

# 제조업의 CSR활동이 조직신뢰와 직무만족에 미치는 영향에 관한 연구

정수철<sup>1</sup>, 조영복<sup>2\*</sup>

<sup>1</sup>부산대학교 경영학과 박사과정, <sup>2</sup>부산대학교 경영학과 교수

## A Study on the Effects of CSR Activities on Organization Trust and Job Satisfaction in Manufacturing Enterprises

Soo-Cheol Jeong<sup>1</sup>, Young-Bohk Cho<sup>2\*</sup>

<sup>1</sup>Ph. D Student, Dept. of Business Administration, Busan National University

<sup>2</sup>Professor, Dept. of Business Administration, Busan National University

요약 본 연구는 기업의 사회적 책임 활동(CSR)이 조직신뢰와 직무만족에 미치는 영향 관계를 규명하여 효과적인 조직관리에 실무적인 도움이 되고자 하였다. 선행연구들의 실증분석을 참고하여 이론적 배경과 연구모형을 설정하였으며, 실증분석을 위하여 창원에 본사를 두고 있는 한국의 대표적인 D-중공업의 조직구성원을 대상으로 374부의 표본을 확보하였다. 본 연구의 실증분석 결과는 다음과 같이 요약할 수 있다. 첫째, 사회적 책임(CSR) 활동과 직무만족 간의 관계에서 윤리적 책임이 통계적으로 유의한 것으로 나타났다. 둘째, 기업의 사회적 책임(CSR) 활동과 조직신뢰 간의 관계 규명에서 가설 2-3과 가설 2-4가 통계적으로 유의한 것으로 나타나 두 가설은 채택되었다. 셋째, 조직신뢰와 직무만족 간의 관계는 통계적으로 유의한 결과를 나타내고 있어 가설 3은 채택되었다. 마지막으로 매개효과 분석에서는 직접효과와 간접효과 모두 통계적으로 유의한 것으로 나타나 매개효과가 있는 것으로 분석되었다. 본 연구의 실증분석을 통해 CSR 활동, 조직신뢰와 직무만족 간에 유의미한 상호 관련성을 규명하였다. 또한 조직에 대한 신뢰가 직무만족 향상을 위한 선행요인임을 밝혀내었다.

주제어 : 사회적 책임, 조직신뢰, 직무만족, 매개효과, 조직관리

**Abstract** This study aimed to discover the effects of CSR activities on manufacturing employees' organizational trust and job satisfaction. A proposed model based on previous research was empirically tested via structural equation modeling by AMOS using 374 valid samples collected from current employees of D-Heavy Industries & Construction in Chang Won. The results of the empirical analysis are summarized as follows. CSR activities had a partially direct impact on job satisfaction and organizational trust. It has been confirmed that organizational trust has a partial mediation effect(full mediation effect) in the process of CSR activities and job satisfaction. These findings indicate that there exist interrelationships among entrepreneurship, internal and external CSR activities, organizational trust, and job satisfaction. In particular, the importance of CSR activities were identified in terms of effective organizational management by confirming their impact on organizational trust of employees. In addition, organizational trust was verified as an antecedent factor to improve job satisfaction.

**Key Words** : CSR(corporate social responsibility), Organizational Trust, Job Satisfaction, Mediating Effect, Organization Management

\*Corresponding Author : Young-Bohk Cho(browneyes417@naver.com)

Received July 21, 2020

Accepted September 20, 2020

Revised August 24, 2020

Published September 28, 2020

## 1. 서론

최근 들어 기업들은 경제적 성장과 더불어 사회적 가치 형성과 정립에 도움을 주면서 기업의 성장과 사회적 가치를 동시에 구현하고자 노력하고 있다. 일반적으로 '사회적 가치'란 사회, 경제, 환경, 문화 등 모든 영역에서 지속가능한 공공의 이익과 공동체의 발전에 기여할 수 있는 가치를 의미한다. 사회적 가치가 사람들에게 중요한 가치로 인식되는 시점에 나타난 또 다른 변화는 4차 산업혁명의 시작으로 볼 수 있는데, 4차 산업혁명 시대에는 현재까지 우리가 경험했던 기존의 산업혁명과는 매우 다르게 아주 빠른 속도로 더욱 광범위하게 경제·사회 전반에 혁신을 일으킬 것으로 보인다. 사회적 가치에 대한 인식 증대와 4차 산업혁명의 새로운 시대를 살아가야 하는 현실에서는 사회가 당면하고 있는 수많은 문제에 대한 해결책을 기업의 사회적 책임(CSR)에서 찾으려는 움직임이 나타나고 있다. 기업과 이해당사자들의 연결성이 무엇보다 중요해지는 4차 산업혁명 시대에는 기업이 경제적 실리를 가지면서 사회적 가치를 높일 수 있는 좋은 기회로 인식되고 있다.

이와 같은 기업의 노력을 뒷받침하기 위한 연구도 학계를 중심으로 활발하게 진행되어 오고 있다. 최근에는 CSR활동의 효과를 내부고객인 직원의 관점에서 파악하는 연구들이 관심을 받고 있다(Brammer et al. 2007; Peterson 2004; Rupp et al. 2006)[1-3]. 다수의 연구들이 기업 외부의 이해관계자뿐만 아니라 기업 내부의 직원을 대상으로 직원의 CSR 인식의 선행요인에 따른 성과변수를 규명하고자 하는 연구도 점차 증가하고 있는 추세이다. Shin et al. (2016)은 CSR에 대한 직원의 지각과 업무 성과간의 관계를 살펴본 연구에서, CSR에 대한 지각은 조직 동일시와 직무 만족에 순차적 매개 효과를 통해 긍정적으로 업무성과를 가져온다고 밝혔다[4].

최병권·문형구·주영란(2017)은 1987년 이후 국내에서 발간된 경영학 분야 등재학술지에 수록된 총 40편의 중업원 사회적 책임에 대한 인식을 다룬 연구를 중심으로 사회적 책임 인식에 관한 연구를 심층적으로 분석하여 향후 연구방향을 제안하고 있다[5].

이러한 선행 연구들을 참고하여 본 연구는 사회적 책임(CSR) 활동이 제조업(D-중공업)에서 근무하는 조직구성원들의 조직에 대한 신뢰와 직무만족을 높일 수 있는 계기가 되는지를 분석하여 실무에 도움이 되고자 한다. 또한 본 연구결과를 토대로 기업의 CEO들이 사회적 책임(CSR) 활동에 관심을 가지는 계기가 되기를 기대한다.

## 2. 이론적 배경

### 2.1 기업의 사회적 책임(CSR) 활동

사회적 책임(CSR) 활동에 대한 다양한 정의를 정리해보면, 기업이 경영활동을 하면서 직면하게 되는 공공의 문제를 해결하기 위한 활동으로 사회·경제적 결과에 대해 기업 스스로가 책임을 지고 해결하고자 노력하는 것이라고 할 수 있다(이경희, 2009)[6]. 김보경과 정은정(2013)이 카지노 기업을 대상으로 한 실증연구를 통해 기업 활동에서 생겨나는 문제의 해결과 도덕 및 법적 책임을 다하기 위한 노력이라고 하였다[7].

Maignan과 Ferrell(2004)의 연구에 따르면, 이해당사자에 대한 책임과 윤리에 바탕을 둔 책임활동이며[8], Smith(2004)는 기업의 활동에 의해 영향을 받는 이해당사자들에 대한 기업의 의무라고 정의하였다[9]. 국내의 연구 동향을 살펴보면, 최병권·문형구·주영란(2017)은 CSR 인식의 국내의 연구동향과 향후 연구방향에 대하여 국내외 선행연구를 바탕으로 분석하였다. 이들은 CSR인식 메커니즘 규명을 위한 미시적 관점의 연구, CSR 인식의 선행요인에 대한 탐색연구 그리고 한국적 특성을 고려한 CSR 인식에 대한 연구들이 필요하다고 주장하였다[5]. 김민석과 조영복(2019)은 인공지능과 블록체인으로 대표되는 4차 산업혁명 시대에는 가장 먼저 기업·사회·공헌 활동의 성과측정이 용이해질 것이며 플랫폼을 활용한 사회공헌 활동이 증가할 것이라고 전망한다. 또한 ICT업계를 중심으로 기술전수를 통한 사회기여 활동이 활발하게 진행되고 기업 간, 섹터 간 공동으로 진행되는 사회공헌 활동이 늘어나게 될 것이라고 예측하였다. 이에 따라 이들은 기업이 이익만을 추구하는 집단이라는 인식에서 벗어나 앞으로는 사회를 위해 존재하는 기업시민으로서의 역할을 할 수 있어야 생존할 수 있을 것이라고 주장한다[10].

2015년 이후 국내에서 수행된 사회적 책임 관련 연구들을 검토해 보면 다음과 같은 사실을 확인할 수 있다. 첫째, 기업의 사회적 책임 활동과 관련된 실증연구 방법이 다양화되었다는 점이다. 구체적으로 설문조사와 함께 실험연구, 내용분석과 심층면접 등 다양한 연구방법이 적용되고 있다. 둘째, 사회적 책임에 관한 기업 간(B2B) 연구와 함께 기업과 고객 간(B2C)을 비교하는 연구도 볼 수 있다는 점이다. 셋째, SNS의 활동이 증대하고 있는 현실을 반영하여 페이스북을 통한 CSR 활동 분석에 관한 실증연구(이지연, 2015)가 등장한 것을 볼 수 있다[11]. 넷째, CSR인식의 국내연구 동향과 향후 연구방향에 관

한 리뷰연구(최병권문형구주영관, 2017)를 통하여 국내 CSR 연구수준이 향상되고 있음을 알 수 있다[5].

## 2.2 조직신뢰

신뢰에 대한 연구는 여러 방면에서 다양하게 연구되어 왔는데, 조직 내 신뢰의 다계층성을 강조한 대표적인 학자인 Mishra(1996)는 실증연구를 통해 조직 내 대상에 따라 신뢰 여부가 달라질 수 있으며 신뢰의 대상이 조직, 상사, 동료, 최고 관리자 등으로 매우 다양한 계층으로 존재한다고 주장하였다[12]. 이와 관련한 선행 연구들은 대체로 조직 내 신뢰를 조직신뢰, 상사신뢰, 동료신뢰 등 3가지로 구분하고 있다(Robinson, 1996)[13]. Podsakoff, MacKenzie & Bommer(1996) 등의 연구결과에 따르면, 직무만족, 조직몰입, 개인의 역할 내 행동이 조직신뢰의 중요한 결과라는 사실을 발견하였다. Mishra & Morrissey(1990)의 연구에 의하면 연구에 참여한 관리자의 90% 이상이 조직신뢰는 조직의 위에서부터 아래로 내려오는 것으로 생각하고 있으며, 조직의 효과성은 조직구성원들이 조직을 신뢰하는 수준에 의해 결정되는 것으로 믿고 있는 것으로 나타났다. 그리고 연구 참여자의 79.4%는 조직이 효율적이지 못한 이유는 조직에 대한 불신의 결과라고 판단하고 있음을 밝혔다[14]. 또한 Cangemi, Rice & Kowalski(1989) 등은 조직구성원이 조직 내에서 조직과의 관계를 형성하는 과정에서 예측성과 안정성이 부족할 경우에 조직몰입의 감소와 이직행동의 증가 등과 함께 개인의 질적 성과 및 조직의 성과가 감소된다는 사실을 보여주었다[15]. Gilbert & Tang(1998)은 조직신뢰는 상사 또는 동료에 대한 신뢰와는 달리 비인격적이고 제도적이며 조직에 대한 확신과 지지의 감정으로 구분될 수 있다고 주장하였다[16]. 고상미·허경석·변정우(2014)[17], Tan & Tan(2000)[18] 등은 연구에서 조직신뢰는 조직의 일관성, 개방성 및 공정성에 관한 믿음이자(Lynpack & Stamps, 1997)[19] 조직과 종사원 간의 객관적인 고용관계의 신뢰로써 조직이 자신에게 유익하거나 해가되지 않는 행동을 할 것이라는 전반적인 평가와 확신이라는 점을 상기시켰다. 이와 같이 조직신뢰(organizational trust)는 협동과 이타적인 행동을 증진시키기 때문에 조직신뢰가 높을수록 좋은 조직을 의미하며(Mayer et al. 1999)[20], 조직신뢰의 개념에 대한 견해는 연구자들마다 다르며 다양한 연구가 진행 중에 있다. 본 연구의 주요 변수인 조직신뢰란 종업원의 조직에 대한 신뢰를 의미한다. 조직구성원이 조직에 대해 높은 신뢰를 보인다는 것은 조직에 대한 믿음을 가

지고 있으며, 조직을 믿고 따르는 행동이 자신에게도 이익이 될 것이라는 믿음을 가지고 있는 것이라 판단할 수 있다. 따라서 조직에 대해 높은 신뢰를 보이는 조직구성원이 조직을 위해서 역할 내 적극적인 행동을 보일 수 있다는 것은 역할 내 적극적인 행동을 통해 조직으로부터 반사이익을 얻을 수 있다는 믿음 때문으로 볼 수 있다. 이러한 종업원의 믿음은 교환이론(Etzioni, 1961) 및 사회적 교환이론(Blau, 1964)으로 설명될 수 있을 것이다 [21, 22].

## 2.3 직무만족

조직신뢰가 인지적인 측면에서 조직에 대해 갖는 긍정적인 심리 및 감정이라고 한다면 직무만족은 자신의 직무 자체 또는 직무경험에 대한 스스로의 평가 및 태도라고 할 수 있다(Locke, 1976; Schoorman et al., 2007)[23, 24]. 이는 특히 고객과 접점에서 직접적으로 영향을 미칠 수 있어 호텔을 비롯한 관광외식분야의 조직성과 연구에 있어 중요한 관심사가 되고 있다. 직무만족에 대한 체계적인 연구는 1930년대부터 시작되었는데, Hoppock(1935)은 직무만족을 사원들이 자신의 직무와 연관된 다양한 상황의 조화를 고려하여 인지하는 전반적인 만족감의 정도로 정의하였고[25], Locke(1976)는 사원들이 개인의 직무 자체 또는 직무경험 평가에 기인한 즐겁고 긍정적인 감정 상태라고 보았다[23]. 직무만족의 구성요소로 Hoppock(1935)은 피로감, 단조로운 일상, 작업조건과 지도 방식등을 제시하였다[25]. Herzberg(1966)는 동기-위생요인 이론(motivation-hygiene theory)을 통해, 구성원의 동기 유발로 직무 만족을 일으키는 직무의 내재적 측면을 반영한 동기요인과 직무 불만족을 일으키는 직무의 환경적 특성과 관련된 위생요인을 개념화하였다[26]. Dinham and Scott(2000)은 직무만족을 직무 자체에서 오는 내재적 만족감과 승진 또는 보상 등과 같이 직무를 통해 발생하는 외재적 만족감으로 구분하였다[27]. 이처럼 직무만족은 직무가 가진 의미, 추구하는 가치 및 직무와의 정합성 등 전반적인 만족에서부터 직무 수행 과정에서의 인간관계, 장래성, 후생복지 및 임금 등 요소 별 만족까지 다양하고 다차원적인 개념이라 할 수 있다(정광호·김태일, 2003)[28]. 관련된 선행연구들은 직무만족을 내부 종사원의 친 조직적 행동을 높여 조직성과 및 업무성과에 긍정적인 영향을 미치는 요인으로 평가하고 있다(Brewer & Selden, 2000; Tan & Tan, 2000)[29, 18]. 즉, 직무만족은 기업 경영의 중요한 이해관계자인 종사원

의 긍정적 태도에 의해 발견되는 것으로 기업의 지속가능경영을 지원하는 중요한 지표라고 할 수 있다.

### 3. 연구방법

#### 3.1 가설설정

##### 3.1.1 기업의 사회적 책임(CSR) 활동과 직무만족 간의 관계

기업의 사회적 책임(CSR) 활동과 조직성과 간의 관계를 분석한 선행연구들은 대체로 기업의 사회적 책임(CSR) 활동이 조직신뢰와 직무만족 등의 조직성과에 미치는 영향이 긍정적이라는 사실을 밝히고 있다(고상미외, 2014)[17]. 주요 해외연구들을 살펴보면, Valentine and Fleischman(2008)은 미국 내 직장인을 대상으로 지역사회 CSR 활동이 직무만족에 긍정적인 영향을 미친다는 것을 밝혔고[31], De Roeck et al.(2014)은 벨기에의 병원 종사원을 대상으로 종사원을 위한 내부 CSR 활동과 고객을 위한 외부 CSR 활동이 모두 직무만족에 긍정적인 영향을 미친다는 것을 증명하였다[32]. Hansen et al.(2011)은 미국의 의료기관 종사원을 대상으로 CSR 활동이 조직신뢰를 촉진할 뿐만 아니라, 조직신뢰가 조직시민행동을 높이고 이직의도를 낮춘다는 것을 밝혔다[33]. 이와 같은 선행연구들의 결과들을 종합해 볼 때, 기업의 사회적 책임(CSR) 활동과 조직신뢰 및 직무만족 간에 유의한 관계를 예상해 볼 수 있으며, 이를 검증하고자 아래와 같은 가설을 설정하였다.

가설1: 기업의 사회적 책임(CSR) 활동은 조직구성원의 직무만족에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

가설1-1: 기업의 CSR 활동(경제적 책임)은 조직구성원의 직무만족에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

가설1-2: 기업의 CSR 활동(법률적 책임)은 조직구성원의 직무만족에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

가설1-3: 기업의 CSR 활동(윤리적 책임)은 조직구성원의 직무만족에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

가설1-4: 기업의 CSR 활동(경제적 책임)은 조직구성원의 직무만족에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

##### 3.1.2 기업의 사회적 책임(CSR) 활동과 조직신뢰 간의 관계

권기혁·강수돌(2012)은 기업의 윤리적 CSR 활동이 정서적 조직몰입과 조직시민행동에 정(+)의 영향을 미친다

는 점을 밝혀내었다[34]. 한편 종합병원을 이용한 고객들을 대상으로 CSR 활동과 조직평판 간의 영향관계를 실증 분석한 백유성(2018)의 연구결과에 의하면, CSR 활동이 활발하다고 지각할수록 조직평판도 높아지는 것으로 밝혀졌다. 조직평판은 조직신뢰의 근거가 된다는 점에서 CSR 활동은 조직신뢰에 정(+)의 영향을 미칠 것이라는 추론이 가능하다[35]. 남정순·백유성·김혜진(2019) 등은 농업협동조합 구성원 229명을 대상으로 실증연구를 수행하여 조직신뢰는 고객-종업원 교환관계에 정(+)의 영향을 미치며 고객-종업원 교환관계는 역할행동에 정(+)의 영향을 미친다는 사실을 밝혀내었다[36]. 이상에서 논의된 선행연구 결과들을 바탕으로 아래와 같은 가설들을 설정하였다.

가설2: 기업의 사회적 책임(CSR) 활동은 조직구성원의 조직신뢰에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

가설2-1: 기업의 CSR 활동(경제적 책임)은 조직구성원의 조직신뢰에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

가설2-2: 기업의 CSR 활동(법률적 책임)은 조직구성원의 조직신뢰에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

가설2-3: 기업의 CSR 활동(윤리적 책임)은 조직구성원의 조직신뢰에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

가설2-4: 기업의 CSR 활동(경제적 책임)은 조직구성원의 조직신뢰에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

##### 3.1.3 조직신뢰와 직무만족 간의 관계

Mayer(1999)에 따르면, 조직신뢰는 상대방이 자신에게 중요한 특별한 행동을 해 줄 것이라는 기대 때문에 상대방을 직접 지시하거나 통제하지 않고 자신의 위험을 상대방에게 노출시키고자하는 의향이라고 정의하였다[20]. 김윤식(2008)은 정서적 후원과 분배공정성, 절차공정성은 정서적 신뢰에 영향을 미치며, 정서적 후원과 수단적 후원은 인지적 신뢰에 영향을 주는 것으로 분석하였다[37]. 한편, 직무만족과 관련하여 Dinham and Scott(2000)은 직무만족을 직무 자체에서 오는 내재적 만족감과 승진 또는 보상 등과 같이 직무를 통해 발생하는 외재적 만족감으로 구분하였다[27].

Lee, C. K., Song H. J., Lee, H. M., Lee, S. K., & Bernhard, B. J.,(2013)는 한국의 강원랜드 카지노 종사원의 조직신뢰가 직무만족에 긍정적인 영향을 끼치고 이는 궁극적으로 고객지향성과도 유의한 관련성을 가진다는 것을 밝혔다.[38] 따라서 본 연구에서는 선행연구들의 연구결과들을 토대로 조직구성원의 조직신뢰와 직무만족 간의 유의한 관련성을 예측할 수 있기에 아래와 같은 가

설을 설정하였다.

가설3: 조직구성원의 조직신뢰는 직무만족에 정(+)  
의 영향을 미칠 것이다.

### 3.1.4 기업의 사회적 책임(CSR) 활동과 직무만족 간 의 관계에서 조직신뢰의 매개효과

김기근·문명·조운형(2013)은 실증연구에서 서울과 수도권권의 금융, 증권, 일반 제조업 등의 기업 종사원을 대상으로 조직 비전의 공유성이 조직신뢰를 매개로 조직 변화에 대한 태도를 형성한다는 것을 밝혔다.[39] 정용배·권용만(2017)은 서울 및 경기지역의 기업 종사원을 대상으로 윤리경영 및 조직문화 등에 대한 종사원의 윤리적 판단력과 조직유효성 간의 관계에서 조직신뢰의 매개 역할을 있다고 보았다[40]. 일반적으로 조직구성원들이 조직에 대해 높은 신뢰를 보이는 것은 조직을 위해서 역할 내 적극적인 행동을 보임으로서 조직으로부터 반사이익을 얻을 수 있다는 믿음 때문으로 볼 수 있다. 따라서 본 연구에서는 기업의 CSR 활동과 직무만족 간의 관계에서 조직신뢰의 매개역할이 있을 것으로 판단하고 다음과 같은 가설을 설정하였다.

가설4: 조직구성원들의 조직신뢰는 기업의 CSR 활동  
과 직무만족 간에 매개역할을 할 것이다.

## 3.2 연구모형

본 연구는 선행연구들의 이론적 배경과 실증분석 결과 등을 바탕으로 기업의 사회적 책임활동이 조직구성원들의 조직에 대한 신뢰와 직무만족에 대한 영향 관계를 살펴보고자 한다. 실증분석을 위한 설문자료는 고상미 외(2014)[17], 이진석(2019)[30]의 연구를 참고하여 사회적 책임(CSR)은 경제적 책임, 법률적 책임, 윤리적 책임, 자선적 책임으로 세부항목을 설정하고, 이러한 세부항목들이 조직구성원들의 조직신뢰와 직무만족에 미치는 영향을 살펴보고자 하였으며 조직신뢰가 기업의 사회적 책임과 직무만족 간의 관계에서 매개역할을 하는지 검증하고자 하였다. 본 연구의 실증분석을 위하여 창원에 본사를 두고 있는 D중공업의 조직구성원들을 주요대상으로 설문조사를 실시하였다. 설문조사는 2020년 4월 1일부터 17일까지 약15일에 걸쳐 총 400부의 설문지를 배포하여 최종 392부가 회수되었으며, 이 중 불성실하게 응답한 18부를 제외한 374부의 설문지를 최종분석에 사용하였다. 수집된 설문자료는 SPSS 25와 AMOS 25 프로그램을 활용하여 구조방정식 모형분석을 실시하였다.

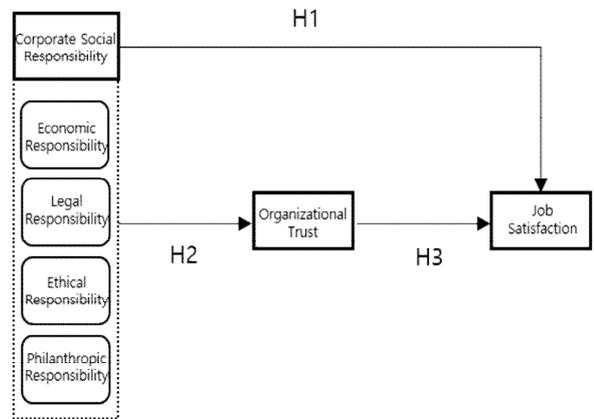


Fig. 1. Resaerch Model

## 4. 실증분석 결과

### 4.1 인구통계학적 특성

실증분석을 위한 조사대상자의 일반적 특성을 파악하기 위하여 374개 표본의 성별, 연령, 결혼여부, 학력, 근속연수, 직급에 대한 빈도분석을 실시한 결과는 아래 Table 1과 같다. 조사대상자 중 남성이 350명으로 93.8%로 남성 위주의 제조업 특성을 반영하고 있으며, 연령은 60대(0.5%)를 제외하고는 약 25%대의 고른 분포를 나타내었다. 결혼 여부를 묻는 질문에 기혼이 259명으로 69.36%, 미혼이 30.7%로 기혼자가 절반을 훨씬 넘었다. 학력은 고졸 이하가 44.9%로 거의 절반을 차지하였으며, 전문대를 포함한 대졸이 52.1%를 보이고 있어 응답자들의 학력이 기대 이상으로 높았다. 직장에서 근무 경력은 2년 미만이 10.4%, 2~5년 미만이 8.8%, 5~10년 미만이 19.3%, 10~15년 미만이 10.7%, 15년 이상이 50.8%로 절반을 차지하고 있었다. 조직 내에서 직급을 묻는 질문에서 대리/과장급이 40.2%로 가장 많았고, 차장급이 29.7%, 사원이 24.8%, 부장급이 4.5%로 중간부층이 다소 많은 것으로 나타났다.

### 4.2 확인적 요인분석 결과

기업의 사회적 책임(CSR)은 경제적 책임, 법률적 책임, 윤리적 책임, 자선적 책임 4가지 하위 요인으로 구성되어 있다. 먼저 1차 확인적 요인분석을 통하여 구성개념의 1차 요인에 대한 측정 모형의 신뢰성 및 타당성을 분석하였다. 1차 확인적 요인분석을 위하여 앞선 분석을 통해 적합도 지수와 타당도를 저해시키는 문항을 제외하고 경제적 책임(3문항), 법률적 책임(4문항), 윤리적 책임(2

문항), 자선적 책임(5문항), 조직신뢰(4문항), 직무만족(4문항)을 선정하였다. RMR과 RMSEA는 .05 이하인 경우 좋은 모형, .08 이하이면 양호, 1 이하이면 보통인 모형으로 평가되고 GFI, CFI, TLI는 0.9 이상이면 적합도가 좋은 것으로 판단된다. 적합도 평가는 절대적합지수(CMIN), RMR, RMSEA, GFI와 증분적합지수 TLI, CFI를 활용하였는데, 2차 확인적 요인분석 결과,  $\chi^2=338.1(df=120, p=.000)$ , RMR=.036, RMSEA=.068, GFI=.909, CFI=.961, TLI=.95로 나타나 모형 적합도 지수의 판단기준치를 모두 충족하고 있어 모형은 만족할만한 수준인 것으로 확인되었다. 또한 표준화계수, 개념신뢰도(CR), 평균분산추출(AVE)을 확인한 결과, 표준화계수 값 0.5 이상, CR 0.7 이상, AVE 0.5 이상으로 집중타당성과 수렴타당성이 모두 확보되었다(Table 1 참조). 또한 판별타당성을 확인하기 위하여 각 요인들 간의 상관관계수의 제곱과 AVE 값을 비교한 결과, 모든 AVE 값이 상관관계수의 제곱보다 크므로 판별타당성이 확보된 것으로 판단된다.

Table 1. Feasibility and Reliability Analysis Results

LV	MV	Estimate		S.E.	C.R.	CR	AVE
		B	$\beta$				
EC-R	EC-R4	1	0.802	-	-	.830	.620
	EC-R1	0.955	0.774	0.068	13.945		
LE-R	LE-R8	1	0.785	-	-	.805	.674
	LE-R5	1.163	0.855	0.087	13.356		
EH-R	EHR10	1	0.866	-	-	.854	.745
	EHR9	0.918	0.86	0.055	16.69		
PH-R	CHR18	1	0.836	-	-	.911	.774
	CHR17	0.992	0.921	0.044	22.385		
	CHR16	0.994	0.88	0.047	21.171		
O-T	O-T4	1	0.727	-	-	.748	.599
	O-T2	1.229	0.818	0.113	10.899		
J-S	J-R5	1	0.572	-	-	.775	.539
	J-R2	1.455	0.799	0.146	9.983		
	J-R1	1.313	0.808	0.132	9.981		

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

### 4.3 상관관계 분석

상관관계 분석은 연구변수들이 서로 얼마나 관련성을 갖고 있는지 검토하기 위해 사용하는 통계 분석기법으로 연구모형에 포함된 한 변수가 다른 연구변수와 얼마나 관련성이 있는지를 검토하고, 관련성이 있다면 그 강도는 어느 정도인지를 파악하고자 할 때 사용하는 분석기법이다.

Table 2. Descriptive Statistics and Correlations

Variables	1	2	3	4	5	6
EC-R	1					
LE-R	.482***	1				
EHR	.472***	.608***	1			
PHR	.573***	.428***	.525***	1		
O-T	.448***	.389***	.478***	.490***	1	
JR	.174***	.320***	.349***	.178***	.308***	1

\*\*\* P < .001

Table 2에서 보는 것처럼 연구모형에 포함된 모든 변수들의 상관관계는 정(+)의 관계를 보이는 것으로 나타났다.

### 4.4 가설검증

가설검증을 위하여 기업의 사회적 책임(CSR) 활동, 조직신뢰와 직무만족 간의 관계를 파악하고, 사회적 책임(CSR) 활동과 직무만족 간의 관계에서 조직신뢰가 매개하는 것을 가정한 최종 모형의 적합성을 분석한 결과를 살펴보면,  $\chi^2=160.996(df=62, p=.000)$ , RMR=.028, RMSEA=.065, GFI=.943, CFI=.963, TLI=.946으로 나타나 연구모형의 적합도는 문제가 없는 것으로 판단된다. 최종 연구 모형과 구조모형분석에 따른 가설검증의 결과는 Table 7과 같으며 인과관계를 나타내는 9개의 가설 중 4개가 지지된 것으로 나타났다.

첫째, 사회적 책임(CSR) 활동과 직무만족 간의 관계에 대한 검증결과는 4개의 가설 중에서 가설 1-1과 가설 1-2, 가설 1-4는 통계적으로 유의성이 없어 기각되었으며, 가설 1-3(윤리적 책임)은 통계적으로 유의한 것으로 나타났다. 이와 같은 결과는 기업의 사회적 책임(CSR) 활동이 조직구성원들의 직무성취에 긍정적인 영향을 끼친다는 선행연구들의 결과와 유사한 것으로 볼 수 있다.

둘째, 사회적 책임(CSR) 활동과 조직신뢰 간의 관계는 가설 2-3과 가설 2-4가 유의한 것으로 나타나 두 가설은 채택되었다. 이러한 분석결과는 Hansen et al.(2011)[33], 고상미 외(2014)[17], 고성훈 외(2020)[41] 등의 연구결과와 유사한 것으로 나타나 CSR 활동이 외부에서 회사에 대한 이미지를 높인다는 점에서 조직구성원의 조직에 대한 긍정적인 감정을 형성하여 조직신뢰를 높인다는 의미로 해석할 수 있다. 또한 기업의 CSR 활동이 조직신뢰에 큰 영향을 미치는 것으로 나타났으므로 조직구성원의 일과 삶의 균형, 복지 향상, 안전하고 건강한 근로환경 등의 내부 CSR 활동에도 보다 관심을 갖고 개선하려는 노력이 요구된다고 할 수 있다.

셋째, 조직신뢰와 직무만족 간의 관계는 통계적으로 유의한 결과를 나타내고 있어 가설 3은 채택되었다. 이는 이충기 외(2013)[38], 안태혁 외(2020)[42] 등의 선행연구를 지지하는 결과로 조직구성원들이 본인이 속한 조직에 대해 신뢰가 커지면 커질수록 본인의 직무만족에도 영향을 받는데, 이와 같은 결과는 기업에 대한 신뢰가 조직구성원 개인의 직무에 대한 긍정적인 태도 형성에도 도움이 된다는 의미로 해석할 수 있다. 따라서 기업의 CEO는 조직의 성과를 높이기 위해서는 조직구성원들의 조직에 대한 신뢰가 매우 중요하다는 사실을 인식할 필요가 있다고 보여진다.

Table 3. Results of hypothesis tests

Path	Estimate		S.E.	C.R.	Result
	B	$\beta$			
ECR → JS	-0.022	-0.026	0.124	-0.18	rejected
LER → JS	0.132	0.134	0.111	1.18	rejected
EHR → JS	0.184	0.275	0.066	2.789**	accepted
PHR → JS	-0.105	-0.155	0.069	-1.53	rejected
ECR → O-T	0.088	0.106	0.114	0.772	rejected
LER → O-T	-0.064	-0.067	0.103	-0.62	rejected
EHR → O-T	0.323	0.496	0.055	5.837***	accepted
CHR → O-T	0.135	0.204	0.063	2.14*	accepted
O-T → JS	0.313	0.306	0.096	3.254***	accepted

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

#### 4.5 매개효과 검증

기업의 사회적 책임 활동과 직무만족간의 관계에서 조직신뢰의 매개효과가 존재하는지에 대한 검증을 실시하였다. 최종 모형의 표준화 계수를 통하여 효과 분해하고, Amos25의 부트스트래핑(bootstrapping)을 이용하여 간접효과와 총 효과의 통계적 유의성을 확인하였다.

Table 4. Analysis of Mediating Effect

Path	D-E	inDE	T-E
ECR → JS	.275**	.152***	.427***
LER → JS	.134	-.020	.114
EHR → JS	-.026	.033	.006
PHR → JS	-.155	.063**	-.092

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

앞서 살펴본 바와 같이 기업의 CSR활동의 세부요인인 가설 1-1(경제적 책임)은 직무만족 간의 직접효과는 유의하지 않았지만 매개효과 분석에서는 직접효과와 간

접효과 모두 통계적으로 유의한 것으로 나타나 부분 매개효과를 가지는 것으로 밝혀졌다.

이와 같은 분석결과는 기업의 경제적 책임 활동은 조직구성원들의 직무만족에 직접적으로 영향을 미치기도 하지만 조직신뢰에 직접 영향을 미치고 조직신뢰가 조직구성원들의 직무만족에 직접 영향을 미치는 영향관계에 있다는 의미로 볼 수 있다. 또한 기업의 CSR활동의 세부요인인 가설 1-4(자선적 책임)은 직무만족 간의 직접효과는 유의하였지만 매개효과 분석에서는 간접효과만 유의한 것으로 나타나 완전 매개효과를 가지는 것으로 분석되어 가설 4는 채택되었다. 이와 같은 결과는 기업의 자선적 책임 활동은 조직구성원들의 직무만족에 직접적으로 영향을 미치지 못하지만 조직에 대한 신뢰가 조직구성원들의 직무만족에 영향을 미치는 직접적인 영향관계에 있다는 의미로 해석할 수 있다.

### 5. 결론 및 시사점

본 연구는 선행연구들의 실증분석을 참고하여 창원본사를 둔 한국의 대표적인 D-중공업 조직구성원을 대상으로 기업의 사회적 책임 활동(CSR)이 조직신뢰와 직무만족에 미치는 영향 관계를 규명하여 효과적인 조직관리를 하는데 도움이 되는 실질적인 방안에 다소 도움이 되고자 하였다. 본 연구의 실증 분석의 결과를 요약하면 다음과 같다.

첫째, 사회적 책임(CSR) 활동과 직무만족 간의 관계는 4개의 가설 중에서 가설 1-1과 가설 1-2, 가설 1-4는 통계적으로 유의성이 없어 기각되었으나 가설 1-3(윤리적 책임)은 통계적으로 유의한 것으로 나타났다. 이와 같은 분석결과는 기업의 사회적 책임(CSR) 활동이 조직구성원들의 직무성공에 긍정적인 영향을 끼친다는 선행연구와는 다소 다른 결과로 볼 수 있는데, 현재 D중공업의 경영악화로 구조조정이 지속되는 상황에서 조직구성원들의 조직에 대한 불만과 불안감이 반영된 것으로 판단된다.

둘째, 기업의 사회적 책임(CSR) 활동과 조직신뢰 간의 관계를 규명하기 위해 실시한 분석결과 가설 2-3과 가설 2-4가 통계적으로 유의한 것으로 나타나 두 가설은 채택되었다. 이러한 결과는 Hansen et al.(2011)[33], 고상미 외(2014)[17] 등의 선행연구결과와 유사한 것으로 나타나 기업의 사회적 책임(CSR) 활동이 조직구성원의 조직에 대한 긍정적인 감정을 형성하여 조직신뢰를 높인다는 의미로 해석할 수 있다. 또한 기업의 사회적 책임

(CSR) 활동이 조직신뢰에 큰 영향을 미치는 것으로 나타났다. 따라서 조직구성원의 일과 삶의 균형, 복지 향상, 안전하고 건강한 근로환경 등의 내부 CSR 활동에도 보다 관심을 갖고 개선하려는 노력이 요구된다.

셋째, 조직신뢰와 직무만족 간의 관계는 통계적으로 유의한 결과를 나타내고 있어 가설 3은 채택되었다. 이는 김윤식(2008)[37], 이충기 외[38] 등의 선행연구를 지지하는 결과로 조직구성원들이 본인이 속한 조직에 대해 신뢰가 커지면 커질수록 본인의 직무만족에도 긍정적인 영향을 받을 것으로 기대되며, 이와 같은 결과는 기업에 대한 신뢰가 조직구성원 개인의 직무에 대한 긍정적인 태도 형성에도 도움이 된다는 의미로 해석할 수 있다. 따라서 기업의 CEO는 조직의 성과를 높이기 위해서 조직구성원의 조직에 대한 신뢰가 매우 중요하다는 사실을 간과해서는 안 될 것으로 판단된다.

넷째, 기업의 사회적 책임(CSR) 활동과 직무만족간의 관계에서 조직신뢰의 매개효과가 존재하는지에 대한 검증 실시하였으며, Amos25의 부트스트래핑(bootstrapping)을 이용하여 간접효과와 총효과의 통계적 유의성을 확인하였다. 앞서 살펴본 바와 같이 기업의 사회적 책임(CSR) 활동의 세부요인인 가설 1-1(경제적 책임)은 직무만족 간의 직접효과는 유의하지 않았지만 매개효과 분석에서는 직접효과와 간접효과 모두 통계적으로 유의한 것으로 나타나 부분 매개효과를 가지는 것으로 분석되었다. 이와 같은 분석결과는 김기근 외(2013)[39], 정용배 외(2017)[40] 등의 연구결과를 지지하는 결과로 해석된다. 따라서 기업의 경제적 책임 활동은 조직구성원들의 직무만족과 조직신뢰에 직접적으로 영향을 주게 되고, 조직신뢰가 조직구성원들의 직무만족에 직접 영향을 미치는 영향관계에 있다는 것을 의미한다고 볼 수 있다. 또한 기업의 사회적 책임(CSR) 활동의 세부요인인 가설 1-4(자선적 책임)는 직무만족 간의 직접효과는 유의하였지만 매개효과 분석에서는 간접효과만 유의한 것으로 나타나 완전 매개효과를 가지는 것으로 볼 수 있다. 이러한 결과는 기업의 자선적 책임 활동은 조직구성원들의 직무만족에 직접적으로 영향을 미치지 못하지만 조직에 대한 신뢰가 조직구성원들의 직무만족에 영향을 미치는 직접적인 영향관계에 있다는 의미로 해석할 수 있다.

위의 연구결과를 종합해보면, 기업의 사회적 책임(CSR) 활동이 조직구성원들의 직무성취에 긍정적인 영향을 끼친다는 선행연구들과 유사한 결과를 보이고 있다. 본 연구는 제조기업(D중공업)의 CSR활동에 대한 내부직원들의 인식이 조직신뢰와 직무만족에 미치는 영향을 실

증분석한 논문으로 유사한 주제의 기존연구는 많이 있지만 내부직원들을 대상으로 한 점이 새로운 시도로 의미가 있다고 생각된다. 하지만 이와 같은 성과에도 불구하고 본 연구는 제조기업(D중공업) 1곳만을 대상으로 설문조사를 실시하였기 때문에 연구결과의 일반화에는 한계가 있다고 보여진다. 향후 다른 제조기업으로 연구범위를 확대하여 실증분석을 실시한다면 좀 더 나은 연구결과를 도출할 수 있을 것으로 기대된다.

## REFERENCES

- [1] S. A. Brammer, Millington & B. Rayton. (2007). The Contribution of Corporate Social Responsibility to Organizational Commitment, *The International Journal of Human Resource Management*, 18(10), 1701-1719.
- [2] D. K. Peterson. (2004). The Relationship between Perceptions of Corporate Citizenship and Organizational Commitment, *Business & Society*, 43(3), 296-319.
- [3] D. E., J. Rupp. R. V. Ganapathi, Aquilera & C. A. Williams. (2006). Employee Reactions to Corporate Social Responsibility, An Organizational Justice Framework, *Journal of Organizational Behavior*, 27, 537-543.
- [4] Shin. I., W. M. Hur, and S. Kang. (2016). Employees' Perceptions of Corporate Social Responsibility and Job Performance: A Sequential Mediation Model. *Sustainability*, 8(5), 1-12.
- [5] B. K. Choi & H. K. Moon & Y. R. Joo. (2017). Review and Future Research Direction for CSR Perception in Korea : Focus on Employees Perceived CSR. *Korean Management Review*, 46(5), 1247-1302.
- [6] K. H. Lee. (2009). The Impact of CSR on Organizational Commitment, and Organizational Citizenship Behavior in Franchise Industry : Mediating Roles of Organizational Trust and Job Satisfaction, Graduate School, Se-jong University.
- [7] B. K. Kim & E. J. Jung. (2013). Effects of corporate social responsibility of a casino company on the image of the company and organizational commitment : Focused on the Kangwonland, *Tourism Management Reserch Organization*, 17(4), 57-79.
- [8] L. Maignan. O. C. Ferrell & L. Ferrell. (2004). A stakeholder model for implementing social responsibility in marketing, *European Journal of Marketing*, 3(10), 956-977.
- [9] Smith. (2004). Corporate social responsibility: Whether or how. *California Management Review*. 45(4), 52-76.
- [10] M. S. Kim & Y. B. Cho. (2019). Evolution of corporate

- social contribution activities in the era of the Fourth industrial revolution, *Journal of the Korea Academia-Industrial Cooperation Society*, 20(1), 1-11.
- [11] J. Y. Lee. (2015). A study of the strategic composition of content of CSR activities and consumers' responses via Facebook, Graduate School, Korea University.
- [12] A. K. Mishra. (1996). Organizational responses to crisis: The centrality of trust. *Trust in organizations: Frontiers of Theory and Research: 261-287*, Thousand Oaks: SAGE Publications.
- [13] S. L. Robinson. (1996). Trust and breach of the psychological contract, *Administrative Science Quarterly*, 41(4), 574-599.
- [14] Podsakoff, P.M. MacKenzie, S.B. and Boomer, W.H. (1996). Transformational leader behaviors and substitutes for leadership as determinants of employee satisfaction, commitment, trust, and organizational citizenship behaviors. *Journal of Management*, Vol.22, pp. 259-298.
- [15] Cangemi, J.P. Rice, J. and Kowalski, C.J. (1989), The development, decline, and renewal of trust in an organization: Some observations. *Organization Development Journal*, Vol.7, pp. 2-9.
- [16] Gilbert, J.A. and Tang, T.L.P. (1998). An examination of organizational trust antecedents". *Public Personnel Management*, 27(3), pp. 321-338.
- [17] S. M. Ko & K. S. Hur & J. W. Byun. (2014). The Effects of CSR Activities on Overall Justice, Organizational Trust, and Organizational Loyalty of Hotel Employees, *Korean Journal of Hotel Administration*, 23(4), 95-112.
- [18] Tan, H. H. and Tan, C. S.(2000). Toward the differentiation of trust in supervisor and trust in organization. *Genetic, Social, and General Psychology Monographs*, 126(2), pp. 241-260.
- [19] Lynpack, J. and Stamps, J.(1997). *Virtual teams: reaching across space, time and organization with technology*. New York: Wiley.
- [20] Mayer, R.C. and Davis, J.H. (1999). The effect of the performance appraisal system on trust for management: A field quasi-experiment. *Journal of Applied Psychology*, 84(1), pp. 123.
- [21] Etzioni, A. (1961). *A comparative analysis of complex organizations*. New York: Free Press.
- [22] Blau, P.(1964). *Exchange and Power in Social Life*. New York: Wiley.
- [23] Locke, E. A. (1976). The nature and causes of job satisfaction. *Handbook of Industrial and Organizational Psychology*, pp. 1297-1349.
- [24] Schoorman, F.D. Mayer, R.C., and Davis, J.H.(2007). An integrative model of organizational trust: Past, present, and future. *Academy of Management Review*, 32(2), pp. 344-354.
- [25] Hoppock, R. (1935). *Job satisfaction*. Oxford, UK: Harper. Hu, L. T., & Bentler, P. M. (1999). Cutoff criteria for fit indexes in covariance structure analysis: Conventional criteria versus new alternatives. *Structural Equation Modeling*, 6(1), 1-55.
- [26] Herzberg, F. I. (1966). *Work and the nature of man*. Oxford, England: World. Hofman, P. S., & Newman, A. (2014). The impact of perceived corporate social responsibility on organizational commitment and the moderating role of collectivism and masculinity: Evidence from China. *The International Journal of Human Resource Management*, 25(5), 631-652.
- [27] Dinham, S. and Scott, C.(2000). Moving into the third, outer domain of teacher satisfaction. *Journal of Educational Administration*, 38(4), pp. 379-396.
- [28] K. H. Jung. & T. I Kim. (2003). Comparative Analysis of Job Satisfaction between Public and Private Organizations in Korean Labor & Income Study Data, *Journal of the Korean Association for Policy Studies*, 12(3), 1-29.
- [29] Brewer, G.A. and Selden, S.C.(2000). Why elephants gallop: Assessing and predicting organizational performance in federal agencies. *Journal of Public Administration Research and Theory*, 10(4), pp. 685-712.
- [30] J. S. Lee. (2017). The Impact relations of Entrepreneurship on Corporate Social Responsibility(CSR), Management Innovation and Corporate Performance, Pusan National University.
- [31] Valentine, S. and Fleischman, G. (2008). Ethics programs, perceived corporate social responsibility and job satisfaction. *Journal of Business Ethics*, 77(2), pp. 159-172.
- [32] De Roeck, K., Marique, G., Stinglhamber, F. & Waen, V. (2014). Understanding employees' responses to corporate social responsibility: Mediating roles of overall justice and organisational identification. *The International Journal of Human Resource Management*, 25(1), 91-112.
- [33] Hansen, S.D. Dunford, B.B. Boss, A.D. Boss, R. W. and Angermeier, I.(2011). Corporate social responsibility and the benefits of employee trust: A cross-disciplinary perspective. *Journal of Business Ethics*, 102(1), pp. 29-45.
- [34] K. H. Kwon & S. D Kang. (2012). The effect of Corporate Social Responsibility activities on Organizational Citizenship Behavior, Intention of Turnover: Focused on examining mediator effects of Affective Organizational Commitment, *Korean Journal of Business Administration*, 25(7), 3085-3106.
- [35] Y. S. Baek. (2018). The Effects of Customer Orientation and Social Responsibility on Organizational Reputation: focusing on nonprofit organization. *Social Enterprise Studies*, 11(2), 163-182.
- [36] J. S. Nam & Y. S. Baek & H. J. Kim. (2019). The Effects of Organizational Trust on Customer-employee

relationships and role behavior, *Social Enterprise Studies*, 12(1), 127-146.

- [37] Y. S. Kim. (2008), Organizational Citizenship Behavior: Focused on the Mediating Effect of Trust in Organization, Graduate School of Kyung-won University.
- [38] C. K. Lee., H. J. Song., H. M. Lee., S.K. Lee & B. J. Bernhard. (2013). The impact of CSR on casino employees' organizational trust, job satisfaction, and customer orientation: An empirical examination of responsible gambling strategies. *International Journal of Hospitality Management*, 33, pp. 406-415.
- [39] K. G. Kim & M. Moon & Y. H. Cho. (2013). The Effects of Perceived Organizational Vision on Attitude Toward Organizational Change: The Role of Organizational Trust as a Mediator, *Journal of Human Resource Management Research*, 20(3), 115-143.
- [40] Y. B. Jeong & Y. M. Kwon. & C. Y. Jung. (2017). The Effects of Ethical Judgement on Organizational Effectiveness: Mediating Effect of Organizational Identification and Organizational Trust. *Journal of Korean Coaching Research*, 10(4), 25-51.
- [41] Ko. S. H. & Y. J. Choi. (2020), The Effect of CSR Perception On Creativity : The Mediating Effect of Compassion and the Moderating Effect of CSR Authenticity, *Journal of Digital Convergence*, 18(3), pp. 59-70, doi.org/10.14400/JDC.2020.18.3.059
- [42] T. H. Ahn & B. G. Park (2020), The Effects of Corporate Social Responsibility on Company Image and Customer Citizenship Behavior: Focused on Japanese Students, 17(6), pp. 185-192. doi.org/10.14400/JDC.2019.17.6.185

조 영 복(Young Bohk Cho)

[정회원]



- 1985년 : 계명대학교 경영학과(경영학 박사)
- 2015년 9월 ~ 2017년 8월 : 부산대학교 경영대학(원)장
- 관심분야 : 인사조직
- E-Mail : ybcho@pusan.ac.kr

정 수 철(Soo Cheol Jeong)

[정회원]



- 2019년 3월 ~ : 부산대학교 박사과 정 재학 (경영학과)
- 관심분야 : 인사조직
- E-Mail : browneyes417@naver.com