서비스경영학회지 제24권 제3호 2023년 09월 DOI: 10.15706/jksms.2023.24.3.012

항공사 ESG 경영 활동에 대한 지각이 고객지향성에 미치는 영향

민 소 라(제1저자)
삼육대학교 경영학과 (겸임교수)

이 슬 기(교신저자)
소프트웨어정책연구소 (선임연구원)

Effect of Perception of Airline ESG Management Activities on Customer Orientation

Min, So Ra(First Author)
Business Administration, Sahmyook University (Adjunct Professor)

Lee, Seul Ki(Corresponding Author)
Software Policy & Research Institute (Senior Researcher)

Abstract

The purpose of this study is to examine the influence of ESG, which has received increasing attention as a long-term strategy for creating a sustainable air transportation industry, on the attitudes and behaviors of organizational members. To this end, we examined the perceptions of ESG management activities among internal employees, who are one of the stakeholders in airlines, and analyzed the effects on job satisfaction and organizational trust. Furthermore, we demonstrated the effect of ESG activities on customer orientation, which is directly related to service performance. The results show that environmental, social, and governance factors of ESG activities positively influence job

satisfaction, but only governance factors have a positive impact on organizational trust. Moreover, we illustrate the influence of ESG activities on customer orientation, which is directly related to service performance. The results of this study are expected to contribute to the understanding of the mechanisms through which ESG activity awareness affects internal members' attitudes and behaviors and to draw implications for constructive strategies for ESG management activities in the airline industry.

Keywords : Airline, ESG, Job Satisfaction, Organizational Trust, Customer Orientation
접수일(2023년 08월 15일), 수정일(2023년 09월 10일), 게재확정일(2023년 09월 11일)

I. 서 론

기업의 규모가 확장되고 투자자·소비자 등을 포함하는 이해관계자들의 기대 수준이 높아지면서 기업 생존 여부를 결정짓는 전략적 요소가 재무적 성과뿐만 아니라 비재무적 성과인 기업의 사회적 가치와 지속가능성까지 범위가 확장되었다(조경란, 2022). 이에 기업의 경영 활동에 있어 친환경 경영, 사회적 책임경영, 지배구조 개선 등의 환경(Environment), 사회(Social), 지배구조(Governance)로 이루어진 ESG 경영을 통해 더 나은 비즈니스 모델을 구축하여 기업가치를 높이는 것이 경영의 새로운 패러다임으로 자리잡게 되었다.

가장 인기 있고 빠르게 변화하는 산업 중 하나인 항공 운송 산업은 다양한 서비스와 사회적 이점을 제공한다. 항공 운송 산업은 사람들을 연결하고, 물품을 운송하고, 관광을 촉진함으로써 세계 경제에 중요한 경제적 동력이지만, 환경에 미치는 부정적인 영향도 상당하다(Paraschi, 2022). 항공기는 주요 온실가스인 다량의 이산화탄소(CO2)를 배출하고, 항공기 소음, 승객의 요구를 충족하기 위한 에너지 및 물의 대량 소비, 다량의 폐기물 발생 등과 관련이 있다(Paraschi & Poulaki, 2021). 이로 인해 항공 운송 산업에서도 사회적 책임에 대한 인식이 높아지고, 지속가능한 산업을 만들기 위한 장기적인 전략으로써 ESG에 주목하고 있다(Paraschi, 2022).

국내에서는 2020년을 기준으로 ESG가 기업이 핵심 화두로 부상하면서 항공 산업에서도 ESG 경영을 도입하고 있다(김현아 등, 2022). 대한항공과 아시아나항공과 같은 대형(FSC) 항공사를 중심으로 ESG 전담 부서를 신설하는 등 ESG 경영에 활발하

게 참여하고 있다(황용식·이용기, 2022). 대한항공은 2023년 6월 IATA(International Air Transport Association) 총회에서 '2050 탄소중립(탄소 배출량 0 목표)'을 결의하고 다양한 탄소 감축 수단을 도입 중이다(머니투데이, 2023.07). 아시아나항공은 '자발적 탄소 상쇄 프로그램'을 제공해 탄소 감축에 앞장서고 있다(아이뉴스24, 2023.07). FSC 항공사는 지속가능경영 국제 보고 기준인 GRI(Global Reporting Initiative) 표준에 근거하여 운영되고 있으며, 환경, 사회, 지배구조 영역별 주요 운영 결과는 각 항공사의 ESG 보고서를 통해 확인할 수 있다(대한항공 ESG 보고서, 아시아나항공 ESG 보고서, 2023). 최근에는 저비용(LCC) 항공사도 사회적 책임이나 환경 문제 등에 관심을 가지고 ESG 경영을 실천 중이다(서울신문, 2023.06).

학계에서도 항공 산업의 ESG 실천을 통한 결과들에 주목해왔는데, 기업 가치와 재무성과 간의 긍정적인 상관관계가 있고(Abdi et el., 2022), 지속가능한 수익성 확보가 가능함을 증명하고 있다(Kuo et al., 2021). 또한, 소비자가 사회 및 환경 문제에 대한 인식 수준이 높아짐에 따라 지속경영을 실천하는 기업의 상품을 소비하는 것이 하나의 트렌드로 떠오르면서 항공사의 ESG가 고객의 충성도를 형성하는 영향요인으로 밝혀졌다(Han et al., 2019; Hagmann et al., 2015; 윤승희·신홍철, 2022).

이러한 상황 속에서 최근 필요성이 증대되고 있는 분야가 기업의 ESG 경영을 구성원이 어떻게 인식하는지 즉, ESG 경영에 대한 인식이 구성원의 태도와 행동에 어떠한 영향을 미치는지 파악하는 것이다(이예림·유태용, 2023). ESG 경영에 대한 대내·외적 홍보가 결과적으로 기업의 이미지 제고뿐만 아니라 구성원의 조직유효성(직무만족, 조직몰입)을 높이고, 구성원의 생산성을 향상시키는 긍정적인 선순환 과정을 정착시킬 수 있기 때문이다(천민호·설경진, 2022; Henisz et al., 2019). 인적 자원에 대한 의존도가 높은 항공 서비스업은 객실승무원의 근무 환경이 탑승객에게 전해지는 서비스의 질과 안전 수준에 영향을 미칠 수 있기 때문에 인적 요인의 관리가 특히 중요하다(Paraschi, 2022). 그러나 항공 분야의 ESG 연구는 소비자의 이용 의도(정태연, 2023; 윤승희·신홍철, 2022; 이현진·김재우, 2022), 경영성과(이현진·김수진, 2023; 안종선 등, 2022) 등 주로 기업의 ESG 경영 활동에 따른 결과에 초점을 맞춘 연구가 대다수로 구성원을 대상으로 하는 연구는 미비한 실정이다(허병준·이형용, 2023).

따라서 본 연구에서는 항공사의 이해관계자 중 하나인 내부직원(객실승무원)을 대상으로 ESG 경영 활동의 인식을 살펴보고, 직무만족 및 조직신뢰에 미치는 영향과 나아가 서비스성과와 직결되는 고객지향성까지 이어지는 영향관계를 실증하고자 한다. 이를 토대로 ESG 경영이 내부구성원의 태도와 행동에 미치는 메커니즘을 이해하고 시사점을 도출하여 항공업에서의 ESG 경영 활동에 관한 건설적인 전략 수립 방안을 제시하고자 한다.

II. 이론적 배경 및 가설설정

2.1 항공사 ESG 경영

과거와 달리 오늘날에는 인류의 안전과 안녕이 최우선으로 인식되면서 그 어떤 혁신적 기술보다도 환경·사회문제 해결에 더욱 주목하기 시작했다(김범석·민재형, 2016). 이러한 경영환경의 변화로 ESG 경영이 지속가능성과 지속 발전 가능성의 연장선상에 핵심 개념이자 기업의 지속가능성을 높일 대안으로 주목받기 시작했다(지용빈·서영욱, 2021). 이에 따라 최근 항공업계에서는 탄소 배출과 관련된 환경(E) 문제가 부상하였을 뿐만 아니라 기업의 사회적 가치(S)와 지배구조(G)에 대한 관심도가 높아지고 있다(김경희·김지희, 2021).

항공 업계에서 ESG 경영은 재무적·비재무적 성과 창출에 기여(Abdi et el., 2022; Kuo et al., 2021; Han et al., 2019; Hagmann et al., 2015; 윤승희·신홍철, 2022), 항공사의 사회적 가치 상승(김경희·김지희, 2021), 국내 대형항공사 간 통합 이슈로 인한 부패방지 경영의 중요성 증대(홍지숙·강선아, 2021) 등으로 인해 ESG 경영의 중요성이 두드러지고 있다. 특히, 항공 산업은 전 세계 사람들이 여가 생활을 즐기는데 필수적인 역할을 하며 경제적 이점을 제공하고 있지만 그 과정에서 많은 환경적 비용도 수반하고 있다(Gemmer, 2019). 비행기는 상당한 양의 화석연료를 소비하며, 당분간은 매우 제한된 대체품이 없어 탈탄소화가 어렵다. 전 세계 탄소 총배출량의 2.5%를 항공 산업이 차지할 만큼 비중이 크기 때문에(Timperley, 2021) ESG 경영을 통한 체계적인 위험관리가 필요하다는 의견이 증가하고 있다(김경희·김지희, 2021). 더불어 항공 산업은 COVID-19와 같은 수익 감소 및 비용 상승을 위협하는 장기 추세에 취약하여 간접적인 지속가능성 문제에 직면해 있다(Chammem & Tolke, 2022). 따라서 항공사는 기업 경영에 환경과 사회적 요인을 충분히 고려하여 경영전략을 확립하고 지속가능경영 활동을 지속해야 한다(유가예 등, 2022).

실제로 국내 항공사들은 FSC 항공사인 대한항공을 필두로 LCC 항공사까지 ESG 경영 활동에 적극적이다. 항공사마다 ESG 경영 관련 협의회가 설치되어있을 뿐만 아니라 ESG 경영 선포를 통해 탄소 배출 감소와 각종 재활용 자원을 활용한 친환경 경영, 지역사회 발전에 관련된 큰 노력을 기울이고 있다(박영심·정희경, 2023). 대한항공의 경우 UN Global Compact 가입 및 지지, 스카이팀 운영 등을 통한 글로벌 파트너십 활성화, 안전하고 복원력 있는 도시 유지를 위한 몽골 식림사업·중국 사막의 생태림 조성, 지속가능 항공유 사용 및 친환경 항공 기술 개발, 양질의 일자리와 고용보장, 양성평등 달성과 평생학습 기회 제공, 국내 및 국가간 불평등 감소를 위한 인식

개선 교육 등을 시행하고 있다(대한항공 ESG 보고서, 2023). 아시아나항공은 글로벌 파트너십 강화를 위해 Star Alliance 동맹체 Sustainability Summit 참여, 모든 형태의 부패 감소를 위한 투명한 제도 구축, 육상 생태계 보존을 위한 람사르습지 강화매화마름 군락지 보호 활동, 면세품 포장 단순화/쇼핑백 재활용 강화/테블릿 PC로 업무처리 등 지속가능한 소비 및 생산 활동, 여성/외국인/장애인 등 인재채용 다양화, 가족친화경영, 임직원 건강 및 웰빙 프로그램 운영, 친환경 연료로 전환 준비 및 투자 확대 등을 실천하고 있다(아시아나 ESG 보고서, 2023).

기업의 적극적인 ESG 활동에 관한 효과가 극대화되기 위해서는 내부구성원의 인식도 제고와 인식을 통한 긍정적인 태도 형성이 중요하다. 내부구성원은 본인이 속한 조직이 외부로부터 긍정적인 평가를 받으면 직무만족도가 높아지고, 이직의도가 낮아진다. 반면 부정적인 평가를 받으면 직무만족도가 하락하고, 이직의도가 상승하는 결과를 보인다(Riordan et al., 1997). 이는 지속가능성이라는 큰 흐름 속에서 실천되고 있는 ESG 경영을 사회 책임에 대한 투자 방식으로 바라볼 때(민소라·나소정, 2022), 긍정적인 외부 평가가 가능하고 내부구성원의 긍정적인 태도 형성에 영향을 미치는 것으로 예측할 수 있다.

ESG 경영에 적극적인 기업의 직원은 조직에 대한 자랑스러움 즉, 자부심이 강화되고 직무와 관련된 성취욕구가 증가할 수 있다(Durrah et al., 2020; 천민호·설경진, 2022; 최동희, 2023). 천민호와 설경진(2022)은 호텔 직원을 대상으로 ESG활동 인식이 직무만족에 미치는 영향을 분석하였으며, 사회적 활동과 지배구조 활동이 직무만족에 긍정적인 영향을 미치고, 환경적 활동은 유의미한 영향을 미치지 않음을 보여줬다. 한승호 등(2022)의 연구에서도 동일한 결과가 나타났으나, 이는 표본이 속한 기업이 환경부분의 활동이 미진한 곳이 다수 존재할 가능성이 있고 응답자가 환경활동에 대한 인지부족이 존재했을 것으로 해석하고 있다. 허병준과 이형용(2023)은 ESG 활동에 대한 조직구성원의 인식이 조직신뢰에 긍정적인 영향을 미치는 주요 변인임을 확인하고, 외부 이해관계자인 소비자뿐만 아니라 내부 구성원에게도 영향을 미치므로 ESG 활동 인식의 중요성을 강조하였다. 우수치와 엄문연(2023)은 ESG 경영 활동을 환경적 요인(환경보호, 에너지 절약), 사회적 요인(복리후생 및 인권보호, 사회적가치창출, 지역클러스터 구축), 지배구조 요인(정보공개 및 준법윤리경영)으로 세분화하고 이들이 모두 조직신뢰에 긍정적인 영향요인임을 밝혀냈다.

이상의 선행연구를 종합하면, 기업의 ESG 경영 활동에 대한 조직구성원의 인식은 직무만족과 조직신뢰에 긍정적인 영향을 주는 요인임을 알 수 있다. 이에 항공사 ESG 경영 활동에 대한 객실승무원의 인식도 직무만족에 조직신뢰에 긍정적인 영향을 줄 수 있을 것으로 예측하고 다음과 같은 가설을 도출하였다.

H1-1. 항공사 ESG 경영 중 환경(E) 활동 지각은 직무만족에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.
H1-2. 항공사 ESG 경영 중 사회(S) 활동 지각은 직무만족에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.
H1-3. 항공사 ESG 경영 중 지배구조(G) 활동 지각은 직무만족에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

H2-1. 항공사 ESG 경영 중 환경(E) 활동 지각은 조직신뢰에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.
H2-2. 항공사 ESG 경영 중 사회(S) 활동 지각은 조직신뢰에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.
H2-3. 항공사 ESG 경영 중 지배구조(G) 활동 지각은 조직신뢰에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

2.2 직무만족

직무만족은 자신이 맡은 직무에 대한 평가를 통해 형성되는 개인의 태도로 직무에 관한 긍정적인 심리상태 또는 정서적 반응을 의미한다(기은혜·구본기, 2014; 이종현·이재섭, 2021). 직무만족은 직무에 대한 동기를 부여하고, 생산성을 높여 기업의 성과에 긍정적인 영향을 미친다(Boswell et al., 2005). 따라서 오랜 시간 직무만족은 기업의 재무적·비재무적 성과에 밀접한 관련성을 가지고 있는 것으로 연구되어 왔으며, 서비스경영 분야에서는 서비스 품질을 결정짓는 주요 요인으로 평가받아 왔다(박헌재, 2020; 전주언 등, 2019; 정민주·전애은, 2019).

항공사의 경우 객실승무원에 의해 서비스가 제공되기 때문에 객실승무원의 태도가 고객 만족과 기업 이미지 등 서비스 성과에 큰 영향을 미친다(첸드돌람 등, 2021; 박헌재, 2020). 직무에 관한 긍정적인 심리상태를 의미하는 직무만족은 객실승무원이 고객의 최우선적으로 하려는 행동의지 즉, 고객지향성을 높이고(정민주·전애은, 2019), 공식적 보상과는 무관하게 조직기능을 발전시키기 위한 자발적인 행동인 조직시민행동(한민아 등, 2020)을 촉진하는데 영향을 미치는 것으로 나타났다. 이러한 행동들은 기업의 성과와 밀접한 관련이 있으므로 조직에서 구성원의 직무만족을 관리하는 것은 주요한 사안이 된다.

2.3 조직신뢰

조직신뢰는 조직에 대한 긍정적인 기대에 근거하여 자신에게 미칠 수 있는 위험요소나 불안 등을 기꺼이 수용하려는 심리상태로, 이를 통해 구성원들은 직무만족, 직무성과 및 자아실현을 이뤄낼 수 있다고 설명되고 있다(김재경 등, 2019). 신뢰는 조직과 개인의 가치관을 공유하며 형성된 상호 이해관계에서 조직구성원의 충성과 몰입을 강화하는 요인으로 인식되고 있다(박선대·김문중, 2020).

조직신뢰는 조직 간 협력을 강화하고 개인의 성과 향상을 기반으로 조직의 목표 달

성을 위한 권한을 적극적으로 수용하게 되고(민순 등, 2014), 직원들 간의 참신한 생각을 공유하고 자발적인 직무 노력을 통해 조직의 성과를 극대화하는데 이바지하게 된다(하용규·정강국, 2019). 따라서 조직신뢰가 높을수록 상호호혜적인 관계를 형성하여 구성원들과 조직의 욕구 충족이 가능하다(기은혜·구본기, 2014).

특히, 항공사의 경우 항공기의 기종과 비행의 노선에 따라 적게는 3명에서 20여 명이 넘는 승무원들이 한 비행기에 동승하여 업무를 수행하기 때문에(이소정 등, 2013), 같은 팀에 속한 승무원들을 하나로 결속시켜 우수한 품질의 서비스를 제공할 수 있어야 한다(배현숙·조경희, 2017). 이 과정에서 형성되는 신뢰감은 직무에 대한 평가를 하게 되는 근간이 되어 조직구성원의 직무 관련 심리적인 변수에 영향을 주는데, 대표적으로 직무만족과 연계성이 크다. 직무만족은 조직구성원의 조직에 관한 태도에 영향을 받는 심리적 변수로 중요성이 강조되어 왔다(유정선, 2021). 기은혜와 구본기(2014)는 이러한 맥락에서 조직신뢰가 직무만족에 긍정적인 영향을 미침을 보여줬고, 이종현과 이재섭(2021)은 조직에 관한 인지적이고 감정적인 신뢰 수준이 높을수록 직무만족이 높아짐을 보여줬다. 이를 통해 객실승무원이 가지는 조직에 대한 신뢰감이 직무의 만족도에 영향을 미치는 선행요인으로 유추할 수 있으며, 다음과 같은 가설을 설정하였다.

H3. 객실승무원의 조직신뢰는 직무만족에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

2.4. 고객지향성

고객지향성은 서비스제공자가 고객의 요구를 파악하고 문제를 해결하고자 하는 행동 의지를 의미하며(이슬기·조신희, 2019), 고객만족 및 충성도에 영향을 미치고 장기적인 관계를 형성하여 기업성과에 영향을 미치는 핵심 요인이다(Kasemsap, 2017). 고객지향적인 직원이 많은 기업일수록 차별화된 제품과 서비스 제공이 가능하기 때문에 경쟁우위를 차지하기에 유리하다(Rindfieisch & Moorman, 2003). 특히, 서비스는 비가시적인 무형물로써 공급자와 수요자가 상호작용하는 특징이 있어 서비스제공자의 행동을 기준으로 그 품질을 평가된다(이선영·이형룡, 2018; 유정선, 2021). 대표적인 업종이 항공서비스업이며 고객과의 접점에 위치한 객실승무원의 역량에 따라 기내서비스 품질이 결정된다 해도 과언이 아니다(정민주·전애은, 2019).

고객지향적 성향이 높은 승무원일수록 고객을 향한 태도가 일관되고, 자신의 직무에 대한 이해도가 높아서 업무와 관련한 직무스트레스에 영향을 덜 받음으로써 결과적으로 고객 만족을 증가시키는 직무 행동을 수행할 수 있다(최은애, 2014). 객실승무원의 고객지향성은 업무성과에 긍정적인 영향을 미치게 되는데, 이는 고객에 관한

관심이 개인의 성과를 발전시킬 수 있음을 시사한다(김지윤 등, 2022). 이로 인해 객실승무원의 고객지향성을 향상시키는 요인을 탐색하는 것은 인적자원관리를 위한 도구 개발이라는 측면에서 중요하게 인식되어 왔다(박헌재, 2020).

대표적으로 개인의 수행하고 있는 직무와 소속된 조직에 관한 긍정적인 평가는 고객지향성을 높이는 주요 선행요인이다. 업무를 수행하는 환경에서 행복한 직원일수록 고객에게 더 높은 수준의 서비스를 제공하려는 동기가 부여되기 때문이다(Lee et al., 2022). 직무만족은 객실승무원의 고객지향성에 긍정적인 영향을 미치는데, 직무만족도가 높은 승무원은 자신의 직무에 충실하는 업무적인 고객지향성뿐만 아니라 자발적으로 고객의 욕구를 파악하고 충족시키기 위해 기꺼이 노력하는 자발적인 고객지향성까지 발현될 수 있다(정민주·전애은, 2019; 박헌재, 2020; 유정선, 2021; Lee et al., 2022).

조직에 관한 긍정적인 믿음인 조직신뢰 역시 고객지향성을 향상시키는 요인이 된다. 조직구성원이 조직에 대한 신뢰가 형성되면 조직구성원은 조직이 그들을 보호해주고 있다고 느끼기 때문에 적극적인 행동력을 보이게 된다(Liu et al., 2010). 이로 인해 조직구성원이 가지는 조직에 대한 믿음 수준이 높을수록 융통성, 사고력, 창조성 등 고객과의 업무환경에 필요한 요소를 증가시켜 고객의 만족도를 높이는 행동을 가능하게 한다(Chen et al., 2011). 따라서 조직신뢰는 고객지향성에 긍정적인 영향을 미치는 요인이 되며, 조직에서는 조직에 대한 믿음을 가질 수 있도록 전사적인 차원의 노력이 필요하다(이슬기·조신희, 2019).

이상의 연구를 종합하여 항공사 객실승무원의 직무만족과 조직신뢰는 고객지향성에 긍정적인 영향을 미치는 요인으로 보고 다음과 같은 가설을 설정하였다.

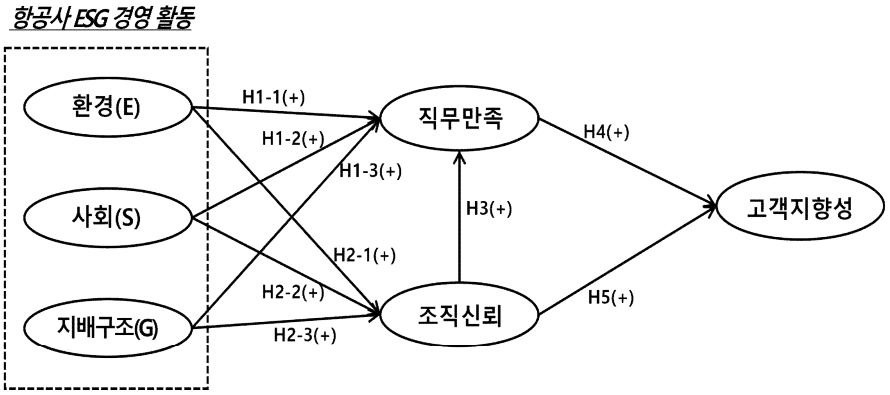
H4. 객실승무원의 직무만족은 고객지향성에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.
H5. 객실승무원의 조직신뢰는 고객지향성에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

Ⅲ. 연구설계

3.1 연구모형

본 연구는 선행연구의 이론적 고찰을 바탕으로 항공사 객실승무원이 지각한 항공사의 ESG 경영 활동, 직무만족, 조직신뢰 및 고객지향성 간의 관계를 규명하는 것이 목적이다. ESG 경영활동 변수는 환경(E), 사회(S), 지배구조(G)의 3가지 요인으로 구성하고, <그림 1>과 같이 실증을 위한 연구모형을 도출하였다.

<그림 1> 연구모형



3.2 조작적 정의 및 측정항목

본 연구에서 사용하고자 하는 구성개념은 항공사 ESG 경영 활동(E-환경, S-사회, G-지배구조), 직무만족, 조직신뢰, 고객지향성으로 구성개념별 조작적 정의와 측정문항은 <표 1>과 같다. 측정은 리커트(Likert) 5점 척도를 이용하였다.

<표 1> 조작적 정의 및 측정항목

구성개념		조작적 정의	측정문항	선행 연구
ESG 경영 활동	E (환경)	항공사의 ESG 경영활동 인식 수준	*우리 항공사는* • 에너지 등 자원절감 활동 수행 • 온실가스 배출 저감 정책 시행 • 핵심사업에서 재생에너지 사용 • 친환경 제품 및 서비스 제공 • 친환경 활동 추진 • 친환경 인증 적용	성자영(2022) 박효진(2022)
	S (사회)		*우리 항공사는* • 직원 고용안정 정책 시행 • 직원 안전보건 정책 시행 • 직원 인권보호 정책 시행 • 협력사와 동반성장 프로그램 운영 • 공정거래 및 사회발전 정책 시행 • 고객 대상으로 주기적 만족도 측정	
	G (지배 구조)		*우리 항공사는* • 개인정보보호 관리 정책 시행 • 정기적인 이사회 활동 평가 • 기업지배 구조헌장 준수	

			• 이해관계자 권리 보장 정책 시행 • 내부감사기구 운영 • 부정부패 방지를 위한 감사 정책 시행	
직무만족		전반적인 직무 만족도	• 맡은 직무는 즐거움 • 일할 때 편안함을 느낌 • 직무가 귀찮다고 생각한 적이 없음 • 일할 때 열정적임 • 전반적으로 직무에 만족함	전주언 등 (2019), Lee et al.(2013)
조직신뢰		객실승무원이 항공사에 가지는 신뢰도	*우리 항공사는* • 구성원의 기여를 중요하게 여김 • 성과에 따른 지원과 보상을 함 • 조직의 미래를 위해 현명한 결정을 함 • 구성원을 공정하게 대우하려 함 • 구성원의 욕구 충족을 위해 노력하는 편임	박효진(2022) Tan & Tan(2000)
고객지향성		객실승무원이 고객을 최우선적으로 생각하고 욕구를 충족시키기 위한 노력 수준	• 고객의 불만을 최소화하려고 노력함 • 고객을 배려하는 마음으로 서비스를 제공하려고 노력함 • 고객의 요구사항을 이해하고 도우려 노력함 • 비행 중 고객의 문제는 나에게 중요함 • 고객마다 개별적인 관심을 가지려고 노력함	Ghlichlee & Bayat (2021), Lee et al. (2013)

3.3 자료수집 및 분석방법

본 연구의 목적을 달성하기 위해 항공사에 재직 중인 객실승무원을 대상으로 설문조사를 실시하였다. 2022년 10월 1일부터 14일까지 2주 동안 편의표본추출법으로 표본을 설정하여, 온라인 설문조사를 진행하였다. 총 238부가 수집되었으나, 불성실한 응답 11부를 제외하고 총 227부를 분석에 사용하였다. 분석은 SPSS v.23과 AMOS v.23 프로그램을 활용하였다.

IV. 실증분석

4.1 표본의 일반적인 특성

최종분석에 활용한 표본 227부의 인구통계학적 특성은 <표 2>와 같다. 성별은 남성 21.1%(48명), 여성 78.9%(179명)로 여성의 비율이 높게 나타났다. 연령은 40대 36.6%(83명), 30대 34.4%(78명), 20대 24.7%(56명), 50대 이상 4.4%(10명) 순으로 나타났고, 결혼여부는 미혼 50.2%(114명), 기혼 49.8%(113명)로 균등하게 구성

되었으며, 최종학력은 대학교 졸업이 49.8%(113명)로 가장 큰 비중을 차지하였다. 이들이 속한 항공사는 LCC 35.2%(80명), FSC 64.8%(147명)로 FSC의 비중이 높았으며, 직급은 사무장 이상 30.8%(70명), 월 소득은 451만원 이상 35.2%(80명)로 비교적 높은 비율로 확인되었다.

<표 2> 표본의 일반적인 특성

구분		빈도	%	구분		빈도	%
성별	남성	48	21.1	항공사 유형	LCC	80	35.2
	여성	179	78.9		FSC	147	64.8
연령	20대	56	24.7	직급	인턴승무원	37	16.3
	30대	78	34.4		승무원	65	28.6
	40대	83	36.6		부사무장	55	24.2
	50대 이상	10	4.4		사무장 이상	70	30.8
결혼여부	미혼	114	50.2	월 소득	250만원 이하	46	20.3
	기혼	113	49.8		251~350만원	53	23.3
최종학력	전문대학 졸업	47	20.7		351~450만원	48	21.1
	대학교 졸업	113	49.8		451만원 이상	80	35.2
	대학원 재학 이상	67	29.5	합계		227	100.0

4.2 타당성 및 신뢰성 검증

본 연구에서는 측정도구의 타당성을 확인하기 위해 확인적 요인분석을 실시하여 집중타당성과 판별타당성을 검토하였다. 집중타당성은 문항별 표준화 계수, 평균분산추출지수(AVE), 구성개념신뢰도(CCR)의 기준치 충족여부를 통해 판단할 수 있으며, 판별타당성은 구성개념의 평균분산추출지수(AVE)와 구성개념 간 상관계수의 비교를 통해 판단할 수 있다(노경섭, 2019).

집중타당성 확인 과정에서 문항별 표준화 계수가 0.7 미만으로 나타나면 타당성을 저해하는 문항으로 제거를 고민해야 한다(Hair Jr et al., 2014). 본 연구에서는 지배구조 1문항과 직무만족 1문항이 표준화계수 0.7 미만으로 나타나 제거하였다. 2개 문항 제거 후, 재실시한 확인적 요인분석 결과, <표 3>에서 보는 바와 같이 본 연구에서 사용된 측정문항별 표준화 계수 0.5 이상, 평균분산추출지수(AVE) 0.5 이상, 구성개념신뢰도(CCR) 0.7 이상으로 나타나 집중타당성이 확보되었다.

판별타당성은 <표 4>와 같이, 표의 대각선 괄호 안의 수치인 AVE 제곱근이 다른 구성개념 간의 상관계수보다 크게 나타나 이상이 없음을 확인하였다(Fornell & Larcker, 1981).

신뢰성은 사회과학 분야에서 보편적으로 사용하는 Cronbach's alpha 계수를 활용하

여 기준치 0.7 이상 충족여부를 확인하였다(이학식과 임지훈, 2013). 본 연구의 구성요인 6개의 Cronbach's alpha 계수는 ESG-E(환경) 0.930, ESG-S(사회) 0.923, ESG-G(지배구조) 0.909, 직무만족 0.899, 조직신뢰 0.943, 고객지향성 0.908로 나타나 신뢰도를 확보하였다.

<표 3> 확인적 요인분석 결과

구분		표준화계수	S.E.	t	AVE	CCR	alpha
E(환경)	ESGE6	0.761			0.723	0.940	0.930
	ESGE5	0.902	0.076	15.268			
	ESGE4	0.855	0.081	14.335			
	ESGE3	0.789	0.082	13.108			
	ESGE2	0.827	0.072	14.939			
	ESGE1	0.842	0.072	14.058			
S(사회)	ESGS6	0.785			0.701	0.934	0.923
	ESGS5	0.765	0.064	15.086			
	ESGS4	0.814	0.069	13.515			
	ESGS3	0.856	0.071	14.422			
	ESGS2	0.827	0.072	13.793			
	ESGS1	0.831	0.068	14.012			
G(지배구조)	ESGG6	0.858			0.693	0.919	0.909
	ESGG5	0.815	0.053	16.822			
	ESGG4	0.787	0.062	13.668			
	ESGG3	0.841	0.073	13.083			
	ESGG2	0.771	0.064	13.271			
직무만족	JS5	0.864			0.751	0.923	0.899
	JS4	0.800	0.065	14.635			
	JS2	0.844	0.064	15.967			
	JS1	0.820	0.062	15.241			
조직신뢰	OT5	0.914			0.784	0.948	0.943
	OT4	0.904	0.032	28.985			
	OT3	0.889	0.050	20.506			
	OT2	0.844	0.055	18.093			
	OT1	0.814	0.052	16.713			
고객지향성	CO5	0.741			0.688	0.917	0.908
	CO4	0.773	0.078	13.535			
	CO3	0.857	0.097	12.253			
	CO2	0.833	0.104	11.908			
	CO1	0.786	0.096	11.198			

CMIN/df=1.992, GFI=0.831, RMR=0.044, RMSEA=0.066, IFI=0.935, TLI=0.925, CFI=0.935

<표 4> 판별타당성 결과

	평균	표준편차	1	2	3	4	5	6
1. ESG-E(환경)	3.805	0.796	(.850)					
2. ESG-S(사회)	3.686	0.805	.548**	(.838)				
3. ESG-G(지배구조)	3.758	0.766	.546**	.568**	(.833)			
4. 직무만족	3.881	0.759	.465**	.518**	.482**	(.867)		
5. 조직신뢰	3.617	0.849	.515**	.499**	.644**	.673**	(.886)	
6. 고객지향성	3.755	0.771	.386**	.408**	.414**	.462**	.479**	(.829)

( )안의 수치는 AVE제곱근
*** p<0.01*

4.3 가설검정 결과

4.3.1 직접효과

구조방정식 모형에 대한 적합도 지수별 산출값은 GFI=0.838(≥0.8), RMR=0.049(≤0.08), RMSEA=0.064(≤0.08), IFI=0.940(≥0.9), TLI=0.930(≥0.9), CFI=0.939(≥0.9)로 나타나 각각의 기준치를 상회하였으며, 이를 통해 경로분석에 적합한 모형임을 확인하였다.

변수 간 직접효과에 대한 통계적 검정 결과는 <표 5>와 같다. 구체적으로 첫째, 항공사 ESG 경영 활동에 대한 지각이 직무만족에 미치는 영향과 관련된 가설 1은 모두 채택되었다. ESG 경영 활동 중 환경(E)활동에 대한 지각이 직무만족에 미치는 영향에 관한 가설 1-1(β=0.201, p<0.05), ESG 경영 활동 중 사회(S)활동에 대한 지각이 직무만족에 미치는 영향에 관한 가설 1-2(β=0.322, p=0.000) 및 ESG 경영 활동 중 지배구조(G)활동에 대한 지각이 직무만족에 미치는 영향에 관한 가설 1-3(β=0.211, p<0.05) 모두 유의한 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다.

둘째, 항공사 ESG 경영 활동에 대한 지각이 조직신뢰에 미치는 영향에 관련된 가설 2는 부분적으로 채택되었다. ESG 경영 활동 중 지배구조(G)활동에 대한 지각이 조직신뢰에 미치는 영향에 관한 가설 2-3(β=0.422, p=0.000)은 통계적으로 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다. 그러나 ESG 경영 활동 중 환경(E)활동에 대한 지각이 조직신뢰에 미치는 영향에 관한 가설 2-1(β=0.084, p>0.05) 및 ESG 경영 활동 중 사회(S)활동에 대한 지각이 조직신뢰에 미치는 영향에 관한 가설 2-2(β=-0.053, p>0.05)는 통계적으로 유의한 영향을 미치지 않는 것으로 나타났다.

셋째, 객실승무원의 조직신뢰가 직무만족에 미치는 영향에 대한 가설 3(β=0.493, p=0.000)은 통계적으로 유의한 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 이는 객실승무원이 본인이 속한 항공사 조직에 대한 신뢰가 높아질수록 직무에 대한 만족감이

증가되는 것으로 볼 수 있다.

넷째, 객실승무원의 직무만족이 고객지향성에 미치는 영향에 대한 가설 4(β=0.278, p<0.01)는 통계적으로 유의한 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 이는 객실승무원이 직무만족이 높을수록 고객지향성이 증가됨을 의미한다.

마지막으로 객실승무원의 조직신뢰가 고객지향성에 미치는 영향에 대한 가설 5(β=0.324, p<0.01)는 통계적으로 유의한 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 이는 객실승무원이 본인이 속한 항공사에 대한 신뢰감이 높아질수록 고객지향성이 증가되는 것으로 해석할 수 있다.

<표 5> 가설검정 결과 요약

경로		비표준화 경로계수	표준화 경로계수	t	p	결과
H1-1	**ESG-E(환경) → 직무만족**	**0.194**	**0.201**	**2.469**	**0.014***	**채택**
H1-2	**ESG-S(사회) → 직무만족**	**0.296**	**0.322**	**3.755**	*******	**채택**
H1-3	**ESG-G(지배구조) → 직무만족**	**0.178**	**0.211**	**2.366**	**0.018***	**채택**
H2-1	ESG-E(환경) → 조직신뢰	0.100	0.084	1.324	0.185	기각
H2-2	ESG-S(사회) → 조직신뢰	-0.060	-0.053	-0.777	0.437	기각
H2-3	**ESG-G(지배구조) → 조직신뢰**	**0.437**	**0.422**	**5.758**	*******	**채택**
H3	**조직신뢰 → 직무만족**	**0.605**	**0.493**	**7.334**	*******	**채택**
H4	**직무만족 → 고객지향성**	**0.281**	**0.278**	**2.686**	**0.007****	**채택**
H5	**조직신뢰 → 고객지향성**	**0.268**	**0.324**	**3.183**	**0.001****	**채택**

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

4.3.2 간접효과

항공사 ESG 경영 활동 인식과 직무만족 및 조직신뢰 간의 직접효과, 직무만족 및 조직신뢰와 고객지향성 간의 직접효과를 확인한 후, ESG 경영 활동 인식과 고객지향성 간의 관계에서 직무만족 및 조직신뢰가 관계를 매개하는지 확인하고자 부트스트래핑 기법을 적용하여 매개효과를 확인하였다. 다만, ESG-E(환경)과 ESG-S(사회)에 대한 인식은 조직신뢰에 직접적인 영향을 미치지 못하는 것으로 나타남에 따라 매개효과 검정에서 제외하고, 4가지 경로에 대하여 매개효과의 유의성을 검정하였다.

부트스트래핑 기법을 통한 매개효과 유의성 검정은 일반적으로 편의(bias)를 보정한 BC(Bias-Corrected Percentile)법을 사용하여 유의확률 계산을 권장하고 있다(허준, 2014). 이때, 95% 신뢰구간에서의 하한값과 상한값을 확인하게 되는데 해당 구간에 0을 포함하지 않는 것으로 나타나야 유의한 것으로 판단한다. <표 6>에서 보는

바와 같이 본 연구에서 검정하고자 하는 4가지 경로는 하한값과 상한값에 0을 포함하지 않아 매개효과가 존재하는 것으로 판단하였다. 즉, 직무만족은 E(환경), S(사회), G(지배구조) 활동 인식과 고객지향성 간의 관계를 매개하고, 조직신뢰는 G(지배구조) 활동 인식과 고객지향성 간의 관계를 매개하는 것으로 볼 수 있다.

<표 6> 매개효과 검정 결과

경로	Estimate		95% CI		p
	B	S.E	lower	upper	
ESG-E(환경) → 직무만족 → 고객지향성	0.055	0.039	0.002	0.164	0.048*
ESG-S(사회) → 직무만족 → 고객지향성	0.083	0.056	0.002	0.227	0.039*
ESG-G(지배구조) → 직무만족 → 고객지향성	0.050	0.037	0.003	0.157	0.035*
ESG-G(지배구조) → 조직신뢰 → 고객지향성	0.117	0.049	0.037	0.242	0.005**

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

V. 결 론

본 연구의 목적은 항공사에서 이행하고 있는 ESG 경영에 대한 승무원의 인지가 직무와 조직을 대하는 태도 및 행동의도에 미치는 영향을 규명하는 것이다. 이를 위해 ESG 경영을 환경(E), 사회(S), 지배구조(G)로 구분하고 직무만족과 조직신뢰에 미치는 영향과 직무만족 및 조직신뢰가 고객지향성에 미치는 영향을 분석하였다. 분석결과를 요약하면 첫째, 항공사의 ESG 경영 하위요인 3가지 모두 승무원의 직무만족에 긍정적인 영향을 미치는 것으로 나타났다. 둘째, 항공사의 ESG 경영 하위요인 중 지배구조만 승무원이 조직에 가지는 신뢰에 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다. 셋째, 조직신뢰는 직무만족에 긍정적인 영향을 미치는 것으로 나타났다. 넷째, 승무원의 직무만족과 조직신뢰는 고객지향성을 향상시키는 선행요인으로 확인되었다. 다섯째, ESG 경영에 대한 인지와 고객지향성 간의 관계는 직무만족과 조직신뢰에 의한 매개효과를 가진다.

이러한 결과를 바탕으로 다음과 같은 시사점을 제시한다. 학문적으로는 첫째, 항공사의 ESG 경영활동이 내부 직원의 태도와 행동의도에 미치는 영향을 실증함으로써 연구의 범위를 확장하였다는데 의의가 있다. 그동안 국내에서 항공사의 ESG 경영과 관련된 연구는 고객이 인지한 항공사의 ESG 경영활동을 기반으로 진행되어 왔으나(정태연, 2023; 윤승희와 신홍철, 2022; 황용식과 이용기, 2022), 본 연구는 고객과의 접점에서 서비스를 제공하여 항공사에 대한 이미지를 형성하는데 기여하는 승무원

즉, 내부직원을 대상으로 연구를 진행하였다는 점에서 의미가 있다.

둘째, 승무원의 항공사 ESG 활동 인식, 직무만족, 조신신뢰 및 고객지향성 간의 관계를 규명함으로써 항공사의 ESG 활동을 내부직원의 인식하여 직원의 태도와 행동의도에 이르는 과정을 이해할 수 있는 메커니즘을 제시하였다는 점에서 의의를 가진다.

실무적으로는 첫째, 항공사의 ESG 경영활동이 승무원의 태도 및 행동의도에 긍정적인 영향을 미칠 수 있음이 확인됨에 따라 승무원을 대상으로 하는 ESG 인식도 제고 전략 방안 수립의 중요성을 제기한다. 승무원의 직무만족의 경우, ESG의 3가지 하위요인인 환경, 사회, 지배구조 활동이 모두 긍정적인 영향을 미쳤고, 조직신뢰에는 지배구조만이 긍정적인 영향을 미침을 확인하였다. 이를 기반으로 항공사의 ESG 경영을 통한 승무원의 직무만족 향상을 위해서는 3가지 하위요인별 활동이 적절하게 운영되고 있음을 홍보하고, 조직에 대한 신뢰감 강화를 위해서는 소속된 항공사 지배구조의 적절성을 인지할 수 있는 교육 프로그램의 운영이 필요할 것으로 보인다.

둘째, 직원의 태도와 행동은 인식에 의해 결정되므로 항공사의 ESG 경영 활동 추진 계획 수립에 있어 고객뿐만 아니라 내부직원에게 미치게 될 영향까지도 이해할 필요가 있음을 제안한다. 예를 들어 항공사의 대외적인 이미지 형성을 위해 지역사회 또는 전 세계에 기여하는 활동 계획을 수립하는 것이 아니라 내부직원의 평가에도 기여할 수 있는 활동을 도입하는 것이 중요하다고 판단된다. 항공사의 적절한 ESG 경영활동이라는 내부직원의 인식이 직무와 조직에 대한 긍정적인 태도로 이어지고 나아가 고객을 위하는 행동으로 연결될 수 있다. 다시 말해, 항공사의 ESG 경영활동이 승무원에게도 긍정적으로 평가된다면 승무원들은 신뢰감이 느껴지는 조직에서 감정적인 안정성을 높이고, 맡은 직무에 자신감을 가지고 더욱 열정적으로 임무를 수행하여 결국 ESG 경영의 선순환적 구조를 형성할 수 있을 것이다.

셋째, ESG 경영활동의 환경과 사회 영역이 조직신뢰에 통계적으로 유의미한 영향을 미치지 않는 것으로 나타났는데, 이는 ESG 경영활동에 대한 관여도 차이에서 비롯된 것으로 유추할 수 있다. 지용빈과 서영욱(2021)의 연구에 따르면 관여도가 높은 집단과 낮은 집단 중, 낮은 집단에서 ESG의 환경, 사회 활동이 심리적 거리감에 긍정적인 영향을 미치고, 높은 집단에서는 유의미한 영향을 미치지 않는 것으로 나타났다. 즉, 저관여 제품의 경우 진정성 있고 적극적인 ESG 환경 및 사회 활동을 바탕으로 이해관계자와의 심리적거리를 좁혀 신뢰도 향상 등 심리적 요소를 강화할 수 있지만, 고관여 제품의 경우 심리적 요소 외에 다른 요소를 발굴해야 하는 것으로 해석할 수 있다. 따라서 항공사에서 추진 중인 ESG 활동을 관여도 수준에 따라 분류하고, 내부직원의 인지도를 파악한 후 직원의 태도 및 행동 변화를 위해 맞춤별 전략을 수립하는 것이 적합할 것이다.

이상의 시사점에도 불구하고 본 연구는 한계점을 가지며, 후속연구를 위해 다음과

같이 제안한다. 첫째, 항공사의 규모에 따른 ESG 경영활동의 차이를 반영하지 못했다는 아쉬움이 남는다. 대형항공사는 글로벌 기업들과 ESG 활동을 위한 협력 생태계를 구축을 적극적으로 실천하고 있지만, 저비용항공사는 ESG 전문조직 설치 및 운영에도 어려움이 존재한다(이지애와 최경옥, 2023). 따라서 향후에는 대형항공사와 저비용항공사 간의 ESG 경영활동의 차이를 살펴볼 수 있는 연구가 진행된다면 현상 이해에 도움이 될 것이다. 둘째, 본 연구에서는 ESG 경영에 관한 승무원 개인의 특성을 고려하지 않았으나, 특성에 따른 비교가 필요할 것으로 보인다. 예를 들어 ESG 인식은 세대에 따라 차이가 존재하고(김윤희와 남정민, 2023), ESG 참여 수준에 따라 차이가 발생할 수 있다(김은희, 2023). 그러므로 후속 연구에서는 기업이 실천하고 있는 ESG 활동에 대한 내부 직원 인식 수준에 영향을 미칠 수 있는 다양한 변수를 탐색하는 연구가 진행되어야 할 것이다.

참고문헌

기은혜, 구본기 (2014). 항공사 종사원의 신뢰가 직무만족 및 조직몰입에 미치는 영향. *관광연구*, 29(2), 237-257.

김경희, 김지희 (2021). 항공사의 사회적 책임경영(CSR)에 관한 문헌연구. *한국항공경영학회지*, 19(6), 71-94.

김범석, 민재형 (2016). 기업의 ESG 노력과 재무성과의 선후행 관계: 탐색적 연구. *한국생산관리학회지*, 27(4), 513-538.

김윤희, 남정민 (2023). ESG 인식에 대한 세대별 비교 연구. *한국진로창업경영학회지*, 7(3), 107-121.

김은희 (2023). 기업의 신뢰도와 ESG 광고 메시지 이해, 제품태도의 관계에서 소비자 ESG 인지와 참여 수준의 조절된 매개효과. *인문사회21*, 14(2), 1857-1872.

김재경, 현계담, 조문수 (2019). 호텔기업의 사회적 책임이 조직충성도 및 고객지향성에 미치는 영향: 조직신뢰의 조절효과를 중심으로. *관광레저연구*, 31(1), 227-245.

김지윤, 천덕희, 정병웅 (2022). 항공사 객실승무원의 사회지능이 사회적 지원과 고객지향성 및 업무성과에 미치는 영향. *호텔리조트연구*, 21(5), 383-402.

노경섭 (2019). 제대로 알고 쓰는 논문 통계분석, 한빛아카데미.

민소라, 나소정 (2022). ESG 경영이 기업성과에 미치는 영향에 관한 연구. *글로벌경영학회지*, 19(4), 156-177.

민순, 신철화, 신명기 (2014). 일개 대학병원 간호사의 상사신뢰, 조직신뢰와 공유가치 인식도가 혁신행동에 미치는 영향. *한국병원경영학회지,* 19(2), 89-98.

박선대, 김문중 (2020). 조직지원인식과 긍정심리자본이 조직몰입에 미치는 영향: 조직신뢰의 조절효과를 중심으로. *상업교육연구*, 34(6), 147-180.

박영심, 정희경 (2023). 항공사의 ESG 경영활동이 항공사 브랜드에 미치는 영향에 관한 연구. *호텔경영학연구*, 32(3), 97-112.

박헌재 (2020). 항공사 객실승무원의 일과 생활의 갈등, 직무만족, 직무스트레스, 고객지향성 간의 관계에 관한 연구. *관광진흥연구*, 8(4), 135-151.

박효진 (2022). 관광기업에서 지각된 ESG요인이 종사원의 조직신뢰와 정서적 몰입에 미치는 영향. 석사학위논문, 경희대학교 대학원.

배현숙, 조경희 (2017). 항공사 승무원의 집단효능감이 팀성과에 미치는 영향에 관한 연구: 상호의존성과 의사소통의 매개효과. *관광레저연구*, 29(12), 231-250.

서울신문, *저비용 항공사 ESG 경영 뜨겁다…유니폼 재생부터 청소년자립, 리프트카 서비스까지 다양*, 2023.06.02. https://www.seoul.co.kr/news/newsView.php?id=20230602500076

성자영 (2022). 호텔기업의 ESG경영이 주관적 재무성과와 경쟁우위에 미치는 영향. 박사학위논문, 세종대학교 대학원.

아이뉴스24, *아시아나항공-기후변화센터, 탄소상쇄협력 MOU 체결,* 2023.07.12. https://www.inews24.com/view/1611705

안종선, 정석훈, 이상령, 박진우 (2022). ESG 경영이 기업의 경영성과에 미치는 영향 - 국정항공사를 중심으로 -. *Journal of the Korean Society for Aviation and Aeronautics*, 30(3), 92-108.

우수치, 엄문연 (2023). 지속가능한 관광· MICE 조직 경영을 위한 탐색적 연구: ESG 경영이 종사자의 조직신뢰와 충성도에 미치는 영향. *MICE관광연구*, 23(1), 27-44.

유정선 (2017). 조직역량에 대한 항공사 객실승무원의 인식이 고객지향성에 미치는 영향 연구. *한국항공경영학회지*, 15(5), 187-212.

윤승희, 신홍철 (2022). 항공사 ESG 경영에 대한 인식이 소비가치, 지각된 가치, 이용의도에 미치는 영향. *호텔리조트연구*, 21(6), 343-357.

이보라, 이슬기 (2023). 개인-환경 적합성이 조직매력성과 친사회적 서비스 행동에 미치는 영향. *글로벌경영학회지*, 20(1), 143-162.

이선영, 이형룡 (2018). 항공사 객실승무원이 지각한 피그말리온 리더십이 직무열의와 고객지향성에 미치는 영향-직무열의의 매개효과를 중심으로. *관광학연구*, 42(3), 143-162.

이슬기, 조신희 (2019). 신규간호사가 지각한 공정성이 조직신뢰와 고객지향성에 미치는 영향. *서비스경영학회지*, 20(1), 135-153.

이예림, 유태용 (2023). ESG 경영에 대한 구성원의 인식과 이직의도 간 관계: 조직자부심의 매개효과와 ESG 경영 냉소주의의 조절효과. *사회과학연구*, 62(1), 109-131.

이종현, 이재섭 (2021). 대형 항공사(FSC)의 전략적 인적자원관리가 승무원의 조직신뢰, 직무만족, 조직몰입에 미치는 영향 연구. *관광레저연구*, 33(11), 285-307.

이지애, 최경옥 (2023). 빅데이터를 활용한 국내항공사 ESG활동 연구. *관광레저연구*, 35(특별호), 255-273.

이학식, 임지훈 (2013), SPSS 20.0 매뉴얼, 도서출판 집현재.

이현진, 김수진 (2023). 항공사의 ESG 경영 홍보 전략과 가격 전략에 따른 인게이지먼트의 차이에 관한 연구. *비즈니스융복합연구*, 8(1), 91-98.

전주언, 운드라, 김희택, 김은성 (2019). 내부 고객의 CSR 참여가 직무만족과 고객지향성에 미치는 영향 : 내부 브랜드 동일시의 매개효과를 중심으로. *대한경영학회지*, 32(7), 1199-1218.

정민주, 전애은 (2019). 국내 저비용 항공사 객실승무원의 직무역량이 직무만족과 고객지향성에 미치는 영향. *관광레저연구*, 31(3), 345-367.

정태연 (2023). 국내항공사의 ESG경영, 사회적거리, 구매의도 간 영향 관계연구. *호텔리조트연구*, 22(1), 353-371.

지용빈, 서영욱 (2021). 국내 기업의 ESG 활동 인식이 심리적거리를 통해 구매의도에 미치는 영향: 제품관여도 수준에 따른 차이 분석. *한국콘텐츠학회논문지*, 21(12), 217-237.

천민호, 설경진 (2022). 호텔 직원의 ESG활동 인식이 조직자부심과 조직유효성에 미치는 영향. *관광레저연구*, 34(9), 161-175.

최동희 (2023). 호텔기업의 ESG 경영이 호텔직원의 자부심과 소속감에 미치는 영향. *해양관광연구*, 16(1), 105-120.

첸드돌람, 김민수, 이슬기 (2021). 항공사 객실승무원의 직무역량이 브랜드 이미지와 재이용의도에 미치는 영향. *서비스경영학회지*, 22(3), 214-235.

하용규, 정강국 (2019). 변혁적 리더십이 호텔 종사원의 서비스 혁신행동과 이타적 행동에 미치는 영향: 조직신뢰의 매개효과. *관광경영연구*, 88, 243-265.

한민아, 조동혁, 왕효분 (2020). 항공사의 윤리경영이 조직신뢰, 직무만족 및 조직시민행동에 미치는 영향에 관한 연구. *서비스경영학회지*, 21(2), 51-73.

한승호, 김문섭, 서철승 (2022). ESG 활동이 직무만족에 미치는 영향: 지각된 기업이미지의 매개효과를 중심으로. *한국경영공학회지*, 27(3), 61-72.

허준 (2014). 허준의 쉽게 따라하는 AMOS 구조방정식모형-기초편, 한나래출판사.

황용식, 이용기 (2022). 국내 저비용 항공사(LCC)의 ESG경영이 기업의 이미지, 신뢰, 재이용 의도에 미치는 영향. *전문경영인연구*, 25(4), 59-73.

Abdi, Y., Li, X. and Càmara-Turull, X. (2022). Exploring the impact of sustainability (ESG) disclosure on firm value and financial performance (FP) in airline industry: the moderating role of size and age. *Environment, Development and Sustainability*, 24(4), 5052-5079.

Boswell, W. R., Boudreau, J. W. and Tichy, J. (2005). The relationship between employee job change and job satisfaction: the honeymoon-hangover effect. *Journal of applied psychology*, 90(5), 882.

Chen, C., Chang, S. and Myagmarsuren, O. (2011). Customer orientation, job demandsresources and job satisfaction: A cross-level perspective. In *The 11th International DSI and the 16th APDSI Joint Meeting.* Taipei, Taiwan, July, 12-16.

Durrah, O., Allil, K., Gharib, M. and Hannawi, S. (2021). Organizational pride as an antecedent of employee creativity in the petrochemical industry. *European Journal of Innovation Management,* 24(2), 572-588.

Fornell, C. and Larcker, D. F. (1981). Evaluating structural equation models with

unobservable variables and measurement error. *Journal of marketing research,* 18(1), 39-50.

Ghlichlee, B. and Bayat, F. (2021). Frontline employees' engagement and business performance: the mediating role of customer-oriented behaviors. *Management Research Review*, 44(2), 290-317.

Hagmann, C., Semeijn, J. and Vellenga, D. B. (2015). Exploring the green image of airlines: Passenger perceptions and airline choice. *Journal of Air Transport Management*, 43, 37-45.

Hair Jr, J. F., Sarstedt, M., Hopkins, L. and Kuppelwieser, V. G. (2014). Partial least squares structural equation modeling (PLSSEM): An emerging tool in business research. *European Business Review*, 26(2), 106-121.

Han, H., Yu, J. and Kim, W. (2019). Environmental corporate social responsibility and the strategy to boost the airline's image and customer loyalty intentions. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 36(3), 371-383.

Kuo, T. C., Chen, H. M. and Meng, H. M. (2021). Do corporate social responsibility practices improve financial performance? A case study of airline companies. *Journal of Cleaner Production*, 310, 127380.

Lee, C. K., Jung, E. K., Kang, S. E., Petrick, J. F. and Park, Y. N. (2022). Impact of perception of COVID-19 on NPI, job satisfaction, and customer orientation: Highlighting three types of NPIs for the airline industry. *Journal of Air Transport Management,* 100, 102191.

Liu, J., Siu, O. L. and Shi, K. (2010). Transformational leadership and employee well-being: The mediating role of trust in the leader and self-efficacy. *Applied Psychology*, 59(3), 454-479.

Paraschi, E. P. (2022). Why ESG Reporting is Particularly Important for the Airlines during the Covid-19 Pandemic. *Journal of Business and Management Studies*, 4(3), 63-67.

Riordan, C. M., Gatewood, R. D. and Bill, J. B. (1997). Corporate image: Employee reactions and implications for managing corporate social performance. *Journal of Business Ethics*, 16, 401-412.

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), 241-260.

* 저자소개

· 민 소 라(ssoll01@naver.com)

경기대학교에서 서비스경영학 석사・박사학위를 취득하였으며, 현재 삼육대학교 경영학부에서 겸임교수로 재직 중이다. 주요 관심분야는 서비스운영관리, 항공경영, 고객경험관리, 서비스 기업 HR분야 등이다.

· 이 슬 기(sklee4286@gmail.com)

서강대학교 일반대학원에서 LSOM(Logistics & Service Operations Management) 전공으로 경영학 석사・박사학위를 취득하였다. 현재 소프트웨어정책연구소에서 선임연구원으로 재직 중이며 주요 관심분야는 생산운영관리, 기술경영, 고객경험관리 등이다.