

## 기업의 사회적 책임(CSR)이 고객들의 감정 반응, 행동 의도에 미치는 요인 분석 - 호텔 기업을 중심으로

김민성 | 광고노인복지관 지역복지팀 사회복무요원, powermin12345@naver.com

백한영 | 인하대학교 경영학과 학사과정, gksdud147@hanmail.net

이 정 | 인하대학교 경영학과 학사과정, ksw7959@gmail.com

김서영 | 인하대학교 경영학과 초빙교수, sysb012@hanmail.net

본 연구는 글로벌 체인 호텔의 CSR 경영이 고객들의 감정 반응과 행동 의도에 어떠한 영향을 미치고 있는지에 대하여 분석하였다. 국내 글로벌 체인 호텔의 CSR 경영 사례를 조사한 결과, 글로벌 체인 호텔 A는 에너지를 절감하고 이산화탄소 배출을 줄여가는 등의 ESG 경영방식을 수립하였고, 글로벌 체인 호텔 B 또한 ‘환경’, ‘복지’, ‘예술’ 분야에 책임을 가지고 최대한의 가치를 끌어올리도록 노력하고 있다. 따라서, 환경적인 비용의 절감과 동시에 매출액 상승까지 이어져 사회적 기업의 명성을 유지하고 있다.

호텔 기업의 사회적 책임이 고객들의 감정 반응과 행동 의도에 미치는 요인을 분석하기 위해 선행연구를 기반으로 하여 연구 모형 및 가설을 제시하였고, 대학생을 대상으로 설문문을 진행하여 요인분석 및 다중회귀분석을 통해 연구를 검증하였다. 다중회귀분석 결과, 법적 구속이 없더라도 호텔 기업 운영에서 사회의 요구를 충족해야 하는 윤리적 책임은 긍정적 반응에 정(+)의 영향을 미친다는 가설이 채택되었다. 기업 운영에 있어 친환경과 지속가능을 추구하는 환경적 책임 또한 긍정적 반응에 정(+)의 영향을 미친다는 가설이 채택되었다. 또한 윤리적 책임과 환경적 책임은 제품 구매, 호의적인 평가 등 호텔 기업이 가치를 창출할 수 있는 고객들의 행동의도에 정(+)의 영향을 미친다는 가설이 채택되었다. 그리고 고객의 긍정적 반응은 고객의 행동의도에 정(+)의 영향을 미친다는 가설이 채택되었다.

본 연구 결과를 통해, 대학생들은 호텔 기업의 사회적 책임을 인식하는 데에 있어 경제적 책임과 자선적 책임을 필수불가결로 여기는 경향이 있고 윤리적 책임과 환경적 책임에 초점을 두고 있음을 알 수 있다. 호텔 기업이 윤리적 책임과 환경적 책임을 수행할 수 있는 사회적 책임 활동을 수행한다면 고객들의 구매 전환, 호의적인 평가와 같은 행동 의도에 긍정적인 영향을 줄 수 있을 것이다.

**주제어** CSR(Corporate Social Responsibilities), 감정 반응, 행동 의도

**논문형식** Research Paper