 회사에 우수한 인력이 입사하기도 한다(김광점 외, 2006).

빠른 성장과 단기적인 이익을 위해 윤리를 배제하는 기업은 결국 어려움을 겪게 된다. 구성원, 고객, 투자자, 대중들과의 신뢰를 얻고 유지하기 위해, 조직은 윤리를 최우선순위에 두어야 한다, 듀폰사의 최고경영자, Charles O, Holliday는 '당신들이 윤리적이라고 말하는 것만으로는 효과가 없다, 당신들은 일상적인 행동을 통해 신뢰를 얻어야한다.' 이 부분이 가치경영에서 주목해야 할 윤리 경영이다(김광점, 2006).

외부적 가치경영의 소비자 만족도에 관한 연구로는 "대중에게 홍보는 선전, 광고 상품부터 생산자 광고까지 광고의 확대를 의미한다. 회사의 미덕이나 성과를 확인시켜 주는 것 보다 기업 문화를 대중에게 알려주는 것을 강조해야 한다(피터 드러커, 2006)".

가치경영 안에 내부구성원의 복지와 커뮤니케이션이 조직문화의 한 축으로 정리된다면, 소비자만족도는 마케팅과 홍보 부분에도 연결고리가 만들어진다. 소비자에게 어떤 양질의 서비스를 줄 것인가, 어떤 양질의 상품을 공급 할 것인가는 가치경영의 중요한 요소가 된다. 즉 영업 이익으로만 소비자를 대면할 수 없다는 것이다.

소비자의 가치와 구성원의 가치를 연결 지을 수 있는 전략적 소비자 행동방침이 가치경영의 중요한 부분이다.

기업은 제품을 만들고, 서비스를 제공하는 것을 넘어 소비자의 경험 수준을 높이고 그들의 변신을 도와 줄 수 있어야 한다. 단순한 상품화로 인해 발생할 수 있는 위험으로부터 자유로울 수 있다. 그렇게 못 하는 기업은 결국 치열한 경쟁과 냉정함만 가득 찬 시장에서 도태되고 만다(조셉파인 외, 1999).

기업이 고객에게 훌륭한 경험을 제공하고자 한다면, 직원의 성과와 영향력을 제대로 분석하고, 올바른 피드백을 통해 사기를 북돋우며, 권한이양으로 각 분야에서 직원 스스로 결정권을 갖고 행사 할 수 있어야 한다. 훌륭한 고객 경험이란 월등한 직원 관리의 다른 표현일 뿐이다(로리 바시 외, 2012).

일부 기업에서는 ‘소비자 만족’을 우선으로 하여 정작 내부 구성원들을 소홀히 하는 경우가 있는데, 이 부분은 바람직하지 않다. 기업은 물론 고객의 열망을 주의 깊게 살피고, 시장의 변화를 잘 따라가야만 한다. 그러나 내부 구성원의 중요성을 무시하는 것은 지나친 소비자 만족으로 갈 수 있는 점에 주의해야 한다. 가치경영은 소비자와 내부 구성원의 융합이 만들어질 때, 비로소 그 가치가 발현된다.

2) 내부적 가치경영

내부적 가치경영으로는 가치경영과 조직구성원 복지, 커뮤니케이션을 비롯한 조직문화로 구분했는데, 가치경영의 개념은 서론과 제2장 이론적 배경에서도 언급했다. 본 장에서는 조직구성원 복지와 커뮤니케이션을 비롯한 조직문화에 관한 선행연구를 정리하고자 한다.

좋은 고용주라는 말은 관대하고 너그러운 기업의 이미지를 연상시킨다. 하지만 실제로 좋은 고용주가 된다는 것은 복잡하고 어렵다. 우선 회사가 직원을 존중하는 것이 중요하다.

직원들이 업무 수행시 최선을 다 할 수 있도록 하기 위해서는 공정한 보상이 필수이다. 이것은 좋은 고용주의 가장 기본적인 요소이다. 다양한 정보들을 활용하여 적당한 수준의 보상 시스템을 구축하는 것이 중요하다.

우리가 건강하게 살기 위해서는 잘 먹고 적당히 운동하며 위생에도 신경을 써야 하는 것처럼, 조직 역시 기본적인 활동에 부지런히 관여해야 한다. 하지만 대부분의 경영진들은 이 부분을 귀찮게 여기기도 한다. 그럼에도 가치경영에는 조직구성원의 복지 관련으로 공정한 보상, 직무 환경, 공식적인 학습, 등이 포함된다.

영업 이익에만 가치를 두고, 문화적인 사회적 가치를 등한시 하는 의사결정으로 가치경영을 결정할 경우, 당장의 수익은 보장 되지만, 지속가능성은 확보할 수 없다. 지속적인 투명성이 높아지는 방향으로 기업은 움직이고 있다. 사회적 가치가 낮은 방향으로 의사결정을 할 경우, 기업의 기대 수명은 점차 줄어들 것이다.

승진이나 보너스가 단기 성과에만 집중된다면, 임직원은 단기 목표 달성을 위해 기본적인 업무 원칙과 고객을 위한 비용 등을 상대적으로 가치가 떨어

진다고 생각하게 된다. 그래서 직원의 관심사를 파악하고 관리하는 것과 비금전적인 보상과 역량 개발에 대한 지원을 하는 것이 조직구성원의 복지와 연결된다.

고용주에게 직원은 자산이자 비용이다. 좋은 고용주는 구성원 마음속에 존재하는 긴장감을 훌륭하게 관리하는 균형 감각을 가지고 있다. 조직은 구성원과의 관계를 기업의 사업 실적으로만 보는 오류를 범해서는 안 된다. 조직이 가치를 만들어 내는 데 있어서 직원들이 진정으로 핵심적인 역할을 하는지 평가하기 위해서는, 조직이 인적자원 분석에 진지한 작업을 시작해야 하고, 그 부분이 가치경영의 구성원 복지와 연결되어야 한다(로리 바시 외, 2012).

기업의 가치경영은 고용주의 의지만으로는 불가능하다. 그래서 가치경영을 위한 가치관 수립이 정리되어 한다. 모든 가치관의 필요성을 조직구성원들에게 설득해야 한다. 가치경영을 직원들이 필요성을 절감해야 지속가능한 가치경영이 마련된다(전성철 외, 2011). 가치경영의 폭넓은 범주로 조직문화를 이야기할 수 있다, 조직문화와 커뮤니케이션은 기업의 실질적인 업무에 도움을 주고, 조직문화 분위기는 조직 구성원들의 노력으로 변화가 가능한 가치경영 요소이다(전미옥, 2013).

인간은 외부와 연결하고자 하는 근본적인 욕망을 가지고 있는데, 이를 상호 연결성이라고 한다. 소비자는 그들의 생활과 관련된 기업과 더 많이, 그리고 더 나은 방법으로 연결되기를 바란다(로리 바시 외, 2012. 내부 구성원들도 마찬가지이다. 커뮤니케이션을 비롯한 조직문화가 상호 연결고리가 만들어질 때, 가치경영은 더 빛을 보게 된다.

커뮤니케이션은 쉽다. 그러나 효과적인 커뮤니케이션은 어렵다. 특히 두 사람 이상이 개입되면 더 어렵다. 이 때문에 대부분의 조직은 커뮤니케이션을 마치 전쟁처럼 여긴다. 엄청난 시간과 노력이 필요하고, 굳은 의지가 있어야만 원활한 커뮤니케이션이 가능하다. 무엇이든 솔직하게 인정하며 구성원들과

소통하는 문화가 필요하다. 직원과 끊임없이 의사소통하기 위한 노력과 일관된 행동양식이 있어야 가능하다. 가치경영에서의 커뮤니케이션은 직원과의 협업을 통해서 업무 수행에 방해가 되는 장애물을 효과적으로 제거하는 것과 의사 결정 과정에서, 구성원들의 의견을 많이 듣고 탐색하는 것, 조직의 가치를 실천하며 그것을 구성원들에게 보여 주는 것, 원칙적이고 윤리적인 행동을 하는 것 모두가 가치경영의 커뮤니케이션 요소이다(로리 바시 외, 2012).

문제에 대한 합의를 이루는 것은 의사 결정 과정 중에 문제 확인 단계에서 특히 중요하다. 문제가 명확해지고 문제인식에 합의가 이루어지면, 문제해결에 대한 명확한 기준과 성과 목표가 설정 될 수 있다. 문제에 합의가 이루어지지 않으면, 문제 확인이 불확실하므로 경영자는 목표 및 우선순위 설정에 의견이 일치하도록 하는데 집중적으로 노력해야 한다(김광점 외, 2009).

조직에서의 의사결정이 대부분 논리적이고 합리적인 방법에 의하는 것이 아니다, 라는 점도 주목하여야 한다. 그럼에도 조직의 의사결정은 사회적 과정의 한 부분이다(김광점 외, 2009). 그럼으로 가치경영의 한 요소로 어떻게 커뮤니케이션하고, 어떻게 갈등을 풀어 나가는지도 중요한 변수로 작용한다.

제 2 절 조직구성원의 행복지수

1. 행복지수의 개념

최근 국내에서는 삶의 질이나 소득의 불평등과 같은 사회현상에 대한 국민의 관심이 고조 되고 있다. 누구나 한번쯤은 돈이 많았으면 좋겠다는 생각을 해 본 적이 있겠지만, 과연 돈이 많다, 고 행복한가? 라고 물었다(이내찬, 2012). 이와 같은 문제를 분석적으로 접근한 최초의 학자는 이스털린(Easterlin, 1974)⁹⁾이다.

행복지수란 자신이 얼마나 행복한가를 스스로 측정하는 지수이다(이창석, 2011). 영국의 심리학자 로스웰(Rothwell)과 인생 상담사 코언(Cohen)이 만들어 2002년 발표한 행복공식을 말한다(이승채, 2013). 이들은 18년 동안 1,000명의 남녀를 대상으로 80가지 상황 속에서 자신들을 더 행복하게 만드는 5가지 상황을 고르게 하는 실험을 하였다(이승채, 2013, 김양래, 2008).

그 결과 '행복은 인생관·적응력·유연성 등 개인적 특성을 나타내는 P(personal), 건강·돈·인간관계 등 생존조건을 가리키는 E(existence), 야망·자존심·기대·유머 등 고차원 상태를 의미하는 H(higher order) 등 3가지 요소에 의해 결정된다' 고 주장하였다(이승채, 2013, 김양래, 2008, 조성립, 2010).

이들은 3요소 중에서도 생존조건인 E가 개인적 특성인 P보다 5배 더 중요하고, 고차원 상태인 H는 P보다 3배 더 중요한 것으로 판단하여 행복지수를 $P+(5 \times E)+(3 \times H)$ 로 공식화하였다(이승채, 2013).

OECD(경제협력개발기구)의 행복지수(BLI, Better Life Index)는 행복지수는 국민 삶에 영향을 미치는 주거(Housing), 소득(Income), 일자리(Jobs), 공

9) 이스털린, 미국의 경제사학자로 이스털린의 역설(Easterlin's paradox) 이론을 개발, 소득이 일정 수준에 도달하고 기본적 욕구가 충족되면 소득이 증가해도 행복에는 큰 영향을 끼치지 않는다는 이론을 1974년에 주장함

동 생활(Community), 교육(Education), 환경(Environment), 행정(Governance) 건강(Health), 삶에 대한 만족(Life Satisfaction), 치안(Safety), 일과 삶의 균형(Work-Life Balance)(최은정, 2008, 김은정, 2011, 손영미, 2011) 이상 11개 항목으로 행복지수가 구성된다.(OECD, 2013)¹⁰⁾

한국은 경제협력개발기구(OECD)가 세계 선진국 36국을 대상으로 집계한 ‘2013년 행복지수(Better Life Index)’에서 하위권인 27위에 그쳤다(OECD, 2013).

OECD는 지난 2011년부터 주거·소득·고용·공동체·교육·환경·시민참여·보건·삶의 만족도·안전·일과 생활의 균형 등을 종합적으로 평가한 행복지수를 발표하고 있다. OECD가 행복지수 순위를 공식 발표하지는 않지만 모든 지표에 동일한 가중치를 부여해 계산하면 한국의 순위는 27위에 불과하다.

한국은 안전(9.1)과 시민참여(7.5) 교육(7.9) 등에서 높은 점수를 받았다(배준구, 2013). 그러나 공동체(1.6)지수는 34위로 최하위권이었으며 일과 생활의 균형(5.0)·건강(4.9)·삶의 만족도(4.2)·환경(5.0) 등에서 낮은 점수를 받았다.

각 항목은 10점 만점으로 높을수록 좋은 것이다. 가장 낮은 점수를 받은 공동체지수는 사람들이 다른 사람과 만나는 빈도와 개인관계의 친밀성, 봉사활동 등 사회적 삶의 만족도를 측정한 것이다. 한국은 응답자 중의 77%가 ‘필요할 때 의지할 수 있는 사람이 있다’고 답해 OECD 평균인 90%를 크게 밑돌았다(이투데이, 2013).

2. OECD 행복지수 국가적 순위에 대한 고찰

2011년, 2012년 호주는 2년 연속 OECD 전 세계 국가별 행복지수 1위를 차지했다. OECD의 행복지수(B LI, Better Life Index) 조사에서 호주가 행복

10) 행복지수 (OECD(경제협력개발기구)의 행복지수(BLI, Better Life Index), 2013년

한 36개 회원국 가운데 1위를 차지했다. OECD 행복지수 탄생 첫 해 호주는 개발한 소득을 제외한 10개 항목에서 전체적으로 높은 점수를 받아 34개 국가 중 1위를 차지했다. 이 호주는 조사에 참여한 호주인의 75%가 이 삶의 만족도를 묻는 질문에 ‘그렇다’고 답했다(OECD, 2011·2012).

한국은 ‘자살률 1위, 최저 출산율이란 불명예스러운 수식어가 붙는 한국. 하지만 외국인 거주자들의 눈에는 충분히 행복할 수 있는 잠재력 있는 국가로 비쳐졌다. 매일경제신문은 '국민행복선언 1년-행복국가의 조건' 시리즈를 마치며 행복지수 상위국(스위스·네덜란드·호주)에서 살아왔으며 한국에서도 생활 경험이 있는 주한(駐韓) 외국인들을 만나 이들이 생각하는 행복의 조건에 대해 들었다. 스위스, 네덜란드, 호주는 지난해 기준 UN과 OECD 행복지수 상위 10위 안에 든다(매일경제, 2014).

이스털린 교수¹¹⁾는 국민 전체의 행복을 결정짓는 중요한 요소로 '고용·사회안전망 정책'을 꼽았다. 그는 이를 설명하기 위해 사회주의에서 자본주의로 전환되는 국가, 개발도상국에서 선진국 대열로 넘어가는 국가 등을 예로 들었다. 그는 어떤 형식이든 '과도기'에 처한 국가는 실업률이 증가하고 사회안전망이 축소되는 경우가 많다. '성장률 자체가 중요하지 않다는 것이 아니다. 성장률과 사회안전망, 고용이 최적의 밸런스를 찾도록 노력해야 한다는 뜻'이라고 강조했다(매일경제, 2014).

3. OECD 행복지수에 대한 고찰

2008년 1월 프랑스에서 GDP보다 사회적 후생(social well-being)을 보다 잘 나타낼 수 있는 새로운 지표를 만들기 위해 스티글리츠 위원회 설립하였다(남주하, 김상봉, 2012). 경제적 성과와 사회발전의 측정을 목표로 삼았다(오정일, 2012, 방영덕, 2009). GDP 이슈, 지속가능성과 환경(Sustainable

11) 이스털린, 미국의 경제사학자로 이스털린의 역설(Easterlin's paradox) 이론을 개발, 소득이 일정 수준에 도달하고 기본적 욕구가 충족되면 소득이 증가해도 행복에는 큰 영향을 끼치지 않는다는 이론을 1974년에 주장함

Development & Environment), 삶의 질(Quality of life)의 3개 분과로 연구를 진행하였다(남주하, 김상봉, 2012).

삶의 질은 생활수준보다 광의의 개념으로 물질적인 측면을 넘어 삶을 가치 있게 만드는 모든 요소를 포함하고, 보건(수명, 사망률, 질병 등), 교육, 개인 활동(시간활용), 정치적 지배구조, 사회적 연계, 환경조건, 개인적 불안정성(범죄, 사고, 자연재앙 등), 경제적 불안정성(실업, 병, 노령 등) 등 8가지 요인을 강조하였다(남주하, 김상봉, 2012).

OECD는 2004년 팔로메에서 개최된 ‘통계, 지식과 정책’(Statistics, Knowledge and Policies) 포럼 이후 축적된 성과와 Stiglitz 외(2009)가 권고한 내용을 바탕으로 2011년 5월, 11개 범주, 20개 세부 지표로 구성된 ‘보다 나은 삶의 지수’(Better Life Index: BLI)를 공개하였다(이내찬, 2012). BLI의 큰 축은 물질적 생활 조건(material living conditions)과 삶의 질(Quality of life)이다(이내찬, 2012).

전자는 국민들의 소비 가능성과 소유 재원의 크기를 결정하는 반면, 후자는 국민들의 금전 이외의 속성의 집합으로 삶의 기회를 형성하였다(이내찬, 2012). 물질적 생활 조건에는 소득과 부, 직업 및 주거가 포함되며 삶의 질에는 건강, 일과 개인 생활 간 균형, 교육, 커뮤니티, 정부의 운영 방식, 환경, 치안 및 전반적 인생 만족도(life satisfaction)가 포함된다.

BLI의 특징은 거시 지표보다는 개개인의 행복을 나타내는 미시 지표, 평균치 외에 분포 또는 불평등에 초점을 맞추고 있으며 객관적 지표는 물론 주관적 측면도 살펴본다. 각 지표는 데이터의 최대치와 최소치를 기준으로 10점 기준으로 정규화 되어 회원국 간 비교된다(이내찬, 2012).

OECD는 BLI 지표를 이용하여 단일 수치인 지수를 도출하기 위한 가중치 부여 방식에 대해서는 구체적으로 언급하지 않고 이를 활용 하고자 하는 사람들의 판단에 일임한다(이내찬, 2012), BLI를 구성하는 또 하나의 축은 시간 경과에 따른 행복의 지속가능성(sustainability of well-being over time)이다(이내찬, 2012).

이는 사람들이 생활하고 일이 행복을 지속하게 하기 위해 중요한 사회경제 및 자연 체계의 지속가능성으로 사람들의 행동이 자연, 경제, 인간, 사회자본 양에 어느 정도 영향을 미치는가에 의존한다(이내찬, 2012). 행복의 지속가능성을 포함한 지표 체계의 구축과 개선 작업은 진행에 있다(이내찬, 2012).

<표 2-2> OECD의 BLI

범주	지표
주거	인당 방수, 기초설비부재주거
직장	고용률, 장기실업률
소득	가처분소득, 가계 금융소득
개인생활과 직장 간 균형	자녀보유여성고용률, 피고용인노동시간, 개인 여가시간
건강	기대수명, 자기보고건강
커뮤니티	사회네트워크 안정성(접촉 빈도)
지배구조	투표율, 입법과정자문공개
교육	고등학교 졸업률, 독해력
환경	공기오염
치안	상해율, 살해율
인생 만족	인생만족도

OECD는 BLI에 프랑스 대통령 사르코지의 의뢰에 의해 삶의 질을 반영할 수 있는 측정 체계에 대해 검토한 경제학 노벨상 수상자인 Stiglitz와 Sen 그리고 Fitoussi에 의해 작성된 보고서 「경제성과 및 사회 진보의 측정」(Measurement of Economic Performance and Social Progress)(2009)에서 권고된 사항을 검토하여 반영하고 있다(이내찬, 2012).

이 보고서의 권고 내용은 우선 정확한 소득 수준을 측정하기 위해 국가 간 소득의 유입과 유출을 감안하여 국내 가처분 소득(national disposable income) 개념을 사용하고, 부의 측정을 구체화하기 위한 위성계정(Satellite

account)을 마련하는 것이 바람직하다고 주장한다(이내찬, 2012).

또한 가구의 관점에서 실질 구매력이 반영될 수 있도록 실질 조정 가처분 가구 소득(real adjusted disposal household income)을 사용하고, 평균 소득은 소득분포가 왜도된(skewed) 경우 그 형상을 정확하게 파악하지 못할 수도 있으므로 중위수(median)를 병행 사용하도록 권고하고 있다(이내찬, 2012).

한편, 유아, 요리, 세탁, 노인 보살피기 등 가구, 주로 여성의 서비스 생산 활동과 같은 비시장적 활동(non-market activities)에 대한 묵시적 소득이 고려되어야 한다(이내찬, 2012). 이와 같은 권고 사항 중 실질적 소득과 부는 BLI의 지표에 반영되어 있다(남주하, 김상봉, 2012).

4. 행복지수에 대한 국가별 선행연구

영국의 Office for National Statistics(ONS, 2011)의 행복지수는 정기적으로 주관적인 삶의 질(wellbeing)을 측정하여 기존의 객관적인 삶의 질 측정을 보완하고자 하는데 목적이 있다.

ONS는 2010년 11월과 2011년 4월 사이에 삶의 질(wellbeing)에 대한 국민토론회를 개최하고, 이를 통하여 다음의 질문들에 대한 답을 구하였으며, 전국적으로 어린 학생들, 장애우들, 소수민족들, 죄수들 등 다양한 그룹의 사람들을 포함하는 175회의 이벤트를 열었으며, 34,000건 이상의 반응을 얻었다. 참가자들이 선정한 중요한 요소들로는 건강, 우정, 가족 관계, 직업 만족도, 경제적 안전, 환경 등 그리고 여기에 교육-훈련을 포함 시킬 것을 요청하였다.

독일의 Commission of Inquiry(2013)의 행복지수는 의회에서 <Growth, Prosperity, Quality of Life-New Ways towards Sustainable Production and Social Progress in the Social Market Economy>에 대한 Commission

of Inquiry를 설치하여 웰빙 측정의 새로운 방법을 모색하였다. 2011년에 17명의 의원들(범 정당)과 17명의 전문가들로 구성된 팀이 발족하였으며 2013년에 리포트를 제출 하였다.

Federal Statistical Office는 2년마다 지속가능 개발에 대한 지수를 발표할 예정이며, 35개의 항목과의 관계 안에서 독일의 지속가능 전략의 가이드라인을 점검할 계획이다.

이탈리아의 Benessere Equo e Sostenibile(BES, 2012)의 행복지수를 중심으로 equitable and sustainable well-being 측정을 위한 체계적 접근방법을 마련하였다. 2010년 12월 이탈리아 통계국(The Italian National Institute of Statistics: ISTAT)과 국가 경제 및 노동위원회(the National Council for the Economy and Labour: CNEL)가 협력하기 시작하였다.

CNEL에는 재계, 노동계, 및 시민단체에서 100명 이상의 대표들이 참여하였으며, 발전에 대한 정의, 적절한 지수들의 개발, 정치인 및 국민들에게의 홍보 등이 과제이며, 2011년부터 3단계에 걸친 일련의 계획을 수행하였다.

프랑스와 독일(2010)의 행복지수는 프랑스에서 Stiglitz Commission을 탄생시켜 삶의 질 측정을 국제적 아젠다로 만든 자는 바로 니콜라스 사르코지 대통령이다. Stiglitz Commission의 구성은 국제적이었지만, 많은 프랑스 전문가들이 참여하였으며, 프랑스 통계국(National Institute of Statistics and Economic Studies: INSEE) 및 파리에 근거를 둔 OECD에서도 지원하였다. Stiglitz 리포트에 이어서, 프랑스-독일 장관 회의는 French Conseil d'Analyse Économique (CAE)와 the German Expert Council for the Assessment of Macroeconomic Development 로 하여금 지속가능한 성장과 사회발전의 측정에 관한 리포트를 작성할 것을 요청 하였다.

2010년 12월에 Monitoring Economic Performance, Quality of Life and Sustainability: A Comprehensive Set of Indicators 리포트 작성 하였고, 이들은 삶의 질에 대한 하나의 지수보다는 dashboard 방식을 선호하며, dashboard에는 경제성과, 삶의 질, 지속가능성 세 부문으로 구성되어 있다.

미국은 2010년 3월, 오바마 대통령은 The Key National Indicators Act에 서명하였는데, 이 법은 미국시민들에게 미국과 그들의 지역의 삶의 질에 대한 정확한 정보를 제공하는 Key National Indicator System(KNIS)의 개발이 목표이다.

KNIS는 The National Academy of Sciences (NAS)에서 주도하며, the State of the USA 라는 신설 비영리 기관과 협력하고 있다. 이 법은 민주-공화 양당이 모두 지지하는 법안이며, 향후 9년간 이 프로젝트를 위하여 하원에서 7천만 달러를 책정하였으며, 개인으로부터 기부금도 받고 있다.

KNIS는 궁극적으로 약 300개의 지수들을 포함할 예정이며, 사용자에게 편리한 웹 사이트를 열어서 누구나 접속이 가능하도록 할 것이며, 시민생활, 문화생활, 죄와 정의, 경제, 교육, 에너지, 환경, 가정과 아이들, 정치제도, 건강, 주거, 하부구조, 혁신, 안전, 교통 등이 주요한 변수가 될 것이다.

일본의 행복도 지표는 선진국 중에서도 행복도(평균치)가 낮게 나타나고 있다. 학교에 적응하지 못하는 15세 비율이 선진국 중에서 가장 높으며, 20대에서 40대 전반의 남성, 10대 후반에서 30대 전반의 여성 사망원인은 자살이 가장 많고, 20대와 30대의 3명 중 한명이 과거에 자살을 생각했던 적이 있다고 한다. 또한 일본의 특징은 고령층이 가장 행복도가 낮다는 데 있다. 통상 선진국에서는 연령과 행복도가 U자형의 관계로 나타나는 것과는 대조적이다.

제 3 절 선행 연구와의 차별성

1. 기존 선행연구 내용

기업의 가치경영과 행복지수에 대한 연구는 많지만 가치경영과 조직 구성원의 행복지수를 비교, 조사한 연구는 한계적이다.

기업의 가치경영 개념에 대한 선행연구는 『가치관 경영』(전성철 외, 2011), 『경영 바이블』(피터 드러커, 2006),과 『굿컴퍼니』(로디바시 외, 2012), "플라워 디자인 브랜드의 가치 중심 경영 전략에 관한 연구"(안희영, 2014), 『전략경영과 경쟁우위』(Jay B.Barney & William S.Hesterly, 2012)에 잘 나타나 있다. 가치경영의 중요성은 『굿컴퍼니』(로디바시 외, 2012), 『위대한 혁신』(피터 드러커, 2006), 『최고의 직장』(GWP연구소, 2012)에서 제시하였다.

가치경영을 실행하는 기업의 사례는 아리랑이온, 여행박사, 칸투칸, SPC그룹, 아모레퍼시픽의 사례를 연구 하였다.

가치경영에 관한 선행연구는 외부적 가치경영과 내부적 가치경영으로 나누어서 연구를 하였다.

외부적 가치경영은 CSR은 한은경(2013), 박상협(2014), 서대교(2009), ISO2006의 사례로 연구하였다. 윤리경영은 김광점(2006)의 저서 『조직 이론과 실체』에서 언급하였고, 소비자 만족도는 피터 드러커(2006), 기업의 소비자 경험수준(조셉파인 외, 1999)을 높이고, 직원과의 커뮤니케이션은 로리바시 외(2012) 『굿 컴퍼니』 저서를 통하여 조직문화에 대한 선행 연구를 하였다.

내부적 가치경영은 구성원의 복지와 상호 연결성(로리바시 외, 2012), 조직 문화와 커뮤니케이션(전미옥, 2013)에 대해서 이야기 하였다.

조직구성원의 행복지수에 대한 선행연구는 행복지수의 개념에 최초로 접근한 학자(이스탈린, 1974)와 행복공식(로스웰·코언, 2002), OECE의 행복지수 11가지 항목에 대해서 연구 하였다. OECD 행복지수 국가적 순위에 대한 고찰은 2011년과 2012년 2년 연속 행복지수 1위를 차지한 호주와 성장률과 사회안전망, 고용의 최적의 밸런스(이스탈린, 1974)에 대해서 연구하였다.

OECD 행복지수에 대한 고찰은 '보다 나은 삶의 지수'(Better Life Index: BLI)를 기준으로 연구 하였다. 행복지수에 대한 국가별 선행연구는 미국, 일본, 영국, 프랑스, 독일, 이탈리아, 에 대해 연구 하였다.



2. 본 연구의 차별성

선행연구들이 대부분 가치경영이나 CSR을 통하여 조직구성원의 조직성장에 관한 연구(박상협, 2014)들과 조직의 가치경영과 관련된 행복지수보다는 OECD 국가의 행복지수에서 나열된 삶의 질에 대한 연구(이내찬, 2012), 혹은 특정전문분야의 행복지수 영향요인에 대한 연구(남문화·권영채, 2013) 등이 선행연구로 제시되고 있다.

이에 본 연구는 조직의 가치경영요인의 항목으로 사회공헌을 비롯한 기업의 역할적 가치 개념과 조직문화, 구성원 복지, 소비자 만족도, 윤리의식을 매개변수나 조절변수로 활용하여 조직구성원의 행복지수에 관한 상관관계를 분석하는데 집중했다.

행복지수의 설문지는 OECD 11개 항목을 중심으로 재구성하여, 객관성을 담보하여, 조직구성원들의 행복지수를 잣대로 향후 기업의 컨설팅방향에 도움을 줄 수 있으리라 판단되어진다.

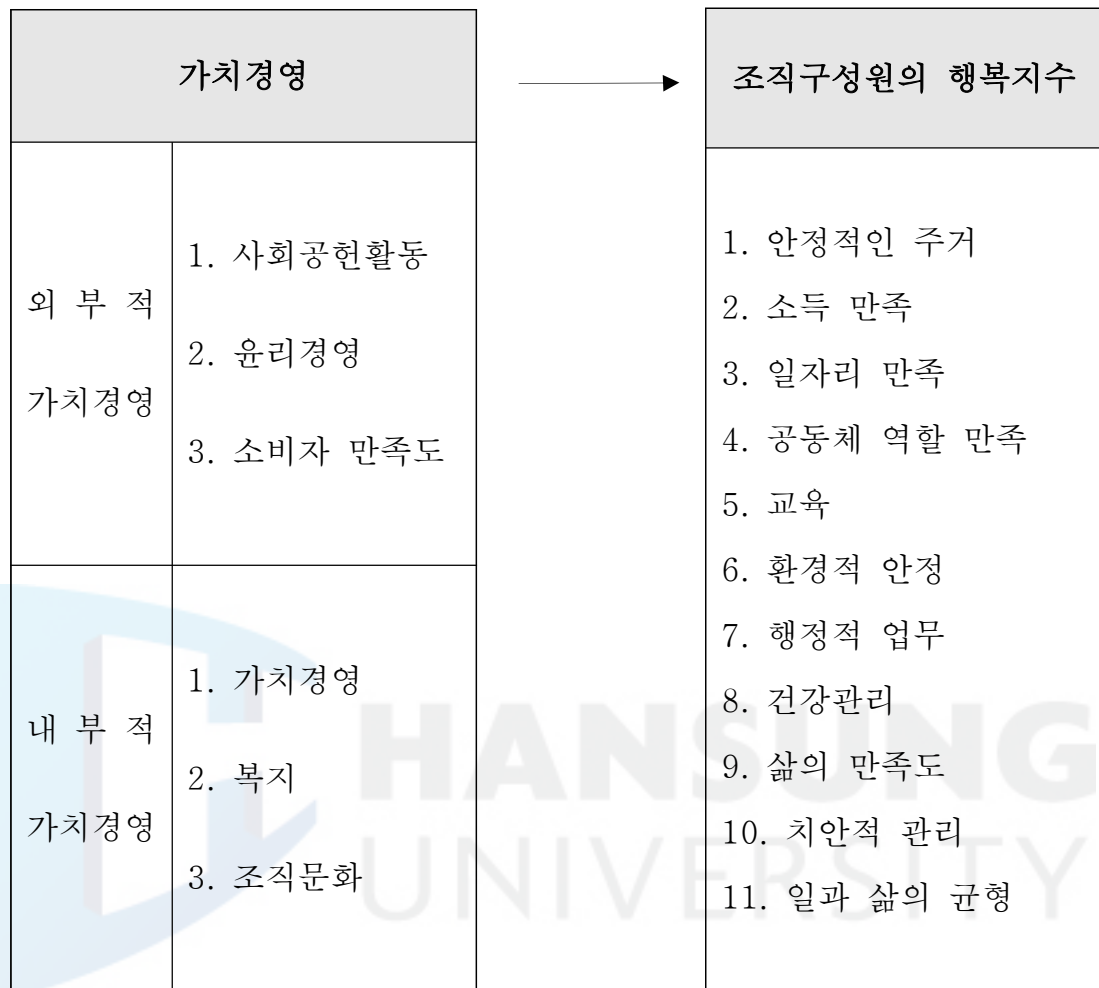
제 3 장 연구모형 및 가설

제 1 절 연구모형의 설계

선행연구를 토대로 본 연구에서는 조직의 가치경영이나 CSR이 조직원의 행복지수에 미치는 영향을 실증 분석하였다. 조직이 생각하는 가치경영의 개념과 CSR을 실천하기 위해서는 다각적인 활동을 하고 있다. 행복지수에 대한 내용은 OECD에서 조사하고 있는 행복지수 항목을 기준으로 재구성하여 조사를 하였다.

기존 관련 자료에 대한 문헌조사를 통하여 본 연구에 기초가 되는 여러 참고문헌들을 재정리하고 분석하는 작업을 했다. 학위논문을 비롯한 학술지 논문과 단행본, 언론 기사 등을 참고하여 가치경영과 행복지수에 관한 영향을 재정립하여 연구가설을 설정하였다.

<그림 3-1> 연구모형



제 2 절 연구가설의 설정

이론적 배경에서 살펴본 바와 같이 기업의 가치경영은 내부적으로는 조직원들의 행복과 외부적으로는 이해관계자들과 지역사회의 요구를 충족시키기 위해서는 더 많은 노력이 필요하며, 가치경영을 잘하는 조직일수록 조직원의 성과도 높을 것으로 나타나고 있다.

따라서 조직의 가치경영은 이익 추구에만 국한되지 않고, 조직구성원의 다양한 동기부여에 가치를 부여할 수 있는 방안이 중요하다.

이상의 선행연구들에 근거하여 가치경영이 조직구성원의 행복지수에 영향을 미친다는 가설을 아래와 같이 설정하였다.

가설 H1. 조직의 외부적 가치경영은 조직구성원의 행복지수에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

H1-1. 조직의 외부적 가치경영은 조직구성원의 행복지수 중 안정적인 주거에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

H1-2. 조직의 외부적 가치경영은 조직구성원의 행복지수 중 소득 만족에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

H1-3. 조직의 외부적 가치경영은 조직구성원의 행복지수 중 일자리 만족에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

H1-4. 조직의 외부적 가치경영은 조직구성원의 행복지수 중 공동체 역할 만족에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

H1-5. 조직의 외부적 가치경영은 조직구성원의 행복지수 중 교육에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

H1-6. 조직의 외부적 가치경영은 조직구성원의 행복지수 중 환경적 안정에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

H1-7. 조직의 외부적 가치경영은 조직구성원의 행복지수 중 행정적 업무에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

H1-8. 조직의 외부적 가치경영은 조직구성원의 행복지수 중 건강관리에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

H1-9. 조직의 외부적 가치경영은 조직구성원의 행복지수 중 삶의 만족도에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

H1-10. 조직의 외부적 가치경영은 조직구성원의 행복지수 중 치안적 관리에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

H1-11. 조직의 외부적 가치경영은 조직구성원의 행복지수 중 일과 삶의 균형에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

가설 H2. 조직의 내부적 가치경영은 조직구성원의 행복지수에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

H2-1. 조직의 내부적 가치경영은 조직구성원의 행복지수 중 안정적인 주거에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

H2-2. 조직의 내부적 가치경영은 조직구성원의 행복지수 중 소득 만족에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

H2-3. 조직의 내부적 가치경영은 조직구성원의 행복지수 중 일자리 만족에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

H2-4. 조직의 내부적 가치경영은 조직구성원의 행복지수 중 공동체 역할 만족에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

H2-5. 조직의 내부적 가치경영은 조직구성원의 행복지수 중 교육에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

H2-6. 조직의 내부적 가치경영은 조직구성원의 행복지수 중 환경적 안정에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

H2-7. 조직의 내부적 가치경영은 조직구성원의 행복지수 중 행정적 업무에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

H1-8. 조직의 내부적 가치경영은 조직구성원의 행복지수 중 건강관리에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

H2-9. 조직의 내부적 가치경영은 조직구성원의 행복지수 중 삶의 만족도에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

H2-10. 조직의 내부적 가치경영은 조직구성원의 행복지수 중 치안적 관
리에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

H2-11. 조직의 내부적 가치경영은 조직구성원의 행복지수 중 일과 삶의
균형에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.



제 3 절 변수의 조작적 정의와 측정

변수란 그 크기가 정해지지 않고 서로 다른 값을 취할 수 있는, 변할 수 수를 말하며, 연구에서는 연구를 통해 밝히고자 하는 관심의 대상이 되는 사람이나, 사물, 조직의 특성을 말한다. 통계나 마케팅에서는 매출액이나 이익증가율과 같이 계량적으로 측정이 가능한 계량적 변수가 있고, 반복 구매, 브랜드 선택과 같은 행동적 변수도 있으며, 만족도, 선호도와 같은 추상적 변수도 있다.

이러한 특성은 개인이나 개별집단에 따라 달라지고, 일정한 값을 가지지 않는다는 특징이 있다. 이러한 특성 중 연구가자 관심을 가지고 연구를 통해 밝히고자 하는 특성을 변수라 하며, 이들은 측정결과가 조사대상에 따라 다른 값으로 나타난다는 의미에서 변수라 하며 구체적인 성격이 강한 현상을 변수라 한다.

변수에는 변수 사이의 관계에서 서로 영향을 받는 변수로 구분할 수 있으며, 독자적으로 변하면서 종속변수(dependent variable)에 영향을 주는 독립변수(independent variable)와 그 영향을 받는 종속변수로 나누어 볼 수 있다. 또 독립변수와 종속변수로는 분류되지 않지만 연구 중에서 중요하게 고려되는 변수로 매개변수가 있다. 이 변수는 연구에서 관심을 가지고 밝히려고 하는 독립변수에는 포함되지 않지만 종속변수에는 영향을 미치는 변수를 의미한다.

그런데 변수 중에는 추상적인 개념의 변수도 있는데 연구에서는 추상적인 개념을 실증적으로 검증하기 위해서 연구대상에 대해 개념적으로 정의를 내리고 이러한 개념적 정의를 측정이 가능한 형태로 변환하여 정의하여야 하는데 이를 조작적 정의라 한다.

이에 본 연구자는 조직의 가치경영이 조직구성원의 행복지수에 영향을 미치는 변수들에 대하여 조작적 정의는 다음 <표3-1>로 정리한다.

<표 3-1> 모형에 따른 변수의 조작적 정의

분류	변수명		조작적 정의	관련 연구
독립 변수	가치경영	외부적 가치경영	1) 사회공헌 활동 2) 윤리경영 3) 소비자 만족도	- 한은경, 2003 - 박상협, 2014 - 서대교, 2010 - 김광점, 2006
		내부적 가치경영	1) 가치경영 2) 조직원의 복지 3) 조직문화	- 조셉파인 외, 199 - 로리바시 외, 2012 - 전미옥, 2013
종속 변수	조직구성원의 행복지수		1) 주거 만족 2) 소득 만족 3) 일자리 만족 4) 환경 만족 5) 행정 만족 6) 공동생활 만족 7) 교육 만족 8) 치안 만족 9) 건강 만족 10) 삶에 대한 만족도 11) 일과 삶의 균형 만족	- 국가미래연구원, 2013 - 이스털린, 1974 - 로스웰·코언, 2002 - Stiglitz 외, 2009 - OECE의 행복지수

제 4 절 분석 대상 및 분석 방법

1. 분석대상

본 연구에서는 조직의 가치경영과 조직구성원의 행복지수 사이의 관계를 규명하고 그 중에서도 조직의 외부적·내부적 가치경영이 조직구성원의 행복지수에 영향을 미치는지에 대한 실증 분석을 하고자 하는 것으로 이를 위하여 가치경영이나 CSR을 실천하고 있는 조직의 임직원을 대상으로 실증분석을 실시하여 연구가설을 검증하였다.

본 연구의 내용을 측정하기 위하여 조직의 가치경영과 조직구성원의 행복지수 등에 대한 리커트 7점 등간척도 17문항과 사회통계학적 특성에 대한 명목척도로 구성된 총 20개의 문항으로 구성하여 자기기입식 설문조사방식으로 진행하였다.

설문조사는 2015년 5월 15일부터 5월 30일까지 실시하여 불성실한 응답 등을 제외한 82부의 설문을 본 연구의 분석 자료로 활용하였다.

<표 3-2> 조사의 설계

구분	주요내용
조사대상	가치경영 및 CSR을 실천하는 조직의 임직원을 대상
조사방법	조직의 가치경영과 조직구성원의 행복지수에 대한 리커트 7점 등간척도, 사회통계학적 특성 등의 조사를 위한 명목척도 등 총 20개 문항의 자기 기입식 설문조사가 실시(이메일 설문, 구글 Web 설문 등)
조사표본	설문 대상 중 응답을 한 82부를 분석에 활용
조사기간	2015년 5월 15일 ~ 5월 30일

2. 분석방법

본 연구에서는 수집된 자료의 특성을 파악하기 위해 SPSS 22.0을 이용한 사회통계학적 분석을 실시하였으며, 측정도구의 신뢰성 및 타당성을 평가하기 위하여 요인분석 및 신뢰도 분석을 실시하였다. 또한 가설검증을 위해 상관관계분석 및 회귀분석 등을 실시하였다.

첫째, 연구표본에 대해 사회통계학적 분석을 실시하기 위해 전체 연구표본에 대해 조직구성원의 세부적인 특성을 파악하기 위해 성별, 연령, 재직기간 등에 대해 빈도분석을 실시하였다.

둘째, 측정도구의 신뢰성 및 타당성을 평가하기 위해 먼저, 동일한 개념을 독립된 측정방법으로 측정한 경우 결과가 비슷하게 나타나야 한다는 Cronbach's α 0.6 이상을 기준으로 측정하였다.

셋째, 측정도구의 타당성을 평가하기 위하여 여러 변수들 사이의 상관관계를 기초로 하여 정보의 손실을 최소화하면서 변수의 개수보다 적은 수의 요인으로 추출하는 요인분석은 주성분 분석에 의한 VARIMAX회전을 이용하여 탐색적 요인분석을 실시하였다.

넷째, 본 연구의 가설검증을 위한 방법으로 가치경영과 조직구성원의 행복지수에 대한 상관관계 분석 및 회귀분석을 실시하였다.



제 4 장 실증연구 결과 및 분석

제 1 절 표본 구성과 특성

1. 조직 구성원의 특성

연구 대상인 조직구성원에 대해 분석한 결과는 <표 4-1>과 같다. 응답 조직구성원은 남자가 48명, 여자가 34명으로 총 82명이다.

<표 4-1> 조직구성원의 특징

구분	응답자 수	비율	누적 응답자 수	누적비율
남자	48	58.5	48	58.5
여자	34	41.5	100	100.0
합계	82	100		

조직구성원의 연령에 대해 분석한 결과는 <표 4-2>와 같다. 응답 조직구성원은 20대가 6%, 30대가 37%, 40대가 30%, 50대가 9%로 30대와 40대가 67%로 조직에서 가장 많은 구성을 이루고 있는 것으로 나타났다.

<표 4-2> 조직구성원의 연령

구분	응답자 수	비율	누적 응답자수	누적비율
20대	6	7.3	6	7.3
30대	37	45.1	43	52.4
40대	30	36.6	73	89.0
50대	9	11.0	82	100.0
합계	82	100.0		

조사대상 조직구성원의 재직기간은 5년 미만이 23명, 5~10년이 48명, 11~15년이 11명, 16년 이상은 없는 것으로 조사되었다. 조사결과 10년 이내의 응답자 수가 86.6%로 조직의 조직구성원의 재직기간이 10년 이내로 짧은 것으로 나타났다.

<표 4-3> 설문응답 조직의 종업원 수

구분	응답자 수	비율	누적 응답자수	누적비율
5년 미만	23	28.0	23	28.0
5~10년	48	58.5	71	86.6
11~15년	11	13.4	82	100.0
16년 이상	0	0	82	100.0
합계	82	100.0		

2. 표본의 일반적인 특성

독립변수인 외부적 경영가치는 소비자 만족도가 평균 5.39로 가장 높았으나, 사회공헌활동이나 윤리경영과 비슷한 수준으로 나타났다.

<표 4-4> 독립변수 외부적 가치경영의 특성

구분	사회공헌활동	윤리경영	소비자 만족도
7점척도	5.38	5.33	5.39
표준편차	.780	.755	.857

독립변수인 내부적 가치경영의 특성은 가치경영이 평균 5.23으로 가장 높게 나타났으며, 커뮤니케이션 활성화를 통한 조직문화가 5.20, 복지가 5.06으로 가장 낮게 나타났다.

<표 4-5> 독립변수 내부적 가치경영의 특성

구분	가치경영	복지	조직문화
7점척도	5.23	5.06	5.20
표준편차	.959	.973	.978

종속변수인 조직원의 행복지수 특성은 주거가 평균 5.66으로 가장 높게 나타났으며, 행정과 소득, 일자리, 교육 등의 순으로 치안이 가장 낮게 나타났다.

<표 4-6> 종속변수 조직구성원의 행복지수 특성

	주거	소득	일자리	환경	행정	공동체	교육	치안	건강	삶의 만족도	일과 삶의 균형
7점척도	5.66	5.60	5.59	5.54	5.65	5.65	5.57	5.35	5.44	5.48	5.43
표준편차	.919	.887	.816	.849	.908	.866	.969	.961	.995	1.009	.956

제 2 절 타당성 및 신뢰성 분석

설문지 문항 중 크게 3개의 변수인 외부적 가치경영과 내부적 가치경영, 조직구성원의 행복지수 등 각 항목을 요인으로 추출하였다. 예를 들면 외부적 가치경영은 사회공헌활동, 윤리경영, 소비자 만족도 등 3개 응답치를 대상으로 요인분석을 수행하여 그 값을 저장하였다.

내부적 가치경영의 경우에도 가치경영, 복지, 조직문화 등 총 3개의 응답치를 대상으로 요인분석을 수행하여 그 값을 저장하였다.

조직구성원의 행복지수는 안정적인 주거, 소득 만족, 일자리 만족, 환경적 안정, 행정적 업무, 공동체 역할, 교육, 치안적 관리, 건강관리, 삶의 만족도, 일과 삶의 균형 등을 선정하여 같은 방식으로 각각의 요인을 추출하여 저장하였다.

모든 요인분석은 주성분분석(principle component analysis) 및 일반적으로 많이 사용하는 직각요인회전 (orthogonal factor rotation) 방법 중 하나인 VARIMAX 회전방식으로 수행하였다. 본 연구의 가설 검증은 독립변수 2개, 종속변수로 사용될 변수를 1개의 값으로 설정하였다.

본 연구의 가설을 검증하기 위하여 설문연구방법을 사용하였으며 선행연구를 참고하여 각 설문항목을 구성하고 각 응답 값에 대한 신뢰성을 분석하였다.

설문 응답 값에 대한 신뢰성 분석결과는 [표 4-7]에 제시되었는데 모든 변수에서 Cronbach's α 계수가 0.6 이상으로 나타나 설문 응답 값에 대한 신뢰성은 확보된 것으로 판단된다. 일반적으로 사회과학 연구에서는 신뢰성 측정방법 중 내적 일관성을 조사하는 대표적인 기법인 크론바 알파(Cronbach's α) 계수가 0.6 이상이면 신뢰성이 확보된 것으로 간주된다.

<표 4-7> 신뢰성 분석 및 요인분석 결과¹²⁾

변수		요인분석			Cronbach's α
		1	2	3	
외부적 경영가 치	사회공헌	.835			0.808
	윤리경영	.803			
	소비자만족도	.727			
내부적 경영가 치	가치경영		.893		0.81
	복지		.907		
	조직문화		.913		
조직구 성원의 행복지 수	주거			.816	0.985
	소득			.805	
	일자리			.815	
	환경			.782	
	행정			.844	
	공동체			.824	
	교육			.632	
	치안			.848	
	건강			.870	
	만족도			.852	
	균형			.790	
Eigen value		2.137	2.598	7.288	
% 분산		12.569	15.285	42.871	
% 누적		12.569	27.854	70.725	

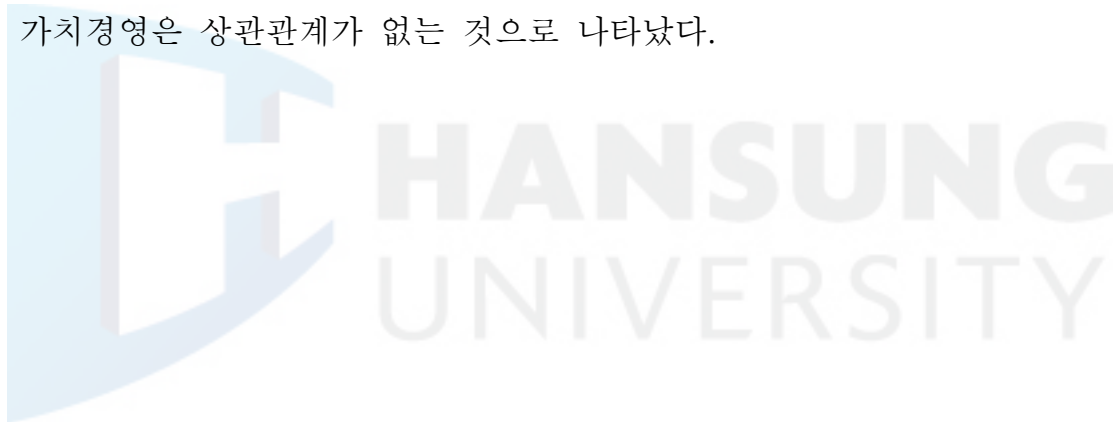
KMO=.888, Bartlett $\chi^2=990.989$, $p=.000$

12) 신뢰성 분석 및 요인분석 결과, 용어 인용(이형용, 안현철, 2010, 2011, 유호종, 2008, 김철중, 2009)

제 3 절 상관분석 결과

상관관계란 변수들 간의 관계를 말하는 것으로, 두 개 이상의 변수에 있어서 한 변수가 변화함에 따라 다른 변수가 어떻게 변화하는지와 같은 변화의 강도와 방향을 말하며, 상관관계의 정도는 0에서 ± 1 사이로 나타나며, ± 1 에 가까울수록 상관관계가 높아지고 0에 가까울수록 상관관계가 낮아진다. 일반적으로 ± 0.4 이상이면 다소 높은 상관관계, ± 0.7 이상이면 매우 높은 상관관계를 나타낸다 할 수 있다.

조직의 가치경영이 조직구성원의 행복지수에 미치는 영향을 알아보기 위하여 상관관계 분석을 하였다. 조직의 외부적 가치경영 중 소비자 만족도에 관해서만 행복지수가 0.2~0.3 전후로 낮은 상관계수를 나타내고 있으면 나머지 가치경영은 상관관계가 없는 것으로 나타났다.



<표 4-8> 변수간의 상관관계 분석결과

연구단위	평균	표준편차	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17
1.사회공헌	5.3780	.78000	1																
2.윤리경영	5.3293	.75449	.562**	1															
3.소비자만족도	5.3902	.85716	.478**	.486**	1														
4.가치경영	5.2317	.95967	.294**	.388**	.279*	1													
5.복지	5.0610	.97306	.311**	.359**	.238*	.804**	1												
6.조직문화	5.2073	.97800	.236*	.258*	.197	.751**	.778**	1											
7.주거	5.6585	.91920	.079	.129	.312**	.119	.120	.025	1										
8.소득	5.5976	.88694	.062	.071	.209	.096	.115	.069	.768**	1									
9.일자리	5.5854	.81576	.172	.104	.305**	.156	.203	.125	.714**	.722**	1								
10.환경	5.5366	.84904	.100	.010	.235*	.027	.020	-.046	.633**	.585**	.735**	1							
11.행정	5.6463	.90774	.121	.064	.227*	-.032	.011	-.111	.726**	.634**	.683**	.714**	1						
12.공동체	5.6463	.86598	.072	.143	.271*	.070	.026	-.014	.637**	.713**	.629**	.647**	.656**	1					
13.교육	5.5732	.96903	-.111	-.025	.144	-.012	-.077	-.023	.389**	.458**	.351**	.282	.402**	.495**	1				
14.치안	5.3537	.96061	-.065	-.077	.220*	.071	.016	-.013	.572**	.575**	.646**	.582**	.655**	.657**	.575**	1			
15.건강	5.4390	.99502	.022	-.014	.260*	.034	.049	-.006	.598**	.580**	.638**	.624**	.707**	.713**	.594**	.817**	1		
16.만족도	5.4756	1.00892	.067	.116	.282*	.012	.020	-.039	.683**	.617**	.693**	.664**	.712**	.647**	.513**	.691**	.749**	1	
17.균형	5.4268	.95621	.112	.077	.382**	.079	.011	.010	.631**	.569**	.546**	.536**	.688**	.617**	.545**	.654**	.670**	.670**	1

** 상관계수는 0.01 수준(양쪽)에서 유의함. * 상관계수는 0.05 수준(양쪽)에서 유의함

제 4 절 연구 가설의 검증 결과

본 연구의 가설은 조직의 가치경영이 조직구성원의 행복지수에 정(+)의 영향을 미친다는 것이다. 이를 검증하기 위해 요인분석에서 새롭게 추출된 각 요인별 변수 값에 대한 회귀분석을 수행하였다. 특히 본 연구의 독립변수인 조직의 외부적 가치경영 3가지, 내부적 가치경영 3가지 항목에 대해 세분화하고, 종속변수인 조직구성원의 행복지수를 OECD 행복지수 11가지 항목으로 세분화 하여 가설을 검증하였다.

1. 조직의 외부적 가치경영이 조직구성원의 행복지수에 미치는 영향

<표 4-9>에서는 조직의 외부적 가치경영이 조직구성원의 행복지수 중 안정적인 주거에 미치는 영향을 알아보기 위하여 다중회계분석을 실시한 결과 외부적 가치경영 중 소비자 만족도가 .007에서 영향을 미치는 것으로 나타났으나 나머지 사회공헌활동과 윤리경영은 영향을 미치지 못하는 것으로 나타났다.

<표 4-9> 외부적 가치경영과 행복지수 중 안정적 주거 간의 영향

독립변수	하위독립변수	종속변수	표준오차	베타	t	유의확률	공차한계	검증
외부적 가치경영	(상수)	안정적인 주거	.818		5.080	.000		
	사회공헌		.159	-.096	-.710	.480	.629	
	윤리경영		.165	.011	.081	.936	.623	
	소비자만족도		.137	.353	2.758	.007**	.702	채택
	R=.322,R²=.104,수정된R²=.070,F=3.018,P=.035,DurbinWatson=1.143							

*** 유의확률은 0.01 수준 (양쪽)에서 유의함. ** 유의확률은 0.05 수준 (양쪽)에서 유의함. * 유의확률은 0.1 수준 (양쪽)에서 유의함.

<표 4-10>에서는 조직의 외부적 가치경영이 조직구성원의 행복지수 중 소득 만족에 미치는 영향을 알아보기 위하여 다중회계분석을 실시한 결과 외부적 가치경영 중 소비자 만족도가 .074에서 영향을 미치는 것으로 나타났으나 나머지 사회공헌활동과 윤리경영은 영향을 미치지 못하는 것으로 나타났다.

<표 4-10> 외부적 가치경영과 행복지수 중 소득 만족 간의 영향

독립변수	하위독립변수	종속변수	표준오차	베타	t	유의확률	공차한계	검증
외부적 가치경영	(상수)	소득 만 족	.815		5.706	.000		
	사회공헌		.159	-.040	-.284	.777	.629	
	윤리경영		.165	-.023	-.161	.872	.623	
	소비자만족도		.137	.239	1.811	.074*	.702	채택
	R=.214, R²=.046, 수정된R²=.009, F=1.252, P=.297, DurbinWatson=1.271							

*** 유의확률은 0.01 수준 (양쪽)에서 유의함. ** 유의확률은 0.05 수준 (양쪽)에서 유의함. * 유의확률은 0.1 수준 (양쪽)에서 유의함.

<표 4-11>에서는 조직의 외부적 가치경영이 조직구성원의 행복지수 중 일자리 만족에 미치는 영향을 알아보기 위하여 다중회계분석을 실시한 결과 외부적 가치경영 중 소비자 만족도가 .017에서 영향을 미치는 것으로 나타났으나 나머지 사회공헌활동과 윤리경영은 영향을 미치지 못하는 것으로 나타났다.

<표 4-11> 외부적 가치경영과 행복지수 중 일자리 만족 간의 영향

독립변수	하위독립변수	종속변수	표준오차	베타	t	유의확률	공차한계	검증
외부적 가치경영	(상수)	일자리 만족	.728		5.608	.000		
	사회공헌		.142	.071	.527	.600	.629	
	윤리경영		.147	-.088	-.649	.518	.623	
	소비자만족도		.122	.314	2.446	.017**	.702	채택
	R=.314, R²=.099, 수정된R²=.064, F=2.847, P=.043, DurbinWatson=1.427							

*** 유의확률은 0.01 수준 (양쪽)에서 유의함. ** 유의확률은 0.05 수준 (양쪽)에서 유의함. * 유의확률은 0.1 수준 (양쪽)에서 유의함.

<표 4-12>에서는 조직의 외부적 가치경영이 조직구성원의 행복지수 중 공동체 역할 만족에 미치는 영향을 알아보기 위하여 다중회계분석을 실시한 결과 외부적 가치경영 중 소비자 만족도가 .028에서 영향을 미치는 것으로 나타났으나 나머지 사회공헌활동과 윤리경영은 영향을 미치지 못하는 것으로 나타났다.

<표 4-12> 외부적 가치경영과 행복지수 중 공동체 역할 만족 간의 영향

독립변수	하위독립변수	종속변수	표준오차	베타	t	유의확률	공차한계	검증
외부적 가치경영	(상수)	공동체 역할 만족	.781		5.511	.000		
	사회공헌		.152	-.099	-.720	.474	.629	
	윤리경영		.158	.057	.411	.682	.623	
	소비자만족도		.131	.291	2.245	.028**	.702	채택
R=.266, R ² =.071, 수정된R ² =.035, F=1.986, P=.123, DurbinWatson=1.518								

*** 유의확률은 0.01 수준 (양쪽)에서 유의함. ** 유의확률은 0.05 수준 (양쪽)에서 유의함. * 유의확률은 0.1 수준 (양쪽)에서 유의함.

<표 4-13>에서는 조직의 외부적 가치경영이 조직구성원의 행복지수 중 공동체 역할 만족에 미치는 영향을 알아보기 위하여 다중회계분석을 실시한 결과 외부적 가치경영 중 소비자 만족도가 .048에서 영향을 미치는 것으로 나타났으나 나머지 사회공헌활동과 윤리경영은 영향을 미치지 못하는 것으로 나타났다.

<표 4-13> 외부적 가치경영과 행복지수 중 교육 만족 간의 영향

독립변수	하위독립변수	종속변수	표준오차	베타	t	유의확률	공차한계	검증
외부적 가치경영	(상수)	교육 만족	.882		6.394	.000		
	사회공헌		.172	-.220	-1.591	.116	.629	
	윤리경영		.178	-.029	-.209	.835	.623	
	소비자만족도		.148	.263	2.010	.048**	.702	채택
	R=.251, R²=.063, 수정된R²=.027, F=1.742, P=.165, DurbinWatson=1.866							

*** 유의확률은 0.01 수준 (양쪽)에서 유의함. ** 유의확률은 0.05 수준 (양쪽)에서 유의함. * 유의확률은 0.1 수준 (양쪽)에서 유의함.

<표 4-14>에서는 조직의 외부적 가치경영이 조직구성원의 행복지수 중 환경적 안정에 미치는 영향을 알아보기 위하여 다중회계분석을 실시한 결과 외부적 가치경영 중 소비자 만족도가 .031에서 영향을 미치는 것으로 나타났으나 나머지 사회공헌활동과 윤리경영은 영향을 미치지 못하는 것으로 나타났다.

<표 4-14> 외부적 가치경영과 행복지수 중 환경적 안정 간의 영향

독립변수	하위독립변수	종속변수	표준오차	베타	t	유의확률	공차한계	검증
외부적 가치경영	(상수)	환경적 안정	.769		6.046	.000		
	사회공헌		.150	.052	.379	.706	.629	
	윤리경영		.156	-.159	-1.149	.254	.623	
	소비자만족도		.129	.287	2.203	.031**	.702	채택
	R=.266, R²=.071, 수정된R²=.035, F=1.986, P=.123, DurbinWatson=1.518							

*** 유의확률은 0.01 수준 (양쪽)에서 유의함. ** 유의확률은 0.05 수준 (양쪽)에서 유의함. * 유의확률은 0.1 수준 (양쪽)에서 유의함.

<표 4-15>에서는 조직의 외부적 가치경영이 조직구성원의 행복지수 중 행정적 업무에 미치는 영향을 알아보기 위하여 다중회계분석을 실시한 결과 외부적 가치경영 중 소비자 만족도가 .068에서 영향을 미치는 것으로 나타났으나 나머지 사회공헌활동과 윤리경영은 영향을 미치지 못하는 것으로 나타났다.

<표 4-15> 외부적 가치경영과 행복지수 중 행정적 업무 간의 영향

독립변수	하위독립변수	종속변수	표준오차	베타	t	유의확률	공차한계	검증
외부적 가치경영	(상수)	행정적 업무	.829		5.389	.000		
	사회공헌		.161	.052	.376	.708	.629	
	윤리경영		.168	-.083	-.598	.552	.623	
	소비자만족도		.139	.243	1.849	.068*	.702	채택
	R=.237, R²=.056, 수정된R²=.020, F=1.547, P=.209, DurbinWatson=1.358							

*** 유의확률은 0.01 수준 (양쪽)에서 유의함. ** 유의확률은 0.05 수준 (양쪽)에서 유의함. * 유의확률은 0.1 수준 (양쪽)에서 유의함.

<표 4-16>에서는 조직의 외부적 가치경영이 조직구성원의 행복지수 중 건강 관리에 미치는 영향을 알아보기 위하여 다중회계분석을 실시한 결과 외부적 가치경영 중 소비자 만족도가 .005에서 영향을 미치는 것으로 나타났으나 나머지 사회공헌활동과 윤리경영은 영향을 미치지 못하는 것으로 나타났다.

<표 4-16> 외부적 가치경영과 행복지수 중 건강 관리 간의 영향

독립변수	하위독립변수	종속변수	표준오차	베타	t	유의확률	공차한계	검증
외부적 가치경영	(상수)	건강 관리	.889		5.270	.000		
	사회공헌		.173	-.066	-.487	.627	.629	
	윤리경영		.180	-.155	-1.138	.259	.623	
	소비자만족도		.149	.367	2.856	.005**	.702	
	R=.310, R²=.096, 수정된R²=.061, F=2.763, P=.048, DurbinWatson=1.738							

*** 유의확률은 0.01 수준 (양쪽)에서 유의함. ** 유의확률은 0.05 수준 (양쪽)에서 유의함. * 유의확률은 0.1 수준 (양쪽)에서 유의함.

<표 4-17>에서는 조직의 외부적 가치경영이 조직구성원의 행복지수 중 삶의 만족도에 미치는 영향을 알아보기 위하여 다중회계분석을 실시한 결과 외부적 가치경영 중 소비자 만족도가 .015에서 영향을 미치는 것으로 나타났으나 나머지 사회공헌활동과 윤리경영은 영향을 미치지 못하는 것으로 나타났다.

<표 4-17> 외부적 가치경영과 행복지수 중 삶의 만족도 간의 영향

독립변수	하위독립변수	종속변수	표준오차	베타	t	유의확률	공차한계	검증
외부적 가치경영	(상수)	삶의 만족도	.907		4.411	.000		
	사회공헌		.177	-.094	-.689	.493	.629	
	윤리경영		.183	.013	.094	.925	.623	
	소비자만족도		.152	.321	2.486	.015*	.702	채택
	R=.293, R²=.086, 수정된R²=.051, F=2.443, P=.070, DurbinWatson=1.390							

*** 유의확률은 0.01 수준 (양쪽)에서 유의함. ** 유의확률은 0.05 수준 (양쪽)에서 유의함. * 유의확률은 0.1 수준 (양쪽)에서 유의함.

<표 4-18>에서는 조직의 외부적 가치경영이 조직구성원의 행복지수 중 치안적 관리에 미치는 영향을 알아보기 위하여 다중회계분석을 실시한 결과 외부적 가치경영 중 소비자 만족도가 .004에서 영향을 미치는 것으로 나타났으나 나머지 사회공헌활동과 윤리경영은 영향을 미치지 못하는 것으로 나타났다.

<표 4-18> 외부적 가치경영과 행복지수 중 치안적 관리 간의 영향

독립변수	하위독립변수	종속변수	표준오차	베타	t	유의확률	공차한계	검증
외부적 가치경영	(상수)	치안적 관리	.854		6.152	.000		
	사회공헌		.166	-.145	-1.072	.287	.629	
	윤리경영		.173	-.179	-1.321	.190	.623	
	소비자만족도		.143	.376	2.947	.004**	.702	채택
	R=.326, R²=.106, 수정된R²=.072, F=3.089, P=.032, DurbinWatson=1.568							

*** 유의확률은 0.01 수준 (양쪽)에서 유의함. ** 유의확률은 0.05 수준 (양쪽)에서 유의함. * 유의확률은 0.1 수준 (양쪽)에서 유의함.

<표 4-19>에서는 조직의 외부적 가치경영이 조직구성원의 행복지수 중 일과 삶의 만족도에 미치는 영향을 알아보기 위하여 다중회계분석을 실시한 결과 외부적 가치경영 중 소비자 만족도가 .000에서 영향을 미치는 것으로 나타났으나 나머지 사회공헌활동과 윤리경영은 영향을 미치지 못하는 것으로 나타났다.

<표 4-19> 외부적 가치경영과 행복지수 중 일과 삶의 만족도 간의 영향

독립변수	하위독립변수	종속변수	표준오차	베타	t	유의확률	공차한계	검증
외부적 가치경영	(상수)	일과 삶의 균형	.823		4.563	.000		
	사회공헌		.160	-.037	-.286	.776	.629	
	윤리경영		.166	-.127	-.964	.338	.623	
	소비자만족도		.138	.461	3.728	.000***	.702	채택
	R=.403, R²=.162, 수정된R²=.130, F=5.031, P=.003, DurbinWatson=1.429							

*** 유의확률은 0.01 수준 (양쪽)에서 유의함. ** 유의확률은 0.05 수준 (양쪽)에서 유의함. * 유의확률은 0.1 수준 (양쪽)에서 유의함.

2. 조직의 내부적 가치경영이 조직구성원의 행복지수에 미치는 영향

<표 4-20>에서는 조직의 내부적 가치경영이 조직구성원의 행복지수 중 안정적인 주거에 미치는 영향을 알아보기 위하여 다중회계분석을 실시한 결과 사회공헌활동과 윤리경영, 소비자만족도 등 모든 항목이 영향을 미치지 못하는 것으로 나타났다.

<표 4-20> 내부적 가치경영과 행복지수 중 안정적 주거 간의 영향

독립변수	하위독립변수	종속변수	표준오차	베타	t	유의확률	공차한계	검증
내부적 가치경영	(상수)	안정적인 주거	.602		8.603	.000		
	사회공헌		.191	.140	.703	.484	.314	
	윤리경영		.198	.177	.848	.399	.284	
	소비자만족도		.177	-.218	-1.160	.249	.351	
	R=.180, R²=.033, 수정된R²=.005, F=.874, P=.458, DurbinWatson=1.015							

*** 유의확률은 0.01 수준 (양쪽)에서 유의함. ** 유의확률은 0.05 수준 (양쪽)에서 유의함. * 유의확률은 0.1 수준 (양쪽)에서 유의함.

<표 4-21>에서는 조직의 내부적 가치경영이 조직구성원의 행복지수 중 소득 만족에 미치는 영향을 알아보기 위하여 다중회계분석을 실시한 결과 사회공헌활동과 윤리경영, 소비자만족도 등 모든 항목이 영향을 미치지 못하는 것으로 나타났다.

<표 4-21> 외부적 가치경영과 행복지수 중 소득 만족 간의 영향

독립변수	하위독립변수	종속변수	표준오차	베타	t	유의확률	공차한계	검증
내부적 가치경영	(상수)	소득 만족	.586		8.704	.000		
	사회공헌		.186	.034	.169	.867	.314	
	윤리경영		.192	.136	.642	.523	.284	
	소비자만족도		.172	-.062	-.327	.745	.351	
	R=.121, R²=.015, 수정된R²=.023, F=.383, P=.297, DurbinWatson=1.207							

*** 유의확률은 0.01 수준 (양쪽)에서 유의함. ** 유의확률은 0.05 수준 (양쪽)에서 유의함. * 유의확률은 0.1 수준 (양쪽)에서 유의함.

<표 4-22>에서는 조직의 내부적 가치경영이 조직구성원의 행복지수 중 일자리 만족에 미치는 영향을 알아보기 위하여 다중회계분석을 실시한 결과 사회공헌활동과 윤리경영, 소비자만족도 등 모든 항목이 영향을 미치지 못하는 것으로 나타났다.

<표 4-22> 내부적 가치경영과 행복지수 중 일자리 만족 간의 영향

독립변수	하위독립변수	종속변수	표준오차	베타	t	유의확률	공차한계	검증
내부적 가치경영	(상수)	일자리 만족	.531		9.052	.000		
	사회공헌		.168	.009	.046	.963	.314	
	윤리경영		.174	.264	1.272	.207	.284	
	소비자만족도		.156	-.088	-.471	.639	.351	
	R=.210, R²=.044, 수정된R²=.007, F=1.203, P=.314, DurbinWatson=1.383							

*** 유의확률은 0.01 수준 (양쪽)에서 유의함. ** 유의확률은 0.05 수준 (양쪽)에서 유의함. * 유의확률은 0.1 수준 (양쪽)에서 유의함.

<표 4-23>에서는 조직의 내부적 가치경영이 조직구성원의 행복지수 중 공동체 역할 만족에 미치는 영향을 알아보기 위하여 다중회계분석을 실시한 결과 사회공헌활동과 윤리경영, 소비자만족도 등 모든 항목이 영향을 미치지 못하는 것으로 나타났다.

<표 4-23> 내부적 가치경영과 행복지수 중 공동체 역할 만족 간의 영향

독립변수	하위독립변수	종속변수	표준오차	베타	t	유의확률	공차한계	검증
내부적 가치경영	(상수)	공동체 역할 만족	.572		9.585	.000		
	사회공헌		.181	.192	.957	.342	.314	
	윤리경영		.188	-.013	-.063	.950	.284	
	소비자만족도		.168	-.148	-.781	.437	.351	
	R=.124, R²=.015, 수정된R²=.023, F=.403, P=.751, DurbinWatson=1.393							

*** 유의확률은 0.01 수준 (양쪽)에서 유의함. ** 유의확률은 0.05 수준 (양쪽)에서 유의함. * 유의확률은 0.1 수준 (양쪽)에서 유의함.

<표 4-24>에서는 조직의 내부적 가치경영이 조직구성원의 행복지수 중 공동체 역할 만족에 미치는 영향을 알아보기 위하여 다중회계분석을 실시한 결과 사회공헌 활동과 윤리경영, 소비자만족도 등 모든 항목이 영향을 미치지 못하는 것으로 나타났다.

<표 4-24> 내부적 가치경영과 행복지수 중 교육 만족 간의 영향

독립변수	하위독립변수	종속변수	표준오차	베타	t	유의확률	공차한계	검증
내부적 가치경영	(상수)	교육 만족	.640		8.965	.000		
	사회공헌		.203	.122	.608	.545	.314	
	윤리경영		.210	-.218	-1.032	.305	.284	
	소비자만족도		.188	.055	.291	.772	.351	
	R=.118, R²=.014, 수정된R²=.024, F=.370, P=.775, DurbinWatson=1.685							

*** 유의확률은 0.01 수준 (양쪽)에서 유의함. ** 유의확률은 0.05 수준 (양쪽)에서 유의함. * 유의확률은 0.1 수준 (양쪽)에서 유의함.

<표 4-25>에서는 조직의 내부적 가치경영이 조직구성원의 행복지수 중 환경적 안정에 미치는 영향을 알아보기 위하여 다중회계분석을 실시한 결과 사회공헌활동과 윤리경영, 소비자만족도 등 모든 항목이 영향을 미치지 못하는 것으로 나타났다.

<표 4-25> 내부적 가치경영과 행복지수 중 환경적 안정 간의 영향

독립변수	하위독립변수	종속변수	표준오차	베타	t	유의확률	공차한계	검증
내부적 가치경영	(상수)	환경적 안정	.561		9.880	.000		
	사회공헌		.178	.099	.493	.624	.314	
	윤리경영		.184	.086	.407	.685	.284	
	소비자만족도		.165	-.188	-.988	.326	.351	
	R=.114, R²=.013, 수정된R²=.025, F=.345, P=.793, DurbinWatson=1.484							

*** 유의확률은 0.01 수준 (양쪽)에서 유의함. ** 유의확률은 0.05 수준 (양쪽)에서 유의함. * 유의확률은 0.1 수준 (양쪽)에서 유의함.

<표 4-26>에서는 조직의 내부적 가치경영이 조직구성원의 행복지수 중 행정적 업무에 미치는 영향을 알아보기 위하여 다중회계분석을 실시한 결과 사회공헌활동과 윤리경영, 소비자만족도 등 모든 항목이 영향을 미치지 못하는 것으로 나타났다.

<표 4-26> 내부적 가치경영과 행복지수 중 행정적 업무 간의 영향

독립변수	하위독립변수	종속변수	표준오차	베타	t	유의확률	공차한계	검증
내부적 가치경영	(상수)	행정적 업무	.593		10.039	.000		
	사회공헌		.188	-.010	-.051	.959	.314	
	윤리경영		.195	.252	1.206	.232	.284	
	소비자만족도		.174	-.299	-1.594	.115	.351	
	R=.190, R ² =.036, 수정된R ² =.001, F=.979, P=.407, DurbinWatson=1.234							

*** 유의확률은 0.01 수준 (양쪽)에서 유의함. ** 유의확률은 0.05 수준 (양쪽)에서 유의함. * 유의확률은 0.1 수준 (양쪽)에서 유의함.

<표 4-27>에서는 조직의 내부적 가치경영이 조직구성원의 행복지수 중 건강 관리에 미치는 영향을 알아보기 위하여 다중회계분석을 실시한 결과 사회공헌활동과 윤리경영, 소비자만족도 등 모든 항목이 영향을 미치지 못하는 것으로 나타났다.

<표 4-27> 내부적 가치경영과 행복지수 중 건강 관리 간의 영향

독립변수	하위독립변수	종속변수	표준오차	베타	t	유의확률	공차한계	검증
내부적 가치경영	(상수)	건강 관리	.660		8.037	.000		
	사회공헌		.209	.029	.145	.885	.314	
	윤리경영		.217	.118	.558	.579	.284	
	소비자만족도		.194	-.120	-.628	.532	.351	
	R=.086, R²=.007, 수정된R²=.031, F=.195, P=.900, DurbinWatson=1.533							

*** 유의확률은 0.01 수준 (양쪽)에서 유의함. ** 유의확률은 0.05 수준 (양쪽)에서 유의함. * 유의확률은 0.1 수준 (양쪽)에서 유의함.

<표 4-28>에서는 조직의 내부적 가치경영이 조직구성원의 행복지수 중 삶의 만족도에 미치는 영향을 알아보기 위하여 다중회계분석을 실시한 결과 사회공헌활동과 윤리경영, 소비자만족도 등 모든 항목이 영향을 미치지 못하는 것으로 나타났다.

<표 4-28> 내부적 가치경영과 행복지수 중 삶의 만족도 간의 영향

독립변수	하위독립변수	종속변수	표준오차	베타	t	유의확률	공차한계	검증
내부적 가치경영	(상수)	삶의 만족도	.669		8.240	.000		
	사회공헌		.212	.042	.208	.836	.314	
	윤리경영		.220	.104	.493	.623	.284	
	소비자만족도		.196	-.151	-.794	.430	.351	
	R=092, R²=.008, 수정된R²=.030, F=2.443, P=.222, DurbinWatson=1.128							

*** 유의확률은 0.01 수준 (양쪽)에서 유의함. ** 유의확률은 0.05 수준 (양쪽)에서 유의함. * 유의확률은 0.1 수준 (양쪽)에서 유의함.

<표 4-29>에서는 조직의 내부적 가치경영이 조직구성원의 행복지수 중 치안적 관리에 미치는 영향을 알아보기 위하여 다중회계분석을 실시한 결과 사회공헌활동과 윤리경영, 소비자만족도 등 모든 항목이 영향을 미치지 못하는 것으로 나타났다.

<표 4-29> 내부적 가치경영과 행복지수 중 치안적 관리 간의 영향

독립변수	하위독립변수	종속변수	표준오차	베타	t	유의확률	공차한계	검증
내부적 가치경영	(상수)	치안적 관리	.634		8.164	.000		
	사회공헌		.201	.210	1.047	.298	.314	
	윤리경영		.208	-.050	-.236	.814	.284	
	소비자만족도		.186	-.132	-.697	.488	.351	
	R=.126, R²=.016, 수정된R²=.022, F=.417, P=.741, DurbinWatson=1.515							

*** 유의확률은 0.01 수준 (양쪽)에서 유의함. ** 유의확률은 0.05 수준 (양쪽)에서 유의함. * 유의확률은 0.1 수준 (양쪽)에서 유의함.

<표 4-30>에서는 조직의 내부적 가치경영이 조직구성원의 행복지수 중 일과 삶의 만족도에 미치는 영향을 알아보기 위하여 다중회계분석을 실시한 결과 사회공헌 활동과 윤리경영, 소비자만족도 등 모든 항목이 영향을 미치지 못하는 것으로 나타났다.

<표 4-30> 내부적 가치경영과 행복지수 중 일과 삶의 만족도 간의 영향

독립변수	하위독립변수	종속변수	표준오차	베타	t	유의확률	공차한계	검증
내부적 가치경영	(상수)	일과 삶의 균형	.631		8.208	.000		
	사회공헌		.200	.222	1.108	.271	.314	
	윤리경영		.207	-.114	-.542	.589	.284	
	소비자만족도		.185	-.068	-.359	.721	.351	
	R=.125, R²=.016, 수정된R²=.022, F=.413, P=.003, DurbinWatson=1.297							

*** 유의확률은 0.01 수준 (양쪽)에서 유의함. ** 유의확률은 0.05 수준 (양쪽)에서 유의함. * 유의확률은 0.1 수준 (양쪽)에서 유의함.

3. 가치경영이 조직구성원의 행복지수에 미치는 영향 가설 검증 요약

조직의 가치경영(외부적 가치경영, 내부적 가치경영)이 조직구성원의 행복지수(안정적인 주거, 소득 만족, 일자리 만족, 공동체 역할 만족, 교육 만족, 환경적 안정, 행정적 업무, 건강관리, 삶의 만족도, 치안적 관리, 일과 삶의 균형)에 미치는 영향에 대한 가설 검증을 위해 마케팅 변수계산을 통한 다중회계분석을 통하여 검증을 실시하였다.

<표4-31>의 결과를 살펴보면 외부적 가치경영이 유의확률 .078 수준에서 조직구성원의 행복지수 중 안정적인 주거에 영향을 미친다는 가설이 채택되었고, 외부적 가치경영이 조직구성원의 행복지수 중 일자리 만족에 유의확률 .084 수준에서 채택되었으며, 외부적 가치경영이 공동체 역할 만족에 유의확률 .064 수준에서 채택되었으며, 외부적 가치경영이 행정적 업무에 유의확률 .066 수준에서 채택되었으며, 외부적 가치경영이 삶의 만족도에 .059 수준에서 채택되었으며, 외부적 가치경영이 일과 삶의 균형에 유의확률 .027 수준에서 채택되었다.

외부적 가치경영이 조직구성원의 행복지수에 기각된 항목은 소득 만족과 교육만족, 환경적 안정, 건강관리, 치안적 관리로 나타났으며, 내부적 가치경영은 조직구성원의 행복지수 모든 항목에서 기각된 것으로 나타났다.

조직구성원의 행복지수는 가치경영의 내,외부적 요소 중에서 외부적 가치 경영이 내부적 가치 경영보다 영향력이 더 크다, 고 조사되었다.

<표 4-31> 가치경영과 조직구성원의 행복지수 간의 영향 분석 결과

구분	조직구성원의 행복지수	t값	유의확률	가설검증
외부적 가치경영	안정적인 주거	1.786	.078*	채택
내부적 가치경영		.137	.892	
외부적 가치경영	소득 만족	1.027	.308	
내부적 가치경영		.461	.646	
외부적 가치경영	일자리 만족	1.752	.084*	채택
내부적 가치경영		.838	.405	
외부적 가치경영	공동체 역할 만족	1.876	.064*	채택
내부적 가치경영		-.453	.652	
외부적 가치경영	교육 만족	.232	.817	
내부적 가치경영		-.419	.676	
외부적 가치경영	환경적 안정	1.418	.160	
내부적 가치경영		-.529	.599	
외부적 가치경영	행정적 업무	1.864	.066*	채택
내부적 가치경영		-1.101	.274	
외부적 가치경영	건강관리	1.029	.307	
내부적 가치경영		-.154	.878	
외부적 가치경영	삶의 만족도	1.917	.059*	채택
내부적 가치경영		-.734	.465	
외부적 가치경영	치안적 관리	.294	.770	
내부적 가치경영		.108	.915	
외부적 가치경영	일과 삶의 균형	2.250	.027**	채택
내부적 가치경영		-.532	.596	

*** 유의확률은 0.01 수준 (양쪽)에서 유의함. ** 유의확률은 0.05 수준 (양쪽)에서 유의함. * 유의확률은 0.1 수준 (양쪽)에서 유의함.

제 5 장 결 론

제 1 절 요약 및 시사점

‘기업의 가치경영이 조직구성원의 행복지수에 미치는 영향에 관한 연구’는 가치경영의 개념정리에서 시작하여 행복지수의 11가지 항목에 맞추어서, 기업이 가치경영을 하면, 조직구성원은 정말로 행복 할 수 있을까? 라는 의문에서 시작되었다. 그 질문 안에서 가치경영의 개념은 어떤 식으로 정의하여야 하고, 행복지수를 만드는 그 조건표는 어디에서 찾아와야 객관성을 담보 할 수 있을까, 하는 또 다른 숙제에 봉착되면서 연구방향을 여러 갈래로 고민했고, OECD 행복지수의 항목과 연결을 하는 것이, 기업에도 개연성의 효과가 있을까에 대한 여러 분석도 하였다.

기업의 가치경영은 외부적 가치경영과 내부적 가치경영으로 나누었다. 외부적 가치경영은 ‘사회공헌활동(CSR), 윤리경영, 소비자 만족도’로 구분했고, 내부적 가치경영은 ‘가치경영, 조직구성원 복지, 커뮤니케이션을 중심으로 한 조직문화’영역으로 가치경영의 범주를 구성했다.

그 행복지수의 항목은 11개로 OECD(경제협력개발기구)의 행복지수(BLI, Better Life Index)를 가져왔다. 주거(Housing), 소득(Income), 일자리(Jobs), 공동생활(Community), 교육(Education), 환경(Environment), 행정(Governance) 건강(Health), 삶에 대한 만족(Life Satisfaction), 치안(Safety), 일과 삶의 균형(Work-Life Balance)으로 구성되어진다.

외부적 가치경영이 조직구성원의 행복지수에 기각된 항목은 소득 만족과 교육만족, 환경적 안정, 건강관리, 치안적 관리로 나타났으며, 내부적 가치경영은 조직구성원의 행복지수 모든 항목에서 기각된 것으로 나타났다. 가치경영 중 내부적 가치경영 보다는 외부적 가치경영이 조직구성원의 행복지수에 더 많은 영향을 미치는 것으로 조사 되었다. 외부적 가치경영 중에서 소비자 만족도 부분에 신경을 더 많

이 쓰는 기업이 조직 구성원의 행복지수가 높다는 가설이 검증 되었다.

이에 본 연구에서 기업이 가치경영에 관심을 가진다 하더라도, 조직 구성원의 행복지수는 높아지지 않는다는 결론이 나왔고, 다만 소비자 만족도와 연결 되어진 항목에서 행복지수가 높다는 것은 가치경영에 대한 근원적인 고찰을 하게 하는 부분이다. 소비자만족도는 내부적 요소보다는 외부적 요소로, 사람 관계에서 만들어지는 커뮤니케이션과 상식을 벗어나는 불만의 표시, 등이 조직구성원을 행복하게 하지 않는다, 로 해석 할 수 있다. 반대로 지극히 상식적이고, 대소비자와의 통로에서 소비자만족도가 뛰어나면, 조직구성원에게 실질적 업무외적의 감정적 소모전을 펼치지 않는다, 로 유추하여 해석 할 수 있다.

반면, 소비자만족도는 정성적인 평가뿐만 아니라, 고객 상담실을 운영하거나 서비스센터를 운영하는 기업에서는 그 수치가 정량적으로 평가 될 수 있는 부분도 있기 때문에, 조직구성원들의 행복지수와 밀접하게 관계 되어지는 부분도 있을 것이다. 이에 소비자만족도를 만들어가는 과정 안에서 조직구성원의 감정적 소모전이 도출되지 않게 기업이 배려하는 것도 중요한 부분이다.

그럼에도, 기업이 경영전략의 한 축으로 가치경영을 운영함에 있어서 단순히 보여 주기식의 나열식 가치경영이 아닌, 조직구성원들과 좀 더 밀접하게 연결되어, 가치경영이 살아있는 경영전략의 한 축으로 재구성 할 필요성이 있다, 고 할 수 있다. 본 연구에서는 가치경영과 행복지수와의 상관관계에 대한 단일 연구를 했다면, 앞으로는 좀 더 다각화된 연구 모형을 개발하여, 조직성과와 행복지수의 연결고리에 관한 좀 더 심화된 연구가 필요하다, 할 것이다.

조직구성원이 가치경영을 하면, 조직구성원이 행복해지고, 그 행복함이 조직성과에도 영향을 미친다, 라는 가설이 유효 수치로 나올 수 있다면, 조직구성원은 기업, 즉 일터에서 행복함을 더 많이 경험하리라 본다. 가치경영, 행복지수, 조직성과 세 박자가 함께 나란히 움직인다면, 기업과 조직구성원이 함께 윈윈(Win-Win) 할 수 있는 경영전략을 펼칠 수 있을 것이다.

행복지수에 대한 정량적 요소나 정성적 요소를 좀 더 객관화 할 수 있는 조건표도 필요하다. 객관화 될 수 있는 사례 발굴을 좀 더 면밀히 할 수 있는 연구 분위기가 만들어진다면, OECD 행복지수가 아닌, 기업에 맞는 행복지수의 개발도 가능하리라 본다. 그 조건표로 기업에 맞는 행복지수가 지금보다 더 실용적으로 고찰된다면, 가치경영이 조직구성원의 행복지수에 미치는 영향에 관한 연구는 더 많은 유효 가설을 만들 것이다.

그 유효 가설이 기업의 경영전략과 맞물리면, 경영학적 관점에서나 컨설팅학 관점에서 실용적으로 사용되어질 구체적인 데이터나 경영 모형이 배출 될 것이고, 그로 인한 조직구성원의 행복지수는 물론이고, 조직성과도 창출 될 것이다, 이런 점으로 본 연구의 시사적 의미를 부여 한다.



제 2 절 연구의 한계와 앞으로의 방향

가치경영이나 행복지수의 정확한 개념을 분석하고, 유추하는 작업은 연구의 한계를 가져다 주었다. 이것이다, 라고 명확하게 개념을 정리할 수 없었고, 행복지수 또한 UN에서 발표한 행복지수, OECD에서 발표한 행복지수, 개별적 학자들이 언급하는 행복지수 등 여러 부분들이 나열되어 있지만, 정작 구체화되고 객관화 될 수 있는 실제적인 조건표나 연구 자료들은 사실상 미흡했다. 가치경영 관련 선행연구의 참고문헌도 단일 주제의 논문 자료와 국.내외 단행본에 의존하는 연구의 한계도 사실상 있었다.

행복지수도 마찬가지로, 정량적 수치의 객관화 된 자료 찾기는 어렵고, 특히나 경영 전반에 걸친 행복지수 항목을 연결하는 자체가 오히려 무리수를 두는 부분도 있었다. 그럼에도 불구하고 본 연구를 계속 하게 된 이유는 기업이 가치경영이라는 틀 안에서 무엇인가 움직이고 있다면, 그들 조직구성원은 그 가치경영 안에서 함께 행복 할 수 있는가에 대한 물음표에, 해답을 찾고 싶었다.

앞으로 본 연구를 좀 더 심화하여 가치경영과 조직구성원의 행복지수의 상관관계를 좀 더 구체화 할 수 있는 조건표와 조직구성원의 행복지수가 높아지면, 가치경영이 실행된다, 라고 할 수 있는가, 에 대한 연구도 좀 더 많아지기를 기대한다.

또한 가치경영이 조직성과에 미치는 영향에는 어떤 관계가 있는지, 행복지수가 높으면 조직성과는 올라가는지, 등에 대한 연구도 학문적 가치가 있을 것이다. 향후 이런 연구를 통하여 전략적인 경영전략과 컨설팅의 조직관리 부분에 좋은 데이터가 될 수 있을 것이다.

【참고문헌】

1. 국내문헌

국제신문, (2014), “혁신만이 살 길이다 <6> 칸투칸”

<http://www.kookje.co.kr/news2011/asp/newsbody.asp?code=0200&key=20141029.22014193522>

곽관훈, (2010), “일본 회사법상 CSR경영원칙 도입에 관한 논의”, 『일감법학』, (18), pp.223~249

김광점 외, (2006), 『조직 이론과 실체』, 한경사

김대성, (2008), “행정관료의 변형적 역할에 대한 비판 : 신공공서비스이론을 중심으로”, 『한국정책연구』, 8(1), pp.21~35

김명숙, (2012), “한국인의 행복과 좋은 죽음에 대한 표상과 인식의 특징”, 『인문학연구』, 39(1), pp.307~352

_____, (2013), “행복관리 실천 프로그램의 적용 및 효과에 대한 고찰”, 『철학논총』, 72(2), pp.293~320

김사업, (2012), “외식기업의 사회적 책임이 기업 이미지와 구매의도에 미치는 영향”, 『외식경영연구』, 15(5), pp.7~30

김성은, (2009), “중국기업의 사회적 책임과 지배구조에 관한 연구”, 『경영법률』, 19(2), pp.359~382

김성택, 인성식, 이훈영, (2011), “기업의 CSR활동 성과측정모형 개발에 관한 연구 - 계층 분석절차(AHP) 기법을 적용하여”, 『고객만족경영연구』, 13(1), pp.169~187

김수동, 문형남, (2010), “지혜 개념과 그 계발”, 『교육철학』, (42), pp.1~26

김양례, (2008), “생활체육 참가가 행복한 삶에 미치는 영향”, 『한국스포츠사회학회지』, 21(1), pp.151~172

김영주, (2008), “미디어 기업 종사자들의 윤리경영 인식에 관한 연구”, 『언론과학연구』, 8(4), pp.299~335

- 김영진, (2008), "종업원 만족이 경영성과에 미치는 영향", 석사학위논문, 한양대학교
- 김은정, (2011), "가족친화적 조직문화와 직무만족의 영향관계 실증연구 - 한국과 일본 국제비교연구 -", 『한일경상논집』, 50(), pp.89~128
- 김철중, 김홍진, 강영창, (2009), "모바일 광고 요인이 이용자의 마케팅활동에 미치는 영향에 관한 연구", 『한국컴퓨터정보학회논문지』, 14(10), pp.141~148
- 남기화, (2008), "기업의 사회적 책임 인식에 대한 기업과 소비자의 상호지향성에 관한 연구- 20~30대 직장인과 소비자를 중심으로 -", 『대한경영학회지』, 25(2), pp.1237~1258
- 남문희, 권영채, (2013), "병원간호사의 행복지수 영향요인", 『간호행정학회지』, 19(3), pp.329~339
- 남주하, 김상봉, (2012), "한국의 경제행복지수 측정에 관한 연구", 『국제경제연구』, 18(2), pp.1~28
- 로리 바시 외, (2012), 『굿 컴퍼니』, 퓨처디자이너스 옮김, 틱옴
- 모두다인재, (2015), "매출 1500억 회사, 고졸 직원 몇 명이냐는 질문에", <http://moin.mt.co.kr/eduView.html?no=2015041018258567738&depth=school>
- 매일경제, (2014), "한국 행복조건 이미 갖춰, 느낌표와 쉼표 사이 균형 찾아라" <http://news.mk.co.kr/newsRead.php?year=2014&no=521869>
- 문용갑, (2008), "한국인의 기업의 사회적 책임 지향에 관한 연구", 『인간연구』, 31(9), pp.151~182
- 박상협, (2014), "기업의 사회적 책임 활동이 조직구성원의 신뢰와 조직성과에 미치는 영향에 관한 연구", 석사학위논문, 한성대학교
- 배준구, (2013), "국민행복시대의 지방정부 구현 : 협업 활성화를 중심으로", 『지방행정연구』, 27(2), pp.27~46
- 변효진, (2008), "미디어 기업의 사회적 책임 활동에 대한 이용자와 조직 구성원의 인식 차이 연구 상호지향성 모델의 적용을 중심으로", 『한국방송학보』, 22(4), pp.92~126

- 서대교, (2010), “기업의 사회적 책임, 조직신뢰 및 조직 효과성간의 관계, 박사학위논문, 동양대학교
- 서울신문, (2014), “낮은 곳으로! 사랑 더하는 ‘상생 기업’ 이웃 곁으로! 가치 올리는 창조경영”
<http://www.seoul.co.kr/news/newsView.php?id=20141127016022>
- 손영미, (2011), “중앙공무원의 일과 삶의 균형에 대한 조직 및 개인변인의 영향력 검증 연구”, 『여가학연구』, 9(1), pp.101~131
- 아리랑이온, 기업홈페이지 (www.arirangion.kr)
- 안희영, (2014), "플라워 디자인 브랜드의 가치 중심 경영 전략에 관한 연구" 석사학위논문, 이화여자대학교
- 여행박사, 기업 홈페이지 <http://www.tourbaksa.com>
- 오정일, (2012), “편익의 개념, 측정 그리고 정책적 함의”, 『한국행정논집』, 24(3), pp.711~728
- 유호중, (2008), “인터넷 쇼핑물에 대한 대학생들의 만족과 행동의도에 관한 연구”, 『e-비즈니스연구』, 9(2), pp.3~23
- 육근효, (2012), “지속가능성보고서 작성기준과 중요성 분석 프로세스”, 『회계저널』, 21(1), pp.93~115
- 이경희, (2010), “프랜차이즈 CSR이 조직시민행동에 미치는 영향: 조직신뢰의 매개역할”, 『외식경영연구』, 13(4), pp.297~321
- 이내찬, (2012) “OECD 국가의 삶의 질구조에 관한연구”, 『한국보건사회연구』, 32(2), pp.5~40
- 이동승, (2012), “계몽적 주주중심주의”, 『선진상사법률연구』, (57), pp.151~180
- 이상민, (2012), “동아시아 CSR의 사회적 구성: 글로벌 경제위기를 중심으로”, 『한국사회학』, 46(5), pp.141~176
- 이승채, (2013), “독서치료를 통한 대학생의 행복지수 제고에 관한 연구”, 『한국도서관·정보학회지』, 44(3), pp.287~308
- 이수동, (2013), “외식기업의 사회적 책임이 기업이미지를 통해 구매의도에 미치는 영향”, 『경영교육연구』, 28(5), pp.303~327

- 이창석, (2011), "부동산 행복론의 이론적 접근", 『부동산학보』, (45), pp.113~126
- 이투데이, (2013), "한국 OECD 행복지수 27위...호주 3년 연속 1위", <http://www.etoday.co.kr/news/section/newsview.php?idxno=739120>
- 이형용, 안현철, (2011), "자기효능과 신뢰가 위키피디아 지식수용에 미치는 영향", 『e-비즈니스연구』, 12(4), pp.137~157
- _____, 안현철, (2010), "대중 집단지성의 사용자 수용 모형에 관한 연구", 『Journal of Information Technology Applications & Management』, 17(4), pp.1~17
- 전성철 외, (2011), 『가치관 경영』, 쌤 앤파커스
- 정병걸, (2011), "조직군 밀도의 이중효과와 조직군의 위기: 과학기술분야 정부출연 연구의 성공과 실패", 『한국행정학보』, 45(3), pp.51~71
- 조성림, (2010), "비만교실 참가가 중년여성의 신체조성과 웰니스 및 행복지수에 미치는 효과", 『한국체육과학회지』, 19(2), pp.253~263
- 조지 베일런트, (2010), 『행복의 조건』, 이덕남 옮김, 이시형 감수, 프런티어
- 채원호, (2011), 한국 공기업의 윤리경영 강화방안 연구: AHP 적용을 통한 우선순위 분석, 『정책분석평가학회보』, 21(1), pp.51~78
- 천미림, (2011), "CSR의 지속성이 CSR과 재무성과의 관계에 미치는 영향", 『회계정보연구』, 29(3), pp.351~374
- _____, (2012), "기업의 사회적 책임활동이 자기자본비용에 미치는 영향", 『회계정보연구』, 30(4), pp.289~312
- 최은정, (2004), "영국 기업과 가족 친화적 정책", 『가족과 문화』, 16(3), pp.151~174
- 최현정, (2013), "기업의 사회적 책임활동과 회계투명성간의 관계", 『회계학연구』, 38(1), pp.135~171
- 칸투칸, 기업 홈페이지 <http://www.kantukan.co.kr>
- 피터 드러커 외, (2006), 『피터 드러커의 위대한 혁신』, 전영설전미옥 옮김, 한국경제신문
- _____, (2006), 『피터 드러커의 경영바이블』, 피터 드러커 소사이어티 옮

김, 청림출판

한은경, (2003), “기업의 사회적 책임의 지수화에 관한 연구”, 『한국방송학보』 (3), pp274-303

OECD(경제협력개발기구), (2013), 행복지수(BLI, Better Life Index)

GWP 연구소, (2012), 『최고의 직장』, 이민주 옮김, 위즈덤하우스

Jay B.Barney & William S.Hesterly, (2012), 『전략경영과 경쟁우위』, 시그마프레스



2. 국외문헌

Arie de Geus, The Living Company, "Boston: Harvard Business School Press, 1997"

Association of Executive Search Consultants,(2010) "Senior Executive Dissatisfied Following Recession, " *news release*, March 17, 2010, accessed December 19, 2010, <http://www.sesc.org>

Carol, Hymowitz,(2002), "CEOs Must Work Hard to Maintain Faith in the Corner Office" (In the Lead column), *The Wall Street Journal*

Daniel, W. Greening, and Daniel, B, Turban, (2000), "Corporate social Performance as a Competitive Advantage in Attracting a Quality Workforce, " *Business and Society* 39, no, 3 (September 2000), 254

Scores by Company: Home Depot, (2010), "American Customer Satisfaction Index, <http://www.theacsi.org>

설 문 지

안녕하십니까.

한성대학교 지식서비스&컨설팅대학원에서
지식서비스&컨설팅학과 매니저먼트컨설팅을 전공하는 김향숙입니다.

‘기업의 가치경영이 조직구성원의 행복지수에 미치는 영향에 관한 연구’
주제로 석사과정 논문을 준비하고 있습니다. 조직구성원으로 일하면서 우리
회사의 가치경영이 개인의 삶의 행복지수와 어떤 상관관계가 있는지에 대한
연구입니다.

바쁘시더라도, 성심성의껏 답변 해 주시면, 본 연구에 많은 도움이 되겠
습니다. 본 설문지는 논문 작성을 위한 학술적인 연구 목적 이외의 다른 목
적으로는 사용하지 않습니다.

감사합니다.

2015년 5월

- ▶지도교수: 나 도 성 (한성대학교 지식서비스&컨설팅대학원 교수)
- ▶연 구 자: 김 향 숙 (한성대학교 지식서비스&컨설팅대학원 석사과정)

I. 다음은 귀사가 소속되어 있는 회사의 가치경영에 관한 질문입니다.

귀하의 생각과 일치하는 항목에 체크(✓)하여 주십시오.

1. 외부적 가치경영에 대한 질문입니다.

번호	설 문 내 용	매우 그렇 지 않다	상당 히 그렇 지 않다	조금 그렇 지 않다	보통 이다	조금 그렇 다	상당 히 그렇 다	매우 그렇 다
		1	2	3	4	5	6	7
1	우리 회사는 사회공헌 활동을 적극적으로 하고 있다							
2	우리 회사는 윤리경영을 적극적으로 하고 있다							
3	우리 회사는 소비자 만족도에 적극적으로 활동을 하고 있다							

2. 내부적 가치경영에 대한 질문입니다.

번호	설 문 내 용	매우 그렇 지 않다	상당 히 그렇 지 않다	조금 그렇 지 않다	보통 이다	조금 그렇 다	상당 히 그렇 다	매우 그렇 다
		1	2	3	4	5	6	7
1	우리 회사는 가치경영을 하고 있다							
2	우리 회사는 조직구성원의 복지에 신경을 쓰고 있다							
3	우리 회사는 커뮤니케이션이 잘되는 조직문화를 가지고 있다							

II. 다음은 귀사가 소속되어 있는 회사의 행복지수에 관한 질문입니다. 귀하의 생각과 일치하는 항목에 체크(✓)하여 주십시오.

번호	설 문 내 용	매우 그렇 지 않다	상당 히 그렇 지 않다	조금 그렇 지 않다	보통 이다	조금 그렇 다	상당 히 그렇 다	매우 그렇 다
		1	2	3	4	5	6	7
1	나는 회사에 다니면서 안정적인 주거를 하고 있다							
2	나는 나의 소득에 만족하고 있다							
3	나는 내 일자리에 만족한다							
4	나는 회사로부터 환경적 안정을 받고 있다							
5	나는 회사의 행정적 업무에 만족한다							
6	나는 회사의 공동체역할에 만족한다							
7	나는 회사에서 여러 형태의 교육을 받고 있다							
8	나는 회사의 치안적 관리에 만족한다							
9	나는 회사를 다니면서 건강관리를 할 수 있다							
10	나는 회사를 다니면서 삶의 만족도를 느끼고 있다							
11	나는 회사를 통하여 일과 삶의 균형을 만족하고 있다							

OECD(경제협력개발기구)의 행복지수(BLI, Better Life Index)

국민 삶에 영향을 미치는 주거(Housing), 소득(Income), 일자리(Jobs), 공동생활(Community), 교육(Education), 환경(Environment), 행정(Governance) 건강(Health), 삶에 대한 만족(Life Satisfaction), 치안(Safety), 일과 삶의 균형(Work-Life Balance) 이상 11개 항목으로 행복지수 구성.

Ⅲ. 다음은 응답자의 일반적인 특성에 관한 질문입니다. 일치하는 항목에 체크(✓)하여 주십시오.

1. 귀하의 성별은 ? ① 남 ② 여

2. 귀하의 연령은 ?

① 20대 ② 30대 ③ 40대 ④ 50대

3. 귀하의 재직 기간은?

① 5년 미만 ② 6년-10년 ③ 11년-15년 ④ 16년 이상



HANSUNG
UNIVERSITY

ABSTRACT

A Study on the Effects of Value Managment on Organizational Better Life Index

kim, Hyang-Sook

Major in Management Consulting

Dept. of Knowledge Service & Consulting

Graduate School of Knowledge Service

Consulting

Hansung University

On business strategy of company, the value-based management implies a lot of things indeed. 'The study of effect which the value-basement management has on the happiness index of organizational members' analyzes one side of the value-based management and the other side of the happiness index with several references, advanced studies, and surveys.

This thesis composes of total 5 chapters. The first chapter refers to the purpose, the method, and the scope of this study, and the differentiation from the advanced studies, and the second chapter suggests theoretical background of the value-based manegement and happiness index. The third chapter explains research model and a theory, the fourth chapter proposes the result and analysis of positive study and the last fifth chapter, as the conclusion, talks about summery of the result, the implication and limit of this study, and future direction of research.

The value-based management of a company classifies corporate social responsibility(CSR), ethical management, and consumer satisfaction as external value-based management and comprises value-based management, welfare of organizational members, organizational culture on communication as internal value-based management.

A survey of the happiness index of organizational members is made out with the chart of OECD better life index. BLI(better life index) of OECD(Organization for Economic Cooperation and Development) is comprised of 11 items including housing, income, jobs, community, education, environment, governance, health, life satisfaction, safety, and work-life balance.

The necessary data for this study is collected from the survey of the staff employed in various scale and business, and tries goodness of fit and hypothesis verification. The items dismissed on the happiness index of organizational members from external value-based management are education, environment, health and safety, and all items on the happiness index of organizational members from internal value-based management are dismissed. External value-based management has more effect on the happiness index of organizational members than internal value-based management.

According to this research, the theory which an organization having more attention to customer satisfaction in external value-based management has higher happiness index of members is verified.

This study concludes that even if a company strives for value-based management, the happiness index of organizational members is not improved. But some part that there is high happiness index in an item connected with customer satisfaction makes us do fundamental consideration on value-based

management. How performance of an organization is affected in the function of value-based management and happiness index should be studied in the future.



【Key Words】 Value management, Better Life Index