



저작자표시-비영리-동일조건변경허락 2.0 대한민국

이용자는 아래의 조건을 따르는 경우에 한하여 자유롭게

- 이 저작물을 복제, 배포, 전송, 전시, 공연 및 방송할 수 있습니다.
- 이차적 저작물을 작성할 수 있습니다.

다음과 같은 조건을 따라야 합니다:



저작자표시. 귀하는 원저작자를 표시하여야 합니다.



비영리. 귀하는 이 저작물을 영리 목적으로 이용할 수 없습니다.



동일조건변경허락. 귀하가 이 저작물을 개작, 변형 또는 가공했을 경우에는, 이 저작물과 동일한 이용허락조건하에서만 배포할 수 있습니다.

- 귀하는, 이 저작물의 재이용이나 배포의 경우, 이 저작물에 적용된 이용허락조건을 명확하게 나타내어야 합니다.
- 저작권자로부터 별도의 허가를 받으면 이러한 조건들은 적용되지 않습니다.

저작권법에 따른 이용자의 권리는 위의 내용에 의하여 영향을 받지 않습니다.

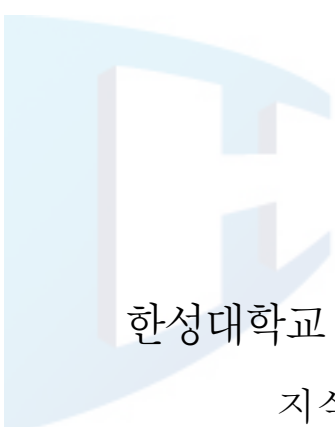
이것은 [이용허락규약\(Legal Code\)](#)을 이해하기 쉽게 요약한 것입니다.

[Disclaimer](#)

석 사 학 위 논 문

중소기업의 사회적책임활동(CSR)
인식이 기업경영성과에 미치는 영향에
관한 연구

2012년



한성대학교 지식서비스 & 컨설팅대학원

지식서비스&컨설팅학과

매니지먼트컨설팅전공

김 기 현

석 사 학 위 논 문
지도교수 정진택

중소기업의 사회적 책임 활동(CSR)
인식이 기업 경영 성과에 미치는 영향에
관한 연구

A Study on the Influences on the Management Performance with
Korean SMEs's recognition of Corporate Social Responsibility

2012년 6월 일

한성대학교 지식서비스 & 컨설팅대학원

지식서비스&컨설팅학과

매니지먼트컨설팅전공

김 기 현

석사학위논문
지도교수 정진택

중소기업의 사회적책임활동(CSR)
인식이 기업경영성과에 미치는 영향에
관한 연구

A Study on the Influences on the Management Performance with
Korean SMEs's recognition of Corporate Social Responsibility

위 논문을 컨설팅학 석사학위 논문으로 제출함

2012년 6월 일

한성대학교 지식서비스 & 컨설팅대학원

지식서비스&컨설팅학과

매니지먼트컨설팅전공

김 기 현

김기현의 컨설팅학 석사학위논문을 인준함

2012년 6월 일

심사위원장 _____ 인

심 사 위 원 _____ 인

심 사 위 원 _____ 인

국 문 초 록

한국 중소기업의 사회적책임활동(CSR) 인식이 기업경영성과에 미치는 영향에 관한 연구

한성대학교 지식서비스&컨설팅대학원

지식서비스&컨설팅학과

매니지먼트컨설팅전공

김 기 현

기업의 사회적 책임 중요성 부각과 대/내외 여건의 성숙가운데 각국 정부의 CSR 촉진정책이 고도화되고 있으며, 이에 따라 CSR에 대한 관심 증대 및 이해관계자의 요구증대가 나타나고 있다. 특히 글로벌 CSR 라운드 강화 추세에서 UN 및 WTO와 같은 국제기구는 CSR에 대한 가이드라인 및 기준을 공표하고 있으며, ISO는 ISO26000을 2010년 11월 1일 공표했다. 이러한 상황가운데서 CSR은 기업에 있어서 당면과제임과 더불어 CSR의 중요성은 계속적 강화되고 있는 상황이다.

이러한 관점에서, CSR은 최근에 기업경영의 키워드로 글로벌 기업뿐만 아니라, 국내 기업에서도 각광받고 있으며, 글로벌 시대에 생존의 요구로 여겨지고 있어 CSR에 관한 기업의 역할에 대한 인식의 전환은 필수불가결한 것이다.

본 연구에서는 CSR의 인식과 기업경영성과의 상관관계를 밝히고자 하며, 또한 금번 연구의 결과를 토대로 연구모형을 발전시키고자 한다.

본 연구자는 한국 중소기업의 CSR 인식을 기초로 기업경영성과에 대한 중소기업의 CSR 가치를 212개의 설문을 통해 조사하였으며 조사결과는 다음과 같다.

첫째, CSR 인식은 통계적으로 기업경영성과에 영향을 주고 있으며, 기업의 CSR 인식이 강화될수록 기업경영성과 또한 증가하는 것으로 나타났다.

둘째, CSR 인식은 통계적으로 기업경영성과와 상당한 상관관계를 가지고 있으며, $p=.000<.05$, 수정된 $R^2=.445$ 로 인과관계를 가지는 것으로 나타났다.

금번 연구를 통해 다음과 같은 시사점을 찾을 수 있었고, 그 내용은 아래와 같다.

첫째, CSR에 대한 기업의 인식과 기업경영성과는 상관관계를 가지고 있으며, 여기에는 기업경영성과는 CSR 인식을 기초로 한다는 사실이 밝혀졌다.

둘째, CSR은 실행하기에 있어서 다양하고 복잡하지만, 연구자는 CSR 인식 강화를 위한 교육이 필요하다고 확신한다. 또한, 본 연구자는 중소기업 CSR의 인식이 기업경영성과에 중장기적으로 영향을 줄 수 있다는 연구결과와 아래 CSR의 수준을 강화시킬 수 있는 교육의 필요성을 강하게 주장한다.

마지막으로, 본 연구결과는 CSR경영을 기업의 지속가능 경영전략으로 바라보기보다는 단순 마케팅 관점에서 기부 및 사회공헌 활동으로 인식하는 한국의 실정에서 CSR추진에 대한 동기부여를 제공하기 위한 방안으로 기업이 직면하고 있는 CSR 인식 및 제약요인에 대한 파악과 인과관계 분석을 통해 CSR의 추진은 기업당사자의 요구에 대한 시작임과 동시에 결정적 성과임을 보여준다.

【주요어】 중소기업 사회적책임, 사회적책임 인식, 기업경영성과

목 차

제 1 장 서론	1
제 1 절 연구의 배경 및 필요성	1
제 2 절 연구의 목적	3
제 3 절 연구방법 및 논문구성	4
제 2 장 이론적 배경	6
제 1 절 기업의 사회적 책임에 대한 이론적 고찰	6
1. 기업의 사회적 책임에 대한 개념정의	6
2. 기업의 사회적 책임 인식의 개념 구성요소	9
3. 선행연구 고찰	11
제 2 절 기업경영성과에 대한 이론적 고찰	15
1. 기업경영성과에 대한 개념정의	15
2. 기업경영성과의 개념 구성요소	17
3. 선행연구 고찰	18
제 3 절 선행연구의 시사점	22
1. 기여점	22
2. 한계점	23
제 3 장 연구모형의 설계 및 연구방법	24
제 1 절 연구모형의 설계	24
제 2 절 가설의 설정	25
제 3 절 변수의 정의와 측정	29
제 4 절 표본의 선정과 자료수집	31
제 5 절 설문지 구성 및 분석방법	32

제 4 장 연구 결과	34
제 1 절 기초통계분석	34
제 2 절 측정도구의 신뢰성 분석	37
제 3 절 CSR인식에 관한 분석결과	39
제 4 절 기업경영성과에 관한 분석결과	47
제 5 절 CSR인식과 기업경영성과 간 가설검증	51
1. 변수간 상관관계 분석	51
2. 회귀분석	63
제 6 절 가설검증 결과의 요약	73
 제 5 장 결 론	 74
제 1 절 연구결과 요약	74
제 2 절 정책적 시사점	76
제 3 절 연구의 한계 및 향후 과제	79
 【참고문헌】	 81
 【부 록】	 90
 ABSTRACT	 95

【 표 목 차 】

[표 3-1] 가설설정	29
[표 3-2] 설문지 구성 및 출처	32
[표 4-1] 조사대상자이 특성 집계표	36
[표 4-2] 척도의 신뢰도 분석	38
[표 4-3] CSR인식에 대한 기술 통계량 분석	39
[표 4-4] CSR인식에 대한 차이분석(ANOVA) - 분산분석	42
[표 4-5] CSR제약요인에 대한 기술통계량 분석	44
[표 4-6] CSR제약요인에 대한 차이분석(ANOVA)- 분산분석	46
[표 4-7] 기업경영성과에 대한 기술통계량 분석	47
[표 4-8] 기업경영성과에 대한 차이분석(ANOVA)- 분산분석	50
[표 4-9] CSR 인식과 기업경영성과의 변수간 상관관계	52
[표 4-10] CSR 인식의 하위변수와 기업경영성과의 변수간 상관관계	53
[표 4-11] CSR 인식의 하위변수와 재무적 성과의 변수간 상관관계	55
[표 4-12] CSR 인식의 하위변수와 조직성과의 변수간 상관관계	57
[표 4-13] CSR경영 제약요인과 기업경영성과의 변수간 상관관계	58
[표 4-14] CSR경영 제약요인의 하위변수와 기업경영성과의 변수간 상관관계	59
[표 4-15] CSR경영 제약요인의 하위변수와 재무적 성과의 변수간 상관관계 ..	60
[표 4-16] CSR경영 제약요인의 하위변수와 조직성과의 변수간 상관관계	62
[표 4-17] 중소기업의 CSR 인식이 기업경영성과에 미치는 영향	63
[표 4-18] 중소기업의 CSR 인식 하위변수들이 기업경영성과에 미치는 영향	64
[표 4-19] 중소기업의 CSR 인식 하위변수들이 재무적 성과에 미치는 영향	66
[표 4-20] 중소기업의 CSR 인식 하위변수들이 조직성과에 미치는 영향	67
[표 4-21] 중소기업의 CSR경영 제약요인이 기업경영성과에 미치는 영향	68
[표 4-22] 중소기업의 CSR경영 제약요인 하위변수들이 기업경영성과에 미치는 영향 .	70
[표 4-23] 중소기업의 CSR경영 제약요인 하위변수들이 재무적 성과에 미치는 영향 .	71
[표 4-24] 중소기업의 CSR경영 제약요인 하위변수들이 조직성과에 미치는 영향	72
[표 4-25] 가설 검증 결과	73

【 그림 목 차 】

<그림 3-1> 연구모형	25
---------------------	----



제 1 장 서 론

제 1 절 연구의 배경 및 필요성

1. 연구의 배경

세계 각국 정부의 CSR촉진정책의 도입 및 추진 고도화, 기업의 사회적 책임에 대한 관심 증대와 우리나라 정부의 국정과제 포함, 기업의 사회적 책임에 대한 이해관계자의 요구 증대 등 기업의 사회적 책임 중요성 부각되고 있는 가운데 대내/외 여건이 성숙되고 있는 실정이다. 지속가능경영이 국제규범으로 확산되고 있으며, UN, OECD, IBRD, ISO 등 주요 국제기구에서 국제 규범을 속속 제정하고 있는 상황이다. 이에 세계 각국 정부는 지속가능경영 촉진을 위한 정책을 도입하고 추진 중이다. 해외 사례를 살펴보면, 스웨덴, 호주 등 일부 국가에서 공공부문은 물론 민간부문까지 지속가능경영 보고를 법제화하는 등 그 실천에 선도적 역할을 수행하는 것을 볼 수 있다. 최근 국내 기업 및 언론, 기관 등 사회적 관심이 꾸준히 증대되고 있으며, 녹색성장이 화두로 떠오르면서 지속가능경영이 우리나라 정부 국정과제에 포함될 정도로 CSR에 대한 관심은 계속적으로 증대되고 있다. 사회문제의 기업의 역할 요구 증대는 어제 오늘 일이 아니며, 기후변화 등 범 지구적 도전과제에 대한 기업의 책임 있는 역할 요구 및 이해관계자 요구가 증대되고 있는 상황이다. 또한, NGO 등이 기업 책임에 대한 요구를 계속적으로 보이고 있으며, 이와 관련하여 사회책임투자(SRI Fund)의 급속 성장 등 투자패턴의 변화도 나타나고 있다. 이에 기업의 경쟁력 확보 전략으로 CSR경영의 추진은 필수불가결한 당면과제이며, 더불어 위험의 효과적 관리로 지속가능경영 전략으로써의 경영기법으로도 대두되고 있다.

주로 선진국 자국의 의제로 출발하여 제도화, 글로벌화 되고 있는 CSR 관련 라운드의 강화와 확대로 자국 산업의 보호와 새로운 비즈니스 기회

로 활용하고 있는 세계적 트렌드에 대한 선제적 대응이 필요한 시기이다. 국제규범 미 준수 시 시장에서의 배제될 리스크가 존재함은 물론, 향후 이러한 글로벌 CSR 라운드는 더욱 강화되고, 지속적으로 확대될 것으로 예상되며 이에 대한 선제적 대응이 필요함은 재차 언급해도 부족한 상황이다. 국제적인 사회적책임경영을 유도하고 더 나아가 (준)강제규정으로의 효력을 발휘할 것으로 예상되며, 전 세계적으로 CSR에 대한 표준 ISO 26000¹⁾은 가장 대표적인 케이스이다. ISO 26000에는 지배구조, 인권, 노동관행, 환경, 공정운영관행, 소비자이슈, 지역사회참여 및 개발의 세부 영역을 포함하고 있는 등 광범위한 영역을 다루고 있다. 국제환경규제 중 하나의 형태인 다자간 환경협약²⁾으로 환경보호, 경제적 측면에 각국의 관점이 첨예 대립되고 있는 상황이다. 또한 환경규제 미 준수 국가의 제품이나 산업에 명확한 제재조치가 가능하고, 자국 산업보호 부차적 효과로도 발전하고 있는 등 개별 경제권, 국가 환경규제는 강화되고 있다.

현재의 국제적 CSR 주요 이슈 중 동일 산업 생태계 내에서 각각의 산업별로 글로벌 이니셔티브 확보를 위한 활동을 하고 있으며, EICC, Mobility 2030에 참여하고 있는 대기업 회원사는 협력업체 관리에 요구사항으로 활용하는 등 중소기업의 선제적 대응을 필요로 하고 있다. 전자 산업 시민 연대³⁾는 전기/전자 업계의 글로벌 CSR 활동 연합체로 주요 협력회사 대상 CSR 가이드라인 준수 및 자기 진단 체크리스 작성을 요구하고 있다. 자동차 산업 CSR 글로벌 이니셔티브⁴⁾는 글로벌 10대 완성차의 사회/환경 등 부정적 산업영향 개선의 CSR 글로벌 이니셔티브 조직으로 최근에는 협력회사에게도 CSR을 요구하고 있는 상황이다. 기업의 사회공헌은 이제 ‘트렌드를 넘어선 트렌드’가 됐다. 마이크로소프트, 인텔, 소니, IBM, 필립스 등 정보기술(IT)계의 대표적인 22개 기업은 기업의 사회적 책임(CSR·Corporate Social Responsibility)을 이행하지 않는 협력업체의 부품은 사용하지 않겠다고 밝혔다.⁵⁾

1) ISO26000, 2010년 11월 1일 공표

2) 다자간 환경협약(MEAs: Multilateral Environmental Agreements)

3) EICC(Electronics Industry Citizenship Coalition)

4) Mobility 2030

5) 김갑식(2006), 「2006년 12월 21일자 기사」, dongA.com 뉴스

이렇듯 CSR의 추진은 그 중요성이 가중되고 있으나, 국내기업의 CSR에 대한 인식은 초보단계이며, 특히 중소기업에게 CSR은 더욱 어려운 문제로 인식되고 있다.

한편 CSR과 관련하여 가장 많이 인용되는 Carroll교수의 정의⁶⁾에 따르면 ‘기업의 사회적 책임은 경제적, 법적, 윤리적, 자발적 책임을 포함한다고 하며 윤리경영보다 그 포함범위가 넓다’고 하였다.

이러한 배경으로 대기업 및 글로벌기업들이 강력히 CSR추진하고 있는 것처럼 국내의 중소기업도 기업의 사회적 책임에 대한 인식 및 추진을 충분히 수행하여야 할 것이다. 무엇보다 기업의 사회적책임활동(CSR)의 인식 및 수행은 기업에 손실이 아닌 기업경영성과에 기여한다는 것이 연구결과에서 밝혀지고 있는 만큼 비용의 관점이 아닌 투자의 관점으로 적극적으로 사회적책임활동(CSR)을 인식하고 도입하여 중국적으로 지속가능한 기업의 성과를 달성할 수 있도록 노력을 기울여야 할 것이다.

본 연구에서는 기업의 사회적책임활동(CSR)의 인식 정도와 기업경영성과가 상관관계를 가지고 있는 객관적인 지표를 찾아보고 이 두 가지 변수 사이의 관계를 분석하여 기업의 사회적책임활동(CSR)의 인식이 기업경영성과에 어떠한 영향을 미치는지를 규명하고 향후 국내 중소기업의 사회적책임활동(CSR)에 대한 방향을 제시하고자 한다.

2. 연구의 목적

본 연구의 목적은 기업의 사회적책임활동(CSR)에 대한 인식이 현 시점에서 어떠한 형태로 규명되고 있으며, 요구되는 내용과 이러한 기억의 사회적책임활동(CSR)이 기업경영성과에 미치는 영향을 규명하는데 목적을 두고 있다.

이러한 본 연구의 세부목적은 다음과 같다.

첫째, 기업의 사회적책임활동(CSR)의 인식에서 CSR에 대한 기대효과가 기업경영성과에 어떠한 영향을 미치고 있는가에 대하여 검증하고자 한다.

6) A.B.Carroll, “Three Dimensinal Conceptual Model of Corporate Performance, Academy of Management”, *Review*, 1979, 4(4), pp. 497-505

둘째, 기업의 사회적책임활동(CSR)의 인식에서 CSR에 대한 기대효과의 하위요소 중 어떤 변수의 인식정도가 기업경영성과에 영향을 미치고 있는지를 밝히고자 하며, 특히 독립변수의 하위변수들과 종속변수의 하위변수(재무적 성과, 조직성과)의 관계를 규명하고자 한다.

셋째, 기업의 사회적책임활동(CSR)의 인식에서 CSR경영에 대한 제약요인이 기업경영성과에 어떠한 영향을 미치고 있는가에 대하여 검증하고자 한다.

넷째, 기업의 사회적책임활동(CSR)의 인식에서 CSR경영에 대한 제약요인의 하위요소 중 어떤 변수의 인식정도가 기업경영성과에 영향을 미치고 있는지를 밝히고자 하며, 특히 독립변수의 하위변수들과 종속변수의 하위변수(재무적 성과, 조직성과)의 관계를 규명하고자 한다.

3. 연구방법 및 논문구성

앞에서 서술한 본 연구의 목적을 달성하기 위하여 본 연구에서는 기업의 사회적책임활동(CSR)에 대한 이론적 고찰을 토대로 하여, 기업의 사회적책임활동(CSR)의 인식과 기업경영성과(재무적 성과, 조직성과)와의 관계에 대한 선행연구를 검토한다.

문헌연구에서는 기업의 사회적책임활동(CSR)에 대한 개념 및 주요 내용에 대하여 국내/외 여러 학자들과 연구기관에서 발표한 선행연구 논문과 단행본, 그리고 각종 언론자료 및 관련 사이트를 통하여 고찰하고자 한다.

이와 같은 선행연구의 검토에서 도출된 요인들을 중심으로 독립변수(기업의 사회적책임활동(CSR)에 대한 인식)과 종속변수인 기업경영성과(재무적 성과, 조직성과)로 구성된 연구모형을 설계하고, 이에 따른 상위 4개 가설(하위 4개 가설 포함 총 8개 가설)을 설정하여 검증하는 실증적 연구방법을 실시하고자 한다.

다음으로 본 연구의 실증분석을 위하여 국내 중소기업체 CEO 및 CSR 실무담당자 이상의 CSR관련 의사결정권자를 대상으로 설문조사를 실시하

고자 하며, 설문지는 연구모형에 근거하여 각 변수별로 측정할 수 있도록 작성한다. 설문의 내용은 인구통계학적 변수, CSR 인식, CSR 추진활동, CSR 제약요인, CSR경영 외부대응, 기업경영성과 등 6개 부분으로 구분하여 5점 리커트 척도를 중심으로 명목척도를 병행하여 측정한다.

또한 통계분석의 도구는 통계패키지인 SPSS 18.0을 사용하여 분석하고, 분석기법으로 기술통계량 분석, 신뢰성 분석, 일원배치분산분석, 상관관계 분석, 선형회귀분석 등을 실시하고자 한다.

본 연구의 구성은 다음과 같다.

제 1장에서는 본 연구의 서론적 내용으로 연구의 배경 및 필요성, 연구의 목적, 연구의 방법과 연구의 구성에 대하여 서술한다.

제 2장에서는 이론적 배경으로 기업의 사회적 책임에 대한 개념정의와 사회적책임활동(CSR) 중 인식의 구성요소, 기업경영성과에 대한 개념정의와 구성요소(재무적 성과, 조직성과)에 대한 이론적 고찰을 토대로 선행연구의 시사점을 살펴본다.

제 3장에서는 실증분석을 위한 연구모형의 설계 및 연구가설의 설정, 표본 집단의 구성, 설문지의 구성 및 분석방법에 대하여 기술한다.

제 4장에서는 실증분석에 해당하는 부분으로, 설문조사에 의해 수집된 자료를 분석하고 가설을 검증하고자 한다. 가설 검증에 앞서 기술통계분석 및 측정도구의 신뢰성 분석을 실시하며, CSR인식에 관한 분석결과, 기업경영성과에 관한 분석결과를 토대로 가설검증으로 CSR인식과 기업경영성과 간의 상관관계 분석 및 회귀분석을 실시하고자 한다.

마지막 제 5장의 결론에서는 본 연구의 결과를 요약하고, 정책적 시사점을 제시하며, 본 연구가 갖는 한계점을 제시하고, 향후의 연구방향을 제시하고자 한다.

제 2 장 이론적 배경

제 1 절 기업의 사회적 책임에 대한 이론적 고찰

1. 기업의 사회적 책임에 대한 개념정의

기업의 사회적 책임(CSR)의 개념은 1930년대 자본주의의 개념이 성립하면서 대두되었고, 학문적으로 H. R. Bowen⁷⁾의 'Social Responsibility of the Business'에서 최초로 CSR을 정의하면서 연구가 시작되었고, 특히, 1972년 이후부터 기업의 사회적 책임경영과 재무적 성과에 대한 실증연구가 시작되어 작금에 이르고 있다.⁸⁾

기업의 사회적 책임에 대한 학자들의 정의⁹⁾를 살펴보면 다음과 같다.

첫째, 기업의 사회적 책임을 의무 관점으로 바라보는 시각이 있다. Bowen(1953)¹⁰⁾은 기업의 사회적 책임은 사회의 목표나 가치의 관점에서 바람직한 정책을 추구하고, 그러한 의사결정을 하거나 행동들을 따라야 하는 기업의 의무이다라고 정의하였고, Davis & Blomstorm(1975)¹¹⁾은 기업의 사회적 책임은 자기의사결정과 행동이 사회 전체 시스템에 미치는 영향을 고려해서 그 의무를 다하는 것이라라고 정의하였다.

둘째, 기업의 사회적 책임을 부정적 시각의 관점에서 바라보는 정의가 있다. Friedman(1962)¹²⁾는 기업의 사회적 책임은 자본주의를 전복하고자 하는 위험한 개념이라고 정의하였고, Jensen & Meckling(1986)은 기업의 사회적 책임은 기업이 법에 의해 형성된 인공적 구성체(artificial

7) H.R.Bowen, "Social responsibilities of the businessman", *Harper&Row*, 1953

8) 김진옥, 변선영(2007), 「한국 국제기업의 사회적 책임 수행 정도와 재무적성과」, 경영경제연구소, pp. 97-124

9) 이진규·조준하(2000), "경영자의 사회적 책임과 윤리의식에 관한 실증연구", 『고려대학교 논문집 41('97.8)』, 고려대학교, 2000, pp. 239-280,

강용수(2011), "한국 중소기업의 사회적 책임활동(CSR)이 재무적 성과에 미치는 영향에 관한 연구", 석사학위논문, 한성대학교, pp. 13-15, 연구자 재인용

10) H.R.Bowen, *ibid*

11) Davis.Kaith, and L.Blomstorm Robert, "Business and Society, Environment and Responsibility", *Mc Graw Hill*, 1975

12) M.FRIEDMAN, "Capitalism and Freedom", *University of Chicago Press*, 1962

construct)이기 때문에 기업에게 사회적 책임을 묻는 것은 잘못된 발상이라고 정의하였다.¹³⁾

셋째, 기업의 사회적 책임을 사회에 대한 책임론적 관점에서 바라보는 시각이 있다. McGuire(1963)¹⁴⁾는 기업의 사회적 책임은 기업의 경제적, 법적 의무만을 다하는 것 뿐만 아니라, 이러한 의무 이외의 전체사회에 대한 전반적인 책임을 다하는 것이라고 정의하였고, Johnson(1971)¹⁵⁾는 기업에서 사회적 책임이란 사회가 부여한 기업의 역할 속에서 사회의 규범을 실행함으로써 사회경제적 목적을 추구하는 것이라고 정의하였다. 또한 Elibert & Parket(1973)¹⁶⁾은 기업의 사회적 책임은 인종차별, 공해, 교통 및 도시문제와 같은 다양한 사회문제 해결에 기업이 적극적으로 개입하는 것이라고 정의하였고, Carroll(1979)¹⁷⁾은 기업의 사회적 책임은 기업이 사회를 위하여 경제적, 법적, 윤리적 책임을 제때에 다하는 것다라고 정의하였다. 한편 Fredrick(1984)¹⁸⁾은 기업의 사회적 책임은 기업이 자기 조직 뿐만이 아니라 사회를 발전시키기 위해 수행해야 하는 것이라고 정의하였고, Kotler & Nancy(2005)¹⁹⁾는 기업의 사회적 책임은 기업이 경영활동과 내부 자원의 기부를 통해 지역사회를 복지를 향상시키는데 참여하는 것이라고 정의하였다.

넷째, 기업의 사회적 책임을 적극적 경영활동의 관점에서 바라보는 시각이 있다. Kanter(1999)²⁰⁾ 및 Porter & Karmner(2006)은 기업의 사회적 책임은 기업에게 새로운 혁신의 기회를 부여하고, 새로운 시장을 개척할 수

13) M.Jensen, "Agency costs of free cash flows, corporate finance, and takeovers", *Am. Econ. Rev.*, 1986, pp. 322-329

14) J.McGuire, "Business & Society", *McGraw - Hill*, 1963

15) H.L.Johnson, "Business in contemporary society:Framework and issues", *Wadsworth*, 1971

16) H.Eibirt and R.I.Parket, "The Practice of Business; The Currenr Status of Corporate Social Responsibility", *Business Horizns*, 1973, 16(4), pp. 5-14

17) A.B.Carroll, op.cit.

18) W.C.Frederick, "Business and Society:Management, Public Policy, Ethics", *McGraw Hill*, 1984

19) Philip Kotler and Nancy Lee, "Corporate Social Responsibilty; Doing the Most Good for Your Company and Your Cause", *John Wiley and Sons, Inc.*, 2005

20) R.M.Kanter, "From spare change to real change: the social sector as beta site for business innovation", *Harvard Business Review*, 1999, 77:3, pp. 122-132

있도록 하며, 기업의 사회적 평판을 높이는 역할을 해준다고 정의²¹⁾하였고, Snider, et al.(2003)²²⁾은 기업의 사회적 책임은 다양한 이해관계자들이 기업의 공공적 행위로 만족시키기 위해 기업이 행하는 자기표시 및 인상적 경영기법이라고 정의하였다. 마지막으로 Hopkins(2004)²³⁾는 기업의 사회적 책임은 기업내부와 외부의 이해관계자들을 위해 기업의 수익성을 손상시키지 않으면서 좀 더 넓은 의미의 높은 삶의 질을 추구하며 이들을 윤리적이거나 책임감 있는 방식으로 대하는 것이라고 정의하였다.

사회적 책임은 기업 활동으로 인해 발생하는 사회, 경제적 문제를 해결함으로써 기업의 이해관계자와 사회일반의 요구나 기대를 충족시켜 주어야 하는 기업행동의 규범적 체계로 정의된다. 기업의 사회적 책임은 사회를 구성하는 중요한 제도로서 기업이 사회에 대하여 갖는 일종의 의무와 같은 것이다. 사회적으로 책임을 진다는 뜻은 긍정적인 효과를 최대화하고 부정적인 효과를 최소화한다는 의미이다. 즉 기업 활동과 사회적 관계 사이에서 주고받는 영향이 기업의 의사결정에 미치는 도덕적 원칙과 관련하여 기업의 윤리적 의무에 바탕을 둔 기업과 사회의 계약(socialcontract between businessand society)으로 해석될 수 있다.²⁴⁾ 즉 사회적 책임은 사회에 대한 조직의 결정이 갖은 영향에 관심을 두는 것이라고 할 수 있다.

이상의 선행연구를 토대로 본 연구에서는 기업의 사회적 책임을 ‘기업이 사회구성원으로서 이윤추구를 넘어서 보편적·인간적 가치를 실현하는데 공헌하며 기업 활동 등으로 인해 발생하는 사회적, 환경적 문제에 책임을 다하여 사회일반의 가치를 충족시키는 다각적 활동’이라 정의²⁵⁾할 수 있

21) M.E.Porter and M.R.Kramer, “Strategy and Society:The link between competitive advantage and corporate social Responcibility” , *Harvard Business Review*, 2006, pp. 78-93

22) J.Snider, et al., “Corporate Social Responsibility in the 21st Century: A View from the World’s Most Successful Firms”, *In: Journal of Business Ethics*, 2003, Vol. 48, 2, pp. 175-187

23) M.Hopkinsm, “Corporate social responsibility; An issues paper”, *ILO, Geneva: Working paper*, No. 27, 2004

24) Archie B.Carroll and Ann K.Buchholtz, “2000 Business & society: ethics and stakeholder management”, *South-Western College Publishing*, 2000

25) 김상철(2011), “기업윤리 프로그램 실천에 대한 구성원 인식정도가 조직성파에 미치는 영향 연구”, 박사학위논문, 전남대학교, p.45

다.

기업의 사회적 책임에 대한 두 가지의 크게 상이한 입장이 있다. 첫 번째 입장은 보수주의 이념에 따라 기업이 사회적 기능을 경제적인 측면에서 가장 효율적으로 수행하기 위해 시장 경쟁 상태에서 개별기업의 이익을 극대화하는 방향에서 의사결정을 하면 된다는 입장이다.(Milton Friedman, 1970)²⁶⁾ 다른 두 번째 입장은 현실적으로 대규모 기업들이 사회에 정치적 영향력을 행사하고 있으며, 이를 효과적으로 견제하는 방법이 강구되어야 하고, 근본적으로 기업 자체가 개별기업의 이익을 극대화하려는 단일목표를 중심으로 모든 수단을 정당화하는 방향이 아닌 사회적 공익의 목표를 개별기업의 목표로 선택하여 자율적으로 기업 특유의 윤리적 행위 규범을 선택하고 실천하는 것이 필요하다(Clarkson, 1991)²⁷⁾고 정의하였다.

2. 기업의 사회적 책임 인식의 개념 구성요소

기업의 사회적 책임에 대한 구성요소를 살펴보면, 주요 연구내용은 다음과 같다.

첫째, Carroll(1979)²⁸⁾은 기업의 사회적 책임을 아래 표와 같이 성과 모델의 한 부분으로 포함시켜 이를 경제적 책임, 법적 책임, 윤리적 책임 및 재량적 책임으로 구분하였다. 이를 세부적으로 설명하면 첫째, 경제적 책임 영역은 기업의 사회적 책임 중 제1의 책임 영역으로서, 기업이 이윤을 추구하는 과정에서 사회에 재화와 서비스를 공급하는 기업 본래의 활동 영역이다. 즉 기업 자체가 존재하는 목적으로서 제품과 서비스를 생산하여 적절한 가격에 판매하고 투자자들에게는 보상이 가능한 이윤을 창출하는 책임으로 생산 활동을 통하여 부가가치를 창출하고 고용 및 유효 수요를 창출하는 등의 사회적 기여를 뜻한다. 둘째, 법적 책임 영역은 본질적인

26) M.Friedman, "The Social Responsibility of Business is to increase it profit", *The New York Times Magazine*, September 13, 1970

27) Clarkson, and B. E. Max, "Defining, evaluating, and managing corporate social performance: The stakeholder management model in Research in corporate social performance and policy", *James E. Post (ed.)*, JAI Press, 1991, pp. 331 - 358

28) A.B.Carroll, op.cit., pp. 497-505

기업 활동 과정에서 공해와 같은 불가피하게 부산물이 발생하여 공해방지 시설을 설치하는 것과 같이 기업이 의무적으로 참여해야 되나 기업입장에서는 자율적인 의사결정을 피하려고 하므로 정부가 사회적 목적을 달성하기 위해 기업행동을 통제하고 있는 영역이다. 즉 기업이 공정한 규칙 속에서 사회가 정한 법의 테두리 내에서 경영해야 하는 책임을 뜻한다. 셋째, 윤리적 책임 영역은 법적으로 규정하지는 못하지만 기업에게 사회의 일원으로서 기대하는 행동과 활동들이 있는데 이것이 바로 윤리적 책임이다. 법적 강제성은 없으나, 사회가 기대하고 요구하는 바를 충족시킬 의무 즉 기업의 모든 이해관계자의 기대, 기준 및 가치에 부합하는 행동을 할 책임을 뜻한다. 넷째, 재량적 책임 영역은 기업의 개별적 판단이나 선택에 맡겨져 있는 책임으로 사회적 기부 행위, 약물 남용자를 위한 사내 프로그램의 운영, 해고된 강경파를 훈련시킨다든지, 취업 주부를 위한 탁아소를 제공하는 등의 자발적인 영역에 속하는 것이다. 즉 자발적인 책임의 수행, 경영활동과는 직접 관련이 없는 문화 활동, 기부, 자원봉사 등을 의미한다.

둘째, 신유근(1990)²⁹⁾의 연구에 의하면, 기업이 사회적 책임을 수행하기 위해서는 부분적, 단기적으로는 기업의 이익을 희생하여 전체사회의 복지향상을 위한 기업 활동을 해야 한다. 기업에는 대 내·외적으로 많은 이해관계자 집단이 있어 그 대상이 다양할 수 있으나, 기업의 사회적 책임의 대상을 사회에 대한 책임과 고객에 대한 책임으로 분류하여 고찰하는 것이 일반적이다. 이를 세부적으로 설명하면 사회에 대한 책임으로 정부를 대상으로는 대정부관계에 있어서 기업의 사회적 책임과 관련하여 가장 큰 영향력을 가진 공권력 기관과의 관계이며, 납세관계와 같은 경제문제와 기업의 활동을 조정하고 규제하는 법률의 집행과 행정적 지도 등의 다양한 내용을 가진다. 따라서 기업의 사회적 책임으로써 기업이 정부에 대하여 부당한 영향력을 행사하여 사회주의에서 벗어난 방향으로 입법이나 행정 조치를 이끌지 않도록 하는 윤리의 기준이 확립되어야 한다고 하였다. 다음으로 경쟁사를 대상으로는 유사한 목적을 가진 경쟁기업들 상호간 특히, 대기업과 중소기업의 관계가 바람직한 방향으로 전개되도록 해야 한다고

29) 신유근(1990), 「기업과 사회」, 경문사, pp. 244-251의 내용, 연구자 재정리

하였고, 지역사회를 대상으로는 자원을 효율적으로 사용하여 가능한 한 낭비 없이 많은 부를 창출해낼 책임이 있다. 공해문제는 자율적인 규제를 함으로써 지역사회에 피해를 방지할 뿐만 아니라 이와 같은 산업을 대체할 적극적인 기술개발에 노력해야 한다. 지역사회 문화의 보존, 발전 문제는 근본적으로 기업이 담당할 분야라고는 할 수 없으나 기업은 가능한 범위 내에서 기존문화의 보존과 이에 대한 적응을 하여 부도덕한 행위로 인한 사회적 마찰을 피하도록 노력해야 한다고 하였다. 또한 고객에 대한 책임으로 소비자를 대상으로는 저가격으로 양질의 풍부한 상품을 제공하고 가능한 한 효율적이고 경제적으로 소비자의 수요와 욕구를 충족시키도록 노력해야 한다고 하였고, 종업원으로 대상으로는 경영자는 의사결정시 근로자의 생활에 미치는 영향을 충분히 고려해야 한다. 또한 인간적인 만족을 줄 수 있도록 해야 한다고 하였다. 마지막으로 주주를 대상으로는 주식회사의 경우 특히, 상장사일수록 경영자는 그들에게 권한과 책임을 부여해 준 주주들의 이익을 고려해야 한다. 물론 장기적인 기업 성장과 사회적 평가 및 배당 지불 요구 사이의 균형이 유지되어야 한다고 하였다.

결론적으로 Carroll, 신유근 등의 연구를 기초로 하여 기업의 사회적 책임을 재분류해 보면 외부고객인 소비자에 대한 책임과 내부고객인 종업원에 대한 책임, 협력업체, 주주에 대한 책임과 사회에 대한 책임, 즉 정부, 지역사회, 경쟁사 등에 대한 책임으로 재분류 할 수 있을 것이다. 이를 통해 본 연구에서는 각 긍정적 기대효과 및 제약요인별로 CSR 인식을 재분류하고자 한다.

3. 선행연구 고찰

기업의 사회적 책임활동의 인식으로 다양한 연구가 이루어졌으며, 기업 홍보 이미지 개선, 기업리스크 감소, 직원 애사심 증대, 매출향상 기여, 우수인재채용 도움, 자금조달 여건개선, 글로벌기업 경쟁력 확보, 임직원 역량 강화, 기업 지속가능성 증대, 우수협력업체와의 거래기회 제공 등 기업 경영성과에 긍정적인 영향이 있다는 연구결과들이 발표되었다. 이러한 선행연구를 정리해보면 다음과 같다.

첫째, 한국생산성본부(2009)³⁰⁾는 중소기업 등 13개 업종 CEO 230명 대상으로 실태조사를 실시하였으며, 업종별, 규모별 주요 변수를 고려하여, 실제 중소기업이 적용가능한 CSR 경영모델 및 정책적 시사점을 도출하기 위해 실태조사를 실시하였다. 특히 중소기업 CSR 인식의 측정항목으로 CSR 인식 정도와 CSR경영 제약요인에 대한 설문항목을 설계하였다.

둘째, 전국경제인연합회(2009)³¹⁾는 139개 社(매출액 상위 200대 기업 중 전경련 회원사)를 대상으로 실태조사를 실시하였으며, CSR 인식 및 추진 현황으로 CSR 추진활동 및 배경에 대한 설문항목을 설계하였고, 국내 기업의 CSR은 기본적인 제도와 시스템이 이미 정착되었다고 보고 있으며, 국내기업 경영전략에 CSR은 영향을 주는 것으로 파악하였다.

셋째, 산업정책연구원(2008)³²⁾은 총 212개 업체의 중소기업과 총 55개 업체의 대기업을 대상으로 실태조사를 실시하였으며, 산업정책연구원은 대기업의 협력업체 관리에 중소기업의 CSR 활동 요구 및 확대 추세가 있음을 분석하였고, 중소기업 CSR 인식확대의 요구와 부분적 실시 확인에 대한 검증을 통해 중소기업 CSR 지원확대 필요성을 제시하였다.

넷째, NATIONAL AND KAPODISTRIAN UNIVERSITY OF ATHENS(2008)³³⁾은 전 산업에 걸쳐있는 약 300개의 중소기업으로 공급업체 또는 CSR 그리스 네트워크 회원사를 대상으로 실태조사를 실시하였으며, 시사점으로 CSR 현장애로 및 문제점으로 비용, 시간의 제약과 정보의 부족을 제시하였고, 사회공헌, 교육 프로그램 및 동등한 취업 기회 등 조직 내부의 CSR 문제에 초점을 두어야한다고 제시하였다. 본 연구에서는 시간/비용의 제약과 정보의 부족에 대한 설문문항을 CSR경영 제약요인의 하위변수로 인용하도록 한다.

다섯째, CCSRC(2006)는 캐나다의 석유, 가스, 광산 및 탐사 등 채굴산업 202개 기업을 대상으로 실태조사를 실시하였으며, 시사점으로 전 세계

30) 김동수 외(2009), 「중소기업 CEO의 기업의 사회적 책임(CSR)의식 및 실태 조사」, 한국생산성본부

31) 이준섭(2009), 「윤리경영 현황 및 CSR 추진 실태 조사」, 전국경제인연합회

32) 조동성 외(2009), 「2008 중소기업 지속가능경영 실태조사」, 산업정책연구원

33) NATIONAL AND KAPODISTRIAN UNIVERSITY OF ATHENS, "2008 MAINSTREAMING CSR IN SMEs", NATIONAL AND KAPODISTRIAN UNIVERSITY OF ATHENS, 2009

에 산재한 캐나다 채굴기업 중 CSR을 채택하고 있는 기업이 위험감소, 안정적 투자에 의한 경영성과를 달성한다고 제시하였다. 본 연구에서는 CSR 인식에 있어 기대효과의 하위변수로 기업리스크 감소 및 자금조달 여건개선을 인용하도록 한다.³⁴⁾

여섯째, 國部克彦研究室(2006)³⁵⁾은 2005년 DJSI 선정 36개 대기업 각사의 협력업체(중소기업)를 대상으로 실태조사를 실시하였으며, 주요 시사점으로 대기업에서 중소기업의 CSR 요구가 강화되고 있고, 이미지 제고 등 대외 PR을 목적으로 CSR을 추진 및 인식하고 있다고 제시한다. 본 연구에서는 인구통계적 변수로 ‘거래대상 기업유형’의 설문항목과 CSR인식에 따른 기대효과의 하위변수로 ‘이미지 제고 등 대외 PR을 목적으로 함’의 설문항목을 인용하도록 한다.

이 외에도 기업의 사회적 책임활동으로 인한 기업운영의 긍정적 효과는 이론적연구, 사례연구 및 실증 연구에서도 다양하게 입증되었는데, 사회적 책임이 기업에 미치는 긍정적 효과에 대한 다양한 학자들의 연구결과를 살펴보면 다음과 같다. 해외 연구결과를 살펴보면 Kong et.al.,(2002)³⁶⁾는 시장 개발, 원가 절감, 시장점유율 확보, 장기적 생존의 긍정적 효과를 제시하였고, Rondinelli&London(2002)³⁷⁾는 효율성 제고 및 원가 절감, 경쟁력 강화, 자원 보존, 이미지 제고 상품 개발을 제시하였으며, Nielinger(2003)³⁸⁾는 시장 및 상품 개발, 직원채용 증대, 위험 관리, 이미지 제고를 제시하였고, Heal(2005)³⁹⁾은 위험 관리, 효율성 제고, 브랜드 가치

34) CCSRC, “2006 CSR & the Canadian International Extractive Sector”, *CSR in the Canadian Extractive Sector*, 2006

35) 檜山 洋子, “中小企業による CSR 推進の現状と課題(중소기업의 CSR 추진현황과 과제)”, 國部克彦研究室(국제카츠히코연구실), 2006

36) N.Kong, O.Salzmann, U.Steger, and A.Ionescu-Somers, “Moving business/industry towards sustainable consumption; The role of NGOs”, *European Management Journal*, 2002, 20 (2), pp. 109-127

37) D.A.Rondinelli and T.London, “Stakeholders and corporate responsibilities in cross-sectoral environmental collaborations: Building value, legitimacy and trust, In *Unfolding stakeholder thinking: Theory responsibility and engagement*. (eds)J. Andriof, S. Waddock, B. Husted and S. Sutherland Rahman, 2002, pp. 201 - 215

38) O.Nielinger, “Wirtschaft und Nichtregierungsorganisationen. Eine Liaison mit Zukunft?”, in: *Nord-Süd aktuell*, 2003, 17 (1), pp. 126-136

39) G.Heal, “Corporate Social Responsibility: An Economic and Financial Framework”, *The Geneva Papers on Risk and Insurance Issues and Practice*, 2005, 30(3), pp. 387-409

제고, 자원 생산성 제고, 자본비용 절감을 제시하였다. 또한 Valentine&Fleischman(2008)⁴⁰⁾은 내부직원에게 긍정적 이미지, 직원의 직무만족을 사회적 책임활동의 긍정적 효과로 제시하였다. 국내 연구결과를 살펴보면 이철승(2010)⁴¹⁾은 기업의 사회적 책임(CSR) 활동이 생산성 향상과 영향을 미친다고 규명하였고, 양보라미(2010)⁴²⁾는 기업 특성과 사회적 책임활동의 적합성은 기업 이미지에 상관을 미친다고 규명하였다. 또한 오세종, 이철영(2008)⁴³⁾은 기업인식에 따른 기업의 사회적 책임활동은 기업 이미지와 밀접한 관계를 가진다고 규명하였으며, 김수진(2010)⁴⁴⁾은 지각된 CSR활동은 기업평판, 기업신뢰 및 구매의도와 상관관계를 가진다고 규명하였다. 권진우(2010)⁴⁵⁾는 기업의 사회적 책임활동은 기업 이미지와 브랜드 이미지에 긍정적 영향을 미친다고 규명하였고, 신동영(2009)⁴⁶⁾은 기업의 사회적 책임은 기업의 이미지와 소비자의 구매의도에 영향을 미친다고 규명하였다. 최성민(2008)⁴⁷⁾은 CSR활동에 있어 서비스공정성은 기업 이미지와 서비스 만족도, 그리고 서비스 지속여부에 영향을 미친다고 하였고, 최원희(2010)⁴⁸⁾는 기업재단의 사회공헌활동은 기업 이미지와 밀접한 관계를 가진다고 하였다. 다음으로 허정(2009)⁴⁹⁾은 제도화된 사회공헌활동은

40) S.Valentine and G.Fleischman, "Ethicsprograms, perceived corporate social responsibility and job satisfaction", *Journal of Business Ethics*, 2008, 77(2), pp. 159-172

41) 이철승(2010), "기업의 사회적 책임(CSR)활동이 생산성 향상에 미치는 영향연구", 석사학위논문, 명지대학교

42) 양보라미(2010), "기업 특성과 사회적 책임활동의 적합성이 기업이미지에 미치는 영향에 관한 연구", 석사학위논문, 성균관대학교

43) 이철영(2008), "업인식과 CSR 홍보물에 대한 태도가 브랜드태도에 미치는 영향에 대한 실증적 연구", 「기초조형학연구」 vol.9 no.5 (2008. 10), 한국기초조형학회, pp. 317-328

44) 김수진(2010), "지각된 CSR활동이 기업평판, 기업신뢰 및 구매의도에 미치는 영향", 석사학위논문, 한양대학교

45) 권진우(2010), "기업의 사회적 책임 활동이 기업 이미지와 브랜드 이미지에 미치는 영향에 관한 연구", 박사학위논문, 단국대학교

46) 신동영(2009), "기업의 사회적 책임이 기업의 이미지와 소비자의 구매의도에 미치는 영향에 관한 연구 : 국내 4대 기업을 중심으로", 석사학위논문, 세종대학교

47) 최성민(2008), "CSR활동에 있어 서비스 공정성이 기업이미지와 서비스 만족도 그리고 서비스 지속여부에 미치는 영향 : 국내 이동통신사업자들을 대상으로", 석사학위논문, 고려대학교

48) 최원희(2010), "기업재단의 사회공헌활동이 기업 이미지에 미치는 영향에 관한 연구", 석사학위논문, 이화여자대학교

49) 허정(2009), "제도화 된 사회공헌활동이 마케팅성과에 미치는 영향", 석사학위논문, 홍익대학교

마케팅 성과에 영향을 미친다고 규명하였다.

이상의 선행연구를 통하여 기업의 사회적 책임의 인식에 관한 긍정적 효과로서 기대요인은 다음의 6개 분야로 설명할 수 있다.

첫째, 기업 이미지와 명성에 긍정적인 영향을 미친다.

둘째, 비용 절감의 효과를 가져온다.

셋째, 판매 증가와 시장점유율 증가로 매출 상승효과를 가져 온다.

넷째, 기업의 사회적 책임과 관련된 위험 감축 및 관리의 효과를 가져온다.

다섯째, 직원의 동기부여 및 유지와 채용에 긍정적 영향을 미친다.

여섯째, 직원의 기업에 대한 긍정적 이미지 형성으로 조직성과에 긍정적 영향을 준다.(유성은, 2007)⁵⁰⁾

또한 반대로 CSR경영의 제약요인은 다음의 5개 분야로 설명할 수 있다.

첫째, 시간과 비용의 부족이 CSR경영 추진을 방해한다.

둘째, 종업원 및 경영진의 관심 부족이 CSR경영 추진을 방해한다.

셋째, CSR효과에 대한 의문은 CSR경영 추진을 방해한다.

넷째, CSR에 대한 방법의 미인식은 CSR경영 추진을 방해한다.

다섯째, CSR 관련 법제도 및 정부지원책의 미비는 CSR경영 추진을 방해한다.

제 2 절 기업경영성과에 대한 이론적 고찰

1. 기업경영성과에 대한 개념정의

선행연구를 살펴보면, 기업경영성과를 재무적 성과와 조직성과로 구분하여 사용하는 것을 볼 수 있으며 이에 대한 각각의 정의를 살펴보면 다음과 같다.

기업의 재무적 성과는 주로 재무적 지표를 측정하는 것이 일반적인 방

50) 유성은(2007), “기업의 윤리수준이 경영성과에 미치는 영향에 관한 연구 :대전·충청지역 중소기업을 중심으로”, 박사학위논문, 한남대학교

법으로 투자자 수익률(Investor Return)과 회계적 수익률(Accounting Return)의 두가지 방법이 있다. 투자자 수익률은 투자자 관점에서 주가의 변동 또는 주식의 수익률을 측정하는 것을 말한다. 투자자 수익률을 경제적인 성과의 측정도구로 사용한 연구로는 Moskowitz(1972)⁵¹⁾의 연구와 Vance(1975)⁵²⁾의 연구가 있는데 이들 연구에서는 주로 주가의 변동을 가지고 투자자의 수익률을 측정하는 지표로 삼고 있다.⁵³⁾ 이 연구결과 기업의 사회적 성과와 경제적인 성과의 상관관계가 부의 상관관계로 나타났고 그 이유로는 주식의 위험정도가 달라서 시장의 변화에 따른 주가의 변화가 다르게 나타났기 때문으로 밝혀졌다. 그러므로 주가변동을 기준으로 측정하는 것은 배당을 고려하지 않았고 투자자들에게 주요한 의미를 지니는 주식의 위험성을 고려하지 않는 문제점을 가지고 있다. 위험을 고려하여 주식의 수익률을 경제적 성과 측정지표로 삼은 연구로 Alexander&Buchholz(1978)⁵⁴⁾의 연구, Anderson & Frankle(1980)⁵⁵⁾의 연구, Spicer(1978)⁵⁶⁾의 연구가 있다. 이러한 연구에서는 주식의 수익률과 위험을 고려한 자본자산 가격 결정모형에 근거한 회귀분석 모형을사용하였거나, 포트폴리오를 구성하여 구 수익률을 가지고 재무적 성과를 측정하였거나, 총 위험과 체계적 위험을 고려하여 경제적 성과를 측정하였다. 회계적 수익률은 주당 순이익(Earning perShare)이나 P/E 비율(Price Earning Ratio), 총자산 수익률, 자기자본 수익률, 매출액 순이익률 등의 여러 가지 기업의 이익률을 통해 경제적 성과를 측정한다.⁵⁷⁾

다음으로 기업의 사회적 책임과 조직성과의 직접적인 관계에 대한 선행

51) Moskowitz, and R.Milton, "Choosing socially responsible stocks", *Business and Society Review*, 1972, pp.71-75

52) Vance, Stanley, "Are socially responsible firms good investment risks?" *Management Review*, 1975, pp.18 - 24

53) 진수대(2000), "기업의 사회적 성과와 재무적 성과간의 관련성에 대한 연구", 석사학위논문, 중앙대 국제경영대학원, p.15

54) J.Gordon, Alexander, A.Rogene, Buchhlolz, "Corporate social responsibility and stock market performance", research notes, 1978

55) J.ANDERSON and A.FRANKLE, "Voluntary Social Report: An Iso-Beta Portfolio Analysis", *Accounting Review* 1980, 55, pp. 468-479

56) B.H.Spicer, "Inverstors, Corporate Social Performance and Information Disclosure: An Empirical Study", *The Accounting Review*, 1978, 53(1), pp. 94-111

57) 진수대(2000), 상계논문, p.14

연구는 상대적으로 매우 부족한 실정이지만 다음과 같은 사회적 책임과 조직성과간의 간접적 관계를 설명한 연구들을 찾아 볼 수 있다. Turban & Greening(1996)⁵⁸⁾은 기업의 사회적 책임활동이 활발할수록 잠재직원의 마음을 끌 수 있으며 이는 결과적으로 기업의 직원채용에 있어 더 많은 지원자를 이끌 수 있다고 하였고, Peterson(2004)⁵⁹⁾에 따르면 사회적 책임으로 형성된 기업의 긍정적인 명성에 대해 소속직원들의 자부심이 높아지며 이에 따라 조직에 대한 몰입이 향상된다고 하였다. 또한 Dawkins(2004)⁶⁰⁾의 연구에서 영국 회사원의 58%가 소속된 조직의 사회적·환경적 책임이 매우 중요하다고 인식하고 있다고 확인하였으며, scott(2004)⁶¹⁾는 기업의 사회적 책임과 환경적 관심이 신규 직원채용에 있어 대학졸업생을 유인하는데 중요한 역할을 한다고 하였다. Valentine & Barnett(2003)⁶²⁾은 미국 내 영업사원을 대상으로 기업의 윤리코드 인식, 지각된 윤리가치, 지각요인의 매개 효과로 인해 기업의 윤리코드 인식수준이 조직몰입에 긍정적인 영향을 미친다고 하였다.

2. 기업경영성과의 개념 구성요소

앞서 기업경영성과의 개념에서 알 수 있듯이 기업경영성과는 여러 가지 지표로 측정 될 수 있으며, 대부분의 선행연구는 객관적인 지표인 재무제표를 활용한 재무성과를 측정하였으나 적정한 재무성과 측정에 있어서 의견일치를 보이고 있지 못하다. 생산성본부(2009)⁶³⁾, 이인석(2002)⁶⁴⁾, 강용

58) C.B.Turban and D.W.Greening, "Corporate social performance and organizational attractiveness to prospective employees", *Academy of Management Journal*, 1996, 40(3), pp. 658-672

59) D.K.Peterson, "The relationship between perceptions of corporate citizenship and organizational commitment", *Business and Society*, 2004, 43(3), pp. 296-319

60) J.Dawkins, "The public's view of corporate responsibility 2003", *Mori*, 2004

61) C.Scott, "Regulation in the age of governance: The rise of the post-regulatory state. In J. Jordana & D. D. Levi-Faur (Eds.), *The politics of regulation: Institutions and regulatory reforms for the age of governance*", *Edward Elga*, 2004, pp. 145 - 174

62) S.Valentine and T.Barnett, "Ethics Code Awareness, Perceived Ethical Values, and Organizational Commitment", *Journal of Personal Selling and Sales Management*, 2003, pp. 359-367

63) 김동수 외(2009), 전계서

64) 이인석(2002), "성과척도로서 기업윤리에 관한연구", 「서강경영논총」 제13집 2호

수(2011)⁶⁵⁾ 등 재무적 성과로 매출액증가율, 영업이익률, 부채비율의 척도를 사용하는 것이 재무제표를 통한 측정 외에 주관적 평가의 일반적 척도로 볼 수 있다. 특히 설문조사에 있어 응답자의 기업비밀 유출 등의 응답 제약요인 등을 고려한다면 5점 척도를 사용한 주관적 척도 분석이 하나의 방법이라 볼 수 있다.

조직 성과는 주로 조직몰입도 관점에서 측정되고 있으나, 재무적 성과와 마찬가지로 적절한 측정방법에 있어서는 의견일치를 보이고 있지 못하다. 생산성본부(2009)⁶⁶⁾, 이영찬&이승석(2008)⁶⁷⁾이 제시한 주요경쟁사에 비해 사업성공, 더 높은 시장점유율, 더 빠른 성장, 더 많은 수익, 더 혁신적인 기업의 5가지 척도 측정이 기업성과와 관련된 조직성과로 구분함에 있어 사회적책임활동(CSR)과 관련된 지표임으로 본 연구에서는 이영찬&이승석(2008)이 제시한 5가지 척도를 중점으로 다루도록 한다.

3. 선행연구 고찰

국내의 경우를 살펴보면, 생산성본부 등 공공 연구기관과 민간연구소, 전국경제인연합회 등에서 중소기업 CSR 실태조사 및 윤리경영을 중심으로 조사 및 연구되고 있는 상황이며 학위 논문을 살펴보다도 정량적, 정성적 연구의 조합이 아닌 개별적 연구의 한계를 보이는 실정이다. 이는 연구의 오류를 최소화하기 위해 조사초기부터 정량적/정성적 연구방법론으로 구성해야하는 당연한 상황임에도 불구하고, 아쉽게도 일방적인 연구의 사례만 빈번하다.

이에 국내 연구 상황은 중소기업으로 구분되어진 CSR 연구가 부족한 현실이며 기업의 관심사인 기업경영성과와의 영향에 관한 연구는 부족한 실정이다. 특히 기업경영성과를 재무적 성과로 한정지어 바라보는 것은 CSR경영이 단기간에 기대효과를 창출하는 것보다 중장기적으로 기대효과를 창출하는 경우가 높은 지속가능한 경영전략으로 바라보지 못하는 한계

(2002. 12), 서강대학교경영연구소, pp. 245-267

65) 강용수(2011), 전계논문

66) 김동수 외(2009), 상계서

67) 이영찬, 이승석(2008), “기업의 사회적 책임활동이 혁신역량 및 성과에 미치는 영향”, 「사회적기업연구」 제1권 제1호, 사회적기업연구원, pp. 93-117

를 가지고 있다고 할 수 있겠다.

기업경영성과는 다양한 지표를 통해 측정될 수 있으며, 객관성과 신뢰성을 보장하는 재무제표를 활용하여 측정하는 것이 일반적이다.

선행연구에서는 기업성과는 주로 재무적성과 또는 회계적 이익률로 정의하고 이에 대한 실증분석을 실시하고 있으며, 결산자료를 통한 실증분석을 위해서는 외부공시를 하는 일정규모 이상의 기업을 대상으로 할 수밖에 없어 중소기업을 대상으로 기업성과를 측정할 때는 국·내외 5점의 명목척도로 측정하는 선행 연구들이 존재하고 있었다.

본 연구에 인용된 CSR 경영활동과 기업성과에 대한 주요 선행 연구 논문을 살펴보면 다음과 같다.

첫째, 강용수(2011)⁶⁸⁾은 국내 전국 중소기업 207개를 대상으로 변수의 정의로 독립변수는 한국 중소기업 CSR 경영활동을 경제적, 법적, 윤리적, 자선적 책임으로 정의하였고, 종속변수는 재무적 성과를 매출액증가율, 영업이익률, 부채비율로 정의하고 5점 척도로 측정하였고, 연구결과는 경제적 책임, 자선적 책임은 가설 채택되었고, 법적책임, 윤리적 책임은 가설 기각되었다.

둘째, 고은정(2010)⁶⁹⁾은 2006년 기준 매출액기준 상위 100대 기업 중 51개 기업을 대상으로 변수의 정의로 독립변수는 기업의 사회적 책임을 CSR 활동수행정도, CSR 인식, CSR-노동지표별 실천현황으로 정의하였고, 종속변수로 재무적 성과를 당기순이익, 매출액영업이익율, 종업원 1인당 순이익으로 정의였다. 연구결과는 당기순익, 매출액영업이익율은 양의 상관관계를 보이고 있으며, 종업원지표는 음의 상관관계를 보이고 있음으로 나타났다.

셋째, 이영찬, 이승석(2008)⁷⁰⁾은 국내제조업 중심 다양한 산업군의 기업 내 실무자 및 중간관리자 대상 표본 수 256개 기업을 대상으로 변수의 정의로 독립변수는 기업의 사회적 책임활동을 고객, 종업원, 경쟁업체,

68) 강용수(2011), 전계논문

69) 고은정(2009), “기업의 사회적책임이 재무적성과에 미치는 영향에 관한 연구”, 석사학위논문, 숙명여자대학교

70) 이영찬, 이승석(2008), 전계논문

NGO/NPO, 노동단체 사회적책임으로 정의하였고, 종속변수는 기업성과(조직성과)를 주요경쟁사에 비해 사업성공, 더 높은 시장점유율, 더 빠른 성장, 더 많은 수익, 더 혁신적 기업으로 정의하였다. 연구결과는 혁신역량, 기업성과종업원, NGO/NPO, 노동단체는 양의 상관관계를 보이고 있으며, 노동단체는 음의 상관관계를 보이고 있음으로 나타났다.

넷째, 総合政策研究 加賀田, 和弘(Kazuhiro Kagata, 2006)⁷¹⁾은 동양 경제 신보사 "CSR 기업 총람 2006"기재 기업 427 개사 (제조업)를 대상으로 변수의 정의로 독립변수는 사회적책임경영을 CSR기초제도 여부, 클레임 데이터베이스 · 사고 · 결함 공개 지침, 환경경영, 직원 대우로 정의하였고, 종속변수로 매출액 경상 이익률을 0-5 점의 척도로 기준화하였다. 연구결과는 환경 경영도 조사, 출산 휴가 취득율, 여성 관리자 비율이 가설 채택되었고, 이외의 모든 변수 CSR과 기업성과 유의미한 상관관계 검증되지 않아 가설 기각되었다.

다섯째, 大阪大學大學院國際公共政策研究科 中尾 麗イザベル(2006)⁷²⁾은 FTSE 선진국 지수에 포함된 "GLOBAL 500" 기업 중 자료 분석이 가능한 298개 기업을 대상으로 변수의 정의는 독립변수로 사회적책임경영을 15점 만점으로 지배구조, 고용, 사회, 환경에 대해 측정하였고, 종속변수로 재무성과를 20점 만점으로 【수익성】 자본 영업 이익률, 매출액 영업 이익률 【성장성】 매출 고령 평균 성장률, 영업 현금 흐름 [안전성]이자 보상 배율로 측정하였다. 연구결과는 CSR 추진은 재무 성과에 긍정적인 영향을 미치는 것으로 나타났고, CSR 추진 내용과 정도는 지역적인 차이가 존재하는 것으로 밝혀졌다. 특히, 고용이 성장성에 가장 강하게 긍정적인 영향을 미치는 것으로 나타났다.

여섯째, University of Technology, Sydney Ron BirdaFirst 외 2(2006)⁷³⁾은 KLD 연구소에서 ROE, FCF의 자료를 추출가능한 2003년 12월부터

71) 加賀田,和弘(Kazuhiro Kagata), "CSRと経営戦略 -CSRと企業業績に関する實証分析から", *Journal of Policy Studies*, 総合政策研究, No.30(November 2008), 2008

72) 中尾 麗イザベル, "기업의 사회적 책임과 재무 실적에 관한 실증 분석", 大阪大學大學院國際公共政策研究科, 2006

73) Sydney Ron Bird 외 2, "Corporate Social Responsibility and Corporate Performance: Where to Begin?", University of Technology, 2006

1991년 1월까의 650 미국 기업을 대상으로 변수의 정의로 독립변수는 사회적책임경영으로 정의하였고, 종속변수로 재무성과를 ROE(자기자본수익율), ER(매출비용비율), FCF(잉여현금흐름)으로 정의하였다. 연구결과는 FCF(잉여현금흐름)가 강한 영향관계를 보이는 것으로 검증되었다. 또한 CSR성과와 기업가치에 관한 선행연구 결과를 살펴보면 다음과 같다. 첫째, Parket & Eilbrit(1975)⁷⁴⁾는 포퓰 500대 기업 중 80개 기업과 500대 기업 비교를 대상으로 CSR성과를 CSR프로그램의 진행여부로 기업가치를 당기순이익, ROE, EPS로 설정하였으며, 연구결과는 양의 상관관계로 나타났다. 둘째, Kedia & Kuntz(1981)⁷⁵⁾는 텍사스의 30개 상업은행을 대상으로 CSR성과는 5개영역의 CSR프로그램의 존재여부를 기업가치는 ROA로 설정하였고, 연구결과는 양의 관계는 여성, 음의 관계는 기여금, 그 외는 관계가 없음으로 나타났다. 셋째, McGuire et al.(1988)⁷⁶⁾는 98개 기업을 대상으로 CSR성과는 포퓰지가 조사한 기업명성도, 기업가치는 다양한 회계적 수익율, 위험조정 주가수익율, 베타를 설정하였고, 연구결과는 양의 관계는 ROA, 총자산으로, 음의 관계는 영업이익 성장성, 위험으로 나타났다.

이 외에도 윤승환(2009)⁷⁷⁾은 독립변수로 조직문화 유형별 지속가능경영을 설정하였고, 종속변수로 조직성과를 설정하였으며, 손태원(2009)⁷⁸⁾은 기업의 사회적 책임활동이 종사자의 조직신뢰와 조직몰입에 영향을 미친다고 정의하였다. 이와 관련하여 김영곤(2010)⁷⁹⁾은 호텔의 사회적 책임활

74) R.Parket R and H.Eilbrit, "Social Responsibility: the underlying factors", *Business Horizons*, 1975, 18, pp. 5-10

75) B.Kedia and E.C.Kuntz, "The Context of Social Performance: An Empirical Study of Texas Banks", in L. E. Preston (ed.), *Research in Corporate Social Performance and Policy*. 1981

76) McGuire, B.Jean, Alison Sundgren and Thomas Schneeweis, "Corporate Social Responsibility and Financial Performace", *academy of management journal*, 1988, Vol.31(No.4), pp. 853-872

77) 윤승환(2009), "조직문화 유형별 지속가능경영이 조직성과에 미치는 영향에 관한 연구 : 지속가능경영 추진 기업사례를 중심으로", 박사학위논문, 단국대학교

78) 손태원(2009), "기업의 사회적 책임활동이 종사자의 조직신뢰와 조직몰입에 미치는 영향에 관한 연구", 석사학위논문, 한국항공대학교

79) 김영곤(2010), "호텔의 사회적책임활동이 종사원의 조직몰입과 조직시민행동에 미치는 영향에 관한 연구", 석사학위논문, 경기대학교

동은 종사원의 조직몰입과 조직시민행동에 영향을 미친다고 정의하였다.

선행연구를 살펴보면, 기업경영성과의 측정수단이 매우 다양함을 알 수 있으며, 또한 연구대상이나 측정수단에 따라 영향에 대해 유의미한 영향이 있다는 것은 나타났으나, 응답기업의 편중(대기업 중심)으로 아직 일반화하기에는 무리가 있음을 알 수 있었다.

본 연구에서는 기업경영성과를 선행연구 통해서 재무적 성과와 조직 성과로 정의하고 연구를 수행하도록 한다. 재무적 성과로는 이인석(2002)⁸⁰⁾이 제시한 항목 중에서 매출액증가율, 영업이익률, 부채비율의 3가지 문항을 사용하고, 조직 성과는 이영찬, 이승석(2008)⁸¹⁾이 제시한 주요경쟁사에 비해 사업성공, 더 높은 시장점유율, 더 빠른 성장, 더 많은 수익, 더 혁신적인 기업의 5가지 문항을 사용하도록 한다.

제 3 절 선행연구의 시사점

1. 기여점

기업의 사회적책임에 대한 과거의 선행 연구들을 통해서 CSR에 대한 정의를 이해할 수 있었으며, 기업의 사회적책임(CSR)경영활동과 기업성과 간의 상관관계와 인과관계를 검증한 선행 논문에 대한 연구조사를 실시한 결과, 일부를 제외하고 대체적으로 기업의 CSR활동과 기업성과 간에는 통계적으로 유의한 상관관계가 검증되었다.

또한, 선행연구 논문에서 기업성과를 재무적 성과와 조직 성과로 정의하고 연구가 진행되는 등 CSR활동과 기업성과 간의 활발한 연구가 진행되고 있음을 알 수 있다.

2. 한계점

해외 선행 연구의 표본은 중소기업을 대상으로 하는 연구는 드물었으며,

80) 이인석(2002), 전계서

81) 이영찬, 이승석(2008), 전계서

본 연구에서 인용하게 된 주요 논문들도 연구대상이 중소기업만을 하는 경우보다는 대기업 등 일정규모 이상의 기업을 대상을 하고 있는 경우가 대부분이었다. 특히 해외의 경우 기업성과를 대체적으로 재무적 성과(회계적 이익률)로 한정하여 정의하고 있는 경우가 많았고, 국내의 경우 사회적 책임경영 연구활동이 활성화 되어 있질 않았으며, 기업성과를 종속변수로 하여 관계를 분석하는 연구논문은 그 중에서도 매우 드물었다.

CSR인식 정도에 대한 선행연구 역시 내부경영활동에 대한 조사가 많았고, 국내 중소기업CSR에 대한 주기적 실태조사는 없어, 향후 보다 유의미한 정보의 생산을 위해 주요 항목별 시계열 분석과 세계적 트렌드 및 국내 현황에 적합한 항목의 추가 등이 필요할 것으로 판단된다.

마지막으로, 국내 중소기업 실정에 최적화된 선행연구는 드물었으며, 동시에 타국에 비해서 대외 수출 의존도가 매우 높은 국내 기업구조 상 수출유형 및 거래대상 기업의 유형을 모두 포괄한 상관관계 분석은 부족한 것이 사실이다.



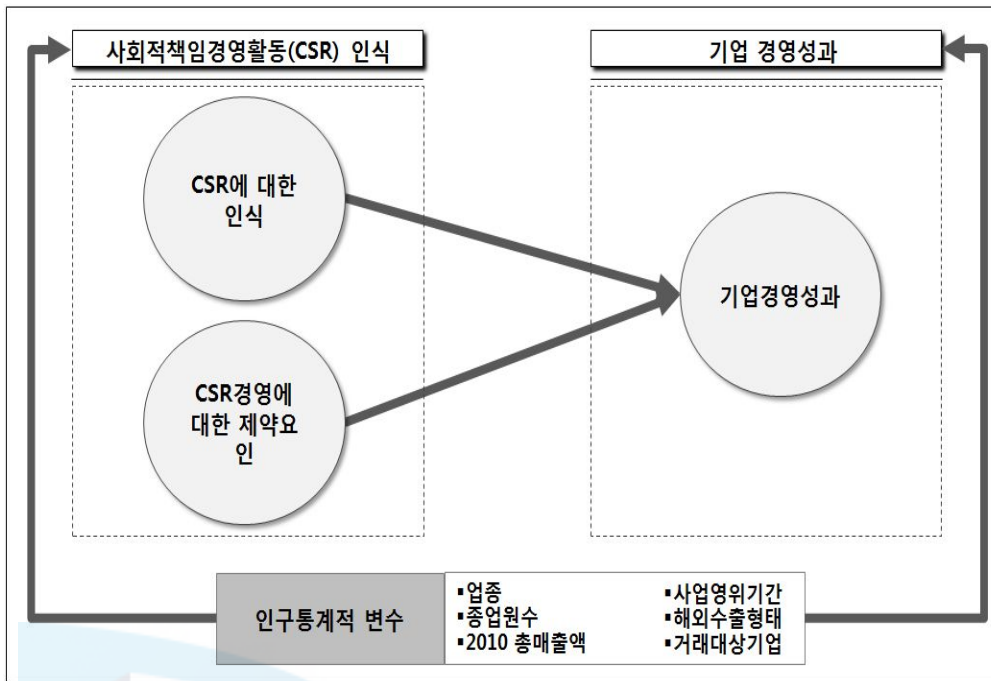
제 3 장 연구모형의 설계 및 연구방법

제 1 절 연구모형의 설계

본 연구자는 기업의 사회적책임경영활동(CSR)에 대한 인식 및 기업의 사회적책임경영활동(CSR)에 대한 제약요인을 독립변수로 하여 그 영향이 기업경영성과에 미치는 지에 대한 연구를 하고자 하였다. 이에 따라 독립변수는 기업의 사회적책임경영활동(CSR)에 대한 인식과 기업의 사회적책임경영활동(CSR)에 대한 제약요인이며, 기업의 사회적책임경영활동(CSR)에 대한 인식의 하위요소로 기업홍보 이미지 개선, 기업리스크 감소, 직원 애사심 증대, 매출향상 기여, 우수인재채용 도움, 자금조달 여건개선, 글로벌기업 경쟁력 확보, 임직원 역량강화, 기업 지속가능성 증대, 우수협력업체와의 거래기회 제공정도를 설정하고, 기업의 사회적책임경영활동(CSR)에 대한 제약요인의 하위요소를 시간예산 부족, 종업원 관심부족, 경영진 관심부족, CSR 효과의문, CSR 법제도 및 정부지원책 부족, CSR에 대한 방법을 모름으로 설정하였다. 그리고 기업경영성과 변수로 많은 연구에서 사용된 재무적 성과와 조직성과를 사용하였다.

본 연구모형은 기업의 사회적책임경영활동(CSR)에 대한 인식 및 기업의 사회적책임경영활동(CSR)에 대한 제약요인은 기업경영성과에 영향을 미칠 것이다. 또한 인구통계적 변수는 기업의 사회적책임경영활동(CSR)에 대한 인식 및 기업의 사회적책임경영활동(CSR)에 대한 제약요인, 그리고 기업경영성과에 영향을 미칠 것이다라는 가설에서 설계되었다. 이는 인구통계적 변수인 기업규모와 기업의 사업성격(해외수출형태, 거래대상기업 유형)에 따라 기업의 사회적책임경영활동(CSR)에 대한 인식 및 기업의 사회적책임경영활동(CSR)에 대한 제약요인은 차이를 보일 것이고, 결과적으로 이러한 내용이 선 순환하여 기업경영성과를 향상시키는데 기여할 것이다.

<그림 3-1> 연구모형



제 2 절 가설의 설정

위와 같은 연구모형의 설계에 따라 다음과 같은 가설을 설정하였다.

1) 한국 중소기업의 CSR에 대한 인식과 기업경영성과 관계

Verschoor(1998)⁸²⁾는 윤리적 의사결정을 강조하는 경영진의 몰입과 이해의 정도가 사회적 책임과 재무적 성과에 강한 상관관계가 있음을 제시하였고, 생산성본부(2009)⁸³⁾는 중소기업 사회적책임경영활동(CSR)에 대한 인식이 기업경영성과와 상당한 관계를 가지고 있다고 제시했다. 또한, 國

82) C.V.Verschoor, "A Study of the Link between a Corporation Financial Performance and its Commitment of Ethics", *Journal of Business Ethics*. 1998, 17(13). pp. 1509-1516

83) 김동수 외(2009), 전제서

部克彦研究室(2006)⁸⁴⁾은 사회적책임경영활동(CSR) 인식의 하위요소로 이미지 제고 등 대외 PR을 목적으로 하고있다는 변수를 설정하여 사회적책임경영활동(CSR)에 대한 실태와 경영성과와의 관계를 제시했으며, 고은정(2009)⁸⁵⁾은 기업의 사회적책임이 재무적 성과에 영향을 미치고 있다는 연구에서 사회적책임의 변수로 사회적책임경영활동(CSR)에 대한 인식을 제시했고, 기종진(2006)⁸⁶⁾은 사회적으로 높은 책임의식을 지닌 개인과 이상주의자들은 기업윤리와 사회적책임이 조직의 장기적인 기업이미지 개선에 대하여 중요하게 작용한다는 것을 인식하는 경향이 있다고 제시했다. 이상의 사회적책임경영활동(CSR)에 대한 인식에 관한 선행 연구를 종합하여 사회적책임경영활동(CSR) 인식에 있어서 하위변수로 ‘기업홍보 이미지 개선, 기업리스크 감소, 직원 애사심 증대, 매출향상 기여, 우수인재채용 도움, 자금조달 여건개선, 글로벌기업 경쟁력 확보, 임직원 역량 강화, 기업지속가능성 증대, 우수협력업체와의 거래기회 제공’ 등을 설정하였다. 다음으로 기업경영성과에 있어서는 재무적 성과로 이인석(2002)⁸⁷⁾이 제시한 항목 중에서 매출액 증가정도, 수익률 증가정도, 부채증가정도를 세부요인으로 설정하여 두 변수간의 관계에 대한 가설을 설정하였다. 기업의 사회적책임경영활동(CSR)에 대한 인식 기업의 재무적 성과뿐만 아니라 조직적 성과와도 밀접한 관계를 나타내고 있다. 이영찬, 이승석(2009)⁸⁸⁾은 조직성과 측정항목으로 ‘경쟁사 대비 사업성공확률 높음, 경쟁사 대비 시장점유율 높음, 경쟁사 대비 성장성 높음, 경쟁사 대비 수익성 높음, 경쟁사 대비 품질혁신역량 높음’을 조직 성과 측정 항목으로 제시하였다.

< 가설 1 >

한국 중소기업 CSR 인식은 기업경영성과에 유의미한 영향이 있을 것이다.

84) 國部克彦研究室(2006), 전계서

85) 고은정(2009), “기업의 사회적 책임이 재무적 성과에 미치는 영향에 관한 연구”, 석사학위논문, 숙명여자대학교

86) 기종진(2006), “CEO의 기업윤리와 사회적책임에 대한 인식이 기업이윤 동기에 미치는 영향”, 박사학위논문, 전북대학교

87) 이인석(2002), 전계서

88) 이영찬, 이승석(2008), 전계서

< 가설 2 >

한국 중소기업 CSR 인식 하위변수들은 기업경영성과에 유의미한 영향이 있을 것이다.

< 가설 2-1 >

한국 중소기업 CSR 인식 하위변수들은 재무적 성과에 유의미한 영향이 있을 것이다.

< 가설 2-2 >

한국 중소기업 CSR 인식 하위변수들은 조직 성과에 유의미한 영향이 있을 것이다.

2) 한국 중소기업의 CSR에 대한 제약요인과 기업경영성과 관계

중소기업의 CSR경영 제약요인을 측정하기 위해 생산성본부(2009)는 ‘시간예산 부족, 종업원 관심부족, 경영진 관심부족, CSR 효과의문, CSR 법제도 및 정부지원책 부족, CSR에 대한 방법을 모름’을 변수로 제시하였고, NATIONAL AND KAPODISTRIAN UNIVERSITY OF ATHENS(2008)⁸⁹⁾은 시간, 비용의 제약과 정보의 부족에 대한 변수를 제시하였다. 중소기업의 사회적책임경영활동(CSR) 인식의 하위변수로 ‘CSR에 대한 인식’과 ‘CSR경영 제약요인’을 통합하여 구성해도 논리적으로 무리가 없으나, 설문문항 구조 상 CSR인식 및 추진여부, 기대효과와 제약요인이라는 역문항 구조의 한계를 가짐으로써 별도의 Dimension으로 구분하는 것을 밝힌다. 다음으로 기업경영성과에 있어서는 재무적 성과로 이인석(2002)⁹⁰⁾이 제시한 항목 중에서 매출액 증가정도, 수익률 증가정도, 부채증가정도를 세부요인으로 설정하여 두 변수간의 관계에 대한 가설을 설정하였고, 이영찬, 이승석(2009)⁹¹⁾은 조직성과 측정항목으로 ‘경쟁사 대비 사업성공확률 높음, 경쟁사 대비 시장점유율 높음, 경쟁사 대비 성장성 높음, 경쟁사 대

89) NATIONAL AND KAPODISTRIAN UNIVERSITY OF ATHENS, *op.cit.*

90) 이인석(2002), 전계서

91) 이영찬, 이승석(2009), 전계서

비 수익성 높음, 경쟁사 대비 품질혁신역량 높음'을 조직 성과 측정 항목으로 제시하였다.

< 가설 3 >

한국 중소기업 CSR경영 제약요인은 기업경영성과에 유의미한 영향이 있을 것이다.

< 가설 4 >

한국 중소기업 CSR경영 제약요인의 하위변수들은 기업경영성과에 유의미한 영향이 있을 것이다.

< 가설 4-1 >

한국 중소기업 CSR경영 제약요인의 하위변수들은 재무적 성과에 유의미한 영향이 있을 것이다.

< 가설 4-2 >

한국 중소기업 CSR경영 제약요인의 하위변수들은 조직 성과에 유의미한 영향이 있을 것이다.

본 연구는 사회적책임경영(CSR)이라는 큰 틀 안에서 한국의 중소기업에 있어서 CSR인식과 CSR경영 제약요인 정도가 각각 어느 정도인지 그리고 각 요인들의 수준 및 차이가 기업경영성과에 얼마만큼의 영향을 미치는 지를 알아보고 자한 것이며, 이상의 가설을 정리하면 다음의 [표 3-1]와 같다.

[표 3-1] 가설설정

		가 설
가설1		한국 중소기업 CSR 인식은 기업경영성과에 유의미한 영향이 있을 것이다.
가설2		한국 중소기업 CSR 인식 하위변수들은 기업경영성과에 유의미한 영향이 있을 것이다.
	가설2-1	한국 중소기업 CSR 인식 하위변수들은 재무적 성과에 유의미한 영향이 있을 것이다.
	가설2-2	한국 중소기업 CSR 인식 하위변수들은 조직성과에 유의미한 영향이 있을 것이다.
가설3		한국 중소기업 CSR경영 제약요인은 기업경영성과에 유의미한 영향이 있을 것이다.
가설4		한국 중소기업 CSR경영 제약요인 하위변수들은 기업경영성과에 유의미한 영향이 있을 것이다
	가설4-1	한국 중소기업 CSR경영 제약요인의 하위변수들은 재무적 성과에 유의미한 영향이 있을 것이다.
	가설4-2	한국 중소기업 CSR경영 제약요인의 하위변수들은 조직성과에 유의미한 영향이 있을 것이다.

제 3 절 변수의 정의와 측정

위와 같은 연구모형의 설계에 따라 다음과 같은 가설을 설정하였다.

1) 한국 중소기업의 CSR에 대한 인식

김상철(2011)⁹²⁾은 기업윤리 프로그램 실천에 대한 구성원 인식정도가 조직성과에 미치는 영향 연구(기업의 사회적 책임의 매개효과를 중심으로)에서 기업의 사회적 책임에 대한 인식은 조직성과에 영향을 미친다고 하

92) 김상철(2011), 전계논문

였고, 신유근(1994)⁹³⁾은 기업의 사회적 책임을 기업 활동으로 인해 발생하는 사회적, 경제적 문제를 해결함으로써 기업의 이해관계자와 사회일반의 요구나 기대를 충족시켜 주어야 하는 기업행동의 규범적 체계라고 정의하고 있다. 또한 양보라미(2010)⁹⁴⁾는 기업 특성과 사회책임활동의 적합성이 기업이미지에 유의미한 관계를 보이고 있다고 했으며, 오세중, 이철영(2008)은 기업인식에 따른 기업의 사회적 책임활동이 기업이미지에 유의미한 상관관계를 보이고 있다고 했다. 권진우(2010)⁹⁵⁾ 역시 기업의 사회적 책임활동이 기업이미지와 브랜드 이미지에 상당한 관계를 보이고 있음을 밝히고 있다. 따라서 기업의 사회적책임경영(CSR)에 대한 인식은 인식에 정의 영향을 주는 CSR인식의 기대효과 측면과 부의 영향을 주는 CSR경영에 대한 제약요인으로 구분할 수 있다. 본 연구에 사용된 설문은 생산성본부(2009)⁹⁶⁾, NATIONAL AND KAPODISTRIAN UNIVERSITY OF ATHENS(2009)⁹⁷⁾, 國部克彦研究室(2006)⁹⁸⁾ 등의 설문을 재구성하여 CSR에 대한 인식 측정문항으로 ‘기업홍보 이미지 개선, 기업리스크 감소, 직원 애사심 증대, 매출향상 기여, 우수인재채용 도움, 자금조달 여건개선, 글로벌기업 경쟁력 확보, 임직원 역량 강화, 기업 지속가능성 증대, 우수협력업체와의 거래기회 제공’ 등 10개 문항, CSR경영에 대한 제약요인 측정문항으로 ‘시간예산 부족, 종업원 관심부족, 경영진 관심부족, CSR 효과의문, CSR 법제도 및 정부지원책 부족, CSR에 대한 방법을 모름’ 등 6개 문항으로 측정하였다.

2) 기업경영성과

기업경영성과에 대한 선행연구는 상당히 많으나, 본 연구에 사용된 설문은 생산성본부(2009)⁹⁹⁾, 이인석(2002)¹⁰⁰⁾, 이영찬, 이승석(2009)¹⁰¹⁾, 강용수

93) 신유근(1994), 「현대의 기업과 사회」, 경문사

94) 양보라미(2010), 전개논문

95) 권진우(2010), 전개논문

96) 김동수 외(2009), 상계서

97) NATIONAL AND KAPODISTRIAN UNIVERSITY OF ATHENS, *op.cit.*

98) 國部克彦研究室, *op.cit.*

99) 김동수 외(2009), 상계서

(2011)¹⁰²⁾ 등의 설문을 재구성하여 재무적 성과 측정항목으로 ‘매출액 증가정도, 수익률 증가정도, 부채증가정도’ 등 3개 문항, 조직성과에 대한 측정문항으로 ‘경쟁사 대비 사업성공확률 높음, 경쟁사 대비 시장점유율 높음, 경쟁사 대비 성장성 높음, 경쟁사 대비 수익성 높음, 경쟁사 대비 품질 혁신역량 높음’ 등 5개 문항으로 측정하였다.

제 4 절 표본선정과 자료수집

본 연구에 대한 실증분석을 위해 국내 소재 중소기업에 종사하고 있는 CEO 및 CSR 실무담당자 등 실제 CSR과 관련한 의사결정권자들을 대상으로 설문조사를 실시하였다.

설문조사 기간은 2011년 11월 1일부터 11월 30일까지 약 30일이 소요되었다. 분석을 위해 국내 중소기업체를 중심으로 오프라인 면대면 설문조사 및 온라인 간접조사를 통해 중소기업체 종사자를 대상으로 약 300부의 설문지를 배포하였다. 최종 수집된 설문지는 213개 중소기업체에서 총 213개 설문지가 회수되었으며, 이 중 설문지의 측정항목을 누락하거나 불성실한 설문지 1부를 제외하고, 최종 분석에 212부가 사용되었다. 사용되었다.

자료의 분석 방법은 회수된 자료를 일차적으로 코딩하여 응용프로그램 패키지를 사용하여 측정도구의 신뢰성 분석(reliability test)을 위해 Cronbach's alpha 값을 사용하였다. 신뢰성이란 동일한 개념에 대해 반복적으로 측정하였을 때 나타나는 측정값들의 분산을 의미하는데, 설문을 통하여 획득한 자료가 가설에 있는 변수들의 개념을 얼마나 잘 포함하고 있는지를 확인하고자 하는 것이다.

또한 변수들 간의 상관관계 정도와 독립성을 확인하고자 상관관계분석(correlation analysis)을 실시하였다. 이러한 상관관계는 변수들 간의 상호 관련정도를 알아보기 위한 것이며 보다 구체적인 변수들 간 인과관계와

100) 이인석(2002), 전계서

101) 이영찬, 이승석(2009), 전계서

102) 강용수(2011), 전개논문

인과관계의 방향성을 검증하기 위하여 회귀분석(regression analysis)을 실시하였다.

제 5 절 설문지의 구성 및 분석방법

본 연구에서 사용한 설문지에 포함된 문항들의 구성 및 측정도구의 출처는 다음의 [표 3-2]와 같다.

[표 3-2] 설문지 구성 및 출처

구 분	변수명	구성요인	설문		출처
			번호	문항수	
인구통계적 변수		업종 종업원수 2010년 기준 총매출액 사업영위기간 해외수출형태 거래대상기업유형	1-6	6	생산성본부(2009) 전국경제인연합회(2009) 산업정책연구원(2008) ATHENS(2008) CCSRC(2006) 國部克彦研究室(2006)
독립 변수	CSR인식	CSR인식 인지여부	7	1	생산성본부(2009) NATIONAL AND KAPODISTRIAN UNIVERSITY OF ATHENS(2009) 國部克彦研究室(2006) 고은정(2009) 오세종, 이철영(2008) 양보라미(2010) 권진우(2010)
		CSR기대효과	8	10	
	CSR추진활동	CSR 추진여부	9	1	
		CSR 추진기간	10	1	
		CSR 전담인력 유무	11	1	
		운영 CSR활동	12	1	
		기업운영 도움여부	13	1	

	CSR경영 제약요인	CSR경영 제약요인	14	6	
	CSR경영 외부 대응현황	ISO26000 인지여부	15	1	
		자사에 미치는 영향	16	1	
종 속 변 수	기업 경영성과	재무적 성과	17	3	생산성본부(2009) 이인석(2002) 이영찬,이승석(2009)강용 수(2011)
		조직성과	17	5	

측정도구는 설문지법을 이용하였으며, 인구통계학적 특성 및 일부 명목 척도 문항을 제외한 본 연구에 관련된 모든 문항은 Likert 5점 척도를 사용하였다. 일반적으로 Likert 5점 척도 형태에서 Cronbach's alpha 계수는 5점 척도까지는 증가하고, 이후는 감소하므로 이런 내적 일관성과 응답의 분산을 충분히 고려하였다.



제 4 장 연구결과

제 1 절 기초통계분석

설문 응답자의 인구 통계학적 특성은 [표 4-1]과 같다. 응답자의 업종 구분은 제조업이 전체의 61.8%(n=131)를 차지하고 있고, 광업이 0.9%(n=2), 건설업이 4.2%(n=9), 운수업이 4.2%(n=9), 도매 및 상품주개업이 0.5%(n=1), 종자 및 묘목 생산업이 0.5%(n=1), 정보처리 및 컴퓨터 운영이 8.5%(n=18), 하수처리 및 폐기물 처리가 3.8%(n=8), 전기, 가스 및 수도사업이 1.4%(n=3), 연료 및 관련제품 도매업이 0.5%(n=1), 과학기술 연구개발이 13.7%(n=29)를 차지하고 있어 제조업과 과학기술 연구개발의 업종 분포도가 높은 것으로 나타났다.

한편 종업원수별로 살펴보면, 50명 미만을 가진 기업체 종사자가 31.1%(n=66)로 가장 높은 분포를 보였으며, 50명~99명의 기업체 종사자가 19.8%(n=42), 100명~149명의 기업체 종사자가 10.8%(n=23), 150명~199명의 기업체 종사자가 8.5%(n=18), 200명~249명의 기업체 종사자가 6.1%(n=13), 마지막으로 250명 이상의 기업체 종사자가 23.6%(n=50)로 조사되어 비교적 고른 분포도를 보여주었다.

2010년 총매출액별로는 10억 미만의 매출액이 8.0%(n=17)를 차지하여 가장 낮았으며, 다음으로 10억 이상~50억 미만의 매출액이 20.8%(n=44), 50억 이상~100억 미만의 매출액이 10.8%(n=23), 100억 이상~300억 미만의 매출액이 19.8%(n=42), 마지막으로 300억 이상의 매출액이 40.6%(n=86)를 차지하여 비교적 매출액이 높은 기업체의 분포도가 높은 것으로 나타났다.

사업영위기간별로 살펴보면 3년 미만을 가진 기업체 업력이 8.5%(n=18), 3년 이상~5년 미만의 기업체 업력이 8.1%(n=17), 5년 이상~10년 미만의 기업체 업력이 19.9%(n=43), 10년 이상~20년 미만의 기업체 업력이 27.0%(n=57), 20년 이상~30년 미만의 기업체 업력이 16.6%, 30년

이상의 기업체 업력이 19.9%(n=42)를 차지하여 비교적 고른 분포를 보였으나, 5년 이상의 비교적 사업영위기간이 긴 기업체의 분포도가 높은 것으로 나타났다.

해외수출형태별 구성도는 직접수출만 하고있는 기업체가 8.5%(n=18), 간접수출만 하고있는 기업체가 12.3%(n=26), 직/간접수출 모두 하고 있는 기업체가 46.4%(n=98), 가까운 미래에 수출계획이 있는 기업체가 5.7%(n=12), 마지막으로 수출실적이 없는 기업체가 27.0%(n=57)를 차지하여 비교적 직/간접 수출을 모두 하고있는 기업체의 분포도가 높은 것으로 나타났다. 이를 수출 유무에 따른 유형으로 구분하면 수출을 하고 있고, 예정인 기업체가 73.0%, 수출과 무관한 기업체가 27.0%로 비교적 수출관련있는 기업체의 분포도가 높은 것으로 나타났다.

거래대상기업 유형별로 살펴보면, 국내 대기업과 거래하는 기업체가 23.6%(n=50), 해외 다국적기업과 거래하는 기업체가 2.4%(n=5), 국내 대기업과 해외 다국적기업 모두와 거래하는 기업체가 30.7%(n=65), 가까운 미래에 국내외 대기업과 거래계획이 있는 기업체와 0.5%(n=1), 국내/외 중소기업과 거래하는 기업체가 27.4%(n=58), 기타(B2C, 일반 소비자를 대상으로 하는 제품, 상품, 서비스의 제공)의 유형과 거래하는 기업체가 15.6%(n=33)를 차지하여 비교적 국내/외 대기업 및 다국적기업과 거래하는 기업의 분포도가 높은 것으로 나타났다.

[표 4-1] 조사대상자의 특성 집계표

일반적 특성		빈도수	유효퍼센트	누적퍼센트
업종	제조업	131	61.8	61.8
	광업	2	.9	62.7
	건설업	9	4.2	67.0
	운수업	9	4.2	71.2
	도매 및 상품중개업	1	.5	71.7
	종자 및 묘목 생산업	1	.5	72.2
	정보처리 및 컴퓨터 운영	18	8.5	80.7
	하수처리, 폐기물 처리	8	3.8	84.4
	전기, 가스 및 수도사업	3	1.4	85.8
	연료 및 관련제품 도매업	1	.5	86.3
	과학기술 연구개발	29	13.7	100.0
	합계	212	100.0	
종업원수	50명 미만	66	31.1	31.1
	50명~99명	42	19.8	50.9
	100명~149명	23	10.8	61.8
	150명~199명	18	8.5	70.3
	200명~249명	13	6.1	76.4
	250명 이상	50	23.6	100.0
	합계	212	100.0	
2010 총매출액	10억 미만	17	8.0	8.0
	10억 이상~50억 미만	44	20.8	28.8
	50억 이상~100억 미만	23	10.8	39.6
	100억 이상~300억 미만	42	19.8	59.4
	300억 이상	86	40.6	100.0
	합계	212	100.0	
사업영위 기간	3년 미만	18	8.5	8.5
	3년 이상~5년 미만	17	8.1	16.6
	5년 이상~10년 미만	42	19.9	36.5
	10년 이상~20년 미만	57	27.0	63.5
	20년 이상~30년 미만	35	16.6	80.1
	30년 이상	42	19.9	100.0
	합계	211	100.0	
해외 수출형태	직접수출만 하고 있음	18	8.5	8.5
	간접수출만 하고 있음	26	12.3	20.9
	직/간접수출 모두 하고 있음	98	46.4	67.3
	가까운 미래에 수출계획 있음	12	5.7	73.0
	수출실적 없음	57	27.0	100.0
	합계	211	100.0	
거래대상 기업유형	국내 대기업	50	23.6	23.6
	해외 다국적기업	5	2.4	25.9
	국내 대기업과 해외 다국적기업 모두	65	30.7	56.6
	가까운 미래에 국내의 대기업과 거래계획 있음	1	.5	57.1
	국내/외 중소기업	58	27.4	84.4
	기타(B2C, 일반 소비자를 대상으로 하는 제품, 상품, 서비스의 제공)	33	15.6	100.0
	합계	212	100.0	

제 2 절 측정도구의 신뢰성 분석

가설검증을 하기에 앞서 설문을 통하여 수집된 자료가 가설에 있는 변수들의 개념을 얼마나 잘 포함하고 있는지를 확인하기 위해 신뢰도 분석을 실시하였다. 신뢰성은 동일한 개념에 대해 반복적으로 측정하였을 때 나타나는 측정값들의 분산을 의미하며, 비 체계적 오류와 관련된 개념이라고 할 수 있다. 이런 신뢰성에는 측정의 안정성, 측정가능성, 정확성 등의 개념이 포함된 것으로 볼 수 있다. 일반적으로 신뢰성이란 비교 가능한 독립된 측정방법에 의해 대상을 측정하는 경우, 결과가 비슷하게 나온 것을 의미하며, 학자들 간의 개념 정의는 정확히 일치하지는 않지만, 흔히 동일한 개념에 대한 측정을 반복 실시했을 때 동일한 측정치가 얻어진 가능성을 말한다. 채서일(2001)¹⁰³⁾은 신뢰성의 의미는 어떤 조사 결과에 의해 이 조사 결과가 부정확한 측정 자료에 의해 우연히 발견된 것이 아니라는 확신을 줄 수 있다고 제시하였다. 반면에, 노형진(2002)¹⁰⁴⁾은 신뢰성 있는 측정이었다고 해서 반드시 변수간의 의미 있는 결과가 도출되는 것이라고는 볼 수 없는데, 즉 신뢰성은 연구결과와 그 해석을 위한 필요조건일 뿐, 충분조건은 아니라고 제시하였다. 이러한 신뢰성 측정의 일련의 과정을 통해 확보된 설문 항목들에 대하여 Cronbach's alpha를 통해 신뢰도를 측정하였다. 신뢰도의 레퍼런스로 가장 많이 쓰이는 Nunnally(1978)¹⁰⁵⁾에 의하면 분석결과의 평가에 있어서는 문항 전체의 경우 알파 계수가 0.5 이상, 개별문항의 경우에는 알파 계수가 0.6 이상이면 허용할만한 수준, 0.7 이상이면 신뢰할 만한 수준이라고 할 수 있다.

[표 4-2]의 경우 척도의 신뢰도를 알아보기 위하여 문항 내적 일치도를 측정하는 Cronbach's alpha를 이용한 신뢰도 분석을 실시한 결과, CSR인식수준의 하위변수로 CSR인식에 따른 기대효과가 .838, CSR경영에 대한 제약요인이 .886, 기업경영성과는 .897(하위 변수로 재무적 성과는 .861, 조직성과는 .938)로 모두 .80이상으로 높게 나타나 신뢰도가 있는 것으로 나

103) 채서일(2001). 「사회과학조사방법론」, 학현사

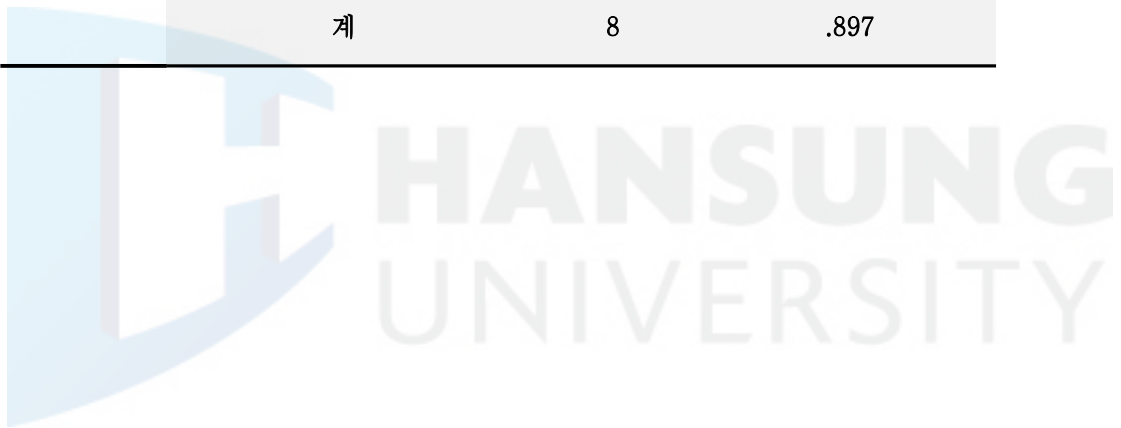
104) 노형진(2002), 「AMOS에 의한 사회조사분석」, 형설출판사

105) J.C.Nunnally, "Psychometric Theory, New York", McGraw-Hill Press, 1978

타났다.

[표 4-2] 척도의 신뢰도 분석

변 수		문항수	Cronbach's α
CSR 인식	CSR인식에 따른 기대효과	10	.838
	계	10	.838
	CSR경영에 대한 제약요인	6	.886
	계	6	.886
기업 경영성과	재무적성과	3	.861
	조직성과	5	.938
	계	8	.897



제 3 절 사회적책임경영(CSR) 인식에 관한 분석결과

1. 인구통계학적 특성에 따른 분석결과

가. CSR 인식에 따른 기대효과 측면 분석결과

본 연구에서는 각 변수들의 산포의 정도를 알아보고 이를 통한 설문 응답자군의 한국 중소기업의 CSR 인식의 차이를 파악하기 위하여 주요 인구통계학적 변수들에 대한 기술통계량 분석을 실시하였다. 각 주요변수가 어떻게 집중화되어있는가를 나타내는 값으로 평균값을 활용하였고, 산포의 정도를 파악하기 위하여 표준편차를 활용하였다. 설문의 응답자에게 한국 중소기업 CSR에 대한 인식에 대한 주요 변수는 5점 척도(1점 전혀 그렇지 않다, 2점 그렇지 않다, 3점 보통이다, 4점 그렇다, 5점 매우 그렇다)로 평가하도록 하여 얻은 결과이다. 본 연구의 분석은 SPSS Statistics 18을 활용하여 기술통계량 분석 및 일원배치분산분석(ANOVA)을 실시하였으며, 분석결과는 아래의 [표 4-3], [표 4-4] 와 같다.

[표 4-3] CSR인식에 대한 기술 통계량 분석

		N	평균	표준 편차	표준 오차	평균에 대한 95% 신뢰구간		최소값	최대값
						하한값	상한값		
업종	제조업	121	3.96	.44	.04	3.88	4.04	2.80	4.70
	광업	2	4.15	.07	.05	3.51	4.79	4.10	4.20
	건설업	9	3.16	.34	.11	2.89	3.42	2.80	3.80
	운수업	9	3.59	.48	.16	3.22	3.96	3.00	4.40
	도매 및 상품증개업	1	3.40	.	.	.	.	3.40	3.40
	종자 및 묘목생산업	1	3.10	.	.	.	.	3.10	3.10
	정보처리 및 컴퓨터 운영	18	3.46	.23	.05	3.35	3.58	3.00	3.70
	하수처리, 폐기물처리	8	3.43	.16	.06	3.29	3.56	3.20	3.70
	전기, 가스 및 수도사업	3	2.47	.45	.26	1.35	3.59	2.00	2.90

	연료 및 관련제품도매업	1	3.30	.	.	.	.	3.30	3.30
	과학기술연구개발	28	3.30	.20	.04	3.22	3.38	3.00	3.60
	합계	201	3.72	.51	.04	3.65	3.79	2.00	4.70
종업원수	50명 미만	65	3.30	.41	.05	3.20	3.40	2.00	4.40
	50명~99명	42	3.51	.18	.03	3.45	3.57	3.10	3.80
	100명~149명	23	4.34	.18	.04	4.26	4.41	3.90	4.60
	150명~199명	17	4.29	.13	.03	4.22	4.36	4.00	4.50
	200명~249명	13	4.34	.24	.07	4.19	4.49	3.80	4.70
	250명 이상	41	3.81	.34	.05	3.70	3.92	3.30	4.70
	합계	201	3.72	.51	.04	3.65	3.79	2.00	4.70
2010 총매출액	10억 미만	16	3.46	.73	.18	3.07	3.84	2.00	4.40
	10억 이상~50억 미만	44	3.23	.20	.03	3.16	3.29	2.80	3.60
	50억 이상~100억 미만	23	3.47	.17	.03	3.39	3.54	3.10	3.80
	100억 이상~300억 미만	42	3.91	.46	.07	3.77	4.05	3.20	4.60
	300억 이상	76	4.03	.37	.04	3.95	4.12	3.30	4.70
	합계	201	3.72	.51	.04	3.65	3.79	2.00	4.70
사업영위기간	3년 미만	17	3.42	.72	.17	3.05	3.79	2.00	4.40
	3년 이상~5년 미만	17	3.11	.16	.04	3.02	3.19	2.80	3.30
	5년 이상~10년 미만	42	3.38	.20	.03	3.32	3.45	3.00	3.80
	10년 이상~20년 미만	57	3.88	.45	.06	3.77	4.00	3.20	4.60
	20년 이상~30년 미만	34	4.23	.28	.05	4.13	4.33	3.40	4.70
	30년 이상	34	3.79	.34	.06	3.67	3.91	3.30	4.70
	합계	201	3.72	.51	.04	3.65	3.79	2.00	4.70
해외수출형태	직접수출만 하고 있음	17	3.82	.47	.11	3.58	4.07	3.30	4.60
	간접수출만 하고 있음	24	3.71	.33	.07	3.57	3.85	3.20	4.40
	직/간접수출 모두 하고 있음	93	3.97	.44	.05	3.88	4.06	3.10	4.70
	가까운 미래에 수출계획 있음	11	3.70	.30	.09	3.50	3.90	3.20	4.30
	수출실적 없음	56	3.28	.43	.06	3.17	3.40	2.00	4.40
	합계	201	3.72	.51	.04	3.65	3.79	2.00	4.70
거래대상기업유형	국내 대기업	49	4.17	.41	.06	4.05	4.28	3.20	4.70
	해외 다국적기업	3	4.17	.32	.19	3.37	4.97	3.80	4.40
	국내 대기업과 해외 다국적기업 모두	61	3.60	.40	.05	3.50	3.71	2.80	4.60
	가까운 미래에 국내외 대기업과 거래계획 있음	1	4.30	.	.	.	.	4.30	4.30
	국내/외 중소기업	55	3.61	.41	.06	3.50	3.72	2.80	4.60

기타(B2C, 일반 소비자를 대상으로하는 제품, 상품, 서비스의 제공)	32	3.38	.53	.09	3.19	3.57	2.00	4.40
합계	201	3.72	.51	.04	3.65	3.79	2.00	4.70

이를 세부적으로 살펴보면, 업종별로는 광업이 4.15로 CSR에 대한 인식의 정도가 가장 긍정적으로 나타났으며, 다음으로 제조업이 3.96, 운수업이 3.59순으로 CSR에 대한 인식이 비교적 긍정적으로 나타났으며, 반면에 전기, 가스 및 수도사업은 2.47로 CSR에 대한 인식이 부정적으로 나타났다.

종업원수별로 살펴보면 100명~149명, 200명~249명을 가진 기업체 종사자가 각각 4.34로 CSR에 대한 인식의 정도가 가장 긍정적으로 나타났으며, 다음으로 150명~199명을 가진 기업체 종사자가 4.29순으로 나타났으며, 반면에 50명 미만을 가진 기업체 종사자가 3.30으로 CSR에 대한 인식의 정도가 가장 부정적으로 나타났다.

2010 총매출액별로 살펴보면 300억 이상의 매출액을 가진 기업체가 4.03로 CSR에 대한 인식의 정도가 가장 긍정적으로 나타났으며, 다음으로 100억 이상~300억 미만의 매출액을 가진 기업체가 3.91, 50억 이상~100억 미만의 매출액을 가진 기업체가 3.47순으로 나타났다. 반면에 10억 이상~50억 미만의 매출액을 가진 기업체는 3.23으로 CSR에 대한 인식의 정도가 가장 부정적으로 나타났다.

사업영위기간별로 살펴보면 20년 이상~30년 미만의 업력을 가진 기업체가 4.23로 CSR에 대한 인식의 정도가 가장 긍정적으로 나타났으며, 다음으로 5년 이상~10년 미만의 업력을 가진 기업체와 10년 이상~20년 미만의 업력을 가진 기업체가 각각 3.88로 CSR에 대한 인식이 비교적 긍정적으로 나타났으며, 반면에 3년 이상~5년 미만의 업력을 가진 기업체는 3.11로 CSR에 대한 인식의 정도가 가장 부정적으로 나타났다.

해외수출형태별로 살펴보면 직/간접수출을 모두하고 있는 기업체가 3.97로 CSR에 대한 인식의 정도가 가장 긍정적으로 나타났으며, 다음으로 직접수출만 하고 있는 기업체가 3.82, 간접수출만 하고 있는 기업체가 3.71순으로 나타났다. 반면에 수출실적이 없는 기업체는 3.28로 CSR에 대한 인

식의 정도가 가장 부정적으로 나타났다.

거래대상기업 유형별로 살펴보면 가까운 미래에 국내/외 대기업과 거래 계획이 있는 기업체가 4.30로 CSR에 대한 인식의 정도가 가장 긍정적으로 나타났으며, 다음으로 국내 대기업과 거래하고 있는 기업체와 해외 다국적 기업과 거래하고 있는 기업체가 각각 4.17로 CSR에 대한 인식이 비교적 긍정적으로 나타났으며, 반면에 국내 대기업과 해외 다국적기업 모두를 대상으로 하는 기업체는 3.60로 CSR에 대한 인식의 정도가 가장 부정적으로 나타났다.

[표 4-4] CSR인식에 대한 차이분석(ANOVA) - 분산분석

		제곱합	df	평균 제곱	거짓	유의확률
업종	집단-간	22.550	10	2.255	14.881	.000
	집단-내	28.792	190	.152		
	합계	51.342	200			
종업원수	집단-간	33.067	5	6.613	70.566	.000
	집단-내	18.275	195	.094		
	합계	51.342	200			
2010 총매출액	집단-간	22.236	4	5.559	37.434	.000
	집단-내	29.106	196	.149		
	합계	51.342	200			
사업영위 기간	집단-간	23.315	5	4.663	32.442	.000
	집단-내	28.027	195	.144		
	합계	51.342	200			
해외수출 형태	집단-간	16.584	4	4.146	23.380	.000
	집단-내	34.758	196	.177		
	합계	51.342	200			
거래대상 기업유형	집단-간	15.876	5	3.175	17.457	.000
	집단-내	35.466	195	.182		
	합계	51.342	200			

조사 대상자의 인구통계학적 특성을 CSR인식의 하위변수로서 CSR 인식에 대한 기대효과와 항목별로 일원배치분산분석을 통해 알아보았다. 분석한 결과, 위의 [표 4-4]와 같이 업종($p=.000<.05$), 종업원수($p=.000<.05$), 2010총매출액($p=.000<.05$), 사업영위기간($p=.000<.05$), 해외수출형태($p=.000<.05$), 거래대상기업유형($p=.000<.05$)에 따른 CSR 인식(CSR 인식의 기대효과 측면)은 유의미의한 차이가 있는 것으로 나타났다.

나. CSR경영에 대한 제약요인 측면 분석결과

본 연구에서는 각 변수들의 산포의 정도를 알아보고 이를 통한 설문 응답자군의 한국 중소기업의 CSR 인식의 차이를 파악하기 위하여 하위변수인 CSR경영에 대한 제약요인과 주요 인구통계학적 변수들에 대한 기술통계량 분석을 실시하였다. 이 역시 인식과 같은 척도를 사용하였다. 본 연구의 분석은 SPSS Statistics 18을 활용하여 기술통계량 분석 및 일원배치분산분석(ANOVA)을 실시하였으며, 분석결과는 아래의 [표 4-5], [표 4-6] 와 같다.

[표 4-5] CSR제약요인에 대한 기술통계량 분석

		N	평균	표준 편차	표준 오차	평균에 대한 95% 신뢰구간		최소값	최대값
						하한값	상한값		
업종	제조업	125	3.09	.73	.07	2.96	3.21	1.67	4.50
	광업	2	2.75	.12	.08	1.69	3.81	2.67	2.83
	건설업	9	3.76	.31	.10	3.52	4.00	3.17	4.17
	운수업	9	3.67	.88	.29	2.99	4.34	1.83	4.50
	도매 및 상품중개업	1	3.17	.	.	.	.	3.17	3.17
	종자 및 묘목생산업	1	4.00	.	.	.	.	4.00	4.00
	정보처리 및 컴퓨터 운영	17	3.77	.59	.14	3.47	4.08	2.00	4.33
	하수처리, 폐기물처리	8	3.75	.45	.16	3.37	4.13	3.00	4.33
	전기, 가스 및 수도사업	3	4.67	.58	.33	3.23	6.10	4.00	5.00
	연료 및 관련제품도매업	1	4.17	.	.	.	.	4.17	4.17
	과학기술연구개발	28	3.82	.60	.11	3.59	4.06	2.50	5.00
	합계	204	3.36	.77	.05	3.25	3.46	1.67	5.00

종업원수	50명 미만	64	3.74	.65	.08	3.58	3.91	2.00	5.00
	50명~99명	42	3.90	.43	.07	3.77	4.04	2.83	4.50
	100명~149명	22	2.50	.33	.07	2.36	2.64	1.83	3.00
	150명~199명	18	2.58	.27	.06	2.45	2.72	1.83	2.83
	200명~249명	13	2.37	.34	.09	2.17	2.58	1.67	2.83
	250명 이상	45	3.30	.65	.10	3.11	3.50	1.67	4.50
	합계	204	3.36	.77	.05	3.25	3.46	1.67	5.00
2010 총매출액	10억 미만	17	3.48	.87	.21	3.04	3.93	2.50	5.00
	10억 이상~50억 미만	42	3.83	.55	.09	3.66	4.00	2.00	5.00
	50억 이상~100억 미만	23	3.94	.40	.08	3.77	4.12	3.17	4.50
	100억 이상~300억 미만	42	3.29	.78	.12	3.05	3.54	1.83	4.33
	300억 이상	80	2.94	.67	.08	2.79	3.09	1.67	4.50
	합계	204	3.36	.77	.05	3.25	3.46	1.67	5.00
사업영위기간	3년 미만	18	3.50	.84	.20	3.08	3.92	2.50	5.00
	3년 이상~5년 미만	16	3.60	.61	.15	3.28	3.93	2.00	4.33
	5년 이상~10년 미만	41	3.96	.46	.07	3.82	4.11	3.00	5.00
	10년 이상~20년 미만	56	3.27	.78	.10	3.06	3.48	1.83	4.50
	20년 이상~30년 미만	35	2.61	.48	.08	2.44	2.78	1.67	4.00
	30년 이상	38	3.33	.65	.11	3.12	3.55	1.67	4.50
	합계	204	3.36	.77	.05	3.25	3.46	1.67	5.00
해외수출형태	직접수출만 하고 있음	17	3.31	.85	.21	2.88	3.75	1.67	4.33
	간접수출만 하고 있음	26	3.58	.82	.16	3.25	3.91	1.83	4.50
	직/간접수출 모두 하고 있음	96	3.09	.70	.07	2.95	3.23	1.67	4.50
	가까운 미래에 수출계획 있음	10	3.32	.60	.19	2.89	3.75	2.33	4.33
	수출실적 없음	55	3.73	.68	.09	3.55	3.92	2.00	5.00
	합계	204	3.36	.77	.05	3.25	3.46	1.67	5.00
거래대상기업유형	국내 대기업	49	2.69	.66	.09	2.50	2.88	1.67	4.33
	해외 다국적기업	3	2.50	.29	.17	1.78	3.22	2.33	2.83
	국내 대기업과 해외 다국적기업 모두	63	3.55	.65	.08	3.38	3.71	2.00	4.50
	가까운 미래에 국내외 대기업과 거래계획 있음	1	2.67	.	.	.	.	2.67	2.67
	국내/외 중소기업	56	3.61	.64	.09	3.44	3.78	1.83	4.50
	기타(B2C, 일반 소비자를 대상으로하는 제품, 상품, 서비스의 제공)	32	3.66	.72	.13	3.40	3.92	2.50	5.00
	합계	204	3.36	.77	.05	3.25	3.46	1.67	5.00

이를 세부적으로 살펴보면, 업종별로는 전기, 가스 및 수도사업이 4.67로 CSR에 대한 인식의 정도로서 CSR경영 제약요인의 정도가 가장 긍정적으로 나타났으며, 다음으로 연료 및 관련제품도매업이 4.17, 종자 및 묘목생

산업이 4.00순으로 CSR에 대한 인식의 정도로서 CSR경영 제약요인의 정도가 비교적 긍정적으로 나타났으며, 반면에 제조업은 3.09로 CSR에 대한 인식의 정도로서 CSR경영 제약요인의 정도가 가장 부정적으로 나타났다.

종업원수별로 살펴보면 90명~99명을 가진 기업체 종사자가 3.90로 CSR에 대한 인식의 정도로서 CSR경영 제약요인의 정도가 가장 긍정적으로 나타났으며, 다음으로 50명 미만을 가진 기업체 종사자가 3.74, 250명 이상을 가진 기업체 종사자가 3.30순으로 나타났으며, 반면에 200명~249명 미만을 가진 기업체 종사자가 2.37로 CSR에 대한 인식의 정도로서 CSR경영 제약요인의 정도가 가장 부정적으로 나타났다.

2010 총매출액별로 살펴보면 50억 이상~100억 미만의 매출액을 가진 기업체가 3.94로 CSR에 대한 인식의 정도로서 CSR경영 제약요인의 정도가 가장 긍정적으로 나타났으며, 다음으로 10억 이상~50억 미만의 매출액을 가진 기업체가 3.84, 10억 미만의 매출액을 가진 기업체가 3.48순으로 나타났다. 반면에 300억 이상의 매출액을 가진 기업체는 2.94로 CSR에 대한 인식의 정도로서 CSR경영 제약요인의 정도가 가장 부정적으로 나타났다.

사업영위기간별로 살펴보면 5년 이상~10년 미만의 업력을 가진 기업체가 3.96로 CSR에 대한 인식의 정도로서 CSR경영 제약요인의 정도가 가장 긍정적으로 나타났으며, 다음으로 3년 이상~5년 미만의 업력을 가진 기업체와 3년 미만의 업력을 가진 기업체가 각각 3.60, 3.50로 CSR에 대한 인식의 정도로서 CSR경영 제약요인의 정도가 비교적 긍정적으로 나타났으며, 반면에 20년 이상~30년 미만의 업력을 가진 기업체는 2.61로 CSR에 대한 인식의 정도로서 CSR경영 제약요인의 정도가 가장 부정적으로 나타났다.

해외수출형태별로 살펴보면 수출실적이 없는 기업체가 3.73로 CSR에 대한 인식의 정도로서 CSR경영 제약요인의 정도가 가장 긍정적으로 나타났으며, 다음으로 간접수출만 하고 있는 기업체가 3.58, 가까운 미래에 수출계획이 있는 기업체가 3.32순으로 나타났다. 반면에 직/간접수출을 모두하고 있는 기업체는 3.09로 CSR에 대한 인식의 정도로서 CSR경영 제약요

인의 정도가 가장 부정적으로 나타났다.

거래대상기업 유형별로 살펴보면 기타(B2C, 일반 소비자)를 대상으로 하는 제품, 상품, 서비스의 제공)유형을 대상으로 하는 거래하고 있는 기업체가 3.66로 CSR에 대한 인식의 정도로서 CSR경영 제약요인의 정도가 가장 긍정적으로 나타났으며, 다음으로 국내/외 중소기업과 거래하고 있는 기업체가 3.61, 국내 대기업과 해외 다국적기업 모두를 대상으로 거래하고 있는 기업체는 3.55순으로 나타났다. 반면에 해외 다국적기업을 대상으로 거래하고 있는 기업체는 3.09로 CSR에 대한 인식의 정도로서 CSR경영 제약요인의 정도가 가장 부정적으로 나타났다.

[표 4-6] CSR제약요인에 대한 차이분석(ANOVA)- 분산분석

		제곱합	df	평균 제곱	거짓	유의확률
업종	집단-간	28.770	10	2.877	6.106	.000
	집단-내	90.936	193	.471		
	합계	119.706	203			
종업원수	집단-간	61.775	5	12.355	42.227	.000
	집단-내	57.931	198	.293		
	합계	119.706	203			
2010 총매출액	집단-간	31.332	4	7.833	17.638	.000
	집단-내	88.374	199	.444		
	합계	119.706	203			
사업영위 기간	집단-간	36.386	5	7.277	17.294	.000
	집단-내	83.320	198	.421		
	합계	119.706	203			
해외수출 형태	집단-간	15.924	4	3.981	7.634	.000
	집단-내	103.782	199	.522		
	합계	119.706	203			
거래대상 기업유형	집단-간	33.107	5	6.621	15.139	.000
	집단-내	86.600	198	.437		
	합계	119.706	203			

조사 대상자의 인구통계학적 특성을 CSR인식의 하위변수로서 CSR경영 제약요인과 항목별로 일원배치분산분석을 통해 알아보았다. 분석한 결과, 위의 [표 4-6]와 같이 업종($p=.000<.05$), 종업원수($p=.000<.05$), 2010총매출액($p=.000<.05$), 사업영위기간($p=.000<.05$), 해외수출형태($p=.000<.05$), 거래 대상기업유형($p=.000<.05$)에 따른 CSR 인식(CSR 인식의 기대효과 측면)은 유의미의한 차이가 있는 것으로 나타났다.

제 4 절 기업경영성과에 관한 분석결과

1. 인구통계학적 특성에 따른 분석결과

본 연구에서는 각 변수들의 산포의 정도를 알아보고 이를 통한 설문 응답자군의 기업경영성과의 차이를 파악하기 위하여 주요 인구통계학적 변수들에 대한 기술통계량 분석을 실시하였다. 각 주요변수가 어떻게 집중화되어있는가를 나타내는 값으로 평균값을 활용하였고, 산포의 정도를 파악하기 위하여 표준편차를 활용하였다. 설문의 응답자에게 기업경영성과에 대한 주요 변수는 5점 척도(1점 전혀 그렇지 않다, 2점 그렇지 않다, 3점 보통이다, 4점 그렇다, 5점 매우 그렇다)로 평가하도록 하여 얻은 결과이다. 본 연구의 분석은 SPSS Statistics 18을 활용하여 기술통계량 분석 및 일원배치분산분석(ANOVA)을 실시하였으며, 분석결과는 아래의 [표 4-7], [표 4-8] 와 같다.

[표 4-7] 기업경영성과에 대한 기술통계량 분석

		N	평균	표준 편차	표준 오차	평균에 대한 95% 신뢰구간		최소값	최대값
						하한값	상한값		
업종	제조업	126	3.42	.60	.05	3.31	3.52	2.00	4.88
	광업	2	3.25	.00	.00	3.25	3.25	3.25	3.25
	건설업	9	2.94	.72	.24	2.39	3.50	1.75	4.00

	운수업	9	2.78	.84	.28	2.13	3.43	1.75	4.00
	도매 및 상품중개업	1	2.25	.	.	.	.	2.25	2.25
	종자 및 묘목생산업	1	4.25	.	.	.	.	4.25	4.25
	정보처리 및 컴퓨터 운영	18	3.04	.68	.16	2.70	3.38	2.00	4.13
	하수처리, 폐기물처리	8	3.05	.64	.23	2.51	3.58	2.25	4.25
	전기, 가스 및 수도사업	3	2.42	.52	.30	1.12	3.71	2.00	3.00
	연료 및 관련제품도매업	1	3.25	.	.	.	.	3.25	3.25
	과학기술연구개발	29	2.92	.61	.11	2.69	3.15	2.00	4.00
	합계	207	3.23	.67	.05	3.14	3.32	1.75	4.88
중 업 원 수	50명 미만	66	2.90	.61	.07	2.75	3.05	1.75	4.25
	50명~99명	42	3.16	.68	.10	2.95	3.37	1.75	4.25
	100명~149명	22	3.32	.46	.10	3.11	3.52	2.75	4.13
	150명~199명	17	3.29	.48	.12	3.04	3.54	3.00	4.88
	200명~249명	13	3.93	.64	.18	3.55	4.32	3.00	4.88
	250명 이상	47	3.52	.62	.09	3.34	3.70	2.25	4.75
	합계	207	3.23	.67	.05	3.14	3.32	1.75	4.88
2010 총 매 출 액	10억 미만	17	2.76	.64	.16	2.43	3.09	2.00	4.25
	10억 이상~50억 미만	44	2.94	.62	.09	2.75	3.13	1.75	4.13
	50억 이상~100억 미만	23	3.02	.55	.12	2.78	3.25	2.00	4.25
	100억 이상~300억 미만	41	3.30	.64	.10	3.10	3.51	1.75	4.13
	300억 이상	82	3.51	.61	.07	3.38	3.65	2.25	4.88
	합계	207	3.23	.67	.05	3.14	3.32	1.75	4.88
사 업 영 위 기 간	3년 미만	18	2.78	.63	.15	2.47	3.10	2.00	4.25
	3년 이상~5년 미만	17	2.87	.70	.17	2.51	3.23	1.75	4.13
	5년 이상~10년 미만	42	2.98	.56	.09	2.80	3.15	2.00	4.25
	10년 이상~20년 미만	55	3.26	.59	.08	3.10	3.42	1.75	4.13
	20년 이상~30년 미만	35	3.59	.64	.11	3.37	3.81	2.25	4.88
	30년 이상	39	3.49	.62	.10	3.29	3.69	2.25	4.75
	합계	206	3.23	.67	.05	3.14	3.32	1.75	4.88
해 외 수 출 형 태	직접수출만 하고 있음	17	3.15	.66	.16	2.81	3.49	2.00	4.75
	간접수출만 하고 있음	26	3.25	.58	.11	3.02	3.48	2.25	4.25
	직/간접수출 모두 하고 있음	95	3.44	.64	.07	3.31	3.57	1.75	4.88
	가까운 미래에 수출계획 있음	11	3.27	.65	.20	2.83	3.71	2.25	4.00
	수출실적 없음	57	2.88	.63	.08	2.71	3.04	1.75	4.25
	합계	206	3.23	.67	.05	3.14	3.32	1.75	4.88

거래 대상 기업 유형	국내 대기업	48	3.38	.59	.09	3.21	3.55	1.75	4.88
	해외 다국적기업	4	3.66	.80	.40	2.38	4.93	3.00	4.63
	국내 대기업과 해외 다국적기업 모두	63	3.22	.66	.08	3.06	3.39	1.75	4.63
	가까운 미래에 국내외 대기업과 거래계획 있음	1	4.00	.	.	.	.	4.00	4.00
	국내/외 중소기업	58	3.24	.71	.09	3.05	3.42	2.00	4.88
	기타(B2C, 일반 소비자를 대상으로하는 제품, 상품, 서비스의 제공)	33	2.95	.63	.11	2.73	3.18	2.00	4.25
	합계	207	3.23	.67	.05	3.14	3.32	1.75	4.88

이를 세부적으로 살펴보면, 업종별로는 종자 및 묘목생산업이 4.25로 기업경영성과가 가장 긍정적으로 나타났으며, 다음으로 제조업이 3.42, 광업, 연료 및 관련제품도매업이 각각 3.25순으로 기업경영성과가 비교적 긍정적으로 나타났으며, 반면에 도매 및 상품중개업은 2.25로 기업경영성과가 가장 부정적으로 나타났다.

종업원수별로 살펴보면 200명~249명을 가진 기업체 종사자가 3.93로 기업경영성과가 가장 긍정적으로 나타났으며, 다음으로 250명 이상을 가진 기업체 종사자가 3.52, 100명~149명을 가진 기업체 종사자가 3.32순으로 나타났으며, 반면에 50명 미만을 가진 기업체 종사자가 2.90으로 기업경영성과 정도가 가장 부정적으로 나타났다.

2010 총매출액별로 살펴보면 300억 이상의 매출액을 가진 기업체가 3.51로 기업경영성과 정도가 가장 긍정적으로 나타났으며, 다음으로 100억 이상~300억 미만의 매출액을 가진 기업체가 3.30, 50억 이상~100억 미만의 매출액을 가진 기업체가 3.02순으로 나타났다. 반면에 10억 미만의 매출액을 가진 기업체는 2.76으로 기업경영성과 정도가 가장 부정적으로 나타났다.

사업영위기간별로 살펴보면 20년 이상~30년 미만의 업력을 가진 기업체가 3.59로 기업경영성과 정도가 가장 긍정적으로 나타났으며, 다음으로 30년 이상의 업력을 가진 기업체가 3.49, 10년 이상~20년 미만의 업력을 가진 기업체가 3.26순으로 기업경영성과 정도가 비교적 긍정적으로 나타났다.

으며, 반면에 3년 미만의 업력을 가진 기업체는 2.78로 기업경영성과 정도가 가장 부정적으로 나타났다.

해외수출형태별로 살펴보면 직/간접수출을 모두하고 있는 기업체가 3.44로 기업경영성과 정도가 가장 긍정적으로 나타났으며, 다음으로 가까운 미래에 수출계획이 있는 기업체가 3.27, 간접수출만 하고 있는 기업체가 3.25순으로 기업경영성과 정도가 비교적 긍정적으로 나타났다. 반면에 기업경영성과 정도가 가장 부정적으로 나타났다.

거래대상기업 유형별로 살펴보면 가까운 미래에 국내/외 대기업과 거래계획이 있는 기업체가 4.00로 기업경영성과 정도가 가장 긍정적으로 나타났으며, 다음으로 해외 다국적기업과 거래하고 있는 기업체가 3.66, 국내 대기업과 거래하고 있는 기업체가 3.38순으로 기업경영성과 정도가 비교적 긍정적으로 나타났다. 반면에 국내 대기업과 해외 다국적기업 모두를 대상으로 하는 기업체는 3.22로 기업경영성과 정도가 가장 부정적으로 나타났다.

[표 4-8] 기업경영성과에 대한 차이분석(ANOVA)- 분산분석

		제곱합	df	평균 제곱	거짓	유의확률
업종	집단-간	14.677	10	1.468	3.731	.000
	집단-내	77.107	196	.393		
	합계	91.785	206			
종업원수	집단-간	18.220	5	3.644	9.956	.000
	집단-내	73.565	201	.366		
	합계	91.785	206			
2010 총매출액	집단-간	15.368	4	3.842	10.156	.000
	집단-내	76.416	202	.378		
	합계	91.785	206			
사업영위 기간	집단-간	15.879	5	3.176	8.433	.000
	집단-내	75.315	200	.377		
	합계	91.194	205			
해외수출 형태	집단-간	11.623	4	2.906	7.340	.000
	집단-내	79.571	201	.396		
	합계	91.194	205			
거래대상 기업유형	집단-간	4.910	5	.982	2.272	.049
	집단-내	86.875	201	.432		
	합계	91.785	206			

조사 대상자의 인구통계학적 특성을 기업경영성과와 항목별로 일원배치 분산분석을 통해 알아보았다. 분석한 결과, 위의 [표 4-8]와 같이 업종($p=.000<.05$), 종업원수($p=.000<.05$), 2010총매출액($p=.000<.05$), 사업영위기간($p=.000<.05$), 해외수출형태($p=.000<.05$), 거래대상기업유형($p=.049<.05$)에 따른 기업경영성과는 유의미의한 차이가 있는 것으로 나타났다.

단, 기업경영성과는 하위요인으로 재무적 성과와 조직 성과로 본 논문에서 정의한 바 세부적으로 가설검증을 위한 하위요인별 상관관계 분석 및 회귀분석은 뒤에서 언급하기로 하겠다.

제 5 절 CSR인식과 기업경영성과 간 가설 검증

본 연구의 목적은 한국 중소기업의 CSR 인식이 기업경영성과에 미치는 영향의 정도를 파악하고자 하는 것이다. 따라서 각 변수별 하위요인 간의 유의적인 상관관계와 영향관계를 검증하는 것이 주요 분석의 목적이다.

이를 위하여 독립변수로 CSR 인식의 하위 요인인 CSR 인식에 따른 기대효과와 CSR경영에 따른 제약요인을 종속변수인 기업경영성과(하위요인으로 재무적 성과 및 조직 성과)와의 상관관계를 각각 분석하였으며 상관관계가 검증되는 주요요인을 확인하여 다시 기업경영성과와의 회귀분석을 통해 영향관계를 검증하는 순서로 분석을 수행하였다.

1. 변수간 상관관계 분석

상관관계분석은 연구하고자 하는 변수들 간의 관련성을 분석하기 위해 사용된다. 즉, 한 변수가 다른 변수와의 관련성이 있는지 여부와, 관련성이 있다면 어느 정도의 관련성이 있는지를 알고자 할 때 이용하는 분석기법이다. 본 연구에서는 피어슨 상관분석(pearson correlation analysis)을 실시하였다. 피어슨 상관계수는 -1에서 +1 까지의 값을 가진다. 두 변수간의 상관계수의 절대 값이 1.00이면 완전한 상관관계, 0.90이면 매우 높은 상관

관계, 0.70-0.80 이면 상관관계가 높다고 할 수 있으며, 0.50-0.60이면 보통의 상관관계, 그리고 0.40 이하이면 약한 상관관계가 있다고 할 수 있다. 변수들 간의 상관관계는 [표 4-9]에서 [표 4-16]과 같이 설명할 수 있다.

1-1. CSR 인식과 기업경영성과의 상관관계 분석

[표 4-9] CSR 인식과 기업경영성과의 변수간 상관관계

		CSR 인식	기업경영성과
CSR인식	Pearson상관계수	1	.335**
	유의확률(양쪽)		.000
	N	201	197
기업경영성과	Pearson상관계수	.335**	1
	유의확률(양쪽)	.000	
	N	197	207

** P<.01

설문지의 상관분석 결과 독립변수인 한국 중소기업의 CSR 인식과 종속변수인 기업경영성과와의 유의한 상관관계를 갖는 것으로 나타났다.($p=.000<.05$) 즉, 한국 중소기업의 CSR 인식과 기업경영성과 간에는 약 33.5%의 상관을 갖는 것으로 나타났으며, 정(+)적인 관계성을 갖고 있다. 따라서 중소기업의 CSR 인식이 높에 인식하고 있는 경우 기업경영성과 역시 높은 것으로 나타났다.

1-2. CSR 인식의 하위변수와 기업경영성과의 상관관계 분석

[표 4-10] CSR 인식의 하위변수와 기업경영성과의 변수간 상관관계

		기업홍보 이미지개선	기업리스크 감소	직원에사 심증대	매출향상 기여	우수인재 채용도움	자금조달 여건개선	글로벌기 업경쟁력 확보	임직원역 량강화	기업지속 가능성증 대	우수협력 업체와의 거래기회 제공	기업경영 성과
기업홍보 이미지개선	상관계수											
	Pearson 유의확률 (양쪽)											
기업리스크 감소	N											
	상관계수											
직원에사 심증대	Pearson 유의확률 (양쪽)	.268**										
	N	.000										
매출향상기여	상관계수	.206										
	Pearson 유의확률 (양쪽)	.371**	.149*									
우수인재채용 도움	N	.000	.033									
	상관계수	.206	.207									
자금조달여건 개선	Pearson 유의확률 (양쪽)	.434**	.089	.376**								
	N	.000	.200	.000								
글로벌기업경 쟁력확보	상관계수	.207	.207	.207								
	Pearson 유의확률 (양쪽)	.491**	.321**	.389**	.502**							
임직원역량강화	N	.000	.000	.000	.000							
	상관계수	.206	.207	.208	.207							
기업지속가능성 증대	Pearson 유의확률 (양쪽)	.095	.273**	.131	.176**	.207**						
	N	.172	.000	.059	.011	.003						
우수협력업체 와의거래기회 제공	상관계수	.207	.207	.207	.208	.208						
	Pearson 유의확률 (양쪽)	.413**	.283**	.375**	.355**	.508**	.156*					
기업경영성과	N	.000	.000	.000	.000	.000	.024					
	상관계수	.206	.207	.208	.207	.209	.208					
	Pearson 유의확률 (양쪽)	.316**	.194**	.338**	.463**	.426**	.188**	.408**				
	N	.000	.005	.000	.000	.000	.007	.000				
	상관계수	.207	.207	.208	.207	.208	.207	.208				
	Pearson 유의확률 (양쪽)	.415**	.273**	.445**	.447**	.459**	.229**	.438**	.408**			
	N	.000	.000	.000	.000	.000	.001	.000	.000			
	상관계수	.206	.207	.208	.207	.209	.208	.209	.208			
	Pearson 유의확률 (양쪽)	.428**	.293**	.392**	.388**	.549**	.101	.440**	.414**	.437**		
	N	.000	.000	.000	.000	.000	.147	.000	.000	.000		
	상관계수	.206	.207	.207	.207	.208	.208	.208	.207	.208		
	Pearson 유의확률 (양쪽)	.157*	.227**	.175*	.118	.223**	.263**	.192**	.224**	.251**	.254**	
	N	.025	.001	.012	.092	.001	.000	.006	.001	.000	.000	
	상관계수	.204	.204	.204	.205	.204	.204	.204	.204	.204	.204	

** P<.01

* P<.05

CSR 인식의 하위요소들을 살펴보면, 기업홍보 이미지 개선은 기업경영성과와 .157의 정(+)의 상관관계를 보여주었다. 기업리스크 감소는 기업경영성과와 .227의 정(+)의 상관관계를 보여주었다. 직원 애사심 증대는 기업경영성과와 .175의 정(+)의 상관관계를 보여주었다. 우수인재 채용도움은 기업경영성과와 .223의 정(+)의 상관관계를 보여주었다. 자금조달 여건 개선은 기업경영성과와 .263의 정(+)의 상관관계를 보여주었다. 글로벌기업 경쟁력 확보는 기업경영성과와 .192의 정(+)의 상관관계를 보여주었다. 임직원 역량강화는 기업경영성과와 .224의 정(+)의 상관관계를 보여주었다. 기업지속가능성 증대는 기업경영성과와 .251의 정(+)의 상관관계를 보여주었다. 우수협력업체와의 거래기회제공은 기업경영성과와 .254의 정(+)의 상관관계를 보여주었다. 따라서 독립변수와 종속변수는 ‘매출향상 기여 ($p=.092>.05$)’ 항목을 제외하고는 서로 밀접한 관련을 갖는다고 말할 수 있다.



1-3. CSR 인식의 하위변수와 재무적 성과의 상관관계 분석

[표 4-11] CSR 인식의 하위변수와 재무적 성과의 변수간 상관관계

		기업홍보 이미지개선	기업리스크 감소	직원에사 심증대	매출향상 기여	우수인재 채용도움	자금조달 여건개선	글로벌기 업경쟁력 확보	임직원역 량강화	기업지속 가능성증 대	우수협력 업체와의 거래기회 제공	재무적 성과
기업홍보 이미지개선	상관계수											
	Pearson 유의확률 (양쪽)											
기업리스크 감소	N											
	상관계수											
직원에사 심증대	Pearson 유의확률 (양쪽)	.268**										
	N	.000										
매출향상기여	상관계수	.206										
	Pearson 유의확률 (양쪽)	.371**	.149*									
우수인재채용 도움	N	.000	.033									
	상관계수	.206	.207									
자금조달여건 개선	Pearson 유의확률 (양쪽)	.434**	.089	.376**								
	N	.000	.200	.000								
글로벌기업경 쟁력확보	상관계수	.207	.207	.207								
	Pearson 유의확률 (양쪽)	.491**	.321**	.389**	.502**							
임직원역량강화	N	.000	.000	.000	.000							
	상관계수	.206	.207	.208	.207							
기업지속가능성 증대	Pearson 유의확률 (양쪽)	.095	.273**	.131	.176*	.207**						
	N	.172	.000	.059	.011	.003						
우수협력업체와의 거래기회제공	상관계수	.207	.207	.207	.208	.208						
	Pearson 유의확률 (양쪽)	.413**	.283**	.375**	.355**	.508**	.156*					
재무적 성과	N	.000	.000	.000	.000	.000	.024					
	상관계수	.206	.207	.208	.207	.209	.208					
	Pearson 유의확률 (양쪽)	.316**	.194**	.338**	.463**	.426**	.188**	.408**				
	N	.000	.005	.000	.000	.000	.007	.000				
	상관계수	.207	.207	.208	.207	.208	.207	.208				
	Pearson 유의확률 (양쪽)	.415**	.273**	.445**	.447**	.459**	.229**	.438**	.408**			
	N	.000	.000	.000	.000	.000	.001	.000	.000			
	상관계수	.206	.207	.208	.207	.209	.208	.209	.208			
	Pearson 유의확률 (양쪽)	.428**	.293**	.392**	.388**	.549**	.101	.440**	.414**	.437**		
	N	.000	.000	.000	.000	.000	.147	.000	.000	.000		
	상관계수	.206	.207	.207	.207	.208	.208	.207	.208	.208		
	Pearson 유의확률 (양쪽)	.239**	.240**	.119	.146*	.301**	.236**	.251**	.242**	.267**	.201**	
	N	.001	.001	.091	.037	.000	.001	.000	.000	.000	.004	
	상관계수	.204	.204	.204	.205	.204	.204	.204	.204	.204	.204	

** P<.01

* P<.05

CSR 인식의 하위요소들을 살펴보면, 기업홍보 이미지 개선은 재무적 성과와 .239의 정(+)의 상관관계를 보여주었다. 기업리스크 감소는 재무적 성과와 .240의 정(+)의 상관관계를 보여주었다. 매출향상기여는 재무적 성과와 .146의 정(+)의 상관관계를 보여주었다. 우수인재 채용도움은 재무적 성과와 .301의 정(+)의 상관관계를 보여주었다. 자금조달 여건개선은 재무적 성과와 .236의 정(+)의 상관관계를 보여주었다. 글로벌기업 경쟁력 확보는 재무적 성과와 .251의 정(+)의 상관관계를 보여주었다. 임직원 역량 강화는 재무적 성과와 .242의 정(+)의 상관관계를 보여주었다. 기업지속가능성 증대는 재무적 성과와 .267의 정(+)의 상관관계를 보여주었다. 우수 협력업체와의 거래기회제공은 재무적 성과와 .201의 정(+)의 상관관계를 보여주었다. 따라서 독립변수와 종속변수는 ‘직원 애사심 증대 ($p=.091>.05$)’ 항목을 제외하고는 서로 밀접한 관련을 갖는다고 말할 수 있다.



1-4. CSR 인식의 하위변수와 조직성과의 상관관계 분석

[표 4-12] CSR 인식의 하위변수와 조직성과의 변수간 상관관계

		기업홍보 이미지개선	기업리스크 감소	직원에사 심증대	매출향상 기여	우수인재 채용도움	자금조달 여건개선	글로벌기 업경쟁력 확보	임직원역 량강화	기업지속 가능성증 대	우수협력 업체와의 거래기회 제공	조직성과
기업홍보 이미지개선	상관계수											
	Pearson 유의확률 (양쪽)											
기업리스크 감소	N											
	상관계수											
직원에사 심증대	Pearson 유의확률 (양쪽)	.268**										
	N	.000										
매출향상기여	상관계수	.371**	.149*									
	Pearson 유의확률 (양쪽)	.000	.033									
우수인재채용 도움	N	.206	.207									
	상관계수	.434**	.089	.376**								
자금조달여건 개선	Pearson 유의확률 (양쪽)	.000	.200	.000								
	N	.207	.207	.207								
글로벌기업경 쟁력확보	상관계수	.491**	.321**	.389**	.502**							
	Pearson 유의확률 (양쪽)	.000	.000	.000	.000							
임직원역량강화	N	.206	.207	.208	.207							
	상관계수	.095	.273**	.131	.176*	.207**						
기업지속가능성 증대	Pearson 유의확률 (양쪽)	.172	.000	.059	.011	.003						
	N	.207	.207	.207	.208	.208						
우수협력업체와의 거래기회제공	상관계수	.413**	.283**	.375**	.355**	.508**	.156*					
	Pearson 유의확률 (양쪽)	.000	.000	.000	.000	.000	.024					
조직성과	N	.206	.207	.208	.207	.209	.208					
	상관계수	.316**	.194**	.338**	.463**	.426**	.188**	.408**				
	Pearson 유의확률 (양쪽)	.000	.005	.000	.000	.000	.007	.000				
	N	.207	.207	.208	.207	.208	.207	.208				
	상관계수	.415**	.273**	.445**	.447**	.459**	.229**	.438**	.408**			
	Pearson 유의확률 (양쪽)	.000	.000	.000	.000	.000	.001	.000	.000			
	N	.206	.207	.208	.207	.209	.208	.209	.208			
	상관계수	.428**	.293**	.392**	.388**	.549**	.101	.440**	.414**	.437**		
	Pearson 유의확률 (양쪽)	.000	.000	.000	.000	.000	.147	.000	.000	.000		
	N	.206	.207	.207	.207	.208	.208	.208	.207	.208		
	상관계수	.067	.165*	.172*	.072	.120	.217**	.108	.159*	.180**	.228**	
	Pearson 유의확률 (양쪽)	.340	.019	.014	.307	.087	.002	.124	.023	.010	.001	
	N	.204	.204	.204	.205	.204	.204	.204	.204	.204	.204	

** P<.01

* P<.05

CSR 인식의 하위요소들을 살펴보면, 기업리스크 감소는 조직성과와 .165의 정(+)의 상관관계를 보여주었다. 직원애사심 증대는 조직성과와 .172의 정(+)의 상관관계를 보여주었다. 자금조달 여건개선은 조직성과와 .217의 정(+)의 상관관계를 보여주었다. 임직원 역량강화는 조직성과와 .159의 정(+)의 상관관계를 보여주었다. 기업지속가능성 증대는 조직성과와 .180의 정(+)의 상관관계를 보여주었다. 우수협력업체와의 거래기회제공은 조직성과와 .228의 정(+)의 상관관계를 보여주었다. 따라서 독립변수와 종속변수는 ‘기업홍보 이미지개선($p=.340>.05$), 매출향상 기여($p=.307>.05$), 우수인재 채용도움($p=.087>.05$), 글로벌기업 경쟁력 확보($p=.124>.05$)’ 항목을 제외하고는 서로 밀접한 관련을 갖는다고 말할 수 있다.

1-5. CSR경영 제약요인과 기업경영성과의 상관관계 분석

[표 4-13] CSR경영 제약요인과 기업경영성과의 변수간 상관관계

		CSR경영 제약요인	기업경영성과
CSR경영 제약요인	Pearson상관계수	1	-.235**
	유의확률(양쪽)		.001
	N	204	201
기업경영성과	Pearson상관계수	-.235**	1
	유의확률(양쪽)	.001	
	N	201	207

** $P<.01$

설문지의 상관분석 결과 독립변수인 한국 중소기업의 CSR인식의 하위변수로 CSR경영 제약요인과 종속변수인 기업경영성과와의 유의한 상관관계를 갖는 것으로 나타났다. ($p=.001<.05$) 즉, 한국 중소기업의 CSR 인식의 하위변수인 CSR경영 제약요인과 기업경영성과 간에는 약 -23.5%의 상관을 갖는 것으로 나타났으며, 부(-)적인 관계성을 갖고 있다. 따라서 중소

기업의 CSR경영 제약요인이 높에 인식되고 있는 경우 기업경영성과는 낮은 것으로 나타났다. 즉 바꾸어 말하면 중소기업의 CSR경영 제약요인이 해소되고 개선되어질수록 기업경영성과가 높은 것으로 해석된다.

1-6. CSR경영 제약요인의 하위변수와 기업경영성과의 상관관계 분석

[표 4-14] CSR경영 제약요인의 하위변수와 기업경영성과의 변수간 상관관계

		시간예산 부족	종업원 관심부족	경영진관 심부족	CSR 효과이문	CSR법제도 및정부지원 책부족	CSR에대한 방법을모름	기업경영 성과
시간예산부족	상관계수							
	Pearson 유의확률 (양쪽)							
	N							
종업원관심부족	상관계수							
	Pearson 유의확률 (양쪽)	.736**						
	N	.000						
경영진관심부족	상관계수							
	Pearson 유의확률 (양쪽)	.621**	.785**					
	N	.000	.000					
CSR 효과이문	상관계수							
	Pearson 유의확률 (양쪽)	.500**	.434**	.505**				
	N	.000	.000	.000				
법제도및정부 CSR지원책부족	상관계수							
	Pearson 유의확률 (양쪽)	.532**	.408**	.489**	.689**			
	N	.000	.000	.000	.000			
CSR 에대한방법을 모름	상관계수							
	Pearson 유의확률 (양쪽)	.531**	.411**	.388**	.782**	.716**		
	N	.000	.000	.000	.000	.000		
기업경영성과	상관계수							
	Pearson 유의확률 (양쪽)	-.228**	-.129	-.062	-.279**	-.172*	-.261**	
	N	.001	.067	.379	.000	.014	.000	
		203	203	203	203	203	203	

** P<.01, * P<.05

CSR경영 제약요인의 하위요소들을 살펴보면, 시간예산 부족은 기업경영 성과와 -.228의 부(-)의 상관관계를 보여주었다. CSR효과 의문은 기업경영 성과와 -.279의 부(-)의 상관관계를 보여주었다. CSR법제도 및 정부지원책 부족은 기업경영성과와 -.172의 부(-)의 상관관계를 보여주었다. CSR에 대한 방법을 모름은 기업경영성과와 -.261의 부(-)의 상관관계를 보여주었다. 따라서 독립변수와 종속변수는 ‘종업원 관심부족($p=.067>.05$), 경영진 관심부족($p=.379>.05$)’의 항목을 제외하고는 서로 밀접한 관련을 갖는다고 말할 수 있다.

1-7. CSR경영 제약요인의 하위변수와 재무적 성과의 상관관계 분석

[표 4-15] CSR경영 제약요인의 하위변수와 재무적 성과의 변수간 상관관계

		시간예산 부족	종업원 관심부족	경영진관 심부족	CSR 효과의문	CSR법제도 및정부지원 책부족	CSR에대한 방법을모름	재무적 성과
시간예산부족	상관계수							
	Pearson 유의확률 (양쪽)							
	N							
종업원관심부족	상관계수							
	Pearson 유의확률 (양쪽)	.736** .000						
	N	207						
경영진관심부족	상관계수							
	Pearson 유의확률 (양쪽)	.621** .000	.785** .000					
	N	207	207					
CSR 효과의문	상관계수							
	Pearson 유의확률 (양쪽)	.500** .000	.434** .000	.505** .000				
	N	205	205	205				
법제도및정부 CSR지원책부족	상관계수							
	Pearson 유의확률 (양쪽)	.532** .000	.408** .000	.489** .000	.689** .000			
	N	205	205	205	206			
CSR 에대한방법을 모름	상관계수							
	Pearson 유의확률 (양쪽)	.531** .000	.411** .000	.388** .000	.782** .000	.716** .000		
	N	205	205	205	206	207		
재무적 성과	상관계수							
	Pearson 유의확률 (양쪽)	-.272** .000	-.177* .011	-.105 .137	-.231** .001	-.155* .027	-.194** .005	

	N	203	203	203	203	203	203	
--	---	-----	-----	-----	-----	-----	-----	--

** P<.01

* P<.05

CSR경영 제약요인의 하위요소들을 살펴보면, 시간예산 부족은 재무적 성과와 -.272의 부(-)의 상관관계를 보여주었다. 종업원 관심부족은 재무적 성과와 -.177의 부(-)의 상관관계를 보여주었다. CSR효과 의문은 재무적 성과와 -.231의 부(-)의 상관관계를 보여주었다. CSR법제도 및 정부지원책 부족은 재무적 성과와 -.155의 부(-)의 상관관계를 보여주었다. CSR에 대한 방법을 모름은 재무적 성과와 -.194의 부(-)의 상관관계를 보여주었다. 따라서 독립변수와 종속변수는 ‘경영진 관심부족($p=.137>.05$)’의 항목을 제외하고는 서로 밀접한 관련을 갖는다고 말할 수 있다.



1-8. CSR경영 제약요인의 하위변수와 조직성과의 상관관계 분석

[표 4-16] CSR경영 제약요인의 하위변수와 조직성과의 변수간 상관관계

		시간예산 부족	종업원 관심부족	경영진관 심부족	CSR 효과이문	CSR법제도 및정부지원 책부족	CSR에대한 방법을모름	조직성과
시간예산부족	상관계수							
	Pearson 유의확률 (양쪽)							
	N							
종업원관심부족	상관계수							
	Pearson 유의확률 (양쪽)	.736**						
	N	.000						
경영진관심부족	상관계수	.207						
	Pearson 유의확률 (양쪽)	.621**	.785**					
	N	.000	.000					
CSR 효과이문	상관계수	.207	.207					
	Pearson 유의확률 (양쪽)	.500**	.434**	.505**				
	N	.000	.000	.000				
법제도및정부 CSR지원책부족	상관계수	.205	.205	.205				
	Pearson 유의확률 (양쪽)	.532**	.408**	.489**	.689**			
	N	.000	.000	.000	.000			
CSR 에대한방법을 모름	상관계수	.205	.205	.205	.206			
	Pearson 유의확률 (양쪽)	.531**	.411**	.388**	.782**	.716**		
	N	.000	.000	.000	.000	.000		
조직성과	상관계수	.205	.205	.205	.206	.207		
	Pearson 유의확률 (양쪽)	-.144*	-.067	-.020	-.243**	-.141*	-.241**	
	N	.040	.344	.779	.000	.044	.001	
		N	203	203	203	203	203	

** P<.01

* P<.05

CSR경영 제약요인의 하위요소들을 살펴보면, 시간예산 부족은 조직성과와 -.144의 부(-)의 상관관계를 보여주었다. CSR효과 의문은 조직성과와 -.243의 부(-)의 상관관계를 보여주었다. CSR법제도 및 정부지원책 부족은 조직성과와 -.141의 부(-)의 상관관계를 보여주었다. CSR에 대한 방법을 모름은 조직성과와 -.241의 부(-)의 상관관계를 보여주었다. 따라서 독립변수와 종속변수는 ‘종업원 관심부족(p=.344>.05), 경영진 관심부족

($p=.779>.05$)'의 항목을 제외하고는 서로 밀접한 관련을 갖는다고 말할 수 있다.

2. 회귀분석

변수들 간 회귀분석을 통하여 전반적으로 가설의 방향과 일치하는 결과를 보여 주었다. 그러나 상관관계 분석은 변수간의 관계를 알아보는 것으로 인과관계의 방향성과 강도를 충분히 설명하지 못함으로 인과관계를 알아보기 위해서 회귀분석을 실시하였다. 회귀분석은 한 변수가 다른 변수에 대해 어느 정도 영향을 미치는가를 알아보는 분석방법으로 이를 통해 영향력 정도를 알 수 있다.

2-1. 가설 1의 검증

가설 1은 한국 중소기업 CSR 인식은 기업경영성과에 유의미한 영향이 있을 것이라라는 내용이다. 가설 검증에 앞서 실시한 상관관계 분석결과 [표 4-9]에 따르면, 변수간 유의한 정(+)의 관계가 있는 것으로 나타났다.

[표 4-17]에서 보는 바와 같이 중소기업의 CSR 인식이 기업경영성과에 미치는 영향을 분석한 결과, 중소기업의 CSR 인식($p<.05$)는 유의한 영향을 주는 것으로 나타났다. 즉 중소기업의 CSR 인식이 높을수록($B=.445$) 기업경영성과가 높아지는 것으로 나타났다. CSR 인식 정도가 기업경영성과를 설명하는 설명력은 10.8%이다. 따라서, [가설 1]의 한국 중소기업의 CSR 인식의 연구가설은 채택되었다.

[표 4-17] 중소기업의 CSR 인식이 기업경영성과에 미치는 영향

모형요약

모형	R	R 제곱	수정된 R 제곱	추정 값의 표준오차
1	.335a	.112	.108	.63293

a. 예측값: (상수), CSR인식

계수^a

모형		비표준화 계수		표준화계수	t	유의확률
		B	표준오차	베타		
1	(상수)	1.580	.335		4.717	.000
	CSR인식	.445	.089	.335	4.970	.000

a. 종속변수: 기업경영성과

2-2. 가설 2의 검증

가설 2는 한국 중소기업 CSR 인식 하위변수들은 기업경영성과에 유의미한 영향이 있을 것이라라는 내용이다. 가설 검증에 앞서 실시한 상관관계 분석결과 [표 4-10]에 따르면, ‘매출향상 기여($p=.092>.05$)’ 항목을 제외하고는 변수간 유의한 정(+)의 관계가 있는 것으로 나타났다.

[표 4-18]에서 보는 바와 같이 중소기업의 CSR 인식 하위변수들이 기업경영성과에 미치는 영향을 분석한 결과, 자금조달 여건개선($p<.05$)이 유의한 영향을 주는 것으로 나타났다. 즉 중소기업의 자금조달 여건개선의 인식정도가 높을수록($B=.152$) 기업경영성과가 높아지는 것으로 나타났다. CSR 인식의 하위변수들이 기업경영성과를 설명하는 설명력은 11.0%이다. 따라서, [가설 2]의 한국 중소기업의 CSR 인식 하위변수 중 자금조달 여건개선 인식정도의 연구가설은 채택되었다.

[표 4-18] 중소기업의 CSR 인식 하위변수들이 기업경영성과에 미치는 영향

모형요약

모형	R	R 제곱	수정된 R 제곱	추정 값의 표준오차
1	.394a	.155	.110	.63231

a. 예측값: (상수), 우수협력업체와의거래기회제공, 자금조달여건개선, 기업리스크감소, 직원애사심증대, 매출향상기여, 글로벌기업경쟁력확보, 임직원역량강화, 기업홍보이미지개선, 기업지속가능성증대, 우수인재채용도움

계수^a

모형		비표준화 계수		표준화계수	t	유의확률
		B	표준오차	베타		
1	(상수)	1.489	.358		4.158	.000
	기업홍보이미지개선	.020	.079	.022	.253	.801
	기업리스크감소	.076	.062	.094	1.225	.222
	직원애사심증대	.011	.072	.012	.152	.879
	매출향상기여	-.068	.074	-.082	-.925	.356
	우수인재채용도움	.003	.080	.004	.044	.965
	자금조달여건개선	.152	.054	.199	2.787	.006
	글로벌기업경쟁력확보	.015	.073	.017	.203	.840
	임직원역량강화	.083	.081	.085	1.020	.309
	기업지속가능성증대	.085	.071	.103	1.200	.232
	우수협력업체와의거래 기회제공	.104	.070	.133	1.490	.138

a. 종속변수: 기업경영성과

2-3. 가설 2-1의 검증

가설 2-1은 한국 중소기업 CSR 인식 하위변수들은 재무적 성과에 유의미한 영향이 있을 것이라라는 내용이다. 가설 검증에 앞서 실시한 상관관계 분석결과 [표 4-11]에 따르면, ‘직원 애사심 증대($p=.091>.05$)’ 항목을 제외하고는 변수간 유의한 정(+)의 관계가 있는 것으로 나타났다.

[표 4-19]에서 보는 바와 같이 중소기업의 CSR 인식 하위변수들이 재무적 성과에 미치는 영향을 분석한 결과, 자금조달 여건개선($p<.05$)이 유의한 영향을 주는 것으로 나타났다. 즉 중소기업의 자금조달 여건개선의 인식정도가 높을수록($B=.149$) 재무적 성과가 높아지는 것으로 나타났다. CSR 인식의 하위변수들이 재무적 성과를 설명하는 설명력은 13.1%이다. 따라서, [가설 2-1]의 한국 중소기업의 CSR 인식 하위변수 중 자금조달 여건개선 인식정도의 연구가설은 채택되었다.

[표 4-19] 중소기업의 CSR 인식 하위변수들이 재무적 성과에 미치는 영향

모형요약

모형	R	R 제곱	수정된 R 제곱	추정 값의 표준오차
1	.419a	.175	.131	.75355

a. 예측값: (상수), 우수협력업체와의거래기회제공, 자금조달여건개선, 기업리스크감소, 직원애사심증대, 매출향상기여, 글로벌기업경쟁력확보, 임직원역량강화, 기업홍보이미지개선, 기업지속가능성증대, 우수인재채용도움

계수^a

모형		비표준화 계수		표준화계수	t	유의확률
		B	표준오차	베타		
1	(상수)	1.047	.427		2.455	.015
	기업홍보이미지개선	.136	.095	.123	1.437	.152
	기업리스크감소	.092	.074	.093	1.238	.217
	직원애사심증대	-.100	.086	-.092	-1.159	.248
	매출향상기여	-.086	.088	-.085	-.981	.328
	우수인재채용도움	.136	.095	.136	1.429	.155
	자금조달여건개선	.149	.065	.163	2.303	.022
	글로벌기업경쟁력확보	.077	.087	.075	.891	.374
	임직원역량강화	.111	.097	.095	1.153	.250
	기업지속가능성증대	.097	.085	.097	1.146	.253
	우수협력업체와의거래 기회제공	-.021	.083	-.023	-.258	.797

a. 종속변수: 재무적 성과

2-4. 가설 2-2의 검증

가설 2-2는 한국 중소기업 CSR 인식 하위변수들은 조직성과에 유의미한 영향이 있을 것이라라는 내용이다. 가설 검증에 앞서 실시한 상관관계 분석결과 [표 4-12]에 따르면, ‘기업홍보 이미지개선($p=.340>.05$), 매출향상기여($p=.307>.05$), 우수인재 채용도움($p=.087>.05$), 글로벌기업 경쟁력 확보

($p=.124>.05$) 항목을 제외하고는 변수간 유의한 정(+)의 관계가 있는 것으로 나타났다.

[표 4-20]에서 보는 바와 같이 중소기업의 CSR 인식 하위변수들이 조직성과에 미치는 영향을 분석한 결과, 자금조달 여건개선($p<.05$)이 유의한 영향을 주는 것으로 나타났다. 즉 중소기업의 자금조달 여건개선의 인식정도가 높을 수록($B=.153$), 우수협력업체와의 거래기회제공에 대한 인식정도가 높을 수록($B=.180$) 조직성고가 높아지는 것으로 나타났다. CSR 인식의 하위변수들이 조직성고를 설명하는 설명력은 6.9%이다. 따라서, [가설 2-2]의 한국 중소기업의 CSR 인식 하위변수 중 자금조달 여건개선 인식 정도와 우수협력업체와의 거래기회제공에 대한 인식정도의 연구가설은 채택되었다.

[표 4-20] 중소기업의 CSR 인식 하위변수들이 조직성과에 미치는 영향 모형요약

모형	R	R 제곱	수정된 R 제곱	추정 값의 표준오차
1	.342a	.117	.069	.73360

a. 예측값: (상수), 우수협력업체와의거래기회제공, 자금조달여건개선, 기업리스크감소, 직원애사심증대, 매출향상기여, 글로벌기업경쟁력확보, 임직원역량강화, 기업홍보이미지개선, 기업지속가능성증대, 우수인재채용도움

계수^a

모형		비표준화 계수		표준화계수	t	유의확률
		B	표준오차	베타		
1	(상수)	1.754	.415		4.222	.000
	기업홍보이미지개선	-.049	.092	-.047	-.537	.592
	기업리스크감소	.067	.072	.072	.926	.355
	직원애사심증대	.078	.084	.076	.924	.357
	매출향상기여	-.057	.085	-.061	-.671	.503
	우수인재채용도움	-.076	.092	-.081	-.820	.413
	자금조달여건개선	.153	.063	.177	2.424	.016
	글로벌기업경쟁력확보	-.023	.084	-.023	-.269	.788
	임직원역량강화	.065	.094	.059	.696	.487

기업지속가능성증대	.078	.083	.083	.949	.344
우수협력업체와의거래 기회제공	.180	.081	.203	2.214	.028

a. 종속변수: 조직 성과

2-5. 가설 3의 검증

가설 3은 한국 중소기업 CSR경영 제약요인은 기업경영성과에 유의미한 영향이 있을 것이라라는 내용이다. 가설 검증에 앞서 실시한 상관관계 분석결과 [표 4-13]에 따르면, 변수간 유의한 부(-)의 관계가 있는 것으로 나타났다.

[표 4-21]에서 보는 바와 같이 중소기업의 CSR경영 제약요인이 기업경영성과에 미치는 영향을 분석한 결과, CSR경영 제약요인($p < .05$)이 유의한 영향을 주는 것으로 나타났다. 즉 중소기업의 CSR경영 제약요인의 인식정도가 높을 수록($B = -.204$) 기업경영성과가 낮아지는 것으로 나타났다. 바꾸어 말하면 중소기업의 CSR경영 제약요인이 해소되고, 개선될수록 기업경영성과가 높아지는 것으로 해석된다. CSR 경영 제약요인이 기업경영성과를 설명하는 설명력은 5.5%이다. 따라서, [가설 3]의 한국 중소기업의 CSR경영 제약요인의 연구가설은 채택되었다.

[표 4-21] 중소기업의 CSR경영 제약요인이 기업경영성과에 미치는 영향

모형요약

모형	R	R 제곱	수정된 R 제곱	추정 값의 표준오차
1	.235a	.055	.051	.65150

a. 예측값: (상수), CSR경영 제약요인

계수^a

모형		비표준화 계수		표준화계수	t	유의확률
		B	표준오차	베타		
1	(상수)	3.921	.206		18.993	.000
	CSR경영 제약요인	-.204	.060	-.235	-3.411	.001

a. 종속변수: 기업경영성과

2-6. 가설 4의 검증

가설 4는 한국 중소기업 CSR경영 제약요인 하위변수들은 기업경영성과에 유의미한 영향이 있을 것이라라는 내용이다. 가설 검증에 앞서 실시한 상관관계 분석결과 [표 4-14]에 따르면, ‘종업원 관심부족($p=.067>.05$), 경영진 관심부족($p=.379>.05$)’의 항목을 제외하고는 변수간 유의한 부(-)의 관계가 있는 것으로 나타났다.

[표 4-22]에서 보는 바와 같이 중소기업의 CSR경영 제약요인의 하위변수들이 기업경영성과에 미치는 영향을 분석한 결과, CSR효과의문($p<.05$)이 유의한 영향을 주는 것으로 나타났다. 즉 중소기업의 CSR경영 제약요인의 하위변수 중 CSR효과의문의 인식정도가 높을 수록($B=-.195$) 기업경영성과가 낮아지는 것으로 나타났다. 바꾸어 말하면 중소기업의 CSR경영 제약요인 중 CSR효과의문이 해소되고, 개선될수록 기업경영성과가 높아지는 것으로 해석된다. CSR 경영 제약요인의 하위변수들이 기업경영성과를 설명하는 설명력은 9.1%이다. 따라서, [가설 4]의 한국 중소기업의 CSR경영 제약요인 하위변수 중 CSR효과의문 인식정도의 연구가설은 채택되었다.

[표 4-22] 중소기업의 CSR경영 제약요인 하위변수들이 기업경영성과에 미치는 영향

모형요약

모형	R	R 제곱	수정된 R 제곱	추정 값의 표준오차
1	.344a	.118	.091	.63749

a. 예측값: (상수), CSR에대한방법을모름, 경영진관심부족, 시간예산부족, CSR법제도및정부지원책부족, CSR효과의원문, 종업원관심부족

계수^a

모형		비표준화 계수		표준화계수	t	유의확률
		B	표준오차	베타		
1	(상수)	3.955	.216		18.322	.000
	시간예산부족	-.152	.079	-.211	-1.914	.057
	종업원관심부족	-.021	.091	-.029	-.227	.821
	경영진관심부족	.128	.070	.216	1.824	.070
	CSR효과의원문	-.195	.088	-.264	-2.219	.028
	CSR법제도및정부지원책부족	.064	.084	.081	.761	.448
	CSR에대한방법을모름	-.053	.082	-.079	-.645	.520

a. 종속변수: 기업경영성과

2-7. 가설 4-1의 검증

가설 4-1은 한국 중소기업 CSR경영 제약요인 하위변수들은 재무적 성과에 유의미한 영향이 있을 것이라라는 내용이다. 가설 검증에 앞서 실시한 상관관계 분석결과 [표 4-15]에 따르면, ‘경영진 관심부족($p=.137>.05$)’의 항목을 제외하고는 변수간 유의한 부(-)의 관계가 있는 것으로 나타났다.

[표 4-23]에서 보는 바와 같이 중소기업의 CSR경영 제약요인의 하위변수들이 재무적 성과에 미치는 영향을 분석한 결과, 시간예산 부족($p<.05$)과 CSR효과의원문($p<.05$)이 유의한 영향을 주는 것으로 나타났다. 즉 중소기업의 CSR경영 제약요인의 하위변수 중 시간예산 부족의 인식정도가 높을수록($B=-.268$), CSR효과의원문의 인식정도가 높을 수록($B=-.226$) 재무적

성과가 낮아지는 것으로 나타났다. 바꾸어 말하면 중소기업의 CSR경영 제약요인의 하위변수 중 시간예산 부족 및 CSR효과이문이 해소되고, 개선될수록 재무적 성과가 높아지는 것으로 해석된다. CSR 경영 제약요인의 하위변수들이 재무적 성과를 설명하는 설명력은 8.1%이다. 따라서, [가설 4-1]의 한국 중소기업의 CSR경영 제약요인 하위변수 중 시간예산 부족의 인식정도 및 CSR효과이문 인식정도의 연구가설은 채택되었다.

[표 4-23] 중소기업의 CSR경영 제약요인 하위변수들이 재무적 성과에 미치는 영향

모형요약

모형	R	R 제곱	수정된 R 제곱	추정 값의 표준오차
1	.330a	.109	.081	.78385

a. 예측값: (상수), CSR에대한방법을모름, 경영진관심부족, 시간예산부족, CSR법제도및정부지원책부족, CSR효과이문, 종업원관심부족

계수^a

모형		비표준화 계수		표준화계수	t	유의확률
		B	표준오차	베타		
1	(상수)	4.173	.265		15.721	.000
	시간예산부족	-.268	.097	-.305	-2.749	.007
	종업원관심부족	-.035	.112	-.040	-.310	.757
	경영진관심부족	.145	.086	.200	1.681	.094
	CSR효과이문	-.226	.108	-.249	-2.084	.038
	CSR법제도및정부지원책부족	.050	.103	.053	.489	.626
	CSR에대한방법을모름	.049	.101	.059	.480	.632

a. 종속변수: 재무적 성과

2-8. 가설 4-2의 검증

가설 4-2는 한국 중소기업 CSR경영 제약요인의 하위변수들은 조직성과

에 유의미한 영향이 있을 것이라라는 내용이다. 가설 검증에 앞서 실시한 상관관계 분석결과 [표 4-16]에 따르면, ‘종업원 관심부족($p=.344>.05$), 경영진 관심부족($p=.779>.05$)’의 항목을 제외하고는 변수간 유의한 부(-)의 관계가 있는 것으로 나타났다.

[표 4-24]에서 보는 바와 같이 중소기업의 CSR경영 제약요인의 하위변수들이 조직성과에 미치는 영향을 분석한 결과, 하위변수 모두 조직성과에 유의미한 영향을 주지않는 것으로 나타났다. CSR 경영 제약요인의 하위변수들이 조직성과를 설명하는 설명력은 5.8%이다. 따라서, [가설 4-2]의 한국 중소기업의 CSR경영 제약요인 하위변수들의 인식정도에 관한 연구가 설은 기각되었다.

[표 4-24] 중소기업의 CSR경영 제약요인 하위변수들이 조직성과에 미치는 영향

모형요약

모형	R	R 제곱	수정된 R 제곱	추정 값의 표준오차
1	.294a	.087	.058	.73880

a. 예측값: (상수), CSR에대한방법을모름, 경영진관심부족, 시간예산부족, CSR법제도및정부지원책부족, CSR효과의원문, 종업원관심부족

계수^a

모형		비표준화 계수		표준화계수	t	유의확률
		B	표준오차	베타		
1	(상수)	3.824	.250		15.288	.000
	시간예산부족	-.082	.092	-.100	-.892	.373
	종업원관심부족	-.012	.106	-.015	-.116	.908
	경영진관심부족	.118	.081	.174	1.448	.149
	CSR효과의원문	-.177	.102	-.210	-1.737	.084
	CSR법제도및정부지원책부족	.072	.097	.080	.739	.461
	CSR에대한방법을모름	-.114	.095	-.150	-1.195	.233

a. 종속변수: 조직 성과

제 6 절 가설검증의 결과요약

본 연구에서 설정한 ‘한국 중소기업 CSR 인식은 기업경영성과에 유의미한 영향이 있을 것이다’라는 기본가설 및 총 8가지 주요 가설을 검증한 결과를 요약하면 [표 4-25]과 같다.

[표 4-25] 가설 검증 결과

	가 설	분석결과
가설1	한국 중소기업 CSR 인식은 기업경영성과에 유의미한 영향이 있을 것이다.	채택
가설2	한국 중소기업 CSR 인식 하위변수들은 기업경영성과에 유의미한 영향이 있을 것이다.	부분채택
가설2-1	한국 중소기업 CSR 인식 하위변수들은 재무적 성과에 유의미한 영향이 있을 것이다.	부분채택
가설2-2	한국 중소기업 CSR 인식 하위변수들은 조직성과에 유의미한 영향이 있을 것이다.	부분채택
가설3	한국 중소기업 CSR경영 제약요인은 기업경영성과에 유의미한 영향이 있을 것이다.	채택
가설4	한국 중소기업 CSR경영 제약요인 하위변수들은 기업경영성과에 유의미한 영향이 있을 것이다	부분채택
가설4-1	한국 중소기업 CSR경영 제약요인 하위변수들은 재무적 성과에 유의미한 영향이 있을 것이다	부분채택
가설4-2	한국 중소기업 CSR경영 제약요인 하위변수들은 조직성과에 유의미한 영향이 있을 것이다	기각

제 5 장 결 론

제 1 절 연구결과의 요약

본 연구는 앞서 사회적책임경영활동(CSR)의 개념적 성격 및 주요 내용과 최근의 선행연구에 관한 문헌적 고찰을 통하여 기업의 사회적책임경영활동(CSR)에 대한 인식이 기업경영성과에 미치는 영향과 기업의 사회적책임 인식이 관련이 있는지를 알아보기 위해 실증분석을 실시하였다.

본 연구에서는 기업에 대한 사회적책임 실천이 중요시되고, 글로벌 사회적책임경영활동(CSR) 라운드가 가속화되는 현 시점에서 기업의 사회적책임경영활동(CSR)에 대한 인식이 기업경영성과를 향상시킬 수 있다는 가설을 설정하고 연구를 진행하였다. 본 연구의 결과를 요약하면 다음과 같다.

첫째, 기업의 사회적책임경영활동(CSR)에 대한 인식이 기업경영성과에 영향을 주는 것으로 나타났다. 따라서 사회적책임경영활동(CSR)에 대한 인식은 중요하며, 사회적책임경영활동(CSR)에 대한 인식의 강화는 기업경영성과를 효율적으로 높일 수 있다는 것이 본 연구결과 밝혀졌다.

둘째, 기업의 사회적책임경영활동(CSR) 인식의 하위 변수인 자금조달 여건개선정도가 기업경영성과에 관련이 있다는 것이 본 연구결과 밝혀졌다. 따라서 사회적책임경영활동(CSR)에 대한 인식의 하위 변수인 자금조달 여건개선이 중요하며, 자금조달에 여건개선에 대한 지속적인 추진은 사회적책임경영활동(CSR)에 대한 인식강화는 물론 기업경영성과를 효율적으로 높일 수 있다는 것을 확인할 수 있다.

셋째, 기업의 사회적책임경영활동(CSR) 인식의 하위 변수인 자금조달 여건개선정도가 재무적 성과에 관련이 있다는 것이 본 연구결과 밝혀졌다. 따라서 사회적책임경영활동(CSR)에 대한 인식의 하위 변수인 자금조달 여건개선이 중요하며, 자금조달에 여건개선에 대한 지속적인 추진은 사회적책임경영활동(CSR)에 대한 인식강화는 물론 재무적 성과를 효율적으로 높일 수 있다는 것을 확인할 수 있다.

넷째, 기업의 사회적책임경영활동(CSR) 인식의 하위 변수인 자금조달 여건개선정도 및 우수협력업체와의 거래기회 제공 정도가 조직 성과에 관련이 있다는 것이 본 연구결과 밝혀졌다. 따라서 사회적책임경영활동(CSR)에 대한 인식의 하위 변수인 자금조달 여건개선 및 우수협력업체와의 거래기회제공이 중요하며, 자금조달에 여건개선에 대한 지속적인 추진 및 우수협력업체와의 거래기회제공의 강화는 사회적책임경영활동(CSR)에 대한 인식강화는 물론 조직 성과를 효율적으로 높일 수 있다는 것을 확인할 수 있다.

다섯째, 기업의 사회적책임경영활동(CSR)에 대한 제약요인이 기업경영 성과에 영향을 주는 것으로 나타났다. 따라서 사회적책임경영활동(CSR)에 대한 제약요인은 중요하며, 사회적책임경영활동(CSR)에 대한 제약요인의 해소는 기업경영성과를 효율적으로 높일 수 있다는 것이 본 연구결과 밝혀졌다.

여섯째, 기업의 사회적책임경영활동(CSR)에 대한 제약요인의 하위 변수인 CSR효과의문 정도가 기업경영성과에 관련이 있다는 것이 본 연구결과 밝혀졌다. 따라서 사회적책임경영활동(CSR)에 대한 제약요인의 하위 변수인 CSR효과의문 정도가 중요하며, CSR효과의문에 대한 해소는 사회적책임경영활동(CSR)에 대한 제약요인의 해소와 동시에 기업경영성과를 효율적으로 높일 수 있다는 것을 확인할 수 있다.

일곱째, 기업의 사회적책임경영활동(CSR)에 대한 제약요인의 하위 변수인 시간예산부족 정도가 재무적 성과에 관련이 있다는 것이 본 연구결과 밝혀졌다. 따라서 사회적책임경영활동(CSR)에 대한 제약요인의 하위 변수인 시간예산부족 정도가 중요하며, 시간예산부족에 대한 해소는 사회적책임경영활동(CSR)에 대한 제약요인의 해소와 동시에 재무적 성과를 효율적으로 높일 수 있다는 것을 확인할 수 있다.

제 2 절 정책적 시사점

본 연구의 분석결과 중소기업의 사회적책임경영활동(CSR)에 대한 인식과 기업경영성과에 대하여 다음과 같은 정책적 시사점을 주고 있다.

첫째, 정책적으로 중소기업 CSR의 인식강화가 필요하다. 중소기업 CEO들이 사회적책임경영활동(CSR)에 대해 인지하고 있지만 적극적으로 추진을 하지 못하는 이유는, 자본적인 어려움이나 전문 인력의 부재 등 중소기업의 내·외부 경영환경이 대기업에 비해 열악하기 때문이다. 또한 사회적책임경영활동(CSR)을 도입하고 추진한다고 해도 현재까지는 반대급부인 보상의 측면이 중소기업 입장에서 가시적이지 않기 때문에 사회적책임경영활동(CSR) 도입 및 추진을 꺼려한다고 판단된다. 금번 연구를 진행결과, 사회적책임경영활동(CSR)을 추진할 수 있도록 정부의 정책적인 지원과 교육이 요구되며, 특히, 사회적책임경영활동(CSR)에 대한 교육 시 정확한 사회적책임경영활동(CSR)에 정의 및 개념에 대한 이해가 필수적으로 진행되어야 한다는 시사점을 얻을 수 있었다. 이와 함께, 중소기업의 사회적책임경영활동(CSR)을 촉진시키기 위해 인센티브제도와 같은 방안이 강구되어야 하겠다. 한편 사회적책임경영활동(CSR)에 대한 제약요인으로 『경영진의 관심 및 의지부족』이 높은 응답을 보인 것은 사회적책임경영활동(CSR)인식 수준에 비해 중소기업 입장에서 사회적책임경영활동(CSR) 기대효과에 대한 적극적이고 명확한 포지셔닝이 되지 않은 것으로 판단되며, 이에 정책적으로 사회적책임경영활동(CSR) 효과에 대한 중소기업 눈높이에서 지속적 인식제고를 통해 CSR추진의 근본적 역할제시가 필요함을 시사한다.

둘째, 중소기업의 특성에 맞는 사회적책임경영활동(CSR) 추진모델 도입이 요구된다. 조직규모가 작은 기업일수록 사회적책임경영활동(CSR)을 하기 위한 추진력이 부족하다는 것을 본 연구결과에서 확인할 수 있듯이 중소기업의 규모에 따른 차이를 반영한 사회적책임경영활동(CSR) 추진 방법론, 단계모델이 요구된다. 이는 조직 규모가 작은 기업일수록 사회적책임경영활동(CSR)이 기업 내부의 경영활동과 실질적으로 연관 있는 활동 중

심으로 일어나야 한다고 생각해볼 수 있다. 본 연구결과 조직의 규모에 따른 사회적책임경영활동(CSR)의 차이가 존재함이 밝혀졌으며 따라서 조직의 규모가 작은 기업이 비교적 규모가 큰 기업에 비해 다양한 사회적책임경영활동(CSR)을 수행할 수 있도록 중소기업의 사회적책임경영활동(CSR)을 지원하는데 있어 전략적인 차별적 접근이 요구된다. 결론적으로 중소기업들이 사회적책임경영활동(CSR)을 추진하는 것이 정부 방침 하에 수행할 수밖에 없는 활동이 아닌 자사의 이익을 증진시키기 위한 매출증대에 기여하는 방법이라는 것을 인식시키기 위한 사회적책임경영활동(CSR) 관련 교육 및 연구 등이 필요함을 시사한다. 특히, 사회적책임경영활동(CSR)을 도입하지 않는 이유로 『시간/예산부족』이 가장 높게 응답됐다는 것은 중소기업의 물적·인적 자원의 한계로 인한 것으로 판단되며, 중소기업의 특수성을 반영한 사회적책임경영활동(CSR) 모델을 모색하여 기업들의 부담을 덜어주고 사회적책임경영활동(CSR)을 장려해야 할 것으로 요구된다. 따라서 이러한 시간 및 예산의 부족에 구애를 받지 않을 수 있는 정책적 사회적책임경영활동(CSR) 지원책이 만들어져야 하겠다.

셋째, 중소기업 및 중소기업 사회적책임경영활동(CSR)의 이해관계자들은 단기적 이익으로 사회적책임경영활동(CSR)을 바라보는 것인 아닌, 중장기적 지속가능한 전사 경영전략으로 바라보는 시각의 확대가 요구된다. 대부분 기업이 사회적책임경영활동(CSR) 중 사회공헌 활동을 자선단체에 기부, 소외계층 지원 등의 사회공헌 활동을 수행하고 있는 상황에서 중소기업이 사회적책임경영활동(CSR)에서 기부금 세제 혜택 및 대외적 마케팅 활동과 기업 내부 고용창출 기여 등 기업경영에 실질적이고 적극적인 활동을 의미있게 고려하고 추진하고 있는 모습을 알 수 있다. 이는 아직 중소기업이 사회적책임경영활동(CSR)이 초기에 불과해 기업의 사회공헌 활동이 외부적으로 인식될 수 있는 요소에 국한된 사회적책임경영활동(CSR)의 추진에 머물고 있다는 것을 반증한다. 또한, 이런 영역을 사회적책임경영활동(CSR)이라 인지하고 있어 앞으로 환경경영, 사회 책임경영, 상생경영 등으로 발전시켜나가야 할 과제가 남아있음을 생각해 볼 수 있다. 현재 진행되는 사회적책임경영활동(CSR)은 엄밀히 말하면, 중소기업

의 사회적 공헌에 대한 실천이기 보다는 자사의 이익을 추구하는 방향을 위주로 진행되고 있음을 알 수 있다. 이는 역시 중소기업이 아직은 사회적 책임경영활동(CSR)에 대해 전략적 방향을 설정하고 실천하지 못하고 있으며, 자사의 이익과 부합되는 활동들을 위주로 사내에서 공감대를 형성하고 산발적으로 진행하고 있음을 의미한다. 사회적책임경영활동(CSR) 추진을 통해 기대하는 분야에 대해 설문 결과를 분석하면 ‘매출 향상 기여’와 ‘자금조달 여건개선’의 경우, 낮은 응답을 보여 중소기업들은 사회적책임경영활동(CSR)이 『기업홍보 · 이미지 개선』 등 경영활동에 간접적 영향을 줄 뿐 자사의 이윤이나 매출 증대 및 자금조달 여건개선과 직접적인 관련이 없는 별개의 활동으로 인식하고 있음을 보여준다. 한편 사회적책임경영활동(CSR)에 대한 중소기업의 인식이 ‘사회공헌활동’ 등에 한정적으로 자리 잡아, 정책적으로 우수사례 발굴 및 전파 등 중소기업이 실질적으로 받아들일 수 있는 사회적책임경영활동(CSR) 추진에 대한 정책적 차원의 적극적인 가이드 제시가 요구된다고 할 수 있겠다. 앞서 사회적책임경영활동(CSR)에 대한 제약요인으로 응답된 ‘경영진 및 임직원의 관심 및 의지부족’과 ‘CSR관련 법제도 및 지원책 부족’을 확대 해석해 보면 국내 중소기업 사회적책임경영활동(CSR) 도입에 있어서 직접적 이해관계자인 중소기업에 대한 사회적책임경영활동(CSR) 인식이 불명확히 포지셔닝 될 경우, 악순환 고리가 지속적으로 반복되어 이른바 출발점의 오류로 야기될 수 있는 점을 시사하며 이에 선순환 고리로 다가가기 위한 중소기업 상황에 적합한 단계별 인식확산의 정책마련이 필요하다고 할 수 있다. 향후 중소기업들을 대상으로 사회적책임경영활동(CSR)에 대한 올바른 기대효과 제고를 위해서 기업홍보 및 이미지 개선, 직원 애사심 증대 이외의 다양한 효과가 존재하며, 특히 취약한 재무적인 이익 증대 등 기업경영성과에 대한 효과의 신뢰를 확보하기 위해 사회적책임경영활동(CSR)이 구체적으로 자사의 재무성과 및 조직성과 향상에 어떤 방향으로 도움을 줄 수 있는지를 단편적 연구활동 제시가 아닌 지속적으로 분석하고 전파되는 연구가 요구된다고 할 수 있겠다.

제 3 절 연구의 한계 및 향후 과제

본 연구의 한계점을 지적하면 다음과 같다.

첫째, 본 연구는 한국 중소기업의 사회적책임경영활동(CSR)에 대한 연구로써의 의미를 가지고 있으나, 제조업(61.8%) 중심으로 매출액 300억 이상(40.6%) 규모있는 중소기업을 중심으로 설문지가 배포되고 회수되어 한국 중소기업 사회적책임경영활동(CSR)의 전반적인 내용으로 일반화가 힘든 한계점을 가지고 있다.

둘째, 기업경영성과의 하위변수로 재무적 성과에 대해서는 회계연도말의 정량적인 척도가 아닌 경향정도를 물어보는 5점 척도에 의한 분석으로 실증분석에서는 한계점을 가지고 있다. 이는 설문지 배포 시, 재무제표를 통한 실증분석을 전제로 설문이 설계되어 있지 않은 한계도 있지만 설문응답자의 개인적 사항을 기입하지 않도록 하여 설문에 적극적으로 참여하도록 하고자하는 의도도 있다.

셋째, 본문에 분석되어진 문항 외에 설문항목에 있어서는 상위변수로 결합하기에는 다소 부족한(개별 항목 및 단순 명목척도 문항)설문 문항들이 설계되어있어 본 연구에서는 설문지에 제시되어 있는 모든 설문문항을 분석하지 못한 한계를 가지고 있다. 이는 통계적으로 유의미한 관계를 밝히기 어려운 문항들로 본문에 분석되어진 설문항목에 대한 부가항목으로써의 성격을 가지고 있어 본 연구에서는 지양하기로 하였다.

이와 같은 한계점을 해소하기 위한 향후 과제 및 연구의 방향은 다음과 같이 설명할 수 있다.

첫째, 본 연구를 통해 국내 중소기업 사회적책임경영활동(CSR) 인식 정도와 기업경영성과 간의 추가적인 연구를 위해 재무제표 등 실증분석과 기업경영성과를 결정짓는 다양한 하위변수들의 연구가 보완되어야 한다고 생각한다. 특히, 사회적책임경영활동(CSR) 인식 정도를 사회적책임경영활동(CSR) 추진기업과 비추진 기업의 실증분석이 가능할 수 있는 차원에서 진행하여야 한다는 아쉬움과 실제 사회적책임경영활동(CSR) 추진활동의 깊이에 대한 연구 보완이 요구된다.

둘째, 본 연구에서 사회적책임경영활동(CSR) 인식 정도를 조작적 정의한 사회적책임경영활동(CSR) 인식과 사회적책임경영활동(CSR)에 대한 제약요인 중 기업경영성과와 상관성을 가지는 항목에 대해서는 국내 중소기업 사회적책임경영활동(CSR) 경영전략 모형을 발굴하여 실제 중소기업이 사회적책임경영활동(CSR)을 추진할 수 있는 동기부여와 인식강화의 해결책 제시가 필요하다고 본다.

셋째, 본 연구를 보완하여 국내/외 사회적책임경영활동(CSR) 성공기업의 발전모형을 향후 연구하여 국내 중소기업의 기업경영성과 제고를 위한 하나의 매개체로 기여하고 싶다.



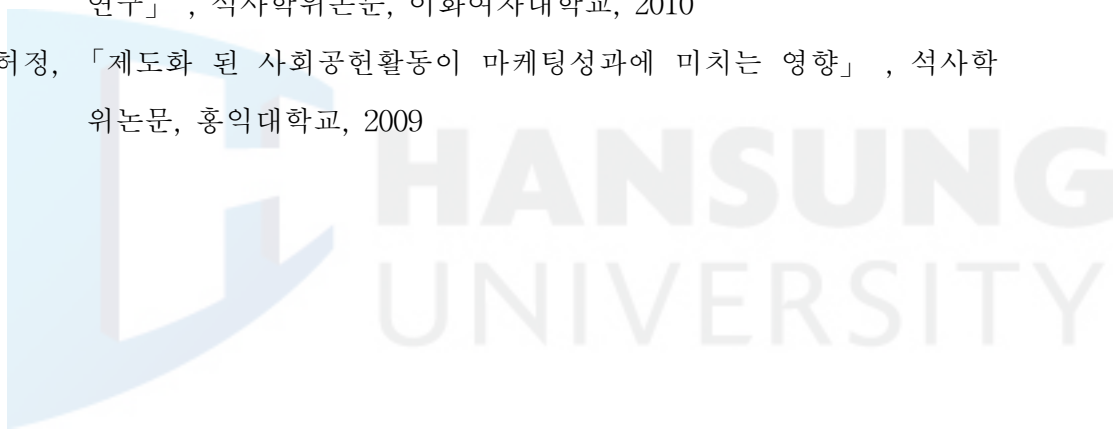
【참고문헌】

1. 국내문헌

- 강용수, 「한국중소기업의 사회적책임경영(CSR)활동이 재무적성과에 미치는 영향에 관한 연구」, 석사학위논문, 한성대학교, 2011
- 고은정, 「기업의 사회적 책임이 재무적 성과에 미치는 영향에 관한 연구」, 석사학위논문, 숙명여자대학교, 2009
- 권진우, 「기업의 사회적 책임 활동이 기업 이미지와 브랜드 이미지에 미치는 영향에 관한 연구」, 박사학위논문, 단국대학교, 2010
- 기종진, 「CEO의 기업윤리와 사회적책임에 대한 인식이 기업이윤 동기에 미치는 영향」, 박사학위논문, 전북대학교, 2006
- 김갑식, dongA.com 뉴스기사, 2006년 12월 21일자
- 김동수 외, 『중소기업 CEO의 기업의 사회적 책임(CSR)의식 및 실태 조사』, 한국생산성본부, 2009
- 김만중, 「기업의 사회공헌 활동이 경영성과에 미치는 영향」, 석사학위논문, 연세대학교, 2006
- 김상철, 「기업윤리 프로그램 실천에 대한 구성원 인식정도가 조직성과에 미치는 영향 연구」, 박사학위논문, 전남대학교, 2011
- 김수진, 「지각된 CSR활동이 기업평판, 기업신뢰 및 구매의도에 미치는 영향」, 석사학위논문, 한양대학교, 2010
- 김영곤, 「호텔의 사회적책임활동이 종사원의 조직몰입과 조직시민행동에 미치는 영향에 관한 연구」, 석사학위논문, 경기대학교, 2010
- 김진욱, 변선영, 『한국 국제기업의 사회적 책임 수행 정도와 재무적성과』, 제5권 제1호, 경영경제연구소, 2007
- 노형진, 『AMOS에 의한 사회조사분석』, 형설출판사, 2002

- 손태원, 「기업의 사회적 책임활동이 종사자의 조직신뢰와 조직몰입에 미치는 영향에 관한 연구」, 석사학위논문, 한국항공대학교, 2009
- 신동영, 「기업의 사회적 책임이 기업의 이미지와 소비자의 구매의도에 미치는 영향에 관한 연구 : 국내 4대 기업을 중심으로」, 석사학위논문, 세종대학교, 2009
- 신유근, 『기업과 사회』, 경문사, 1990
- _____, 『현대의 기업과 사회』, 경문사, 1994
- 양보라미, 「기업 특성과 사회책임활동의 적합성이 기업이미지에 미치는 영향에 관한 연구」, 석사학위논문, 성균관대학교, 2010
- 오세중, 이철영, 『기업인식과 CSR 홍보물에 대한 태도가 브랜드태도에 미치는 영향에 대한 실증적 연구』, 한국기초조형학회, 2008
- 유성은, 「기업의 윤리수준이 경영성과에 미치는 영향에 관한 연구 :대전·충청지역 중소기업을 중심으로」, 박사학위논문, 한남대학교, 2007
- 윤승환, 「조직문화 유형별 지속가능경영이 조직성과에 미치는 영향에 관한 연구 : 지속가능경영 추진 기업사례를 중심으로」, 박사학위논문, 단국대학교, 2009
- 이영찬, 이승석, 「기업의 사회적 책임활동이 혁신역량 및 성과에 미치는 영향」, 『사회적기업연구』 제1권 제1호, 사회적기업연구원, 2008
- 이인석, 「성과척도로서 기업윤리에 관한연구」, 『서강경영논총』 제13집 2호 (2002. 12), 서강대학교경영연구소, 학술논문, 2002, pp.245-267.
- 이준섭, 『윤리경영 현황 및 CSR 추진 실태 조사』, 전국경제인연합회, 2009
- 이진규·조준하. 「경영자의 사회적 책임과 윤리의식에 관한 실증연구」, 『고려대학교 논문집』 41('97.8), 고려대학교, 2000, pp.239-280.
- 이철승, 「기업의 사회적 책임(CSR)활동이 생산성 향상에 미치는 영향연구」, 석사학위논문, 명지대학교, 2010

- 이철영, 「기업인식과 CSR 홍보물에 대한 태도가 브랜드태도에 미치는 영향에 대한 실증적 연구」, 『기초조형학연구』 vol.9 no.5 (2008. 10), 한국기초조형학회, 2008
- 조동성 외, 『2008 중소기업 지속가능경영 실태조사』, 산업정책연구원, 2008
- 진수대, 「기업의 사회적 성과와 재무적 성과간의 관련성에 대한 연구」, 석사학위논문, 중앙대 국제경영대학원, 2000
- 채서일, 『사회과학조사방법론』, 학현사, 2001
- 최성민, 「CSR활동에 있어 서비스 공정성이 기업이미지와 서비스 만족도 그리고 서비스 지속여부에 미치는 영향 : 국내 이동통신사업자들을 대상으로」, 석사학위논문, 고려대학교, 2008
- 최원희, 「기업재단의 사회공헌활동이 기업 이미지에 미치는 영향에 관한 연구」, 석사학위논문, 이화여자대학교, 2010
- 허정, 「제도화 된 사회공헌활동이 마케팅성과에 미치는 영향」, 석사학위논문, 홍익대학교, 2009



2. 국외문헌

- Anderson, J., and A. Frankle, "Voluntary Social Report: An Iso-Beta Portfolio Analysis", *Accounting Review*, 1980, pp.468-479
- Bowen, H. R., "Social responsibilities of the businessman", *Harper&Row*, 1953
- Carroll, A. B., "Three Dimensinal Conceptual Model of Corporate Performance, Academy of Management", *Review*, 4(4), 1979, pp.497-505
- _____, "Corporate Social Responsibility: Evolution of a Definitional Construct, *Business Society*", Vol. 38, 1999, pp.268-295
- Carroll, Archie B., Ann K. Buchholtz, "2000 Business & society: ethics and stakeholder management", *South-Western College Publishing*, 2000
- CCSRC, "2006 CSR & the Canadian International Extractive Sector", CSR in the Canadian Extractive Sector, 1999
- Clarkson, and B. E. Max, "Defining, evaluating, and managing corporate social performance: The stakeholder management model' in Research in corporate social performance and policy", *James E. Post (ed.)*, 12, JAI Press, 1991, pp.331 - 358
- Cowe, R., "Risk Return and Responsibility, Association of British Insurers", 2004
- Cox, Paul, S. Brammer, and Andrew Millington, "Empirical Examination of Institutional Investor Preferences for Corporate Social Performance", *Journal of Business Ethics*, 2004, pp.27-43
- David, P. M. Bloom, and A. Hillman, "Investor Activism, Managerial

- Performance, *Academy of Management*, 1984, pp.42-56
- Dawkins, J., "The public's view of corporate responsibility 2003", *Mori*, 2004
- Eibirt, H., and R. I. Parket, "The Practice of Business; The Current Status of Corporate Social Responsibility", *Business Horizns*, 16(4), 1973, pp.5-14
- Frederick, W. C., "Business and Society: Management, Public Policy, Ethics", *McGraw Hill*, 1984
- Frederick, M., "Capitalism and Freedom", *University of Chicago Press*, 1962
- Friedman, M., "The Social Responsibility of Business is to increase its profit", *The New York Times Magazine*, September 13, 1970
- Gordon, J. Alexander, and A. Rogene, Buchhlolz, "Corporate social responsibility and stock market performance", research notes, 1978
- Heal, G., "Corporate Social Responsibility: An Economic and Financial Framework", *The Geneva Papers on Risk and Insurance Issues and Practice* 30(3), 2005, pp.387-409
- Hopkins, M., "Corporate social responsibility; An issues paper", *ILO, Geneva: Working paper* No. 27, 2004
- Jensen and Meckling, "Theory of the Firm: Managerial Behaviour, Agency Costs and Ownership Structure", *Journal of Financial Economics*, 1976
- Jensen, M., "Agency costs of free cash flows, corporate finance, and takeovers", *Am. Econ. Rev.*, 1986, pp.322-329
- Johnson, H. L., "Business in contemporary society: Framework and issues", *Wadsworth*, 1971

- Kaith Davis and L. Blomstorm Robert, "Business and Society, Environment and Responsibility", *Mc Graw Hill*, 1975
- Kanter, R. M., "From spare change to real change: the social sector as beta site for business innovation", *Harvard Business Review*, 77:3, 1999, pp.122-132
- Kedia, B., and E. C. Kuntz, "The Context of Social Performance: An Empirical Study of Texas Banks", in *L. E. Preston (ed.), Research in Corporate Social Performance and Policy*. 1981
- Kong, N., O. Salzmann, U. Steger, and A. Ionescu-Somers, "Moving business/industry towards sustainable consumption; The role of NGOs", *European Management Journal*, 20 (2), 2002
- Kotler Philip, and Nancy Lee, "Corporate Social Responsibility; Doing the Most Good for Your Company and Your Cause", *John Wiley and Sons, Inc.*, 2005
- McGuire, J., "Business & Society", McGraw - Hill, 1963
- McGuire, b. Jean, Alison Sundgren and Thomas Schneeweis, "Corporate Social Responsibility and Financial Performace", *academy of management journal*, Vol.31(No.4), 1988, pp.853-872
- Milton Friedman, "The Social Responsibility of Business is to Increase Its Profits", *The New York Times Magazine*, September 13, 1970
- Morck, R., A. Shleifer, and R. W. Vishny, "Management Ownership and Market Valuation: An Empirical Analysis", *Journal of Financial Economics*, 1988, pp.293-315
- Moskowitz, R. Milton, "Choosing socially responsible stocks", *Business and Society Review*, 1972, pp.71-75
- NATIONAL AND KAPODISTRIAN UNIVERSITY OF ATHENS, "2008

MAINSTREAMING CSR IN SMEs", NATIONAL AND
KAPODISTRIAN UNIVERSITY OF ATHENS, 2009

- Nielinger, O., "Wirtschaft und Nichtregierungsorganisationen. Eine Liaison mit Zukunft?", *in: Nord-Süd aktuell* 17 (1), 2003, pp.126-136
- Nunnally. J. C, "Psychometric Theory, New York", *McGraw-Hill Press*, 1978
- Parke, R., and H. Eilbrit, "Social Responsibility: the underlying factors", *Business Horizons*, 1975, pp.5-10
- Peterson, D. K., "The relationship between perceptions of corporate citizenship and organizational commitment", *Business and Society*, 2004, pp.296-319
- Pfeffer, J., and G. Salancik, "The external control of organizations: A resource dependence perspective", *Harper and Row*, 1978
- Porter, M. E., and M. R. Kramer, "Strategy and Society: The link between competitive advantage and corporate social Responsibility", *Harvard Business Review*, 2006, pp.78-93
- Ron Bird 2. "Corporate Social Responsibility and Corporate Performance: Where to Begin?", *University of Technology*, Sydney, 2006
- Rondinelli, D. A., and T. London, "Stakeholders and corporate responsibilities in cross-sectoral environmental collaborations: Building value, legitimacy and trust, In *Unfolding stakeholder thinking: Theory responsibility and engagement*". (eds) J. Andriof, S. Waddock, B. Husted and S. Sutherland Rahman, 2002, pp. 201 - 215

- Scott, C., "Regulation in the age of governance: The rise of the post-regulatory state. In J. Jordana & D. D. Levi-Faur (Eds.), *The politics of regulation: Institutions and regulatory reforms for the age of governance*", *Edward Elgar*, 2004, pp.145 - 174
- Snider, J. et al., "Corporate Social Responsibility in the 21st Century: A View from the World's Most Successful Firms", *In: Journal of Business Ethics*, Vol. 48, 2, 2003, pp.175-187
- Spicer, B. H., "Inverstors, Corporate Social Performance and Information Disclosure: An Empirical Study", *The Accounting Review*, 1978, pp.94-111
- Turban, C. B., and D. W. Greening, "Corporate social perormance and organizational attractiveness to prospective employees", *Academy of Management Journal*, 1996, pp.658-72
- Valentine, S., and T. Barnett, "Ethics Code Awareness, Perceived Ethical Values, and Organizational Commitment. *Journal of Personal Selling and Sales Management*, 2003, pp.359-367
- Valentine, S., and G. Fleischman, "Ethicsprograms, perceived corporate social responsibility and job satisfaction", *Journal of Business Ethics*, 77(2), 2008, pp.159-172
- Vance, Stanley, "Are socially responsible firms good investment risks?" *Management Review*, 1975, pp.18 - 24
- Verschoor, C. V., "A Study of the Link between a Corporation Financial Performance and its Commitment of Ethics", *Journal of Business Ethics*. 17(13), 1998, pp.1509-1516
- 加賀田和弘(Kazuhiro Kagata), "CSRと経営戦略 -CSRと企業業績に関する 実証分析から", *Journal of Policy Studies*, No.30(November

2008), 2008

中尾 麗イザベル, “기업의 사회적 책임과 재무 실적에 관한 실증 분석”,
大阪大學大學院國際公共政策研究科, 2006

檜山 洋子, “中小企業による CSR 推進の現状と課題(중소기업의 CSR 추진
현황과 과제)”, 國部克彦研究室(국제카츠히코연구실), 2006



【부록】

설문지

중소기업의 사회적 책임(SMEs Corporate Social Responsibility : SMEs CSR) 인식이 기업 경영성과에 미치는 영향

안녕하십니까?

중소기업의 사회적 책임(SMEs Corporate Social Responsibility : SMEs CSR)은 중소기업의 경쟁력은 물론 지속가능한 발전을 위한 핵심요소로 떠오르고 있으며, 많은 기업들이 CSR을 초일류기업이 되기 위한 필수조건이라 인식하고 있습니다.

이에 중소기업의 사회적 책임에 대한 인식이 기업 경영성과에 어떠한 영향을 미치며, 기업의 기대요인과 경영성과에 어떠한 상관관계를 보이고 있으며, 중소기업의 CSR을 촉진하기 위해 컨설팅관점에서 해결방안을 무엇인지 다음과 같이 설문조사를 실시하고자 합니다.

설문내용 및 개인 신상 정보는 통계법 제13조에 의해 비밀이 보장됨을 알려드리며, 설문문항이 다소 많을 수 있으나 성실한 답변 부탁드립니다.

연구자 : 김기현(한성대학교 지식서비스&컨설팅대학원 석사과정)

연락처 : E-mail - kkh0314@hotmail.com

지도교수 : 정진택(한성대학교 지식서비스&컨설팅대학원 교수)

- 다음은 귀사의 기업 현황에 관한 질문입니다.

Q1. 귀사의 업종을 선택하여 주십시오. ()

- | | | | |
|------------------|-----------------|------------------|-------|
| ① 제조업 | ⑥ 종자 및 묘목 생산업 | ⑪ 과학기술 연구개발 | ⑯ 통신업 |
| ② 광업 | ⑦ 정보처리 및 컴퓨터 운영 | ⑫ 엔지니어링 서비스업 | ⑰ 어업 |
| ③ 건설업 | ⑧ 하수처리, 폐기물 처리 | ⑬ 의약품, 정형외과용품 관련 | ⑱ 기타 |
| ④ 운수업 | ⑨ 전기,가스 및 수도사업 | ⑭ 창고 및 운송관련 서비스 | |
| ⑤ 도매 및
상품 중개업 | ⑩ 연료 및 관련제품 도매업 | ⑮ 농업 및 임업 | |

(기타의 경우:)

Q2. 귀사의 종업원 수를 선택하여 주십시오. ()

- ① 50명 미만 ② 50명 ~ 99명 ③ 100명 ~ 149명 ④ 150명 ~ 199명
⑤ 200명 ~ 249명 ⑥ 250명 이상

Q3. 2010년 기준 총매출액은 얼마입니까? ()

- ① 10억 미만 ② 10억 이상 ~ 50억 미만 ③ 50억 이상 ~ 100억 미만
④ 100억 이상 ~ 300억 미만 ⑤ 300억 이상

Q4. 귀사의 사업영위 기간은 몇 년입니까? ()

- ① 3년 미만 ② 3년 이상 ~ 5년 미만 ③ 5년 이상 ~ 10년 미만
④ 10년 이상 ~ 20년 미만 ⑤ 20년이상 ~ 30년미만 ⑥ 30년 이상

Q5. 귀사가 해외수출을 하고 계시다면 어떤 형태로 수출을 하고 계십니까? ()

- ① 직접수출만 하고 있음 ② 간접수출만 하고 있음 ③ 직·간접수출 모두 하고 있음
④ 가까운 미래에 수출 계획 있음 ⑤ 수출실적 없음

Q6. 귀사의 거래 대상 기업은 어떻게 됩니까? ()

- ① 국내 대기업 ② 해외 다국적기업 ③ 국내 대기업과 해외 다국적기업 모두
④ 가까운 미래에 국내외 대기업과 거래계획 있음 ⑤ 국내·외 중소기업
⑥ 기타(B2C, 일반 소비자를 대상으로하는 제품, 상품, 서비스의 제공)

- 다음은 CSR 인식에 관한 질문입니다.

Q7. 귀하는 기업의 사회적 책임(CSR)에 대해 들어 보셨습니까? ()

- ① 예 ② 아니오

Q8. CSR 의 기대효과에 대한 귀사의 의견을 묻는 질문입니다. 해당되는 부분에 체크
해 주세요. ()

- ① 전혀 그렇지 않다 ② 그렇지 않다 ③ 보통이다 ④ 그렇다
⑤ 매우 그렇다

내 용	①	②	③	④	⑤
CSR활동은 기업홍보, 이미지 개선에 도움이 될 것이다.					
CSR활동은 기업의 리스크 감소 및 관리에 도움이 될 것이다.					
CSR활동은 직원 애사심 증대에 도움이 될 것이다.					
CSR활동은 매출 향상에 도움이 될 것이다.					
CSR활동은 우수인재 채용에 도움이 될 것이다.					
CSR활동은 자금 조달 여건개선에 도움이 될 것이다.					
CSR활동은 기업의 글로벌경쟁력의 확보가 가능하게 할 것이다.					
CSR활동은 새로운 교육의 기회를 제공하여 임직원의 역량을 강화하게 될 것이다.					
CSR활동은 기업의 지속가능성, 생존력(계속기업)을 확실히 증대하게 할 것이다.					
CSR활동은 우수협력업체와의 거래기회를 제공해 줄 것이다.					

- 다음은 귀사의 CSR 추진 활동에 관한 질문입니다.

Q9. 귀사는 CSR 경영활동을 추진하고 계십니까? ()

- ① 예 (SQ13.으로 이동) ② 아니오

- 아래는 CSR 경영활동을 추진하고 있는 기업을 대상으로하는 설문입니다.

Q9.에서 '② 아니오'에 응답하신 분께서는 Q14. 번으로 이동해 주세요.

Q10. 귀사는 얼마동안 CSR경영을 추진해 오셨습니까? ()

- ① 1년 미만 ② 3년 미만 ③ 5년 미만 ④ 5년 이상

Q11. 귀사는 CSR을 전담하는 인력이 있습니까? ()

- ① 예 ② 아니오

Q12. 귀사에서 운영하시는 CSR활동에 모두 체크(V) 해 주십시오. ()

① 고용 창출 등의 경제적 책임 이행	⑥ 종업원 근로조건 향상을 노력
② 에너지 절감 및 폐기물 감축 등 환경경영 활동	⑦ 고객사와 공동으로 추진하는 공급망-CSR 관련 활동
③ 자선단체에 기부, 소외계층 지원 등의 사회공헌 활동	⑧ 지역사회 발전기여 및 지역민 우선 고용 등 지역친화
④ 법 준수, 성실한 조세 납부 등 법적 의무 이행	⑨ 공정사회, 동반성장 등 사회문제 해결에 기여
⑤ 안전한 제품, 고품질의 제품 개발과 소비자 권익보호	⑩ 기타()

Q13. CSR경영 도입이 기업운영에 도움이 되셨다고 생각하십니까? ()

- ① 전혀 그렇지 않다 ② 그렇지 않다 ③ 보통이다 ④ 그렇다 ⑤ 매우 그렇다

- 다음은 귀사의 CSR 활동을 제약하는 요인에 관한 질문입니다.

Q14. 귀사의 CSR을 제약하는 요인은 무엇이라고 생각하십니까? ()

- ① 전혀 그렇지 않다 ② 그렇지 않다 ③ 보통이다 ④ 그렇다
⑤ 매우 그렇다

내 용	①	②	③	④	⑤
시간, 예산부족 때문에					
종업원의 관심 부족으로					
경영진의 관심 및 의지부족으로					
CSR 효과에 대한 의문이 들어서					
CSR 관련 법제도 및 정부지원책 부족					
CSR에 대한 방법을 몰라서					

- 다음은 귀사의 CSR 경영 외부대응 현황에 관한 질문입니다.

Q15. 귀하는 국제표준화기구(ISO)가 CSR 국제표준으로 ISO 26000을 제정한 것을 알고 계십니까? ()

- ① 알고 있다. ② 모르고 있다.

Q16. 귀하는 기업의 사회적 책임(CSR)에 대한 국제 표준 제정이 자사에 미치는 영향이 높다고 생각하십니까? ()

- ① 전혀 그렇지 않다 ② 그렇지 않다 ③ 보통이다 ④ 그렇다
⑤ 매우 그렇다

- 다음은 귀사의 경영성과에 관한 질문입니다.

Q17. 다음은 귀사의 경영성과에 대한 질문이오니 귀사의 의견에 해당하는 부분에 V표 해주시기 바랍니다. ()

- ① 전혀 그렇지 않다 ② 그렇지 않다 ③ 보통이다 ④ 그렇다
⑤ 매우 그렇다

내 용	①	②	③	④	⑤
우리 회사는 최근 3개년간 매출액이 증가하였다.					
우리 회사는 최근 3개년간 수익율이 상승추세에 있다.					
우리 회사는 최근 3개년간 부채비율이 감소하였다.					
주요경쟁사 대비 사업성공 확률이 높은 편이다.					
주요경쟁사 대비 시장점유율이 높으며, 이는 상당기간 지속될 것이다					
주요경쟁사 대비 성장성이 높다.					
주요경쟁사 대비 수익성이 높다.					
주요경쟁사 대비 외부변화에 대한 조직의 혁신에 대한 역량이 높다.					

- 수고하셨습니다.

많은 설문문항에도 불구하고 끝까지 성의 있게 응해주셔서 감사드립니다.

한성대학교 지식서비스&컨설팅대학원 석사과정 김기현



ABSTRACT

A Study on the Influences on the Management Performance with Korean SMEs's recognition of Corporate Social Responsibility

Kee-Hyun Kim

Major in Management Consulting

Dept. of Knowledge Service & Consulting

Graduate School of Knowledge Service

Consulting

Hansung University

International organizations like UN and WTO released guidelines and standard for CSR, and International Organization for Standardization(ISO) launched ISO 26000:2010. They provide the guideline for both business and public sector. Given the situation, it seems that CSR has become a current issue for all corporations, and the importance of CSR will be increasingly emphasized.

In this view, CSR is lately getting the spotlight to domestic as well as global corporations as the management keyword. Thus, CSR is the choice to survive in the global era and we need to have the turning point of perception on the role of the enterprise considering Corporate Social Responsibility(CSR).

This paper examines the co-relationship between Korean corporations' recognition and management performance on Corporate Social Responsibility(CSR) and also develops a research model based on the results of the study.

I've surveyed 212 Korean SMEs's CSR values about the Management Performance with Korean SMEs's recognition of CSR and the below are results of the survey.

Firstly, Recognition of CSR has the main role of influencing the long-term gains in statistics with the management performance of enterprise. So the more SMEs have corporations' recognition on CSR, the more SMEs have the strong improvement of the management performance.

Secondly, the recognition of CSR is statistically significant at the management performance of corporate. Two variables, recognition of CSR and management performance, have $p=.000<.05$ and corrected $R^2 = .445$.

In this study, we may find the following things.

At first, in searching the relation between Korean corporations' recognition and management performance on Corporate Social Responsibility(CSR), I've found that the management performance of corporate is based on the recognition of CSR.

Secondly, although CSR is so diversified and complicated to carry. I'm confident that we need education to enhance the recognition of CSR. Also I strongly suggest that SMEs need the education to improve the level of CSR through showing how the SMEs's recognition of CSR has an impact on the medium and long-term gains.

This study motivates the corporate to push forward CSR in Korea where CSR is considered as a marketing or social contribution, not as a corporate sustainable strategy. In addition, it is the decisive performance and the beginning of corporate request to prosecute CSR by understanding the recognition and restriction factor and analyzing the cause-and-effect.

Key word: SMEs's CSR , recognition of CSR, Business performance