

철도기업 CSR활동에 대한 고객반응연구

김지영

초 록 기업의 ESG 경영에 대한 중요성이 대두되는 가운데, 기업의 사회적 책임활동(CSR)은 고객이 가장 쉽게 접하게 되는 ESG 활동 중 하나이다. 기업의 CSR활동이 효과적으로 기업 성과로 이어지기 위해서는 CSR활동이 고객에게 미치는 영향과 그 심리적 메커니즘을 이해하는 것이 필수적이다. 많은 연구에서 기업의 CSR활동의 진정성과 모기업과의 연관성이 긍정적 결과를 가져오는데 역할을 한다고 하였다. 이에 본 연구에서는 철도기업을 대상으로 하여 그 핵심 요인의 효과성을 실증하고자 한다. 나아가 철도산업의 특수성을 고려할 때, 간과해서는 안되는 조절변인에 대해서도 살펴보고자 한다. 이러한 연구결과는 향후 철도기업이 고객대상 CSR활동을 기획하고, 커뮤니케이션 전략을 수립하는데 시사점을 제공해 줄 수 있을 것이다.

한국교통대학교 철도경영·물류학과 교수(jkim@ut.ac.kr)

*본 연구는 2023년 한국교통대학교의 연구비 지원을 받아 수행되었음