

「경영학연구」 제52권, 제5호, 2023년 10월

ESG 활동이 내·외부 고객만족에 미치는 영향
- ESG, 직원만족 및 고객만족 현장데이터의 통합분석-

**허종호, 이가은,
박민하, 정은제**

Contents

1. 서론

2. 연구 1 : 기업의 ESG활동에 대한 내·외부고객의 인식

2.1 자료수집 및 분석방법

2.2 분석결과

3. 연구 2 : 기업의 ESG활동이 내·외부 고객만족에 미치는 영향

3.1 이론적 배경 및 가설의 설정

3.1.1 ESG활동이 직원만족에 미치는 영향

3.1.2 ESG활동이 고객만족에 미치는 영향

Contents

3.2 KCGS의 ESG 데이터를 이용한 실증분석

3.2.1 연구방법

3.2.2 실증분석결과

3.3 KEI의 ESG 데이터를 이용한 실증분석

3.3.1 연구방법

3.3.2 실증분석결과

4. 결론

4.1 연구의 요약 및 시사점

4.2 연구의 한계점 및 향후 연구방향

1. 서론

기업지배구조의 원칙이 주주가치의 극대화를 목표로 하는 주주 자본주의에서 기업의 다양한 이해관계자의 이익을 폭넓게 고려하는 이해관계자 자본주의로 이행되면서(Cho, 2022), ESG경영을 이해관계자의 관점에서 재정 의하고 이해관계자 중심의 ESG경영을 펼치는 기업들이 점차 늘어나고 있음을 밝힘

ESG투자 → ESG경영 → ESG소비로 이어지는 선순환 체계(Kim,2021)

- ESG투자의 확대로 이해관계자들의 욕구와 기대가 충족되면 ESG 소비가 촉진되고, ESG소비가 증가하면 자연스럽게 기업의 실적과 투자도 상승하는 선순환 구조.

1. 서론

기업의 1차 이해관계자 : 주주, 고객, 직원
이들의 욕구와 기대를 충족시키는 것은 기업의 이익과 손실에 직
·간접적으로 영향을 미치게 됨.

ESG경영의 추진주체라 할 수 있는 직원의 만족은 직원-조직간 관계를 강화하고 직무만족도를 향상시켜 기업의 생산성을 높이는 상호호혜적 결과를 이끌어낼 수 있으며

(Ashforth & Mael, 1989; Farooq, Rupp & Farooq, 2017; Khojastehpour & Johns, 2014)

ESG경영의 소비주체라 할 수 있는 고객의 만족은 고객유지율과 구매율을 높여 기업의 재무성과에 긍정적인 영향을 미칠 수 있기 때문.

(Bolton & Drew, 1991).

1. 서론

이러한 이유로 **기업의 ESG활동과 직원 및 고객만족** 간의 영향 관계를 규명하기 위한 연구들이 활발히 이루어 지고 있음.

한계점 1 : 선행연구의 대다수가 특정 산업과 업종을 대상으로 소비자의 인식과 기억에 기반한 설문조사를 통해 수집한 데이터를 분석한 것이라 **표본의 대표성**과 **연구결과의 신뢰성**이 떨어짐.

한계점 2 : 통합분석이 이루어지지 못하고 직원과 고객으로 분리되어 연구가 진행된다 보니 ESG활동이 내.외부 고객만족에 미치는 영향을 통합적, 전체적으로 파악하지 못함.

=> 이에 본 연구에서는 광범위한 산업 및 업종을 대상으로 수집한 복수의 현장 데이터를 이용하여 기업의 ESG활동과 개별활동이 내.외부 고객만족에 미치는 영향 관계에 대해 기업의 주요 이해관계자인 내.외부 고객 관점에서 통합적으로 연구함.

1. 서론

두가지 연구를 수행

연구 1

‘ESG와 직원’, ‘ESG와 고객’ 을 키워드로 수집한 뉴스 기사를 **텍스트마이닝** 분석하여 기업의 ESG활동과 내.외부 고객만족 간의 관련성 여부를 확인.

연구 2

국내의 대표적인 ESG 지원기관인 한국ESG기준원의 ESG등급 데이터와 잡플래닛의 직원만족도, 한국능률협회컨설팅 (KMAC)의 고객만족지수(KCSI) 등의 현장데이터를 활용하여 ESG활동이 내.외부 고객만족에 미치는 영향에 대해 실증분석.

2. 연구 1 : 기업의 ESG 활동에 대한 내외부 고객의 인식

2.1 자료수집 및 분석방법

텍스트마이닝 (text mining)

**다양한 형태의 비정형화된 텍스트로부터 일정한 패턴과 규칙의 발견을 통해 정보를 추출하는 분석방법으로(Im, 2021;Park & An, 2019)
최근에는 대량의 텍스트 분석이 가능해짐에 따라 텍스트마이닝을 활용한 연구가 활발하게 이루어지고 있음. (Kim & Jeong, 2021;Lee & Gil, 2019)**

본 연구에서는 한국언론재단의
빅카인즈(BIGKinds) 를 이용하여 관련 뉴스 기사를 추출하고 분석.

* 데이터는 빅카인즈에서 제공하는 54개 언론사 중 11개 중앙지와 8개 경제지를 대상으로
'ESG와 직원', 'ESG와 고객' 키워드를 동시에 포함하는 뉴스 기사를 수집.

* 수집기간은 ESG에 관한 관심이 본격화된 2020년1월 1일부터 2023년 5월 29일까지의 약 41개월

2. 연구 1 : 기업의 ESG 활동에 대한 내외부 고객의 인식

2.1 자료수집 및 분석방법

〈Table 1〉 분석데이터

데이터 수집대상	11개 중앙지와 8개 경제지의 뉴스기사
데이터 수집기간	2020.1.1. ~ 2023.5.29.(약 40개월)
데이터 수집도구	빅카인즈
데이터 수집키워드	'ESG & 직원(동시 포함)', 'ESG & 고객(동시 포함)'

뉴스기사 검색결과

'ESG와 직원'을 동시에 포함하는 뉴스기사 4,544개,
'ESG와 고객'을 동시에 포함하는 뉴스기사 13,804개가 수집됨.

수집된 뉴스기사에 대해

1. 빈도분석을 실시하였으며,
2. 중요도가 높은 뉴스 기사를 중심으로 ESG활동에 대한 기업 내·외부고객의 인식에 대한 맥락적 의미를 해석하였다.

2. 연구 1 : 기업의 ESG 활동에 대한 내외부 고객의 인식

2.2 분석결과

〈Table 2〉 'ESG & 직원'과 'ESG & 고객' 관련 키워드의 빈도수 및 가중치

'ESG & 직원' 키워드의 빈도수 및 가중치				'ESG & 고객' 키워드의 빈도수 및 가중치			
번호	키워드	빈도수	가중치	번호	키워드	빈도수	가중치
1	지배구조	1,233	473.3	1	지배구조	1,239	534.39
2	지속가능	1,155	97.66	2	ESG위원회	404	137.31
3	사회적책임	310	51.44	3	이사회	545	92.59
4	ESG위원회	130	51.17	4	지속가능	1,162	87.73
5	친환경	1016	47.5	5	위원회	1,402	71.8
6	ESG경영강화	55	40.06	6	보고서	790	60.1
7	중소기업	383	38.56	7	이해관계자	334	53.08
8	기업들	562	37.33	8	사회적책임	292	47.06
9	이사회	344	36.47	9	임직원	355	45.3
10	Social	88	35.06	10	신한은행	273	43.24
11	ESG경영실천	97	33.45	11	지속가능경영보고서	184	41.15
12	보고서	451	33.27	12	ESG경영강화	46	37.47
13	탄소중립	332	31.47	13	신한금융그룹	91	36
14	Governance	77	31.11	14	ESG보고서	115	31.16
15	이해관계자	252	30.47	15	사회적가치	216	28.22
16	중요성	133	30.12	16	중소기업	201	26.89
17	Environment	85	29.55	17	투자자	239	25.11
18	금융그룹	211	29.24	18	신한카드	179	24.37
19	투명경영	87	27.9	19	업무협약	95	23.57
20	CEO	387	26.78	20	Social	57	23.17
21	코로나19	275	25.76	21	위원장	196	22.16
22	지역사회	220	25.55	22	환경보호	64	20.43
23	선포식	183	25.17	23	경영실천	161	20.37
24	기업경영	83	22.5	24	KB증권	149	20.2
25	전사적	100	20.06	25	계열사	186	19.55
26	협력사	306	19.66	26	SK	537	18.77
27	장애인	312	19.02	27	중요성	136	18.57
28	경영진	139	18.81	28	삼정KPMG	85	16.36
29	그룹차원	71	16.8	29	EARTH	33	14.31

1. 빈도분석을 실시한 결과,

왼쪽의 표와 같은 빈도와 가중치로 키워드들이 도출되었음.

2. 연구 1 : 기업의 ESG 활동에 대한 내외부 고객의 인식

2.2 분석결과

중요도가 높은 뉴스기사를 중심으로 ESG활동에 대한 기업 내·외부고객의 인식에 대한 맥락적 의미를 해석한 결과는 다음과 같음.

1) 내부고객인 직원

- * 직원이 참여하는 사회봉사활동, 정부정책에 따른 퇴직 후 재취업 지원, 창의성개발 프로그램, 임원진 연봉삭감 및 직원 연봉인상 등에 관한 사례를 다수 접할 수 있었음
(직원이 ESG활동에 직접적으로 참여할 뿐 아니라 내부고객으로서 혜택을 받는 사례에 해당됨)
- * 기업들은 내부고객을 기업성장의 핵심으로 여기며, 이들의 자부심과 만족감을 증진하고, 노사 간 상생과 화합의 협업문화와 조직충성도를 구축하여 기업가치를 창출하려는 목적을 가진다는 점에서 ESG활동과 내부고객 만족이 서로 관련이 있음을 확인할 수 있었음.

2) 외부고객인 고객

- * ESG 상품출시, 고객참여 친환경프로젝트, ICT를 활용한 사회문제해결 등에 관한 사례를 확인할 수 있었음.
- * 특히, 금융회사들의 ESG활동에 대한 내용이 주를 이루었으며, 이는 지속가능투자 등 ESG에 대한 고객요구가 증가함에 따라 기업들이 ESG 상품 등을 적극적으로 개발할 뿐 아니라 고객을 ESG활동에 직접 동참시킴으로써 고객의 욕구를 충족시키기 위해 노력하고 있다는 점에서 ESG활동과 외부고객 만족이 서로 관련이 있음을 확인할 수 있었음.

3. 연구 2 : 기업의 ESG 활동이 내외부 고객만족에 미치는 영향

3.1 이론적 배경 및 가설의 설정

3.1.1 ESG활동이 직원만족에 미치는 영향

- * ESG활동은 직무의 유익성을 이해시켜 직원들의 심리적 안정감을 높이고, 긍정적인 행위개선을 이끌어냄으로써 직원들의 직무만족도를 향상시킬 수 있다.
- * 기업의 친환경활동은 직원들의 조직에 대한 긍정적인 정체성을 형성하며, 조직 내의 긍정적인 조직문화를 형성하는 데 도움을 줄 수 있다.
(Bartel, 2001; Davies, 2008; Khojastehpour & Johns, 2014; Peterson, 2004; Stets & Burke, 2000).
- * 기업이 친환경활동을 통해 사회적 가치를 창출하고 지속 가능한 경영을 추구하는 모습을 보여준다면 직원들의 조직에 대한 자부심과 애착, 충성도를 높일 수 있어 직무만족도를 향상시킬 수 있다.
- * 사회적으로 의미 있는 기업의 사회적책임활동은 직원들에게 업무에 대한 타당한 동기를 부여하고, 유대감을증가시켜 직무만족에 긍정적인 영향을 미칠 수 있다.
(Bhattacharya, Sen, & Korschun, 2008)
- * 기업이 사회적책임활동을 통해 사회적 가치를 실천하고 사회문제에 봉사하는 모습을 보여준다면 직원들은 자신의 업무가 사회적으로 가치 있는 일에 기여한다는 느낌을 갖게 되어 조직에 대한 자부심과 소속감을 높일 수 있으며, 조직의 목표에 대한 공감과 동기부여를 높여 직무만족을 향상시킬 수 있다.

3. 연구 2 : 기업의 ESG 활동이 내외부 고객만족에 미치는 영향

3.1 이론적 배경 및 가설의 설정

이상의 선행연구들의 논리에 기초해 다음과 같은 연구가설 설정

H1: 기업의 ESG활동은 직원만족에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

H1-1: 기업의 친환경활동은 직원만족에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

H1-2: 기업의 사회적책임활동은 직원만족에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

H1-3: 기업의 지배구조개선활동은 직원만족에정(+)의 영향을 미칠 것이다.

3. 연구 2 : 기업의 ESG 활동이 내외부 고객만족에 미치는 영향

3.1 이론적 배경 및 가설의 설정

3.1.2 ESG활동이 고객만족에 미치는 영향

* 기업이 친환경활동을 적극적으로 실천하게 되면 고객은 해당 기업에 대해 환경문제에 대한 책임감과 지속가능성을 고려하여 사업을 운영한다는 이미지를 갖게 된다. 이는 기업의 이미지와 브랜드가치를 높이며, 고객들의 관심과 신뢰를 얻을 수 있다.

(Martínez García de Leaniz, Herrero Crespo, & Gómez-López, 2018)

* 기업이 환경보호와 관련된 활동을 수행하면 이를 인식한 고객들은 해당 기업의 제품이나 서비스를 선택함으로써 자신들도 환경보호에 기여할 수 있다는 느낌을 받을 수 있다.

(Hwang, Kim,& Gulzar, 2020)

* 사회적 책임 활동을 적극적으로 수행하는 기업은 고객들로부터 존경과 신뢰를 받게 되며, 이러한 존경과 신뢰는 고객과의 우호적인 관계 구축을 통해 해당 기업의 제품이나 서비스의 구매 및 소비경험 만족도에 긍정적인 영향을 미친다.

(Bhattacharya & Sen, 2003;Ellen, Lois, & Webb, 2000; Song, Wang, &Han, 2019)

* 지배구조가 투명한 기업은 외부에 건전한 경영활동과 재무상태, 이해관계자와의 거래 등을 공개하며, 이를 통해 고객은 기업이 신뢰성 있는 제품과 서비스를 제공하고, 건전한 경영활동을 통해 장기적인 가치창출을 추구한다는 것을 인식할 수 있다. 이는 고객이 제품 및 서비스를 구매 및 소비하는 과정에서 신뢰를 형성하는 데 긍정적인 영향을 미치며, 이렇게 형성된 신뢰는 고객만족에 매우 긍정적인 영향을 미친다.(Lee & Yoshiara, 1997)

3. 연구 2 : 기업의 ESG 활동이 내외부 고객만족에 미치는 영향

3.1 이론적 배경 및 가설의 설정

이상의 선행연구들의 논리에 기초해 다음과 같은 연구가설 설정

H2: 기업의 ESG활동은 고객만족에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

H2-1: 기업의 친환경활동은 고객만족에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

H2-2: 기업의 사회적책임활동은 고객만족에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

H2-3: 기업의 지배구조개선활동은 고객만족에정(+)의 영향을 미칠 것이다.

3. 연구 2 : 기업의 ESG 활동이 내외부 고객만족에 미치는 영향

3.2 KCGS의 ESG 데이터를 이용한 실증분석

1) 표본 및 자료수집

2022년 기준 KCGS의 ESG등급과 잡플래닛의 직원만족도, KMAC의 KCSI 등 3가지 데이터가 모두 이용 가능한 기업을 표본으로 선정.

=> 제조업 15개 기업(30.6%)과 서비스업 34개 기업(69.4%) 등 총 49개 기업을 표본으로 선정함.

2) 변수측정

ESG활동은 KCGS의 ESG등급을 대용변수로 이용.

직원만족은 잡플래닛 온라인 기업리뷰에서 수집한 직원만족도를 대용변수로 이용.

고객만족은 KMAC에서 측정한 KCSI를 대용변수로 이용함.

3) 연구모형

각 대용변수를 사용한 회귀분석을 사용함.

3. 연구 2 : 기업의 ESG 활동이 내외부 고객만족에 미치는 영향

3.2 KCGS의 ESG 데이터를 이용한 실증분석

〈Table 5〉 업종별 표본분포도

업종	표본 수(개)	구성비(%)
비제조/서비스업	16	17.0
식약/섬유/종이업	23	24.5
전기·전자/기계업	17	18.1
금속/비금속/화학업	38	40.4

〈Table 4〉 ESG활동과 내·외부 고객만족의 회귀분석 결과

변수	ESG활동 → 직원만족				ESG활동 → 고객만족			
	B	SE	β	t(p)	B	SE	β	t(p)
(상수)	2.665	.208		12.796**	76.533	1.743		43.915**
ESG활동	.103	.049	.306	2.105*	1.542	.410	.498	3.763**
F(p)	4.429*				14.160**			
R^2								
(adj. R^2)	.093(.072)				.248(.230)			

주: ** $p < .01$, * $p < .05$ 수준에서 유의

3. 연구 2 : 기업의 ESG 활동이 내외부 고객만족에 미치는 영향

3.2 KCGS의 ESG 데이터를 이용한 실증분석

〈Table 7〉 ESG 개별활동과 **직원만족**의 회귀분석 결과

변수	모형1						모형2					
	B	SE	β	t(p)	TOL	VIF	B	SE	β	t(p)	TOL	VIF
(상수)	8.905	.269		33.055**			5.524	.667		8.283**		
기업규모	.252	.125	.093	2.008*	.981	1.020	-.061	.146	-.023	-.418	.678	1.475
업종	-.079	.045	-.081	-1.738	.981	1.020	-.096	.044	-.098	-2.177*	.964	1.037
친환경 활동							.243	.061	.182	3.998**	.942	1.061
사회적 책임활동							-.009	.028	-.015	-.329	.932	1.072
지배구조 개선활동							.177	.039	.247	4.589**	.877	1.476
F(p)	4.090*						9.150**					
R^2	.017(.013)						.090(.080)					
(adj. R^2)												
ΔR^2	.017						.073					

주: ** $p < .01$, * $p < .05$ 수준에서 유의

H1의 하위가설 중
H1-1 과 H1-3은 채택,
H1-2는 기각

[모형 1]에서는 기업규모와 업종을 통제변수로 투입하여 직원만족에 미치는 영향을 파악
[모형 2]에서는 독립변수인 ESG 개별활동을 추가투입하여 외생변수 통제 후에도 ESG
개별활동이 직원만족에 영향을 미치는지 파악.

3. 연구 2 : 기업의 ESG 활동이 내외부 고객만족에 미치는 영향

3.2 KCGS의 ESG 데이터를 이용한 실증분석

〈Table 8〉 ESG 개별활동과 고객만족의 회귀분석 결과

변수	모형1						모형2					
	B	SE	β	t(p)	TOL	VIF	B	SE	β	t(p)	TOL	VIF
(상수)	9.784	.140		70.075**			9.465	.352		26.926**		
기업규모	.018	.065	.013	.282	.981	1.020	.007	.077	.005	.086	.678	1.475
업종	.053	.023	.104	2.240*	.981	1.020	.039	.023	.078	1.698	.964	1.037
친환경 활동							.114	.032	.165	3.540**	.942	1.061
사회적 책임활동							-.048	.015	-.153	-3.272**	.932	1.072
지배구조 개선활동							.005	.020	.014	.262	.677	1.476
F(p)	3.509*						5.120**					
R^2	.011(.006)						.052(.042)					
(adj. R^2)												
ΔR^2	.011						.042					

주: ** $p < .01$, * $p < .05$ 수준에서 유의

H1의 하위가설 중
H2-1만 채택,
H2-2와 H2-3은 기각

[모형 1]에서는 기업규모와 업종을 통제변수로 투입하여 직원만족에 미치는 영향을 파악
[모형 2]에서는 독립변수인 ESG 개별활동을 추가투입하여 외생변수 통제 후에도 ESG
개별활동이 직원만족에 영향을 미치는지 파악.

4. 결론

연구의 요약

- * 첫째, 'ESG와 직원(내부고객)', 'ESG와 고객(외부고객)'을 키워드로 수집한 뉴스기사 13,804개에 대한 텍스트 마이닝 분석과 중요도 높은 뉴스 기사를 중심으로 ESG활동에 대한 기업 내·외부고객의 인식에 대한 맥락적 의미의 해석을 통해 ESG활동과 내·외부 고객만족 간에 관련성이 있음을 확인.
- * 둘째, KCGS의 ESG등급과 잡플래닛의 직원만족도, KMAC의 KCSI 데이터 등의 현장데이터를 이용하여 실증분석을 수행한 결과, ESG활동은 내·외부 고객만족 모두에 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 특히, ESG활동은 직원만족보다 고객만족에 상대적으로 더 큰 영향을 미치는 것으로 나타났다.
- * 셋째, KEII를 이용한 실증분석에서 친환경활동은 내·외부 고객만족 모두에 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 지배구조개선활동은 직원만족에만 정(+)의 영향을 미쳤으며, 친환경활동보다 지배구조개선활동이 직원만족에 더 큰 영향을 미치는 것으로 나타났다. 사회적 책임활동은 직원만족에 유의한 영향을 미치지 않았으며, 고객만족과는 오히려 부(-)의 관계를 보였다.