

석사학위논문

중소기업의 ESG 경영이 조직 생산성에  
미치는 영향 : 기업이미지의 매개효과

2024년

한성대학교 지식서비스&컨설팅대학원

스마트융합컨설팅학과

스마트융합컨설팅전공

이 혜 윤



석사학위논문  
지도교수 주형근

# 중소기업의 ESG 경영이 조직 생산성에 미치는 영향 : 기업이미지의 매개효과

The Impact of ESG Management in Small and Medium  
Enterprises on Organizational Productivity : The Mediating  
Effect of Corporate Image

2023년 12월 일

한성대학교 지식서비스&컨설팅대학원

스마트융합컨설팅학과

스마트융합컨설팅전공

이 혜 윤

석사학위논문  
지도교수 주형근

# 중소기업의 ESG 경영이 조직 생산성에 미치는 영향 : 기업이미지의 매개효과

The Impact of ESG Management in Small and Medium  
Enterprises on Organizational Productivity : The Mediating  
Effect of Corporate Image

위 논문을 컨설팅학 석사학위 논문으로 제출함

2023년 12월 일

한성대학교 지식서비스&컨설팅대학원

스마트융합컨설팅학과

스마트융합컨설팅전공

이 혜 윤

이혜운의 컨설팅학 석사학위 논문을 인준함

2023년 12월 일

심사위원장 정진택 (인)

심사위원 주형근 (인)

심사위원 이형용 (인)

# 국 문 초 록

## 중소기업의 ESG 경영이 조직 생산성에 미치는 영향 : 기업 이미지의 매개효과

한성대학교 지식서비스&컨설팅대학원  
스 마 트 융 합 컨 설 팅 학 과  
스 마 트 융 합 컨 설 팅 전 공  
이 해 윤

본 연구는 중소기업의 ESG(환경, 사회, 지배 구조) 경영이 조직 생산성에 어떤 영향을 미치는지를 살펴보고 이들 간의 관계에서 기업 이미지의 매개효과를 살펴보는 데 그 목적이 있다.

본 연구의 주요 결과는 다음과 같다.

첫째, 중소기업 ESG 경영 중에서 환경적 활동, 지배 구조적 활동은 근로 복지에 유의미한 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 상대적 영향력은 지배 구조적 활동, 환경적 활동 순으로 나타났다. 하지만 사회적 활동은 근로 복지에 영향을 미치지 않는 것으로 나타났다. 또한, 중소기업 ESG 경영 중에서 지배 구조적 활동은 직무만족에 유의미한 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났고 환경적, 사회적 활동은 직무만족에 영향을 미치지 않는 것으로 나타났다.

둘째, 중소기업 ESG 경영 중에서 환경적 활동, 지배 구조적 활동은 기업 이

미지에 유의미한 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 상대적 영향력은 환경적 활동, 지배구조적 활동 순으로 나타났다.

셋째, 기업 이미지는 근로 복지와 직무만족에 유의미한 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 넷째, ESG 경영과 근로 복지 간의 관계에서 환경적 활동, 지배구조적 활동의 매개효과가 확인되었다. 또한 ESG 경영과 직무만족 간의 관계에서 지배구조적 활동의 매개효과가 확인되었다.

본 연구는 중소기업의 ESG 경영이 조직 생산성에 미치는 영향과 기업 이미지의 매개효과를 규명하였다는 점에서 학술적 의의가 있었다. 그리고 본 연구는 중소기업이 ESG 경영을 실천함으로써 얻을 수 있는 구체적인 장점과 접근 방법을 제시한다는 점에서 실무적 의의가 있었다.

하지만 본 연구는 학술적 및 실무적 의의를 지니고 있음에도 불구하고 몇 가지 한계점을 가지고 있다.

첫째, 연구 대상이 경기도에 위치한 중소기업 근로자들로 한정되어 있어, 연구 결과의 일반화에 주의가 필요하다.

둘째, 연구 기간이 2023년 10월 첫째 주부터 셋째 주에 걸쳐 3주간으로 제한되어 있어, 일정 시점의 데이터에만 국한되며 시간적 변화나 장기적 경향 분석에 한계가 있다. 이를 위해 향후 연구에서는 경기도 외의 다른 지역 및 다양한 규모의 기업을 대상으로 조사를 확대함으로써 결과의 일반화 가능성을 높이고 ESG 경영의 영향을 보다 정확히 파악하기 위해 단기간의 횡단적 연구가 아닌 장기간에 걸친 종단적 연구를 수행하여 시간에 따른 변화와 경향을 분석해야 할 필요가 있다.

**【주요어】** ESG 경영, 조직 생산성, 기업 이미지

# 목 차

<b>제 1 장 서 론</b> .....	<b>1</b>
제 1 절 연구의 배경 및 필요성 .....	1
제 2 절 연구의 목적 .....	3
제 3 절 연구 내용 및 범위 .....	4
<b>제 2 장 이론적 배경</b> .....	<b>5</b>
제 1 절 ESG .....	5
1) ESG 개념과 구성요인 .....	5
2) 중소기업의 ESG 경영 .....	12
3) 중소기업 ESG 경영의 선행연구 .....	14
제 2 절 조직 생산성 .....	16
1) 조직 개념 .....	16
2) 생산성 개념 .....	17
3) ESG 경영과 생산성 간 관계와 선행연구 .....	20
제 3 절 기업 이미지 .....	24
1) 기업 이미지 개념 .....	24
2) 기업 이미지 선행연구 .....	26
3) 중소기업 ESG 경영과 기업 이미지 간의 관계 .....	29
<b>제 3 장 연구 방법</b> .....	<b>31</b>
제 1 절 조사대상자 .....	31
제 2 절 연구 모형 및 가설 .....	32
1) 연구 모형 .....	32
2) 연구 가설 .....	33
제 3 절 분석방법 .....	35
<b>제 4 장 연구 결과</b> .....	<b>36</b>

제 1 절 연구 대상자의 일반적 특성 .....	36
제 2 절 측정 도구의 신뢰도 및 타당도 검증 .....	38
1) ESG 경영 측정 문항의 신뢰도 및 타당도 .....	38
2) 기업 이미지 측정문항의 신뢰도 및 타당도 .....	40
3) 조직 생산성 측정문항의 신뢰도 및 타당도 .....	40
제 3 절 일반적 특성에 따른 중소기업 ESG 경영, 기업 이미지, 조직 생산성 차이 .....	42
1) 일반적 특성에 따른 중소기업 ESG 경영, 기업 이미지 차이 .....	42
2) 일반적 특성에 따른 조직 생산성 차이 .....	44
제 4 절 기술 통계 및 상관분석 .....	46
1) 기술 통계 .....	46
2) 상관분석 .....	46
제 5 절 연구 가설의 검증 .....	48
1) 가설 1의 검증 .....	48
2) 가설 2의 검증 .....	50
3) 가설 3의 검증 .....	51
4) 가설 4의 검증 .....	53
<b>제 5 장 결 론 .....</b>	<b>55</b>
제 1 절 연구의 결과 .....	55
제 2 절 한계점 및 제언 .....	59
<b>참 고 문 헌 .....</b>	<b>60</b>
<b>부        록 .....</b>	<b>73</b>
<b>설문지 .....</b>	<b>73</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>79</b>

## 표 목 차

[표 2-1] ESG 경영의 정의 .....	8
[표 2-2] ESG의 주요 구성요소 .....	9
[표 2-3] 중소기업의 ESG 경영에 대한 선행연구 .....	16
[표 2-4] Quinn의 학문적 관점에서 생산성 개념 구분 .....	18
[표 2-5] 생산성의 개념에 대한 학술 연구의 발전 .....	19
[표 2-6] ESG 경영과 생산성 향상에 대한 선행연구 .....	23
[표 2-7] 기업 이미지의 개념 .....	26
[표 2-8] 기업 이미지의 선행연구 .....	29
[표 3-1] 설문조사 계획 .....	31
[표 4-1] 연구 대상자의 일반적 특성(N=230) .....	37
[표 4-2] ESG 경영 측정문항의 신뢰도 및 타당도 .....	39
[표 4-3] 기업 이미지 측정문항의 신뢰도 및 타당도 .....	40
[표 4-4] 조직 생산성 측정문항의 신뢰도 및 타당도 .....	41
[표 4-5] 일반적 특성에 따른 중소기업 ESG 경영, 기업 이미지 차이 .....	43
[표 4-6] 일반적 특성에 따른 조직 생산성 차이 .....	45
[표 4-7] 주요 변인의 기술 통계량 .....	46
[표 4-8] 주요 변인 간 상관관계 .....	47
[표 5-1] 중소기업 ESG 경영이 근로 복지에 미치는 영향 .....	49
[표 5-2] 중소기업 ESG 경영이 직무만족에 미치는 영향 .....	50
[표 5-3] 중소기업 ESG 경영이 기업 이미지에 미치는 영향 .....	51
[표 5-4] 기업 이미지가 근로 복지에 미치는 영향 .....	52
[표 5-5] 기업 이미지가 직무만족에 미치는 영향 .....	52
[표 5-6] 중소기업 ESG 경영과 조직 생산성(근로 복지, 직무만족) 간의 관계 에서 기업 이미지의 매개효과 검증 .....	54

## 그림 목 차

[그림 3-1] 연구 모형 .....	32
----------------------	----

# 제 1 장 서 론

## 제 1 절 연구의 배경 및 필요성

ESG는 환경적(Environmental), 사회적(Social), 그리고 지배 구조적(Governance) 요소들을 나타내는 용어로, 최근 코로나19 상황이 기업 경영에 미치는 영향으로 인해 환경을 중심으로 한 운영 방식, 사회에 대한 기여, 그리고 투명한 경영 구조에 대한 필요성이 점점 더 부각되고 있다.(허종호, 홍재원, 2023). 이러한 변화에 따라, 점차 소비자들은 구매 결정을 할 때 기업의 ESG(환경, 사회, 지배 구조) 경영의 성과를 더욱 중요하게 여기고 있어 대기업뿐만 아니라 중소기업에서도 ESG 경영에 대한 집중도가 점점 높아지고 있다.

중소기업의 법적인 의미는 법령에서 규정한 보호와 육성의 대상 기업이며, 현행 법령에 따른 우리나라 중소기업의 범위는 중소기업기본법 제2조와 동법 시행령 제3조에서 찾을 수 있다(중소기업기본법, 중소기업기본법 시행령). 2020년 말을 기준으로 한국의 중소기업 수는 약 728만 6천 개로 전체 기업 중 99.9%를 차지했다. 이들 중소기업에서 일하는 인원은 약 1,754만 1천 명으로, 전체 기업 종사자의 81.3%에 해당하며, 이들 기업의 총매출액은 2,673조 3,019억 원으로 전체 기업 매출의 47.2%를 차지하는 것으로 나타났다.(중소벤처기업부 보도자료, 2022).

산업 생태계 측면에서 국내 중소기업은 대부분 OEM 방식을 통해 거래를 하고, 이에 따라 고객의 ESG 평가가 거래 유지 또는 중지에 큰 영향을 미친다(Seo et al., 2022). 그리고, 금융의 신용평가 측면에서 ESG 요소가 금융기관의 신용평가에 반영되는 추세이며, 중소기업의 은행 대출 의존도가 높아 ESG를 무시하면 자본조달 비용이 상승할 위험이 있다(Jeon, 2022; Seo, 2021). 그뿐만 아니라, 대기업의 협력사 선정이나 정부 조달에도 영향을 미치

는데, ESG에 적극적인 기업들은 새로운 시장 기회를 확보할 수 있는 반면에 ESG 요소에 적응하지 못하는 기업은 점차 도태될 위험이 있다. 따라서, ESG 경영은 중소기업의 지속 가능성을 확보하기 위한 새롭고 중요한 기준으로 간주되고 있다.

한편, 조직 생산성은 기업의 목표를 효율적으로 달성하기 위해 다양한 자원과 능력을 적극적으로 활용하는 능력이다(조유진, 강경식, 2017). 이러한 활용은 물적 자원, 인적 자원, 시간, 그리고 기술 등이 복합적으로 작용하여 이루어지는데 높은 수익 창출 외에도 직원의 만족도, 사회적 책임, 지속 가능성과 같은 비재무적 요인도 고려되어야 한다.

중소기업에서의 ESG 경영은 조직 생산성 향상에 중요한 역할을 할 수 있다. 이는 환경친화적인 경영을 통한 자원의 효율적 사용과 운영비용 절감에서 비롯되며, 사회적 책임을 통한 직원의 만족도와 동기부여의 증가도 중요한 요소이다. 이는 조직 내부의 긍정적인 분위기를 조성하고 생산성을 높이는데 기여한다. 그리고 투명한 지배 구조를 통한 의사결정 과정의 효율화는 이 모든 요소가 복합적으로 작용하는 것을 가능하게 한다(강현규, 박병기, 2023). 따라서 중소기업의 조직 생산성에 영향을 미치는 ESG 경영활동 요인을 살펴보는 연구는 중소기업의 지속 가능한 성장과 사회적 가치 창출 측면에서 의미가 있을 것이다.

그간 진행된 중소기업의 ESG 경영활동에 관한 선행연구들은 경영 성과(양오석, 한재훈, 2023; 박순애, 신은혜, 2021), 소비자 행동(서정태 등, 2022), 경영 평가(장석인, 2022)와 같은 요인을 중심으로 수행되어 왔으며, 조직 생산성에 미치는 요인을 살펴본 연구는 양적으로 미흡했다. 그나마 강현규와 박병기(2023)가 ESG 경영이 조직의 생산성 향상에 어떤 미치는 영향을 살펴보았지만 조직 생산성에 미치는 다양한 요인들을 살펴보지 못한 한계가 있었다.

본 연구에서는 조직 생산성에 미치는 요인으로 기업 이미지를 매개변수로 하여 연구하려고 한다. 이는 기업 이미지가 고객, 투자자, 직원 등 다양한 이해관계자의 인식과 태도에 큰 영향을 미치기 때문인데 긍정적인 기업 이미지는 고객의 충성도와 만족도를 높일 수 있으며(김이태, 2008), 장기적으로 매출 증가와 시장 점유율 향상에 기여할 수 있다(박상록, 박현숙, 2013). 기업

이미지가 소속 직원들의 자부심과 소속감을 강화시키는 역할을 할 수 있기 때문인데(정기한 등, 2007) 직원들이 자신이 속한 기업에 대해 긍정적으로 생각하면, 그들의 동기와 헌신도가 증가하게 되어 생산성 향상에 이바지하게 된다. 이에 본 연구에서는 중소기업의 ESG 경영이 조직 생산성에 미치는 영향을 살펴보고 이들 간의 관계에서 기업 이미지의 매개효과 실증적으로 규명해 보고자 한다.

## 제 2 절 연구의 목적

본 연구는 중소기업의 ESG(환경, 사회, 지배 구조) 경영이 조직 생산성에 어떤 영향을 미치는지를 연구하는데 그 목적이 있다. 중점적으로, ESG 경영이 조직의 생산성 향상에 기여하는지와 그 과정에서 기업 이미지가 어떤 역할을 하는지에 초점을 맞춘다. 이를 위해, ESG 경영활동과 조직 생산성 사이의 직접적인 관계뿐만 아니라, 기업 이미지가 이 두 요소 사이에서 어떤 매개 역할을 하는지를 실증적으로 분석한다. 구체적으로, 중소기업이 환경 보호, 사회적 책임, 투명한 지배 구조를 추구함으로써 어떻게 조직 내부의 생산성을 높일 수 있는지, 그리고 이러한 ESG 경영이 공공의 인식에 어떤 영향을 미치고, 이것이 다시 조직의 생산성에 어떻게 영향을 주는지를 다각도에서 검토한다.

본 연구의 구체적인 목적은 다음과 같다

첫째, 중소기업의 ESG(환경, 사회, 지배 구조) 경영 수준을 파악한다.

둘째, ESG 경영이 조직의 생산성에 미치는 직접적인 영향을 분석한다. 이는 ESG 경영이 조직 내부의 효율성, 직원 만족도, 리소스 관리 등에 어떻게 영향을 미치는지를 포함한다.

셋째, ESG 경영과 조직 생산성 사이에서 기업 이미지가 어떠한 매개 역할을 하는지 실증적으로 분석한다. 여기서 기업 이미지는 고객, 투자자, 그리고 일반 대중의 인식을 포함한 광범위한 개념이다.

넷째, 위의 분석에 기초하여, 중소기업이 ESG 경영을 통해 생산성을 증진시키고 긍정적인 기업 이미지 구축을 위한 효과적인 방안을 도출한다.

### 제 3 절 연구 내용 및 범위

본 연구는 총 5개의 장으로 구성한다.

먼저 제1장 서론에서는 연구의 배경과 목적을 설명한다. 이 부분에서는 중소기업에서 ESG(환경, 사회, 지배 구조) 경영의 중요성과 이가 조직 생산성에 미치는 영향 연구의 필요성을 논의하며, 연구의 범위와 내용을 정리하고 연구 방향을 제시한다.

제2장 이론적 고찰에서는 ESG, 기업 이미지, 조직 생산성에 대한 이론적 배경을 살펴본다. ESG의 개념과 중소기업에서의 ESG 경영 방식, 기업 이미지의 개념 및 특징, 그리고 조직 생산성의 정의와 특성을 고찰하고, 관련된 선행 연구들을 검토하여 본 연구의 이론적 기반을 마련한다.

제3장 연구 방법에서는 연구의 방법론을 기술한다. 이 부분에서는 조사 대상자 선정, 연구 모형 및 가설 설정, 사용된 측정 도구, 그리고 데이터 분석 방법에 대해 자세히 설명한다.

제4장 연구결과에서는 수집된 데이터의 분석 결과를 제시한다. 조사 대상자의 특성, 측정도구의 타당성 및 신뢰도 평가, 상관관계 및 기술 통계 분석 결과, 그리고 가설 검증 결과를 상세히 다룬다.

제5장 결론에서는 연구 결과를 종합하여 논의하고, 연구의 의미와 시사점을 제시한다.

## 제 2 장 이론적 배경

### 제 1 절 ESG

#### 1) ESG 개념과 구성요인

##### 가) ESG 개념

ESG는 Environmental, Social, Governance의 약자로, 기업이 환경적, 사회적 책임과 지배 구조를 효과적으로 관리하고 환경 보호와 사회적 기여도를 고려하여 법과 윤리를 준수하며 지배 구조를 개선하는 경영 원칙을 나타낸다. 환경적(Environmental) 요소는 기후 변화에 기여하는 온실가스 배출량과 폐기물 처리, 에너지 효율성 등을 포함한다. 이는 환경 보호와 관련된 중요한 요소로 생각할 수 있다.

사회적(Social) 요소는 인권, 공급망의 근로 기준, 작업장 안전과 건강 준수 등과 같은 일상적인 문제를 다룬다. 이는 기업이 사회적 책임을 다하는 데 필요한 요소로 간주된다.

지배 구조(Governance)는 기업의 경영 구조에서 이해관계자들의 권리, 책임 및 기대를 정의하는 원칙이다. 투명한 의사결정과 공정한 조직문화를 구축하여 이해관계자들에게 신뢰성을 보장하고 지속 가능한 성장을 추구하는 것이 목표이다.

ESG는 기업의 재무적 성과뿐만 아니라 장기적인 지속 가능성에 대한 평가를 요구하고, 투자자들에게는 환경 및 사회적 가치를 고려한 투자 기회를 제공한다. 이와 함께, ESG가 적용된 기업들은 정부 규제와 사회적 요구 사항에 대한 대응력을 높일 수 있다(박윤나, 한상린, 2021).

ESG라는 용어는 처음으로 2004년 유엔 글로벌 콤팩트(UNGC) 보고서에서 사용되었다. 그 이후로 유엔은 The global compact(2004), UNEP FI(2006), PSI, PRI 등을 통해 ESG를 투자자가 기업을 선택할 때 고려해야 하는 비재

무적인 요소로 강조해왔다. 이를 통해 기업은 위험 요소를 관리하고 주주 가치를 높이며 기업은 자신이 속한 사회의 지속 가능한 발전에 기여하는 역할을 할 수 있다.

2004년에 발표된 '글로벌 콤팩트'는 ESG(환경, 사회, 지배 구조)를 기업 경영의 중요한 요소로 지적하였다. 이를 통해 기업은 위험을 관리하고 규제를 예측하여 주주 가치를 높이며 지속 가능한 발전에 기여할 수 있다고 주장하였다. 2006년에는 UN 책임 투자 원칙(UN PRI)이 ESG를 6대 원칙 중 하나로 포함시켰다. 더불어 GRI(Global Reporting Initiative)는 지속 가능한 경영 보고서를 위한 표준을 제정하고, 경제, 환경, 사회 세 부문의 평가 지표를 설정하였다. 2010년에는 ISO 26000에서 ESG 실행을 위한 글로벌 가이드라인을 제시하였고, 2015년에는 UN SDGs가 ESG를 중심으로 하는 기업을 대상으로 17개의 지속 가능한 개발 목표와 그에 따른 169개의 실행 목표를 발표하였다(김재필, 2022).

과거에는 기업의 경영 성과와 이익만을 중점으로 평가하였으나, 현재는 장기적인 기업 가치와 지속 가능성을 고려한 평가 방식이 주류를 이루고 있다. 이러한 변화 속에서 ESG(환경, 사회, 지배 구조) 경영은 지속 가능성을 추구하는 핵심 경영 전략으로 간주될 수 있다. 정치, 사회, 경제 분야에서 지속 가능성은 하나의 공통적 패러다임으로 자리 잡았으며, 이에 따라 기업 역시 지속 가능성을 중요한 경영 목표로 삼고 있다(Schaltegger and Hörisch, 2017).

## 나) ESG 경영

Schaltegger and Hörisch (2017)는 '지속 가능 경영'을 사회적, 환경적 차원에서 부정적 영향을 최소화하고 지속 가능한 발전에 기여하는 경영 활동으로 정의하였다. 이와 별도로 다우존스 지속 가능 경영지수(Dow Jones Sustainability Indices)는 경제적, 환경적, 사회적 발전을 통해 리스크를 관리하고 비즈니스 기회를 활용하여 지속 가능한 경영을 장기적 주주 가치 창출을 위한 비즈니스 전략으로 해석한다(SandP Global 2020). 이러한 다양한 정

의들은 공통적으로 기업의 비재무 성과를 중요시하며, 경제, 사회, 환경의 조화로운 발전을 목표로 한다.

최근 10~20년 동안 기업의 사회적 책임, 지속 가능한 경영, 인권 경영 등 공공적이고 당위적인 원리가 점점 강조되고 있다. 이에 따라 기업의 사회 공헌 활동, 공공 가치 창출, 윤리 경영 등은 경영 성과나 수익성만큼 중요한 핵심 덕목과 필수 지침으로 인식되고 있다(안건형, 조인호, 권희환, 2017). ESG 경영도 이런 맥락에서 중요성을 더하고 있다. 기업의 지속 가능한 성장을 보장하는 동시에 투명하고 건전한 산업 생태계의 조성 및 발전을 견인하는 미래 지향적이고 사회 공공적인 전략으로 글로벌 차원에서 지지를 받고 있다(민재형, 김범석, 2019). 이러한 추세는 기업이 단순히 경제적 목표를 추구하는 것을 넘어 사회적, 환경적 목표까지 포괄하는 종합적인 경영 전략의 필요성을 높이고 있다.

20세기 후반부터는 글로벌 경제 개발과 산업화가 급속히 진행되면서 여러 환경적, 사회적 문제가 심화되었다. 이에 따라 기업의 친환경적 경영, 사회적 책임 경영, 그리고 지배 구조 윤리 경영 등을 중점으로 둔 ESG 경영에 대한 관심과 선호도가 증가하게 되었다(McKinsey, 2019). 특히 코로나-19 팬데믹 이후에는 전 세계적으로 경제, 정치, 문화, 사회, 교육 등 모든 분야에서 패러다임과 인식이 빠르게 변화하고 있다(OECD, 2020). 이런 상황에서 환경 오염 물질의 배출 감소, 순환 경제 시스템의 구축, 기업의 사회 공헌 강화, 투명한 지배 구조의 정립 등을 동시에 추구하는 ESG 경영의 중요성과 당위성은 더욱 부각될 것으로 예상된다(Ben-Amar et al., 2017). 이러한 변화는 기업뿐만 아니라 사회 전체가 지속 가능한 발전을 위해 더욱 총체적이고 신중한 접근 방식을 필요로 하고 있다. 이러한 선행연구들 참고하면서, ESG 경영의 주요 학술적 정의에 대해 정리해 보면 [표 2-1]과 같다.

[표 2-1] ESG 경영의 정의

선행연구	정 의
박윤나, 한상린 (2021)	기업 ESG 경영은 투자자와 일반 소비자들에게 기업 브랜드 인식과 구매 의도 등에 긍정적인 영향을 미치는 효과적인 경영 전략
성자영 (2022)	환경보호 경영(E), 사회적 책임 경영(S), 그리고 투명 지배 구조(지배 구조 윤리경영 : G)를 중심으로, 지역사회와 국가에 대한 기여를 목표로 하는 정직하고 투명한 윤리적 기업을 발전시키고 유지하기 위한 경영 활동 또는 운영 원리
지용빈, 서영욱(2021)	기업의 ESG 활동이 소비자들의 브랜드 이미지 인식과 반응에 긍정적 영향을 줄 수 있는 경영 전략
Amel-Zadeh & Serafeim (2018)	친환경적, 친사회적, 그리고 윤리적인 기준을 준수하는 기업들에 글로벌 투자를 촉진하는 사회적 책임 투자(SRI)와 ESG 투자 전략의 확대 필요
Benabou & Tirole (2009)	ESG 활동은 기업에게 매출 증가 및 주가 상승과 같은 중장기적인 이익을 주며, 소비자 신뢰와 충성도를 향상시키는 동시에 기업 브랜드를 강화하고, 다양한 사회적 책임 활동을 통해 국가 및 지역 사회의 발전에 기여
Ben-Amar et al. (2017)	노동 관행 준수, 환경 오염 방지, 기업 이사회 구조 개선, 사회적 다양성 존중 및 평등성과 공정성의 가치를 실천하는 비영리적이고 윤리적인 활동들은 기업의 지속 가능한 미래를 증진시킬 수 있음
Galbreath (2013)	기업 활동에 필수적 요소인 '환경(Environment)', '사회(Social)', '지배 구조(Governance)'를 통합하여, 기업의 공공성, 투명성, 책임감을 강화한 개념
Giese et al. (2019)	ESG를 실천하는 기업들은 자원 활용의 효율성, 조직 관리의 혁신, 인적 자원 관리의 개선과 같은 경쟁 우위 요소들을 활용하여 정당하게 수익을 창출할 수 있고, 이를 좋은 기업을 선별하는 지표로 활용할 수 있음
Holden et al. (2017)	기업들은 환경, 사회 및 윤리적 관점을 포함한 ESG 경영을 통해 기업 문화와 경영 활동에 질적 혁신을 가져오고, 이를 통해 지속 가능한 경영을 추구할 수 있음
Munoz-Torres et al. (2018)	사회적 책임 활동과 친환경적 활동을 수행함으로써 기업은 뚜렷한 사회적 지지와 브랜드 가치를 얻고, 이를 통해 지속 가능한 경영을 추진하는 데 필요한 동력과 명분 확보 가능
Rajesh et al. (2020)	기업은 정책이나 전략을 기획하고 실행할 때, 환경, 사회, 지배 구조와 같은 요소들을 우선적으로 고려하며, 이를 바탕으로 타당한 목적과 명분을 설정하고 실천하는 것을 목표로 함
Rezaee (2016)	환경, 사회, 지배 구조와 같은 비재무적 요소의 강화를 통해 정당하고 바람직한 성과를 창출함으로써, 최종적으로 기업 가치를 극대화하는 목표를 달성할 수 있음
Surroca et al. (2010)	기업이 사회적 책임을 준수함으로써 인적 자본의 강화, 조직 혁신, 조직 문화의 쇄신, 그리고 기업 명성과 같은 긍정적인 브랜드 자산을 구축하고, 이러한 전략이 재무 성과에도 긍정적인 영향을 미칠 수 있음

(출처 : 선행연구자 재구성 정리)

## 다) ESG 경영의 구성요인

ESG는 환경(Environmental), 사회(Social), 지배 구조(Governance)의 세 부분으로 구성되어 있다. 환경 부분에서는 기업이 온실가스 배출을 줄이고, 에너지 효율을 높이며, 자원을 효과적으로 사용하는 것 등이 포함된다. 사회 부분에서는 기업이 직원 복지를 증진시키고, 사회 공헌 활동을 실시하며, 공급망 내에서도 사회적 책임을 이행하는 것이 중요하다. 지배 구조 부분에서는 기업이 투명한 경영을 위해 이사회와 독립성을 높이고, 내부 통제 시스템을 강화하며, 주주와 이해관계자의 의견을 적극적으로 수렴하는 것이 포함된다 (박문수, 서진형, 2022). 이러한 다양한 세부 요소를 통해 ESG 경영은 기업이 지속 가능한 발전을 추구하고 사회적 가치를 창출하는 데 중요한 역할을 한다.

[표 2-2] ESG의 주요 구성요소

환 경(E)	사 회(S)	지배 구조(G)
·기후변화와 탄소 배출 ·환경 오염 및 규제 ·생태계와 생물의 다양성 ·폐기물과 자원의 관리 ·책임 있는 구매 조달 및 에너지 효율 등	·고객만족 ·데이터 보호 및 프라이버시 ·인권과 성별의 평등 ·지역사회 이해관계 ·공급망의 관리 ·근로자의 안전 등	·이사회와 감사위원회 구성 ·뇌물과 반부패 ·로비와 정치 기부 ·윤리적 경영 ·컴플라이언스 ·공정한 경쟁 등

(출처 : 삼정 KPMG)

### (1) 환경(Environmental) 경영

환경 경영활동은 기업의 전략적 목표 중 하나로 자리 잡고 있으며, 이는 경제적 수익성과 환경적 지속성을 동시에 추구하는 목적으로 실시된다(Zhu & Sarkis, 2004). 환경적 책임 경영의 중요성은 기업의 생존과 직결되어 있으며, 온실가스 배출량, 에너지 사용, 유해 물질 관리, 폐기물 처리, 용수량 등 다양한 부분에서 주목받고 있다(오수길, 2021; Alonso-Almeda et al., 2018).

환경 경영을 통해 얻을 수 있는 이점은 다양하다. 이런 활동은 기업 이미지를 개선하고, 이해관계자와의 관계를 강화한다. 그 외에도 구성원의 직무 만족도와 생산성을 높일 수 있어 전략적 우위를 확보하는 데 도움을 준다(이지윤 외, 2022). 중요한 것은 기후 변화와 관련된 이슈는 환경 경영의 중심적인 부분으로 작용하고 있다.

지속 가능한 경영과 환경 보호는 서로 상반된 목표로 보일 수 있지만, 실제로는 두 가지가 함께 추구되어야 하는 핵심 가치로 인식되고 있다(최성보, 2018). 따라서 환경 경영은 단순히 환경을 보호하는 행위를 넘어 경영 전반에 긍정적인 영향을 미칠 수 있는 중요한 전략적 요소로 작용한다.

## (2) 사회적(Social) 경영

사회적 경영은 기업이 지역 사회, 종업원, 협력업체 등 다양한 이해관계자에 대한 책임을 다하는 것을 중심으로 하고 있다. 이러한 활동은 종업원의 충성도 및 이직률 감소, 조직 내 결속력 및 생산성 증가 등에 긍정적인 영향을 미칠 수 있으며, 이는 여러 연구를 통해 확인되고 있다(Park & Lee, 2009; Brammer et al., 2007).

ESG 경영은 기업의 사회적 책임(CSR), 윤리경영, 공유가치창출(CSV), 책임 투자 등 다양한 경영 전략과 연결되어 있다. 이러한 경영 전략들은 기본적으로 사회, 환경, 지배 구조 등을 중심으로 기업이 지속 가능한 성장을 추구하는 것을 목표로 한다(김재필, 2021). 이에 따라, 근로자와의 관계를 중심으로 한 기존의 CSR 연구는 ESG 경영의 효과를 이해하는 데 중요한 자료로 활용될 수 있다. 이러한 CSR 활동은 근로자들의 필요와 욕구를 충족시키는 방법으로 기업 내부의 문화와 행태를 개선할 수 있으며, 이는 종업원의 만족도와 생산성을 높이는 효과가 있다.

즉, 사회 활동 경영과 ESG 경영은 기업이 지속 가능한 성장과 이해관계자와의 관계 개선을 위해 중요한 전략적 도구로 작용한다. 이를 통해 기업은 사회적, 환경적, 경제적 측면에서의 지속 가능성을 높이고, 기업 가치를 극대화할 수 있다. 이러한 활동은 단순히 이미지 관리를 넘어 실질적인 기업 가치와

지속 가능성에 긍정적인 영향을 미친다.

### (3) 지배 구조(Governance) 경영

지배 구조는 기업 내부의 건전성과 투명성을 확보하기 위한 중요한 체계로, 국제 표준에 따르면서도 한국의 사회 문화적 특성을 반영한 모델을 개발해 왔다(오수길, 2021). 이는 주주와 이해관계자들의 이익을 보호하며, 기업의 윤리적 책임을 높이는 역할을 한다(WBCSD, 2002; Yoon et al., 2018). 특히 투명한 지배 구조는 기업 내 구성원들에게 긍정적인 영향을 미치며, 이는 생산성과 품질 향상에 기여한다(이지운 외, 2022).

지배 구조가 잘 구축되어 있다면, 이는 ESG 경영 전략의 한 축을 이루게 된다. 지배 구조가 투명하고 건전하면, 그로 인해 기업은 높은 도덕성과 책임감을 지닌 경영진을 확보할 수 있고, 이는 다시 기업의 사회적 책임과 지속 가능한 발전을 위한 기반을 마련한다. 이해관계자들과의 투명한 소통은 기업의 리스크 관리와 납세의무, 그리고 반부패 노력 등에도 긍정적으로 작용한다. 이렇게 지배 구조가 강화될수록 기업은 지속 가능한 성장을 위한 견고한 토대를 마련할 수 있으며, 이는 기업 가치를 극대화하는 데에도 기여한다.

지배 구조는 의사결정 과정, 주주의 권리 보호, 인사정책과 경영정책 등을 투명하고 책임 있게 관리하는 기업 경영의 핵심 요소이다. 이러한 지배 구조가 잘 구축되어 있을 경우, 기업의 효율성과 재무성과에 긍정적으로 영향을 미치는 것으로 확인되었다(Xie et al., 2019). 이것은 ESG 경영의 중요한 측면 중 하나로, 지배 구조가 높을수록 기업의 시장 가치나 총자산이익률(ROA), 그리고 기업 효율성 등에도 긍정적인 영향을 미치는 것으로 나타났다.

비재무적 성과, 즉 ESG 경영을 잘 수행하면, 이는 기업가치 극대화에 크게 기여한다는 연구 결과가 있다(김범석, 민재형, 2016). 따라서 ESG 경영 활동은 단순히 윤리적, 사회적 책임을 다하는 차원을 넘어서 기업의 재무성과와도 긴밀하게 연관되어 있다. 이러한 비재무적 성과의 중요성을 강조하는 연구가 부정적 효과를 주장하는 연구보다 많은 이유는 이렇게 다양한 성과 차원에서

긍정적인 영향을 미치기 때문이라고 할 수 있다.

## 2) 중소기업의 ESG 경영

중소기업은 영리를 목적으로 사업을 영위하는 개인사업자와 법인으로 구성되어 있으며, 규모 상의 기준과 독립성 기준을 모두 충족해야 한다(고찬석, 2021). 이러한 중소기업은 우리나라의 기업 구조에서 매우 중요한 비중을 차지하고 있다. 2017년 기준으로 전체 기업 중 99.9%, 국내 기업 종사자 중 89.8%가 중소기업에서 일하고 있다(고찬석, 2021). 이들 중소기업은 상대적으로 투자자본이 적지만, 그럼으로써 독점이익을 형성하는 역할을 하고 있다(이호준, 2020). 따라서 중소기업은 국내 경제와 취업 시장도 경쟁 구조에 있어서 중요한 위치를 차지하고 있다고 할 수 있다.

중소기업은 국내 경제와 고용, 생산 등에서 중요한 역할을 하고 있다(강석봉, 2021). 최근에는 환경, 사회, 그리고 지배 구조에 관한 이슈가 전 세계적으로 주목받고 있어, 재무적 성과 외에도 비재무적 성과를 고려하는 것이 필수적이라고 할 수 있다(이윤호 외, 2022). 최근 코로나19 팬데믹 이후 일회용품 사용이 증가하고 기후변화 문제가 심화됨에 따라, 소비자들이 환경 오염에 대한 인식을 높이고 있다. 이러한 상황에서 중소기업 역시 ESG 경영을 민첩하게 인지하고 능동적으로 실천할 필요가 있다고 할 수 있다.

중소기업은 경영 자원의 부족, 낮은 대중 인지도, 대기업과의 불리한 경쟁 관계, 자금 조달 어려움, 제한된 사업 범위, 치열한 경쟁 환경 및 높은 실패율 등 다양한 어려움이 있다.(최홍대, 2010).

하지만 중소기업은 대기업 대비 간소화된 조직 구조를 가지고 있어, 환경 변화에 빠르고 유연하게 대처할 수 있는 이점이 있다. 이러한 구조는 경영진과 직원들 사이에 공동체 의식을 쉽게 형성시켜, 의사소통을 원활하게 만들 수 있다(서순필, 2016).

중소기업의 ESG 경영은 환경, 사회, 지배 구조에 대한 종합적인 관리 전략을 의미하며, 대기업, 금융권, 소비자와 밀접한 연관성이 있다(서정태 외, 2022). 대기업은 RE100 캠페인 등을 통해 ESG 요구사항을 강화하고 이를

협력사인 중소기업에도 전달하고 있다. 금융권은 기업 자금 조달과 대출 서비스에서 ESG 요소를 고려하고 있어, 중소기업이 이를 무시할 수 없는 상황이다. 게다가, 소비자의 ESG 인식이 높아져 중소기업의 ESG 경영에 따라 제품 구매 판단이 이루어진다. 이런 추세는 사회적 압력과 소비자의 요구가 증가하고 있음을 나타낸다.

따라서 중소기업도 ESG 경영의 시대적 요구를 받고 있으며, 이에 빠르게 대응하여 사회적 압력과 소비자의 요구에 적극적으로 소통하고, 전략적으로 경쟁력을 높일 수 있는 ESG 경영활동을 수립하고 실천해야 한다.

중소기업의 ESG 필요성과 관련한 다양한 선행연구들을 살펴보면, 서경란(2021)은 중소기업의 ESG에 대한 인식은 여전히 저조하며 사회적으로 ESG 관련 규제 및 정책이 급박하게 추진되는 상황에서 중소기업의 ESG 경영 안착을 위한 금융과 함께 비금융서비스를 제공하여 중소기업의 지속 가능한 생태계를 만들어야 한다고 하였다. 김성진과 안태혁(2022)은 ESG는 CSR을 바탕으로 하는 개념이라 할 수 있으며, ESG가 지속 가능 투자의 개념으로 발전하여 글로벌 시장에서 기업을 평가하는 중요한 척도로 자리 잡고 있어 기존의 CSR보다 압력이 더 강화되고 있다고 할 수 있다고 하였다. 따라서 지속적인 성장이 중요한 중소기업은 ESG 경영 체제를 향한 노력과 도입이 필요한 시점이다. 이러한 현실 속에서 중소기업의 ESG 경영은 산업 생태계, 금융의 신용평가, 경영의 지지와 같은 여러 측면에서 필수적인 이유로 다가오고 있다(이윤호 외 2022).

중소기업이 ESG 경영을 도입하지 못하여 공급망 ESG 경영 환경에서 현장 실사에 제대로 대응하지 못하면 거래 중지 등의 위험요인이 있으며 공공기관 입찰에서 신인도 가점 미확보로 참여 제한, 투자가 외면으로 자금조달 애로, 소비자 불신으로 인한 기업 이미지 하락 또는 불매운동으로 생존까지 위협받는 상황으로 전개될 수 있다고 하였다. 2020년 포스코 그룹은 포스코형 ESG 구매 체계에 의하여 협력업체 1,630 개사 가운데 ESG 평가가 나쁜 203 개사와 계약을 해지한 사례가 있다. 이처럼 대기업은 ESG 관점에서의 책임 경영을 하는 기업을 신규 공급사로 선정하는 추세로 자리 잡고 있다. 이런 상황 속에서 중소기업은 ESG 경영 도입에 속도를 내고 민첩하게 대응해야 할 필

요성이 있으며 지속 가능한 경영을 위해서 반드시 실행해야만 하는 실정이 된 것이다(서정태 외 2022).

하지만 중소기업이 ESG에 선제적으로 대응한다면 시장 지배력과 경쟁력을 확대할 수 있는 좋은 기회가 될 수 있다. 그러므로 중소기업이 사회적 인식과 환경 변화에 따른 ESG 경영을 본질적으로 받아들이고 ESG 경영활동을 통하여 차별화된 가치를 창출하고 새로운 기회로 받아들이면 보다 긍정적인 결과를 도출할 수 있을 것이다.

### 3) 중소기업 ESG 경영의 선행연구

중소기업의 ESG 경영에 관한 연구들은 ESG 평가 점수를 활용하여 대기업과 중소기업의 환경, 사회, 지배 구조를 비교 분석하였고, 대기업과 중소기업 간의 상호 성장 연구에서 중소기업의 사회적 책임을 평가하는 데 ESG 점수를 적용했으며, 이를 바탕으로 ESG 등급과 개념을 사용하여 중소기업에 대한 독립적인 연구를 시작했다.(박재현, 한향원, 김나라, 2022). 2021년 이후 중소기업의 ESG에 관한 지속 가능성과 사회적 책임 연구가 확대되었으며, 코로나19 팬데믹이 중소기업의 지속 가능한 경영에 대한 관심을 불러일으키면서 ESG 경영의 중요성이 강조되기 시작했다. 이에 따라 관련 정책들이 본격적으로 도입되기 시작했다. 그리고, 연구에 따르면, 중소기업이 대기업처럼 즉시 ESG 경영에 적응하는 것은 그들의 경영 환경상 어려움을 겪고 있으며, 장기적으로 보았을 때 중소기업의 ESG 경영은 기업의 지속 가능성, 사회적 책임 및 경영 성과에 중요한 영향을 미친다. 그러므로, 연구활동에서 ESG 경영의 필요성이 강조되고 있다.

중소기업을 대상으로 한 ESG 관련 선행연구를 검토해 보면, 중소 및 중견 기업을 대상으로 한 ESG 등급 및 성과 점수를 사용하여, 이들 기업들의 사회적 책임 경영의 도입 및 실행에 대한 실증적 분석을 수행했고, 이를 통해 대기업과 중소 및 중견기업의 ESG 성과를 비교 분석(오덕교 이기훈 신범철 이의영, 2013) 한 사례가 있다. 그리고, 한국기업지배구조원(CGS)의 평가등급을 기반으로 한 분석에서는 기업의 사회적 책임이 경영진의 회계 윤리에 영향을

미치지 않지만, 대 중소기업 간 상호 성장은 영향을 미치고 있다고 분석하였다(황진수, 임종옥, 2016). 그리고, 한국기업지배구조원이 코스닥에 상장된 중소기업들을 대상으로 평가한 ESG 점수를 기반으로, 지배 구조가 우수한 기업들이 미래의 경영 성과를 향상시키는 경향이 있음을 밝혔다. 이는 효율적인 지배 구조를 가진 기업이 합리적인 결정을 내려 미래의 경영 성과에 긍정적인 영향을 줄 수 있음을 나타낸다.(김동순, 임병희, 이경한, 2017).

기업 규모에 따른 특성이 사회적 책임과 기업 가치 사이의 관계에 미치는 영향에 대한 연구에서, ESG 지표를 통해 대기업의 CSR(기업의 사회적 책임) 가치가 높게 평가되는 반면, 중소기업의 CSR 가치는 상대적으로 낮게 평가되었다는 결과가 나타났다(김종희, 2020). 중소기업과 ESG 경영의 관련성을 탐구한 선행 연구 중 하나는 텍스트 마이닝 기법을 이용해 중소기업 ESG 관련 이슈를 분석한 것으로, 지배 구조와 사회 부문의 세부 요인들에 초점을 맞춘 분석을 수행하였고(임효진, 2021), 중소기업의 CSR 활동을 근거로 ESG 경영을 실행할 필요성에 대해 강조하였다(이호석 남정민 이성호 박재춘, 2021).

비재무적 정보로 여겨지는 ESG 정보를 재무적 관점에서 해석하는 노력과 함께, 조세 정보를 ESG 정보공개와 연결하는 방법에 대해서도 모색하였다(태정림, 2021). 그리고, 기업의 적절한 의사결정 기준은 투명한 지배 구조와 사회적 책임에 기반을 두며, 이는 ESG 경영에 근거한다고 주장하였다(최동호, 2021).

[표 2-3] 중소기업의 ESG 경영에 대한 선행연구

연구자	연구 내용
박재현, 한향원, 김나라(2022)	중소기업의 ESG에 대한 지속 가능성과 사회적 책임 연구
오덕교, 이기훈, 신범철, 이의영(2013)	중소 중견기업의 사회책임경영의 도입 및 실행에 대한 실증분석
황진수, 임종옥(2016)	한국기업지배 구조원(CGS)의 평가등급을 활용한 사회적 책임과 경영자 회계윤리 관련 연구
김동순, 임병희, 이경한(2017)	코스닥 시장에 상장 중소 벤처기업의 ESG 점수와 지배 구조 점수에 따른 미래 경영 성과 연구
김중희(2020)	기업의 규모별 특성과 사회적 책임, 기업가치 간의 관계 연구
임효진(2021)	텍스트 마이닝을 활용한 중소기업 ESG 이슈 분석
이호석, 남정민, 이성호, 박재춘(2021)	중소기업의 CSR을 바탕으로 한 ESG 경영실천의 필요성 연구
태정림(2021)	ESG 정보공시와 조세 연계 방안 모색 연구
최동호(2021)	투명한 지배 구조와 사회적 책임을 바탕으로 한 ESG 경영 주장

(출처 : 선행연구자 재구성 정리)

## 제 2 절 조직 생산성

### 1) 조직 개념

조직은 단순히 사람들의 집합체가 아니라 공통의 목표를 추구하는 복잡한 시스템이다(이화정, 2011). 다양한 형태와 규모의 조직이 존재하며, 그중 기업 조직은 규모의 경제 논리에 따라 대규모화와 전문화가 이루어져 있다(위키백과, 2022).

개인의 특성과 직무의 요구사항 사이의 적합성은 조직과 직무에 대한 태도를 형성하며, 이는 조직의 성과에도 큰 영향을 미친다. 따라서 조직을 효과적으로 관리하고 운영하기 위해서는 조직 구성원 각각에게 적절한 책임을 부여하는 것이 필요하다(임규혁, 2011).

조직의 목표를 달성하고 성과를 향상시키기 위해서는 여러 가지 전략과 관

리 기술이 필요하다. 이에는 리더십, 의사소통, 팀워크, 자원 배분 등 다양한 요소가 포함될 수 있다. 즉, 조직은 그 구성원들이 공동으로 목표를 달성하기 위해 다양한 레벨과 방식으로 상호작용하는 복잡한 체계이며, 이를 효율적으로 관리하고 운영하는 것이 중요하다.

## 2) 생산성 개념

생산성은 조직 또는 개인이 목표를 달성하는 능률과 효과성을 측정하는 지표이다(Price, 1988). 한국생산성본부는 이를 더 구체적으로 투입 자원의 능률을 향상시킨 결과로 본다며, 이는 더 나은 미래를 위한 지속 가능한 발전과 창조의 의지를 반영하는 개념으로 정의하고 있다(한국생산성본부, 1997).

생산성에는 여러 종류와 측정 방법이 있다. 먼저, 생산요소를 중심으로 노동생산성과 자본생산성으로 구분한다. 노동생산성은 일반적으로 생산성을 이야기할 때 가장 자주 언급되는 지표이다(한국생산성본부, 2001). 그 외에도 생산요소의 증감에 따라 평균 생산성과 한계생산성으로 구분될 수 있다. 산출물을 측정할 때는 물적 생산성과 가치 생산성으로 나눌 수 있으며, 측정의 관점에서는 개별 요소 생산성과 총요소생산성으로 구분한다.

따라서 생산성은 단순히 하나의 수치나 지표로 규정될 수 없는 다차원적인 개념이다. 이는 조직의 목표 달성 능력, 자원의 효율적 활용, 지속 가능한 성장과 직결되는 중요한 요소로, 다양한 측면에서 평가와 분석이 필요하다.

생산성은 다양한 학문과 이론적 관점에서 다르게 해석될 수 있다. 한국생산성본부의 경우 경제학적 관점에서 투입과 산출의 능률을 측정하는 방식으로 생산성을 정의하고 있다. 그러나 이 외에도 품질, 서비스, 그리고 주관적 특성을 고려하여 복합적으로 평가해야 한다는 견해도 있다(Murdick et al., 1990). 이러한 접근은 서비스 산업에서 더욱 중요할 수 있으며, 생산성은 투입된 자원이 산출물의 가치로 얼마나 효율적으로 전환되었는지를 측정하는 지표로도 볼 수 있다(Heizer et al., 2004).

조직 이론의 관점에서 Quinn(1978)은 경제학적, 산업공학적, 행정학적 세 가지 관점에서 생산성을 다루어야 한다고 제안하였다([표 2-4] 참조). 이 세

관점은 각각 투입과 산출의 능률, 작업 흐름과 프로세스 최적화, 그리고 조직 내 의사결정 및 관리 메커니즘에 중점을 둔다.

따라서 생산성은 단일한 측정 방법이나 지표에 국한되지 않고, 다양한 이론적 및 실용적 관점에서 종합적으로 이해하고 평가해야 한다. 이러한 다양한 접근 방법은 생산성을 더욱 풍부하고 다차원적인 개념으로 만들어, 조직이나 개인이 지향해야 할 목표를 더욱 명확하게 해준다.

[표 2-4] Quinn의 학문적 관점에서 생산성 개념 구분

구분	경제학	산업공학	행정학
일반적 지향	사회적 관점, 국가 성장, 세계시장, 실질 소득	기술적 관점, 작업 과정, 측정장비와 통제	행정적 관점, 행동에 관한 압력, 예산 조정, 동기부여
목적	현재의 노력과 장비로 산출 증대	효율적인 과정	전반적 조직 성과의 개선
생산성 개념	정확, 질적 투입에 대한 산출	정확, 질적 투입에 대한 산출	불명확, 상황에 따른 향상된 성과
측정 방법	거시적, 국가 수준	미시, 개인/집단	조직 및 기관 수준

(출처 : Quinn(1978))

생산성의 개념은 시간과 문화, 그리고 다양한 학문 분야에 따라 변화와 확장을 겪었다. 초기의 경제학적 접근에서 벗어나, 서비스업과 같은 다양한 분야에서의 목표 지향적 활동과 생산 역량 개발까지 포괄하는 동적인 개념으로 발전하였다(최덕철, 2002).

본 연구에서는 경영학, 그중에서도 인적 자원 분야에서 주로 다루는 직무 생산성의 관점을 적용하려고 한다. 이 관점에서 생산성은 단순히 물리적인 산출물이나 서비스의 효율성만을 의미하는 것이 아니라, 구성원의 능력과 태도, 그리고 그로 인한 성과와도 깊은 연관이 있다(Szilagyi & Wallace, 1984).

Porter & Lawler(1986)는 생산성이 구성원의 능력과 동기에 기반을 둔다고 주장하며, 이는 업무와 목표 달성을 위한 구성원의 모든 활동에 반영되어 있다고 설명한다. 이러한 접근 방식은 구성원 각각의 역량과 직무에 대한 열정이 어떻게 조직 전체의 생산성에 영향을 미치는지를 종합적으로 이해할 수

있게 해준다.

Price(1988)도 비슷한 관점에서 생산성을 조직 구성원들이 목표를 달성할 수 있는 수준으로 정의하였다. 이렇게 생산성은 단순한 효율성의 문제를 넘어, 구성원의 능력과 태도, 그리고 그것이 어떻게 조직의 목표 달성에 이바지하는지를 중심으로 다루게 된다.

선행연구와 현재의 경영 환경을 고려하면, 생산성은 단순히 경제학적 투입 대비 산출의 문제가 아니라, 구성원의 동기, 몰입도, 그리고 그 결과로 나타나는 직무 성과와도 밀접한 연관이 있다(박준철, 홍순복, 2007; 신기수, 2022).

[표 2-5] 생산성의 개념에 대한 학술 연구의 발전

연구자(연도)	생산성의 개념
Szilagyi & Wallace (1984)	물리적 산출물, 서비스 효율성뿐만 아니라 구성원의 능력, 태도, 성과와 깊은 연관
Porter & Lawler (1986)	구성원의 능력과 동기에 기반, 업무 및 목표 달성을 위한 활동 반영
Price (1988)	조직 구성원들이 목표 달성 가능한 수준 정의, 능력과 태도 중심
최덕철 (2002)	경제학적 접근에서 벗어나 서비스업 등 다양한 분야의 목표 지향적 활동과 생산 역량 개발 포함
박준철, 홍순복 (2007) 신기수 (2022)	경제학적 투입 대비 산출의 문제를 넘어서는 구성원의 동기, 조직몰입도, 직무 성과와 밀접한 연관

(출처 : 선행연구자 재구성 정리)

이러한 복합적인 요소들이 조직 전체의 경영 성과에 큰 영향을 미치므로, 이를 제대로 이해하고 접근하는 것이 중요하다.

본 연구에서는 ESG 경영과 생산성 간의 관계를 살펴보고자 한다. ESG 경영이 성공하기 위해서는 단순히 환경, 사회, 그리고 지배 구조 측면에서의 효과만을 초점에 두는 것이 아니라, 이러한 활동이 구성원의 생산성에 어떤 영향을 미치는지도 중요하다. 구성원이 ESG 경영을 통해 동기부여를 받고, 이에 따라 조직과 직무에 더욱 몰입한다면, 이것은 결국 조직 전체의 생산성 향상과 경영 성과에 긍정적인 영향을 미칠 것이다. 따라서 ESG 경영과 구성원의 생산성에 어떤 영향을 미치는지를 검증하는 것은 매우 의미 있는 연구가

될 것이다.

### 3) ESG 경영과 생산성 간 관계와 선행연구

ESG(환경, 사회, 지배 구조) 경영과 기업의 생산성 간의 관계에 대한 연구는 꾸준히 주목을 받고 있다. Barrymore & Sampson(2021)의 미국 기업 대규모 표본 분석은 ESG 경영이 노동생산성에 통계적으로 유의하고 긍정적인 영향을 미친다는 점을 확인하였다. 이러한 결과는 ESG 경영이 직원의 만족도와 몰입도를 높여 생산성을 증가시키는 메커니즘을 제공한다. 특히 직원 만족도와 몰입도는 재무적 성과에도 유의한 영향을 미치므로, ESG 경영의 중요성은 점점 더 증가하고 있다(정진호, 2022).

한편 국내 연구도 ESG 경영과 생산성 간의 긍정적인 관계를 지적하고 있다. 김지혜(2012)의 연구는 사회 공헌이라는 사회적 책임 활동이 생산성에 긍정적인 영향을 미친다고 실증하였다. 이설빈(2015)의 연구는 ESG 경영과 같은 경영혁신 활동이 생산성 향상에 큰 영향을 미친다는 결과를 도출하였다. 더불어 이정도, 이동규, 신민호(2006)는 경영혁신 활동이 여러 지표에서 유의한 영향을 미치는 것을 확인하였다.

이러한 연구들은 ESG 경영과 생산성이 서로 긍정적으로 연관되어 있음을 보여주고, 이는 기업의 재무 성과뿐만 아니라 사회적 책임과도 밀접하게 연결되어 있다. 따라서 ESG 경영은 단순히 이해관계자의 신뢰나 이미지 관리를 넘어, 기업의 경영 성과와 생산성 향상에 직접적인 영향을 미치는 중요한 요소로 작용하고 있다고 볼 수 있다.

Porter et al.(1995)은 역동성을 가진 기업이 다양한 규제 압력에 대응하여 환경 표준을 적절히 설계하면, 그 결과로 생산성이 향상되고 경쟁력이 강화된다고 설명하였다. 이는 환경 표준이 총비용을 낮추고 가치를 향상하는 혁신을 유발하므로, 기업은 생산성을 높이며 환경문제를 해결할 수 있다고 주장하였다. 이어서 Rondinelli & London(2002)은 CSR 활동이 비용 절감과 효율성 향상을 통해 생산성과 경영 성과를 높인다고 하였다. Heal(2005)의 연구도 CSR 활동이 다양한 방식으로 경영 성과에 기여하며, 구성원과의 관계 개선과

생산성 향상을 통해 재무성과를 높일 수 있다고 지적하였다.

이러한 선행연구들을 통합해 보면, ESG 경영은 기업 내부 구성원의 역량을 최대한 발휘할 수 있는 환경을 조성함으로써, 생산성을 높이고 경영 성과를 향상시키는 중요한 역할을 한다고 할 수 있다. ESG 경영은 단순히 사회적 책임을 다하는 활동을 넘어, 경영전략과 연계하여 기업의 핵심 역량을 강화하고 장기적인 성장을 지원하는 수단으로 작용한다. 이를 통해 기업은 지속 가능한 경쟁력을 확보하고, 이해관계자와의 관계를 개선하며, 사회적 가치와 경제적 가치를 동시에 창출할 수 있다.

#### 가) 환경 경영과 생산성의 관계

Delmas et al.(2013)의 연구를 기반으로 환경적 책임 경영과 생산성 간의 관계를 재조명한다면, 환경적 책임 경영은 단순히 환경보호에 기여하는 것뿐만 아니라 기업의 내부 생산성에도 영향을 미친다. 이는 다음과 같은 두 가지 경로로 해석할 수 있다.

첫째, 환경적 책임 경영은 기업의 리소스 활용을 효율적으로 만들며, 이는 자원의 생산성을 향상시킨다. 즉, 기업은 환경규제와 고객의 요구, 경쟁사의 압력 등을 받으면서 더 효율적인 생산 방법을 찾게 된다. 이러한 혁신은 원자재 사용을 최적화하고, 에너지 효율을 높이는 등의 방식으로 총비용을 줄이고 가치를 높인다. 결과적으로, 기업은 더 경쟁력 있는 위치에 서게 되며, 이는 구성원의 생산성 향상에도 이바지한다.

둘째, 환경적 책임 경영은 기업의 사회적 평판을 향상시키고, 이는 구성원의 업무 태도에 긍정적인 영향을 미친다(Delmas et al., 2013). 기업이 환경에 대한 책임을 지고 이를 실천할 때, 조직 구성원들은 자신들이 속한 조직에 대해 긍정적인 인식을 형성하게 된다. 이러한 긍정적인 인식은 업무 태도를 개선하고, 이는 노동 생산성을 높이는 효과를 가져온다. 이런 긍정적인 업무 태도는 구성원 간의 대인관계와 작업 환경을 개선하게 되므로, 최종적으로는 조직 전체의 생산성을 높이게 된다.

따라서, 환경적 책임 경영은 자원의 효율적 활용과 구성원의 긍정적인 업무

태도라는 두 가지 경로를 통해 생산성에 긍정적인 영향을 미친다고 할 수 있다. 이러한 면에서 환경적 책임 경영은 단순히 환경 문제 해결의 수단이 아니라, 기업 경영에 있어서도 중요한 전략적 요소로 작용한다.

#### 나) 사회적 책임 경영과 생산성의 관계

기업의 사회적 책임 활동과 생산성 간의 관계는 다양한 연구와 이론을 통해 잘 문서화되어 있다. 이 관계는 크게 다음과 같은 다양한 경로를 통해 이루어진다.

첫째, 사회적 책임 경영은 기업 구성원들의 자부심과 충성심을 높인다(Tyler, 1999). 이는 구성원들이 자신이 속한 기업에 대한 높은 신뢰와 자부심을 느끼게 하며, 이러한 감정은 더 높은 생산성을 이끌어 낸다.

둘째, 사회적 책임 활동은 구성원의 자아개념 형성에 긍정적인 영향을 미친다(Tajfel, 1982; Stets & Burke, 2000). 구성원들은 자신이 속한 기업의 사회적 책임을 보면서 자아존중감을 느끼고, 이로 인해 자발적으로 더 열심히 일하게 된다(Boezeman & Ellemers, 2007).

셋째, 사회적 책임 활동은 이해관계자 자본주의의 원칙에 근거하여 내외부 이해관계자에게 기여한다. 이로 인해 구성원들은 자신이 속한 기업이 단순히 이윤을 추구하는 것 이상의 가치를 지니고 있다고 느끼며, 이러한 인식은 생산성을 높이는 중요한 요인으로 작용한다(Raman & Zboja, 2006).

넷째, 사회적 책임 활동은 기업의 경쟁력을 향상시키는 혁신과 학습을 촉진한다. 이는 기업의 생산성을 높이는 중요한 요소로 작용하며, 이와 관련된 연구도 다수 존재한다(Porter & Kramer, 2006; Epstein et al., 2003).

이러한 다양한 경로를 통해, 사회적 책임 활동은 기업의 생산성을 높이는 중요한 전략적 변수로 작용한다. 사회적 책임 활동이 단순히 '올바른 일'을 하는 것이 아니라, 기업의 성공과 구성원들의 생산성 향상에도 긍정적인 영향을 미치는 것이다.

다) 지배 구조 경영과 생산성의 관계

지배 구조와 기업 생산성 간의 관계는 다양한 측면에서 중요하게 다루어지고 있다. 지배 구조는 기업 내부의 투명한 의사결정과 구성원 참여를 촉진하는 중요한 역할을 한다(민재형 등, 2019). 그리고, 투자자 측면에서는 ESG 평가의 중요한 요소로 간주되며, 이는 조직 구성원의 인식과 행동에도 영향을 미친다(진미경, 2022).

지배 구조는 기업의 성과나 생산성에도 중요한 영향을 미친다. O'Toole & Meier(2000)의 연구는 다양한 요인 중에서도 지배 구조가 조직의 성과에 영향을 미친다고 지적하였다. 국내 연구에서도 지배 구조의 중요성이 강조되고 있다. 조정화(2022)의 실증 연구는 한국 사회적 경제 중간지원조직을 대상으로 지배 구조 활동이 생산성에 유의한 영향을 미친다고 결과를 도출하였으며, 김병옥·최은수(2019)의 연구는 공유 리더십과 지배 구조가 조직효과성에 유의미한 영향을 미친다고 보고하였다.

하지만 지배 구조와 생산성에 대한 연구는 상대적으로 부족하며, 대부분의 연구는 지배 구조의 활성화나 구축 방안에 집중되어 있다. 이는 지배 구조가 기업의 생산성과 연관성이 있음을 시사하면서도, 이에 대한 구체적인 연구가 더 필요함을 나타낸다. 따라서 지배 구조의 효과적인 운용은 단순히 이해관계자의 신뢰를 얻는 것을 넘어, 기업의 생산성 향상에도 긍정적인 영향을 미칠 가능성이 높다고 볼 수 있다.

[표 2-6] ESG 경영과 생산성 향상에 대한 선행연구

연구자	논문제목 및 연구 내용
김정모 외 (2022) 석사논문	〈ESG 경영이 기업가치에 미치는 영향 : 벤처기업을 중심으로〉 기업 경영에서 지속 가능성을 향상시키는 발전적 방향에 대한 제시
박태양 (2022) 단행본	〈내외부 압력이 ESG 활동과 경영 성과에 미치는 영향에 관한 연구〉 국내에서 ESG를 도입하고 활용하는 기업들의 환경적 활동과 그에 따른 기업성과 연구
손지연 (2018)	〈ESG 등급이 기업의 장, 단기 경영 성과에 미치는 영향〉 ESG 경영을 실시하는 기업들의 장기 및 단기 경영 성과 연구

석사논문	
오승창 (2022) 박사논문	〈보험회사의 ESG 경영이 경영 성과에 미치는 영향에 관한 연구〉 보험 회사들의 ESG 활동과 그것이 경영 성과에 미치는 영향 분석 및 ESG 평가 지표 개발에 관한 방향성 제시
정진호 외 (2022) 학술논문	〈기업 ESG 경영이 경영 성과에 미치는 영향에 관한 연구:기업가치 관 인식의 조절 효과를 중심으로〉 기업의 ESG 경영이 경영 성과에 미치는 영향에 대한 분석 제시
한승호 외 (2022) 경영논집	〈ESG 활동이 직무만족에 미치는 영향 : 지각된 기업 이미지의 매개 효과를 중심으로〉 근로자가 지각하는 기업 이미지에 ESG 경영이 미치는 영향과 관리 의 필요성 연구
허종호 외 (2022)	〈ESG 경영과 기업 명성, 재무성과 간 구조적 관계 분석 : 실험 데이 터와 현장 데이터의 통합적 활용〉 ESG 경영이 기업 명성과 재무성과에 긍정적 영향을 미친다는 것을 다각적 관점에서 분석

(출처 : 선행연구자 재구성 정리)

### 제 3 절 기업 이미지

#### 1) 기업 이미지 개념

이미지는 개인이 특정 대상에 대해 가지고 있는 내적 영상이며, 이는 그 대상의 행동과 의식적 또는 무의식적으로 상관관계를 가질 수 있다(Alvesson, 1990; Morgan, 1986; 김경찬, 2005). 사람들은 기업조직에 대해서도 이미지를 형성한다. 이 이미지는 기업의 경영정책, 인사정책, 최고경영자 등에 기반하여 다양하게 형성될 수 있다. 따라서 사람들은 특정 기업에 대해 독특한 이미지를 가지게 되며, 이는 기업의 정책과 행동에 대한 공개적인 인식과 반응에 영향을 미칠 수 있다(유태용, 1995).

기업 이미지에 대한 여러 연구자들의 정의는 다양한 측면을 고려하고 있다. 박윤나와 한상린(2021)은 개인이 기업에 대해 가지는 주관적 신념과 생각, 인상의 총체로 정의하며, 이것이 개인의 태도와 행동을 지배한다고 주장하였다. Dutka와 Roshwalb(1983)은 공중의 태도의 총합이며, 총체적인 인상으로 기업 이미지를 본다. 유재웅 등(2021)은 소비자가 가지는 경험, 기대, 느낌 등

이 상호작용하여 형성되는 총체적인 인상으로 기업 이미지를 정의하였다.

이정우 등(2020)은 시민들이 마음속에 그리고 있는 심상으로 기업 이미지를 설명하였다. Kotler(1975)는 소비자의 집단에 의하여 형성된 기업의 '개성'으로, 고객들이 형성하고 있는 정신적인 인상으로 기업 이미지를 본다. Schwartz(1980)는 사람들이 기업에 대해 형성하는 '전체적인 인식과 인상'으로 정의하며, 부정적이든 긍정적이든 사람들이 기업에 대한 태도를 형성한다고 설명한다. Dowling(2002)은 기업 이미지를 기업 자체가 소유한 것이 아니라, 소비자의 인식 속에 반영된 것으로, 무형적인 대중의 감정적 요소와 기업의 유형적 정보가 엉켜있는 대중의 내적 태도 체계 중 하나로 본다.

이러한 다양한 정의를 통합하면, 기업 이미지는 개인 또는 대중이 기업에 대해 가지는 주관적이며 총체적인 신념, 인상, 또는 태도로 볼 수 있다. 이는 개인의 행동에 영향을 미치며, 고객, 환경 주체, 대중 등 다양한 이해관계자에 의해 형성되고 평가된다. 이와 더불어, 기업 이미지는 기업의 유형적 정보와 대중의 감정적 요소가 복합적으로 엉켜 있는 형태로 나타난다.

기업 이미지는 인간의 모든 감각기관을 통해 형성되며, 그 과정에서 논리적인 측면보다는 감정적인 측면이 더 큰 역할을 한다. 이는 완전히 통제할 수 없는 요소이지만, 부분적으로는 통제가 가능하다. 기업 이미지는 기업에 대한 개인이나 대중의 신념과 태도를 결정짓는 중요한 요인으로 작용한다. 이는 소비자, 일반 대중, 그리고 관련 기관들이 기업 자체에 대해 가지고 있는 이미지로, 제품이나 브랜드를 넘어서 기업 자체의 특성과 개성을 반영한다. 결국, 기업 이미지는 대중의 마음속에 투영된 기업의 영상이며, 이는 기업의 유형적 정보와 소비자의 감정적 요소가 복합적으로 엉켜 있는 형태로 나타난다. 이러한 이미지는 소비자의 내적 태도 체계의 일부로 작용하며, 기업에 대한 다양한 이해관계자의 인식과 태도를 결정짓는 중요한 역할을 한다.

윤영호와 정진섭(2020)에 따르면, 기업 이미지는 사람들이 기업에 대한 정보를 토대로 마음속에서 형성하는 기업이 갖는 특성이다. 이러한 특성 때문에 개인마다 다양한 기업 이미지를 가지고 있다. 기업 이미지는 제품 이미지나 브랜드 이미지와 구별되지만, 이들 간에는 배타적인 관계가 아니다. 오히려 제품 이미지와 브랜드 이미지는 기업 이미지와 상호작용을 통해 형성되며, 각

각이 서로에게 영향을 주는 복합적인 구조를 가진다. 따라서 기업 이미지의 형성과 관리에 있어서는 이러한 상호작용을 고려하는 것이 중요하다.

다음 [표 2-7]은 기업 이미지에 대한 연구자들의 다양한 정의를 보여준다.

[표 2-7] 기업 이미지의 개념

연구자	전문성의 개념
김원수 (1987)	기업을 둘러싼 이해관계자들이 특정 기업에 대해 마음속에 형성하고 있는 이미지
Dutka and Roshwalb (1983)	기업에 대한 대중의 전반적인 태도를 반영하며, 사람들이 특정 기업에 대해 형성하는 전체적인 인상
Kotler(1975)	고객들이 기업에 대해 형성하고 있는 정신적 이미지
Schwartz (1980)	기업에 대한 인상과 개념의 집합으로서, 사람들이 특정 기업에 대해 긍정적이거나 부정적인 태도를 형성하게 되는 현상

(출처 : 연구자 재구성 정리)

## 2) 기업 이미지의 선행연구

기업 이미지는 고객의 구매행동뿐만 아니라 기업의 전반적인 성공에도 중요한 역할을 한다. Schwartz(1995)에 따르면 기업 이미지는 고객을 끌어들이는 요인, 우수한 인재를 기업에 끌어들이는 요인, 그리고 자본을 조달하는 능력에 영향을 미친다. 이는 사람들이 좋지 않은 이미지를 가진 기업에는 소비나 투자, 또는 고용의 측면에서 거리를 둔다는 것을 의미한다.

Arnott(1994)은 기업이 자선단체와 협력하여 공익 마케팅을 실시함으로써 장기적으로 소비자와 의미 있는 관계를 형성할 수 있다고 지적한다. 이러한 공익 마케팅은 기업 이미지를 개선하는 데 도움을 주며, 그 결과로 제품의 구매와 재구매 가능성도 높아진다. 따라서 기업 이미지 관리는 단순히 제품이나 서비스의 판매 촉진을 넘어, 기업의 지속 가능한 성장과 이해관계자와의 관계 구축에도 중요한 영향을 미친다.

Lantos(2001)의 연구에 따르면, 사회 공헌활동은 기업이 다양한 이해관계자와의 커뮤니케이션을 강화하고, 그들의 요구와 기대를 충족시킬 수 있는 효과

적인 수단이다. 이로 인해 기업의 이미지도 긍정적으로 변화하며, 사회의 공익도 증진된다.

Freeman(1984)은 사회 공헌 프로그램이 기업 이미지에 미치는 긍정적 영향을 중요하게 다루면서, 내부고객인 직원에게도 중요한 영향을 미칠 수 있다고 지적했다. 즉, 직원들이 자신이 속한 기업이 사회적으로 책임을 지는 기업이라고 느낀다면, 그것이 직원의 몰입도와 만족도를 높일 수 있다.

Varadarajan and Menon(1988)은 사회 공헌활동을 통한 기업 이미지 제고가 자산 가치를 향상시키는 효과적인 투자라고 판단한다. 그들은 사회적 책임의 이행과 이윤의 추구가 반드시 대립적이지 않다고 주장하며, 오히려 이 두 가지가 서로를 보완할 수 있다고 본다. 사회적 책임을 실천함으로써 기업은 긍정적인 기업 이미지를 형성할 뿐만 아니라, 사회적 지지와 공공심, 애국심을 높일 수 있는 기회를 얻게 된다.

따라서 사회 공헌활동은 단순히 '좋은 일'을 하는 것 이상의 의미를 가진다. 기업의 이익과 사회적 책임은 상호 보완적인 관계에 있으며, 이를 통해 기업은 더 나은 이미지와 높은 자산 가치를 얻을 수 있다.

Dowling(1986)은 기업 이미지 및 장기 생존과 관련된 연구는, 사회 공헌활동이 기업의 장기 및 단기 전략적 의사결정과 계획 실행에 있어서 중대한 요소로 고려되어야 한다고 하였다.

국내의 기업 이미지에 대한 다양한 연구는 그 구성요소와 중요성을 다양한 관점으로 해석하고 있다. 박윤나와 한상린(2021)은 기업 이미지와 지각된 가격 공정성, 그리고 소비자 반응 간의 관계를 규명하면서 유의한 영향 관계임을 확인하였다. 이규상 등(2020)은 호텔 기업을 대상으로 기업 이미지와 기업 평판의 영향 관계를 살펴보고 유의한 영향 관계를 확인하였다. 이정우 등(2020)은 외식기업의 마케팅이 기업 이미지에 미치는 영향을 확인하면서 이러한 마케팅과 구매 의도 간의 관계를 매개하는 요인임을 강조하였다. 김승겸 등(2021)은 스포츠 기업의 이미지가 기업신뢰와 제품 구매에 영향을 주는 유의한 영향 변수임을 규명하였다.

김새롬은(2020)은 호텔 기업의 사회적 활동이 기업 이미지를 높이는 선행 변수임을 확인하였고 김범진(2019)도 여행사의 윤리경영기 기업 이미지에 영

향을 미치는 요인임을 강조하였다.

이현정(1999)의 연구에서 기술 개발을 주로 하는 기업과 사회 공헌활동을 많이 하는 기업을 비교하였다. 연구결과, 제품 관련 이미지는 기술 개발 기업에서, 우호적 이미지는 사회 공헌활동을 주로 하는 기업에서 더 높게 나타났다. 그리고 전체 기업 이미지는 사회 공헌활동을 주로 하는 기업이 좋은 것으로 나타났으며, 이를 통해 사회 공헌활동은 기업의 전반적 기업 이미지에 긍정적인 영향을 끼침을 알 수 있었다.

윤각과 서상희(2003)는 기업의 사회 공헌활동과 기업광고가 브랜드 태도에 미치는 기업 이미지의 매개적 영향력을 검증하였다. 그 결과, 기업광고와 사회 공헌활동은 기업 이미지에 유의한 영향을 주며, 기업광고보다는 사회 공헌활동이 상대적으로 기업 이미지에 더 많은 영향을 주는 것으로 나타났다.

소비자 참여형 사회 공헌활동 중 하나인 공익연계 마케팅에 관련된 연구에서도 공익연계 마케팅이 기업 이미지나 소비자의 구매의도에 있어 긍정적인 영향을 끼치고 있음을 알 수 있다.

김윤영(2004)의 연구에서는 기업에서 주관하는 공익연계 마케팅 프로그램에 보다 적극적으로 참여(실제 참여) 한 경우에 소극적으로 참여(제품 구매를 통한 간접 기부) 한 경우보다 기업 이미지에 더 긍정적인 영향을 끼쳤으며, 이는 공익연계 마케팅 효과에 영향을 주는 변인들인 의도의 순수성, 공익의 궁극적 혜택, 공익과 기업 이미지와의 일치도 등이 높을수록 공익연계 마케팅에 대한 태도와 기업 이미지에 긍정적인 영향을 끼친다는 것을 보여준다.

[표 2-8] 기업 이미지의 선행연구

연구자	기업 이미지 선행연구 내용
이현정 (1999)	사회 공헌활동을 많이 하는 기업이 좋은 전반적 이미지를 가지며 기업광고보다 기업 이미지에 더 큰 영향
김윤영 (2004)	공익연계 마케팅 참여 정도에 따라 기업 이미지에 긍정적 영향
Arnott (1994)	공익 마케팅을 통해 기업은 소비자와 의미 있는 관계 형성, 기업 이미지 향상 및 제품 구매 영향
Dowling (1986)	사회 공헌활동은 기업의 장·단기 의사결정 및 계획에 중요
Freeman (1992)	사회 공헌활동은 긍정적인 기업 이미지 형성에 중요, 직원에게도 중요
Lantos (2001)	사회 공헌활동을 통해 다양한 이해관계자와 커뮤니케이션 하며, 기업 이미지 향상
Schwartz (1995)	1. 기업 이미지는 고객 유치의 핵심 요인 2. 자질이 뛰어난 인재는 좋은 이미지를 가진 기업을 선호 3. 기업 이미지는 자본 조달 능력에 영향
Varadarajan & Menon (1988)	사회 공헌활동은 기업 이미지 제고와 자산 가치 향상에 효과적, 사회적 책임과 이익 추구는 보완 관계

(출처 : 연구자 재구성 정리)

### 3) 중소기업 ESG 경영과 기업 이미지 간의 관계

기업 이미지는 선택적 요소가 아닌 필수 요소로 간주되며, ESG 즉 환경, 사회적 책임, 기업지배 구조 분야에서 긍정적인 이미지를 쌓은 기업들이 더 나은 성과를 기대할 수 있다고 언급하였다(박윤나 한상린, 2021). Larry Fink 회장의 연례 서한에서 언급된 내용에 따르면, 기업은 지속적인 성장을 위해 변화를 모색해야 하는데, 이는 자산 운용과 장기 전략, 환경 보호 및 사회적 책임을 중시하는 기업에 대한 투자 또는 인수 합병 시 높은 평가를 의미한다. 이러한 접근은 2021년 매출 상위 500대 기업의 평판을 43.2% 향상시키는 데 기여했다(이선미 박종철, 2022). 기업의 사회적 책임 활동은 이해관계자 관련 경영에서 중요한 역할을 수행하고 있다(Lee, Singal and Kang,

2013). ESG 관련 사회적 책임 등의 활동을 실행하는 기업들에 대해 일반 소비자들이 심리적이거나 기능적으로 높은 가치를 부여할 때, 이는 소비자와 기업 간의 관계를 긍정적으로 형성하는데 기여한다고 언급하였다(윤각 서상희, 2003). 사회적 책임을 적극적으로 이행하는 기업의 제품을 소개하였을 때, 고객들이 제품의 가격이 공정하다고 인식하고 구매 의사를 높이는 것으로 보인다(연구결과를 얻었다(Koschate-Fischer, Huber and Hoyer, 2015)). 이와 같이 인식된 가치는 기업이 일반 소비자와 기타 이해관계자들을 대상으로 하는 마케팅 활동의 기본이 되며, 기업에게는 이러한 높은 인식 가치를 기반으로 새로운 고객을 유치하고 지속적으로 관계를 강화하는 주된 이유가 된다(Choi et al., 2015). 한편 기업들의 적극적인 ESG 경영을 통해 소비자들과의 정신적 유대가 더 강화될 가능성도 존재한다(지용빈 서영욱, 2021). ESG 경영에 관한 정보는 기업의 이미지에 긍정적인 영향을 미치며, ESG 경영의 범위가 넓고 각 분야에 대한 투자가 클 경우, 또는 소비자가 기업의 ESG 경영 수준을 높게 평가할 때 더욱 긍정적인 기업 이미지가 형성됩니다. 반면, ESG 경영이 제한적이고, 기업 규모 대비 투자액이 적거나 ESG 경영 수준이 낮게 평가될 경우 긍정적인 기업 이미지 형성이 어려움이 있다고 분석하였다(나아람, 2022). 박윤나 한상린(2021)의 연구에 따르면, 기업의 ESG 경영 활동 중 환경 경영활동은 따뜻한 이미지 형성에 긍정적인 기여를 하고, 사회 경영활동은 따뜻하고 유능한 이미지를 창출하며, 지배 구조 경영활동은 기업의 유능함을 강조하는 이미지 형성에 기여한다고 밝혔다. 대체로 소비자들은 사회적 책임 활동에 적극 참여하며 선한 의도를 가진 기업을 ‘따뜻한 기업’으로 인식하고, 고품질 제품이나 서비스 제공에 능숙한 기업에 대해서는 ‘유능한 기업’으로 평가하는 경향이 있다고 하였다(Aaker et al., 2000).

## 제 3 장 연구 방법

### 제 1 절 조사대상자

본 연구에서는 경기 소재 중소기업 근로자들을 표본집단으로 하여 2023년 10월 첫째 주부터 셋째 주까지 3주 동안 설문조사를 실시하였다. 설문지는 총 250부를 배포하고 이 가운데 불성실한 응답 20부를 제외하고 유효한 230부 자료만 최종 분석에 활용하였다. 설문조사의 경우 응답에 협조한 중소기업 근로자에게 본 연구의 목적에 대한 충분한 설명과 동의를 얻은 후 참여자 스스로 설문지를 작성하는 자기기입 법을 사용하였다.

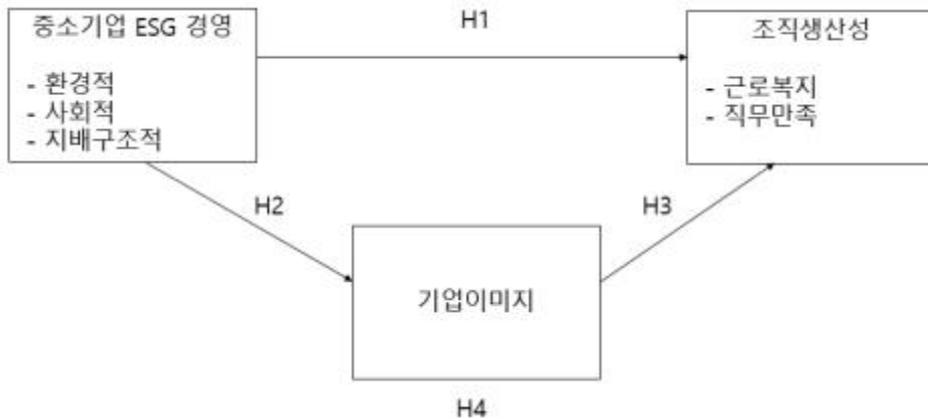
[표 3-1] 설문조사 계획

조사기간	2023년 10월 첫째 주부터 셋째 주까지 3주간
모 집 단	전국 중소기업 근로자
표본집단	경기 소재 중소기업 근로자
통계분석 설문 부수	총 250부 가운데 유효 설문지 230부
설문조사 방법	자기기입식(모바일 설문)

## 제 2 절 연구 모형 및 가설

### 1) 연구 모형

본 연구에서는 독립변인으로 중소기업 ESG 경영을, 종속변인으로는 조직 생산성을, 매개변인으로는 기업 이미지를 설계하였다. 독립변인인 중소기업 ESG 경영은 이지현(2022)에서 사용한 측정도구를 토대로 3개 하위 요인으로 설계하였고, 종속변인인 조직 생산성은 강현규(2022)에서 사용한 조직 생산성 향상 요인을 본 연구 특성에 맞게 수정하여 2개 하위 요인으로 설계하였다. 기업 이미지는 양나영(2022)의 연구를 토대로 단일 요인으로 설계하였다. 본 연구의 모형은 다음의 [그림 3-1]과 같다.



[그림 3-1] 연구 모형

## 2) 연구가설

본 연구의 모형을 기초로 하여 다음과 같은 가설을 도출하였다.

가설 1. 중소기업 ESG 경영은 조직 생산성에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

- 가설 1-1. 환경적 활동은 근로 복지에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.
- 가설 1-2. 사회적 활동은 근로 복지에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.
- 가설 1-3. 지배 구조적 활동은 근로 복지에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.
- 가설 1-4. 환경적 활동은 직무만족에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.
- 가설 1-5. 사회적 활동은 직무만족에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.
- 가설 1-6. 지배 구조적 활동은 직무만족에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

가설 2. 중소기업 ESG 경영은 기업 이미지에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

- 가설 2-1. 환경적 활동은 기업 이미지에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.
- 가설 2-2. 사회적 활동은 기업 이미지에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.
- 가설 2-3. 지배 구조적 활동은 기업 이미지에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

가설 3. 기업 이미지는 조직 생산성에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

- 가설 3-1. 기업 이미지는 근로 복지에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.
- 가설 3-2. 기업 이미지는 직무만족에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

가설 4. 중소기업 ESG 경영과 조직 생산성 간의 관계에서 기업 이미지의 매개효과가 있을 것이다.

가설 4-1. 환경적 활동과 근로 복지 간의 관계에서 기업 이미지의 매개효과가 있을 것이다.

가설 4-2. 사회적 활동과 근로 복지 간의 관계에서 기업 이미지의 매개효과가 있을 것이다.

가설 4-3. 지배 구조적 활동과 근로 복지 간의 관계에서 기업 이미지의 매개효과가 있을 것이다.

가설 4-4. 환경적 활동과 직무만족 간의 관계에서 기업 이미지의 매개효과가 있을 것이다.

가설 4-5. 사회적 활동과 직무만족 간의 관계에서 기업 이미지의 매개효과가 있을 것이다.

가설 4-6. 지배 구조적 활동과 직무만족 간의 관계에서 기업 이미지의 매개효과가 있을 것이다.

### 제 3 절 분석방법

본 연구에서 수집된 데이터의 통계적 분석은 SPSS 28.0과 SPSS Macro 3.4 프로그램을 활용하여 진행되었다.

첫째, 조사대상자의 일반적 특성을 알아보기 위하여 빈도 분석을 실시하여 빈도와 백분율(%)을 산출하였다.

둘째, 연구 변인인 중소기업 ESG 경영, 기업 이미지, 조직 생산성 측정 항목의 타당 도와 신뢰도 검증을 위해 탐색적 요인분석(EFA)을 실시하였고, 신뢰도 분석을 통해 Cronbach's  $\alpha$  계수를 산출하였다.

셋째, 일반적 특성에 따른 중소기업 ESG 경영, 기업 이미지, 조직 생산성 차이를 알아보기 위하여 독립 t-검정과 일원 변량분석(ANOVA)을 실시하였다. 일원 변량분석 후 집단 간의 차이를 규명하기 위해 Duncan의 사후 검정을 실시하였다.

넷째, 조사대상자들이 인식하는 중소기업 ESG 경영, 기업 이미지, 조직 생산성 수준을 파악하기 위하여 기술 통계분석을 실시하여 평균, 표준편차, 범위, 왜도, 첨도 등을 산출하였다.

다섯째, 연구 변인인 중소기업 ESG 경영, 기업 이미지, 조직 생산성 간의 상관관계를 파악하기 위해 피어슨 상관관계 분석(Pearson correlation analysis)을 실시하였고, 영향 관계 분석을 위해 다중회귀분석(Multi-regression Analysis)을 실시하였다.

여섯째, 중소기업 ESG 경영과 조직 생산성의 관계에서 기업 이미지의 매개 효과를 검증하기 위해 SPSS Macro(Model 4)를 통해 부트스트래핑을 실시하였다.

이상의 모든 분석은 통계적 유의수준 .05 수준으로 검증하였다.

## 제 4 장 연구결과

### 제 1 절 연구 대상자의 일반적 특성

연구 대상자의 일반적 특성은 [표 4-1]과 같이 전체 응답자는 230명이었고, 일반적 특성에 따른 분포는 다음과 같다.

성별로는 남자는 116명(50.4%), 여자는 114명(49.6%)이었고, 연령별로는 20대는 20명(8.7%), 30대는 92명(40.0%), 40대는 65명(28.3%), 50대는 43명(18.7%), 60대 이상은 10명(4.3%) 이었다.

근속 연수별로는 1년 미만은 22명(9.6%), 1-3년 미만은 57명(24.8%), 3-5년 미만은 30명(13.0%), 5-10년 미만은 55명(23.9%), 10-15년 미만은 25명(10.9%), 15년 이상은 41명(17.8%)이었고, 학력별로는 고등학교 졸업은 14명(6.1%), 대학교 졸업은 176명(76.5%), 대학원 졸업(석사)은 33명(14.3%), 대학원 졸업(박사)은 7명(3.0%) 이었다.

직급별로는 임원급(사장, 이사)은 33명(14.3%), 관리자(부장급)는 35명(15.2%), 중간관리자(과장, 차장급)는 70명(30.4%), 실무자(대리 이하)는 92명(40.0%)이었고, 종업원 수별로는 5인 미만은 40명(17.4%), 5-10인 미만은 28명(12.2%), 10-50인 미만은 63명(27.4%), 50-100인 미만은 24명(10.4%), 100-300인 미만은 21명(9.1%), 300인 이상은 54명(23.5%) 이었다.

[표 4-1] 연구 대상자의 일반적 특성(N=230)

	구분	N	%
성별	남자	116	50.4
	여자	114	49.6
연령	20대	20	8.7
	30대	92	40.0
	40대	65	28.3
	50대	43	18.7
	60대 이상	10	4.3
근속연수	1년 미만	22	9.6
	1-3년 미만	57	24.8
	3-5년 미만	30	13.0
	5-10년 미만	55	23.9
	10-15년 미만	25	10.9
	15년 이상	41	17.8
학력	고등학교 졸업	14	6.1
	대학교 졸업	176	76.5
	대학원 졸업(석사)	33	14.3
	대학원 졸업(박사)	7	3.0
직급	임원급(사장, 이사)	33	14.3
	관리자(부장급)	35	15.2
	중간관리자(과장, 차장급)	70	30.4
	실무자(대리 이하)	92	40.0
종업원 수	5인 미만	40	17.4
	5-10인 미만	28	12.2
	10-50인 미만	63	27.4
	50-100인 미만	24	10.4
	100-300인 미만	21	9.1
	300인 이상	54	23.5

## 제 2 절 측정 도구의 신뢰도 및 타당도 검증

본 연구에서는 가설 검증을 위한 예비분석으로 탐색적 요인분석(EFA)과 신뢰도 분석을 실시하였다. 우선 각 변수별 설문 문항에 대해 직각 회전(varimax) 방식으로 요인분석을 실시하였다. 요인 추출의 기준이 되는 고윳값(Eigenvalue)은 1.0 이상, 요인 적재치는 0.5 이상으로 정하였고, 요인분석을 반복하면서 0.5가 넘지 않는 문항들을 제거하였다. 또한 각각의 요인별로 묶여진 문항에 대해서 신뢰도 분석을 실시하였고, Cronbach's  $\alpha$  계수를 측정하여 검증하였다.

### 1) ESG 경영 측정문항의 신뢰도 및 타당도

ESG 경영의 15개 문항에 대한 탐색적 요인분석을 반복한 결과, 7번, 8번의 2개 문항은 타당도를 저해하는 항목으로 나타나 분석에서 제외했다. 그 결과 표본 적합도를 검증하는 KMO(Kaiser-Meyer-Olkin) 값이 .921, 요인분석의 적합성을 나타내는 Bartlett의 구형성 검증 결과  $\chi^2=2720.689$ ,  $df=78$ ,  $p<.001$ 로 요인분석의 사용이 적합하며 공통 요인이 존재함을 확인하였다. 요인분석의 결과에 따라 3개의 요인이 도출되었고, 모든 항목의 요인 적재량이 0.5 이상으로 나타나 타당성은 충분한 것으로 판단할 수 있었다. 그리고 신뢰도 분석 결과 환경적 Cronbach's  $\alpha=.961$ , 지배 구조적 Cronbach's  $\alpha=.883$ , 사회적 Cronbach's  $\alpha=.828$ 로 모두 기준값 0.6보다 높게 나타나 측정 자료의 내적 일관성이 있는 것으로 나타났다.

[표 4-2] ESG 경영 측정문항의 신뢰도 및 타당도

항목	환경적	지배 구조적	사회적
5. 우리 기업은 환경보호를 위한 프로그램을 운영한다.	<u>.914</u>	.147	.195
3. 우리 기업은 환경경영에 대한 임직원의 인식 수준을 높이기 위해 교육 프로그램을 제공하고 있다.	<u>.905</u>	.149	.202
1. 우리 기업은 환경보호계획을 수립하고 이를 시행하기 위한 시간 및 비용을 투자하고 있다.	<u>.886</u>	.212	.125
2. 우리 기업은 기업의 환경과 관련한 전담조직을 보유하고 있다.	<u>.886</u>	.142	.170
6. 우리 기업은 환경보호를 위한 경영방침, 제품 생산 등 다양한 실천 방안을 생각한다.	<u>.872</u>	.260	.183
4. 우리 기업의 최고경영자는 환경경영에 대한 실천 의지가 확고하다.	<u>.757</u>	.412	.220
13. 우리 기업은 뇌물, 부패, 규제 및 소송 등 기업의 윤리·준법 경영을 준수하고 있다.	.203	<u>.871</u>	.167
15. 우리 기업은 세금, 법인세, 절세상품 등 재무 회계의 투명성과 전략을 반영하고 있다.	.203	<u>.850</u>	.224
14. 우리 기업은 임원의 적정 보수 및 직원의 정당 보상 등에 대한 투명경영을 시행하고 있다.	.190	<u>.728</u>	.358
12. 우리 기업은 생산품의 품질, 안전, 고객 정보 및 데이터 보완 등 책임 생산을 시행하고 있다.	.287	<u>.671</u>	.384
11. 우리 기업은 근로계약의 위반 및 노동착취 등을 고려하여 운영하고 있다.	.165	.224	<u>.814</u>
10. 우리 기업은 노조와 원활한 관계를 형성하고 있다.	.265	.286	<u>.776</u>
9. 우리 기업은 다양하고 균등한 고용기회를 제공하고 있다.	.223	.485	<u>.712</u>
고웃값	4.906	3.174	2.330
분산 설명력(%)	37.741	24.413	17.922
Cronbach's $\alpha$	.961	.883	.828

KMO=.921, Bartlett's test=2720.689(p<.001), df=78

## 2) 기업 이미지 측정문항의 신뢰도 및 타당도

기업 이미지의 5개 문항에 대한 탐색적 요인분석을 반복한 결과, 표본 적합도를 검증하는 KMO(Kaiser-Meyer-Olkin) 값이 .837, 요인분석의 적합성을 나타내는 Bartlett의 구형성 검증 결과  $\chi^2=663.339$ ,  $df=10$ ,  $p<.001$ 로 요인분석의 사용이 적합하며 공통 요인이 존재함을 확인하였다. 요인분석의 결과에 따라 1개의 요인이 도출되었고, 모든 항목의 요인 적재량이 0.5 이상으로 나타나 타당성은 충분한 것으로 판단할 수 있었다. 신뢰도 분석 결과 기업 이미지의 Cronbach's  $\alpha=.894$ 로 기준값 0.6보다 높게 나타나 측정 자료의 내적 일관성이 있는 것으로 나타났다.

[표 4-3] 기업 이미지 측정문항의 신뢰도 및 타당도

항 목	기업 이미지
5. 우리 기업은 혁신적인 아이디어와 제품으로 시장을 선도한다.	<u>.862</u>
3. 우리 기업은 사회 공헌기업이라고 생각된다.	<u>.858</u>
1. 우리 기업은 성장 가능성이 높은 기업이라고 생각한다.	<u>.835</u>
4. 우리 기업은 글로벌 시장에서 경쟁력을 가지며, 해외에서도 높은 인지도를 누린다.	<u>.830</u>
2. 우리 기업은 사회적으로 친근감을 가지고 있다.	<u>.813</u>
고윳값	3.527
분산 설명력(%)	70.540
Cronbach's $\alpha$	.894

KMO=.837, Bartlett's test=663.339( $p<.001$ ),  $df=10$

## 3) 조직 생산성 측정문항의 신뢰도 및 타당도

조직 생산성의 13개 문항에 대한 탐색적 요인분석을 반복한 결과, 6번, 7번, 10번의 3개 문항은 타당도를 저해하는 항목으로 나타나 분석에서 제외했다. 그 결과 표본 적합도를 검증하는 KMO(Kaiser-Meyer-Olkin) 값이 .939, 요인분석의 적합성을 나타내는 Bartlett의 구형성 검증 결과  $\chi^2=2179.464$ ,

df=45,  $p < .001$ 로 요인분석의 사용이 적합하며 공통 요인이 존재함을 확인하였다. 요인분석의 결과에 따라 2개의 요인이 도출되었고, 모든 항목의 요인 적재량이 0.5 이상으로 나타나 타당성은 충분한 것으로 판단할 수 있었다. 그리고 신뢰도 분석 결과 직무만족 Cronbach's  $\alpha = .939$ , 근로 복지 Cronbach's  $\alpha = .922$ 로 모두 기준값 0.6보다 높게 나타나 측정 자료의 내적 일관성이 있는 것으로 나타났다.

[표 4-4] 조직 생산성 측정문항의 신뢰도 및 타당도

항 목	직무만족	근로 복지
11. ESG 경영은 나 자신의 능력 개발에도 많은 도움을 준다고 생각한다.	<u>.829</u>	.429
9. ESG 경영은 내 능력을 발휘할 기회를 준다고 생각한다.	<u>.827</u>	.366
12. ESG 경영은 직무 성과에 많은 영향을 준다고 생각한다.	<u>.807</u>	.440
13. ESG 경영은 동료들 간에는 팀워크와 협력이 활발할 것이라고 생각한다.	<u>.758</u>	.417
8. ESG 경영은 나에게 가치 있는 일이라고 생각한다.	<u>.753</u>	.411
3. ESG 경영을 수행하는 것이 때 출 향상에 도움이 되었다고 생각한다.	.363	<u>.811</u>
1. ESG 경영이 지식, 기술, 태도 등을 향상시켜 근속 욕구를 높여 줄 것이다.	.343	<u>.786</u>
4. ESG 경영을 수행하면 고객에 대한 서비스가 향상될 것이다.	.448	<u>.760</u>
5. ESG 경영이 자기 발전과 기업 성과를 위해 유익하다고 생각한다.	.455	<u>.758</u>
2. ESG 경영에서 배운 내용들이 업무에서 부딪치는 문제점들을 해결하는 데 큰 도움이 될 것이다.	.564	<u>.668</u>
고유탈값	4.139	3.727
분산 설명력(%)	41.391	37.271
Cronbach's $\alpha$	.939	.922

KMO=.939, Bartlett's test=2179.464( $p < .001$ ), df=45

### 제 3 절 일반적 특성에 따른 중소기업 ESG 경영, 기업 이미지, 조직 생산성 차이

#### 1) 일반적 특성에 따른 중소기업 ESG 경영, 기업 이미지 차이

일반적 특성에 따른 중소기업 ESG 경영, 기업 이미지 차이를 분석한 결과는 [표 4-5]와 같다.

성별에 따라서는 중소기업 ESG 경영의 하위 요인인 환경적 활동( $t=2.995$ ,  $p<.01$ ), 사회적 활동( $t=2.410$ ,  $p<.05$ ), 지배 구조적 활동( $t=3.139$ ,  $p<.01$ )과 기업 이미지( $t=3.475$ ,  $p<.01$ )에서 유의한 차이가 있었다. 중소기업 ESG 경영의 하위 요인인 환경적 활동, 사회적 활동, 지배 구조적 활동과 기업 이미지 모두 남자가 여자보다 더 높은 것으로 나타났다.

연령, 근속연수, 학력, 직급에 따라서는 중소기업 ESG 경영의 하위 요인인 환경적 활동, 사회적 활동, 지배 구조적 활동과 기업 이미지 모두 유의한 차이가 없었다.

종업원 수에 따라서는 중소기업 ESG 경영의 하위 요인인 환경적 활동( $F=22.071$ ,  $p<.001$ ), 사회적 활동( $F=6.067$ ,  $p<.01$ ), 지배 구조적 활동( $F=4.700$ ,  $p<.01$ )과 기업 이미지( $F=8.372$ ,  $p<.001$ )에서 유의한 차이가 있었다. 환경적 활동은 종업원 수가 많을수록 더 높았고, 사회적 활동과 지배 구조적 활동은 100-300인 미만이 가장 높고, 10-100인 미만이 가장 낮은 것으로 나타났다. 기업 이미지는 300인 이상이 가장 높고, 10-100인 미만이 가장 낮은 것으로 나타났다.

[표 4-5] 일반적 특성에 따른 중소기업 ESG 경영, 기업 이미지 차이

구분	환경적 활동		사회적 활동		지배 구조적 활동		기업 이미지		
	M	SD	M	SD	M	SD	M	SD	
성별	남자	2.80	1.33	3.47	0.97	3.82	0.86	3.15	1.01
	여자	2.30	1.16	3.13	1.13	3.43	1.04	2.70	0.98
	<i>t(p)</i>	2.995 <sup>**</sup> (.003)		2.410 <sup>*</sup> (.017)		3.139 <sup>**</sup> (.002)		3.475 <sup>**</sup> (.001)	
연령	20대	2.36	0.97	3.08	1.20	3.43	1.10	3.05	0.91
	30대	2.56	1.39	3.44	1.15	3.59	1.06	2.83	1.18
	40대	2.68	1.28	3.24	0.97	3.71	0.87	3.01	0.97
	50대 이상	2.45	1.14	3.21	0.95	3.67	0.90	2.95	0.82
	<i>F(p)</i>	.478(.698)		.982(.402)		.519(.670)		.515(.672)	
근속 연수	3년 미만	2.46	1.38	3.29	1.15	3.60	1.04	3.05	1.13
	3-5년 미만	2.17	1.33	3.37	0.81	3.46	0.91	2.61	1.04
	5-10년 미만	2.82	1.22	3.27	1.14	3.61	0.97	2.97	1.01
	10년 이상	2.61	1.11	3.31	1.01	3.75	0.92	2.89	0.86
	<i>F(p)</i>	1.870(.135)		.064(.979)		.647(.586)		1.357(.257)	
학력	고등학교 졸업	2.23	1.15	2.71	1.10	3.48	1.23	2.66	1.16
	대학교 졸업	2.60	1.30	3.36	1.08	3.65	0.96	2.95	1.04
	대학원 이상	2.44	1.20	3.23	0.93	3.56	0.97	2.92	0.88
	<i>F(p)</i>	.747(.475)		2.541(.081)		.330(.719)		.532(.588)	
직급	임원급	2.02	0.85	3.43	0.93	3.68	0.85	2.92	0.70
	관리자	2.75	1.35	3.39	0.99	3.79	0.81	3.06	0.90
	중간관리자	2.66	1.24	3.10	0.99	3.63	1.02	2.81	1.03
	실무자	2.58	1.36	3.37	1.17	3.55	1.04	2.97	1.15
	<i>F(p)</i>	2.448(.065)		1.224(.302)		.581(.628)		.566(.638)	
종업 원 수	10인 미만	2.16 <sup>a</sup>	1.16	3.34 <sup>ab</sup>	1.12	3.75 <sup>b</sup>	1.11	2.76 <sup>a</sup>	1.02
	10-100인 미만	2.16 <sup>a</sup>	1.15	2.99 <sup>a</sup>	0.90	3.34 <sup>a</sup>	0.87	2.69 <sup>a</sup>	0.92
	100-300인 미만	2.71 <sup>b</sup>	1.22	3.94 <sup>c</sup>	0.86	4.01 <sup>b</sup>	0.69	3.07 <sup>ab</sup>	1.12
	300인 이상	3.60 <sup>c</sup>	0.99	3.50 <sup>bc</sup>	1.15	3.79 <sup>b</sup>	0.94	3.48 <sup>b</sup>	0.94
	<i>F(p)</i>	22.071 <sup>***</sup> (.000)		6.067 <sup>**</sup> (.001)		4.700 <sup>**</sup> (.003)		8.372 <sup>***</sup> (.000)	

\**p*<.05, \*\**p*<.01, \*\*\**p*<.001

Duncan test a<b<c

## 2) 일반적 특성에 따른 조직 생산성 차이

일반적 특성에 따른 조직 생산성 차이를 분석한 결과는 [표 4-6]와 같다.

성별, 연령, 근속연수, 학력, 직급, 종업원 수에 따라서는 조직 생산성 전체와 하위 요인인 근로 복지, 직무만족 모두에서 유의한 차이가 없었다.

[표 4-6] 일반적 특성에 따른 조직 생산성 차이

구분	근로 복지		직무만족		조직 생산성		
	M	SD	M	SD	M	SD	
성별	남자	3.44	0.95	3.42	1.04	3.43	0.94
	여자	3.44	0.80	3.55	0.86	3.50	0.81
	<i>t(p)</i>	.039(.969)		-1.064(.288)		-.558(.577)	
연령	20대	3.41	0.70	3.45	0.71	3.43	0.68
	30대	3.47	0.93	3.50	1.09	3.48	0.97
	40대	3.38	0.95	3.36	0.92	3.37	0.90
	50대 이상	3.48	0.77	3.65	0.82	3.56	0.75
	<i>F(p)</i>	.187(.905)		.900(.442)		.503(.681)	
근속 연수	3년 미만	3.49	0.99	3.53	1.03	3.51	1.00
	3-5년 미만	3.59	0.75	3.78	0.75	3.68	0.74
	5-10년 미만	3.47	0.89	3.33	1.05	3.40	0.90
	10년 이상	3.28	0.77	3.44	0.84	3.36	0.76
	<i>F(p)</i>	1.076(.360)		1.581(.195)		1.098(.351)	
학력	고등학교 졸업	3.36	0.89	3.40	0.89	3.38	0.87
	대학교 졸업	3.40	0.89	3.48	0.93	3.44	0.88
	대학원 이상	3.66	0.78	3.56	1.09	3.61	0.87
	<i>F(p)</i>	1.556(.213)		.183(.833)		.705(.495)	
직급	임원급	3.67	0.68	3.76	0.69	3.72	0.65
	관리자	3.59	0.92	3.48	0.92	3.53	0.88
	중간관리자	3.27	0.81	3.47	0.89	3.37	0.81
	실무자	3.43	0.95	3.41	1.08	3.42	0.98
	<i>F(p)</i>	1.934(.125)		1.157(.327)		1.340(.262)	
종업원 수	10인 미만	3.42	1.00	3.54	1.01	3.48	0.96
	10-100인 미만	3.40	0.75	3.53	0.83	3.47	0.77
	100-300인 미만	3.55	0.78	3.50	1.05	3.52	0.89
	300인 이상	3.47	0.95	3.34	1.05	3.41	0.95
	<i>F(p)</i>	.198(.897)		.534(.660)		.110(.954)	

\*  $p < .05$

Duncan test a < b

## 제 4 절 기술 통계 및 상관분석

### 1) 기술 통계

주요 변인의 일반적 경향을 살피고자 평균, 표준편차, 범위를 산출하였고, 정규성 가정 충족 여부를 확인하고자 왜 도와 첨도를 산출하였다. 일반적으로 왜도의 절댓값이 3.0 이상이거나 첨도의 절댓값이 10.0 이상인 경우 정규성 가정을 충족하지 못한 것으로 판단하는데(Kline, 2011), 본 연구에서는 [표 4-7]과 같이 정규성 가정을 충족하는 것으로 나타났다.

[표 4-7] 주요 변인의 기술 통계량

변인	평균	표준편차	범위	왜도	첨도	
ESG 경영	환경적	2.55	1.27	1-5	.348	-1.016
	사회적	3.30	1.06	1-5	-.177	-.470
	지배 구조적	3.63	0.97	1-5	-.623	.034
기업 이미지	2.93	1.02	1-5	.095	-.424	
조직 생산성	근로 복지	3.44	0.88	1-5	-.463	.133
	직무만족	3.49	0.95	1-5	-.455	.111
	조직 생산성	3.46	0.88	1-5	-.446	.148

### 2) 상관분석

본 연구에 포함된 모든 변인들 간의 상관관계 분석 결과는 [표 4-8]과 같다.

ESG 경영의 하위 요인인 환경적( $r=.727, p<.01$ ), 사회적( $r=.579, p<.01$ ), 지배 구조적( $r=.651, p<.01$ )은 기업 이미지와 정(+)의 상관관계가 있었다.

ESG 경영의 하위 요인인 환경적( $r=.377, p<.01$ ), 사회적( $r=.408, p<.01$ ), 지배 구조적( $r=.437, p<.01$ )은 근로 복지와 정(+)의 상관관계가 있었고, ESG 경영의 하위 요인인 환경적( $r=.269, p<.01$ ), 사회적( $r=.437, p<.01$ ), 지배 구

조직( $r=.411$ ,  $p<.01$ )은 직무만족과 정(+의 상관관계가 있었고, ESG 경영의 하위 요인인 환경적( $r=.334$ ,  $p<.01$ ), 사회적( $r=.393$ ,  $p<.01$ ), 지배 구조적( $r=.442$ ,  $p<.01$ )은 조직 생산성과 정(+의 상관관계가 있었다.

기업 이미지는 조직 생산성의 하위 요인인 근로 복지( $r=.481$ ,  $p<.01$ ), 직무 만족( $r=.369$ ,  $p<.01$ ), 조직 생산성 전체( $r=.441$ ,  $p<.01$ )와 정(+의 상관관계가 있었다.

[표 4-8] 주요 변인 간 상관관계

변인		ESG 경영			기업 이미지	조직 생산성		
		환경적	사회적	지배 구조적		근로 복지	직무 만족	조직 생산성
ESG 경영	환경적	1						
	사회적	.506**	1					
	지배 구조적	.521**	.687**	1				
기업 이미지		.727**	.579**	.651**	1			
조직 생산성	근로 복지	.377**	.408**	.437**	.481**	1		
	직무만족	.269**	.347**	.411**	.369**	.837**	1	
	조직 생산성	.334**	.393**	.442**	.441**	.955**	.962**	1

\*\* $p<.01$

## 제 5 절 연구 가설의 검증

### 1) 가설 1의 검증

가설 1. 중소기업 ESG 경영은 근로 생산성에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

가설 1-1. 환경적 활동은 근로 복지에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

가설 1-2. 사회적 활동은 근로 복지에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

가설 1-3. 지배 구조적 활동은 근로 복지에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

중소기업 ESG 경영이 근로 복지에 미치는 영향을 검증한 결과는 [표 5-1]과 같다. 우선 분석 전에 독립변수들 간의 다중공 선성에 문제가 있는지 검증한 결과 VIF는 1.456~2.050으로 10보다 작게 나타나 독립변수들 간의 다중공 선성에 문제는 없었다. 그리고 D/W 값은 2.293으로 2에 가까운 것으로 나타나 잔차들 간에 상관관계는 없는 것으로 나타났다.

중소기업 ESG 경영이 근로 복지를 설명하는 설명력 정도는  $R^2=.234$ 로 나타나 23.4%의 설명력이 확인되었고,  $F=22.990$ 으로 나타나 유의수준  $\alpha=.001$ 에서 회귀 모형이 적합한 것으로 나타났다. 중소기업 ESG 경영 중에서 환경적 활동( $\beta=.173$ ,  $p<.05$ ), 지배 구조적 활동( $\beta=.241$ ,  $p<.01$ )은 근로 복지에 유의미한 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 상대적 영향력은 지배 구조적 활동, 환경적 활동 순으로 나타났다. 결론적으로 중소기업 ESG 경영이 근로 복지에 미치는 영향에서 가설 1-1, 가설 1-3은 채택되었고, 가설 1-2는 기각되었다.

[표 5-1] 중소기업 ESG 경영이 근로 복지에 미치는 영향

요인	비표준화 계수		표준화 계수	t	p	VIF
	B	SE	$\beta$			
(상수)	1.925	.201		9.593	.000	
환경적	.119	.048	.173	2.462*	.015	1.456
사회적	.128	.068	.155	1.883	.061	2.005
지배 구조적	.217	.075	.241	2.887**	.004	2.050

종속변수: 근로 복지

$R^2=.234$ , Adjusted  $R^2=.224$ ,  $F=22.990^{***}$ ,  $p=.000$ ,  $D/W=2.293$

\* $p<.05$ , \*\* $p<.01$ , \*\*\* $p<.001$

가설 1-4. 환경적 활동은 직무만족에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

가설 1-5. 사회적 활동은 직무만족에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

가설 1-6. 지배 구조적 활동은 직무만족에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

중소기업 ESG 경영이 직무만족에 미치는 영향을 검증한 결과는 [표 5-2]와 같다. 우선 분석 전에 독립변수들 간의 다중 공선성에 문제가 있는지 검증한 결과 VIF는 1.456~2.050으로 10보다 작게 나타나 독립변수들 간의 다중 공선성에 문제는 없었다. 그리고 D/W 값은 2.317로 2에 가까운 것으로 나타나 잔차들 간에 상관관계는 없는 것으로 나타났다.

중소기업 ESG 경영이 직무만족을 설명하는 설명력 정도는  $R^2=.179$ 로 나타나 17.9%의 설명력이 확인되었고,  $F=16.435$ 로 나타나 유의수준  $\alpha=.001$ 에서 회귀 모형이 적합한 것으로 나타났다. 중소기업 ESG 경영 중에서 지배 구조적 활동( $\beta=.310$ ,  $p<.001$ )은 직무만족에 유의미한 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 결론적으로 중소기업 ESG 경영이 직무만족에 미치는 영향에서 가설 1-6은 채택되었고, 가설 1-4, 가설 1-5는 기각되었다.

[표 5-2] 중소기업 ESG 경영이 직무만족에 미치는 영향

요인	비표준화 계수		표준화 계수	t	p	VIF
	B	SE	$\beta$			
(상수)	1.965	.226		8.689	.000	
환경적	.040	.055	.053	.724	.470	1.456
사회적	.097	.077	.108	1.268	.206	2.005
지배 구조적	.303	.085	.310	3.588***	.000	2.050

종속변수: 직무만족

$R^2=.179$ , Adjusted  $R^2=.168$ ,  $F=16.435^{***}$ ,  $p=.000$ , D/W=2.317

\*\*\*  $p < .001$

## 2) 가설 2의 검증

가설 2. 중소기업 ESG 경영은 기업 이미지에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

가설 2-1. 환경적 활동은 기업 이미지에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

가설 2-2. 사회적 활동은 기업 이미지에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

가설 2-3. 지배 구조적 활동은 기업 이미지에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

중소기업 ESG 경영이 기업 이미지에 미치는 영향을 검증한 결과는 [표 5-3]과 같다. 우선 분석 전에 독립변수들 간의 다중 공선성에 문제가 있는지 검증한 결과 VIF는 1.456~2.050으로 10보다 작게 나타나 독립변수들 간의 다중 공선성에 문제는 없었다. 그리고 D/W 값은 2.062로 2에 가까운 것으로 나타나 잔차들 간에 상관관계는 없는 것으로 나타났다.

중소기업 ESG 경영이 기업 이미지를 설명하는 설명력 정도는  $R^2=.636$ 으로 나타나 63.6%의 설명력이 확인되었고,  $F=131.607$ 로 나타나 유의수준  $\alpha=.001$ 에서 회귀 모형이 적합한 것으로 나타났다. 중소기업 ESG 경영 중에서 환경적 활동( $\beta=.511$ ,  $p<.001$ ), 지배 구조적 활동( $\beta=.311$ ,  $p<.001$ )은 기업 이미지에 유의미한 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 상대적 영향력은 환경적

활동, 지배 구조적 활동 순으로 나타났다. 결론적으로 중소기업 ESG 경영이 기업 이미지에 미치는 영향에서 가설 2-1, 가설 2-3은 채택되었고, 가설 2-2는 기각되었다.

[표 5-3] 중소기업 ESG 경영이 기업 이미지에 미치는 영향

요인	비표준화 계수		표준화 계수	t	p	VIF
	B	SE	$\beta$			
(상수)	.357	.161		2.215	.028	
환경적	.410	.039	.511	10.547***	.000	1.456
사회적	.103	.055	.107	1.885	.061	2.005
지배 구조적	.326	.060	.311	5.415***	.000	2.050

종속변수: 기업 이미지

$R^2=.636$ , Adjusted  $R^2=.631$ ,  $F=131.607^{***}$ ,  $p=.000$ , D/W=2.062

\*\*\*  $p < .001$

### 3) 가설 3의 검증

가설 3. 기업 이미지는 조직 생산성에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

가설 3-1. 기업 이미지는 근로 복지에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

기업 이미지가 근로 복지에 미치는 영향을 알아본 결과는 [표 5-4]와 같다.

기업 이미지가 근로 복지를 설명하는 설명력 정도는  $R^2=.231$ 로 나타나 23.1%의 설명력이 확인되었고,  $F=68.493$ 으로 나타나 유의수준  $\alpha=.001$ 에서 회귀 모형이 적합한 것으로 나타났다. 기업 이미지( $\beta=.481$ ,  $p < .001$ )는 근로 복지에 유의미한 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 결론적으로 기업 이미지가 근로 복지에 미치는 영향에서 가설 3-1은 채택되었다.

[표 5-4] 기업 이미지가 근로 복지에 미치는 영향

요인	비표준화 계수		표준화 계수	<i>t</i>	<i>p</i>
	B	SE	$\beta$		
(상수)	2.231	.155		14.431	.000
기업 이미지	.413	.050	.481	8.276 <sup>***</sup>	.000
종속변수: 근로 복지					
$R^2=.231$ , Adjusted $R^2=.228$ , $F=68.493$ <sup>***</sup> , $p=.000$ , D/W=2.292					

<sup>\*\*\*</sup>  $p < .001$

가설 3-2. 기업 이미지는 직무만족에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

기업 이미지가 직무만족에 미치는 영향을 알아본 결과는 [표 5-5]와 같다.

기업 이미지가 직무만족을 설명하는 설명력 정도는  $R^2=.136$ 으로 나타나 13.6%의 설명력이 확인되었고,  $F=35.863$ 으로 나타나 유의수준  $\alpha=.001$ 에서 회귀 모형이 적합한 것으로 나타났다. 기업 이미지( $\beta=.369$ ,  $p < .001$ )는 직무만족에 유의미한 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 결론적으로 기업 이미지가 직무만족에 미치는 영향에서 가설 3-2는 채택되었다.

[표 5-5] 기업 이미지가 직무만족에 미치는 영향

요인	비표준화 계수		표준화 계수	<i>t</i>	<i>p</i>
	B	SE	$\beta$		
(상수)	2.478	.178		13.895	.000
기업 이미지	.345	.058	.369	5.989 <sup>***</sup>	.000
종속변수: 직무만족					
$R^2=.136$ , Adjusted $R^2=.132$ , $F=35.863$ <sup>***</sup> , $p=.000$ , D/W=2.335					

<sup>\*\*\*</sup>  $p < .001$

#### 4) 가설 4의 검증

가설 4. 중소기업 ESG 경영과 조직 생산성 간의 관계에서 기업 이미지의 매개효과가 있을 것이다.

가설 4-1. 환경적 활동과 근로 복지 간의 관계에서 기업 이미지의 매개효과가 있을 것이다.

가설 4-2. 사회적 활동과 근로 복지 간의 관계에서 기업 이미지의 매개효과가 있을 것이다.

가설 4-3. 지배 구조적 활동과 근로 복지 간의 관계에서 기업 이미지의 매개효과가 있을 것이다.

가설 4-4. 환경적 활동과 직무만족 간의 관계에서 기업 이미지의 매개효과가 있을 것이다.

가설 4-5. 사회적 활동과 직무만족 간의 관계에서 기업 이미지의 매개효과가 있을 것이다.

가설 4-6. 지배 구조적 활동과 직무만족 간의 관계에서 기업 이미지의 매개효과가 있을 것이다.

중소기업 ESG 경영과 조직 생산성(근로 복지, 직무만족) 간의 관계에서 기업 이미지의 매개효과를 검증하기 위하여 SPSS Macro(Model 4)를 통해 부트스트래핑을 실시하였고, 그 결과는 [표 5-6]과 같다.

부트스트래핑 방법은 매개(간접) 효과 계수에 대한 95% 신뢰구간을 산출하는데, 이 신뢰구간이 0을 포함하지 않으면 매개효과가 .05 수준에서 통계적으로 유의하다고 결론 내릴 수 있다(Preacher & Hayes, 2004). 본 연구에서는 부트스트랩 표본의 수를 5,000개로 설정하여 검증을 실시하였으며, 95% 신뢰구간에서 매개효과 계수의 상한 값과 하한 값을 구하였다.

먼저, 환경적 활동→기업 이미지→근로 복지 경로는 간접 효과 계수는 .1049이었으며, 하한 값 .0382, 상한 값 .1894로 신뢰구간에 0을 포함하지 않아 매개효과가 유의미한 것으로 나타났다. 가설 4-1은 채택되었다.

다음으로, 사회적 활동→기업 이미지→근로 복지 경로는 간접 효과계수는 .0263이었으며, 하한 값 -.0061, 상한 값 .0656으로 신뢰구간에 0을 포함하고 있어 매개효과가 유의미하지 않은 것으로 나타났다. 가설 4-2는 기각되었다.

다음으로, 지배 구조적 활동→기업 이미지→근로 복지 경로는 간접 효과 계수는 .0834이었으며, 하한 값 .0269, 상한 값 .1675로 신뢰구간에 0을 포함하지 않아 매개효과가 유의미한 것으로 나타났다. 가설 4-3은 채택되었다.

다음으로, 환경적 활동→기업 이미지→직무만족 경로는 간접 효과 계수는 .0697이었으며, 하한 값 -.0083, 상한 값 .1627로 신뢰구간에 0을 포함하고 있어 매개효과가 유의미하지 않은 것으로 나타났다. 가설 4-4는 기각되었다.

다음으로, 사회적 활동→기업 이미지→직무만족 경로는 간접 효과 계수는 .0175이었으며, 하한 값 -.0077, 상한 값 .0473으로 신뢰구간에 0을 포함하고 있어 매개효과가 유의미하지 않은 것으로 나타났다. 가설 4-5는 기각되었다.

다음으로, 지배 구조적 활동→기업 이미지→직무만족 경로는 간접 효과 계수는 .1117이었으며, 하한 값 .0014, 상한 값 .2274로 신뢰구간에 0을 포함하지 않아 매개효과가 유의미한 것으로 나타났다. 가설 4-6은 채택되었다.

[표 5-6] 중소기업 ESG 경영과 조직 생산성(근로 복지, 직무만족) 간의 관계에서 기업 이미지의 매개효과 검증

경로	Effect	Boot SE	95% 신뢰구간		채택 여부
			LLCI	ULCI	
환경적 활동→기업이미지→근로 복지	.1049	.0392	.0382	.1894	채택
사회적 활동→기업이미지→근로 복지	.0263	.0181	-.0061	.0656	기각
지배 구조적 활동→기업이미지→근로복지	.0834	.0355	.0269	.1675	채택
환경적 활동→기업이미지→직무만족	.0697	.0430	-.0083	.1627	기각
사회적 활동→기업이미지→직무만족	.0175	.0142	-.0077	.0473	기각
지배 구조적 활동→기업이미지→직무만족	.1117	.0579	.0014	.2274	채택

## 제 5 장 결 론

### 제 1 절 연구의 결과

본 연구는 중소기업의 ESG(환경, 사회, 지배 구조) 경영이 조직 생산성에 어떤 영향을 미치는지를 살펴보고 이들 간의 관계에서 기업 이미지의 매개효과를 살펴보는 데 그 목적이 있다. 가설검증 결과를 중심으로 논의하면 다음과 같다.

첫째, 중소기업 ESG 경영 중에서 환경적 활동, 지배 구조적 활동은 근로 복지에 유의미한 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 상대적 영향력은 지배 구조적 활동, 환경적 활동 순으로 나타났다. 하지만 사회적 활동은 근로 복지에 영향을 미치지 않는 것으로 나타났다. 또한, 중소기업 ESG 경영 중에서 지배 구조적 활동은 직무만족에 유의미한 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났고 환경적, 사회적 활동은 직무만족에 영향을 미치지 않는 것으로 나타났다.

먼저, 환경적 활동은 직원들에게 자연과 조화롭게 사업을 영위하는 기업의 이미지를 부여하며, 이는 근로자의 자부심과 기업에 대한 만족감을 증진시킨다. 이러한 활동은 근로자가 소속된 조직에 대한 긍정적인 인식을 강화시키고, 이는 근로 복지에 대한 인식을 높인 것으로 보인다. 지배 구조적 활동의 영향력이 환경적 활동보다 더 큰 것으로 나타난 것은, 투명하고 책임 있는 지배 구조가 직원들에게 더욱 신뢰감을 주며, 이로 인해 직원들의 안정감과 만족도가 증가하기 때문이다. 특히 중소기업에서는 의사결정과정의 투명성과 공정성이 직원들의 근로환경에 큰 영향을 미칠 수 있다. 반면, 사회적 활동이 근로 복지에 유의미한 영향을 미치지 못한 이유는 중소기업이 직면한 자원의 한계와 사회적 활동의 직접적인 근로 복지 향상에 대한 인식 부족 때문일 수 있다. 중소기업의 경우, 대규모 기업에 비해 제한된 자원으로 인해 사회적 책

임 활동에 대한 투자가 제한적일 수 있으며, 이러한 활동들이 직접적으로 근로자의 복지에 기여한다는 인식이 부족할 수 있다. 이러한 결과는 중소기업에게 ESG 경영을 통한 근로 복지 향상을 위해 환경적 및 지배 구조적 활동에 중점을 두어야 함을 시사한다. 특히, 지배 구조의 투명성과 책임성을 강화하는 것이 근로 복지에 더 큰 긍정적 영향을 미칠 수 있음을 나타낸다. 또한, 사회적 활동에 대해서는 기업의 자원과 규모에 맞는 방식으로 접근하고, 이러한 활동이 근로자의 복지에 어떻게 기여하는지를 명확히 하는 것이 중요하다.

또한 중소기업에서 ESG 경영 중 지배 구조적 활동이 직무만족에 유의미한 긍정적 영향을 미치는 것으로 나타났는데 이는 지배 구조적 활동이 투명성, 공정성, 그리고 직원 참여를 촉진하기 때문이다. 이는 직원들이 의사결정 과정에 더 많이 참여하고, 기업의 방향성과 목표에 대해 더 많이 알게 되며, 이로 인해 직무에 대한 만족도가 증가한다. 반면, 환경적 및 사회적 활동이 직무만족에 미치지 않는 이유는 이러한 활동들이 직원들의 일상적인 업무와 덜 연결되어 있거나, 직원들이 이러한 활동의 중요성을 인식하지 못하기 때문일 수 있다. 이러한 결과는 지배 구조의 개선은 중소기업에서 직원들의 직무만족도를 높이는 중요한 요소임을 시사한다. 기업은 투명한 의사결정 과정, 공정한 정책 실행, 그리고 직원들의 참여를 촉진하는 방향으로 지배 구조를 개선하는 데 집중해야 한다. 그리고, 환경적 및 사회적 활동이 직무만족에 직접적인 영향을 미치지 않더라도, 이러한 활동들이 장기적으로 직원들의 기업에 대한 인식과 기업의 대외 이미지에 긍정적 영향을 미칠 수 있음을 인식할 필요가 있다.

둘째, 중소기업 ESG 경영 중에서 환경적 활동, 지배 구조적 활동은 기업 이미지에 유의미한 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 상대적 영향력은 환경적 활동, 지배 구조적 활동 순으로 나타났다. 중소기업의 환경적 활동은 오늘날 사회적, 경제적 환경에서 점점 더 중요해지고 있으며, 이러한 활동에 대한 기업의 참여는 사회적 책임을 인식하고 지속 가능한 발전을 추구하는 기업의 이미지를 높이며, 이는 소비자와 다른 이해관계자들 사이에서 긍정적인 인식을 형성하는 데 기여한 것으로 보인다. 그리고, 효과적인 지배 구조적 활

동은 기업의 투명성과 책임감을 높이며, 이는 신뢰와 신뢰성을 구축하는 데 중요한 역할을 한다. 이러한 요소들은 기업 이미지에 직접적으로 긍정적인 영향을 미친다. 이러한 결과는 중소기업이 ESG 경영을 통해 자신들의 이미지와 브랜드 가치를 향상시킬 수 있는 기회가 있음을 시사한다. 환경적 활동에 대한 투자는 사회적 책임을 다하는 기업으로서의 이미지를 구축하고, 효과적인 지배 구조는 기업의 투명성과 신뢰성을 강화하여 기업의 평판을 높일 수 있다. 따라서 중소기업은 ESG 경영을 전략적으로 구현하여 기업 이미지와 브랜드 가치를 높이는 데 중점을 두어야 한다.

셋째, 기업 이미지는 근로 복지와 직무만족에 유의미한 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 이러한 결과는 기업 이미지가 직원들의 자부심과 소속감을 증진시키며, 이로 인해 근로 환경에 대한 만족도가 높아지기 때문으로 보인다. 뛰어난 기업 이미지는 직원들이 소속된 조직에 대해 긍정적인 인식을 가지게 하며, 이는 근무에 대한 태도와 성과에 긍정적으로 작용한다. 직원들은 자신이 일하는 기업이 사회적으로 인정받고 존경받을 때 더 큰 자부심을 느끼고, 이는 직무 만족도와 근로 복지에 긍정적인 영향을 미친다. 이러한 결과는 기업이 자신의 이미지를 관리하고 강화하는 것이 중요하다는 것을 시사한다. 긍정적인 기업 이미지는 직원들의 만족도와 복지를 향상시키는 중요한 요소로 작용하며, 이는 결국 기업의 전반적인 성과 향상으로 이어질 수 있다. 따라서 기업은 자신의 브랜드와 명성을 높이기 위한 전략적 노력을 지속적으로 해야 하며, 이는 직원들의 만족도와 기업의 장기적 성공에 기여할 수 있다.

넷째, ESG 경영과 근로 복지 간의 관계에서 환경적 활동, 지배 구조적 활동의 매개효과가 확인되었다. 또한 ESG 경영과 직무만족 간의 관계에서 지배 구조적 활동의 매개효과가 확인되었다.

환경적 활동은 기업의 지속 가능한 경영 관행을 반영하여 직원들에게 자부심을 제공하고, 그들이 속한 조직에 대한 긍정적인 인식을 높이며, 이러한 인식은 근로 복지 향상으로 이어진다. 마찬가지로, 효율적이고 투명한 지배 구

조는 직원들에게 신뢰와 안정감을 제공하며, 이는 근로조건의 개선과 연결될 수 있다. 이러한 결과는 ESG 경영이 단순히 외부 이미지 개선에 그치지 않고, 실제로 직원들의 복지와 직무 만족도 향상에 기여할 수 있음을 시사한다. 특히, 환경적 및 지배 구조적 활동은 근로 복지 증진을 위한 중요한 수단으로 활용될 수 있으며, 기업은 이러한 활동에 더 많은 자원과 노력을 할당해야 한다. 그리고, 이러한 활동들이 근로 복지에 미치는 영향을 더 잘 이해하고, 이를 통해 기업의 전반적인 ESG 전략을 더욱 효과적으로 구성할 필요가 있다.

그리고, ESG 경영과 직무만족 간의 관계에서 지배 구조적 활동의 매개효과가 확인되었다. 이는 지배 구조적 활동이 조직의 투명성, 공정성, 책임성을 향상시키기 때문으로 보인다. 이러한 특성들은 직원들이 조직에 대해 더 높은 신뢰와 만족감을 느끼게 하며, 이는 곧 직무 만족도의 증가로 이어진다. 투명하고 책임감 있는 지배 구조는 직원들에게 명확한 기대치와 역할을 제공하고, 의사결정 과정에 참여할 수 있는 기회를 제공함으로써 직원들의 업무 참여도와 만족도를 높인다. 이러한 결과는 중소기업이 지배 구조적 활동에 중점을 두어야 함을 시사한다. 이는 직무만족을 향상시키고, 궁극적으로는 조직의 성과와 지속 가능성에 긍정적인 영향을 미칠 수 있다. 또한, 중소기업은 지배 구조적 활동을 강화함으로써 ESG 경영의 다른 요소들과의 상호작용을 통해 전반적인 조직 효과성을 증진시킬 수 있다. 이는 중소기업이 장기적인 성공과 지속 가능한 성장을 위해 지배 구조를 강화하고, 이를 통해 직무 만족도를 높이는 방향으로 경영 전략을 수립해야 한다.

본 연구는 중소기업의 ESG 경영이 조직 생산성에 미치는 영향과 기업 이미지의 매개효과를 규명하였다는 점에서 학술적 의의가 있었다. 환경적, 사회적, 지배 구조적 활동이 근로 복지와 직무만족에 미치는 영향을 구체적으로 규명하고, 이러한 활동이 기업 이미지를 통해 어떻게 작용하는지를 밝힘으로써, ESG 경영과 조직 성과 간의 관계를 이해하는 데 기여한다. 특히, 중소기업 맥락에서 ESG 경영의 다양한 측면들이 조직 내부의 복지와 만족도에 어떻게 영향을 미치는지를 규명함으로써, ESG 경영 연구에 새로운 시각을 제공한다. 그리고 본 연구는 중소기업이 ESG 경영을 실천함으로써 얻을 수 있는

구체적인 장점과 접근 방법을 제시한다는 점에서 실무적 의의가 있었다. 연구 결과는 중소기업의 ESG 활동이 근로 복지와 직무만족도를 향상시키고, 나아가 기업 이미지를 높일 수 있음을 보여준다. 이는 중소기업 경영자들에게 ESG 경영의 중요성을 인식시키고, 특히 지배 구조적 활동에 주목하여 이를 조직 내부의 복지와 직무 만족도 향상 전략으로 적극 활용할 수 있음을 시사한다. 이와 더불어, 환경적 및 사회적 활동의 중요성도 강조하며, 이러한 활동들이 장기적으로 기업 이미지와 성공에 어떻게 기여할 수 있는지를 보여준다.

## 제 2 절 한계점 및 제언

본 연구는 학술적 및 실무적 의의를 지니고 있음에도 불구하고 몇 가지 한계점을 가지고 있다. 첫째, 연구 대상이 경기도에 위치한 중소기업 근로자들로 한정되어 있어, 연구 결과의 일반화에 제한이 있다. 다른 지역이나 규모의 기업에서 ESG 경영의 영향이 다를 수 있음을 고려해야 한다. 둘째, 연구 기간이 2023년 10월 첫째 주부터 셋째 주에 걸쳐 3주간으로 제한되어 있어, 일정 시점의 데이터에만 국한되며 시간적 변화나 장기적 경향 분석에 한계가 있다.

이러한 한계점들을 극복하기 위해 향후 연구에서는 경기도 외의 다른 지역 및 다양한 규모의 기업을 대상으로 조사를 확대함으로써 결과의 일반화 가능성을 높여야 한다. 그리고 ESG 경영의 영향을 보다 정확히 파악하기 위해, 단기간의 횡단적 연구가 아닌 장기간에 걸친 종단적 연구를 수행하여 시간에 따른 변화와 경향을 분석해야 할 필요가 있다. 이러한 제언을 통해 연구의 심도를 높이고, ESG 경영이 중소기업에 미치는 영향에 대한 보다 포괄적이고 심층적인 이해를 도모할 수 있을 것이다.

## 참 고 문 헌

### 1. 국내문헌

- ESG TECH. (2022). 지속 가능성 & ESG 용어집, 23.
- 강석봉. (2021). 「팬데믹 상황에서 중소기업 경영자의 기업가정신 및 사회적 책임이 기업가적 성과에 미치는 영향」, 부산대학교 대학원 박사학위 논문.
- 강현규, 박병기. (2023) 「중소기업의 ESG 경영이 조직 생산성 향상에 미치는 영향에 관한 연구」, 산업진흥연구, 8(2), 29-36.
- 강현규. (2022). 「중소기업의 ESG 경영이 조직 생산성 향상에 미치는 영향에 관한 연구」, 호서대학교 대학원 석사학위논문.
- 고찬석. (2021). 「중소기업의 산업정보 유출 사고에 관한 실증분석 연구」, 한성대학교 지식서비스 & 컨설팅대학원 석사학위논문.
- 구글 위키백과 ([/https://ko.wikipedia.org/wiki/](https://ko.wikipedia.org/wiki/)).
- 김경찬. (2005). 「스포츠 스폰서십이 기업 이미지에 미치는 영향에 관한 실증 연구: POSCO 사례를 중심으로」, POSRI경영경제연구, 5(1), 49-79.
- 김동순, 임병희, 이경한. (2017). 코스닥 중소 벤처기업의 지배 구조에 따른 경영자 보상과 기업 성과 간의 관계, 「한국창업학회」, 12(3), 27-56.
- 김범석, 민재형. (2016). 기업의 ESG 노력과 재무성과의 선후행 관계: 탐색적 연구, 「한국생산관리학회지」, 27(4), 513-538.
- 김범진. (2019). 여행사의 윤리경영이 기업 이미지 및 경영 성과에 미치는 영향. 호텔관광연구, 21(4), 100-113.
- 김병욱, 최은수. (2019). 평생학습도시 네트워크에서 평생교육 부서장과 기관장의 공유 리더십, 평생교육 실무자 간의 파트너십과 협력적 의사소통, 조직효과성, 협력적 거버넌스 성과 간의 구조적 관계, 「교육 문화연구」, 25(2), 247-272.

- 김새롬. (2020). 「호텔 기업의 사회적 책임 활동 (CSR) 이 고객이 지각한 가치 일치성 (Value Congruence) 및 기업 이미지에 미치는 영향」, 한국외식산업학회지, 16(3), 263-284.
- 김성진, 안태혁. (2022). ESG 경영의 현황과 과제, 한일 철강산업의 현황을 중심으로, 「일본근대학연구」, 77(0), 235-262.
- 김승겸, 한진욱, 이인엽. (2021). 「스포츠 기업의 사회 공헌활동 유형이 기업 이미지, 기업 신뢰 및 구매의도에 미치는 영향: 진정성의 조절 효과」, 한국체육학회지, 60(2), 99-117.
- 김원수. (1987). 「이론 경영학」, 경문사.
- 김윤영. (2004). 「공익 연계 마케팅이 기업 이미지 개선에 미치는 영향」, 서울대학교 대학원 석사학위논문
- 김이태. (2008). 「기업 이미지가 고객 가치와 고객 충성도에 미치는 영향」, 한국콘텐츠학회논문지, 8(1), 75-85.
- 김재필, SDGs는 목표, ESG는 수단. KDI, 2022.
- 김재필. (2021). 「ESG 혁명이 온다」, 한스미디어.
- 김정모, 박유각. (2022). ESG 경영이 기업가치에 미치는 영향: 벤처기업을 중심으로, 「세무회계연구」, 73(9), 1-23.
- 김종희. (2020). 「기업의 규모별 특성이 사회적 책임과 기업가치 간의 비선형 관계를 유발하는 임계점에 미치는 영향에 대한 연구」, 11(2), 255-256
- 김지혜. (2012). 「기업 사회 공헌 활동에 대한 인식과 태도가 직무 성과에 미치는 영향: 조직시민행동의 매개효과를 중심으로」, 사회과학연구, 28(2), 127-148.
- 나아람. (2022). 「ESG 경영이 소비자의 참여 의도와 기업 이미지에 미치는 영향에 관한 연구」, 박사학위논문, 전주대학교.
- 민재형, 김범석. (2019). 「기업의 ESG 노력은 지속 가능경영의 당위적 명제인가? 기업의 재무 상태에 따른 비재무적 책임 향상 노력의 차별적 효과」, 경영과학, 36(1), 17-35.
- 박문수, 서진형. (2021). 「ESG 경영 특성이 부동산 가치에 미치는 영향분

- 석」. 부동산경영, 24, 245-271.
- 박상록, 박현숙. (2013). 「기업의 사회적 책임 활동을 통한 이미지 형성이 기업 성과에 미치는 영향에 관한 연구」, 대한경영학회지, 26(4), 961-985.
- 박순애, 신은혜. (2021). 「대·중소 및 중견 기업의 ESG 성과와 재무가치 간의 상관관계 분석」, 環境政策, 29(4), 151-199.
- 박윤나, 한상린. (2021). 「기업의 ESG 활동이 기업 이미지, 지각된 가격 공정성 및 소비자 반응에 미치는 영향. 경영학연구」, 50(3), 643-664.
- 박재현, 한향원, 김나라. (2022). 「국내 ESG 연구동향 탐색: 2012~2021년 진행된 국내 학술연구 중심으로」, 벤처창업연구, 17(1), 191-211.
- 박준철, 홍순복. (2007). 「세무공무원의 상사 신뢰가 조직몰입과 직무 생산성에 미치는 영향」, 인적자원관리, 14(4), 171-183.
- 박태양. (2022). 「내외부 압력이 ESG 활동과 경영 성과에 미치는 영향에 관한 연구」, 인하대학교대학원 박사학위논문.
- 산업통상자원부 및 한국생산성본부 관계부처 합동(2021). 「K-ESG 가이드라인 v 1.0」, 175.
- 삼정 KPMG. (2020). ESG 경영 시대, 전략 패러다임 대전환. 서울 : 삼정 KPMG.
- 삼정KPMG 경제연구원. (2021). ESG의 부상, 기업은 무엇을 준비해야 하는가?. 74, 3-5.
- 서경란. (2021). 「중소기업 ESG 경영과 금융의 역할」,글로벌금융리뷰」, 2(2), 171-204.
- 서순필. (2016). 「중소기업 최고경영자의 개인적 특성이 재무적 성과에 미치는 영향에 관한 연구」, 한성대학교 지식서비스&컨설팅대학원 석사학위 논문.
- 서정태, 이승용, 김현홍, 배정호, 공혜정. (2022). 「중소기업의 ESG 경영이 소비자의 구매의도에 미치는 영향」, 문화산업연구, 22(1), 141-149.
- 서정환. (1995). 「기업 이미지 형성 요인의 국제비교에 관한 연구」, 한국국제경영학회 학술발표논문집, 1995, 63-104.

- 성자영. (2022). 「호텔 기업의 ESG 경영이 주관적 재무성과와 경쟁우위에 미치는 영향」, 세종대학교 대학원 박사학위논문.
- 손지연. (2018). 「ESG 등급이 기업의 장, 단기 경영 성과에 미치는 영향」, 세명대학교 대학원 석사학위논문.
- 신기수. (2022). 「리더의 온라인 코칭 행동이 경영 성과에 미치는 영향: 중소기업의 온라인 업무 경험자를 중심으로」, 서울벤처대학원대학교 박사학위논문.
- 안건형, 조인호, 권희환. (2017). 「기업책임 경영(RBC)의 국제 입법동향과 정책적 시사점」, 貿易商務研究, 75, 199-224.
- 양나영. (2022). 「중소기업의 ESG 경영활동, 기업신뢰, 기업 이미지 및 경영 성과의 구조적 관계:최고경영자 특성의 조절 효과」, 원광대학교 대학원 박사학위논문.
- 양오석, 한재훈. (2023). 「중소기업 ESG 경영 성과 분석을 통한 ESG 규제 정책 방향 제언」, 한국경영컨설팅연구, 23(3), 179-199.
- 오덕교, 이기훈, 신범철, 이의영. (2013). 「중소, 중견기업의 사회 책임경영의 도입 및 실행에 대한 실증분석」, 한국생산성논집, 27(1), 385-418.
- 오수길. (2021). 「ESG 경영의 중요성과 공공부문 활용방안」, SD 네트워크 학술세미나, 1-11.
- 오승창. (2022). 「보험회사의 ESG 경영이 경영 성과에 미치는 영향에 관한 연구」, 목포대학교 대학원 박사학위논문.
- 유재웅, 진용주,이현선. (2021). 「ESG 경영을 주제로 활용한 기업 이미지 광고가 브랜드 태도에 미치는 효과-KT&G 의 기업 이미지 광고를 중심으로」, 브랜드디자인학연구, 19(2), 49-62.
- 유태용. (1995). 「기업 이미지 측정을 위한 모델 개발 연구」, 한국심리학회지, 8(1), 141-159.
- 윤각, 서상희. (2003). 「기업의 사회 공헌활동과 기업광고가 기업 이미지와 브랜드 태도 형성에 미치는 영향력에 관한 연구」, 광고연구, 61(2003), 47-72.
- 윤영호, 정진섭. (2020). 「다국적 기업의 지속 가능경영 전략이 제품의 구매

- 의도에 미치는 영향: 기업 이미지의 매개효과 중심으로」, 전략경영 연구, 23(1), 49-79.
- 이규상, 김영근, 위주연. (2020). 「호텔 기업의 사회적 책임 (CSR) 활동에 따른 기업 이미지가 기업 평판에 미치는 영향에 관한 연구」, 관광경영연구, 94, 295-319.
- 이선미, 박종철. (2022). 「기업의 ESG 활동이 기업 평판에 미치는 영향 : 신뢰의 매개효과를 중심으로」, 경영컨설팅, 22(1), 257-267.
- 이설빈. (2015). 「전사적 경영혁신 활동이 프로세스 개선과 생산성에 미치는 영향: 프로세스 개선에 따른 조절 효과를 중심으로」, 경영컨설팅연구, 15(3), 26-47.
- 이윤호, 이상직. (2022). 「중소기업 ESG 경영 도입 의도에 영향을 미치는 요인」, 유통경영학회지, 25(4), 67-84.
- 이정도, 이동규, 신민호. (2006). 「경영혁신활동과 재무 생산성 향상에 관한 연구: LG Phillips Displays 사례를 중심으로」, 생산성논집, 20(1), 149-170.
- 이정우, 임종우, 조은혜. (2020). 「외식기업의 친환경 마케팅이 기업 이미지, 구매의도에 미치는 영향」, Culinary Science & Hospitality Research, 26(11), 216-229.
- 이지윤, 왕의니, 김재영, 안대천. (2022). 「기업 ESG 활동이 내부 종사원의 조직 결속과 조직시민행동에 미치는 효과에 관한 연구」, 유통경영학회지, 25(5), 77-91.
- 이지현. (2022). 「중소기업의 ESG 활동이 경영 성과에 미치는 영향: 기업가 정신의 조절 효과를 중심으로」, 순천대학교 대학원 석사학위논문.
- 이현정. (1999). 「기업의 이미지 빌딩을 위한 프로모션 제작에 관한 연구:제일제당 카렌다 디자인을 중심으로」, 이화여자대학교대학원 석사논문.
- 이호석, 남정민, 이성호, 박재춘. (2021). 「중소기업 CSR의 성과에 관한 연구:CSR을 넘어 ESG로의 전환」, Entrepreneurship and ESG 연구, 1(1), 1-272.
- 이호준. (2020). 「중소기업 산업보안 수준 개선에 관한 연구」, 동아대학교

대학원 석사학위논문.

- 이화정. (2011). 「조직 내 커뮤니케이션 오류에 관한 사례연구 : A전자 연구원을 중심으로」, 이화여자대학교대학원 석사학위논문.
- 임규혁. (2011). 「조직 구성원의 적합성을 통한 긍정심리자본 형성과 조직 유효성에 대한 연구 : 다수준 접근을 중심으로」, 중앙대학교대학원 석사학위논문.
- 임효진.(2021). 「텍스트 마이닝을 활용한 중소기업 ESG 이슈 분석」, 인문사회21, 12(4), 469-48.
- 장석인. (2022). 「중소기업의 ESG 경영 평가 유형에 관한 연구」, 혁신기업연구, 7(3), 223-240.
- 정기한, 허미옥, 신재익. (2007). 「기업의 사회적 책임, 이미지, 신뢰, 몰입, 고객 충성도 간의 관계에 관한 연구」, 한국경영학회, 1-14.
- 정진호, 박현숙. (2022). 「기업 ESG 활동이 경영 성과에 미치는 영향에 관한 연구: 기업가치관 인식의 조절 효과를 중심으로」, 산업진흥연구,7(2), 15-29.
- 정진호. (2022). 「ESG 활동과 조직시민행동, 생산성, 경영 성과의 관계-기업가치관 인식의 조절 효과를 중심으로」, 서울벤처대학교대학원 박사학위논문.
- 조유진, 강경식. (2017) 「중소기업 학습조직 활성화가 생산성에 미치는 영향에 관한 연구」, 대한안전경영과학회지, 19(4), 283-290.
- 조정화. (2022). 「사회적 경제 중간지원조직의 거버넌스가 직무 성과에 미치는 영향: 진성리더십의 매개효과를 중심으로」, 이화여자대학교 박사학위논문.
- 중소벤처기업부. (2022). 「알기 쉽게 풀어쓴 중소기업 범위 해설」.
- 지용빈, 서영욱. (2021). 「국내 기업의 ESG 활동 인식이 심리적 거리를 통해 구매의도에 미치는 영향: 제품 관여도 수준에 따른 차이 분석」, 한국콘텐츠학회논문지, 21(12), 217-237.
- 진미경. (2022). 「기업의 ESG 활동이 기업위험에 미치는 영향에 관한 연구」, 한성대학교 박사학위논문.

- 최덕철. (2002). 「서비스 생산성과 고객 참여: 개념과 구조의 검토」, 산업경영, 30, 171-177.
- 최동호. (2021). 「ESG 경영의 현주소와 미래 전망, 한국 일본 중국의 ESG 경영 중심으로」, 지역산업연구, 44(4), 263-291.
- 최성보. (2018). 「CSR·CSV 활동이 소비자 태도에 미치는 효과 차이에 관한 연구:국내 4개 대기업의 활동을 대상으로」, 상품학연구, 36(2), 113-128.
- 최홍대. (2010). 「중소기업 경영자 특성이 경영 성과에 미치는 영향에 관한 연구」, 충주대학교 경영행정외국어대학원 석사학위논문.
- 태정림. (2021). 「ESG(환경, 사회, 지배 구조)와 조세제도에 관한 연구」, 조세연구, 21(2), 135-164.
- 하봉준. (1999). 「제품 구매의도에 영향을 미치는 기업 이미지 요인에 관한 연구」, 광고연구, (42), 49-73.
- 한국경제신문. (2021). 「ESG 개념부터 실무까지 K-기업 서바이벌 플랜」, Schaltegger.
- 한국생산성본부. (1997). 「생산성 개념 체계에 관한 연구」, 1997, 28-29.
- 한국생산성본부. (2001). 「제조업 업종별 중요소생산성 측정 및 분석」, 2001, 10-41.
- 한승호, 김문섭, 서철승. (2022). 「ESG 활동이 직무만족에 미치는 영향: 지각된 기업 이미지의 매개효과를 중심으로」, 한국경영공학회지, 27(3), 61-72.
- 허종호, 박병규. (2022). 「ESG 경영과 기업 명성, 재무성과 간 구조적 관계 분석 : 실험 데이터와 현장 데이터의 통합적 활용」, 한국생산성, 36(3), 5-31.
- 허종호, 홍재원. (2023). 「소비자 관점의 ESG 경영 척도 개발 및 타당화」, 소비자학연구, 34(2), 99-127.
- 황진수, 임종욱. (2016). 「대·중소기업 간 동반성장이 기업의 사회적 책임과 경영자 회계 윤리에 미치는 영향」, 산업경제연구, 29(1), 435-454.

## 2. 국외문헌

- Aaker, D. A., & Joachimsthaler, E. (2000). The brand relationship spectrum: The key to the brand architecture challenge. *California Management Review*, 42(4), 8-23.
- Amel-Zadeh, A., & Serafeim, G. (2018). Why and how investors use ESG information: Evidence from a global survey. *Financial Analysts Journal*, 74(3), 87-103.
- Arnott, N. (1994). "Marketing with a Passion", *Sales and Marketing Management*, 146(1), 64-71.
- Barrymore, N., & Sampson, R. C.(2021). ESG performance and laborproductivity: Exploring whether and when ESG affects firm performance, *Academy of Management Proceedings*, 2021(1),13997.
- Benabou, R., Tirole, J. (2009). Individual and Corporate Social Responsibility. *Economica*, 77(305), 1-19.
- Ben-Amar, W., Chang, M., & McIlkenny, P. (2017). Board Gender Diversity and Corporate Response to Sustainability Initiatives: Evidence from the Carbon Disclosure Project. *Journal of Business Ethics*, 7(2),369-383.
- Boezeman, E. J., & Ellemers, N. (2007). Volunteering for charity: pride respect, and the commitment of volunteers. *Journal of Applied Psychology*, 92, 771-785.
- Brammer, S., Millington, A., & Rayton, B. (2007). The contribution of corporate social responsibility to organizational commitment. *International Journal of Human Resource Management*, 18(10), 170-171
- Brown, J. D. and Wahlers, R. G. (1998). "The Environmentally Concerned Consumer: An Exploratory Study", *Journal of*

- Marketing Theory and Practice, 21(2), 39–46.
- Choi, S. I., Ahn, J. S., Lee, S. B. (2015). “The Effects of the Selective Attributes of Coffee Shop on Perceived Value and Customer Loyalty”, *Journal of Tourism and Leisure Research*, 27(7), 319–340.
- Delmas, M. A., & Pekovic, S. (2013). Environmental standards and labor productivity: Understanding the mechanisms that sustain sustainability, *Journal of Organizational Behavior*, 34(2), 230–252.
- Dowling, G. R. (1986). "Managing your corporate images, *Industrial marketing management*, 15(2), 109–115.
- Dowling, G. R. (2002). “Creating Corporate Reputations”, Oxford University Press, Oxford.
- Dutka, S., and Roshwalb, I. (1983). A dictionary for marketing research. Audits and Surveys.
- Eccles et al. (2012). The Need for Sector-Specific Materiality and Sustainability Reporting Standards
- Epstein, M. J., & Roy, M. J.(2003). Improving sustainability performance: specifying, implementing and measuring key
- Ferber, R. (1974). “Handbook of Marketing Research”, New York:McGraw-Hill.
- Freeman, L. C. (1978). "Centrality in Social Networks Conceptual Clarification”,*Social Networks*, 1(3), 215–239.
- Freeman, R. B., & Medoff, J. L. (1984). What do unions do. *Indus. & Lab. Rel. Rev.*, 38(2), 244.
- Freeman, R. E. (1984). *Strategic Management: A Stakeholder Approach*. London: Pitman Publishing.
- Galbreath, J. (2013). ESG in focus : The Australian evidence. *J ournal of Business Ethics*, 118(3), 529–541.
- Giese, G., Lee, L. E., Melas, D., Nagy, Z., Nishikawa, L. (2019).

Foundations of ESG investing: How ESG affects equity valuation, risk, and performance. *The Journal of Portfolio Management*, 45(5), 69–83.

GSIA, G. S. I. A. (2019). Global sustainable investment review.

Han, D. H., Nur, A., & Morgan, D. (1986). "Effects of porosity and clay content on wave velocities in sandstones, *Geophysics*, 51(11), 2093–2107.

Heal, G. (2005). Corporate social responsibility: An economic and financial framework, *The Geneva papers on risk and insurance—Issues and practice*, 30, 387–409.

Heizer, J. H., Barry R., & Howard J. W. (2004). *Operations management*, Pearson Prentice Hall.

Holden, E., Linnerud, K., & D. Banister. (2017). The imperatives of sustainable development. *Sustainable Development*, 25(3), 213–226.

Kennedy, R. P., Williamson, R. A., & Chow, A. M. (1977). "Fault movement effects on buried oil pipeline, *Transportation Engineering Journal of ASCE*, 103(5), 617–633.

Koschate, F. N., Huber, I. V. and Hoyer, W. D. (2015). "When will Price Increases Associated with Company Donations to Charity be Perceived as Fair?," *Journal of the Academy of Marketing Science*, 44, 608–626.

Kotler, P., and Murray, M. (1975). "Third sector management—The role of marketing, *Public Administration Review*, 35(5), 467–472.

Lantos, G. P. (2001). "The Boundaries of Strategic Corporate Social Responsibility", *Journal of consumer marketing*, 39(2), 16–20.

Lee, S., Singal, M., Kang, K. H. (2013). "The Corporate Social Responsibility—Financial Performance Link in the US Restaurant Industry: Do Economic Conditions Matter?," *International Journal*

- of Hospitality Management,32(1), 2-10.
- Lippincott, J. G. (1962). "Matching Products With Customers, Research Management, 5(2), 81-94.
- McKinsey. (2019). Five ways that ESG create value. London: McKinsey.
- Munoz-Torres, M. J., Fernandez-Izquierdo, M. A., Rivera-Lirio, J. M., Ferrero, I., Escrig-Olmedo, E., Gisbert-Navarro, J. V., Marullo, M.C. (2018). An assessment tool to integrate sustainability principles into the global supply chain. Sustainability, 10(2), 535-554.
- Murdick, R. G., Barry, R., & Roberta, S. R. (1990). Service operations management, Allyn & Bacon.
- OECD. (2020). ESG Investing : Practices, Progress and Challenges. Paris:OECD.
- O'Toole, L. J., & Meier, K. J. (2000). Networks, hierarchies, and public management: Modeling the non linearities, governance and performance, New Perspectives, 263 - 291.
- Park, J. C., & Lee, K. H. (2009). The effects of corporate efforts for the sustainable management on the corporate trust and customer satisfaction. Asia-Pacific Journal of Business & Commerce, 1(2),1-22.
- Porter, L. W., & Lawler, E. E.(1986). Managerial attitudes and performance, Homewood, Illinois: Irwin.
- Porter, M. E., & Kramer, M. R. (2006). Strategy & Society: The link between competitive advantage and corporate social responsibility, Harvard Business Review, 2006, 1-16.
- Porter, M. E., & Vander, L. C. (1995). Green and competitive: Ending the stalemate, Harvard Business School Publishing, Boston.
- Price, J. L. (1988). Organizational effectiveness, Homewood, Illinois:Irwin.
- Quinn, R. E. (1978). Productivity and the Process of Organizational

- Improvement: Why We Cannot Talk to Each Other, *Public Administration Review*, 38(1), 41–45.
- Rajesh, R. & Chandrasekharan, R. (2020). Relating Environmental, Social, and Governance Scores and Sustainability Performances of Firms: An empirical analysis, *Business Strategy and the Environment*, 29(3), 1247–1267.
- Raman & Zboja. (2006). The effects of employee attitudes on workplace charitable donations, *Journal of Nonprofit & Public Sector Marketing*, 16(1), 41–60.
- Rezaee, Z. (2016). Business sustainability research: A theoretical and integrated perspective. *Journal of Accounting Literature*, 36, 48–64.
- Rondinelli, D. A., & London, T. (2002). Stakeholder and corporate responsibilities in crosssectoral environmental collaborations: Building value, legitimacy and trust. *Unfolding stakeholder thinking: Theory, responsibility and engagement*, Sheffield, Greenleaf, 201–221.
- Schaltegger, S., and Hörisch, J. (2017). "In search of the dominant rationale in sustainability management: legitimacy-or profit-seeking? *Journal of Business Ethics*, 145(2), 259–276.
- Schwartz, D.J. (1980). *Introduction to Management: Principles, Practices, and Processes*. Hardcover.
- Stets, J. E., & Burke, P. J.(2000). Identity theory and social identity theory, *Social Psychology Quarterly*, 63(3), 224–237.
- Surroca, J., J. Tribo, & Waddock, S. (2010). Corporate Responsibility and Financial Performance: The Role of Intangible Resources, *Strategic Management Journal*, 31(5), 463–490.
- Szilagyi, A. D., & Wallace, M. J. (1984). *Organisational behavior and performance*, 3rd ed genview: Scott, foresman and comapany.

- Tajfel, H. (1982). *Social identity and intergroup behavior*, Cambridge, UK: Cambridge University Press.
- Tyler, T. R. (1999). Why people cooperate with organizations: An identity-based perspective, *Research in organizational behavior*, 21, 171–180.
- Varadarajan, P. R., & Menon, A. (1988). "Cause-related marketing: A coalignment of marketing strategy and corporate philanthropy, *Journal of marketing*, 52(3), 58–74.
- WBCSD. (2002). *The Sustainable business case for Sustainable development*. WBCSD. Zurich.
- Winters, L. C.(1986). "The Effect of Brand Advertising on Company Image Implications for Corporate Advertising", *Journal of Advertising Research*,26(2), 54–59.
- Xie, J., W. Nozawa, M. Yagi, & Fujii, H. (2019). Do Environmental, Social, and Governance, Activities Improve Corporate Financial Performance?,*Business Strategy and the Environment*, 28(2), 286–300.
- Yoon, B., Lee, J. H., & Byun, R. (2018). Does ESG performance enhance firm value? Evidence from Korea. *Sustainability*, 10(10), 3635.
- Zhu., & Sarkis, J.(2004). Relationships between operational practices and performance among early adopters of green supply chain management practices in Chinese manufacturing enterprises, *Journal of Operations Management*, 22(3), 265–28.

## 부 록

### [부 록] 설문지

#### 중소기업의 ESG 경영이 조직 생산성에 미치는 영향 : 기업 이미지의 매개효과

안녕하십니까?

바쁘신 와중에도 시간을 할애해서 본 설문에 응해주셔서 감사합니다.

저는 중소기업의 ESG 경영이 조직 생산성에 미치는 영향 연구를 수행하고 있으며, 이를 위한 설문조사를 수행하고 있습니다.

본 설문지는 정답이 없습니다. 따라서 여러분께서 솔직하게 응답해주시면 고맙겠습니다.

모든 응답 내용은 통계법 제33조에 의거하여 연구목적으로만 사용되고 비밀이 보장되며, 통계분석을 위해 변환 처리되어 관련 정보가 절대로 노출되지 않습니다.

수집된 자료는 연구의 목적으로만 사용될 것임을 약속드립니다.

또한 개인의 비밀을 보장하기 위하여 무기명으로 작성되며, 선생님께서 주신 의견은 연구에 많은 도움이 될 것입니다.

설문지에 응해 주신데 대해 감사드립니다.

2023년 10월

한성대학교 지식서비스&컨설팅대학원  
스마트융합컨설팅학과 스마트융합컨설팅전공

지도교수 : 주형근

연구자 : 이해운(석사 과정)

연락처 : 010-9111-2714 / 123tax@naver.com

\* 중소기업 ESG 경영이란 \*

ESG 경영은 환경(Environment), 사회(Social), 그리고 지배 구조(Governance)의 세 가지 주요 요소를 중심으로 한 지속 가능한 경영 방식이다. 중소기업에서의 ESG 경영은 대기업과는 다르게 자원이 한정적이라는 점을 고려하여 실행된다.

환경(Environment): 중소기업에서도 에너지 효율성 높이기, 친환경 제품 및 서비스 개발, 폐기물 관리 등을 통해 환경에 미치는 영향을 최소화한다.

사회(Social): 지역사회와의 상호 작용, 직원 복지, 다양성 및 포용성 등을 고려한다. 이러한 점은 중소기업이 지역사회와 더 밀접한 관계를 맺고 있기 때문에 더욱더 중요하다.

지배 구조(Governance): 투명한 경영을 위한 이사회 구성, 이해관계자와의 소통, 내부 통제 시스템 등을 강화한다. 중소기업에서도 투명하고 안정적인 지배 구조는 지속 가능한 성장을 위해 필수적이다.

ESG 경영은 중소기업에게도 지속 가능한 경쟁력을 높이고, 위험을 관리하는 중요한 도구로 작용할 수 있다. 이러한 접근 방식은 또한 투자자와 고객으로부터 긍정적인 평가를 받을 가능성이 높아진다.

I. 다음은 ESG 경영에 관한 문항입니다.

구 분	① 전혀 그렇지 않다	② 그렇지 않다	③ 보통이다	④ 그렇다	⑤ 매우 그렇다
우리 기업은 환경보호계획을 수립하고 이를 시행하기 위한 시간 및 비용을 투자하고 있다.	①	②	③	④	⑤
우리 기업은 기업의 환경과 관련한 전담조직을 보유하고 있다	①	②	③	④	⑤
우리 기업은 환경경영에 대한 임직원의 인식 수준을 높이기 위해 교육 프로그램을 제공하고 있다.	①	②	③	④	⑤
우리 기업의 최고경영자는 환경경영에 대한 실천의지가 확고하다.	①	②	③	④	⑤
우리 기업은 환경보호를 위한 프로그램을 운영한다.	①	②	③	④	⑤
우리 기업은 환경보호를 위한 경영방침, 제품 생산 등 다양한 실천 방안을 생각한다.	①	②	③	④	⑤
우리 기업은 모든 인간이 평등하며 보호받고 존중받을 권리가 있다는 것을 근로계약에 반영하고 있다.	①	②	③	④	⑤
우리 기업은 근로 장소의 청결과 안전 등 근로조건을 고려하여 운영하고 있다.	①	②	③	④	⑤
우리 기업은 다양하고 균등한 고용기회를 제공하고 있다.	①	②	③	④	⑤
우리 기업은 노조와 원활한 관계를 형성하고 있다.	①	②	③	④	⑤
우리 기업은 근로계약의 위반 및 노동착취 등을 고려하여 운영하고 있다.	①	②	③	④	⑤
우리 기업은 생산품의 품질, 안전, 고객 정보 및 데이터 보완 등 책임 생산을 시행하고 있다.	①	②	③	④	⑤
우리 기업은 뇌물, 부패, 규제 및 소송 등 기업의 윤리·준법 경영을 준수하고 있다.	①	②	③	④	⑤
우리 기업은 임원의 적정 보수 및 직원의 정당보상 등에 대한 투명경영을 시행하고 있다.	①	②	③	④	⑤
우리 기업은 세금, 법인세, 절세상품 등 재무 회계의 투명성과 전략을 반영하고 있다.	①	②	③	④	⑤

Ⅱ. 다음은 기업 이미지에 관한 문항입니다.

구 분	① 전혀 그렇지 않다	② 그렇지 않다	③ 보통이다	④ 그렇다	⑤ 매우 그렇다
우리 기업은 성장 가능성이 높은 기업이라고 생각한다.	①	②	③	④	⑤
우리 기업은 사회적으로 친근감을 가지고 있다.	①	②	③	④	⑤
우리 기업은 사회 공헌기업이라고 생각된다.	①	②	③	④	⑤
우리 기업은 글로벌 시장에서 경쟁력을 가지며, 해외에서도 높은 인지도를 누린다.	①	②	③	④	⑤
우리 기업은 혁신적인 아이디어와 제품으로 시장을 선도한다.	①	②	③	④	⑤

Ⅲ. 다음은 조직 생산성에 관한 문항입니다.

구 분	① 전혀 그렇지 않다	② 그렇 지않 다	③ 보통 이다	④ 그 렇 다	⑤ 매우 그 렇 다
ESG 경영이 지식, 기술, 태도 등을 향상시켜 근속 욕구를 높여 줄 것이다.	①	②	③	④	⑤
ESG 경영에서 배운 내용들이 업무에서 부딪치는 문제점들을 해결하는 데 큰 도움 될 것이다.	①	②	③	④	⑤
ESG 경영을 수행하는 것이 매 출 향상에 도움이 되었다고 생각한다.	①	②	③	④	⑤
ESG 경영 수행하면 고객에 대 한 서비스가 향상될 것이다.	①	②	③	④	⑤
ESG 경영이 자기 발전과 기업 성과를 위해 유익하다고 생각한다.	①	②	③	④	⑤
ESG 경영이 승진의 기회를 보장해 준다고 생각한다.	①	②	③	④	⑤
ESG 경영이 임금 상승의 효과를 있다고 생각한다.	①	②	③	④	⑤
ESG 경영은 나에게 가치 있는 일이라고 생각한다.	①	②	③	④	⑤
ESG 경영은 내 능력을 발휘할 기회를 준다고 생각한다.	①	②	③	④	⑤
ESG 경영은 내가 하는 일은 회사 내에서 중요한 일이다.	①	②	③	④	⑤
ESG 경영은 나 자신의 능력 개발에도 많은 도움을 준다고 생각한다.	①	②	③	④	⑤
ESG 경영은 직무 성과에 많은 영향을 준다고 생각한다.	①	②	③	④	⑤
ESG 경영은 동료들 간에는 팀 워크와 협력이 활발할 것이라고 생각한다.	①	②	③	④	⑤

IV. 귀하의 일반적 사항에 관한 문항입니다.

문 항	응답항목
귀하의 성별은?	<input type="radio"/> 남자 <input type="radio"/> 여자
귀하의 나이는?	<input type="radio"/> 20대 <input type="radio"/> 30대 <input type="radio"/> 40대 <input type="radio"/> 50대 <input type="radio"/> 60대 이상
현재의 직장에서 귀하의 근속 연수는?	<input type="radio"/> 1년 미만 <input type="radio"/> 1년 이상 ~ 3년 미만 <input type="radio"/> 3년 이상 ~ 5년 미만 <input type="radio"/> 5년 이상 ~ 10년 미만 <input type="radio"/> 10년 이상 ~ 15년 미만 <input type="radio"/> 15년 이상
귀하의 학력은?	<input type="radio"/> 고등학교 졸업 <input type="radio"/> 대학교 졸업 <input type="radio"/> 대학원 졸업 (석사) <input type="radio"/> 대학원 졸업 (박사)
귀하의 직급은?	<input type="radio"/> 임원급(사장, 이사) <input type="radio"/> 관리자 (부장급) <input type="radio"/> 중간관리자 (과장, 차장급) <input type="radio"/> 실무자 (대리이하)
귀사의 종업원 수는?	<input type="radio"/> 5인 미만 <input type="radio"/> 5인 이상 ~ 10인 미만 <input type="radio"/> 10인 이상 ~ 50인 미만 <input type="radio"/> 50인 이상 ~ 100인 미만 <input type="radio"/> 100인 이상 ~ 300인 미만 <input type="radio"/> 300인 이상

※ 설문조사에 적극 협조해주셔서 진심으로 감사의 말씀 드립니다.

## ABSTRACT

### The Impact of ESG Management in Small and Medium Enterprises on Organizational Productivity : The Mediating Effect of Corporate Image

Lee, Hye-Yun

Major in Smart Convergence Consulting

Dept. of Smart Convergence Consulting

Graduate School of Knowledge Service

& Consulting

Hansung University

This study aims to examine the impact of ESG (Environmental, Social, and Governance) management in small and medium-sized enterprises (SMEs) on organizational productivity, and to explore the mediating effect of corporate image in this relationship. The main findings are as follows.

Firstly, in SMEs' ESG management, environmental and governance activities have been found to significantly positively impact employee welfare. The relative influence appeared to be greater for governance activities, followed by environmental activities. However, social activities did not show a significant impact on employee welfare. Additionally, governance activities in SMEs' ESG management significantly positively influenced job satisfaction, while environmental and social activities did

not have a significant impact.

Secondly, environmental and governance activities in SMEs' ESG management significantly positively influenced corporate image. The relative impact was greater for environmental activities, followed by governance activities.

Thirdly, corporate image was found to have a significant positive effect on both employee welfare and job satisfaction.

Fourthly, a mediating effect of environmental and governance activities was observed in the relationship between ESG management and employee welfare. Similarly, a mediating effect of governance activities was noted in the relationship between ESG management and job satisfaction.

This study holds academic significance in clarifying the impact of ESG management in SMEs on organizational productivity and the mediating role of corporate image. Practically, it presents specific advantages and approaches for SMEs to implement ESG management. However, despite its academic and practical implications, this study has some limitations. Firstly, the research is limited to employees of SMEs in Gyeonggi Province, necessitating caution in generalizing the findings. Secondly, the research was conducted over a brief period of three weeks in October 2023, limiting it to data from a specific time point and constraining the analysis of temporal changes or long-term trends. Future research should expand beyond Gyeonggi Province and include a more diverse range of enterprises in terms of location and size. It should also involve longitudinal studies over extended periods to more accurately discern the impact of ESG management and analyze trends and changes over time.

**【Key words】** ESG management, organizational productivity, corporate image