

자동차 부품 제조기업의 ESG 활동이 조직구성원의 직무만족에 미치는 영향에 관한 연구

정수철 (창원대학교 창업학과 강사)*

국문 요약

본 연구는 자동차 부품 제조기업의 ESG 경영 활동이 조직신뢰와 조직몰입 그리고 직무만족에 미치는 영향을 분석하고, ESG 경영 활동과 직무만족 사이에서 조직신뢰와 조직몰입의 매개효과를 살펴보고자 하였다. 선행연구들의 이론적 배경과 실증분석 결과들을 참고하여 연구모형과 가설을 설정하였으며, 실증분석을 위하여 부산·경남소재 자동차 부품 제조기업인 C사와 E사, G사 그리고 S사의 구성원을 대상으로 221부의 설문지를 확보하였다. 연구 결과는 다음과 같다.

첫째, ESG 경영 활동과 조직신뢰와의 관계 규명에서 에너지절감, 지역클러스터구축, 준법윤리경영이 통계적으로 유의한 것으로 나타났다. 둘째, ESG 경영 활동이 조직몰입에 미치는 영향 분석에서 준법윤리경영이 유의한 정(+)의 성과를 보였다. 셋째, 조직신뢰와 직무만족과의 관계 분석에서 유의한 정(+)의 결과를 나타내었다. 넷째, 조직몰입은 직무만족에 유의한 정(+)의 영향을 미치는 것으로 분석되었다. 마지막으로 조직신뢰와 조직몰입의 매개효과 분석에서 두 변수 모두 매개효과가 있는 것으로 나타났다. 결론적으로 자동차 부품 제조기업들은 ESG 활동을 통하여 조직에 대한 신뢰와 몰입을 높여려는 노력을 기울임으로써 구성원들의 직무만족을 높일 수 있다는 점을 인식하는 계기가 되었다는 것이다.

핵심주제어: ESG 경영 활동, 조직신뢰, 조직몰입, 직무만족, 매개효과

1. 서론

AI와 로봇산업의 성장 그리고 전기차, 수소자동차, 자율주행차의 등장과 함께 자동차산업은 현재 유사 이래 가장 큰 변화를 맞고 있다. 4차산업혁명의 영향과 기후변화로 인한 정치적, 사회적 압력에 이어 국제적 무역갈등과 보호무역 정책의 강화 및 최근의 코로나19 팬데믹까지 여러 내·외적 요인들은 자동차산업의 근본적인 변화를 요구하고 있다. 실제로 자동차산업은 제품, 공정 및 사업모델 등 전 영역에서 전에는 보지 못했던 큰 변화가 일어나고 있다. 제품은 전기차, 수소차 등 친환경차와 자율주행차로 전환하고 있으며, 공정은 이른바 ‘스마트공장’이라 일컫는 디지털화와 자동화가 급속히 진행되고 있다. 또한 ‘공유경제’라고 불리는 모빌리티 서비스사업의 발전은 기존의 완성차업체들이 생산중심 사고에서 서비스 중심 사고로 전환하는 계기를 만들었다. 이러한 산업의 변화와 기술의 발전은 끊임없이 자동차 부품 제조기업들에게 새로운 도전과 기회를 제공하고 있다. 전기차, 자율주행차, 그리고 공유경제의 등장은 자동차 부품산업의 판도를 크게 바꾸었고, 이에 따른 새로운 수요와 경쟁이 증가하고 있다. 하지만 이와 동시에 기후변화, 미세먼지 문제 등 환경문제에 대한 사회적

관심이 증가하면서, 환경친화적인 제품과 서비스를 제공하는 것이 중요해지고 있다. 이에 따라, ESG 경영이 자동차 부품 제조기업들의 핵심 경영 전략으로 부상하게 되었다. 이와 같이 ESG 경영이 기업경영의 핵심 과제로 부상하고 있는 이유는 기업 주위를 둘러싼 여러 이해관계자들(소비자, 종업원, 거래납품업체, 지역사회 등)의 요구로 경제적, 환경적, 사회적 가치를 중시하는 방향으로 경영 환경이 변화되면서 그 중요성이 더욱 확대되고 있기 때문이다(Elkington, 1997).

한편, Pagell & Shevchenko(2010)의 연구 결과에 따르면, 제조기업들이 친환경 공급망 관리, 재활용 및 재사용, 환경 관리 시스템 구현과 같은 경영 관리 방안을 실천함으로써 환경적, 경제적, 사회적인 측면에서 지속 성장이 가능한 경영상의 혜택을 얻을 수 있다고 주장했다. 이렇게 제조기업에서 공급망 관리는 기업의 지속 성장 가능성을 높여주면서 조직성과에 긍정적인 영향을 미치게 된다고 하였다. 특히, 제조업의 핵심산업이면서 배기가스로부터 자유로울 수 없는 자동차 산업은 관련된 환경오염의 책임으로부터 벗어나기 어려운 상황이다. 최근 전 세계적으로 온실가스 배출 감축을 위한 국제적인 노력이 시작되면서 자동차 산업 또한 전기차 또는 수소차로 빠르게 전환이 되고 있음에 따라 자동차부품 회사들도 ESG 경영의 도입을 강력히 요구받고 있는 실정이다(자본시장

* 주저자, 창원대학교 창업학과 강사, browneyes417@naver.com

· 투고일: 2024-03-09

· 1차 수정일: 2024-04-06

· 2차 수정일: 2024-04-20

· 게재확정일: 2024-05-02

연구원, 2020). 따라서 본 연구는 자동차 부품 제조기업의 ESG 경영 활동이 조직구성원들의 조직신뢰와 조직몰입 그리고 직무만족에 미치는 영향을 분석하여, 내부 이해관계자인 조직구성원들의 조직의 ESG 활동에 대한 평가가 업무능률에 어떤 영향을 미치는지 살펴보고자 한다. 이러한 분석을 통하여 자동차 부품 제조기업의 ESG 활동에 대한 조직구성원들의 이해의 폭을 넓히는 계기를 만들고, 경영진과 조직구성원들의 상호간 소통을 위한 경영전략 수립에 기여하고자 한다.

II. 이론적 배경

2.1. ESG 경영

ESG(환경: Environmental, 사회: Social, 지배구조: Governance)라는 개념이 완전히 새롭지는 않지만 다시 주목받고 있는 것은 기업의 역사가 길어지고 운영이 안정화되면서 기업들이 단순한 이윤추구를 넘어서 사회의 일원으로서 기업의 존속을 생각하기 시작하면서 나타난 지속가능성에 대한 고민의 흐름으로 이해된다(이나경·임수영, 2022; 백규리, 2022). 또한 COVID-19 위기로 인한 디지털 전환, 산업 통합 및 근무 방식의 유연화 등의 변화 속도를 높여 팬데믹 이후의 경영 환경 변화를 의미한다. 가장 먼저 등장한 이념은 기업의 사회적 책임(CSR: Corporate Social Responsibility)이다. CSR은 1946년 하버드 비즈니스 스쿨에서 신입 MBA를 대상으로 비즈니스 리더들의 책임에 대해 교육하면서 시작되었으며, 기업의 이해관계와 사회 이익의 공조에 대한 관념은 1945년~1960년의 냉전 기간에 발전하였다(Carroll & Shabana, 2010; 박아영, 2022). 이후 1987년 유엔환경계획(UNEP)과 세계환경개발위원회(WCED)가 함께 채택한 ‘우리 공동의 미래(Our Common Future)’라는 브룬트란트 보고서(The Brundtland Report)에서 ‘지속가능 발전(Sustainable Development)’이 전 세계적으로 주요 의제로 처음 제시되었다(김현수, 2021; 안용준·이영숙, 2021).

ESG에 관련된 여러 정의들을 종합해 보면, ESG는 공통의 합의된 정의는 없으나, 환경·사회·지배구조의 약자로 기업의 비재무적 성과를 측정하는 지표이자 투자 대상을 선정하거나 기업의 의사결정 시, 지속가능성과 사회적으로 미치는 영향까지 고려하는 투자와 경영철학이라고 정의할 수 있다.

좀 더 구체적으로 ESG를 살펴보면, 환경(Environment)은 기후변화와 환경오염 등에 대응한 환경보호를 위한 기업의 대응에 대한 평가이고, 사회(Social)는 직원, 고객, 지역사회 등 이해관계자 관리에 대한 평가이며, 지배구조(Governance)는 이해관계자의 기대를 충족시키기 위한 내부적 통제 및 절차 시스템에 대한 평가이다(민재형·김범석, 2019).

한편, 지금까지 ESG에 대한 연구는 주로 ESG와 기업의 재무성과 관계에 관한 연구들이 대부분을 차지하고 있으며, 주로 대기업을 대상으로 한 연구가 주류를 이루고 있다(박재현·한향원, 2023). 이런 관점에서 향후에는 좀 더 다양한 산업과

관점에서 ESG에 대한 연구가 진행되어질 필요가 있다고 판단된다.

2.2. 조직신뢰

신뢰(trust)는 확실성과 의존성이 존재하는 복잡한 사회적 현상 속에서 기업과 개인 간, 기업과 기업 간, 개인과 개인 간의 구별 없이 거래상대방의 행위에 대해 의존하기로 하는 의지로 정의할 수 있다(Moorman et al., 1993). Morgan & Hunt(1994)는 신뢰를 상대방의 정직과 믿음에 기초하여 교환 활동을 하고자 하는 신뢰성(reliability)과 성실성(integrity)에 대한 확신(confidence)이라고 정의하였다. 또한 신뢰는 상대방에 대하여 가지고 있는 믿음의 정도로 교환 파트너에 기꺼이 의존할 수 있으며, 교환 파트너의 믿음성과 정직성에서 나오는 확신이라고 하였다(Moorman et al., 1993). 조직에서의 신뢰는 조직의 유연함과 구성원들의 참여와 협력을 크게 하며, 감시와 통제를 위한 내부 거래 비용을 줄이고, 구성원들에게 과업을 매우 혁신적으로 수행하도록 하고 책임감 있는 행동을 하도록 변화를 조성한다(배영준 외, 2023). 기존의 선행연구에 따르면, 신뢰를 개인의 기질적 특성으로 구분했던 학자들(Rotter, 1966)과는 달리 몇몇 사회 심리학자들은 개인은 환경과 대상에 따라 다른 정도의 신뢰를 보여준다고 주장해왔다(윤경만, 2023). 따라서 조직신뢰는 조직의 구성원의 상호관계를 통해 구성원이 깨닫는 신뢰적 분위기라고 정의할 수 있다(Robbins & Judge, 2018). 조직신뢰와 관련된 선행연구를 살펴보면, 조직신뢰는 조직원이 높은 성과를 달성하도록 촉진하며 구성원과 조직과의 신뢰 관계가 높게 나타나는 조직에서 구성원들은 조직에 높은 몰입감을 가진다고 하였다(이경호, 2010). 한편, 여행사 직원들을 중심으로 내부마케팅 요인이 조직신뢰 및 직무만족과 이직의도에 미치는 영향 관계 연구에서 조직신뢰는 개인성과의 하부변인인 직무만족에 영향을 미치는 것으로 밝히고 있다(신동식, 2010). 이처럼 조직신뢰는 구성원의 개인성과를 끌어내고 조직의 협력적인 활동을 증진해 조직의 성과를 향상한다는 관점에서 중요한 요인으로 볼 수 있다(김성대, 2017). 이와 같이 조직신뢰는 구성원 개인의 태도와 인식을 변화시키고 조직 내에서 만족감을 향상한다는 긍정적인 측면에서 개인성과까지 연결되는 중요한 개념으로 평가되고 있다(최정윤·유두호, 2021).

2.3. 조직몰입

조직몰입은 조직에 대해 조직구성원 개개인이 긍정적이고 호의적인 평가를 하고 자신에 속한 조직에 깊은 애착과 깊은 신뢰감을 가지고 계속해서 근무하고 싶은 심리적 이유가 높게 작용하는 개념이다. 조직몰입은 개인의 업무성과에 상당한 영향을 미치고 이는 조직 전체의 조직성과로 나타난다고 판단된다(박판정, 2023). 조직몰입에 대해 강인주(2015)는 조직구

성원이 그들의 가치와 목표를 조직목표와 일체화시키고, 또한 조직구성원으로 남아 있기를 바라는 상대적 정도로 정의하였다. 조직몰입이란 조직구성원이 자신의 조직에 헌신하고 기꺼이 조직을 위해 일하려는 정도, 그리고 조직구성원으로서 남아 있고자 하는 태도로 볼 수 있다(Jex & Britt, 2014). 조직몰입에 대한 최근 선행연구를 살펴보면, 서번트리더십과 조직공정성이 MZ세대 공무원의 직무몰입 및 조직몰입에 미치는 영향: 공공봉사동기 매개효과와 세대 간 다중집단분석을 중심으로한 연구에서 서번트리더십과 분배공정성은 직무몰입, 조직몰입, 공공봉사동기에 직접적인 유의미한 영향을 미치는 것으로 나타났다(김성엽 외, 2023). 또한 공무원의 공공봉사동기가 조직몰입에 미치는 영향 연구에서 표본 집단 모두에서 공공봉사동기가 높은 집단은 조직몰입에 통계적으로 유의한 정(+)의 효과가 있는 것으로 나타났다(유승현·김준성 2023).

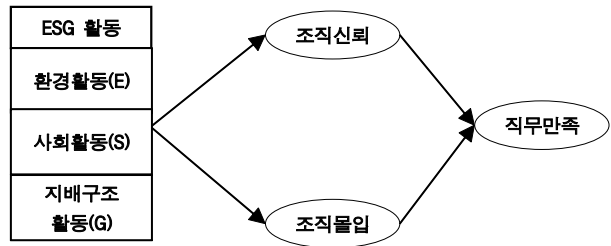
2.4. 직무만족

직무만족이라는 용어는 사회심리학과 조직행동학에 있어 자주 등장하는 다면적 차원의 개념이다. 사전적 정의에 따르면 직무란 ①사람이 돈을 벌기 위해 하는 일, ②개별적인 작업, ③사람이나 사물이 수행하는 특정 작업 또는 기능으로서 정의되며(Collins English Dictionary & Thesaurus Online, 2022a), 만족이란 원하던 것을 얻었을 때 느끼는 기쁨으로 정의된다(Collins English Dictionary & Thesaurus Online, 2022b). 또한 직무만족이란 개인이 인지하는 직업에 대한 잠재력이 기대 수준과 일치할 때에 느끼는 감정이라고 정의하였다(Kuhlen, 1963). 또한 Two-factor 이론을 통해 직무만족은 승진, 인정, 성장가능성, 책임감, 성취감, 작업 자체 등의 동기부여 요인에 의해 결정되는 반면, 회사 정책, 감독, 대인관계, 근무조건, 급여 등의 위생요인(hygiene factors)이 충족되지 않을 때에는 직무 불만족이 형성된다고 설명하였다(Herzberg, 2017). 이런 관점에서 일을 할 때 느끼는 행복감과 즐거움은 이와 같은 광의의 직무만족에 포함된다고 볼 수 있으며, 직무만족이라는 감정적 상태는 개인의 욕구, 기대, 가치, 경험, 성취 등을 통해 형성되는 복합적인 감정이라고 할 수 있다(Aziri, 2011). 한편, Weiss(2002)에 따르면, 직무만족이란 직무 상황이나 직업에 대한 긍정적인 혹은 부정적인 평가에 대한 판단이라고 정의했다(Weiss, 2002). 그리고 성과주의 조직문화와 직무만족의 관계에서 직무자율성과 직무중요성의 매개효과 비교 연구에서 성과주의 조직문화는 영업직 구성원의 직무만족에 부(-)의 영향을 미치는 것으로 나타났다(김성모·박남태, 2024).

III. 연구 방법

3.1. 연구모형

본 연구는 선행연구를 참고하여 ESG 활동을 3가지 요인 환경활동(E: 환경, 에너지), 사회활동(S: 사회적 가치, 지역커뮤니티), 지배구조활동(G: 투명성, 준법윤리경영)으로 규정하였으며, 조직신뢰와 조직몰입 그리고 직무만족과의 영향 관계를 가정하여 <그림 1>과 같은 연구모형을 설정하였다.



<그림 1> 연구모형

3.2. 가설 설정

3.2.1. ESG 활동과 조직신뢰

기업의 적극적인 ESG 활동에 관한 효과가 극대화되기 위해서는 내부구성원의 인식 제고와 인식을 통한 긍정적인 태도 형성이 중요하다. 내부구성원은 본인이 속한 조직이 외부로부터 긍정적인 평가를 받으면 직무만족도가 높아지고 이직의도가 낮아진다고 한다(민소라·나소정, 2022), 또한 중소기업 조직구성원의 ESG 경영 활동이 조직신뢰와 사내기업가정신을 매개로 조직유효성에 미치는 영향을 충남·세종지역의 전기·전자 산업을 중심으로 수행한 연구 결과에 따르면, E(환경), S(사회) 그리고 G(지배구조) 등은 모두 조직신뢰에 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다(장석인, 2023). 이와 같은 선행연구 결과를 바탕으로 ESG 활동과 조직신뢰 간의 관계를 규명하고자 다음과 같은 가설을 설정하였다.

가설 1: 자동차 부품 제조기업의 ESG 경영 활동은 조직신뢰에 유의한 영향을 미칠 것이다.

- 1-1: 자동차 부품 제조기업의 ESG 경영 활동(환경)은 조직신뢰에 유의한 영향을 미칠 것이다.
- 1-2: 자동차 부품 제조기업의 ESG 경영 활동(사회)은 조직신뢰에 유의한 영향을 미칠 것이다.
- 1-3: 자동차 부품 제조기업의 ESG 경영 활동(지배구조)은 조직신뢰에 유의한 영향을 미칠 것이다.

3.2.2. ESG 활동과 조직몰입

지금까지 ESG 활동에 대한 주요 연구들은 주로 경영 성과나 영향력에 초점이 맞추어져 있었다(안소영, 2020; Mazutis & Slawinski, 2015). 선행연구들을 살펴보면, 기업이 CSR을 추

진하려는 동기가 구성원의 몰입에 미치는 영향을 실증분석한 연구 결과를 살펴보면, 조직구성원들은 기업이 추진하는 CSR 속성을 이타적인 동기라고 인식했을 때 조직몰입을 향상하는 효과가 있는 것으로 주장하였다(김성식·이영면, 2020; 심미영 외, 2023). 그리고 중견기업과 중소기업 구성원의 ESG에 대한 인식이 조직몰입에 미치는 영향을 연구한 결과, ESG 경영에 대한 진정성 인식 중 환경 진정성과 지배구조 진정성은 조직몰입에 통계적으로 유의하지 않았다. 하지만 사회 영역에 대한 ESG 진정성은 조직몰입에 통계적으로 유의한 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났으며(이준우 외, 2022), 구체적으로 정서적 몰입, 규범적 몰입, 지속적 몰입에 모두 통계적으로 유의한 정(+)의 효과가 있다고 주장하였다. 따라서 지금까지 선행연구의 결과를 바탕으로 ESG 활동과 조직몰입의 관계를 살펴보기 위해서 다음과 같은 가설을 설정하였다.

가설 2: 자동차 부품 제조기업의 ESG 경영 활동은 조직몰입에 유의한 영향을 미칠 것이다.

- 2-1: 자동차 부품 제조기업의 ESG 경영 활동(환경)은 조직몰입에 유의한 영향을 미칠 것이다.
- 2-2: 자동차 부품 제조기업의 ESG 경영 활동(사회)은 조직몰입에 유의한 영향을 미칠 것이다.
- 2-3: 자동차 부품 제조기업의 ESG 경영 활동(지배구조)은 조직몰입에 유의한 영향을 미칠 것이다.

3.2.3. 조직신뢰와 직무만족

조직구성원이 조직을 신뢰하게 하려면 조직이 먼저 조직구성원들을 공정하게 대하는 것이 매우 중요하며, 이 과정에서 형성된 이런 교환관계가 발전하면서 시간이 지나면 반대로 조직구성원들이 조직을 위해 보답하려는 의무감으로 조직충성도가 높아진다고 하였다(황동연·배귀희, 2019). 관련 선행연구들을 살펴보면, 정부기관콜센터 상담사의 신뢰가 직무만족과 조직충성도에 미치는 영향 연구에서 상사신뢰는 직무만족과 조직충성도에 유의한 영향을 미치지 못하는 것으로 나타났으며, 조직신뢰와 동료신뢰는 직무만족과 조직충성도에 통계적으로 유의한 정(+)의 영향을 미치는 것으로 분석되었다(정선교 외, 2020). 한편, 조직신뢰와 직무만족 간 관계에 대한 조직 공정성의 매개효과 연구에서 조직신뢰는 직무만족에 긍정적인 영향을 미침과 동시에 분배 및 상호작용 공정성의 부분매개를 통해 직무만족에 영향을 미치는 것으로 나타났다(안혜금·조태준, 2022). 이와 같은 선행연구를 바탕으로 본 연구에서는 조직신뢰와 직무만족 간의 영향 관계를 검증하기 위하여 다음과 같은 가설을 설정하였다.

가설 3: 조직신뢰는 조직구성원의 직무만족에 유의한 영향을 미칠 것이다.

3.2.4. 조직몰입과 직무만족

조직몰입(organizational commitment)에 대해 많은 연구자들이 오랫동안 다양한 방법으로 연구를 진행해 왔음에도 불구하고, 통일된 명확한 개념이 이루어지지 않고 있다(Morrow, 1983). 조직몰입의 연구는 방식에 따라 학자들이 서로 다른 정의를 제시하여 왔기 때문이다(Mowday et al., 1982). 직무만족(job satisfaction)이 조직연구에 있어 중요한 이유는 애사심, 직무수행성, 조직활동과 참여, 이직, 노사관계 등 조직의 생산성 및 인력관리와 밀접한 관계를 조직에 제공하기 때문에 중요하다(유종해, 1994). 또한 조직구성원에게는 정신적·육체적 건강에 영향을 주면서 개인의 스트레스 수준과 일상생활 등에 작용하기 때문이기도 하다(고수정, 2005). 그리고 사회복지시설 종사자의 조직몰입이 직무만족에 미치는 영향 연구에서 사회복지시설 종사자의 조직몰입인 규범적 몰입, 정서적 몰입, 지속적 몰입의 순으로 직무만족에 정(+)적인 영향을 미치는 것으로 분석되었다(이외승·신은철, 2023). 이렇게 조직연구에서 직무만족은 조직몰입과 함께 오래전부터 주요한 연구주제가 되어 왔고 현재도 많은 연구가 진행되고 있다. 따라서 직무만족은 개인의 삶의 질을 구성하는 핵심요소 중의 하나로 볼 수 있다(Argyle, 1989). 이러한 선행연구의 결과를 바탕으로 조직몰입과 직무만족 간의 관계를 검증하고자 다음의 가설을 설정하였다.

가설 4: 조직몰입은 조직구성원의 직무만족에 유의한 영향을 미칠 것이다.

3.2.5. 조직신뢰와 조직몰입의 매개효과

조직신뢰와 조직몰입을 매개변수로 활용한 많은 연구들이 진행되어 오고 있다. 선행연구에 의하면, 조직신뢰와 조직몰입은 구성원의 조직시민행동을 높일 수 있는 매우 중요한 요인으로 인식되고 있다(최동주·이묘숙, 2010). 그리고 개인의 직업 가치관과 조직시민행동 간에서 순응적 몰입과 신뢰를 바탕으로 조직시민행동 간에 매개 역할을 하는 것으로 나타났으며(김남현 외, 1999), 상황적 특성과 조직시민행동 사이에서 내재적 몰입과 순응적 몰입의 매개역할이 존재한다는 사실이 확인되기도 하였다(송경수 외, 1999). 또한 사회적 경제 분야에서도 사회적 기업을 대상으로 한 연구에서 조직몰입과 조직신뢰가 매개효과를 나타냈으며, 조직구성원이 서로 협력하여 조직 내에서 발생한 문제를 스스로 해결하여 경제적 성과 및 사회적 성과에 유의한 영향을 준다는 사실을 실증분석을 통해서 밝히고 있다(이용탁·주규하, 2014). 그리고 사회적 경제 기업의 사회적 책임 활동이 조직시민행동에 미치는 영향 연구에서 조직신뢰와 조직몰입은 사회적 책임 활동과 OCB 간의 관계를 매개하는 중요한 역할을 한다는 것을 확인하였다(서귀동·전상길, 2023). 기업의 ESG 활동이 기업의 평판에 미치는 영향을 살펴본 연구에서 조직신뢰의 매개효과를 분석한 결과, 기업의 ESG 경영 활동과 기업평판의 관계에서 기업신뢰가 매개역할을 한

다고 밝히고 있다(이선미·박종철, 2022). 따라서 본 연구는 선행연구 결과에서 나타난 조직신뢰와 조직몰입의 매개효과를 검증해 보고자 다음의 가설을 설정하였다.

가설 5: 조직신뢰는 ESG 경영 활동과 직무만족 간의 관계를 매개할 것이다.

가설 6: 조직몰입은 ESG 경영 활동과 직무만족 간의 관계를 매개할 것이다.

3.3. 변수의 조작적 정의와 측정

3.3.1. ESG 경영

본 연구에서는 ESG 활동은 기업이 환경보호에 앞장서며, 사회적 취약 계층에 대한 지원 등 사회공헌활동을 하고, 법과 윤리를 철저히 준수하는 경영 활동이라고 정의한다. 실증분석을 위한 설문 문항은 안용준(2021), 이예하(2023) 등의 연구에서 사용된 설문지를 참고하여 본 연구에 맞게 수정하여 사용하였다. 설문 문항은 ‘우리 회사는 환경보호를 위해 노력하고 있다’ 등 4개 항목, ‘우리 회사는 에너지자원 절약을 위해 노력하고 있다’ 등 4개 항목으로 환경(E: 4개 항목), 사회(S: 4개 항목), 지배구조(G: 4개 항목) 등 총 16개 항목으로 추출하였다. 측정척도는 리커트 5점 척도로 측정하였다.

3.3.2. 조직신뢰

본 연구에서는 조직신뢰를 조직의 구성원들이 상호관계를 통해 구성원이 깨닫는 신뢰적 분위기라고 정의한다.(Robbins & Judge, 2018). 연구를 위한 설문 문항은 서유정(2023)의 연구에서 사용한 측정 도구를 참고하여 본 연구에 맞게 재구성하여 ‘우리 회사의 제품, 서비스는 신뢰할 수 있다’ 등 4개 문항을 리커트 5점 척도로 측정하였다.

3.3.3. 조직몰입

본 연구에서는 조직몰입을 사람들이 특정 조직에 투자를 많이 함으로써 조직의 구성원이 되고, 조직에 관심과 어떠한 행위를 지속하려고 하는 현상으로 정의한다(Becker, 1960).

조직몰입에 대한 측정항목은 황동연(2019)의 연구를 참고하여 설문 문항을 구성하였으며, ‘나는 우리 조직에 대하여 강한 귀속감을 갖는다’ 등 4개 문항을 리커트 5점 척도로 측정하였다.

3.3.4. 직무만족

본 연구에서는 선행연구들의 정의를 기반으로 하여 직무만족을 직무 상황이나 직업에 대한 긍정적인 혹은 부정적인 평가에 대한 판단이라고 정의한다(Weiss, 2002). 실증분석을 위한 설문 문항은 장필식(2023)의 연구에서 사용한 측정 도구를 바탕으로 하여 본 연구에 맞게 재구성하여 ‘내가 수행하고 있는 업무는 나의 능력에 적당한 편이다’ 등 4개 문항을 리커트 5점 척도로 측정하였다.

3.4. 자료수집 및 연구 방법

본 연구의 실증분석을 위하여 자동차 부품 제조기업인 C사와 E사, G사 그리고 S사의 구성원들을 대상으로 설문조사를 진행하였다. 실증분석을 위한 설문조사는 부산·경남에 제조기반을 두고 있는 자동차 부품 제조기업 조직구성원들을 대상으로 설문지 240부(각 회사별 60부)를 이용하여 자료를 수집하였으며, 설문조사 기간은 2023년 12월 04일부터 12월 14일까지 직접 방문하여 설문조사를 실시하였다. 회수된 227부의 설문지 중에서 분석에 부적합한 6부를 제외한 221부를 유효표본 대상으로 SPSS 27.0과 AMOS 27.0를 사용하여 분석을 진행하였다.

IV. 실증 분석 결과

4.1. 표본의 일반적인 특성

표본의 인구통계학적 특성을 파악하기 위해 빈도분석을 실시한 결과는 다음 <표 1>에 정리하여 제시하였다.

<표 1> 표본의 인구통계학적 특성

구분		n	%	구분		n	%
성별	남성	154	69.7	소속 부서	기획관리	18	8.1
	여성	67	30.3		영업·판매	56	25.3
연령	20대	28	12.7		생산·관리	76	34.4
	30대	39	17.6		연구기술 개발	21	9.5
	40대	62	28.1		인사관리	5	2.3
	50대	73	33.0		재무·회계	18	8.1
	60대 이상	19	8.6		기타	27	12.2
근속 연수	5년 미만	39	17.6	직급	사원	43	19.5
	5-10년	61	27.6		대리·과장	88	39.8
	10-15년	31	14.0		차장	45	20.4
	15년이상	90	40.7		부장	26	11.8
최종 학력	고졸	42	19.0		진정성	이사 이상	19
	대졸	152	68.8	긍정		162	73.3
	대학원졸	27	12.2	부정		59	26.7
합계						221	100

4.2. 측정 도구의 타당성 및 신뢰성 분석

측정 도구의 타당성을 확인하기 위해 확인적 요인분석을 시행하여 측정모형의 적합도와 집중타당성 및 판별타당성을 확인하였다.

<표 2> 확인적 요인분석 결과

구분	Estimate	SE	CR	AVE	CR	α
환경 (E)	a4	1	0.705			0.824
	a3	1.144	0.901	0.073	15.689***	
	a1	0.927	0.724	0.07	13.204***	
	a8	1	0.776			
	a6	1.223	0.953	0.059	20.733***	
ESG (에너지)	a5	1.131	0.885	0.058	19.462***	0.889
	b3	1	0.801			
	b1	1.088	0.917	0.06	18.175***	
사회 (S)	b8	1	0.934			0.895
	b7	1.062	0.913	0.036	29.469***	
	b5	0.887	0.761	0.045	19.899***	
	c3	1	0.730			
지배 구조 (G)	c2	1.343	0.913	0.077	17.475***	0.874
	c1	1.316	0.876	0.078	16.932***	
	c8	1	0.778			
	c6	1.196	0.916	0.058	20.539***	
	c5	1.186	0.938	0.056	21.11***	
조직 신뢰	c12	1	0.859			0.936
	c10	1.077	0.917	0.052	20.853***	
조직 몰입	g6	1	0.792			0.918
	g4	1.293	0.936	0.06	21.409***	
	g3	1.183	0.875	0.06	19.745***	
	g2	1.095	0.833	0.059	18.482***	
직무 만족	g10	1	0.87			0.852
	g7	0.757	0.67	0.073	10.37***	

Note: $\chi^2=716.686$, $p=.000$, $RMR=.030$, $IFI=.939$, $TLI=.922$, $NFI=.910$, $CFI=.938$

*** $p<.001$

측정모형의 적합도 지수는 $CMIN=716.686$, $GFI=0.875(\geq 0.8)$, $RMR=0.030(\leq 0.05)$, $IFI=0.939(\geq 0.9)$, $TLI=0.922(\geq 0.9)$, $CFI=0.938(\geq 0.9)$ 로 나타나 기준치를 충족하는 것으로 나타났다.

<표 3> 판별타당성 분석 결과

구분	환경	에너지	사회	지역	투명성	준법	조직 신뢰	조직 몰입	직무 만족
ESG (환경)	(.782)								
ESG (에너지)	.718	(.875)							
ESG (사회가치)	.674	.513	(.861)						
ESG (지역)	.694	.494	.783	(.873)					
ESG (투명성)	.538	.407	.635	.691	(.843)				
ESG (준법윤리)	.682	.554	.637	.637	.744	(.880)			
조직 신뢰	.588	.568	.539	.560	.559	.763	(.888)		
조직 몰입	.244	.188	.260	.314	.311	.414	.394	(.861)	
직무 만족	.437	.405	.461	.506	.477	.602	.578	.429	(.776)

** $p<0.01$, ()의 계수는 AVE 제곱근을 의미함

집중타당성은 측정 문항별 표준화 계수 0.5 이상, 개념 신뢰도(C.R.) 0.7 이상, 평균분산추출지수(AVE) 0.5 이상으로 나타나면 확보된 것으로 본다(Fornell & Larcker, 1981).

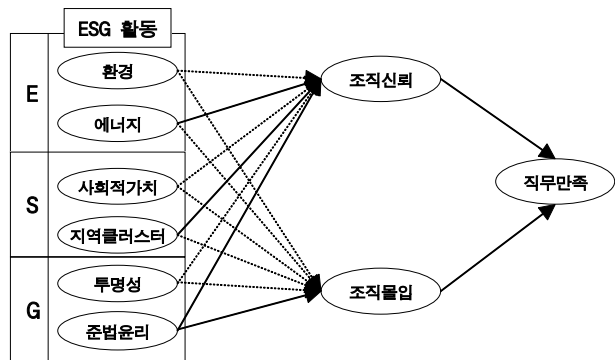
<표 2>에서 보는 바와 같이 본 연구의 문항별 표준화 계수, C.R., AVE는 모두 기준치를 충족해 집중타당성을 확보하였다. 판별타당성은 구성개념의 AVE 제곱근과 구성개념 간 상관계수 비교를 통해 확인하였다(Fornell & Larcker, 1981).

<표 3>과 같이 구성 개념별 AVE 제곱근이 종횡에 기재한 구성개념 간의 상관계수보다도 크게 나타났기 때문에 판별타당성도 확보하였다. 마지막으로 신뢰성은 Cronbach's alpha 계수를 산출하여 내적일관성을 확인하고자 했으며, 9개 구성개념 모두 0.7 이상으로 높게 나타났다(<표 2> 참고).

4.3. 가설 검증

4.3.1. 가설 검증에 대한 요약

본 연구에서는 연구모형을 검증하기 위하여 <그림 2>의 연구모형에 대한 최종 구조방정식모델(structural equation model)을 구축하고 연구모형의 적합성 검증과 경로분석을 실시하였다. 본 연구의 구조모형 적합성 검증을 실행한 결과, $\chi^2=785.026(df=269, p<.001)$, $\chi^2/df=2.918$ 으로 권장 수준인 3 이하였으며, $CFI=0.937$, $IFI=0.937$, $TLI=0.924$, $RMSEA=0.070$ 으로 나타났다. 따라서 본 연구에서 제안된 구조모형은 적합성을 확보한 것으로 판단할 수 있다. 구조분석에 따른 본 연구의 가설 검증 결과는 <표 4>와 같이 요약하였다.



<그림 2> 연구모형 분석 결과

우선 가설 1은 자동차 부품 제조기업의 ESG 경영 요인이 조직신뢰에 미치는 영향을 검증하였다. 분석 결과, 환경요인의 하위요인인 에너지($\beta=0.172$, $t=2.637$, $p<0.01$), 사회요인의 하위요인인 지역클러스터($\beta=0.131$, $t=2.372$, $p<0.05$), 지배구조요인의 하위요인인 준법윤리($\beta=0.55$, $t=5.953$, $p<0.001$)가 조직신뢰에 통계적으로 유의한 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 따라서 가설 1은 부분 채택되었다.

가설 2는 자동차 부품 제조기업의 ESG 경영 요인이 조직몰입에 미치는 영향을 검증하였다. 분석 결과, 지배구조요인의 하위요인인 준법윤리($\beta=0.257$, $t=2.266$, $p<0.05$)만이 조직몰

입에 통계적으로 유의한 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 따라서 가설 2는 부분 채택되었다.

가설 3은 자동차 부품 제조기업의 조직구성원이 지각한 조직신뢰가 직무만족에 미치는 영향을 살펴본 결과, 긍정적인 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다($\beta=0.4$, $t=7.15$, $p<0.001$). 따라서 가설 4는 채택되었다.

가설 4는 조직몰입이 직무만족에 미치는 영향을 분석하였는데, 긍정적인 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타나 채택되었다($\beta=0.211$, $t=4.066$, $p<0.001$).

<표 4> 가설 검증 요약

경로		B	β	t(CF)	p	결과	
H 1							
환경 (E)	1-1	환경 → 조직신뢰	0.137	0.089	1.546	0.122	기각
	1-1	에너지 → 조직신뢰	0.172	0.065	2.637**	0.008	채택
사회 (S)	1-2	사회적 가치 → 조직신뢰	-0.03	0.077	-0.388	0.698	기각
	1-2	지역 클러스터 → 조직신뢰	0.131	0.074	2.372*	0.046	채택
지배 구조 (G)	1-3	투명성 → 조직신뢰	-0.078	0.092	-0.846	0.398	기각
	1-3	준법윤리 → 조직신뢰	0.55	0.092	5.953***	***	채택
H 2							
환경 (E)	2-1	환경 → 조직몰입	-0.046	0.102	-0.446	0.655	기각
	2-1	에너지 → 조직몰입	-0.063	0.075	-0.839	0.402	기각
사회 (S)	2-2	사회적 가치 → 조직몰입	-0.063	0.088	-0.601	0.548	기각
	2-2	지역 클러스터 → 조직몰입	0.135	0.086	1.565	0.117	기각
지배 구조 (G)	2-3	투명성 → 조직몰입	-0.041	0.105	-0.389	0.698	기각
	2-3	준법윤리 → 조직몰입	0.257	0.114	2.265**	0.024	채택
H 3	조직신뢰 → 직무만족	0.4	0.056	7.15****	***	채택	
H 4	조직몰입 → 직무만족	0.211	0.052	4.066****	***	채택	

* $p<0.05$, ** $p<0.01$, *** $p<0.001$

4.3.2. 매개효과 검증 결과

다음으로 ESG 경영과 직무만족 간의 관계에서 조직신뢰와 조직몰입의 매개효과를 검증하였다. 본 연구에서는 매개변수가 2개인 다중매개모형으로 팬텀변수를 설정한 상태에서 BC법 기반의 부트스트래핑 기법을 적용하였다.

<표 5> 매개효과 검증 결과

경로	Estimate		95% CI			
	B	β	lower	upper		
H5	ESG(E) 에너지 → 조직신뢰 → 직무만족	0.137	0.089	.008	.134	0.030*
H6	ESG(G) 준법윤리경영 → 조직신뢰 → 직무만족	0.172	0.065	.131	.331	0.004**
H6	ESG(G) 준법윤리경영 → 조직몰입 → 직무만족	-0.03	0.077	.003	.135	0.030*

* $p<0.05$, ** $p<0.01$, *** $p<0.001$

이 방법은 95% 신뢰구간에서 하한값과 상한값 사이에 0이 포함되지 않으면 간접효과가 유의하다고 판단하는 방법이다 (Shrout & Bolger, 2002). 해당 기준에 따라 간접효과와 관련된

12가지 경로 즉, ESG 경영과 직무만족 간의 관계는 조직신뢰와 조직몰입에 의한 간접효과가 존재한다고 할 수 있다<표 5>.

IV. 결론 및 논의

본 연구는 급변하는 기업 환경 변화 속에서 경쟁우위를 차지하기 위한 경영전략의 일환으로 전 세계의 기업들이 도입을 서두르고 있는 ESG 경영에 주목하였다. 더구나 코로나 19 발생 이후 저성장이 지속되면서 생존 자체를 걱정해야 하는 자동차 산업과 부품산업의 경우 지속가능성을 높이기 위한 해결책 모색에 집중하고 있다(이정기, 이재혁, 2020). 이에 본 연구는 자동차 산업 중심인 부품 제조기업을 대상으로 ESG 경영 활동과 직무만족 간의 관계를 내부 이해관계자인 구성원의 관점에서 고찰하고자 하였다. 구체적으로 자동차 부품 제조기업의 ESG 경영 활동이 기업의 조직신뢰와 조직몰입 그리고 이러한 변수들이 조직구성원의 직무만족에 미치는 영향에 대해 검증하고자 하였다. 실증분석에 따른 연구 결과를 요약하면 다음과 같다.

첫째, 자동차 부품 제조기업의 ESG 경영 활동은 조직구성원의 조직신뢰에 긍정적인 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 하위요소별로 살펴보면, 지배구조(G)가 조직신뢰에 가장 큰 영향을 미치는 요인으로 나타났고, 사회(S)와 환경(E) 요인은 조직신뢰에 유의적인 영향을 미치지 못하는 것으로 나타났다. 이러한 결과는 E(환경), S(사회) 그리고 G(지배구조) 등은 모두 조직신뢰에 정(+)의 영향을 미친다는(장석인, 2023; 민소라·나소정, 2022)의 연구 결과와는 다른 결과로 자동차 부품 제조기업들은 ESG 활동이 아직 미흡하거나 조직구성원들의 이해 부족으로 나타난 결과로 볼 수 있다.

둘째, 자동차 부품 제조기업의 ESG 경영 활동은 조직구성원의 조직몰입에 긍정적인 영향을 미치는 것으로 나타났지만, 지배구조(G)의 하위요소인 준법윤리만이 유의한 정(+)의 영향을 미치는 것으로 분석되어 ESG 활동의 영향은 제한적이라고 할 수 있다. 이러한 분석 결과는 박아영(2022)의 ESG 활동 요인 중 환경적 요인(E)과 사회적 요인(S)은 조직몰입에 긍정적인 정(+)의 영향을 미치지만 지배구조적 요인(G)은 조직몰입에 유의적인 영향을 미치지 않는다는 연구 결과와 달리 자동차 부품 제조기업의 조직구성원들은 자신이 속한 조직이 사업 활동을 하며 환경활동(E)과 사회활동(S) 보다는 지배구조활동(G) 개선을 위해 노력하고 있다는 점을 높게 지각할수록 기업에 대한 조직구성원의 조직몰입 제고에 기여할 수 있음을 시사하고 있다.

셋째, 자동차 부품 제조기업의 구성원들에게 인지된 조직신뢰는 조직구성원들의 직무만족을 향상시키는 선행요인으로 나타났다. 넷째, 자동차 부품 제조기업 조직구성원들이 지각한 조직몰입은 조직구성원들의 직무만족에 긍정적인 영향을 미치는 것으로 확인되었다. 다섯째, 자동차 부품 제조기업의 ESG 경영 활동과 직무만족 간의 관계에서 조직신뢰와 조직몰입은 매개역할을 하는 것으로 분석되었다.

5.1. 학문적 및 실무적 시사점

본 연구의 실증분석 결과를 통해 다음과 같은 학문적 시사점과 실무적 시사점을 제공한다. 학문적 시사점으로는 첫째, 그동안 투자자의 관점에서 ESG 활동이 기업의 외부 이해관계자들인 소비자에게 미치는 영향과 관련한 연구는 많았지만, ESG 활동이 내부 이해관계자인 조직구성원들에게 어떤 영향을 미치는지에 대한 연구는 상대적으로 많지 않았다. 이에 본 연구는 기업의 ESG 활동에 대한 내부 이해관계자인 조직구성원들의 관점에서 살펴본 실증적 연구로써 조직행동 분야로 ESG의 연구 영역을 확장했다는 점에서 학문적 의의가 있다고 본다.

둘째, 본 연구는 ESG 경영이 전 세계적으로 모든 기업들에게 확산되고 있는 시점에서 국내 산업의 큰 비중을 차지하고 있는 자동차 부품 제조기업의 ESG 활동에 대한 조직구성원들의 인식을 살펴봄으로써 ESG 경영 도입 초기에 기업이 어떤 측면에 초점을 맞추어야 하는지 실증적으로 살펴보았다는 점에서 의의가 있다. 즉, 기업들이 ESG 경영과 관련하여 다양한 전략들을 실행하기 전에 ESG 경영에 대한 조직구성원들의 인식 제고가 우선 진행되어야 하며, ESG 경영에 대한 전반적인 이해와 지속적인 상호 간의 신뢰가 중요하다는 사실을 발견하였다. 그리고 CSR 등을 통해 이미 기업들이 기업 이미지 개선에 대한 노력을 기울이고 있는 시점에서 조직구성원들이 기업의 ESG 활동의 진정성을 충분히 이해할 수 있는 경우, 조직에 대한 신뢰와 몰입에 긍정적 영향을 미칠 수 있기 때문에 조직 내부 커뮤니케이션을 수행할 필요가 있다는 사실을 상기시킨 것은 본 연구의 성과로 판단된다.

한편, 본 연구의 실무적 시사점은 다음과 같다. 첫째, 내부 이해관계자인 조직구성원들을 대상으로 기업 ESG 활동에 대한 적절한 이해와 소통을 위한 경영전략 수립을 할 필요가 있다고 판단된다. ESG 활동은 외부 이해관계자들 뿐만 아니라 내부 이해관계자인 조직구성원들이 조직을 신뢰하고 만족할 수 있도록 환경, 사회, 지배구조를 포함한 비재무적 정보를 제공하기 위한 목적으로 활용하여야 한다는 점이다. 즉, ESG 관련 정보는 투자자들에게 기업의 비재무적 정보를 전달하기 위한 목적으로 작성되었기 때문에 내부 구성원들은 기업의 ESG 활동에 대한 정보를 접하는 데 어려움이 있을 수 있다. 따라서 본 연구 결과를 바탕으로 ESG 관계자들은 외부 이해관계자 뿐만 아니라 조직구성원들을 대상으로 기업의 이미지를 개선하고자 할 때 기업의 ESG 활동을 전략적으로 활용할 수 있을 것으로 보인다.

둘째, 자동차 부품 제조기업의 경우 ESG 활동이 조직신뢰(지배구조(G)요인)와 조직몰입(지배구조(G)요인)에 제한적인 영향을 미치는 것으로 나타남에 따라 자동차 부품 제조기업의 경영진이나 실무자들은 조직구성원들에게 ESG 활동에 대한 이해와 협력을 요청하고 다양한 ESG 활동을 시도해야 할 것으로 보여진다.

셋째, 조직의 성과를 향상시키기 위해서는 ESG 경영 활동뿐만 아니라 내부 활동을 통한 내부 구성원들의 태도 형성이 중요 요인임을 제안할 수 있다. 본 연구에서는 ESG 경영 활동의 3가지 하위요인과 직무만족 간의 관계에서 조직신뢰와 조직몰입 모두 매개역할을 하는 것으로 확인되었는데, 이는 ESG 경영 활동이 내부 조직구성원들이 지각한 조직신뢰와 조직몰입을 통해 조직성으로 이어질 수 있음을 의미한다. 따라서 자동차 부품 제조기업의 경영진과 관리자들은 내부 조직구성원들이 인지하는 조직에 대한 신뢰와 몰입을 향상시킬 수 있도록 주기적으로 관리할 필요가 있을 것으로 판단된다.

5.2. 연구의 한계점 및 향후 연구

본 연구는 최근 주목받고 있는 기업의 ESG 활동에 대한 내부 조직구성원들의 인식을 살펴보고, 학문적·실무적 측면에서 다양하게 살펴보았지만, 본 연구에는 몇 가지 한계점이 있다.

첫째, 본 연구는 부산·경남지역의 자동차 부품 제조기업의 조직구성원들을 대상으로 표본을 수집하여 실증분석을 진행하였기 때문에 국내 전체 기업을 대표한다고 볼 수는 없으므로 본 연구의 실증분석 결과를 일반화하기에 어려움이 존재한다. 따라서 향후 연구에서는 기업의 특성(규모, 위치 등)을 고려하여 표본을 선정 및 수집하여 분석을 진행한다면 연구 결과의 일반화에 도움이 될 것으로 판단된다.

둘째, 자동차 부품 제조기업의 ESG 경영 활동과 직무만족 간의 관계에서 매개변수 역할을 할 수 있는 변수들이 다양하게 존재할 수 있을 것으로 본다. 본 연구에서는 조직신뢰와 조직몰입만을 매개변수로 선정하여 분석하였으나 추후 연구에서는 좀 더 다양한 매개변수를 고려하여 연구한다면 좀 더 나은 결과를 얻을 수 있을 것으로 기대된다.

마지막으로 연구모형 문제의 제반 사항에 대한 문제의식을 가지고 있으나, 이에 대한 충분한 반영이 이루어지지 않았기 때문에 이를 기반으로 제시된 연구 결과가 다른 방향으로 향후 연구를 오도하는 것에는 경계가 필요한 것으로 판단된다.

REFERENCE

- 고수정(2005). *사회복지인력의 직무만족 및 조직몰입 영향 요인에 관한 연구*. 공사부분 중사자의 비교 박사학위 논문, 영남대학교.
- 강인주(2015). 대기업 사무직 근로자의 고용가능성과 경력학습 및 경력동기의 관계. *농업교육과 인적자원개발*, 48(1), 1-25.
- 김남현·박봉규·송경수(1999). 조직구성원의 조직시민행동과 개인특성, 직무특성 및 태도간의 관계에 관한 연구. *조직관리사관리연구*, 23(1), 51-88.
- 김성대(2017). 호텔기업 환경전략이 조직 충성도에 미치는 영향: 조직신뢰의 매개효과. *관광경영연구*, 21(5), 39-62.
- 김성모·박남태(2024). 성과주의 조직문화와 직무만족의 관계에서 직무자율성과 직무중요성의 매개효과 비교 연구. *한국진로창업경영학회지*, 8(1), 1-18.

- 김성식·이명면(2020). CSR활동 추진동기가 조직몰입에 미치는 영향. *Korea Business Review*, 24(4), 117-140.
- 김성엽·이지안·유정환·박성민(2023). 서번트리더십과 조직공정성이 MZ세대 공무원의 직무몰입 및 조직몰입에 미치는 영향: 공공봉사동기 매개효과와 세대 간 다중집단분석을 중심으로. *한국조직학회보*, 20(3), 1-37.
- 김현수(2021). ESG 경영 성과에 대한 연구의 현황과 발전 방향: 한국과 중국을 중심으로. *한국사회과학연구*, 60, 64-83.
- 민소라·나소정(2022). ESG 경영이 기업성과에 미치는 영향에 관한 연구: 호텔 기업을 중심으로. *글로벌경영학회*, 19(4), 156-177.
- 민재형·김범석(2019). 기업의 ESG 노력은 지속가능경영의 당위적 명제인가? 기업의 재무상태에 따른 비재무적 책임 향상 노력의 차별적 효과. *경영과학*, 36(1), 17-35.
- 박아영(2022). 카지노 기업의 ESG 활동에 대한 종업원의 인식이 조직몰입과 고객지향성에 미치는 영향. 석사학위논문. 경희대학교.
- 박재현·한향원(2023). 중소기업의 ESG 평가지표 활용 방안: ESG 평가지표와 기업가치의 관계를 중심으로. *벤처창업연구*, 18(6), 87-104.
- 박관정(2023). 조직공정성과 직무몰입이 업무성과에 미치는 영향에 관한 연구: 부산광역시 지방세 공무원 MZ세대를 대상으로. 박사학위논문. 부경대학교.
- 배영준·도성정·박현정·박상혁(2023). 국내 IT 기업 내 리더십 유형이 기업의 혁신저항에 미치는 영향: 조직신뢰의 매개효과를 중심으로. *벤처창업연구*, 18(4), 103-116.
- 백규리(2022). 국내 호텔을 대상으로 한 환경·사회·지배구조(ESG) 척도개발: 소비자 관점. 박사학위논문, 경희대학교.
- 서유정(2023). 뷰티서비스 종사자의 조직지원인식이 긍정심리자본에 미치는 영향에 관한 연구: 조직신뢰의 매개효과를 중심으로. 박사학위논문, 동국대학교.
- 서귀동·전상길(2023). 사회적 경제기업의 사회적책임활동이 조직시민행동에 미치는 영향: 조직 신뢰, 조직몰입 매개효과로. *혁신기업연구*, 8(1), 177-194.
- 송경수·박봉규·허갑수(1999). 직무특성과 자발적 조직행동 간의 관계. *경영과학연구*, 3, 353-398.
- 신동식(2010). 서비스 기업에서 내부마케팅 요인이 조직신뢰 및 직무만족과 이직의도에 미치는 영향: 여행사 직원을 중심으로. *관광연구*, 25(2), 293-316.
- 심미영·박인아·김하니(2023). 저비용 항공사(LCC) 종사자가 인식한 ESG 경영의 속성이 ESG의 진정성과 조직몰입, 조직충성도에 미치는 영향. *관광학연구*, 47(7), 47-67.
- 안소영(2020). 호텔 직원의 CSR 동기가 진정성, 조직신뢰, 조직시민행동에 미치는 영향 연구. *관광연구저널*, 34(8), 159-175.
- 안용준(2021). 기업의 ESG 활동이 고객충성도에 미치는 영향에 관한 연구: IT 플랫폼 기업을 중심으로. 박사학위논문, 숭실대학교.
- 안용준·이영숙(2021). 지역특성콘텐츠 활성화를 위한 애니메이션 캐릭터 연구. *멀티미디어학회논문지*, 24(3), 508-517.
- 안혜금·조태준(2022). 조직 신뢰와 직무만족 간 관계에 대한 조직공정성의 매개효과 연구: 다면평가 참여의 조절효과를 중심으로. *한국인사행정학회보*, 21(1), 221-245.
- 유승현·김준성(2023). 공무원의 공공봉사동기가 조직몰입에 미치는 영향: 채용유형에 따른 목표모호성, 역할모호성의 조절효과를 중심으로. *한국조직학회보*, 20(2), 79-120.
- 유종혜(1994). 직무만족/불만족의 이원적 이론과 이에 대한 세가지 비판적 관점. *사회과학논총*, 25, 111-150.
- 윤경만(2023). 외식기업의 ESG 경영이 기업명성, 기업신뢰, 행동의도에 미치는 영향. 박사학위논문, 동의대학교.
- 이경호(2010). 조직신뢰가 조직시민행동에 미치는 영향에 관한 연구: 조직후원 인식의 조절효과를 중심으로. 박사학위논문, 단국대학교.
- 이나경·임수영(2022). 기업 ESG활동이 내부종사원의 조직결속과 조직시민행동에 미치는 효과에 관한 연구. *유통경영학회지*, 25(5), 77-91.
- 이선미·박종철(2022). 기업의 ESG 활동이 기업평판에 미치는 영향: 신뢰의 매개효과를 중심으로. *경영컨설팅연구*, 22(1), 257-267.
- 이예하(2023). 카지노 기업의 ESG 경영이 직원의 조직동일시 자아존중감 및 직무만족에 미치는 영향: K 카지노와 P 카지노를 대상으로. 박사학위논문, 경기대학교.
- 이용탁·주규하(2014). 사회적기업 조직구성원의 조직몰입이 조직성과에 미치는 영향: 조직시민행동의 매개효과. *인적자원관리연구*, 21(3), 341-356.
- 이외승·신은철(2023). 사회복지기관 종사자의 직무요구가 조직관류에 미치는 영향 연구: 적응유연성을 매개효과로. *사회복지경영연구*, 10(1), 163-187.
- 이정기·이재혁(2020). 지속가능경영 연구의 현황 및 발전방향: ESG 평가지표를 중심으로. *전략경영연구*, 23(2), 65-92.
- 이준우·박선경·강윤지(2022). 중견·중소기업 종사원의 ESG 인식이 조직몰입에 미치는 영향에 관한 연구. *미래성장연구*, 8(1), 59-83.
- 자본시장연구원(2020). 글로벌 ESG 투자의 최근 동향과 주요 논점. Retrieved from http://www.kcmi.re.kr/publications/pub_detail_view?year=2020&zcd=002001016&zno=1514&zno=5409.
- 장석인(2023). 중소기업 조직구성원의 ESG 경영활동이 조직신뢰와 내대기업가정신을 매개로 조직유효성에 미치는 영향: 충남·세종지역의 전기·전자 산업을 중심으로. *혁신기업연구*, 8(4), 329-358.
- 장필식(2023). 외식산업 종사자의 직무만족에 영향을 미치는 요인에 대한 종합적 연구: 혼합적 연구방법론의 적용. 박사학위논문, 경희대학교 대학원.
- 정선교·정기주·박남규(2020). 정부기관콜센터 상담사의 신뢰가 직무만족과 조직충성도에 미치는 영향. *기업경영리뷰*, 11(3), 103-125.
- 최동주·이묘숙(2010). 서번트 리더십과 조직시민행동 간의 조직몰입과 조직신뢰의 매개효과 검증: 외식기업을 중심으로. *산업혁신연구*, 26(1), 133-166.
- 최정운·유두호(2021). 지방정부 신뢰의 결정요인: 지역변화와 사회적 경제 활성화를 중심으로. *한국사회과학연구*, 40(2), 35-71.
- 황동연·배귀희(2019). 지방의회 위상정립과 지방의원 역량강화 방안: 서울시 의회를 중심으로. *국가정책연구*, 23(2), 263-287.
- 황동연(2019). 공공조직에서 조직정치지각과 조직후원인식이 조직몰입에 미치는 효과에 관한 연구: 조직신뢰와 직무만족의 매개변수를 중심으로. 박사학위논문, 숭실대학교.
- Argyle, M.(1989). *The social psychology of work*. London: Penguin Books.
- Aziri, B.(2011). Job satisfaction: A literature review. *Management research & practice*, 3(4).
- Becker, H. S.(1960). Notes on the concept of commitment. *American Journal of Sociology*, 66, 32-42.
- Carroll, A. B., & Shabana, K. M.(2010). The business case for corporate social responsibility: A review of concepts, research and practice. *International journal of management reviews*, 12(1), 85-105.
- Collins English Dictionary & Thesaurus Online(2022a). *job*, Retrieved (2024.04.02) from <https://www.collinsdictionary.com/dictionary/english/job>.
- Collins English Dictionary & Thesaurus Online(2022b).

- satisfaction. Retrieved (2024.04.02.) from <https://www.collinsdictionary.com/dictionary/english/satisfaction>.
- Elkington, J.(1997). *Cannibals with Forks: The Triple Bottom Line of Twentieth Century Business*. US: Capstone Publishing.
- Fornell, C., & Larcker, D. F.(1981). Evaluating Structural equation models with unobservable variables and measurement error. *Journal of Marketing Research*, 18(1), 39-50.
- Herzberg, F.(2017). *Motivation to work*. London: Routledge.
- Jex, S. M., & Britt, T. W.(2014). *Organizational Psychology: A Scientist-Practitioner Approach*. New York: John Wiley and Sons.
- Kuhlen, R. G.(1963). Needs, perceived need satisfaction opportunities, and satisfaction with occupation. *Journal of Applied Psychology*, 47, 56-64.
- Mazutis, D. D., & Slawinski, N.(2015). Reconnecting Business and Society: Perceptions of Authenticity in Corporate Social Responsibility. *Journal of Business Ethics*, 131(1), 137-150.
- Moorman, C., Deshpande, R., & Zaltman, G.(1993). Factors affecting trust in market research relationships. *The Journal of Marketing*, 81-101.
- Morrow, P.(1983). Concept redundancy in organizational research: The case of work commitment. *Academy of Management Review*, 8, 486-500.
- Morgan, R. M., & Hunt, S. D.(1994). The commitment-trust theory of relationship marketing. *The Journal of Marketing*, 20-38.
- Mowday, R. T., Porter, L. W., & Steer, R. M.(1982). *Employee-organization linkages: The Psychology of commitment, absenteeism, and turnover*. New York: Academic Press.
- Pagell, M. & Shevchenko, A.(2010). The Effects of Supply Chain Management Practices on Sustainable Performance. *International Journal of Production Economics*, 127(2), 238-248.
- Robbins & Judge(2018). *Organizational Behavior 16e*. London: Pearson.
- Rotter, J.(1966). Generalized expectancies for internal versus external control of reinforcement. *Psychological Monographs*, 80(1), 1-28.
- Shrout, P. E., & Bolger, N.(2002). Mediation in experimental and nonexperimental studies: New recommendations. *Psychological Methods*, 7, 422-445.
- Weiss, H. M.(2002). Deconstructing Job Satisfaction: Separating Evaluations, Beliefs and Affective Experiences. *Human Resource Management Review*, 12(2), 173-194.

A Study on the Effect of ESG Activity of Automobile Parts Manufacturing Company on the Job Satisfaction of Organizational Members

Jeong, Soo-Cheol*

Abstract

This study aimed to analyze the effects of ESG management activities of auto parts manufacturers on organizational trust, organizational immersion, and job satisfaction, and to examine the intermediate effects of organizational trust and organizational immersion between ESG management activities and job satisfaction. Research models and hypotheses were established by referring to the theoretical background and empirical analysis of the preceding studies, and 221 questionnaires were secured for members of Busan and Gyeongnam-based auto parts manufacturers C, E, G, and S for empirical analysis. The results of the study are as follows.

First, energy saving, regional cluster construction, and compliance ethics management were statistically significant in identifying the relationship between ESG management activities and organizational trust. Second, in the analysis of the impact of ESG management activities on organizational immersion, compliance ethics management showed significant results (+). Third, the analysis of the relationship between organizational trust and job satisfaction showed a significant result of affection (+). Fourth, organizational immersion has been analyzed to have an effect on Jung (+) that is significant for job satisfaction. Finally, the analysis of the parameters of organizational trust and organizational immersion showed that both variables had a medium effect. In conclusion, it was an opportunity for auto parts makers to recognize that they can increase their members' job satisfaction by making efforts to increase trust and immersion in the organization through ESG activities.

KeyWords: ESG management activities, organizational trust, organizational commitment, job satisfaction, mediation effect

* First Author, Lecturer, Department of Start-up Management, Changwon National University, browneyes417@naver.com