

## 기업의 사회적 책임 인식과 조직시민행동의 관계 - 컴페션과 긍정적 조직 정체성의 이중매개 -

고성훈 경기대 조교수 · 최용준 홍익대 부교수  
문태원 홍익대 교수 · 이승윤 홍익대 교수

본 연구는 CSR인식이 컴페션과 긍정적 조직 정체성을 매개로 조직시민행동에 미치는 영향을 실증하는 양적연구이다. 표본은 수도권에 위치한 조직 내 구성원 222명을 대상으로 하였다. 연구 목적은 CSR인식이 조직시민행동과 컴페션에 미치는 영향과 컴페션이 긍정적 조직정체성에 미치는 영향을 검증하고자 한다. 또한 긍정적 조직정체성이 조직시민행동에 미치는 영향과 컴페션과 긍정적 조직 정체성의 이중매개효과를 실증하고자 한다. 연구결과 CSR인식이 조직시민행동과 컴페션에 유의한 영향을 미치는 것으로 밝혀졌고, 컴페션이 긍정적 조직정체성에 유의한 정(+)의 영향을 미치는 것으로 실증되었다. 또한 긍정적 조직 정체성이 조직시민행동에 미치는 영향도 유의한 것으로 검증되었고, 이중매개효과 역시 유의한 정(+)의 영향을 미치는 것으로 밝혀졌다. 따라서 본 연구는 구성원들이 인식하는 CSR활동이 공감적 행위를 유발하여 긍정적 조직문화를 형성할 뿐만 아니라 조직시민행동 같은 친사회적 행동을 유발시킨다는 시사점을 제공한다.

주제어 : 기업의 사회적 책임 인식, 컴페션, 긍정적 조직 정체성, 조직시민행동