

기업의 환경 지향성이 직원 만족, 조직 몰입, 충성도에 미치는 영향

전 영 미*

The Impact of Company's Environmental Orientation on Satisfaction, Organizational Commitment, and Loyalty

Young-Mi Jeon*

Abstract

The development of industry since the Industrial Revolution has caused environmental destruction and is threatening to destroy the order of the Earth's ecosystem. Due to the severity of environmental problems, companies are facing a crisis where they may lose competitiveness if their management strategies do not prioritize environmental issues. This study studied the impact of a company's environmental orientation on employee satisfaction, organizational commitment, and loyalty. This study studied the impact of a company's environmental orientation on employee satisfaction, organizational commitment, and loyalty. As a result of the study, the internal and external environmental orientation of the company on satisfaction had a significant positive influence and were all adopted, while the internal and external environmental orientation on organizational commitment were all rejected as they had no significant impact. Satisfaction was found to have a significant positive (+) effect on organizational commitment and a significant positive (+) effect on loyalty, so both were adopted. Organizational commitment was adopted because it had a significant positive effect on loyalty, and internal and external environmental orientation had no significant effect on loyalty, so it was all rejected.

A company's green environmental orientation plays an important role in a company's sustainable growth and can be formed based on the company's will. Therefore, this study shows that a company's environmental orientation improves the company's environmentally friendly image and provides positive value to organizational members, leading to improved corporate performance.

Keywords : Environmental orientation, employee satisfaction, organizational commitment, loyalty

Received : 2024. 07. 02. Revised : 2024. 08. 27. Final Acceptance : 2024. 08. 30.

* Professor at Hoseo University 20, Hoseo-ro 79beon-gil, Baebang-eup, Asan-si, Chungcheongnam-do, 31499, Korea,
Tel : +82-41-540-5685, e-mail : ymj7070@hoseo.edu

1. 서론

18세기 영국에서 시작된 산업혁명은 21세기 정보 기술과 인공지능(AI)시대로의 진화 원동력이 되어 인류를 풍요롭게 발전시켰다. 하지만 산업의 발전은 자연환경을 파괴하는 무분별한 개발로 이어지면서 지구 생태계를 심각하게 훼손하고 있다. 이는 글로벌 환경 위기에도 영향을 미치며, 그 영향이 확대됨에 따라[De Marchi, 2012] 기업의 경영전략은 환경 문제를 우선시하지 않을 경우 경쟁력을 갖기 어려운 상황에 직면하고 있는 것이 현실이다.

또한, 환경 문제는 산업이 발전하고, 기업이 성장할수록 인간관계의 생태계까지 위협을 가하고 있다 [Leonidou et al., 2017]. 이러한 문제 인식과 부정적 결과를 완화하기 위해서 기업이 환경 지향성에 관해 인식을 높이는 것이 필요하다[Yildiz Çankaya and Sezen, 2019].

환경오염의 심각성으로 국제 녹색 환경단체가 만들어 지고, 국가 간 환경 규제를 강화하여 기업의 경제활동을 위축하는 결과를 가져오고 있다. 이에 많은 국가가 환경(Green)규제 발표를 통해 환경 복원을 꾀하고 있다 [Dinda, 2004].

환경 규제가 갈수록 엄격해지는 것은 생산자나 소비자 모두 환경에 대한 책임을 공감하는 데서 비롯되었다. 똑똑한 소비자들은 녹색 제품 구매를 선택하여 환경에 미치는 영향을 최소화하고자 한다(Sun et al., 2022). 또한, 녹색 제품에 대한 정보를 통해 환경에 대한 책임감을 느끼고, 환경 보호를 기꺼이 지지하는 경향을 보인다 [Cherian and Jacob, 2012]. 이러한 녹색 소비자의 출현은 비즈니스 세계에 경쟁 환경을 변화시키는 계기가 되었다[Polonsky, 2011]. 녹색 제품에 대한 수요의 증가는 기업들이 환경 친화적인 시장을 지향하여 소비자들이 친환경 제품을 추구하는 욕구 충족을 가능하도록 노력하게 한다[Ottman et al., 2006].

기업은 환경 지향성 경제를 추구하여 지속 가능한 성장을 위해 경쟁력을 갖는 최소한의 조건을 갖추게 되었고, 시장이 요구하는 비즈니스 전략을 세우는 기회가 되었다 [Lorek and Spangenberg, 2014]. 이러한 이유로 환경 지향성은 이해 당사자 간 환경 인식의 수준을 높이고, 조직의 모든 운영에서 지속 가능성을 형성하는 데 영향을 미친다[Nejati et al., 2014].

따라서 기업의 환경 지향성은 지속 가능한 성장에 중요한 역할을 하며, 이는 기업 성과를 높이는 행동특성을 기반으로 형성될 수 있다. 기업의 환경 지향 역량이 확보되어야 하는 이유가 여기에 있다.

자원기반이론은 기업의 보유 자원과 경쟁력 있는 역량을 통해 목표 수익을 창출하고, 소비자의 욕구를 만족시키며, 이를 통해 경쟁 우위를 확보하기 위한 이론이다. 자원은 유형 및 무형에 속하는 자본, 금융, 인적 자원, 역량, 정보 기술 및 필요 장비 등을 포함한다[Formentini and Taticchi, 2016]. 즉, 유형자원은 자본이 포함되고, 무형 자원은 지식기반 역량이 포함된다[Anantadjaya, 2008].

친환경 역량은 자원과 전문 지식을 활용하여 역동적인 시장 과제에 적응할 수 있는 기술을 성장시키는 조직 역량을 의미한다[Khan et al., 2021]. 자원기반이론 연구에 따르면, 기업가의 환경 지향(GEO)은 조직의 환경적, 경제적, 사회적 성과를 실현하는 데 중요한 역할을 한다[Asadi et al., 2020].

이에 맞춰 본 연구에서는 중소기업의 녹색 혁신 즉, 환경을 보호하고, 경제성장을 도모하는 기업의 환경 지향성 역할을 이해하기 위한 프레임워크(Framework)를 개발하였다. 일반적으로 기업의 녹색 지향성에 관한 연구는 녹색 혁신에 대해 연구되고 있다[García-Granero et al., 2020; Khan et al., 2023]. 그러나 기업의 환경 지향성과 만족 및 성과에 관한 연구는 제한되어 있다.

따라서 환경 지향성을 통한 지속 가능한 비즈니스 성과에 영향을 미치는 기업의 환경 지향성 연구가 필요하다 [Asadi et al., 2020]. 본 연구를 통해 기업의 환경 지향성이 직원 만족과 조직 몰입, 충성도로 기업 성과에 미치는 영향을 알 수 있다.

2. 이론적 배경 및 연구 가설

2.1 환경 지향성

환경 지향성은 경영진이 기업에 미치는 환경 문제의 중요성을 얼마나 인식하고 있는지를 나타낸다[Banerjee, 2002]. 환경 지향성의 영향은 제도적 · 규제적 세력 [Kang and He, 2018], 조직의 자원과 문화적 요인들 [Menguc and Ozanne, 2005], 이해관계자의 압력 [Guo and Wang, 2022]과 같은 다양한 내부 및 외부 요인들에 의해 영향을 받는다.

Lindell and Karagozoglu(2001)는 기업의 환경 지향 수준이 높을수록 환경 문제에 관한 전략적 대응이 향상되고, 이는 기업 성과 향상으로 이어질 것이라고 하였다. 그러나 환경 지향성이 실제로 기업 성과에 긍정적 영향을 미친다는 가정은 제한된 연구(Chan, 2010)에 의해서만 부분적으로 입증되었고, 많은 연구가 이 관계의 복잡성을 충분히 연구하지 못하였다(Menguc and Ozanne, 2005).

기업의 환경 지향성은 비즈니스 전략과 운영에 환경적 고려 사항을 얼마나 통합하고 있는지를 나타낸다(Danso et al., 2020). 기업의 주된 책임은 이익 창출에 있다고 주장 하지만(Matten, 2012), 환경 지향에 대한 과도한 초점이 기업의 주요 비즈니스 목표를 방해하고 재무성과를 저해할 수 있다고 믿고 있다. 또한, 엄격한 환경 규제와 이니셔티브(Initiative)가 비용을 증가시키고 시장 경쟁력을 약화시킬 수 있다고 주장하기도 한다(Costantini and Mazzanti, 2012).

이러한 부정적 측면에도 불구하고, 환경 지향적 접근 방식이 기업에 다양한 이점을 제공할 수 있다는 인식이 증가하고 있다. 환경적 고려를 비즈니스 전략에 통합하는 것은 효율성을 향상시키고, 자원을 보존함으로써 비용을 절감할 수 있다(Rugman and Verbeke, 1998). 또한, 기업의 환경 지향적 노력은 브랜드 이미지와 평판을 긍정적으로 개선하고, 환경을 중시하는 소비자들과 투자자들의 관심을 끌 수 있다. 환경 지향성은 엄격해지는 환경 규제의 준수를 보장하고, 법적 문제를 예방하는 데 도움이 된다. 마지막으로 환경 지향적 접근은 혁신을 촉진하고, 지속 가능한 솔루션에 대한 수요를 충족시키는 새로운 제품 및 서비스의 개발을 촉진할 수 있다.

내부 환경 지향성과 외부 환경 지향성은 조직이 고려해야 할 환경 지향성의 두 가지 주요 측면이다(Ozgul, 2022). Pahuja et al.(2021)에 따르면 이 두 측면에 모두 부합하는 업무 환경을 조성하면 직원 만족도가 높아지고, 직원 유지율이 향상되며, 환경을 중시하는 조직 문화가 형성될 수 있다.

내부 환경 지향성은 직원의 신념이나 추구하는 가치 및 환경에 대해 관례로 행해지는 것과 관련이 있다. Dumont et al.(2017)는 직장 내외에서 나타나는 환경 친화적인 행동에 대한 헌신이라고 하였다. 조직 내에서 이러한 환경 지향성을 강화하려면 폐기물 감소, 에너지 절약, 지속 가능한 조달 관행 구현 등을 포함한 환경

친화적인 관행을 장려하는 업무 문화를 조성해야 한다(Bhatnagar and Aggarwal, 2020). 직원들이 자신이 속한 조직이 환경 보호에 전념하고 있음을 인식할 때, 그들은 직장에서 더 높은 만족도와 자부심을 느낄 수 있다(Hicklenton et al., 2019).

외부 환경 지향성은 조직의 행동이나 기업 제품 및 서비스가 사회와 환경에 미치는 영향과 관련이 있다. 조직은 지속 가능한 비즈니스 관행에 참여하고, 지역 사회 발전 계획을 지원하며, 공급망이 윤리적으로 이루어지는 것을 우선시한다. 이를 통해 직원들은 자신이 속한 조직이 사회적 책임과 윤리적 행동을 중시한다고 느끼며, 이에 대해 더 높은 만족도를 경험할 수 있다(Ramus and Killmer, 2005).

조직이 내·외부 환경 지향성을 적절히 추구하면 직원들은 자신의 업무가 환경을 위한 가치와 일치한다고 느끼고, 이로 인해 높은 만족도와 적극적인 참여를 향상시킬 수 있다. 이러한 작업 환경은 직원들이 자신의 기여가 의미 있는 영향을 미치고 있다고 느끼게 하여, 궁극적으로 조직에 대한 충성도와 헌신을 증가시킨다(Raziq and Maulabakhsh, 2015).

따라서 기업의 환경 지향성은 기업 경영에 친환경 전략을 장려하고, 직원의 참여를 촉진하며, 사회적 책임을 형성하는 비즈니스 환경을 조성한다. 이는 직원 만족도와 유지율을 높이는 데도 기여할 수 있다. 이러한 접근 방식은 환경 지향성에 대한 지속 가능한 조직의 강한 의지와 구체적인 행동이 직원들에게 긍정적으로 인식되도록 하며, 이는 전반적인 조직 성공에 중요한 역할을 한다(Daddi et al., 2018).

H1: 환경 지향성은 직원 만족에 유의한 정(+의 영향을 미칠 것이다.

H1-1: 내부 환경 지향성은 직원 만족에 유의한 정(+의 영향을 미칠 것이다.

H1-2: 외부 환경 지향성은 직원 만족에 유의한 정(+의 영향을 미칠 것이다.

2.2 만족

직원 만족은 업무 경험과 관련된 개인의 성취감, 행복, 만족도를 포함하여 업무에 대한 전반적인 태도와 감정 상태를 의미한다(Itam and Ghosh, 2020). 이는 조직

내에서의 생산성, 직원 유지, 고객 충성도 및 매출 증가와 같은 중요한 비즈니스 결과에 직접적으로 영향을 미치므로, 조직에 있어 필수적인 요소로 간주 된다(Yee et al., 2008).

직원 만족도는 의사소통의 질, 업무의 량, 쾌적한 직무 환경 조성, 직무에 대한 인정이 고려 요인으로 작용된다. 고용주는 설문조사, 성과 검토 및 공개 커뮤니케이션 채널을 통해 직원들의 피드백을 정기적으로 수집하고 분석하여 요인들에 대한 이해를 깊게 할 수 있다. 이를 통해 조직은 문제점을 인식하고, 개선 방안을 도출하여 바람직한 업무 문화를 적극적으로 조성할 수 있다(Smith, 2023).

또한, 지식 경제시대의 부상과 함께 직원 만족도와 충성도는 조직의 성공에 점점 중요한 요소가 되었다(Matzi et al., 2003). 직원들이 자신의 가치를 인식하고, 충분한 지원을 받으며 조직 내에서 참여 기회가 제공되었다고 느낄 때, 더 큰 만족감을 경험하고 자신의 역할에 헌신하게 된다. 직원 만족도는 조직에 대한 헌신과 충성도를 증가시키며, 이는 다시 이직률을 감소시키는데 기여한다(Mak and Sockel, 2001). (Griffeth et al., 2000)은 전반적인 직원 만족이 이직률을 감소시키는 강력한 예측 요소라고 하였다.

따라서 높은 수준의 직원 만족도를 유지하는 것은 조직의 장기적인 성공과 안정성에 기여하며, 만족도와 충성도가 높은 직원은 회사의 가치와 미래 성장을 대변하는 중요한 자산이다. 조직은 직원 만족도 촉진을 위해 개인의 성장과 발전을 위한 다양한 측면에서 기회를 제공해야 한다. 이러한 조치들은 직원들의 만족도와 헌신을 높이고 이직률을 줄이며, 최종적으로 조직의 전반적인 성공과 성장을 촉진하는 원동력이 될 것이다.

H2: 환경 지향성은 조직 몰입에 유의한 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

H2-1: 내부 환경 지향성은 조직 몰입에 유의한 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

H2-2: 외부 환경 지향성은 조직 몰입에 유의한 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

2.3 조직 몰입

조직 몰입은 직원들이 자신이 속한 조직에 얼마나 헌신

하고 참여하고 있는지를 나타내는 핵심 지표로써, 조직의 목표와 가치에 대한 충성도, 참여도 및 정서적 연결감을 포함한다(Mehra, 2018).

Meyer et al.(2002)는 조직 몰입을 세 가지 주요 구성 요소로 구분하였다. 정서적 몰입은 직원이 조직에 대해 느끼는 감정적 애착과 소속감을 반영하며, 이러한 몰입을 가진 직원은 일에 대한 열정을 보이고 조직과 깊은 유대감을 경험한다. 지속적 몰입은 조직을 떠날 경우 발생할 수 있는 비용과 손실을 인식하는 것과 관련되며, 이는 직원이 이직을 고려할 때 경제적 또는 사회적 결과를 고려하게 한다. 규범적 몰입은 조직에 대한 의무감에서 비롯되며, 이는 조직에 대한 충성도나 도덕적 책임감으로 인해 조직에 남아 있어야 한다는 느낌과 관련이 있다(Permarupan et al., 2013).

조직 몰입의 중요성은 다양한 방면에서 나타난다. Mehra(2018)는 직원의 조직 몰입이 높을 때 이직 의도가 감소하고, 직무 성과가 향상되며, 전반적인 조직 성공에 긍정적인 영향을 미친다고 하였다. 조직은 긍정적인 업무 환경을 조성하고, 직원들의 참여를 증가시키며, 개발 기회를 제공함으로써 몰입을 촉진할 수 있다(Maiti and Sanyal, 2018). 특히, Xiao et al.(2020)에 의하면, 조직이 몰입을 장려함으로써 직원 만족도를 높이고, 생산성을 증가시키며, 결속력 있는 동기 부여된 인력을 구축할 수 있다.

환경 지향성은 조직 몰입에 중대한 영향을 미친다. Hicklenton et al.(2019)은 조직이 환경적 지속 가능성을 중시할 때 직원들이 더 큰 몰입과 충성도를 보인다고 밝혔다. 이는 Kusi et al.(2021)의 연구에서도 확인되어, 직원들은 조직의 환경적 목표와 이니셔티브에 더욱 적극적으로 기여하려는 의지를 보이며, 이는 조직성과의 개선으로 이어진다고 하였다. Liu et al.(2020)은 조직의 환경 지향성을 문화에 통합함으로써, 직원들이 조직의 사명과 가치에 더 깊이 공감하고, 이를 통해 정서적 몰입을 증가시킬 수 있다고 주장하였다. 또한, Fok et al.(2021)에 따르면, 환경 관리 및 지속 가능한 관행을 잘 구현하는 기업은 공통된 가치를 공유하는 직원과 고객을 유치하여 조직에 대한 긍정적인 이미지를 증가시킨다.

결국, 환경 지향적 조직 문화는 직원의 조직 몰입을 크게 증가시킬 수 있으며, 이는 Dumont et al.(2016)의 연구에서도 강조되었다. 지속 가능하고 환경적 책임을 지향하는 조직은 직원 만족도와 몰입을 증가시켜, 더욱

적극적이고 헌신적인 인력을 확보하게 되며, 이는 결국 Harvey et al.(2010)이 지적한 대로 조직의 전반적인 성공으로 이어진다.

H3: 만족은 조직 몰입에 유의한 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

H4: 만족은 충성도에 유의한 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

2.4 충성도

직원 충성도는 조직의 성공과 장기적인 생존에 결정적 역할을 한다. Mehra(2018)에 따르면, 충성도가 높은 직원들은 더 큰 헌신과 강한 소속감을 보이며, 이는 생산성의 향상과 이직률의 감소로 이어진다고 하였다. Bhatnagar and Aggarwal(2020)은 높은 직원 충성도가 헌신과 소속감의 증대와 연결되어 있음을 강조하며, 이는 만족스런 직장 문화 형성에 기여한다고 설명한다.

Xiao et al.(2020)은 조직이 직원의 복지를 우선시하고, 개인의 기여를 인정하며, 성장과 발전의 기회를 제공하는 환경을 조성함으로써 직원 충성도를 높일 수 있다고 제안하였다. 이는 열린 의사소통, 투명성 및 포괄성의 촉진을 통해 직원과 조직 간의 유대감을 강화함으로써 충성도와 헌신을 증가시킨다(Visamitanan and Assarut, 2021).

직원들을 조직 성공의 중심적인 이해관계자로 취급하고, 그들의 노력을 인정하며, 경쟁력 있는 보상과 혜택을 제공하는 것은 충성도를 높이는 데 중요하다. 조직이 적극적이고 협력적인 업무 환경을 제공함으로써 직원의 참여도와 충성도를 더욱 강화할 수 있다.

윤리적 비즈니스 관행, 사회적 책임, 지속 가능성에 대한 헌신은 직원 충성도를 더욱 강화한다. Sharma(2014)에 따르면, 조직이 이러한 가치를 실천할 때 직원들은 자신의 가치관과 일치하는 조직에 더 강한 충성도를 나타낸다. Saeed et al.(2018)은 조직의 환경적 책임이 직원의 충성도에 긍정적인 영향을 미친다고 주장하였으며, 이는 직원들이 조직의 지속 가능성 목표에 기여할 수 있는 기회를 제공함으로써 강화될 수 있다.

결국, 지속 가능성과 직원 충성도 사이에는 강력한 연관성이 존재한다. Dögl and Holtbrügge(2013)는 환경 친화적인 이니셔티브를 우선시함으로써 조직이 가

치에 깊이 헌신하고 참여하는 인력을 육성할 수 있다고 결론지었다. 이를 통해 조직의 장기적인 성공과 지속 가능성에 결정적으로 기여함을 보여준다.

H5: 조직 몰입은 충성도에 유의한 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

H6: 환경 지향성은 충성도에 유의한 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

H6-1: 내부 환경 지향성은 충성도에 유의한 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

H6-2: 외부 환경 지향성은 충성도에 유의한 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

3. 조사 설계

3.1 표본설계

본 연구의 목적을 달성하기 위해 국내 제조업 직원을 대상으로 실증연구를 수행하였다. 이는 제조업이 환경 문제를 가장 많이 발생하여 기업의 환경 인식이 높기 때문이다. 자료 수집을 위해 설문지는 해당 분야 여러 회사의 직원들(관리자 및 근로자)에게 배포되었다. 조사 기간은 2023년 10월 23일부터 11월 2일까지 약 16일 간 진행되었다. 설문지는 총 600개의 설문지가 대상 기업에 배포되었다. 그러나 502개의 설문지가 회수되었으며, 불성실한 응답 6개가 제거되어 496개가 분석에 이용되었다.

3.2 변수의 조작적 정의 및 측정

본 연구에서 사용된 문항은 모두 7점 등간 척도로 (1점: 매우 그렇지 않다, 7점: 매우 그렇다) 측정되었다. 본 연구에 이용된 측정 문항은 선행연구를 바탕으로 본 연구 내용에 맞게 수정되어 측정되었다.

내부 환경 지향성은 환경 보호를 위한 내부 구성원의 노력으로 정의되었으며, Fraj-Andrés et al.(2009)의 연구를 바탕으로 각 6개 문항으로 측정되었다. 외부 환경 지향성은 기업의 환경 보호에 따른 외부 이해관계자들의 인식으로 정의되었으며, Fraj-Andrés et al.(2009)의 연구를 바탕으로 각 5개 문항으로 측정되었다. 만족은 직원이 회사의 정책을 이해하고 자부심을 느끼는 정도로 정의되었으며, Vinerean et al.(2013)의 연구

를 바탕으로 3개 문항으로 측정되었다. 조직 몰입은 직원이 회사에 대해 소속감을 가지는 정도로 정의되었으며, Azim[2016]의 연구를 바탕으로 4개 문항으로 측정되었다. 충성도는 직원이 회사의 목표를 인정하고 퇴직할 때까지 근무하고 싶은 정도로 정의되었으며, Zhu et al.[2014]의 연구를 바탕으로 각 5개 문항으로 측정되었다.

4. 실증분석

4.1 표본의 일반적 특성

본 연구에 이용된 496명의 응답자에 대한 일반적 특성

(Table 1) Demographic Analysis(n=496)

item		fre- quency	%
gender	male	258	52.0
	female	238	48.0
age range	30s	143	28.8
	40s	171	34.5
	Over 50s	182	36.7
Married or not	married	167	33.7
	single	329	66.3
number of employees	less than 10 people	112	22.6
	10 to less than 20 people	43	8.7
	20 to less than 50 people	51	10.3
	10 to less than 20 people	56	11.3
	50 to less than 100 people	35	7.1
	200 people or more	79	15.9
	no response	120	24.2
tenure	less than 1 year	24	4.8
	1 to less than 3 years	41	8.3
	3 to less than 5 years	59	11.9
	5 to less than 10 years	112	22.6
	10+ years	140	28.2
spot	mosque	131	26.4
	Chief/Chief Manager	28	5.6
	deputy	69	13.6
	exaggeration	64	12.9
	conductor	36	7.3
	manager	48	9.7
	no response	120	24.2

은 <Table 1>과 같다. 성별은 남성이 258명(52.0%)으로 나타났으며, 여성은 238명(48.0%)으로 나타났다. 다음으로 연령대는 30대가 143명(28.8%), 40대가 171명(34.5%), 50대 이상이 182명(36.7%)으로 나타났다. 결혼 유무는 기혼이 167명(33.7%), 미혼이 329명(66.3%)으로 나타났다. 종업원 수는 10인 미만이 112명(22.6%), 10인~20인 미만이 43명(8.7%), 20인~50인 미만이 51명(10.3%), 50인~100인 미만이 56명(11.3%), 100인~200인 미만이 35명(7.1%), 200인 이상이 79명(15.9%), 무응답은 120명(24.2%)으로 나타났으며, 재직 기간은 1년 미만이 24명(4.8%), 1년~3년 미만이 41명(8.3%), 3년~5년 미만이 59명(11.9%), 5년~10년 미만이 112명(22.6%), 10년 이상이 140명(28.2%)으로 나타났다. 마지막으로 직위는 사원이 131명(26.4%), 주임/계장이 28명(5.6%), 대리 69명(13.6%), 과장이 64명(12.9%), 차장이 36명(7.3%), 부장이 48명(9.7%), 무응답은 120명(24.2%)으로 나타났다.

4.2 측정항목의 타당성 및 신뢰도 검증

다 항목으로 구성된 연구 단위들은 SmartPls 4.0을 이용하여 타당성이 분석되었다[Hair et al., 2013]. 신뢰도는 Cronbach's α 와 연구단위 신뢰도를 이용하여 분석되었다. <Table 2>에서와 같이 내부 환경 지향성, 외부 환경 지향성, 만족, 조직 몰입, 충성도와 같은 연구단위에 대한 Cronbach's α 는 0.886-0.907, 연구단위 신뢰도(CR) 값은 0.888-0.909로 일반적으로 요구되어지는 기준인 0.70을 넘는 것으로 나타났다.

수렴타당성은 각 요인에 적재된 요인적재 값이 0.70 이상이고, AVE 값이 0.60 이상으로 나타나 각 연구 단위들의 수렴타당성이 검증되었다.

판별타당성은 AVE의 제곱 값이 상관관계 값보다 크면 판별타당성이 있는 것으로 판단된다. <Table 3>과 같이, AVE 제곱이 상관관계 계수 값보다 크며, 연구 단위들 간의 상관관계 값의 제곱이 AVE 값 보다 작은 것으로 나타나 각 연구 단위들 간의 판별타당성이 검증되었다. 또한, 상관계수 값의 이질성-동질성 특성 비율을 나타내는 HTMT(the heterotrait-monotrait) 값을 살펴본 결과 0.400-0.884($p < .01$)로 나타나 판별타당성이 검증되었다(<Table 4> 참조).

〈Table 2〉 Confirmatory Factor Analysis

Items	Standardized factor loadings	Cronbach's α	Composite reliability	Average variance extracted (AVE)
Internal environmental orientation		0.886	0.888	0.688
Environmental issues are related to our company.	0.830			
All employees of our company strive to understand the importance of environmental preservation.	0.849			
All departments in our company strive to protect the environment.	0.869			
Our company has a clear policy for environmental protection.	0.803			
Environmental protection is our company's priority activity.	0.796			
Environmental protection is the central value of our company.				
External environmental orientation		0.907	0.909	0.782
Changes in the environment (e.g. climate change, water pollution, etc.) affect our company's environmental management activities.	0.896			
Our company's financial performance is determined by the state of the environment.	0.870			
Our company's environmental protection is used to maintain a good image.	0.887			
Our company recognizes that environmental protection is necessary for the company's survival.	-			
Our company strives to enhance its environmentally responsible image.	0.883			
content		0.894	0.895	0.758
I am proud to work at our company.	0.885			
I believe in speaking openly and honestly even when there is bad news about our company.	0.892			
I encourage environmentally friendly activities in my company.	0.844			
organizational commitment		0.900	0.901	0.770
I will enjoy working at our company until I retire.	0.855			
I am proud to tell others that I work for the organization I belong to.	0.902			
I really feel that the problems our organization is facing are also my problems.	0.879			
I feel a sense of belonging to our organization.	0.875			
loyalty		0.893	0.902	0.700
Understand and accept the company's goals.	0.865			
Accept the company's values and culture.	0.765			
Acknowledge the company's future development goals.	0.858			
If possible, I would like to work at this company until retirement.	0.841			
Strictly follow the company's rules.	0.849			

〈Table 3〉 Fornell-Larcker Criterion

Item	Internal environmental orientation	External environmental orientation	content	organizational commitment	loyalty
Internal environmental orientation	0.866				
External environmental orientation	0.775	0.861			
content	0.336	0.332	0.911		
organizational commitment	0.336	0.328	0.741	0.857	
loyalty	0.316	0.304	0.602	0.601	0.880

*굵게 표시된 숫자는 AVE 값의 제곱근을 나타냄.

〈Table 4〉 Heterotrait-Monotrait Ratio (HTMT)

Item	Internal environmental orientation	External environmental orientation	content	organizational commitment	loyalty
Internal environmental orientation					
External environmental orientation	0.838				
content	0.362	0.365			
organizational commitment	0.367	0.363	0.832		
loyalty	0.340	0.330	0.656	0.660	

4.3 연구모형의 평가

본 연구에서는 연구모형의 적합도 평가를 위해 SmartPls 4.0이 이용되었다. PLS는 내생변수의 설명력 최대화를 위한 연구에 적합한 분석 방법[Vinzi et al., 2010]으로써, 다음과 같은 방법으로 평가되었다 [Tenenhaus et al., 2005]. 첫째, 다중 공산성 평가는 분산팽창요인(variance inflation factor: VIF)이 5보다 작아야 하는데, 본 연구에서는 1.143-2.546으로 나타나 다중공선성 문제가 없는 것으로 나타났다. 둘째, 내생변수의 설명력을 나타내는 R²로 예측 적합도를 평가하였다. 본 연구에서는 만족이 0.125(12.5%), 조직몰입이 0.584(58.4%), 충성도가 0.416(41.6%)로 Falk and Miller[1992]가 제시한 0.10(10%)보다 높게 나타났다. 셋째, 내생변수의 중복성을 나타내는 연구단위 교차타당성 중복성(construct cross-validated redundancy: Q²) 값으로 예측 적합도를 평가하였다. 일반적으로 Q² 값이 0보다 크면 예측적합도가

있는 것으로 평가한다. 본 연구에서는 만족이 0.116, 조직몰입이 0.4114, 충성도가 0.100로 나타나 이 기준을 충족시키는 것으로 나타났다. 그리고 SRMR(the root mean square residual)이 0.042로 기준치인 0.08보다 작은 것으로 나타나 모형의 예측력이 있는 것으로 나타났다.

4.4 연구가설의 검증

기업의 환경 지향성이 직원 만족, 조직몰입, 그리고 충성도에 미치는 구조적 관계를 분석한 결과는 〈Table 5〉와 같다.

H1은 기업의 환경 지향성이 만족에 미치는 영향을 분석하기 위한 것으로 분석 결과, 내부 환경 지향성($\beta_{11}=0.191$, t-value=2.691, p<0.01)과 외부 환경지향성($\beta_{12}=0.185$, t-value=2.588, p<0.05)은 모두 만족에 유의한 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 따라서 H1-1과 H1-2는 모두 채택되었다.

H2는 기업의 환경 지향성이 조직 몰입에 미치는 영향을 분석하기 위한 것으로 분석 결과, 내부 환경 지향성($\beta_{21}=0.062$, $t\text{-value}=1.089$, $p>0.05$)과 외부환경 지향성($\beta_{22}=0.039$, $t\text{-value}=0.745$, $p>0.05$)은 모두 조직 몰입에 유의한 영향을 미치지 않는 것으로 나타났다. 따라서 H2-1과 H2-2는 모두 기각되었다.

H3과 H4는 만족이 조직 몰입과 충성도에 미치는 영향을 분석한 것으로 분석 결과, 만족은 조직 몰입에 유의한 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났으며($\beta_3=0.725$, $t\text{-value}=24.005$, $p<0.01$). 충성도에도 유의한 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다($\beta_4=0.303$, $t\text{-value}=4.835$, $p<0.01$). 따라서 H3과 H4는 채택되었다.

H5는 조직 몰입이 충성도에 미치는 영향을 알아보기 위한 것으로 분석 결과, 조직 몰입은 충성도에 유의한 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다($\beta_5=0.334$, $t\text{-value}=5.229$, $p<0.01$). 따라서 H5는 채택되었다.

H6은 기업의 환경 지향성이 충성도에 미치는 영향을 분석하기 위한 것으로 분석 결과, 내부 환경 지향성(β

$\beta_{61}=0.076$, $t\text{-value}=1.188$, $p>0.05$)과 외부 환경지향성($\beta_{62}=0.036$, $t\text{-value}=0.598$, $p>0.05$)은 모두 충성도에 유의한 영향을 미치지 않는 것으로 나타났다. 따라서 H6-1과 H6-2는 모두 기각되었다.

5. 결론

본 연구에서는 중소기업의 녹색 혁신과 성과를 주도하는 기업의 환경 지향성 역할을 이해하기 위해 연구되었다. 기업의 환경 지향성을 알아보기 위해 내부 환경지향성과 외부 환경 지향성이 직원 만족, 조직 몰입, 그리고 충성도에 미치는 영향에 대해 알아보았다. 이러한 연구의 시사점은 다음과 같다.

5.1 이론적 시사점

첫째, 본 연구에서는 기업의 녹색 혁신과 성과를 주도하는 기업의 환경 지향성 역할을 이해하기 위한 프레임워크를 개발하였다. 즉, 기업의 환경 지향성을 알아보기 위해 내부 환경 지향성과 외부 환경 지향성이 직원 만족,

<Table 5> Measurement Model

	Paths	Standardized estimate	t-Value	p-value	
H1-1	Internal environment orientation → satisfaction	0.191	2.691	0.007	adopted
H1-2	External environment orientation → satisfaction	0.185	2.588	0.010	adopted
H2-1	Internal environment orientation → Organizational commitment	0.062	1.089	0.276	dismissed
H2-2	Internal environment orientation → Organizational commitment	0.039	0.745	0.456	dismissed
H3	Satisfaction → Organizational Commitment	0.725	24.005	0.000	adopted
H4	Satisfaction → Loyalty	0.303	4.835	0.000	adopted
H5	Organizational Commitment → Loyalty	0.334	5.229	0.000	adopted
H6-1	Internal environment orientation → loyalty	0.076	1.188	0.235	dismissed
H6-2	External environmental orientation → Loyalty	0.036	0.598	0.550	dismissed
			R^2		Q^2
	content		0.122		0.116
	organizational commitment		0.555		0.114
	loyalty		0.414		0.100

조직 몰입, 그리고 충성도에 미치는 구조적 프레임워크를 개발하였다. 이러한 연구는 기업의 환경 지향성으로 인한 조직 구성원의 충성도를 확인하는데 중요한 역할을 했다고 할 수 있다.

둘째, 본 연구는 자원기반이론을 적용하여 기업의 환경 지향성은 기업의 자원이 되어 직원의 충성도를 형성할 수 있는 성과를 알아보았다. 기업의 유형자원은 자본이 포함되고, 무형 자원은 지식기반 역량이 포함되어 [Anantadjaya, 2008] 자원기반이론을 통해 기업의 내부 환경 지향성과 외부 환경지향성이 직원 만족, 조직 몰입, 그리고 충성도에 미치는 영향을 알 수 있다.

셋째, 본 연구에서 기업의 내부 환경 지향성과 외부 환경 지향성은 만족에 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다. 이러한 연구는 업무 환경을 긍정적으로 조성하면 직원 만족도가 높아지고, 직원 이직률이 줄어들어 유지율이 향상되며, 긍정적인 조직 문화가 형성될 수 있다고 연구한 Sharma(2014)의 연구를 지지한다.

넷째, 본 연구에서 기업의 내부 환경 지향성과 외부 환경 지향성은 조직 몰입에 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났으나, 직장 내외에서 환경 친화적 행동에 대한 헌신이라고 연구한 Dumont et al.[2016]의 연구와 일부 다르게 나타났다. 또한, 긍정적인 작업 환경은 직원들이 자신의 기여가 의미 있는 영향을 미치고 있다고 느끼게 하여, 궁극적으로 조직에 대한 충성도와 헌신을 증가시킨다고 연구한 Zhang et al.[2021]의 연구와도 다르다고 할 수 있다. 이러한 이유는 환경지향성이 만족을 통해 몰입에 영향을 미치기 때문일 수 있다.

5.2 실무적 시사점

첫째, 기업은 환경 지향성에 대한 명확한 방향성을 가져야 한다. 이러한 방향성은 지속가능경영을 위한 기반이 될 수 있기 때문이다. 기업이 환경 지향성에 대한 확실한 경영 철학이 없으면 정확한 가이드를 제시하지 못해 일회성으로 끝나거나 조직 구성원의 혼란이 발생할 수 있다. 즉, 환경 지향성에 대한 명확한 전략에 따른 전술이 매뉴얼로 확립되어야 한다.

둘째, 기업은 친환경적 이미지를 높이고자 노력해야 한다. 기업의 친환경 지향 수준이 높을수록 환경 문제에 대한 전략적 대응이 향상되고, 이는 결국 기업 성과 향상으로 이어져 기업 가치를 높일 수 있다[Lindell and

Karagozoglu, 2001]. 외부 환경 지향성은 이해관계자에게 기업의 이미지를 성립시켜 줄 수 있는 요소라고 할 수 있다. 기업이 환경 지향성을 통해 내부 이해관계자 뿐만 아니라 외부 이해관계자에게도 친환경 책임 이미지를 부각시킬 수 있다.

셋째, 기업은 직원의 의견을 고려하여 환경 지향성을 추구해야 한다. 조직 구성원은 기업의 환경 지향성을 완성하는 최후의 일원이다. 기업이 환경 지향적인 전략과 정책을 수립하여도 결과적으로 구성원이 수행하지 않으면 기업의 환경 지향성은 그 효과가 줄어들 수밖에 없다. 초기에 경영진의 의지로 환경 지향적인 정책을 실행해도 정책이 성공하려면 궁극적으로 답다운(Top-down) 방식과 바텀업(Bottom-up) 방식을 적절히 활용해야 한다.

넷째, 기업 환경 지향성의 충성도를 높이기 위해서는 구성원의 만족이 중요하다. 만족은 조직 구성원의 조직 몰입과 충성도를 연결하는 역할을 하기 때문이다. 환경 문제로 기업 이미지가 좋지 않을 경우 구성원의 만족도가 떨어져 이직 의도가 높아진다. 따라서 기업은 환경 지향성을 통해 조직 구성원이 만족할 수 있도록 조직 몰입과 충성도에 가치를 부여해야 한다.

5.3 연구의 한계점 및 향후 연구과제

본 연구에서는 기업의 내부 환경 지향성과 외부 환경 지향성이 직원 만족, 조직 몰입, 그리고 충성도에 미치는 영향에 관한 연구를 통해 이론적 및 실무적 시사점을 도출하였다. 이러한 연구에도 다음과 같은 연구의 한계가 있다.

본 연구에서 외부 환경 지향성은 조직 구성원의 인식으로 조사되었다. 그러나 외부 환경 지향성은 외부 이해관계자에 의해 측정되어야 외부 환경 지향성을 정확하게 측정할 수 있지만, 이를 반영하지 못하였다. 이에 향후 연구에서는 외부 환경지향성을 외부 이해관계자에게 측정하여 연구할 필요가 있다. 또한, 본 연구에서 표본 추출은 국내 제조업의 직원을 대상으로 조사되었다. 그러나 기업의 환경 지향성은 모든 기업에 필요한 전략이라고 할 수 있다. 따라서 향후 연구에서는 다른 업종으로 확장하여 다양한 대상으로 연구할 필요가 있다.

References

- [1] Anantadjaya, S. P., "Comparative literature study on the resource-based theory of the firm and knowledge-based theory of the firm", *Jurnal Sistem Informasi*, Vol. 3, No. 1, 2008, pp. 39-50.
- [2] Asadi, S., Pourhashemi, S. O., Nilashi, M., Abdullah, R., Samad, S., Yadegaridehkordi, E., ... and Razali, N. S., "Investigating influence of green innovation on sustainability performance: A case on Malaysian hotel industry", *Journal of Cleaner Production*, Vol. 258, 2020, p. 120860.
- [3] Azim, M. T., "Corporate Social Responsibility and employee behavior: Mediating role of organizational commitment", *Revista brasileira de gestao de negocios*, Vol. 18, 2016, pp. 207-225.
- [4] Banerjee, S. B., "Corporate environmentalism: The construct and its measurement", *Journal of business research*, Vol. 55, No. 3, 2002, pp. 177-191.
- [5] Bhatnagar, J. and Aggarwal, P., "Meaningful work as a mediator between perceived organizational support for environment and employee eco-initiatives, psychological capital and alienation", *Employee Relations: The International Journal*, Vol. 42, No. 6, 2020, pp. 1487-1511.
- [6] Chan, R. Y., "Corporate environmentalism pursuit by foreign firms competing in China", *Journal of World Business*, Vol. 45, No. 1, 2010, pp. 80-92.
- [7] Cherian, J. and Jacob, J., "Green marketing: A study of consumers' attitude towards environment friendly products", *Asian social Science*, Vol. 8, No. 12, 2012, pp. 117-126.
- [8] Costantini, V. and Mazzanti, M., "On the green and innovative side of trade competitiveness? The impact of environmental policies and innovation on EU exports", *Research policy*, Vol. 41, No. 1, 2012, pp. 132-153.
- [9] Daddi, T., Todaro, N. M., De Giacomo, M. R., and Frey, M., "A systematic review of the use of organization and management theories in climate change studies", *Business Strategy and the Environment*, Vol. 27, No. 4, 2018, pp. 456-474.
- [10] Danso, A., Adomako, S., Lartey, T., Amankwah-Amoah, J., and Owusu-Yirenkyi, D., "Stakeholder integration, environmental sustainability orientation and financial performance", *Journal of business research*, Vol. 119, 2020, pp. 652-662.
- [11] De Marchi, V., "Environmental innovation and R&D cooperation: Empirical evidence from Spanish manufacturing firms", *Research Policy*, Vol. 41, No. 3, 2012, pp. 614-623.
- [12] Dinda, S., "Environmental Kuznets curve hypothesis: A survey", *Ecological Economics*, Vol. 49, No. 4, 2004, pp. 431-455.
- [13] Dögl, C. and Holtbrügge, D., "Corporate environmental responsibility, employer reputation and employee commitment: An empirical study in developed and emerging economies", *International Journal of Human Resource Management*, Vol. 25, No. 12, 2013, pp. 1739-1762.
- [14] Dumont, J., Shen, J., and Deng, X., "Effects of Green HRM practices on employee workplace green behavior: The role of psychological green climate and employee green values", *Human Resource Management*, Vol. 56, No. 4, 2016, pp. 613-627.
- [15] Dumont, J., Shen, J., and Deng, X.,

- "Effects of green HRM practices on employee workplace green behavior: The role of psychological green climate and employee green values", *Human Resource Management*, Vol. 56, No. 4, 2017, pp. 613-627.
- [16] Falk, M. and Miller, A. G., "Infrared spectrum of carbon dioxide in aqueous solution", *Vibrational Spectroscopy*, Vol. 4, No. 1, 1992, pp. 105-108.
- [17] Fok, L. Y., Morgan, Y., and Zee, S. M. L., "The linkages between commitment to sustainability, organizational culture, quality management, and organizational performance", *International Journal of Applied Management and Technology*, Vol. 20, No. 1, 2021.
- [18] Formentini, M. and Taticchi, P., "Corporate sustainability approaches and governance mechanisms in sustainable supply chain management", *Journal of Cleaner Production*, Vol. 112, 2016, pp. 1920-1933.
- [19] Fraj-Andrés, E., Martínez-Salinas, E., and Matute-Vallejo, J., "A multidimensional approach to the influence of environmental marketing and orientation on the firm's organizational performance", *Journal of Business Ethics*, Vol. 88, 2009, pp. 263-286.
- [20] García-Granero, E. M., Piedra-Munoz, L., and Galdeano-Gómez, E., "Measuring eco-innovation dimensions: The role of environmental corporate culture and commercial orientation", *Research Policy*, Vol. 49, No. 8, 2020, p. 104028.
- [21] Griffeth, R. W., Hom, P. W., and Gaertner, S., "A meta-analysis of antecedents and correlates of employee turnover: Update, moderator tests, and research implications for the next millennium", *Journal of Management*, Vol. 26, No. 3, 2000, pp. 463-488.
- [22] Guo, Y. and Wang, L., "Environmental entrepreneurial orientation and firm performance: The role of environmental innovation and stakeholder pressure", *Sage Open*, Vol. 12, No. 1, 2022, p. 21582440211061354.
- [23] Harvey, D. M., Bosco, S. M., and Emanuele, G., "The impact of "green-collar workers" on organizations", *Management Research Review*, Vol. 33, No. 5, 2010, pp. 499-511.
- [24] Hicklenton, C., Hine, D. W., and Loi, N. M., "Does green-person-organization fit predict intrinsic need satisfaction and workplace engagement?", *Frontiers in Psychology*, Vol. 10, 2019, p. 472598.
- [25] Itam, U. and Ghosh, N., "Employee Experience Management", *International Journal of Human Capital and Information Technology Professionals*, Vol. 11, No. 2, 2020, pp. 39-49.
- [26] Kang, Y. and He, X., "Institutional forces and environmental management strategy: Moderating effects of environmental orientation and innovation capability", *Management and Organization Review*, Vol. 14, No. 3, 2018, pp. 577-605.
- [27] Khan, N. R., Ameer, F., Bouncken, R. B., and Covin, J. G., "Corporate sustainability entrepreneurship: The role of green entrepreneurial orientation and organizational resilience capacity for green innovation", *Journal of Business Research*, Vol. 169, 2023, p. 114296.
- [28] Khan, S. A. R., Ponce, P., Thomas, G., Yu, Z., Al-Ahmadi, M. S., and Tanveer, M., "Digital technologies, circular economy practices and environmental policies

- in the era of COVID-19”, *Sustainability*, Vol. 13, No. 22, 2021, p. 12790.
- [29] Kusi, M., Zhao, F., and Prisca, R. M., “Evidence for Mediating Role of Affective Commitment on Green Human Resource Management and Organizational Citizenship Behaviour”, *Asian Academy of Management Journal*, Vol. 26, No. 1, 2021, pp. 113-141.
- [30] Leonidou, L. C., Christodoulides, P., Kyrgidou, L. P., and Palihawadana, D., “Internal drivers and performance consequences of small firm green business strategy: The moderating role of external forces”, *Journal of Business Ethics*, Vol. 140, 2017, pp. 585-606.
- [31] Lindell, M. and Karagozoglu, N., “Corporate environmental behaviour: A comparison between Nordic and US firms”, *Business Strategy and the Environment*, Vol. 10, No. 1, 2001, pp. 38-52.
- [32] Liu, Z., Mei, S., and Guo, Y., “Green human resource management, green organization identity and organizational citizenship behavior for the environment: the moderating effect of environmental values”, *Chinese Management Studies*, Vol. 15, No. 2, 2020, pp. 290-304.
- [33] Lorek, S. and Spangenberg, J. H., “Sustainable consumption within a sustainable economy-beyond green growth and green economies”, *Journal of cleaner production*, Vol. 63, 2014, pp. 33-44.
- [34] Maiti, R. B. and Sanyal, S. N., “Optimizing the role of organizational commitment”, *The International Journal of Organizational Analysis*, Vol. 26, No. 4, 2018, pp. 669-690.
- [35] Mak, B. L. and Sockel, H., “A confirmatory factor analysis of IS employee motivation and retention”, *Information & Management*, Vol. 38, No. 5, 2001, pp. 265-276.
- [36] Matten, D., “Why do companies engage in corporate social responsibility? Background, reasons and basic concepts”, *The ICCA handbook on corporate social responsibility*, 2012, pp. 1-46.
- [37] Mehra, L., “Effect of green human capital on employees’ intention to quit: The mediating role of employees’ commitment”, *International Journal of Management Studies*, Vol. V, No. 5, 2018, pp. 46-46.
- [38] Menguc, B. and Ozanne, L. K., “Challenges of the “green imperative”: A natural resource-based approach to the environmental orientation-business performance relationship”, *Journal of Business Research*, Vol. 58, No. 4, 2005, pp. 430-438.
- [39] Nejati, M., Amran, A., and Hazlina Ahmad, N., “Examining stakeholders’ influence on environmental responsibility of micro, small and medium-sized enterprises and its outcomes”, *Management Decision*, Vol. 52, No. 10, 2014, pp. 2021-2043.
- [40] Ottman, J. A., Stafford, E. R., and Hartman, C. L., “Avoiding green marketing myopia: Ways to improve consumer appeal for environmentally preferable products”, *Environment: science and policy for sustainable development*, Vol. 48, No. 5, 2006, pp. 22-36.
- [41] Ozgul, B., “Does green transformational leadership develop green absorptive capacity? The role of internal and external environmental orientation”, *Systems*, Vol. 10, No. 6, 2022, p. 224.
- [42] Pahuja, S., Chowdary, K. M., and Mittal, S., “Employee relations as a tool of strategic competitive environment”, In *Critical*

- Issues on Changing Dynamics in Employee Relations and Workforce Diversity (pp. 45-63). IGI Global, 2021.
- [43] Permarupan, P. Y., Saufi, R. A., Kasim, R. S. R., and Balakrishnan, B. K., "The impact of organizational climate on employee's work passion and organizational commitment", *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, Vol. 107, 2013, pp. 88-95.
- [44] Polonsky, M. J., "Transformative green marketing: Impediments and opportunities", *Journal of business research*, Vol. 64, No. 12, 2011, pp. 1311-1319.
- [45] Ramus, C. A. and Killmer, A. B., "Corporate greening through prosocial extrarole behaviours: A conceptual framework for employee motivation", *Business strategy and the Environment*, Vol. 16, No. 8, 2007, pp. 554-570.
- [46] Raziq, A. and Maulabakhsh, R., "Impact of working environment on job satisfaction", *Procedia Economics and Finance*, Vol. 23, 2015, pp. 717-725.
- [47] Rugman, A. M. and Verbeke, A., "Corporate strategies and environmental regulations: An organizing framework", *Strategic Management Journal*, Vol. 19, No. 4, 1998, pp. 363-375.
- [48] Saeed, B. B., Afsar, B., Hafeez, S., Khan, I., Tahir, M., and Afridi, M. A., "Promoting employee's proenvironmental behavior through green human resource management practices", *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, Vol. 26, No. 2, 2018, pp. 424-438.
- [49] Sharma, M., "The role of employees' engagement in the adoption of green supply chain practices as moderated by environment attitude: An empirical study of the Indian automobile industry", *Global Business Review*, Vol. 15, No. 4, 2014, pp. 25S-38S.
- [50] Smith, T., What is employee engagement? Definition, strategies, and example, 2023.
- [51] Sun, Y., Li, T., and Wang, S., "I buy green products for my benefits or yours": Understanding consumers' intention to purchase green products", *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics*, Vol. 34, No. 8, 2022, pp. 1721-1739.
- [52] Tenenhaus, M., Vinzi, V. E., Chatelin, Y. M., and Lauro, C., "PLS path modeling", *Computational Statistics & Data Analysis*, Vol. 48, No. 1, 2005, pp. 159-205.
- [53] Vinerean, S., Cetina, I., and Dumitrescu, L., "Modeling employee satisfaction in relation to CSR practices and attraction and retention of top talent", *Expert Journal of Business and Management*, Vol. 147, 2013, pp. 875-888.
- [54] Vinzi, V. E., Trinchera, L., and Amato, S., "PLS path modeling: from foundations to recent developments and open issues for model assessment and improvement", *Handbook of partial least squares: Concepts, methods and applications*, 2010, pp. 47-82.
- [55] Visamitanan, K. and Assarut, N., "Impact of green supply chain management practices on employee engagement and organizational commitment: Mediating role of firm performance", *Global Business Review*, 2021.
- [56] Xiao, J., Mao, J., Huang, S., and Qing, T., "Employee-organization fit and voluntary green behavior: A cross-level model examining the role of perceived insider status and green organizational climate", *International Journal of Environmental Research and Public Health*, Vol. 17, No. 7, 2020, p. 2193.
- [57] Yee, R. W., Yeung, A. C., and Cheng, T.,

- "The impact of employee satisfaction on quality and profitability in high contact service industries", *Journal of Operations Management*, Vol. 26, No. 5, 2008, pp. 651-668.
- [58] Yildiz Çankaya, S. and Sezen, B., "Effects of green supply chain management practices on sustainability performance", *Journal of Manufacturing Technology Management*, Vol. 30, No. 1, 2019, pp. 98-121.
- [59] Zhang, B., Yang, L., Xiang-yang, C., and Chen, F., "How does employee green behavior impact employee well-being? An empirical analysis", *International Journal of Environmental Research and Public Health*, Vol. 18, No. 4, 2021, p. 1669.
- [60] Zhu, Q., Yin, H., Liu, J., and Lai, K. H., "How is employee perception of organizational efforts in corporate social responsibility related to their satisfaction and loyalty towards developing harmonious society in Chinese enterprises?", *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, Vol. 21, No. 1, 2014, pp. 28-40.

■ 저자소개

**전 영 미**

호서대학교 벤처대학원 벤처경영을 전공하고, 2020년부터 현재까지 호서대학교 창의교양학부 부교수로 재직 중이다. 학문적 관심 분야는 벤처경영과 리더십, 기업가정신과 창업, ESG 경영 및 마케팅 분야이다.