

에너지기업의 ESG활동에 대한 진정성 인식이 종업원의 혁신 행동에 미치는 영향

김기동, 현병환*
대전대학교 대학원 융합컨설팅학과

Impact of a perceived authenticity of energy companies' ESG activities on innovation behavior of employees

Gi-Dong Kim, Byung-Hwan Hyeon*
Department of Convergence Consulting, Graduate School, Daejeon University

요약 본 연구 목적은 국내 석유, 가스를 제조·유통하는 에너지기업의 ESG 활동에 대한 진정성 인식이 조직에 대한 자부심과 신뢰에 어떤 영향을 미치는지를 살펴 보고, 조직 자부심과 조직 신뢰가 매개하였을 때 종업원의 직무만족과 혁신 행동에 미치는 영향을 확인하는 것이다. 에너지기업 종사자를 대상으로 설문지를 배포하여 최종 345부의 설문 데이터를 수집하였으며 이를 Smart PLS 4.0을 이용하여 연구모형을 분석하고 제안된 연구가설을 검증하는 데 활용하였다. 연구 결과는 기업의 ESG 활동 진정성 인식이 종업원의 조직 자부심과 조직 신뢰에 정(+)의 영향을 주는 것으로 나타났다. 조직 자부심과 조직 신뢰는 종업원의 직무만족에 유의미한 영향을 미치는 것으로 나타났다. 또한 종업원의 직무만족은 혁신 행동에 유의미한 영향을 미쳤다. 학문적 시사점으로는 에너지기업의 ESG 활동에 대한 진정성 인식과 종업원의 직무만족과 혁신 행동 간의 관계에서 조직에 대한 자부심과 신뢰가 중요한 매개 역할을 하고 있음이 밝혀졌다. 특히 기업의 ESG 활동이 종업원의 직무에 대한 만족과 혁신 행동에 이르는 전반적인 과정에서 근본적인 이해를 가능하게 하였다. 실무적 시사점으로는 에너지기업의 ESG 활동은 지속가능경영의 시대적 흐름 속에 필수적인 경영활동이라는 점에서 진정성 있는 ESG 활동의 강화가 필요하다. 이와 동시에 탄소중립을 위해 노력하는 다양한 에너지기업의 ESG 활동을 비교분석 한다면 보다 더 종합적인 연구 결과를 얻어 발전적인 방안을 제시할 것으로 기대된다.

Abstract This study examined how the perception of authenticity in ESG activities of domestic oil and gas manufacturing and distribution energy companies affects organizational pride and trust and confirms the effect on employee job satisfaction and innovative behavior when organizational pride and trust mediate. A questionnaire was distributed to energy company employees, and 345 questionnaires were collected. These were used to analyze the research model using Smart PLS 4.0 and verify the proposed research hypotheses. The research results showed that recognition of the sincerity of the ESG activities of a company had a positive effect on employees' organizational pride and trust in the organization. In addition, organizational pride and trust in the organization significantly affected the employees' job satisfaction. In addition, employees' job satisfaction significantly affected innovative behavior. Academic implications showed that organizational pride and trust play an important mediating role in the relationship between the perception of authenticity of energy companies' ESG activities and employees' job satisfaction and innovative behavior. In particular, it enabled a fundamental understanding of how the ESG activities of a company lead to employee job satisfaction and innovative behavior. As a practical implications, it is necessary to strengthen genuine ESG activities in the energy companies. This is because ESG activities of energy companies are essential management activities in the era of sustainable management. At the same time, more comprehensive research results can be obtained if the ESG activities of various energy companies striving for carbon neutrality are compared and analyzed, and developmental measures can be suggested.

Keywords : Recognition of the Authenticity of ESG Activities, Organizational Pride, Organizational Trust, Job Satisfaction, Innovation Behavior

*Corresponding Author : Byung-Hwan Hyeon(Daejeon Univ.)

email: hyunvv@gmail.com

Received May 24, 2024

Accepted August 2, 2024

Revised June 27, 2024

Published August 31, 2024

1. 서론

2024년 현재, 세계적으로 'ESG 경영'이 기업 경영의 핵심 키워드로 떠오르고 있으며 각각의 기업들은 'ESG 경영'에 사활을 걸고 있다. 기업 경영에 관심이 없는 사람들도 인터넷과 언론매체 등을 통하여 자주 접하고 있는 'ESG'라는 용어는 환경(Environmental), 사회(Social), 지배구조(Governance)의 첫 글자를 딴 것으로 오늘날 기업의 지속가능경영을 평가하는 핵심 요소로 자리 잡고 있다. 그동안 기업의 매출과 수익률 등의 재무적 요소가 기업 가치를 좌우하는 척도였다면 현재는 ESG가 재무적 요인을 뛰어넘어 기업에 대한 투자와 평가 기준이 되는 추세가 되고 있다.

'ESG 경영' 중 환경(E)은 기후변화 대응, 탄소배출 저감, 자원 재활용, 청정에너지 개발 등이 포함된다. 석유 제품과 천연가스를 유통하는 기업과 기관들이 친환경 에너지에 적극적인 투자와 탄소배출 저감을 위해 노력하는 것은 이와 밀접한 관련이 있다. 또한, 사회(S)는 노동환경을 개선하고 사내 인권 존중과 고용 평등 등에 관한 지표다. 여기에 발맞춰 석유, 가스 등의 에너지기업들은 사업장의 안전을 강조하는 동시에 협력 업체와의 동반 성장을 위해서도 노력하고 있다. 마지막으로 지배구조(G)는 투명한 윤리경영 및 반부패 경영 등 회사의 경영과 관련된 것으로 기업이 'ESG 경영'을 충족하지 못하며 아무리 재무적 역량이 높은 기업이라 해도 좋은 평가를 받기 어렵다.

최근 국내 석유·가스 에너지기업은 'ESG 경영'에 적극적으로 동참하면서 투자자와 금융기관, 고객, 공급업체 등 다양한 이해관계자에게 지속가능경영에 대한 신뢰를 높이기 위한 정보를 제공하기 위하여 ESG 보고서를 공시하고 있다. 최근 지구적인 환경문제가 대두되면서 ESG에 대한 국민 인식의 변화와 함께 관심이 증가하고 있다. 특히 사회와 환경 이슈 등에 민감한 MZ세대가 소비 주체로 떠오르면서 기업은 경영 관점에서 ESG 활동의 중요성을 인지하기 시작했다. 대한상공회의소가 2022년 3월 시행한 'MZ세대가 바라보는 ESG 경영과 기업의 역할' 조사 결과 MZ세대 64.5%가 '더 비싸도 ESG 실천 기업 제품구매'에 답을 하였으며[1], 2021년 5월에 시행한 'ESG 경영과 기업의 역할에 대한 국민 인식' 조사 결과에서는 일반 국민 70.3%가 'ESG에 부정적인 기업의 제품을 의도적으로 구매하지 않은 경험이 있다'라고 답을 하였다[2]. 이와같이 MZ세대뿐만 아니라 일반 국민 모두 기업의 ESG 경영 실천 여부가 소비활동에 중요하

다고 인식하는 것으로 조사되었다.

실제로 ESG 경영이 기업에 미치는 영향 연구가 다양하게 이루어져 왔는데, 'ESG 경영과 재무성과 간의 관계', 'ESG 등급과 수익률 간의 관계', 'ESG와 수익성, 기업 가치 간의 관계' 등과 같이 주로 기업의 ESG 경영과 재무적 성과 간의 관계에 관한 연구가 주를 이루고 있다 [3-5]. 또한 ESG 활동을 하는 기업과 이해관계자 관점에서는 주로 기업의 제품 소비자를 대상으로 'ESG 활동에 대한 인식이 기업 이미지, 브랜드 태도, 충성도 또는 소비자 구매 의도와 추가 비용을 지불할 의사가 있는지'와 같은 소비 주체의 심리 탐구에 관한 연구 경향이 두드러지고 있다[6-8]. '기업의 ESG 활동이 내부 직원에 미치는 영향'을 분석한 연구도 이루어지고 있으나 이들 연구에서는 호텔기업과 같은 서비스 업종을 대상으로 한 연구에 국한하고 있다[9,10].

최근 지구 온난화와 이상기후 등으로 인해 에너지전환과 탄소중립에 대한 사회적 관심이 높은 석유제품과 천연가스를 공급하고 관리하는 기업에서는 ESG 경영에 앞장서고 있다. 국내 천연가스 공급의 대표기관인 한국가스공사는 천연가스 공급 과정에서 경제, 환경, 사회적 가치를 균형 있게 추구하면서 기후변화 대응과 생물다양성 보전을 위한 환경경영과 안전사고 예방관리, 동반·상생 협력을 확대하고 건전한 이사회를 구성하여 운영하면서 인권·윤리 경영에 앞장서고 있고, 국내 정유사들 또한 석유제품만 판매하는 주유소에 태양광/연료 전지 등 분산 전원을 설치해 친환경 전기를 생산하고 이를 전기차 충전에 사용하는 '에너지 슈퍼스테이션'으로 사업모델을 변경하고 있다. 그러나, 이렇게 탄소배출 제로 기업 등을 목표로 세우고 달성하기 위해 노력 중인 에너지기업과 기관에 종사하는 구성원의 ESG 인식에 관한 연구는 부족한 편이다.

우리 사회에 필요한 에너지의 상당 부분은 원유와 천연가스로 대표되는 석유에서 얻어지고 있다. 미래에는 전기차와 수소차로 인해 도로의 수송용으로 석유 사용이 감소하겠지만, 산업용 원료와 항공, 선박 수송용에서는 계속 중요한 역할을 할 것으로 예상되며, 석유는 에너지 전환과 탄소중립을 달성하는 긴 과정 동안 수용이 가능한 가격에 안정적으로 공급되어야 하는 에너지원으로 우리의 일상생활과 산업 그리고 에너지 안보 차원에서 중요하다.

따라서, 석유 에너지를 공급하고 관리하는 기업의 ESG 활동이 내부 종사자에게 미치는 영향을 파악하는 것은 지속 가능한 경영 활동에서 매우 중요한 요인으로

판단되며, 본 연구를 추진하게 된 배경이기도 하다. 이러한 인식으로 시작된 본 연구는 석유, 가스 등 에너지기업의 ESG 활동에 대한 진정성 인식이 조직구성원의 직무만족과 혁신 활동에 미치는 영향을 분석하기 위한 것이다. 이에 본 연구에서는 첫째, 기업의 ESG 활동 진정성 인식이 종업원의 조직 자부심과 조직 신뢰에 미치는 영향을 확인하고자 한다. 둘째, 종업원의 조직에 대한 신뢰와 자부심이 직무만족에 어떠한 영향을 미치는지 파악하고자 한다. 마지막으로 종업원의 직무만족이 혁신 행동에 나타나는 영향을 분석하고, 이를 바탕으로 이론적, 실무적 시사점을 도출하여 석유·가스 관련 에너지기업에서의 ESG 활동에 대하여 발전적인 방안을 제시하고자 한다.

2. 이론적 배경

ESG를 연구하기 위해서는 지속가능성(Sustainability)과 지속가능경영(Sustainable Management)에 대한 이해가 우선 선행되어야 한다. 지속가능성은 문자 그대로 '지속할 가능성'을 말하는 것으로, 이에 대해 세계환경개발위원회(WCED)의 보고서에 따르면 지속가능발전(Sustainable Development)은 "미래 세대가 자신의 필요를 충족할 수 있는 능력을 손상시키지 않으면서 현재의 필요를 충족시키는 발전"이라고 정의하였고 2015년 제70차 UN 총회에서 지속가능발전 이념을 실현하기 위해 192개 회원국 만장일치로 17개의 인류 공동의 목표를 채택하였고, Claudy et al.[11]은 지속가능경영에 대하여 기업의 운영·전략적 활동과 기업성과 면에서 환경·사회·경제적 활동을 통합한 개념으로 정의하였다. 이러한 지속가능경영의 시대적 흐름에 따라 우리나라에서 석유와 가스 등의 에너지를 수입·생산하여 유통하는 에너지기업에서도 지속 가능한 경영을 위하여 ESG를 기업 경영의 핵심 키워드로 삼고, 기업 경영 체질 및 비즈니스 모델을 ESG 중심의 사업으로 재편하고 있다.

특히 석유와 가스를 생산·유통하는 에너지기업에서는 2030년까지 온실가스 배출량을 2010년에 대비하여 45% 이상을 감축해야 하고, 2050년에는 탄소중립을 달성해야 하는 목표가 설정되어 있다. 이러한 환경 스토리(environment story)는 지속성과 전략적 접근이 필요한 영역으로 친환경 경영을 모든 에너지기업에서 각자의 사업에 맞게 꾸준히 추진하고 있다. 그러나, 많은 국내 기업이 ESG 경영전략을 통해 기후 위기 대응 등 환경 부문

의 가치 창출을 위해 노력을 하고 있음에도 국내의 현실은 녹록지 않은 것도 사실이다. 그중에서도 가장 심각한 도전에 대처하고 있는 분야가 에너지 관련 산업이라 할 수 있다.

대표적으로 엑손모빌, 세브론, 셸, BP 등 글로벌 석유회사조차 ESG 소송의 단골손님이 되고 있다. 2022년 미국 공공과학도서관에서 출판하는 저널 플로스원(PLOS ONE)은 이 기업들에 대해 탄소중립 달성을 위한 계획만 세우고 그 이상의 행동으로 나가지 못한다며 그린-워싱(Green-washing)을 지적했다. 최근 러시아-우크라이나 전쟁으로 세계 에너지 위기 국면에서 석유, 가스와 같은 화석연료를 생산하여 판매하는 기업들은 단기적으로 큰 이익을 늘릴 수 있는 유혹을 외면하기 어렵기 때문에 일반적으로 알려진 'ESG 딜레마'에 빠지는 경우가 많다.

이처럼 ESG 경영의 어려운 현실에도 ESG 활동의 비재무 성과가 기업의 지속가능성을 강화하고 지속가능경영을 가능하게 한다는 것을 선행 연구로부터 확인할 수 있었다. Aida[12]는 기업의 ESG 경영이 지속가능성에 좋은 효과를 가져다주고 어떤 전략이나 정책 등을 실행할 때 이것을 참조로 우선순위를 설정해야 한다고 하였으며, Surroca [13]의 연구에서는 기업이 사회적 책임을 이행함으로써 인적자본과 혁신, 문화, 명성 등의 자산이 구축되고 이는 재무성과에 좋은 효과를 끼친다는 연구도 보고 되었다. 한편 선행연구를 통해 기업의 ESG 경영에 대한 소비자 인식 변화도 사실이며, 기업의 ESG 활동이 내부 종사자의 행동에 긍정적인 영향을 미치고 있는 것도 확인할 수 있었다. 먼저, 소비자의 인식변화를 보면 기업들의 ESG 경영을 노출할 경우 심리적 거리에서 소비자의 구매 의도에 매우 큰 영향을 미치는 것으로 추론할 수 있으며[7], 내부 종사자의 행동에서는 종업원의 ESG 활동 인식이 종업원의 조직 신뢰와 조직 동일시를 통하여 혁신 행동과 조직시민행동을 높이는 것임을 입증하였다[9].

이처럼 ESG 경영은 소비자로부터 기업 신뢰를 통해 비재무적 성과뿐만 아니라 재무성과에도 긍정적인 영향을 미치고 있으며 소비자의 인식을 변화시키고 있고 내부 종사자의 행동에도 영향을 미치고 있어 많은 기업은 ESG 경영의 어려운 여건 속에서도 충실히 이행하기 위해 노력하고 있다.

2.1 ESG 활동 진정성 인식

ESG는 환경(E), 사회(S), 지배구조(G)의 앞 글자를 조합한 단어로 기업의 지속가능성을 강화하는 시각에서 도

입된 개념이다[14]. 기업의 ESG 정보는 단순하게 그 기업에 재무적 영향뿐만 아니라 사회적 가치를 고려하는 소비자와 같은 이해관계자들에게 기업 신뢰와 같은 재무적 영향을 미친다. ESG의 평가지표에서 재무적 관점은 비용과 생산성 및 인적자본, 직원 유지 등이 직접적인 성과에 영향을 주는 요소로 인식되며[15], 재무적 관점에서는 기업의 내부 종사자의 직업 만족도를 향상하거나, 소비자에게 기업과 브랜드의 가치 평가 요소로 활용되기도 한다고 하였다[16].

진정성(authenticity)은 대상에 대해 느끼는 진실성 또는 진심의 수준이며, 기업의 진정성이란 기업의 특정한 활동이 내부 목적과 외부에 보이는 활동이 일치하는 것으로 정의할 수 있으며[17], 진정성은 유무형의 특성을 떠나서 대상에게 요구하는 감정적 가치를 충분한 수준으로 확보했다고 판단하는 인식의 수준을 의미한다[18]. 제품과 서비스 등을 이용할 때 소비자는 기존 기대를 넘어서는 특별한 경험이나 지원을 받았을 때 진정성 있다고 판단하며[19], 조직의 상황에 대해서, 조직 또는 리더가 추구하는 특별한 행위가 개인의 가치 수준을 넘어설 때 진정성 있다고 판단한다[20].

기업의 ESG 활동과 관련하여, 개인은 기업에게 사회적 책임이나 환경에 대한 진정성 있는 행동을 요구한다[21]. 즉, 사회가 필요로 하는 요소와 조직 내에서 구성원들이 획득하는 행동 정보가 일치하거나 특정한 기대치를 초과할 때, 지속가능성에 대한 진정성을 매우 좋게 평가한다[20]. 하지만 이는 회사에 요구하는 정도와 진정성에 대한 평가일뿐, 기업의 ESG 활동에 대한 인식이 내부 종사자의 조직 자부심과 조직 신뢰에 미치는 영향을 알아본 것은 아니다. 따라서 본 연구에서는 에너지기업의 ESG 활동에 대한 진정성 인식과 종업원에 조직 자부심 및 조직 신뢰 간의 상관관계가 있는지와 영향을 미치는 인과 관계를 실증분석을 통하여 알아보고자 한다.

2.2 조직 자부심

자부심은 심리학 연구에서 인지된 성과가 기대 또는 사회적 기준을 초과할 때 나타나는 긍정적인 감정으로 정의한다[22]. 따라서 자부심은 개인이나 그룹의 성과를 평가할 때 사용할 수 있다[23]. Arnett[24]는 조직 자부심(organizational pride)을 직원의 동기를 끌어올리기 위해 재치 있게 사용할 수 있는 심리적 특성으로 설명하였으며, 자신이 소속된 조직에 대한 개인의 평가에서 비롯되고 자신이 속한 조직이 긍정적으로 인정받고 있다는 확신으로 정의하고 있다[25]. 즉, 자신이 속한 조직을 긍

정적으로 지각하고 평가하는 개인의 태도를 의미한다. 조직 자부심은 조직구성원이 자신이 조직에 소속되어 있음을 자랑스럽게 여기는 것이며, 조직의 현재 가치와 목표, 성과 등에 대한 조직구성원 개인의 지각과 경험에서 비롯된 긍정적인 평가를 통해서 형성된다[25]. 조직구성원들이 자신이 속한 조직이 ESG 경영활동을 한다고 지각하는 것은 사회적으로 바람직한 것으로 알려져 있는 환경보호, 내부 구성원과 외부 이해관계자에 대한 배려와 존중, 투명한 경영을 한다는 것을 인식하는 것이기 때문에 조직 자부심과 관련이 깊을 것이라고 예상할 수 있다.

본 연구는 이러한 선행연구에서 정의된 종업원의 조직 자부심이 에너지기업의 ESG 활동에 대한 진정성 인식과 어떠한 상관관계가 있는지 분석하고 또한 조직 자부심은 직무만족에 어떠한 영향이 미치는지 실증분석을 통해 밝히고자 한다.

2.3 조직 신뢰

신뢰란 타인의 행동이 자신에게 우호적이거나, 최소한 악의적이지 않을 가능성에 대한 기대와 믿음을 말하는 것이다. Mayer[26]은 신뢰를 다른 사람을 감시나 통제할 수 있는 능력과 무관하게 신뢰를 받는 대상에게 중요한 특정 행동을 상대방이 실행할 것이라는 기대에 기초하여 상대방의 행위에 취약해질 수 있는 의지라고 정의하고, 자신을 약해지게 하는 것을 위험을 감수하는 것이며 신뢰는 위험을 주저하지 않고 받아들이는 것이라고 하였다.

Cummings & Bromiley[27]는 신뢰를 개인이나 그룹이 직접적이거나 간접적인 약속에 따라 행동하기 위해 성실한 노력을 하는 개인의 신념이나 그룹 간의 공통 신념이라 하였으며, 이러한 약속에 앞서 어떤 협상에서도 정직하며, 기회가 있을 때 다른 사람을 이용하지 않을 것이라 하였고, 조직에 대한 신뢰의 정의는 종업원이 느끼는 조직의 신뢰성에 대한 보편적 평가이며, 조직이 자신에게 이득을 가져다주거나 적어도 손해를 입히지 않는 행동을 할 것이라는 종업원의 믿음이라 하였다[28]. 한편, Sulistiawan et al.[29]는 조직 신뢰를 구성원이 조직에 대하여 평가와 확신에 의해 조직과 구성원 간의 객관적이고 합리적인 고용관계의 지속에 관한 신뢰로, 조직의 이익을 증진하거나 손해를 끼치지 않을 것을 인정하면서 실행할 수 있는 지각적인 상태로 정의하였다.

본 연구에서는 상기의 조직 신뢰에 관한 선행연구를 통하여 에너지기업의 ESG 활동에 대한 진정성 인식과 종업원의 조직 신뢰가 어떠한 상관관계가 있는지 분석하

고 조직 신뢰가 직무만족에 어떠한 영향이 미치는지 실증분석을 통해 밝히고자 한다.

2.4 직무만족

직무만족(Job Satisfaction)은 경영학과 사회과학 분야 등에서 효과적인 조직관리 방안을 운영하기 위해 사용되고 있으며, 조직구성원이 고객의 욕구를 만족시킬 과정 중 하나의 중요한 변수로 사용되고 있다[30]. 조직구성원들에게 나타나는 직무 태도 중 직무만족은 담당 직무에 대한 개인적 태도로서 여러 연구자들에 의해 다양하게 개념 정의가 이루어지고 있다. 또한 직무만족과 관련된 연구는 1930년대 이후부터 활발하게 진행되었으며, 다양한 학술 분야에서 주요 변인으로 활용되고 있다[31].

Hoppock[32]는 최초 직무만족과 관련된 연구를 통해 조직구성원의 심리적 만족과 정신적 만족 그리고 환경적 만족 상태로 정의하였고, Smith[33]는 조직구성원 개인이 자신 직무와 관련해 경험하는 반감 또는 호감의 감정 혹은 이와 같은 감정의 균형 상태에서 나타나는 하나의 태도라고 정의하였다. 또한 김대권[34]은 직무만족은 개인이 담당하는 직무가 자신의 가치관 혹은 신념, 욕구 등의 수준과 일치하면서 발생하는 직무에 대한 감정적, 정서적 만족 상태를 의미한다고 정의하였다. 이처럼 직무만족으로부터 영향을 받는 요인들은 다양하게 나타나고 있다. 개인의 삶에 있어 일이 차지하는 비율이 크기 때문에 직무만족과의 영향성을 살펴보는 요인은 개인의 웰빙과 함께 연구되고 있다[35].

본 연구에서는 다양한 직업군에서 나타나는 직무만족에 대한 선행연구를 통하여 에너지기업의 ESG 활동에 대한 진정성 인식이 종업원의 조직 자부심과 조직 신뢰에 긍정적 영향을 미칠 것이라 보고, 이들 조직 자부심과 조직 신뢰를 매개하였을 때 ESG 활동의 진정성 인식은 직무만족에 어떠한 영향이 미치는지 실증분석을 통해 밝히고자 한다.

2.5 혁신 행동

급변하는 사회 환경 속에 불확실성의 증대와 모호함으로 인해 의사결정이 지연되면서 잘못된 결정을 내리는 경우가 많아지면서 기업에서는 조직의 역량을 제고하고 최적화를 위해 끊임없이 방향 전환을 시도하고 있다. 혁신 행동(innovative behavior)은 소속된 조직에서 혁신의 필요성을 인식하고, 이를 효율적인 직무와 문제의 해결을 위하여 조직의 구성원이 새로운 아이디어를 제시하

고 창의적 활동 그리고 실천하기 위한 구체적 실행을 하는 모든 행동이라고 정의할 수 있다[36]. 이러한 혁신 행동은 급변하는 경영환경에서 조직인 능동적으로 대처하여 기업의 성과와 경쟁적 우위를 선점하는데 필요한 요인이다[37]. 또한, 혁신 행동은 조직의 구성원이 개인 업무와 조직의 성과를 높이기 위하여 새로운 아이디어를 구상하거나 도입하여 응용하는 활동이며 혁신적인 아이디어의 생성, 홍보, 구현의 3단계를 포함하는 개념이다[38]. 이러한 혁신 행동은 다양한 속성을 가지고 있으며 개별 활동이기 때문에 대부분 구성원 개인에 대한 단일 차원으로 측정 연구되고 있다. 즉, 혁신 행동은 조직에 혁신을 줄 새로운 아이디어, 기술개발, 업무 개선 등을 목표로 효율성과 성과를 높이기 위한 프로세스와 기술을 포함한다고 할 수 있다.

조직에서의 직무만족은 사고를 유연하게 하여 혁신에 대한 아이디어 도출과 행동으로 이어지는 연관성을 가진다. 본 연구에서는 에너지기업의 ESG 활동에 대한 진정성 인식이 직무만족과 혁신 행동으로 이어지는 관계에서 어떠한 영향을 미치는지 실증분석을 통해 밝히고자 한다.

3. 연구모형 및 연구가설

3.1 연구모형

국내 석유 에너지를 공급하고 관리하는 기업과 공공기관 등에서는 ESG 활동에 적극적으로 동참하고 있으면서 기업에 대한 신뢰를 높이기 위한 정보를 제공하기 위하여 ESG 보고서를 공시하고 있다. 이를 바탕으로 석유 에너지기업에 종사하는 종업원이 기업의 ESG 활동 진정성 인식이 혁신 행동에 미치는 영향 관계를 살펴보기 위하여 선행연구를 기반으로 기업의 'ESG 활동 진정성 인식'을 독립변수로 하고 '조직 자부심'과 '조직 신뢰', '직무만족'의 매개변수로 '혁신 행동'을 종속변수로 설정하고 이들의 영향 관계를 분석하고자 Fig. 1과 같이 연구모형을 설정하였다.

ESG 경영은 기업과 이해관계자의 사이에서 친환경 경영, 사회적 책임, 지배구조의 투명함을 고려하여 운영하는 활동으로, 2025년부터 자산총액 2조 원 이상의 유가증권 상장사에 한해, 2030년에는 모든 상장사가 지속가능경영 보고서에 대한 공시의무가 법제화되었다. ESG 경영활동의 등급이 높은 조직에서 일을 하는 조직구성원은 본인이 소속된 조직이 긍정적인 인식을 받을 것이라고 기대하기 때문에 자부심이 높게 나타날 수 있다[39].

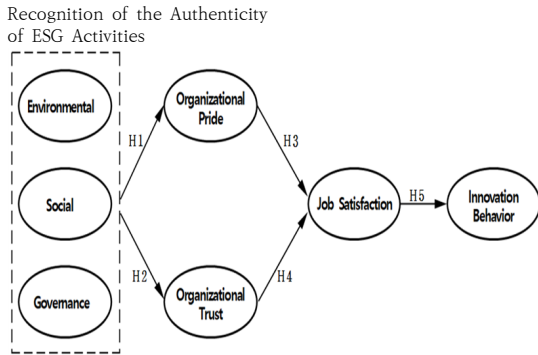


Fig. 1. Research Model

3.2 연구가설

3.2.1 에너지기업의 ESG 활동에 대한 진정성 인식과 조직 자부심 간의 관계

조직 자부심은 개인의 자부심, 자기효능감과 관련이 있기에[40] 조직구성원에게 필요한 심리적 힘을 제공한다[41]. 조직구성원의 자부심은 자신이 소속되어 있는 조직이 일반적인 다른 기업이 할 수 있는 것 이상으로 일을 하고 있다는 것을 인지할 때 증가한다[42]. 따라서 사회적 공동체적인 관점에서 기업의 환경(E), 사회(S), 지배구조(G)의 적극적인 실천 행동을 보여주는 것이 긍정적인 사회적 이미지를 형성하고 있기에 자신이 소속된 조직이 이와 같은 ESG 활동을 적극적으로 활동하고 있다는 인식이 높을수록 자신이 소속된 조직에 대한 자부심이 더욱 증가할 것이라고 예상할 수 있다.

또한, 이예림·유태용[43]은 조직 자부심을 매개효과로 ESG 경영에 대한 조직구성원의 인식과 이직 의도 간의 관계 연구를 확인한 결과 ESG 경영활동은 조직구성원들에게 긍정적인 영향을 미치는 것을 입증하였다. 이러한 선행연구를 바탕으로 본 연구에서는 ESG 활동 진정성 인식이 조직 자부심에 미치는 영향에 대해서 다음과 같은 가설을 설정하였다.

H1 : 에너지기업의 ESG 활동에 대한 진정성 인식은 종업원의 조직 자부심에 긍정적인 영향을 미칠 것이다.

3.2.2 에너지기업의 ESG 활동에 대한 진정성 인식과 조직 신뢰 간의 관계

개인의 행동을 이해하는 데 있어, ESG 경영을 이해하는 것을 초월하여 ESG 활동의 진정성을 인식한다면 조직구성원은 자신이 속한 기업의 ESG 경영활동이 효과적

이며 긍정적인 평가를 받고 있음을 인식하고 조직에 대한 신뢰가 더 높게 나타날 것이다. Vlachos et al.[44]는 조직구성원이 기업의 사회적 책임(CSR)을 조직의 가치를 달성하기 위하여 진정성을 가지고 진행한다고 인식할 때 조직 신뢰가 증가하는 반면, 조직이 경제적 이익만을 우선한다고 인식할 때는 조직 신뢰가 감소한다고 하였다. 이와 같은 관점에서 자신이 소속된 기업이 진정성을 가지고 ESG 활동을 실천한다고 인식한다면 조직에 대한 신뢰가 높아질 것이나, 자신이 소속된 기업이 진정성을 보이지 않고 ESG 활동을 실천하고 있음을 인지한다면 조직에 대한 신뢰가 감소할 것이다.

따라서 선행연구들을 참조하였을 때 기업의 ESG 활동에 대한 조직구성원들의 진정성 인식이 조직 신뢰에 긍정적인 영향을 미친다고 추론할 수 있으며, 본 연구에서는 에너지기업의 ESG 활동에 대한 진정성 인식이 조직 신뢰에 미치는 영향에 대해서 다음과 같은 가설을 설정하였다.

H2 : 에너지기업의 ESG 활동에 대한 진정성 인식은 종업원의 조직 신뢰에 긍정적인 영향을 미칠 것이다.

3.2.3 조직 자부심과 직무만족 간의 관계

개인이 느끼는 자부심은 다른 조직이나 조직 내 다른 사람들과의 비교를 통하지 않고 독립적으로 내적 기준에 의해 발생할 수도 있고, 다른 조직이나 구성원들과의 비교를 통해 발생할 수도 있다[39]. 선행연구들은 ESG의 경영 활동에 대한 인식과 조직구성원의 태도 및 행동이 어떠한 관계가 있는지를 설명해 주었는데, 조직구성원들은 긍정적인 조직문화를 같은 시각으로 바라보는 경향이 있다. 따라서 기업의 ESG 경영 활동에 대한 진정성 인식은 조직구성원들의 조직에 대한 태도와 행동에 긍정적인 영향을 미칠 것이다[45]. 또한, 국내의 선행논문 중 국내 호텔에 근무하는 종사자가 지각하는 호텔의 환경친화적 특성과 호텔종사자가 느끼는 조직 자부심과 직무만족 간의 인과관계를 살펴보았을 때, 조직 자부심은 직무만족에 유의하게 긍정적 영향을 미치는 것으로 나타났다[46].

조직 내 구성원들의 조직에 대한 자부심은 직무만족을 높이는 중요한 요인이 될 수 있을 것으로 판단된다. 따라서 본 연구에서는 에너지기업에 종사하는 종업원의 조직에 대한 자부심은 직무만족에 영향이 미칠 것으로 보고, 다음과 같은 가설을 설정하였다.

H3 : 종업원의 조직 자부심은 직무만족에 긍정적인 영향을 미칠 것이다.

3.2.4 조직 신뢰와 직무만족 간의 관계

일반적으로 신뢰가 높아지면 협력에 도움이 되고 갈등은 감소하게 되므로 만족도 또한 증가하며, 신뢰는 조직구성원의 행동과 직무 조직의 문제 해결과 의사 결정 과정에 영향을 미칠 것이다.

신뢰와 직무만족 간의 관계에 대한 선행연구를 보면, 높은 신뢰 환경에서 작업하는 조직구성원들이 낮은 신뢰의 환경에서 작업하는 구성원들에 비해 유효성 측면에서 효과적으로 나타나고 있다. Cook et al.[47]은 조직과 동료에 대한 신뢰가 직무만족에 긍정적인 영향을 미친다고 주장하였고, Podsakoff et al.[48]의 연구에서도 조직에서 구성원이 갖는 조직 신뢰는 직무만족에 긍정적인 영향이 미치는 것을 입증하였다. 또한, 국내의 중소기업 구성원을 대상으로 한 연구에서는 조직 전체에 대한 신뢰는 구성원들의 직무만족에 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났으며[49], 컨벤션 종사자의 조직 신뢰가 직무만족에 미치는 영향을 분석한 결과, 컨벤션 종사자의 조직 신뢰는 모든 직무만족 요인(직무, 임금·복지, 상사·동료 관련)에 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다[50].

위의 선행연구와 같이 조직 내 구성원들의 조직에 대한 신뢰는 직무만족을 높이는 중요한 요인이 될 수 있을 것으로 판단된다. 이상과 같은 선행연구를 바탕으로 본 연구에서는 에너지기업에 종사하는 종업원의 조직에 대한 신뢰가 직무만족에 영향을 미칠 것으로 보고 다음과 같은 가설을 설정하였다.

H4 : 종업원의 조직 신뢰는 직무만족에 긍정적인 영향을 미칠 것이다.

3.2.5 직무만족과 혁신 행동 간의 관계

조직구성원은 자신이 하는 업무에 대하여 경제적 보상 뿐만 아니라 심리적 보상을 받았을 때 만족이 극대화된다. 그리고 자신이 속해있는 조직이 성공하기를 기대하며 자신과 조직의 발전을 위하여 혁신적인 아이디어 외에 성공을 위한 프로세스를 개발하고 행동하게 된다. 혁신 행동은 자기 자신으로부터의 동기부여 과정에서 영향을 받는다. 또한 자신의 직무에 대해 긍정적 감정을 가진 사람들은 기존의 직무수행과 관련된 규칙 또는 절차 등에 얽매이지 않고 문제를 해결하기 위해 적극적으로 새로운 아이디어를 도출하려는 행동을 보여준다[51]. 전상

경[52]은 호텔조리사 간의 상호 신뢰 관계에서 조리사가 직무에 만족함으로써 조직에 필요한 새롭고 창의적인 행동을 보여주고 있다고 하였으며, 호텔 식음료 종사원을 대상으로 한 연구에서는 조직 내 의사소통과 직무만족, 혁신 행동 간의 구조적 관계를 확인 결과 종사원의 직무만족 수준이 높게 인지될수록 종사원의 혁신 행동이 향상될 것으로 보인다고 하였다[53]. 따라서 이상의 선행연구를 바탕으로 본 연구의 가설을 다음과 같이 설정하였다.

H5 : 종업원의 직무만족은 혁신 행동에 긍정적인 영향을 미칠 것이다.

4. 연구 방법 및 분석 결과

4.1 자료수집 및 인구통계학적 특성

“석유”는 「석유 및 석유대체연료 사업법」 제2조 제1호에 의거 ‘원유, 천연가스 및 석유제품(휘발유, 경유, 등유, 항공유, 아스팔트, 프로판, 부탄 등)을 말한다’라고 정의하고 있다[54]. 한국에너지공단에서 2023년 8월에 발행한 “22년도 에너지사용량 통계”를 보면, 연간 2천 toe 이상의 에너지를 사용한 신고업체 5,049개 중 산업 부문에서는 석유를 48.6%를 사용하고, 건물 부문에서는 28.0%, 수송 부문에서는 84.7%를 각각 사용하고 있다[55]. 국내 석유와 가스의 유통과 관리는 공기업인 한국석유공사와 한국가스공사가 있고, 석유제품 등의 품질과 안전관리는 준정부기관인 한국가스안전공사와 한국석유관리원이 정부로부터 업무를 위탁받아 관리하고 있다. 석유제품의 유통을 담당하는 민간기업으로는 원유를 수입하여 정제 과정을 거쳐 석유제품을 판매하는 정유사(현대 오일뱅크 등 5개)와 LP가스를 수입하여 국내에 유통하는 LPG 수입사(SK가스 등 2개)가 있고, 한국가스공사로부터 천연가스를 공급받아 배관을 통하여 소비자에게 공급하는 일반 도시가스사(삼천리 등 34개)가 있다. 본 연구에서는 Fig. 1의 연구모형을 검증하기 위해 국내 석유제품과 천연가스의 유통·관리를 담당하는 공기업(2개), 준정부기관(2개) 및 석유제품과 천연가스를 제조·유통하는 정유사(5개), LPG 수입사(2개), 일반 도시가스사(12개) 등 23개 기업 등에 의뢰하여 설문조사를 실시하였다.

설문조사의 신뢰성 확보와 표본 선정에서 편향이 없는 대상자를 선정하기 위해, 설문조사 대상 기관의 지속가능경영을 담당하는 부서에 의뢰하여 정규직 임직원을 대

상으로 '24.1.31. ~ 2.16일까지(17일간) 온라인 설문조사 실시하여 총 351부를 수집하였다. 불성실한 답변 6부를 제외한 후 총 345개의 설문 내용을 최종 분석에 사용하였으며, 설문조사 결과에 대한 표본의 인구통계학적 특성을 Table 1과 같이 정리하였다.

Table 1. Demographics of Respondents

Characteristics	Division	Frequency (persons)	Percentage (%)
Gender	Male	305	88.4
	Female	40	11.6
Age(yrs)	~ 29	26	7.5
	30~39	106	30.7
	40~49	122	35.4
	50~59	91	26.4
Employment Period	~ 5 years	52	15.1
	6 ~ 10 years	57	16.5
	11 ~ 15 years	62	18.0
	16 ~ 20 years	54	15.7
	21 years ~	120	34.8
Enterprise Type	Public Enterprise	114	33.0
	Quasi-governmenta	38	11.0
	Oil Refinery	79	22.9
	LPG Importer	18	5.2
	City Gas Company	96	27.8

4.2 변수의 조작적 정의와 측정 항목

본 연구에서는 Fig. 1의 연구모형을 검증하기 위해 선행연구의 측정 항목 등을 본 연구에 적합하도록 부분적으로 수정, 보완하여 구성하였으며, Table 2와 같이 제시된 측정 항목을 5점 리커트(Likert) 척도를 이용하여 각각의 변수에 대하여 측정하였다.

Table 2. Measurement item of variables

Variable	Measurement Item	Reference
Recognition of the Authenticity of ESG Activities	Our company's ESG activities have a positive impact on the community in which I belong.	Price et al. (1995) [56]
	Our company's ESG activities carry out what we promise.	
	Our company's ESG activities are suitable for demonstrating my abilities.	Joo et al. (2019) [57]
	Our company's ESG activities are highly transparent	
	I am satisfied with my company's ESG activities.	

Organizational Pride	I am proud to work at our company.	Kraemer & Gauthier (2014),[23]
	I brag about the company I work for to others.	
	I am proud to have contributed to the success of our company.	Cheon, Seol. (2022) [10]
Organizational Trust	I believe our company will keep its promises.	Cummings & Bromiley (1996) [27]
	I believe that our company negotiates honestly with us.	
	I can trust our company.	Huh, Lee. (2023) [9]
	I trust my company to make wise decisions for the organization.	
Job Satisfaction	Our company will never take advantage of our problems.	Campbell (1977) [58] Cheon, Seol. (2022) [10]
	I am receiving adequate compensation for my job.	
	I will not move to another job.	
	My company gives fair evaluations when I work.	
	I am satisfied with what I do.	
Innovation Behavior	I am proud of our organization.	Janssen (2000) [37] Huh, Lee. (2023) [9]
	I am proud of our organization.	
	I prepare a suitable plan to implement new ideas.	
	I consider whether my innovative idea has practical value.	
	I actively promote ideas to other members	
	I actively seek out ideas for new technologies, processes, and products.	

조작적 정의로 진정성이란 어떤 행위를 의무감 또는 책임감으로 하는 것이 아니고 진실한 마음으로 타인을 위해 배려하는 행동이라 믿는 것이며[57], 본 연구에서 ESG 활동 진정성 인식은 자신이 소속된 회사가 ESG 활동을 의무감이나 책임감으로 하는 것이 아니라 진심에서 우러나온 행동을 내부 종사자가 인지하는 정도로 정의하였다.

조직 자부심은 자신이 속한 조직에 대하여 개인의 평가에서 비롯되며, 자신이 속한 조직이 긍정적으로 인정받고 있다는 확신과 조직을 긍정적으로 지각하며 평가하는 개인의 태도로 정의하였으며[25], 조직 신뢰는 종업원이 인식하는 자신이 속한 조직의 신뢰성에 대한 전반적인 평가이고 조직이 자신에게 이익이 되거나 적어도 해롭지 않은 행동을 할 것이라는 종업원의 확신이라 정의하였다[28].

직무만족은 지켜보는 사람의 유무에 따라 행동에 차이가 나타나는 현상인 호손효과(Hawthorne effect)에서

시작이 되었다[59], 조직에서 구성원은 자신이 한 업무 등에 대하여 어떠한 보상을 원하기 마련일 것이며 이를 통해 성과를 얻고자 할 것이다. 이러한 직무만족은 직무와 연관된 태도 중 한 가지이며 개인이 직무나 직무 경험의 결과로부터 얻게 되는 즐거운 긍정적 감정이라고 정의할 수 있다[60], 혁신 행동은 소속된 조직에서 혁신의 필요성을 인식하고, 이를 효율적인 직무와 문제의 해결을 위하여 조직의 구성원이 새로운 아이디어를 제시하고 창의적 활동 그리고 실천하기 위하여 구체적인 실행을 하는 모든 행동이라고 정의할 수 있다[37].

4.3 신뢰성 및 타당성 분석

본 연구에서는 Fig. 1의 연구모형 가설을 검증하기 위하여 Smart PLS 4.0 PLS 알고리즘을 이용하여 신뢰성과 타당성을 검증하였으며, 1,000회의 부트스트래핑을 통해 구조모형을 분석하였다. 변수에 대한 신뢰도와 집중 타당도를 분석하기 위해 요인 적재 값, 크롬바흐 알파(Cronbach's α), 합성 신뢰도(CR), 평균 분산 추출(AVE)을 측정하였으며, 그 결과를 아래의 Table 3과 같이 정리하였다.

Table 3. Factor Analysis and Reliability Analysis

Variable	Items	Factor loading	Cronbach- α	CR	AVE
Recognition of the Authenticity of ESG Activities	ESG 1	.840	.931	.948	.784
	ESG 2	.902			
	ESG 3	.881			
	ESG 4	.900			
	ESG 5	.903			
Organizational Pride	OP 1	.956	.936	.959	.886
	OP 2	.932			
	OP 3	.936			
Organizational Trust	OT 1	.908	.952	.963	.838
	OT 2	.930			
	OT 3	.930			
	OT 4	.927			
	OT 5	.881			
Job Satisfaction	JS 1	.837	.912	.934	.739
	JS 2	.782			
	JS 3	.885			
	JS 4	.905			
	JS 5	.885			
Innovation Behavior	IB 1	.864	.932	.949	.787
	IB 2	.889			
	IB 3	.881			
	IB 4	.897			
	IB 5	.903			

신뢰성 분석을 나타내는 크롬바흐알파(Cronbach's α) 계수의 일반적 수용범위는 0.7 이상이면 바람직한 신뢰도로 볼 수 있다[61]. 본 연구의 측정 항목들은 Table 3에 나타난 바와 같이 일반적 기준치인 0.7 이상으로 측정되어 신뢰성이 확보되었다. 요인 적재 값은 전체 항목이 기준치 0.7 이상으로 확인되어 각 측정된 변수들에 대한 내적 일관성이 확보되었으며, 집중 타당성(Convergent Validity) 확보를 위한 합성 신뢰도(CR)는 분석 결과 기준치 0.7 이상으로 나타났고, 평균 분산 추출 값(AVE)도 허용치 0.5 이상이 확보되어 집중 타당성이 충족되었음을 확인하였다.

잠재 변수 간을 구분하는 정도를 나타내는 판별 타당성(Discriminant Validity)의 경우 각 잠재 변수의 AVE 제곱근 값이 잠재 변수 간의 상관관계들보다 크면 잠재 변수 간에는 판별 타당성이 확보된 것으로 볼 수 있다[62]. 본 연구에서의 측정 항목들은 AVE 제곱근 값이 다른 구성개념과는 상관계수가 크고 0.7 이상이므로 판별 타당성 또한 충분한 것으로 확인되었으며, 판별 타당성 분석 결과는 아래의 Table 4와 같이 정리하였다.

Table 4. Discriminant Validity Analysis

Variables	ESG	OP	OT	JS	IB
ESG	.886				
OP	.701	.941			
OT	.841	.797	.916		
JS	.709	.815	.764	.860	
IB	.559	.594	.554	.594	.887

ESG : Recognition of the Authenticity of ESG Activities, OP : Organizational Pride, OT : Organizational Trust, JS : Job Satisfaction, IB : Innovation Behavior

* Bold text indicates the square root of the mean variance extraction value(AVE).

4.4 가설검증 결과

본 연구모형의 가설 1에서 가설 5까지의 검증을 위하여 Smart PLS 4.0 알고리즘의 부트스트래핑을 통해 구조모형의 경로를 분석하였으며, 가설검증 결과를 아래의 Table 5와 같이 정리하였다.

Table 5. Result of Testing Hypotheses

Hypothesis	Path	Path coefficient	T statistics	P value	Results
H1	ESG → OP	0.701***	18.727	0.000	Accepted
H2	ESG → OT	0.841***	45.869	0.000	Accepted
H3	OP → JS	0.563***	10.491	0.000	Accepted
H4	OT → JS	0.316***	6.140	0.000	Accepted
H5	JS → IB	0.594***	14.810	0.000	Accepted

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

※ ESG : Recognition of the Authenticity of ESG Activities, OP : Organizational Pride, OT : Organizational Trust, JS : Job Satisfaction, IB : Innovation Behavior

상기 Table 5의 가설검증 결과로부터 가설 1에서 가설 5까지의 검증을 도출한 연구모형의 분석 결과를 아래 Fig. 2와 같이 제시하였다.

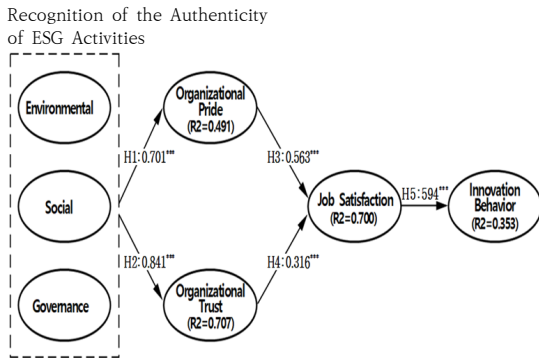


Fig. 2. Result of Structural Equation Model Analysis

Table 5의 가설 검증 결과 가설 H1에서 가설 H5까지의 가설은 모두 95% 신뢰도 이상의 유의한 영향력으로 판명되어 채택되었으며, 변수 간 측정 개념을 판정하기 위한 설명력(R²)은 조직 자부심 0.491, 조직 신뢰 0.707, 직무만족 0.700, 혁신 행동 0.353 확인되어 모든 변수의 설명력(R²)은 10%를 초과하였으므로 적정기준에 속한 것으로 판명되었다.

본 연구모형을 바탕으로 각각의 가설에 대한 검증 결과를 정리하여 보면 다음과 같다.

먼저, “가설 H1”, “가설 H2”에 대한 경로계수와 t 값을 검증한 결과 H1의 경로계수는 0.701, t 값은 18.727로 나타나 ESG 활동 진정성 인식이 조직 자부심에 정(+)의 영향을 미칠 것이라는 가설은 통계적으로 유의한 영

향을 미치는 것으로 확인되었으며, H2의 경로계수는 0.841, t 값은 45.869로 나타나 ESG 활동 진정성 인식이 조직 신뢰에 정(+)의 영향을 미칠 것이라는 가설 또한 통계적으로 유의한 영향을 미치는 것으로 확인되었다.

둘째, “가설 H3” 대한 경로계수와 t 값을 검증한 결과 H3의 경로계수는 0.563, t 값은 10.491로 나타나 조직 자부심이 직무만족에 정(+)의 영향을 미칠 것이라는 가설은 통계적으로 유의한 영향을 미치는 것으로 확인되었으며, 셋째 “가설 H4” 대한 경로계수와 t 값을 검증한 결과 H4의 경로계수는 0.316, t 값은 6.140으로 나타나 조직 신뢰가 직무만족에 정(+)의 영향을 미칠 것이라는 가설은 통계적으로 유의한 영향을 미치는 것으로 확인되었다.

마지막으로, “가설 H5”에 대한 경로계수와 t 값을 검증한 결과 H5의 경로계수는 0.594, t 값은 14.810으로 나타나 직무만족이 혁신 행동에 정(+)의 영향을 미칠 것이라는 가설은 통계적으로 유의한 영향을 미치는 것으로 확인되었다.

Smart PLS 4.0의 PLS 알고리즘 부트스트래핑의 특정 간접효과 분석 결과, 가설 H1 내지 H5 모두에서 조직 자부심과 조직 신뢰가 직무만족에 매개하고, 또한 직무만족은 혁신 행동에 매개하고 있음이 확인되었다. 아래 Table 6은 특정 간접효과에 의한 조직 자부심, 조직 신뢰, 직무만족의 매개 분석 결과를 제시한 것이다.

Table 6. Results of mediation analysis by specific indirect effect

Path	Original Sample	T statistics	P value	Results
ESG→OT→JS	0.266***	6.081	0.000	Accepted
ESG→OP→JS	0.395***	8.921	0.000	Accepted
OP→JS→IB	0.335***	8.209	0.000	Accepted
OT→JS→IB	0.188***	5.712	0.000	Accepted
ESG→OT→JS→IB	0.158***	5.597	0.000	Accepted
ESG→OP→JS→IB	0.235***	7.197	0.000	Accepted

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

※ ESG : Recognition of the Authenticity of ESG Activities, OP : Organizational Pride, OT : Organizational Trust, JS : Job Satisfaction, IB : Innovation Behavior

가설 1 내지 가설 5와 특정 간접효과의 매개 분석으로부터 도출된 결과에 따르면, 에너지기업의 ESG 활동에

대한 진정성 인식은 종업원의 조직 자부심과 조직 신뢰를 높이는데 영향을 미치는 것을 알 수 있었다. 또한 조직 자부심과 조직 신뢰가 높아지면 종업원의 사기가 올라가 직무만족과 혁신 행동으로 이어지는 관계에서 긍정적인 영향이 미친다는 것을 확인할 수 있었다. Table 6에서 조직 자부심과 조직 신뢰를 매개로 한 ESG 활동 진정성 인식과 혁신 행동 간의 간접적인 경로계수가 0.158~0.395를 나타내어 대체적으로 0.1 이상의 효과를 보이고 있으며, p-value도 모두 유의한 정(+)의 영향을 미치고 있음이 입증되었다. 이는 경로계수가 0.1 이상의 효과를 보이는 경우 가설 검증 결과에서 채택을 방증하는 것임을 알 수 있다.

5. 결론

5.1 연구 결과 및 시사점

본 연구에서는 에너지기업의 ESG 활동에 대한 진정성 인식이 종업원의 조직 자부심과 조직 신뢰에 어떠한 영향이 미치는지를 실증 분석하였다. 그리고 에너지기업의 ESG 활동에 대한 진정성 인식이 조직 자부심과 조직 신뢰를 매개로 직무만족과 혁신 행동으로 이어지는 관계에 어떠한 영향이 미치는지 실증분석을 통해 알아보려고 하였다.

먼저 본 연구는 기존 연구들이 기업의 ESG 활동에 따른 소비자의 인식변화에 관한 연구와 호텔 등 서비스 업종에 대한 종업원의 ESG 활동 인식이 종업원 태도와 행동에 미치는 영향의 연구와 달리, 최근 지구 온난화와 이상기후 등으로 인해 에너지전환과 탄소중립에 대한 사회적 관심이 높은 석유제품과 천연가스를 공급하고 관리하는 기업과 기관에 종사하는 종업원에 대하여 기업의 ESG 활동에 대한 진정성 인식이 종업원의 직무만족과 혁신 행동에 미치는 영향을 검증했다는 점에서 선행연구와 차별점이 있다고 할 수 있다.

본 연구의 주요 연구 결과는 다음과 같다.

첫째, 기업의 ESG 활동에 대한 진정성 인식은 종업원의 조직 자부심과 조직 신뢰에 각각 정(+)의 영향을 미치는 것으로 확인되었다. 이는 에너지기업의 업무 특성상 제조된 석유제품이 탄소중립에는 부(-)의 영향을 미치고 있음을 조직구성원들은 인지하고 있으나, 기업이 진정성 있는 ESG 활동을 추구한다면 환경에 대한 부정적 시선이 일부 상쇄되어 조직 자부심과 조직 신뢰가 높아지는 것으로 분석된다. 마찬가지로 에너지기업의 직무 특성상

남성 위주로 업무가 편중되어 있어 남녀 고용 평등 등과 같은 사회적 영향에 취약할 수 있으나 이 또한 기업의 ESG 활동을 통해 보실시킬 수 있어 조직 자부심과 신뢰에 긍정적인 영향이 미치는 것으로 분석된다.

둘째, 조직 자부심과 조직 신뢰는 직무만족에 정(+)의 영향을 미치는 것으로 확인되었다. 이는 에너지기업뿐만 아니라 다른 분야의 기업에서도 조직에 대한 자부심이 직무만족에 영향을 미치고 있음을 많은 연구를 통하여 입증된 사실이다. 따라서 본 연구에서 에너지기업의 ESG 활동에 대한 진정성 인식은 조직 자부심과 조직 신뢰를 매개하였을 때 직무만족에 긍정적인 영향을 미치고 있음을 특정 간접효과를 통하여 확인되었다.

셋째, 직무만족은 혁신 행동에 정(+)의 영향을 미치는 것으로 확인되었다. 이는 종업원의 직무만족을 통하여 자신이 부여받은 직무 향상을 위한 혁신적인 사고를 취하고, 이는 곧 행동으로 이어져 기업의 발전에 이바지하는 것으로 귀결될 수 있음을 시사한다. 따라서 기업의 ESG 활동에 대한 진정성 인식은 조직 자부심, 조직 신뢰, 직무만족이 매개하였을 때, 종업원의 혁신적 행동으로 이어진다고 할 수 있다.

다음 본 연구의 시사점에 대하여 살펴보면 다음과 같다.

이론적 시사점으로 먼저, 선행연구들에서는 기업의 ESG 활동과 소비자의 인식변화 관점에서 기업의 ESG 활동에 대한 소비자 인식이 지각된 가치를 통해 소비자의 심리적 거리를 줄이는데 핵심적인 역할을 하는 요인이며, 구매 의도에도 긍정적 영향을 미치는 것으로 나타났다[7]. 반면에 본 연구는 탄소중립 등 환경에 취약한 에너지기업의 ESG 활동에 대한 진정성 인식이 조직 신뢰와 조직 자부심에 영향을 미치는 것임을 확인한다는 측면에서 선행연구들과 차별점과 시사점이 있다. 즉, 기업의 ESG 활동이 이해관계자인 소비자의 인식에 영향을 미칠 뿐만 아니라, 기업의 내부 종사자인 종업원에게도 긍정적인 영향을 주는 주요 요인임을 확인할 수 있다.

둘째, 선행연구에서는 호텔 등 서비스 업종에 대한 직원의 ESG 활동 인식이 종업원의 조직 자부심을 통해 직무만족에 긍정적인 영향을 미치는 것으로 확인되었다 [10], 반면에 본 연구는 석유 등 에너지기업이 진정성 있는 ESG 활동을 추구하는 경우 조직에 대한 신뢰와 조직 자부심 통해 직무만족에 영향을 미치는 것으로 확인되었다는 측면에서 시사점이 있다. 즉, 기업의 진정성 있는 ESG 활동이 종업원의 직무만족에 영향을 호텔 등 서비스 업종뿐만 아니라, 탄소중립에 대한 사회적 관심이 높은 석유 관련 에너지 기업에 종사하는 종업원에게도 긍정

정적인 영향을 주는 주요 요인임을 확인할 수 있다.

셋째, 본 연구는 조직에 대한 자부심과 신뢰가 종업원에게 직무에 대한 만족감을 주고 이를 통해 혁신 행동에 미치는 영향 관계를 파악하였다는 점에서 의의가 있다. 종업원의 직무에 대한 만족감과 혁신 행동을 높이는 중요한 원인으로 개인의 조직에 대한 자부심과 신뢰의 영향 관계가 실증적으로 확인되었다. 이를 통해 조직을 자랑스럽게 생각하는 자부심과 조직이 약속을 지키고, 정직하게 협상하고, 직원들의 문제를 이용하지 않을 것이라는 종업원의 조직에 대한 신뢰는 직원들이 자신의 직무에 만족하고 보다 혁신적인 사고를 바탕으로 새로운 아이디어를 실행하는 능력을 높일 수 있다[19]는 연구와도 맥락을 같이 한다. 또한, LPG를 수입하여 판매하는 SK 가스 기업에서는 Net Zero를 지향하며 부생수소를 활용한 수소 연료 전지 사업과 국내 최초 LNG·LPG Dual Fuel 발전소인 GPS에 수소를 혼소하는 혁신적인 방안을 시도하고 있는 등 에너지기업에서는 ESG 활동을 통해 종업원의 직무에 대한 만족과 함께 혁신 행동에 이르는 전반적인 과정이 기업의 경영혁신에 이바지할 수 있을 것이라는 점에서 시사점이 있다.

실무적 시사점으로 첫째, 본 연구는 기업의 ESG 활동에 대한 진정성 인식이 종업원의 마음가짐과 혁신적인 행동에 미치는 영향 관계를 파악함으로써 경영활동과 정책 입안의 참고 요소로 활용할 수 있는 점에 시사점이 있다. 즉, 석유 관련 에너지기업의 진정성 있는 ESG 활동은 지속가능경영의 시대적 흐름 속에 혁신 경영에서의 필수적 요인임을 감안 하여야 할 것으로 판단된다.

둘째, 본 연구는 기업의 ESG 활동에 대한 종업원의 인식이 조직에 대한 자부심과 신뢰에 미치는 긍정적 영향 관계를 파악하였다. 이는 기업 경영의 핵심 키워드로 떠오르고 있는 ESG 활동이 내부 이해관계자인 종업원의 만족도, 헌신도, 그리고 조직에 대한 몰입감을 높이는 데 중요한 역할을 하며 이는 곧 기업의 생산성과 효율성을 높이는 결과를 가져올 것이라는 점에서 시사점이 있다.

셋째, 본 연구는 종업원의 조직에 대한 자부심과 신뢰가 친환경에너지에 적극적인 투자와 탄소배출 저감을 위해 노력 중인 기업의 환경에서 종업원의 직무에 만족감을 주고 이를 바탕으로 혁신적인 행동에 긍정적인 영향을 미치게 하여 기업 발전에 이바지한다는 점에서 실무적 시사점이 있다. 따라서, 에너지기업은 종업원의 직무 만족감과 혁신 행동을 유도하기 위해 조직에 대한 자부심과 신뢰를 할 수 있도록 조직이 설정한 목표와 약속을 지킬 수 있도록 노력하고, 조직의 결정 과정과 운영 방식

을 직원들에게 명확하게 보여줄 필요가 있다. 또한 에너지기업은 모든 직원에게 공정하게 대우하고, 직원들의 노력과 성과를 인정하여 적절한 보상 체계가 이루어질 수 있도록 관리 방안이 제도적으로 마련되어야 할 것으로 보인다.

5.2 연구의 한계 및 향후 방향

본 연구는 세계적으로 경영의 핵심 키워드로 떠오르고 있는 기업의 ESG 활동이 종업원의 조직에 대한 자부심과 신뢰를 바탕으로 직무 만족감과 혁신 행동에 미치는 영향에 대한 실증자료를 제시하여 여러 가지의 시사점을 도출하였으나, 연구설계와 분석 등에 있어 부족한 점이 있다. 이에 연구의 한계점과 향후 연구 방향을 제시하고자 한다.

첫째, 본 연구에서는 석유 등 에너지기업의 ESG 활동 사례를 대기업과 공공기관만으로 한정하였다는 것이다. ESG 활동이 대기업과 공공기관에서 먼저 시행되고 있는 것이 현실이나 현재 중소기업도 ESG 경영활동이 당면과제로 작용할 것이기 때문에, 석유제품 등을 판매하는 중소기업의 ESG 활동에 대한 종업원에 미치는 영향을 연구할 필요성이 있겠다. 둘째, 본 연구는 기업의 ESG 활동에 대한 종업원의 진정성 인식을 대상으로 연구를 진행했다. 하지만 ESG 활동은 환경(E), 사회(S), 지배구조(G) 활동으로 구분되어 있어, 각각의 활동에 대한 종업원의 인식을 판단하는 것이 필요하다. 예를 들어 정유사의 경우 환경(E) 활동 중 하나인 탄소중립을 위하여 타 산업군보다 더 많은 노력과 투자가 필요할 것이다.

향후 연구에서 다양한 에너지기업을 비교·분석한다면 보다 더 종합적인 연구 결과를 얻을 것이며, ESG 활동에 대한 각각의 요인별로 분석하여 기업의 진정성 있는 ESG 경영 활동의 내용들이 제도로 전환될 수 있도록 제도화 방법을 도출하는 연구가 이루어지면 의미가 있을 것으로 보인다.

References

- [1] Korea Chamber of Commerce and Industry, "Survey on ESG management and corporate awareness from the MZ generation perspective", press release, 2022.
- [2] Korea Chamber of Commerce and Industry, "Survey of public awareness of ESG management and the role of companies", press release, 2021.
- [3] G. Friede, T. Busch, A. Bassen, "ESG and financial

- performance: Aggregated evidence from more than 2000 empirical studies”, *Journal of Sustainable Finance & Investment*, Vol.5, No.4, pp.210-233, 2015.
DOI: <http://dx.doi.org/10.1080/20430795.2015.1118917>
- [4] N. C. Ashwin Kumar, C. Smith, L. Badis, N. Wang, P. Ambrosy, & R. Tavares, “ESG factors and risk-adjusted performance: A new quantitative model”, *Journal of Sustainable Finance & Investment*, Vol.6, No.4, pp.292-300, 2016.
DOI: <http://dx.doi.org/10.1080/20430795.2016.1234909>
- [5] P. Velte, “Does ESG performance have an impact on financial performance? Evidence from Germany,” *Journal of Global Responsibility*, Vol.8, No.2, pp.169-178, 2017.
DOI: <http://dx.doi.org/10.1108/JGR-11-2016-0029>
- [6] Y. N. Park, S. L. Han, “The Effect of ESG Activities on Corporate Image, Perceived Price Fairness, and Consumer Responses”, *Korean Management Review*, Vol.50, No.3, pp.643-664, 2021.
DOI: <http://dx.doi.org/10.17287/kmr.2021.50.3.643>
- [7] Y. B. Ji, Y. W. Seo, “The Effects of Corporations’ ESG Management on Consumer’s Behavioral Intentions through Perceived Value and Psychological Distance”, *Korean Management Review*, Vol.52, No.3, pp.537-572, 2023.
DOI: <http://dx.doi.org/10.17287/kmr.2023.52.3.537>
- [8] J. Kim, Y. Jung, S. Cha, “The effect of ESG activities on coffee shops’ brand image and purchase intention”, Proceedings of the Korean Contents Society’s General Academic Conference, pp.255-256, 2021.
- [9] B. J. Huh, H. y. Lee, “Impact of ESG Activities on Employee Behavior: Through Organizational Trust and Organizational Identification”, *Korean Management Review*, Vol.52, No.2, pp.415-442, 2023.
DOI: <http://dx.doi.org/10.17287/kmr.2023.52.2.415>
- [10] M. H. Cheon, K. J. Seol, “Effect of Perception of ESG Activity by Hotel Employees on Organizational Pride and Organizational Effectiveness”, *Tourism and Leisure Research*, Vol.34, No.9, pp.161-175, 2022.
- [11] M. C. Claudy, M. Peterson, M. Pagell, “The roles of sustainability orientation and market knowledge competence in new product development success”, *Journal of Product Innovation Management*, Vol.33, pp.72-85, 2016.
DOI: <http://dx.doi.org/10.1111/jpim.12343>
- [12] M. I. Aida, H. M. A. Zuria, M. F. Fadzlina, D. Faizah, & C. Colin, “Impact of Board Capabilities on Environmental and Social Governance(ESG) Practices: Evidence from Malaysia”, *International Journal of Business and Management Science*, Vol.9, No.2, pp.321-340, 2019.
- [13] J. Surroca, J. Tribo, S. Waddock, “Corporate Responsibility and Financial Performance: The Role of Intangible Resources”, *Strategic Management Journal*, Vol.31, No.5, pp.463-490, 2010.
DOI: <http://dx.doi.org/10.1002/smj.820>
- [14] R. Rajesh, C. Rajendran, “Relating Environmental, Social, and Governance Scores and Sustainability Performances of Firms: An Empirical Analysis”, *Business Strategy and the Environment*, Vol.29, No.3, pp.1247-1267, 2020.
DOI: <http://dx.doi.org/10.1002/bse.2429>
- [15] M. K. Linnenluecke, “Environmental, Social and Governance (ESG) Performance in the Context of Multinational Business Research”, *Multinational Business Review*, Vol.30, No.1, pp.1-16, 2022.
DOI: <http://dx.doi.org/10.1108/MBR-11-2021-0148>
- [16] M. Jin, B. Kim, “The Effects of ESG Activity Recognition of Corporate Employees on Job Performance: The Case of South Korea”, *Journal of Risk and Financial Management*, Vol.15, No.7, pp.316, 2022.
- [17] H. M. Song, M. R. Baek, B. J. Pa, “Strategic CSR, CSR Authenticity Perception and Purchase Intention”, *Korean Society of Business Management*, Vol.28, No.1, pp.113 - 130, 2021.
- [18] K. C. Kwon, B. H. Hyun, “Effect of Corporate Social Responsibility Activities on Consumers’ Attitudes toward Businesses - Focusing on the Mediating Effect of Authenticity”, *Journal of the Korea Academia-Industrial*, Vol.23, No.10, pp.533- 539, 2022.
DOI: <https://doi.org/10.5762/KAIS.2022.23.10.533>
- [19] S. D. Sohn, Y. D. kim, S. G. Lee, “Strategy of Public Organization on Governance of ESG: Focusing on KOTRA’s Governance Strategy”, *Journal of Service Management*, Vol.22, No.5, pp.159-183, 2021.
DOI: <https://doi.org/10.15706/jksms.2021.22.5.007>
- [20] B. Latif, T. S. Ong, A. Meero, A. A. Abdul Rahman, & M. Ali, “Employee-perceived Corporate Social Responsibility (CSR) and Employee Pro-environmental Behavior (PEB): The Moderating Role of CSR Skepticism and CSR Authenticity”, *Sustainability*, Vol.14, No.3, pp.1380, 2022.
DOI: <http://dx.doi.org/10.3390/su14031380>
- [21] J. Yoo, “Customer Power and Frontline Employee Voice Behavior: Mediating Roles of Psychological Empowerment,” *European Journal of Marketing*, Vol.51, No.1, pp. 238-256, 2017.
DOI: <https://doi.org/10.1108/EJM-07-2015-0477>
- [22] W. Verbeke, F. Belschak, R. P. Bagozzi, “The adaptive consequences of pride in personal selling”, *Journal of the Academy of Marketing Science*, Vol.32, No.4, pp. 386-402, 2004.
DOI: <http://dx.doi.org/10.1177/0092070304267105>
- [23] T. Kraemer, M. Gouthier, “How organizational pride and emotional exhaustion explain turnover intentions in call centers: A multi-group analysis with gender and organizational tenure”, *Journal of Service Management*, Vol.25, No.1, pp.125-148, 2014.
DOI: <http://dx.doi.org/10.1108/JOSM-07-2013-0173>
- [24] J. Arnett, “The psychology of globalization”, *American Psychologist*, Vol.57, No.10, pp.774-783, 2002.
DOI: <http://dx.doi.org/10.1037/0003-066X.57.10.774>

- [25] M. H. J. Gouthier, M. Rhein, "Organizational pride and its positive effects on employee behavior", *Journal of Service Management*, Vol.22, No.5, pp.633-649, 2011.
DOI: <http://dx.doi.org/10.1348/096317900167038>
- [26] R. C. Mayer, J. H. Davis, F. D. Schoorman, "An integrative model of organizational trust", *Academy of Management Review*, Vol.20, No.3, pp.709-734, 1995.
DOI: <http://dx.doi.org/10.2307/258792>
- [27] L. L. Cummings, P. Bromiley, "The organizational trust inventory (OTI)", *Trust in Organizations: Frontiers of Theory and Research*, Vol.302, No.330, pp.39-52, 1996.
- [28] H. H. Tan, C. S. F. Tan, "Toward the Differentiation of Trust in Supervisor and Trust in Organization", *Genetic, Social & General Psychology Monographs*, Vol.126, No.2, pp.241-260, 2000.
DOI: https://ink.library.smu.edu.sg/lkcsb_research/2678
- [29] J. Sulistiawan, N. Herachwati, S. D. Permatasari, & Z. Alfirdaue, "The antecedents of innovative work behavior: the roles of self-monitoring", *Problems and Perspectives in Management*, Vol.15, No.4, pp.263-270, 2017.
DOI: [http://dx.doi.org/10.21511/ppm.15\(4-1\).2017.10](http://dx.doi.org/10.21511/ppm.15(4-1).2017.10)
- [30] R. J. Varey, "Internal marketing: a review and some interdisciplinary reserch chaallenges", *International Journal of Service Indusrty Management*, Vol.6, No.6, pp.40-63, 1995.
DOI: <http://dx.doi.org/10.1108/09564239510078849>
- [31] B. J. Jang, H. J. Joo, T. G. Wang, "Analysis of the impact of person-environment fit on turnover intention: Focusing on the moderating effect of job satisfaction", *Journal of Korean Public Administration*, Vol.30, No.4, pp.889-908, 2018.
DOI: <https://doi.org/10.21888/KPAQ.2018.12.30.4.889>
- [32] R. Hoppock, "Job Satisfaction", New York: McGraw-Hill Book Co Inc, 1935.
DOI: <http://dx.doi.org/10.1002/j.2164-5892.1938.tb00348.x>
- [33] H. C. Smith, "Psychology of Industrial Behavior", New York: Mcgraw-Hill Book Co Inc, 1995.
- [34] D. K. Kim, "A Study on Efficient Utilization Plan of National Defense Resource", *Social science research*, Vol.23, No.4, pp.77-94, 2016.
- [35] C. Mafini, N. Dlodlo, "The Relationship between Extrinsic Motivation, Job Satisfaction and Life Satisfactionamongst Employees in a Public Organisation", *SA Journal of Industrial Psychology*, Vol.40, No.1, pp.1166, 2014.
DOI: <https://doi.org/10.4102/sajip.v40i1.1166>
- [36] S. G. Scott, R. A. Bruce, "Determinants of innovative behavior: A path model of individual innovation in the workplace", *Academy of Management Journal*, Vol.37, No.3, pp.580-607, 1994.
- [37] O. Janssen, "Job demands, perceptions of effort reward fairness and innovative work behaviour", *Journal of Occupational and Organizational Psychology*, Vol.73, No.3, pp.287-302, 2000.
- [38] J. Y. Kim, "The effect of hotel general manager's inclusive leadership on innovation behavior using structural equation modeling", *Hotel Tourism Research*, Vol.24, No.2, pp.1-12, 2022.
DOI: <https://doi.org/10.31667/jhts.2022.04.91.1>
- [39] T. R. Tyler, S. L. Blader, "Identity and cooperative behavior in groups", *Group Processes and Intergroup Relations*, Vol.4, No.3, pp.207-226, 2001.
DOI: <https://doi.org/10.1177/1368430201004003003>
- [40] J. L. Tracy, R. W. Robins, "The psychological structure of pride: a tale of two facets", *Journal of personality and social psychology*, Vol.92, No.3, pp. 506-525, 2001.
DOI: <http://dx.doi.org/10.1037/0022-3514.92.3.506>
- [41] S. E. Hobfoll, "Conservation of resources: a new attempt at conceptualizing stress", *American psychologist*, Vol.44, No.3, pp.513-524, 1989.
DOI: <http://dx.doi.org/10.1037/0003-066X.44.3.513>
- [42] I. Tsachouridi, I. Nikandrou, "Organizational virtuousness and spontaneity: A social identity view", *Personnel Review*, 2016.
DOI: <http://dx.doi.org/10.1108/PR-09-2014-0192>
- [43] Y. R. Lee, T. Y. Yoo, "The Relationship between ESG Management Perception and Turnover Intention: The Mediating Effect of Organizational Pride and The Moderating Effect of ESG Management Cynicism", *Journal of Social Sciences*, Vol.62, No.1, pp.109-131, 2023.
DOI: <https://doi.org/10.22418/JSS.2023.4.62.1.109>
- [44] P. A. Vlachos, A. Theotokis, K. Pramatar, & A. Vrechopoulos, "Consumer retailer emotional attachment: Some antecedents and the moderating role of attachment anxiety", *European Journal of Marketing*, Vol.44, No.9, pp.1478-1499, 2010.
DOI: <http://dx.doi.org/10.1108/03090561011062934>
- [45] D. K. Peterson, "The relationship between perceptions of corporate citizenship and organizational commitment", *Business & Society*, Vol.43, No.3, pp. 296-319, 2004.
DOI: <http://dx.doi.org/10.1177/0007650304268065>
- [46] C. S. Sim, J. E. Kim, "The impact of eco-friendly management of hotel companies on employees' organizational pride", *Northeast Asia Tourism Research*, Vol.10, No.2, pp.69-90, 2014.
- [47] J. D. Cook, T. D. Wall, "New Work Attitude Measure of Trust, Organizational Commitment and Personal Need Non-fulfillment", *Journal of Occupational Psychology*, Vol.54, pp.39-52, 1980.
DOI: <https://doi.org/10.1111/j.2044-8325.1980.tb00005.x>
- [48] P. M. Podsakoff, S. B. MacKenzie, R. M. Moorman, & R. Fetter, "Transformational Leader Behaviors and their Effects on Follower's Trust in Leader, Satisfaction, and Organizational Citizenship Behaviors", *Leadership Quarterly*, Vol.1, No.2, pp.07-142, 1990.
DOI: [https://doi.org/10.1016/1048-9843\(90\)90009-7](https://doi.org/10.1016/1048-9843(90)90009-7)

[49] K. S. Lee, H. Jang, "A study on the Effect of the Social Responsibility Activities on the Organizational Trust, Job Satisfaction, Organizational Identification and Turnover", *Korean Academy of Management*, Spring Academic Conference. pp.1124-1144, 2016.

[50] M. H. Lee, H. J. Jang, "A Study on the Effect of the Organizational Trust of Convention Employees on the Job Satisfaction and Organizational Performance", *Korean Tourism Management of Association*, Vol.30, No.2, pp.375-399, 2015.

[51] T. M. Amabile, R. Conti, H. Coon, J. Lazenby, & M. Herron, "Assessing the work environment for creativity", *Academy of Management Journal*, Vol.39, No.5, pp.1154-1184, 1996.
DOI: <https://doi.org/10.5465/256995>

[52] S. K. Jeon, "Influence of rapport between hotel chef's, affective commitment, continuance commitment, jobsatisfaction, and innovative behavior", *Hotel Tourism Research*, Vol.24, No.4, pp.5-20, 2022.
DOI: <https://doi.org/10.31667/hts.2022.08.93.5>

[53] S. A. Kang, S. B. Lee, "A Study on Structural Relationship among Organization Communication, Job Satisfaction and Innovation Behavior in Hotel F&B Employee", *Tourism and Leisure Research*, Vol.27, No.3, pp.23-40, 2022.

[54] Ministry of Trade, Industry and Energy, 「Petroleum and Petroleum Substitute Fuel Business Act」, Law No.17532, 2024.

[55] Korea Energy Agency, "Energy usage statistics for 2022", National Statistics No.115007, 2022.

[56] L. L. Price, E. J. Arnould, S. L. Deibler, "Consumers' emotional responses to service encounters: the influence of the service provider", *International Journal of Service Industry Management*, Vol.6, No.3, pp.34-63, 1995.
DOI: <http://dx.doi.org/10.1108/09564239510091330>

[57] S. Joo, E. G. Miller, J. S. Fink, "Consumer evaluations of CSR authenticity: Development and validation of a multidimensional CSR authenticity scale", *Journal of Business Research*, Vol.98, pp.236- 249, 2019.
DOI: <http://dx.doi.org/10.1016/j.ibusres.2019.01.060>

[58] J. P. Campbell, "On the Nature of Organizational Effectiveness. in PS Goodman & JM Pennings (eds)", *New Perspectives on Organizational Effectiveness* (San Francisco: Jossey - Bass, 1977.

[59] H. M. Parsons, "What happened at Hawthorne? New evidence suggests the Hawthorne effect resulted from operant reinforcement contingencies", *Science*, Vol.183, No.4128, pp.922-932, 1974.

[60] A. Furnham, K. V. Petrides, C. J. Jackson. T. Cotter, "Do personality factors predict job satisfaction?", *Personality and Individual Differences*, Vol.33, No.8, pp.1325-1342, 2002.
DOI: [http://dx.doi.org/10.1016/S0191-8869\(02\)00016-8](http://dx.doi.org/10.1016/S0191-8869(02)00016-8)

[61] A. H. Van de Ven, D. L. Ferry, "Measuring and

Assessing Organizations", John Wiley & Sons, New York, 1980.

[62] C. Fornell, D. F. Larcker, "Structural equation models with unobservable variables and measurement error: Algebra and statistics," *Journal of Marketing Research*, Vol.18, No.3, pp.382-388, 1981.
DOI: <https://doi.org/10.1177/002224378101800313>

김기동(Gi-Dong Kim)

[정회원]



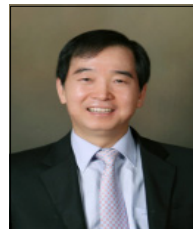
- 2006. 2월 : 국립한밭대학교 대학원 (화학공학 석사)
- 2023. 3월 ~ 현재 : 대전대학교 융합컨설팅학과 기술경영 박사과정
- 산업통상자원부 에너지안전과, 석유산업과, 가스산업과, 자원안보정책과 에너지 업무 담당

<관심분야>

경영혁신, 에너지 산업, 기술경영, TBT

현병환(Byung-Hwan Hyeon)

[정회원]



- 2015년 3월 ~ 현재 : 대전대학교 융합컨설팅학과 기술경영 전공 교수
- 2004. 1월 ~ 2013년 12월 : 국가생명공학정책연구센터장
- 미래창조과학부, 농림수산식품부, 복지부, 식품의약품안전처, 지식경제부, 정책자문 평가위원

<관심분야>

기술경영, 연구전략기획, 기술사업화