

석사학위논문

지속 가능한 경영을 위한 CSR 활동이  
인지된 재무성과에 미치는 영향

- 기업 명성의 조절효과를 중심으로 -

2020년

한성대학교 지식서비스&컨설팅대학원

지식서비스&컨설팅학과

매니지먼트컨설팅전공

표 순 천



석사학위논문  
지도교수 김상봉

# 지속 가능한 경영을 위한 CSR 활동이 인지된 재무성과에 미치는 영향

- 기업 명성의 조절효과를 중심으로 -

Effects of CSR Activities for Sustainable Management  
on the Perceived Financial Performance

- Focusing on the Moderating Effect of Corporate  
Reputation -

2019년 12월 일

한성대학교 지식서비스&컨설팅대학원

지식서비스&컨설팅학과

매니지먼트컨설팅전공

표 순 천

석사학위논문  
지도교수 김상봉

# 지속 가능한 경영을 위한 CSR 활동이 인지된 재무성과에 미치는 영향

- 기업 명성의 조절효과를 중심으로 -

Effects of CSR Activities for Sustainable Management  
on the Perceived Financial Performance

- Focusing on the Moderating Effect of Corporate  
Reputation -

위 논문을 컨설팅학 석사학위 논문으로 제출함

2019년 12월 일

한성대학교 지식서비스&컨설팅대학원

지식서비스&컨설팅학과

매니지먼트컨설팅전공

표 순 천

표순천의 건설팅학 석사학위논문을 인준함

2019년 12월 일

심사위원장 \_\_\_\_\_(인)

심 사 위 원 \_\_\_\_\_(인)

심 사 위 원 \_\_\_\_\_(인)

## 국 문 초 록

# 지속 가능한 경영을 위한 CSR 활동이 인지된 재무성과에 미치는 영향

- 기업 명성의 조절효과를 중심으로 -

한성대학교 지식서비스&컨설팅대학원  
지식서비스 & 컨설팅학과  
매니지먼트컨설팅전공  
표 순 천

기업의 경영 환경은 날로 어려워지고 있다. 경제적 관점에서 사회적 관점으로, 다시 환경적 관점으로 이행하는 CSR 활동의 목표를 정확하게 인식하지 않으면 기업의 지속 가능한 발전은 요원해진다. 그러나 기업은 생존해야 하고 나아가 이해관계자들과 소통하면서 함께 성장해야 한다. 기업은 능동적이고 적극적으로 자신이 속한 사회와 소통하면서 기업 고유의 목적 달성은 물론 그에 수반하여 부여된 사회적 책임을 수행해야 한다. 기업의 CSR 활동은 기업의 지속 가능한 경영에 매우 중요한 요소이며 이를 무시하게 되면 기업의 가치는 떨어질 수 밖에 없다. 본 연구는 이러한 기업의 상황을 이해하고 기업이 CSR 활동에 타당한 방향을 제시하고자 본 연구를 시작하였다. CSR 활동을 위해 지출하는 예산을 비용으로 인식할 것인지, 기업의 경

영성과를 제고하거나 미래를 위한 투자로 인식할 것인지에 대한 근거를 제시하는 것이다. 우선, 선행연구를 통해 CSR 활동의 개념과 그 구성요소를 알아보고 그 구성요소들이 기업의 재무성과에 긍정적인 영향을 미칠 것이라는 가설을 세워 이를 검증하였다. 그리고, 무형자산인 기업 명성의 개념을 선행연구와 문헌을 통해 정리하고, 기업 명성이 CSR 활동이 재무성과에 미치는 영향 관계에 있어서 조절작용을 하는지를 분석하였다. 기업이 지속 가능한 경영을 하기 위해서는 어려운 의사결정을 하여야 한다. 이 연구의 결과가 CSR과 관련된 기업의 의사결정에 도움이 되고 방향성도 제시할 수 있다면 성공적일 것이다. 결론을 요약하면 다음과 같다. 첫째, Elkington이 제시한 CSR 활동의 3가지 구성요소인 경제적 책임활동, 사회적 책임활동, 환경적 책임활동이 인지된 재무성과에 긍정적인 영향을 미치는 것으로 확인되었다. 특히, 사회적 책임활동과 환경적 책임활동이 재무성과에 미치는 영향을 확인한 것에 의미를 둔다. 둘째, 기업 명성의 조절작용과 관련하여 기업 명성을 고집단과 저집단으로 분리하여 다중집단 간 차이 분석을 하였다. 그 결과 경제적, 사회적, 환경적 책임활동의 3가지 구성요소 중에서 환경적 책임활동이 재무성과에 미치는 영향 관계의 경로에서 기업 명성이 조절작용을 하는 것을 확인하였다. 즉, 기업 명성을 강하게 인식할수록 환경적 책임활동과 재무성과 간의 관계를 강화할 수 있음을 시사한다. 따라서, 기업은 무형자산인 기업 명성의 가치를 이해하고 전략적으로 관리해야 할 것이다.

**【주제어】** 지속 가능한 경영, 지속 가능한 발전, CSR, 기업의 사회적 책임, CSR 활동, 경제적 책임활동, 사회적 책임활동, 환경적 책임활동, 인지된 재무성과, 기업 명성

# 목 차

제 1 장 서 론 .....	1
제 1 절 연구의 배경 및 목적 .....	1
제 2 절 연구의 방법과 구성 .....	4
제 2 장 이론적 배경 및 선행연구 .....	6
제 1 절 CSR과 지속 가능한 경영 .....	6
1) CSR의 개념 .....	6
2) 지속 가능한 경영의 개념 .....	11
3) CSR의 구성요소 .....	13
제 2 절 재무성과 .....	16
1) 재무성과의 개념과 측정 .....	16
2) CSR과 재무성과 .....	19
제 3 절 기업 명성 .....	23
1) 기업 명성의 개념 .....	23
2) 기업 명성의 척도 .....	26
제 3 장 연구설계 .....	27
제 1 절 연구모형 .....	27
제 2 절 연구가설 .....	29
1) CSR이 재무성과에 미치는 영향 .....	29
2) 기업 명성의 조절작용 .....	29
제 3 절 변수의 측정 및 변수의 조작적 정의 .....	31
1) CSR 활동의 측정 .....	31
2) 재무성과의 측정 .....	33

3) 기업명성의 측정 .....	34
4) 변수의 조작적 정의 .....	35
<b>제 4 장 실증분석 .....</b>	<b>37</b>
<b>제 1 절 자료조사방법 .....</b>	<b>37</b>
1) 표본의 특성 .....	38
2) 기술 통계 분석 .....	40
<b>제 2 절 신뢰성 분석 .....</b>	<b>42</b>
1) 타당도 및 신뢰도 분석 .....	42
<b>제 3 절 확인적 요인 분석 .....</b>	<b>45</b>
1) 확인적 요인분석 및 측정모형 평가 .....	45
2) 타당성 검증 .....	60
<b>제 4 절 구조모형 분석 및 가설 검증 .....</b>	<b>63</b>
1) 구조모형의 적합도 검증 .....	63
2) 직접효과 가설검정 .....	64
<b>제 5 절 조절효과 분석 .....</b>	<b>66</b>
1) 조절효과분석 .....	66
2) 조절효과 가설검정 .....	70
<b>제 6 절 가설 검정 결과 .....</b>	<b>73</b>
<b>제 5 장 결 론 .....</b>	<b>75</b>
<b>제 1 절 연구결과 및 시사점 .....</b>	<b>75</b>
<b>제 2 절 연구한계 및 향후 연구 방향 .....</b>	<b>80</b>
<b>참 고 문 헌 .....</b>	<b>81</b>
<b>부       록 .....</b>	<b>93</b>

ABSTRACT ..... 100

## 표 목 차

[표 2-1] CSR의 5가지 차원 .....	9
[표 2-2] 경영성과의 측정방법에 대한 선행연구 내용 .....	17
[표 2-3] 기업 명성의 정의 .....	24
[표 3-1] 경제적 책임활동 측정 문항 .....	30
[표 3-2] 사회적 책임활동 측정 문항 .....	31
[표 3-3] 환경적 책임활동 측정 문항 .....	32
[표 3-4] 인지된 재무성과 측정 문항 .....	33
[표 3-5] 기업 명성 측정 문항 .....	34
[표 3-6] 변수의 조작적 정의 요약 .....	35
[표 4-1] 표본의 인구통계학적 특성 .....	38
[표 4-2] 기술통계 분석 결과 .....	40
[표 4-3] 탐색적 요인분석과 신뢰도 분석 결과 .....	43
[표 4-4] 모델적합도 관련 지수와 판단 기준 .....	45
[표 4-5] 확인적 요인분석을 위한 최초 측정모델 적합도 .....	48
[표 4-6] 1차 확인적 요인분석 후 적합도 검정 .....	49
[표 4-7] 2차 확인적 요인분석 후 적합도 검정 .....	50
[표 4-8] 3차 확인적 요인분석 후 적합도 검정 .....	51
[표 4-9] 2, 3차 분석 적합도 검정 결과 비교 .....	52
[표 4-10] 4차 분석후 적합도 검정 결과 .....	53
[표 4-11] 5차 분석후 적합도 검정 결과 .....	54
[표 4-12] 6차 분석후 적합도 검정 결과 .....	55
[표 4-13] 7차 분석 적합도 비교 .....	56
[표 4-14] 7차 확인적 요인분석 후 적합도 .....	58
[표 4-15] 타당성 검증 .....	60
[표 4-16] 판별 타당성 검증 .....	62
[표 4-17] 구조모형의 분석 결과 .....	64
[표 4-18] 구조모형 가설 검정결과 .....	65

[표 4-19] 다중집단 측정동일성 검증 .....	67
[표 4-20] 기업명성 고집단과 저집단의 경로분석 결과 .....	68
[표 4-21] 기업 명성 다중집단 간 경로차이 분석 .....	70
[표 4-22] 조절 효과 분석 가설검정 결과 .....	71
[표 4-23] 가설검정 결과 요약 .....	73

## 그림 목 차

[그림 2-1] CED, 3개의 동심원 모델 .....	7
[그림 2-2] 기업 명성 정의-기업 명성과 기업 이미지 관계 .....	24
[그림 3-1] 연구모형 .....	28
[그림 4-1] 확인적 요인분석을 위한 최초 측정모형 .....	47
[그림 4-2] 확인적 요인분석 후 최종 측정모형 .....	59
[그림 4-3] 구조모형 .....	63
[그림 4-4] 다중집단 경로분석 모형 .....	69
[그림 4-5] 조절효과 가설 검증결과 모형 .....	72
[그림 4-6] 가설 검증결과 모형 .....	74

# 제 1 장 서 론

## 제 1 절 연구의 배경 및 목적

### 1) 연구의 배경

지속 가능 경영 또는 지속 가능한 발전이라는 화두가 우리나라 기업환경에 중요한 이슈로 대두된 지 상당한 시간이 흘렀다. 기업이 이해관계자들의 이익을 반영하고 사회적·경제적·환경적 책임을 추구하는 것은 장기적인 발전과 성장에 매우 중요한 과제이다. 기업의 목적이 이윤추구라는 전통적 경제학적 측면의 주장은 부인할 수 없지만, 기업의 목적을 이윤추구의 관점으로만 보는 시대는 지나갔다. 기업이 전통적인 목적을 달성함과 동시에 지속 가능한 경영을 유지하기 위해서는 기업이 속한 사회에 대하여 부담하는 책임을 수행해야 한다. 기업마다 수행할 책임의 범위와 양태는 다를 수밖에 없지만, 이해관계자들과 원활한 커뮤니케이션을 통해 기업이 수행하는 CSR 활동에 대한 가치를 꾸준히 전달할 필요가 있다.

그 이전에 기업은 자신들이 수행하는 CSR 활동의 정의를 정확히 내려야 한다. 불과 얼마 전까지만 해도 기업의 CSR 활동은 자선적 차원의 일부 기부행위를 함으로써 임무를 완수한 것처럼 받아들였다. 그러나, SK나 SK텔레콤 등은 CSR 활동에 대하여 매우 앞장선 사고와 행동으로 사회적 책임활동을 수행해 오고 있다. 이들 기업은 전사적으로 무엇을 해야 하는지를 고민하였고, 마침내 그룹 내 각 개별사들 마다 각자 정의한 CSR 활동을 수행하고 있으며 커뮤니케이션을 통해 이해관계자들에게 전달함으로써 많은 호응과 지지를 받고 있어 CSR 활동의 좋은 사례로 인식되고 있다.

이처럼 기업은 자신이 속한 사회에 이바지하기 위해서는 적극적이고 능동적으로 CSR 활동에 대한 관심을 가지고 사회와 국가, 또는 국가의 정책

등에 의해 부여되는 책임과 의무를 이행하여야 한다. 여기서 기업이 부여받은 책임은 수동적인 입장이라기 보다는 적극적이고 포괄적인 입장에서의 책임 수행을 의미한다고 할 수 있다. 기업이 능동적이고 적극적으로 CSR을 수행할 때 장기적으로 지속 가능한 경영을 기대할 수 있다.

우리나라는 국민소득 수준으로 볼 때 선진국의 초입에 들어서 있다. 선진국일수록 기업의 사회적 책임에 대한 기대는 클 수밖에 없다. 그러나, 한편으로는 대기업들과 중견기업들을 제외한 대다수 중소기업은 CSR에 대한 인식이 높지 않으며, 인식을 하더라도 능동적으로 CSR 활동을 전개하는 것이 과연 기업에 유리한 것인지를 가늠하기 어려운 것이 현실이다.

## 2) 연구의 목적

기업은 전통적으로 이윤을 추구하는 것을 목적으로 하고 있기 때문에 기업이 수행하는 사회적 책임(CSR)활동이 기업의 재무성과에 미치는 영향을 확인하는 것은 당연한 일이다. 선행연구에서 CSR 활동이 재무성과에 긍정적인 영향을 미친다는 연구가 많았는데, 이렇게 긍정적인 영향을 미친다는 연구가 많이 발표된다면 기업이 CSR 활동을 적극적으로 수행할 수 있는 논리적 배경을 제공하는 것이다.

기업이 CSR 활동을 수행하면서 경영성과물인 재무성과에 대한 관심은 더 커질 수 있다. CSR 활동에 대한 인식이 낮은 기업일수록 구성원들은 기업이 수행하는 CSR 활동과 관련된 예산의 지출이 기업의 재무성과에 영향을 미치지 않을 것이라는 부정적인 견해를 가질 수 있다. 따라서, 본 연구는 기업이 수행하는 CSR 활동이 기업의 재무성과에 긍정적인 영향을 미칠 것이라는 선행연구의 결과를 다시 확인하고자 한다. 즉, CSR 활동과 기업의 재무성과 간의 인과관계를 밝히고 CSR 활동이 미치는 긍정적인 효과를 확인함으로써 기업이 능동적으로 CSR 활동을 수행할 수 있는 근거를 제시하고자 한다.

그리고, 기업의 구성원들을 포함한 이해관계자들이 기업에 대하여 내리는 주관적인 가치평가인 기업 명성이 CSR 활동이 재무성과에 미치는 영향 관계에 있어서 조절작용을 하는지를 확인하고자 한다.

CSR 활동이 재무성과에 미치는 긍정적인 영향을 확인함과 동시에 기업 명성의 조절작용까지 확인함으로써 기업이 CSR 활동에 보다 적극적인 입장을 견지할 수 있는 논리의 배경을 제공하고자 한다.

## 제 2 절 연구 방법과 구성

본 연구는 CSR 활동과 재무성과 간의 인과관계와 기업성장에 미치는 영향을 확인한 후에, 기업 명성을 조절변수로 설정하여 어떤 경로에서 조절작용을 하는지 검증하게 된다.

본 연구는 일반적으로 알려진 연구의 진행 순서에 따라 다음과 같이 구성한다.

1장에서는 이 연구를 진행하게 된 배경과 목적을 밝힌 다음, 연구 범위와 연구 진행 방법에 관하여 정리한다.

2장에서는 선행연구를 통해 CSR의 개념에 관하여 탐구하고, 지속 가능한 발전과 지속 가능한 경영의 개념을 추적한다. 그리고, CSR 활동의 결과물인 재무성과의 개념과 측정방법에 관해 문헌 등을 탐색함으로써 재무성과의 측정 방법에 관한 타당성을 검토한다. 나아가 기업 명성의 개념과 그 척도에 대해 알아본다.

3장에서는 이론적 연구와 선행연구를 통해 도출된 가설을 중심으로 본 연구의 모형과 가설을 확정하고, 연구모형에 사용되는 변수들로서 CSR의 하위요소인 경제적 책임, 사회적 책임 및 환경적 책임과 종속변수인 재무성과 및 조절변수인 기업 명성에 대한 측정 방법을 정리하고, 각 변수들에 대한 조작적 정의를 내린다. 본 연구는 실증 분석을 위해 정리한 측정 방법을 설문으로 작성한 다음, 산업 섹터를 불문하고 각 기업에 종사하는 구성원들을 대상으로 설문 조사를 실시하여 확보한 응답 자료를 기초자료로 활용한다.

4장에서는 설문자료를 데이터화 하여 설정된 연구모형과 가설의 검증을 위해 통계분석을 진행한다. 통계분석 진행 방법은 표본의 특성을 확인하기 위한 빈도분석과 기술통계 분석을 실시하고, 탐색적 요인분석과 확인적 요인분석을 수행한 다음 구조방정식 모형(SEM)을 이용해 기본 가설을 검증한다. 또, 조절

변수로 설정한 기업 명성을 두 집단으로 나누어 집단 간 경로 차이 분석을 통해 조절작용의 경로를 확인한다. 이렇게 기본 가설과 조절작용에 대한 가설까지 검정을 수행한 다음 그 결과를 정리한다.

5장에서는 4장에서 검증한 연구결과를 분석하여 시사점을 도출하고 방향성을 제시하며, 끝으로 이 연구의 한계점과 향후 연구 방향 등을 기술한다.

## 제 2 장 이론적 배경 및 선행연구

### 제 1 절 CSR과 지속 가능한 경영

#### 1) CSR의 개념

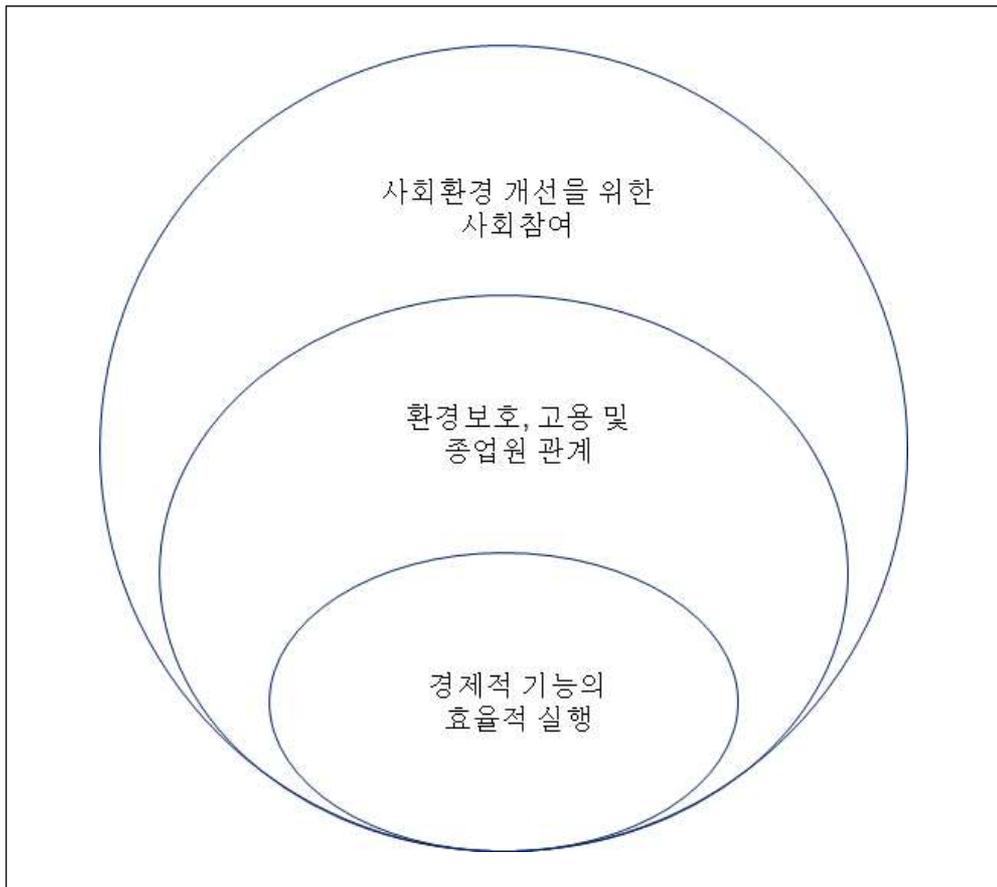
##### 가) CSR의 개념

기업의 사회적 책임(CSR)에 대한 개념은 1930년대 하버드 대학교 교수 A.A. Berle과 C.G. Means에 의해 처음으로 제시되었다. 그들은 저서 「현대기업과 지적 재산권(The Modern Corporation & Private Property)」에서 대기업의 더욱 많은 책임과 투명성을 주장하였다.

그러나, 학문적 연구로서 첫 번째 시도한 학자는 Bowen인데, 그는 저서 「기업인의 책임(The Responsibility of the Businessman)」에서 기업의 사회적 책임에 대하여 우리 사회의 목표나 가치적 관점에서 바람직한 정책이나 원칙을 추구하고, 의사결정을 하거나 그를 따르는 행동을 해야 하는 기업인의 의무라고 정의하였으며, 기업들이 ① 높은 생활 수준, ② 경제의 발전, ③ 자유, 정의, 질서, ④ 개인의 발전 등과 같은 사회적 상품(social goods)들을 창출하기를 기대하였다(Bowen, 1953). Bowen이 마련한 학문적 연구의 토대는 이후 여러 저명한 학자들의 기업의 사회적 책임에 관한 연구에 많은 영향을 미쳤다. 실제로 Carroll은 Bowen을 CSR의 아버지로 불러야 한다고 주장하였다(Carroll, 1999).

CSR의 개념 또는 정의에 관한 학자들의 주장은 시대에 따라 변경 또는 확장되었다. Friedman(1962)이 기업의 운영 목적은 주주들의 수익 창출 극대화를 하면 된다는 주주 중심 이론을 펼쳤고, CSR을 경제적, 법적 의무를 넘어선 사회 전반에 대한 책임을 다해야 하는 것으로 정의한 바 있으며(McGuire, 1963), 기업의 경제적 이윤보다 사회적 책임을 더 강조하기도 하였다(Frederick, 1960; ; Walton, 1967; McGuire, 1963).

1970과 1980년대에는 사회의 다양한 집단 즉, 다양한 이해관계자들의 이익에 대한 책임도 언급되기 시작하였다(Johnson, 1971). 그리고 1971년 CED(경제개발기구)가 제시한 3개의 동심원 모델은 CSR 개념의 확립에 중요한 역할을 하였다. [그림 2-1]은 CED가 제시한 3개의 동심원 모델이다.



[그림 2-1] CED, 3개의 동심원 모델

자료 : 김수종(2009), 연구자 재정리

Carroll은 사회적 책임을 경제적, 법적, 윤리적, 자선적 책임의 4가지 (Economic Responsibilities, Legal Responsibilities, Ethical Responsibilities & Discretionary(or Volitional) Responsibilities)로 분리하여 정의하였다 (Carroll, 1979). 기업의 경제적 책임은 사회적으로 필요한 제품 또는 서비스

를 생산하여 적정 가격에 판매함으로써 기업을 계속 운영함은 물론 투자자에게 보상이 가능한 이윤도 창출해야 하는 책임을 말하며, 법적 책임은 기업이 공정한 규칙 아래에서 운영되어야 한다는 것을 의미하고, 기업이 경제에서 차지하는 비중이 점점 커지고 그 영향력도 커지기 때문에 추가로 윤리적, 자선적 책임을 요구하게 되었는데, 윤리적 책임은 법적 책임을 넘어 사회가 요구하고 기대하는 것을 충족시킬 수 있어야 함을 뜻한다. 또한, 자선적 책임은 자발적인 책임의 수행, 경영 활동과는 직접적 관련이 없는 문화 활동, 기부, 자원봉사 등을 의미한다(김구배, 기종진, 2006).

Freeman(1984)은 이해관계자 이론을 주장하였다, 기업이 지출하는 비용이 증가하거나 효율성이 낮아지더라도 장기적인 관점에서 CSR 활동은 고객, 주주, 종업원, 공급자, 지역사회 등의 이해관계자로부터 호응을 끌어내 결과적으로는 기업성과에 정(+의 영향을 준다고 하였다. 기업의 사회적 책임활동에 대한 이슈는 시대가 변함에 따라 같이 변하였다.

1990년대에는 CSR 개념에 기업의 이익에 CSR의 성과를 도입하고자 하는 개념인 기업의 사회적 성과(CSP, Corporate Social Performance)나 기업의 경영 활동에서 발생하는 빈곤, 노동, 환경 이슈 등으로부터 다양한 문제 제기가 되면서 기업의 지속가능성 그리고 기업윤리 등의 주제가 도입되었다(오상훈, 2019).

또한, 기업은 사회 전체에 대한 책임이 있는 것이 아니라, 기업의 직·간접적인 영향을 받고 영향을 미치는 이해관계자들을 위한 의무를 진다고 주장하였고(Clarkson, 1995), CSR 활동은 사회에 대한 의무 혹은 이해관계자들에게 대한 의무로서 이를 통한 이익추구의 목적을 전제로 한다고 하였다(Maignan, Ferrell, 2004).

2000년대에 들어 CSR에 대한 개념과 정의가 적합성이 없다고 판단한 Dahlsrud(2006)는 문헌검토를 통해 CSR에 관한 개념과 정의를 수집하여 이

들 정의에 대한 내용분석을 통해 CSR의 5개 차원을 정리하였으며, 특정 차원을 언급하는 모든 정의에 대하여 구글의 빈도수를 합산, 각 차원의 상대적 사용량을 계산한 결과를 가지고 5가지 차원을 발표하였는데, 환경적 차원, 사회적 차원, 경제적 차원, 이해관계자 차원 및 자발적 차원 등이다 (Dahlsrud, 2006). 이후 CSR에 대하여는 많은 이용 가능한 정의가 있지만 연구자들의 정의에는 5개의 차원이 일관되게 언급되고 있다. [표 2- 1]에 Dahlsrud의 5가지 차원을 요약하였다.

CSR의 개념은 각기 다른 관점에서 논의됐지만, 분명한 것은 최근 지속가능 경영이 기업의 화두로 부상함에 따라 다양한 이해관계자들의 이익을 반영하고 사회적·경제적 책임을 추구하는 것이 기업의 장기적인 성장에 매우 중요하다는 것이다(오상훈, 2019).

[표 2-1] CSR의 5가지 차원

차 원	차원에 코드화된 정의 또는 개념	차원의 코드화에 포함된 구절 예
환경적 차원	자연환경	'깨끗한 환경' '환경적 책임' '비즈니스운영의 환경적 우려'
사회적 차원	기업과 사회 간의 관계	'더 나은 사회에 기여' '기업 운영에 대한 사회적 관심 통합' '지역사회에 미치는 영향의 전체 범위 고려' '경제발전에 기여'
경제적 차원	CSR을 비즈니스 운영 측면에서 설명하는 것을 포함한 사회경제적 또는 재정적 측면	'수익성 보전' '비즈니스운영'
이해관계자 차원	이해관계자 또는 이해관계자그룹	'관계자와의 상호작용' '조직이 직원, 공급업체, 고객 및 커뮤니티와 상호 작용하는 방식' '회사 이해관계자 육성'
자발적 차원	법률에 규정되지 않은 조치	'윤리적 가치에 기반을 둬' '법적 의무 초과' '자발적'

자료 : Dahlsrud(2008), 연구자 정리

한편, 지금까지 CSR 활동에 관한 연구의 주류는 Carroll이 1979년에 발표한 연구에서 기업의 경제적, 법적, 윤리적, 자선적 차원의 가치를 주장한 피라미드 모형을 모델로 한 분석이었다. Carroll의 모델은 CSR에 관하여 많은 선행 연구가 이루어질 수 있는 토대를 제공하였음에도, 1987년 브룬트랜드 보고서 이후 대두되고 있는 환경적 가치에 관한 정의가 빠져 있다는 한계가 있다. 이에 반해 Elkington은 1997년 발표한 연구에서 CSR로서 TBL(Triple Bottom Line) 즉, 경제적, 사회적, 환경적 차원의 3가지 Line을 주장하면서 지속가능성의 가치를 천명하여 환경적 요인에 대하여 논할 수 있는 기초를 제공하였다. 다시 말해 Elkington의 연구는 환경적인 이슈뿐만 아니라 지속

할 수 있는 경영 활동으로서 CSR의 가치를 추구할 수 있는 기초를 마련해 주었다고 할 수 있다. 이에 본 연구는 지속 가능한 발전의 개념과 Elkington의 TBL에 대한 개념을 알아보고, Elkington이 주장한 3가지 Line을 독립변수로 정하여 이 독립변수들이 인지된 재무성과에 미치는 영향을 분석하고자 한다.

이 연구는 3가지 독립변수가 종속변수에 미치는 직접 효과를 분석하는 것이 목적이다. 그동안 Elkington의 TBL을 독립변수로 하는 선행연구들은 재무성과와의 관계에서 직접적인 효과에 관한 분석보다는 변수들 간에 고리를 찾아 이를 매개로 하는 매개 효과 분석이 주를 이루고 있다. 그것은 앞선 연구들에서 CSR 활동이 재무성과에 미치는 영향에 있어서 긍정의 효과를 검증하기도 하였으나, 일부에서는 부(-)적인 효과 또는 아무 관련이 없다는 연구결과가 다수 발표되었기 때문으로 보인다.

## 2) 지속 가능한 경영의 개념

지속 가능한 경영의 개념은 지속 가능한 발전이라는 개념을 기업이 수용하면서 나타난 개념이라 할 수 있다. 따라서, 지속 가능한 발전의 개념을 살펴봄으로써 지속 가능한 경영의 개념을 정리하고자 하다.

지속 가능한 발전이라는 개념은 UNEP(유엔국제환경개발) 산하 세계환경개발위원회(WCED, World Commission and Development)가 1987년 4월 발표한 브룬트랜드 보고서에 “지속 가능한 발전”이라는 용어가 등장하면서 시작되었는데, 당시 이 개념은 상당한 인기를 얻었으며 업계와 학계로부터 주목을 받았다. 보고서는 이 용어를 “후세대가 자신의 욕구를 충족시킬 수 있는 능력을 훼손하지 않고 현세대의 요구를 충족시키는 발전”이라고 정의하면서 본격적으로 사용하기 시작하였다.

Elkington(1997)은 1997년에 브룬트랜드 보고서의 개념을 보다 구체화하여 3개의 Line, TBL(Trippl Bottom Line)을 발표하였다. 지속가능성을 바

탕으로, TBL은 경제, 사회, 환경 등 3개 Line을 구성요소로 하여 사업의 성과와 조직의 성공을 측정하는 프레임을 제공하였다(Goel, 2010). 본질적으로, TBL은 환경 의제의 확장을 경제 및 사회 노선을 통합하는 방식으로 표현하였다(Elkington, 1997). TBL에 대하여 Elkington은 이익, 사람, 그리고 지구(행성)를 3개의 Line으로 사용하였는데 경제적, 사회적, 환경적 Line은 각각 이익, 사람, 지구(행성)를 지칭하였다(Hanan Alhaddi, 2015).

3개 Line의 균형과 관련하여, TBL은 세 라인 각각에 동일한 수준의 중요성을 부여하기 때문에 균형과 일관성을 가져온다(Elkington, 1997; Epstein, 2008; Harmon, Bucy, Nickbarg, Rao, 2009; Russell, Ali, Friend, & Lipsky, 2009; Savitz & Weber, 2006). Dillik and Hockerts(2002년)에 따르면, 지속가능성은 자연환경과 문화적 성취가 미래 세대를 위해 남겨진 부유하고 더 편안한 세계의 방향으로 사회 발전과 진화를 나타낸다. 지속가능성은 미래 세대에게 이익이 되는 것 외에도 현재 가치와 재정적 이익을 제공한다(Hanan Alhaddi, 2015).

ISO도 2010년 ISO 26000을 발표하면서 “지속 가능한 발전은 지구의 생태 한계 안에 살면서 동시에 미래 세대의 니즈를 충족시키는 능력을 위태롭게 하지 않으면서 사회의 니즈를 충족하는 것이며, 지속 가능한 발전은 경제, 사회 및 환경의 상호의존적인 세 가지 차원”이라고 정의하였다(KS A ISO 26000:2012)

지속 가능한 발전이라는 개념을 기업의 경영으로 받아들인 배경에는 기업과 관계된 이해관계자들의 역할이 크다고 할 수 있다. 위에서 Dahlsrud(2008)가 정리한 바와 같이 이해관계자는 기업 경영과 CSR에 있어 중요한 구성요소이자 변수이다. 이해관계자는 다양성을 띠고 있다. 경제적 관점, 환경적 관점 및 사회적 문제 관점 등 이해관계자의 요구와 사회적 이슈의 다양성은 기업으로 하여금 변화의 필요성을 절감하게 만들었다. 즉, 이해관계자는 기업 경영에 대하여 다각적인 감시를 통해 기업 경영의 투명성

을 강화하거나 기업 경영 전반에 신중한 의사결정을 유도하는 등의 역할을 하였다. 이에 기업은 경제적 요소와 비재무적 요소를 구분하여 비재무적 요소를 반영한 지속가능경영보고서를 발간함으로써 이해관계자의 요구에 부응하였으며, 환경문제와 사회적 이슈를 기업 경영의 주요사항으로 고려하게 되었다.

Hillman & Keim(2001)은 새로운 지속 가능한 경영 패러다임은 다양한 이해관계자들과 원활한 상호관계를 통해 기업의 영속성 및 성장을 추구하는 것이라고 하면서, 기업 경영의 축이 생산과 판매중심에서 경영중심으로 다시 이해관계자 중심으로 확대되면서 기업과 이해관계자 사이의 밀접한 관계 형성이 필요하며, 다양한 이해관계자들과의 커뮤니케이션을 통해 상호 신뢰를 구축하는 것이 기업의 지속적인 성장을 위한 토대가 된다고 하였다.

지속 가능한 경영은 결국 기업의 입장에서 보는 지속 가능한 발전이라 할 수 있다. 지속 가능한 발전은 한 마디로 경제의 성장, 사회의 안정과 통합, 환경의 보전이 조화를 이루며 지속가능성을 지향하는 발전을 의미한다 (Elkington, 1997).

이 연구에서는 지속 가능한 경영을 지속 가능한 발전과 혼용할 수 있다. 두 가지 개념에는 분명 차이가 있다. 지속 가능한 발전은 범 인류적, 범지구적 관점에서 추구하는 궁극적인 목적으로서 매우 포괄적인 개념이지만, 지속 가능한 경영은 기업이나 조직이 이해관계자들과의 상호관계 속에서 조직의 목적을 실행하는 과정으로 보는 개념이라 할 수 있다. 그렇지만 지속 가능한 발전의 개념을 기업 경영의 차원으로 받아들였고, 두 가지 개념의 차이를 인식한 상황이므로 혼용하여도 크게 무리가 없을 것이다.

### 3) CSR의 구성요소

CSR을 지속 가능한 경영의 개념과 혼용하는 예가 많다. 기업이 지속 가능

한 경영을 위해 필수적으로 부담하는 가치가 바로 CSR이기 때문으로 보인다.

본 연구에서는 CSR에 대한 개념 정리에서 인용하였던 Elkington의 TBL을 지속 가능한 경영을 위한 CSR의 구성요소로 정리한다.

#### 가) 경제적 요인(Economic Line)

TBL 프레임워크의 경제 라인은 조직의 사업 관행이 경제시스템에 미치는 영향을 말한다(Elkington, 1997). 그것은 미래 세대를 지원하기 위해 생존하고 미래로 진화하는 지속가능성의 하위시스템 중 하나로서 경제의 능력과 관련된다(Spangenberg, 2005). 경제적 요인은 조직의 성장을 경제의 성장과 그것을 지원하는 데 얼마나 기여하는가와 연결시킨다. 즉, 조직이 주변 제도에 제공하는 경제적 가치에 초점을 두고 이를 촉진하고 후세대를 지원하는 능력을 촉진하는 방향으로 추진한다는 것이다(Hanan Alhaddi, 2015).

본 연구에서는 경제적 요인을 CSR과 연계하여 기업의 경제적 책임활동이라는 독립변수로 활용하고자 한다.

#### 나) 사회적 요인(Social Line)

TBL의 소셜네트워크 라인은 노동, 인적 자본, 지역사회에 유익하고 공정한 사업 관행을 실시하는 것을 말한다(Elkington, 1997). 이러한 관행이 사회에 가치를 제공하고 공동체에 "반환"한다는 생각이다. 이러한 관행의 예에는 공정한 임금과 의료 보험 제공이 포함될 수 있다. 사회에 "선의"가 되는 도덕적 측면과는 별도로, 사회적 책임을 무시하는 것은 사업의 성과와 지속가능성에 영향을 미칠 수 있다. 사회성과는 지역사회와 조직의 상호작용에 초점을 맞추고 있으며, 지역사회 참여, 직원 관계, 그리고 공정한 임금에 관련된 문제를 다룬다(Goel, 2010).

본 연구에서는 사회적 요인을 CSR과 연계하여 기업의 사회적 책임활동이라는 독립변수로 활용한다.

#### 다) 환경적 요인(Environmental Line)

TBL의 환경 라인은 미래 세대를 위한 환경 자원을 훼손하지 않는 관행에 관여하는 것을 말한다. 에너지 회수의 효율적 이용, 온실가스 배출량 감소, 생태학적 발자국 최소화 등과 관련된다(Goel, 2010). TBL의 사회적 측면과 마찬가지로 환경 이니셔티브는 조직의 비즈니스 지속가능성에 영향을 미친다. 현재와 같은 경기 침체기에는 주주들에게 가치를 더하면서 환경보호와 이해관계자들의 사회적 복지를 향상하는 데 적합한 관행을 가진 조직들이 동 업계보다 재정적으로 앞서고 있는 것으로 분석되었다. 재정적 이점은 운영 비용(에너지 및 용수 사용량 등) 감소와 혁신적인 녹색 제품의 개발로 인한 수익 증가에서 비롯되었다(Kearney, 2009).

브룬트랜드 보고서의 지속 가능한 발전의 정의와 마찬가지로, Hart와 Milsten(2003)은 지속가능성을 미래 세대의 사회적, 환경적 요구를 충족시킬 수 있는 능력을 훼손하지 않고 현세대의 사회 및 환경적 성과를 개선할 수 있는 기대라고 정의했다. 지속 가능한 사회는 세 가지 조건을 충족시킬 필요가 있는데, ① 재생 가능한 자원의 사용률이 재생 속도를 초과해서는 안 된다. ② 비재생 가능한 자원의 사용률은 지속 가능한 재생 속도를 초과해서는 안 된다. ③ 유능한 대체물이 개발되고, 배출 오염물은 환경의 동화 능력을 초과해서는 안 된다는 것 등이다(Elkington, 1997).

본 연구에서는 환경적 요인을 CSR과 연계하여 기업의 환경적 책임활동이라는 독립변수로 활용하여 실증분석을 수행한다.

## 제 2 절 재무성과

### 1) 재무성과의 개념과 측정

기업의 경영성과는 기업활동의 종합적인 성과물로서 자원 활용과 조직활동의 효율성을 평가하는 수단이다(조원섭,2007). 기업의 경영성과는 결산자료에 의한 재무성과와 고객만족도, 종업원들의 직무만족도, 조직몰입, 브랜드 인지도 등 무형의 성과에 대한 평가방법으로서 비재무성과로 분류할 수 있다(Beard & Dess, 1981). 재무성과는 일반적으로 기업들이 발표하는 재무제표를 이용하여 분석하고 판단할 수 있다. 재무성과는 수익성, 성장성, 안정성, 활동성 등의 지표를 통해 분석하며, 또 다른 지표인 ROI(Return on Investment), ROE(Return on Equity), 기업의 매출액 순이익률 또는 순이익증가량 및 Tobin's Q<sup>1)</sup> 등을 이용하여 재무성과를 분석한 선행연구들이 많다.

재무성과 지표를 이용하여 기업의 경영성과를 평가하는 방법은 재무 관련 자료의 확보가 쉽기 때문에 선호하는 방법인데, 선호하는 이유는 익숙한 개념으로 이해하기 쉽고, 재무성과 지표 관련 자료 확보에 소요비용이 적기 때문이다(박창대,2002). 계량적 재무성과를 측정하는 전통적인 방법은 시장 점유율, 매출증가율, 순이익증가율 등을 이용하는데, 객관적 측정이 가능하고 신뢰성이 있다고 하였다(유진국, 1991). 그러나, 재무성과 지표를 이용하는 데는 많은 단점도 있다. 우리나라만 하여도 기업마다 채택하는 회계기준이 다를 수 있고, 또 각 기업마다 회계처리 방식의 차이가 발생할 수 있기 때문에 엄밀한 의미에서 객관성을 확인하기 어렵다. 또한 재무자료에 의한 지표들은 대부분 과거지향적이기 때문에 기업의 미래가치를 제대로 판단할 수 없다는 점들이 지적되고 있고(조상구, 2009 ; 김만기, 2010), 비재무성과의 측정은 그 범위가 너무 광범위하고 자료의 객관화가 어렵기 때문에 단기적인 성과측정에는 부적합하다(조상구, 2009; 이무영, 2011)고 밝힌 바 있다.

---

1) Tobin's Q ; Tobin's q theory : 전통적 투자함수의 주요 변수인 이자율 외에 투자유인에 대한 포괄적 정보를 고려하여 투자가 결정된다는 이론이다. 미국의 경제학자 제임스 토빈이 창시한 투자 이론이다. (위키피디아)

재무성과의 측정방법에는 재무지표를 통한 계량적 재무성과를 이용하는 방법과 계량적 재무성과의 단점을 보완한 인지적(지각된) 재무성과를 측정하는 두 가지 방법이 있는데(김희연, 2004), 계량적 재무성과는 과거지향적이고 공표된 재무성과의 신뢰성에 문제가 있으므로 지각적(인지된) 재무성과 평가 방법을 이용하면 계량적 재무성과의 단점을 극복할 수 있으며, 인지된 매출 증가율, 인지된 순이익증가율, 인지된 시장점유율 등의 형태로 평가할 수 있다(한원운,2000).

Shoham(1998)도 재무성과의 측정척도에 대하여 객관적인 측정방법과 인지된 측정방법을 함께 사용하여 요인분석을 한 결과 같은 요인으로 설명이 되었다고 발표하였다. 그리고, 순이익 증가량, 수익성에 대하여 객관적 방법과 인지적 방법을 함께 수행하였는데, 두 가지 방법 모두 경제적 성과의 측정 방법으로 사용할 수 있다고 하였다(Venkatraman & Ramanujam, 1987).

이에 본 연구에서는 재무성과에 대한 측정방법을 김희연(2004), 한원운(2000)과 (Venkatraman & Ramanujam, 1987)의 연구 논지에 따라 인지된 재무성과 측정방법을 사용하여 실증분석을 한다.

[표 2-2]에 경영성과의 측정방법에 대하여 발표된 선행연구내용을 정리하였다.

[표 2-2] 경영성과의 측정방법에 대한 선행연구 내용

연구자	연구 내용
Venkatraman & Ramanujam (1987)	수익성, 순이익증가량 등에 대하여 객관적 방법과 인지적 방법을 동시에 수행하여 분석하였다. 두 가지 방법은 경제적 성과 평가 방법으로 사용할 수 있다.
Madsen(1989)	객관적 측정방법을 사용한 선행연구들 보다 주관적 성과측정이 기업의 경영성과를 더 잘 설명한다.
Shoham(1998)	측정척도에 대하여 주관적 측정방법과 객관적 측정방법을 함께 사용하여 분석하였는데, 두 가지 방법이 같은 요인으로 설명되었다.
Venkatraman (1989)	대표적인 인지적 재무성과 측정방법으로 경쟁사와 비교한 상대적 지표로서 매출액 증가율, 시장점유율, 매출액수익율, 순이익률 요소가 있다.
Lebas(1995)	기업의 성과는 매우 넓은 개념이다. 이용자의 인지와 요구에 따라 달라질 수 있다.
조원섭(2007)	경영성과는 기업활동의 정합적 성과물로서 자원활용과 조직활동의 효율성을 평가하는 수단이다.
조상구(2009) 이무영(2011)	비재무성과는 측정범위가 광범위하고, 자료의 객관화 하기가 어려워 단기적인 성과측정에 부적합하다.
박창대(2002)	재무성과 지표를 선호하는 이유는 익숙한 개념으로 이해가 쉽고 재무성과 자료 구입에 소요비용이 적기 때문이다.
조상구(2009) 김만기(2010)	재무성과 지표는 기업들마다 회계처리 방식이 달라 신뢰성이 낮고, 재무성과 자료가 과거지향적이어서 미래가치를 제대로 평가하지 못한다는 단점이 있다.
김희연(2004)	재무성과 측정방법으로 계량적 재무성과 측정방법과 계량적 재무성과 측정의 단점을 보완한 인지적(주관적) 재무성과를 측정하는 두 가지 방법이 있다.
유진국(1991)	계량적 재무성과 측정 전통적 방법은 시장점유율, 매출증가율, 순이익증가율 등의 이용할 수 있으며, 객관적 측정이 가능하고 신뢰성이 있다.
한원윤(2000)	계량적 재무성과는 과거지향적이고, 공표된 재무제표는 신뢰성에 문제가 있다. 인지된 재무성과는 계량적 재무성과 측정의 단점을 보완할 수 있으며, 지각된 시장점유율, 지각된 매출증가율, 지각된 순이익증가율의 형태로 평가할 수 있다.

자료 : 오상훈(2019), 연구자 재정리

## 2) CSR과 재무성과

앞에서 언급한 바와 같이 독립변수로서 CSR 활동이 기업의 경영성과에 미치는 영향은 크게 3가지로 ① 긍정적인 결과, ②부정적인 결과 그리고 ③무관련성을 밝힌 연구들로 나누어지는데, 차례로 살펴본다.

### 가) 긍정적인 결론의 선행연구

CSR과 재무성과 간 긍정적인 연구를 살펴보면 다음과 같다. 먼저 국외 문헌을 살펴보면, 기업이 경영 활동을 건전하고 공정하게 수행하고, 이해관계자에 대한 사회적 책임을 수행하는 기업은 결과적으로 기업의 수익성, 단기상환능력, 레버리지비율과 같은 재무성과도 개선된다(Haddock and Graves, 1997)고 하였고, 사회적 책임활동은 장기적인 관점에서 재무적 성과에 긍정적인 영향을 미친다고 하였다(Carroll, 1999). 또한, 기업의 사회적 책임에 대한 지출은 기업 이미지 개선을 통해서 결과적으로 해당 기업의 경쟁력이 크게 증대되며(Kramer, 2002), 기업의 사회적 책임지출과 재무성과 간의 관계에 대한 분석에서 측정 도구가 다양하기 때문에 연구결과가 다르게 나타날 수 있으나, 근본적으로 사회적 책임 지출과 재무성과 간에는 통계적으로 유의한 양(+의) 관계가 있다(Orlitzky et al., 2003)고 밝혔다..

CSR 활동이 적극적인 기업에 비해 그렇지 않은 기업이 7~18 basis points<sup>2)</sup>의 이자를 더 많이 지급하였으며(Goss and Roberts, 2011), CSR 점수가 우수한 기업이 자기자본을 조달할 때는 이전 보다 더 낮은 비용으로 조달했다. 특히, 종업원과의 관계, 환경정책 그리고 생산전략이 자기자본 비용 감소에 이바지하였다(El Ghoul, Guedhami, Kwok and Mishra, 2011).

3개년 동안 포춘 1,000대 기업과 S&P 500에 선정된 308개 기업을 대상

---

2) bps 또는 "bips"라고도 하는 기준점은 금융 상품의 가치 또는 비율의 백분율 변화를 설명하기 위해 금융에 사용되는 측정 단위이다. 1 bps는 0.01% (1/100%) 또는 0.0001과 같다. 예를 들어, 1.5bps는 0.015% 또는 0.00015와 같다.(자료 : Investopia, 연구자 정리)

으로 재무적 성과치인 주주가치(MVA<sup>3)</sup>)를 사용하여 이해관계자 관리가 주주가치(MVA)를 만들어 낸다는 긍정적인 결과를 제시(Hillman and Keim, 2001)한 바 있다.

국내 문헌을 보면, 환경 성과가 좋은 기업은 그 이후의 재무성과가 향상되었으나, 재무성과는 그 이후의 환경 성과에 영향을 미치지 아니한 바, 환경 영향이 장기적으로 기업 가치와 성과를 향상할 수 있다(박헌준 등, 2004)고 밝혔으며, 고객만족도 향상을 위하여 제품과 서비스의 품질에 관한 기업의 능력이 중요한 요인이 될 수 있고, 기업의 사회적 책임은 기업의 기본적인 능력이 전제되는 경우 경쟁우위 확보를 위한 보다 강력한 원천이 될 수 있다(반혜정·김석수, 2009).

기업의 사회적 책임활동은 비용이 아니고 투자이며, 궁극적으로 기업가치를 제고시키는 전략적 수단이 될 수 있으며(장지인·최현섭, 2010), CSR 활동을 수행하는 기업과 미수행 기업으로 구분하여 CSR 활동을 수행한 기업은 수행하지 아니한 기업보다 자기자본 비용이 감소하였고, CSR 활동수준이 높은 기업일수록 자기자본 비용이 감소하였다. 이는 CSR 정보가 자기자본 비용을 감소시키는데 긍정적인 역할을 수행하며, CSR 활동이 정보 비대칭을 감소시키는 유용한 정보로 활용되고 있는 증거로 보았다(천미림, 2012).

#### 나) 부정적 결론의 선행연구

한편, 부정적인 결론을 발표한 연구들을 살펴보면 다음과 같다. CSR 활동에 투입한 자금으로 인하여 기업가치를 증가시킬 수 있는 다른 사업에 대한 투자기회가 상실되고 이는 곧 기업가치를 훼손시키는 결과로 이어진다(Brammer,2006), 그리고, 경영자가 개인적인 명성을 높이거나 사적 효익을 얻기 위해 사회적 책임 지출을 적정 수준 이상 과도하게 지출하면

---

3) 기업가치평가를 나타내는 지표 중의 하나. CEO가 한 해의 시작 시점에 주어진 자본으로, 최종 시점까지 회사의 시장가치를 얼마나 늘렸는가를 보여주는 값. 회사 규모에 관계없이 CEO의 경영 효율성을 평가하기 위한 지표다. (매일경제, 매경닷컴)

주주와 경영자 간 대리인 비용이 발생하고 결국은 기업가치의 감소로 이어진다고 주장하였으며(Barnes and Rubin, 2006), 2006년~2010년까지 기업자료를 이용하여 CSR 활동과 잉여 현금흐름에 대한 자본비용을 분석하였는데, 자발적인 CSR 활동 참여는 잉여 자본비용을 상승시킨다(Khan and Kalreem, 2012)고 하였으며, 사회적 책임을 위한 과도한 지출은 경영자와 주주 간의 갈등을 유발함에 따라 대리인 비용을 발생시키기 때문에 기업가치가 감소할 수 있고, 기업의 사회적 책임활동은 필수불가결한 부분이 아니며, 정부나 개인적 측면에서 접근해야 한다(Freedman, 1970)고 주장함으로써 CSR의 부담 주체를 정부와 개인에 지운 연구도 있다.

기업이 사회적 책임을 수행하면서 비용문제가 발생할 수 있으므로 재무상황이 어려움에 처할 수 있다. 실제로 기업의 종업원들이나 투자자들은 기업의 윤리적 의사결정에 대해 회의적인 시각을 갖고 있으며(Bartlett and Preston, 2000), 사회적 책임을 강요하는 비용이 기업으로 하여금 원하지 않는 불안정한 재무상태에 빠지게 할 우려가 있고, 단기적 현금흐름을 중시하는 일반 주주나 투자자들은 기업의 사회적 책임을 수행하는 행동에 따르는 비용에 대하여 부정적인 입장을 취할 것이다(Aupperle et al., 1985).

따라서, CSR 활동은 기업의 이윤을 증가시킬 때에만 수행하여야 하며, CSR에 지나치게 집중하면 그 기업의 가치에는 오히려 해가 될 것이라고 하였다(Freedman(1970).

국내 문헌으로는 1999년부터 2009까지 유가증권시장에 상장된 기업을 대상으로 대리인 이론 관점에서 기업의 사회적 책임에 따르는 지출이 기업가치에 미치는 영향을 실증 분석한 결과 기업의 기부금 지출은 기업가치에 양(+)의 영향을 미치지만, 일정 수준을 초과하면 기업가치에 음(-)의 영향을 미치는 역 U자형의 비선형 관계로 나타난다(신민식 등, 2011)고 발표한 바 있다.

부정적인 결론을 내린 연구의 내용을 살펴보면 CSR과 관련하여 지출하는 기부금, 적정 수준 이상의 과도한 지출, 다른 사업에 대한 투자기회 상실이라는 기회비용 측면 등의 관점에서 경계하는 입장이다. 하지만, 기업들이 지출하는 비용은 통상적인 것을 제외하고는 내부에서 매우 엄격한 통제를 거치게 되고, 사후에는 내·외부 감사과정을 통해 제어하기 때문에 과도하거나 지나친 지출의 사례는 발생하기 어렵다고 볼 수 있다.

#### 다) 무관련성 결론의 선행연구

CSR 활동과 기업성과와의 관계가 전혀 없다고 밝힌 선행연구들은 다음과 같다. 기업의 사회적 성과와 기업성과와는 아무 관련이 없다(Abbot & Monsen, 1979). 그리고, CEO의 사회에 대한 관심도를 CSR 성과로 측정하여 기업 재무성과와의 관계를 실증 분석한 결과 유의미한 결과를 발견하지 못하였고(Aupperle et al., 1985), 기업의 사회적 성과로서 Fortune의 기업 명성과 회계적 및 시장 수익률과의 연구결과 아무 영향을 발견하지 못하였다(Fombrun & Shanley, 1990). 또한, 기업의 사회공헌과 기업의 회계지표로 측정된 재무성과 간의 관계에서도 통계적으로 유의한 결과를 찾을 수 없었다(Griffin & Mahon, 1997).

아무 관련이 없다고 한 연구들은 아직 CSR에 대한 개념이 정립되기 이전의 시기에 발표된 연구가 많은 점으로 미루어 핵심 이론이 부족하거나 CSR 활동이 재무성과에 직접적으로 영향을 미치는 증거의 수집에 실패하였을 수 있다. 2000년대 이후의 선행연구들은 직접적인 효과보다는 매개변수를 이용하여 분석한 연구들이 많이 발표되었다.

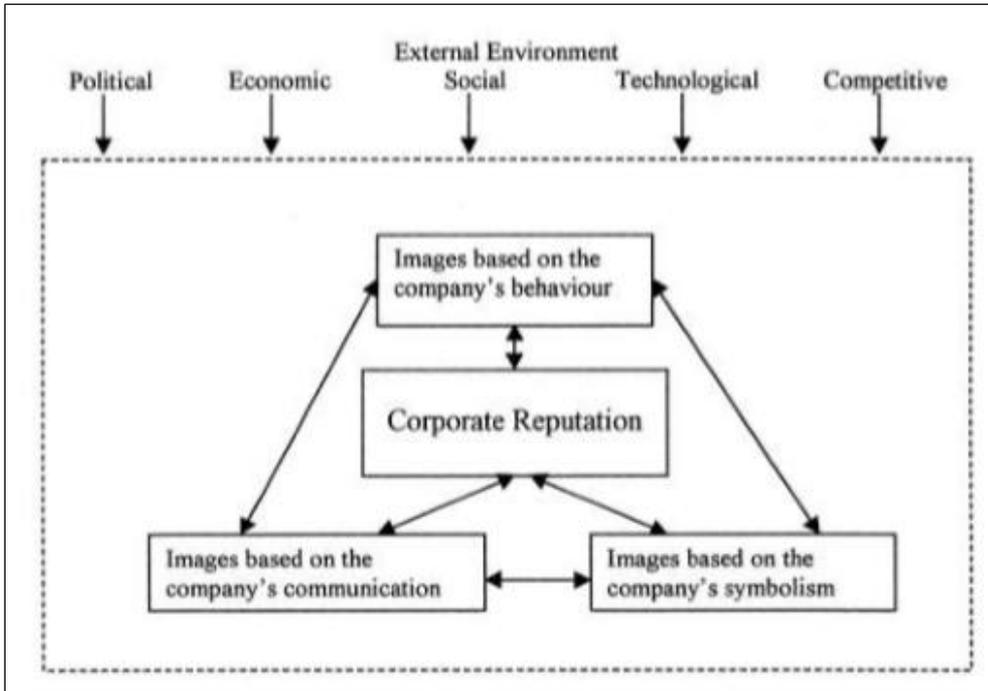
## 제 3절 기업 명성

### 1) 기업 명성의 개념

1983년부터 미국의 경제잡지 포춘지가 미국에서 “가장 존경받는 기업”에 대한 조사결과를 발표하기 시작하면서 기업 명성에 대한 개념이 주목받기 시작했는데, 기업 경영 측면에서 명성은 기업이 가질 수 있는 매우 중요한 무형자산 중의 하나라고 할 수 있다. 즉, 기업 명성은 무형의 자산이지만 실제적인 가치를 창출할 가능성이 있고, 무형적 속성으로 인해 여타 경쟁기업들의 모방이나 복제가 어려우므로 그 가치는 매우 크다고 할 수 있다(Dowling, 2001). 기업 명성은 시간이 지남에 따라 기업에 대한 이해관계자의 전반적인 평가다. 이 평가는 이해관계자들의 회사와 직접 경험, 회사의 행동에 대한 정보 및(또는) 다른 주요 경쟁업체의 행동과의 비교를 제공하는 또 다른 형태의 의사소통과 상징성에 기반을 둔다고 하였다(Gotsi & Wilson, 2001). 또한, 기업 명성은 기업과 관련된 다양한 이해관계자들이 오랜 시간을 거쳐 기업에 대하여 전반적으로 갖게 되는 긍정적 평가 또는 매력이라고 할 수 있다(Dowling, 2001; Gotsi & Wilson, 2001).

기업 이미지와 기업 명성과의 관계에 있어서 기업이 이해관계자들이 가지는 기업 명성은 오히려 기업이 이미지를 투사하는 모든 방식, 즉 행동, 의사소통, 상징성에 영향을 미치고 영향을 받는 역동적인 구조로 보아야 한다(Gotsi & Wilson, 2001). 즉, 기업 명성은 사원, 고객, 투자자, 언론인, 그리고 기타 공중들 모두에게 표출되는 특정 기업의 총체적인 매력도(Fombrun, 1996)로서 기업이 오랜 시간을 두고 반복적으로 수행하고 있는 모든 활동에 기반을 두어 형성되는 조직의 전체적 특성에 대한 평가라고 할 수 있다(Balmer, 1997; Bennet and Kottasz, 2000).

[그림 2- 1]은 Gotsi & Wilson의 기업 명성에 대한 정의로서 기업 이미지와의 관계를 나타낸 것이다.



[그림 2-2] 기업 명성 정의-기업 명성과 기업 이미지 관계

자료: Gotsi & Wilson(2001)

기업 명성은 이해당사자들에 의한 조직의 전반적인 평가다. 명성은 이러한 이해관계자들이 회사의 제품을 사는 데 관심이 있는지, 회사를 위해 일하는지, 회사 주식에 투자하는 것에 관심이 있는지 등, 조직의 기대를 충족시킬 수 있는 능력에 대한 이해당사자들의 총체적인 인식이다(Van & Fombrun, 2007).

[표 2-3]은 Fombrun이 2007년 발표한 '1984년 이후 "기업 명성"을 위해 제안된 다양한 정의'를 요약한 것이다.

[표 2-3] 기업 명성의 정의

학 자	정 의
Topalian, 1984	기업 명성은 소비자가 기업의 정체성으로 대표되는 회사의 본질과 근본적인 현실에 대해 가지는 기대, 태도, 감정
Dowling, 1986	명성은 회사가 알려져 있고, 사람들이 회사를 통해 그것을 묘사하고, 기억하고, 공감하는 일련의 의미를 말한다. 그것은 회사에 대한 한 개인의 믿음, 아이디어, 느낌, 인상의 상호작용의 결과물
Alvesson, 1990	명성이란 특정 집단이 기업에 대해 가지는 총체적이고 생생한 인상
Fombrun, 1996	기업 명성은 기업의 구성원들이 회사에 대해 가지는 전반적인 평가이며, 회사 이름에 대한 고객, 투자자, 직원과 일반 대중의 순수한 감정 또는 정서적 반응(좋음 또는 나쁨, 약함 또는 강함)

자료 : Van & Fombrun(2007), 연구자 정리

위에서 시사하는 바와 같이 기업 명성은 여러 가지로 설명될 수 있다. 그것을 설명하는 한 가지 방법은 분석의 "수준"을 구별하는 것이다. 크네히트( Knecht ,1986)는 제품 등급, 브랜드, 회사, 부문, 상점, 국가, 사용자 등 7가지 수준의 분석을 제안했다. 조직 전체의 명성은 운영 단위나 자회사의 명성과, 조직이 운영되는 산업의 명성과 구별되어야 한다. 이러한 방식으로 볼 때, 어떤 단일 조직의 명성은 부분적으로 그 조직이 관여하는 다른 수준에 존재하는 명성에서 유래한다(Van & Fombrun, 2007)고 하였다.

기업 명성은 기업성과의 예측변수인 동시에 결과변수라고도 할 수 있는데 (Bharadwaj, 1995; Van and Fombrun, 2007), 기업 명성이 높은 기업은 기업 자체에 대한 긍정적 태도뿐만 아니라 제품의 구매 의도에도 긍정적인 영향을 미치는 것을 알 수 있다(Fombrun and Riel, 2004). 또한, 기업 명성은 소비자들이나 외부 투자자들의 평가에도 영향을 미쳐 소비 및 투자에 긍정적인 영향을 미치기도 한다(Tyler, 1999). 산업군에 따라 기업 명성의 효과는 차별적으로 나타날 수 있고 대중의 기대충족 여부에 따라 지속되거나 부식될 수도 있지만(박명걸, 2014), 일반적으로 제품선호도에도 긍정적인 영향을 미치기 때문에(Greyser,

1999) 기업의 경쟁우위 창출을 위한 중요한 전략적 자산이라고도 할 수 있다 (Russell and Abratt, 2012).

## 2) 기업 명성의 척도

기업 명성에 대한 측정척도는 Fombrun(1996)이 발표한 명성지수(RQ :reputation quotient)가 널리 알려져 있다. 이 척도는 감성 어필, 제품 및 서비스, 재무성과, 비전 및 리더십, 직장 환경 및 사회적 책임 등 6가지 차원으로 구성되어 있으며 20가지 속성을 측정한다.

6가지 차원은 다음과 같다. ① 감성 어필은 그 회사가 얼마나 좋아지고, 존경 받고 있는가이고, ② 제품 및 서비스는 회사 제품 및 서비스의 품질, 혁신, 가치 및 신뢰성에 대한 인식을 말하며, ③ 재무성과는 회사의 수익성, 전망, 리스크에 대한 인식이다. ④ 비전 및 리더십은 그 회사가 얼마나 명확한 비전과 강력한 리더십을 보여주는가에 관한 것이고, ⑤ 직장 환경은 회사가 얼마나 잘 관리되고 있는지, 어떻게 일하고 있는지, 그리고 직원들의 자질에 대한 인식이며, ⑥ 사회적 책임은 지역사회, 직원, 환경을 다루는 데 있어서 회사를 좋은 시민으로 인식하는 것 등에 대한 개념으로 구성되어 있다(Fombrun, 2005).

## 제 3 장 연구설계

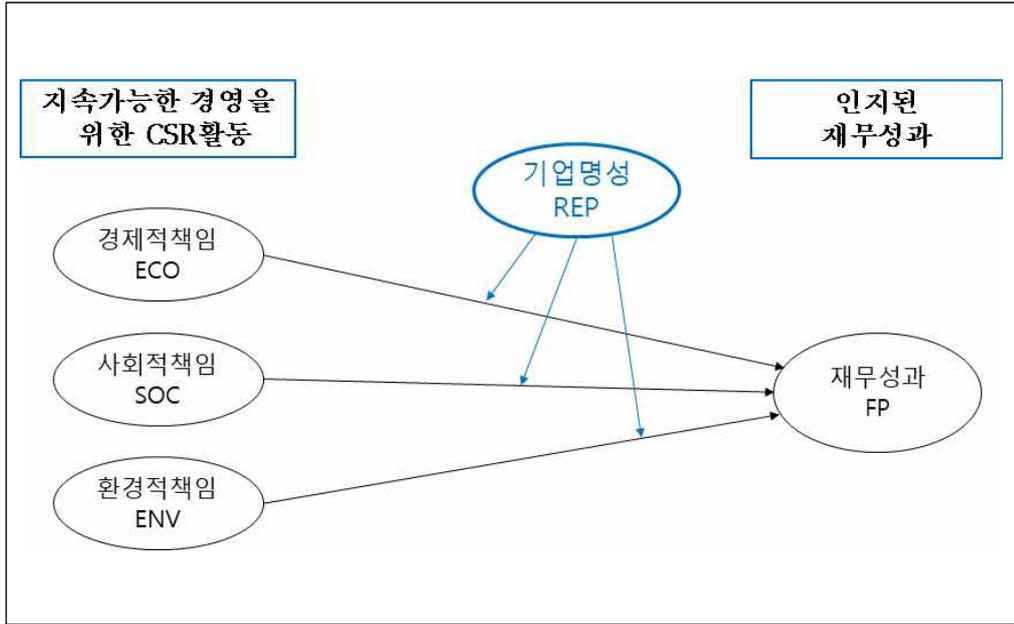
### 제 1 절 연구 모형

본 연구는 지속 가능한 경영을 위한 기업의 사회적 책임 활동의 하위 구성요소로 경제적, 사회적, 환경적 책임 활동과 인지된 재무성과 간의 인과관계를 확인하고, 재무성과에 미치는 영향 관계에서 기업 명성을 변수로 하여 조절효과를 검증하는 것이다.

독립변수인 기업의 CSR 활동의 하위 구성요소로서 기존 선행연구에서 Carroll(1991)이 제기한 피라미드 모델을 바탕으로 경제적, 법적, 윤리적, 자선적 차원의 네 가지 요인과 관련된 선행 연구가 많은 것이 사실이다. 하지만, Carroll의 모델은 선진국에 이어 개발 지향적인 중진 국가 및 개발도상국들이 급속한 산업발전을 견인하면서 자연과 환경을 파괴하는 상황 등과 관련된 환경 관련 이슈를 반영하지 못한다는 한계가 있다. 이에 비해 Elkington이 발표한 TBL(Triple Bottom Line) 모델은 특히 환경적 가치에 대하여 다른 두 가지 경제적, 사회적 가치와 균등하게 중요성을 부여하고 있는데, 환경적 가치가 중요하게 인식되는 시대의 흐름을 반영하는 모델이라 판단되어 이 연구에서 독립변수로 설정하였다.

기업의 CSR 활동과 인지된 재무성과 간의 관계에서 선행연구들은 두 변수 간에 여러 가지 매개변수의 필요성을 제기하였으며, 그러한 변수 중 기업 명성에 대하여 Sayede(2016)는 두 변수간의 매개효과를 밝히기도 하였다.

본 연구에서는 CSR 활동이 재무성과에 미치는 영향 관계에서 기업 명성을 조절변수로 설정하여 그 효과를 분석한다. [그림 3-1]은 변수들 간의 관계를 정리한 연구모형이다.



[그림 3-1] 연구모형

## 제 2 절 연구가설

### 1) CSR이 재무성과에 미치는 영향

본 연구에서는 지속 가능한 발전 또는 지속 가능한 경영을 위한 CSR 활동이 기업의 재무성과에 긍정적인 영향을 미친다는 선행연구 결과에 주목하여 다른 변수의 매개역할은 고려하지 않고, Elkington이 제시한 CSR 활동의 3가지 Line을 독립변수로 설정하여 기업의 재무성과에 미치는 직접적인 영향을 확인하기 위해 다음과 같은 가설을 설정하였다.

#### 직접 효과 가설

가설 1-1. 경제적 책임활동은 인지된 재무성과에 정(+의 영향을 미칠 것이다.

가설 1-2. 사회적 책임활동은 인지된 재무성과에 정(+의 영향을 미칠 것이다.

가설 1-3. 환경적 책임활동은 인지된 재무성과에 정(+의 영향을 미칠 것이다.

### 2) 기업 명성의 조절작용

고객이나 기타 공중들에게 오랜 기간 동안 쌓여진 기업의 전반적이고 종합적인 평판이라 할 수 있는 기업 명성은 최근 기업의 무형적 가치가 중요시됨에 따라 기업 경쟁우위의 원천이자 관리해야 할 경영전략으로 최근 중요시되고 있다(이재훈·이도형·박신영, 2012). 이 외에도 기업 명성에 대한 선행연구와 문헌들은 제 2 장에서 살펴보았는데, 기업 명성에 관한 논지들을 바탕으로 이 연구에서는 기업 명성이 CSR 활동이 재무성과에 미치는 영향 관계에서 조절작용을 할 것이라 전제하고 다음과 같은 가설을 설정하였다.

#### 조절 효과 가설

가설 2-1. 경제적 책임활동이 재무성과에 미치는 영향 관계에 있어서 기업

명성이 조절작용을 할 것이다.

가설 2-2. 사회적 책임활동이 재무성과에 미치는 영향 관계에 있어서 기업 명성이 조절작용을 할 것이다.

가설 2-3. 환경적 책임활동이 재무성과에 미치는 영향 관계에 있어서 기업 명성이 조절작용을 할 것이다.

### 제 3 절 변수의 측정 및 조작적 정의

#### 1) CSR 활동의 측정

##### 가) 경제적 책임활동 측정

경제적 책임활동은 선행연구로부터 기업의 가치 극대화(Maignan, 2005; 조상미, 2011)와 지속적 성장전략 확보를 위한 책임(김혜숙, 2013)으로 정의하고 매출, 이익과 같은 경제적 성과, 리스크 관리 그리고 신사업진출에 관한 항목으로 구성되었으며, 금명기(2011)의 연구를 바탕으로 9개 항목으로 재구성하였으며, 리커트척도(5점, 1=전혀 그렇지 않다, 5=매우 그렇다)를 사용하였다.

[표 3-1] 경제적 책임활동 측정 문항

번호	측정내용	척도
1	우리 회사는 매출액 증대를 위해 노력하고 있다.	리커트 척도(5점)
2	우리 회사는 수익성 향상을 위해 노력하고 있다.	
3	우리 회사는 시장점유율을 높이기 위해 노력하고 있다.	
4	우리 회사는 제품 및 서비스의 수준을 향상시키기 위해 노력하고 있다.	
5	우리 회사는 고객만족 경영을 위해 노력하고 있다.	
6	우리 회사는 경쟁환경에 능동적으로 대응하기 위해 노력하고 있다.	
7	우리 회사는 제품 및 서비스에서 발생하는 리스크 관리를 위해 노력하고 있다	
8	우리 회사는 성장을 위하여 신사업 창출을 위한 노력을 하고 있다.	
9	우리 회사는 핵심역량을 개발하기 위하여 노력하고 있다.	

나) 사회적 책임활동 측정

사회적 책임활동은 기업활동과 관련한 이해관계자들과의 상생을 포함하여 사회 관심사를 통합하는 책임으로 정의하고, 사회공헌, 고용창출, 소비자 보호 등의 내용으로(Carter, 2008; 홍종호, 2005)등의 연구를 참조하여 8개의 측정항목으로 구성하였으며, 리커트척도(5점, 1=전혀 그렇지 않다, 5=매우 그렇다)를 사용하였다.

[표 3-2] 사회적 책임활동 측정 문항

번호	측정내용	척도
1	우리 회사는 고용창출 확대를 위하여 노력하고 있다.	리커트 척도(5점)
2	우리 회사는 제조물 책임에 대한 대책 수립과 이행을 위하여 노력하고 있다.	
3	우리 회사는 공익사업(교육, 문화, 예술 활동)을 잘 실현하기 위하여 노력하고 있다.	
4	우리 회사는 기부활동에 참여하기 위하여 노력하고 있다.	
5	우리 회사는 사회적 약자를 보호하기 위하여 노력하고 있다.	
6	우리 회사는 고객 보호와 제품 책임을 위한 전담조직을 운영하고 있으며, 소비자 보호와 제품 책임을 위하여 노력하고 있다.	
7	우리 회사는 고객의 권익을 보호 및 강화하기 위하여 노력하고 있다.	
8	우리 회사는 고객 불만과 요구사항을 즉각 실현하기 위하여 노력하고 있다.	
9	우리 회사는 고객 불만과 요구사항을 즉각 실현하기 위하여 노력하고 있다.	

다) 환경적 책임활동 측정

지속 가능한 발전의 개념으로 도입된 배경 중 하나는 환경적 이슈에 대한 기업들의 책임에 관한 것으로 여러 가지 사회적 이슈와 함께 미래 세대를 위한 지속 가능한 발전의 현재 세대에 대한 책무의 규정이었다(Epstein, 2003; 홍종

호,2005)는 연구를 바탕으로 기업이 영위하는 고유한 생산 활동에서 환경오염을 예방하고 이를 최소화하기 위한 활동으로서 온실가스 감축, 폐자원 수거 등 환경 보호 활동, 친환경 원재료 사용, 환경 관련 법규 준수 등 9 개 항목을 측정변수로 설정하였고, 리커트척도(5점, 1=전혀 그렇지 않다, 5=매우 그렇다)를 사용하였다.

[표 3-3] 환경적 책임활동 측정 문항

번호	측정내용	척도
1	우리 회사는 에너지효율을 높이기 위해 노력하고 있다	리커트 척도(5점)
2	우리 회사는 온실가스를 감축하기 위해 노력하고 있다.	
3	우리 회사는 분리수거 또는 재활용 등의 환경보호 활동을 위해 노력하고 있다.	
4	우리 회사는 환경오염을 유발할 수 있는 폐자원을 수거 또는 줄이려고 노력하고 있다.	
5	우리 회사는 재생이 가능하고 친환경적 원재료 사용을 위해 노력하고 있다.	
6	우리 회사는 친환경 제품 생산을 위해 노력하고 있다.	
7	우리 회사는 환경보호를 위한 캠페인 활동을 정기적으로 실시하고 있는 것 같다.	
8	우리 회사는 환경 관련 법규 및 내규를 준수하기 위해 노력하고 있다.	
9	우리 회사는 재생에너지 개발과 이용을 위하여 노력하고 있다.	

## 2) 재무성과의 측정

재무성과에 대한 의미는 사용자의 인지와 용도에 따라 달라지며 매우 광범위하다고 할 수 있다. 기업의 재무성과에 대한 분석은 전통적으로 기업이 공시한 재무제표를 통해 ROI, ROE, 순이익률 등 회계적인 자료를 바탕으로 분석하였

으나, 재무제표는 과거지향적이어서 미래가치를 판단하기 어렵고 기업들마다 회계처리 방식의 차이와 추적의 어려움 등으로 인해 객관성을 확보하기 곤란하다는 단점들이 있는데, 이와는 다른 차원에서 인지된 성과(주관적인 성과)도 연구에서 많이 사용되고 있다. 본 연구에서는 기업활동의 결과로 확보하게 되는 재무적 결과를 재무성으로 정의(Venkatraman, 1989)하고, 인지된 재무성(성과)에 대한 측정도구를 사용하여 수익성 및 성장성 등 차원의 5개 문항을 설정하였으며, 리커트척도(5점, 1=전혀 그렇지 않다, 5=매우 그렇다)를 이용하였다.

[표 3-4] 인지된 재무성과 측정 문항

번호	측정내용	척도
1	우리 회사의 매출액은 지난 3년간 경쟁사 대비 우위에 있다.	리커트 척도(5점)
2	우리 회사의 영업이익은 지난 3년간 경쟁사 대비 우위에 있다.	
3	우리 회사의 총자산이익률(ROI)은 지난 3년간 경쟁사 대비 우위에 있다.	
4	우리 회사의 시장점유율은 지난 3년간 경쟁사 대비 우위에 있다.	
5	우리 회사의 확보 고객 수는 지난 3년간 경쟁사 대비 우위에 있다.	

### 3) 기업 명성의 측정

본 연구에서는 기업 명성을 오랜 기간에 걸쳐 형성된 기업에 대한 이해관계자들의 전반적인 평가(Gotsi and Wilson(2001)로 정의하였다. 측정은 Fombrun(1996)이 제시한 명성지수를 활용하여 사회공헌, 능력, 비전의 세 가지 차원으로 나눈 후 이에 해당되는 9문항으로 측정하였다. 사용된 문항들은 다음과 같으며, 모두 5점 리커트척도(1=전혀 그렇지 않다, 5=매우 그렇다)로 측정하였다.

[표 3-5] 기업 명성 측정 문항

번호	측정내용	척도
1	우리 회사의 제품(또는 서비스)은 품질이 좋은 편이다	리커드 척도(5점)
2	우리 회사의 제품(또는 서비스)은 신뢰할 수 있다.	
3	우리 회사는 건전한 경영활동을 수행하고 있다.	
4	우리 회사는 준법 경영을 잘 수행하고 있다.	
5	우리 회사는 향후 성장 가능성이 높다.	
6	우리 회사는 업계에서 (뛰어난) 리더십을 발휘하고 있다.	
7	우리 회사는 고객에게 친근한 회사로 알려져 있다.	
8	우리 회사는 사회적 책임 및 사회공헌을 활발히 하고 있다.	
9	우리 회사에 대한 기업 이미지는 긍정적이다.	

#### 4) 변수의 조작적 정의

본 연구에서 사용되는 변수에 대하여 조작적 정의를 하면 다음과 같다.

첫째, 경제적 책임활동(ECO)은 기업의 가치극대화와 지속적 성장전략 확보를 위한 책임활동(Maignan, 2005; 조상미, 2011; 김혜숙, 2013)으로 정의한다.

둘째, 사회적 책임활동(SOC)은 기업과 관련된 이해관계자들과의 상생을 포함하여 사회적 관심사를 통합하는 책임활동(Carter, 2008; 홍종호, 2005)으로 한다.

셋째, 환경적 책임활동(ENV)은 기업이 생산 활동에서 발생하는 환경 관련 오염을 최소화하고, 예방하기 위한 경영활동(Epstein, 2003; 홍종호, 2005)으로 정의한다.

넷째, 인지된 재무성과(FP)는 기업활동의 결과로 확보하게 되는 재무적 결과(Venkatraman, 1989)로 한다.

다섯째, 기업 명성(REP)은 시간이 지남에 따라 기업의 이해관계자들이 내리는 전반적인 평가(Gotsi and Wilson, 2001)로 정의한다.

각 변수별 조작적 정의를 [표3-1]로 요약하였다.

[표 3-6] 변수의 조작적 정의 요약

잠재변수	문항수	조작적 정의	참고문헌
경제적책임 활동(ECO)	9	기업의 가치극대화과 지속적 성장 전략 확보를 위한 책임활동	Maignan(2005), 조상미(2011), 김혜숙(2013)
사회적책임 활동(SOC)	8	기업과 관련된 이해관계자들과의 상생을 포함하여 사회적 관심사를 통합하는 책임활동	Carter(2008) 홍종호(2005)
환경적책임 활동(ENV)	9	기업의 생산활동에서 발생하는 환경 관련 오염을 최소화하고, 예방하기 위한 경영활동	Epstein(2003) 홍종호(2005)
인지된 재무성과 (FP)	5	기업 활동의 결과로 확보하게 되는 재무적 결과	Venkatraman (1989)
기업명성 (REP)	9	시간이 지남에 따라 기업의 이해관계자들이 내리는 전반적인 평가	Gotsi and Wilson(2001)

## 제 4 장 실증분석

### 제 1 절 자료 조사 방법

본 논문은 기업의 사회적 책임(CSR)활동이 인지된 재무성과에 미치는 영향과 CSR활동이 인지된 재무성과에 미치는 영향 관계에 있어서 기업명 성의 조절효과를 밝히기 위한 연구다. 영향 관계를 검증하기 위해 국내 각 기업의 종사자들을 대상으로 설문을 하였다. 설문은 구글 독스를 이용하여 작성한 설문을 온라인을 통해 조사하였다. 조사는 2019년 10월 15일부터 2019년 10월 19일까지 전체 342부의 응답을 받아 연구의 자료로 이용하였다.

실증분석을 위하여 수집한 설문자료를 SPSS(22.0)와 구조방정식 모형을 분석하는 AMOS(22.0) 등을 이용해 인구통계학적인 특성 및 구성을 확인하고 빈도분석을 수행하였으며, Cronbach's  $\alpha$  값으로 측정 도구에 대한 신뢰도를 분석하였다. 변수들에 대한 타당성을 검증하기 위해서는 Varimax 직각회전방식으로 탐색적 요인분석 및 확인적 요인분석을 수행하였으며, 가설을 검증하고자 구조방정식(SEM) 모형의 분석을 통해 직접효과에 관한 가설검정을 하였고, 추가적으로 조절효과 분석을 실시함으로써 조절효과에 대한 가설검정을 하였다.

자세한 통계기법의 설명은 다음과 같다.

첫째, 표본에 대한 성별, 연령, 근무연수, 담당하는 직무 등 인구통계학적인 구성의 특성을 확인하고 빈도분석(Frequency analysis)을 수행하였다.

둘째, 활용된 변수들에 대한 신뢰성을 검증하고자 신뢰성 분석(Reliability analysis)을 수행할 때 Cronbach's  $\alpha$  값으로 검증하였다.

셋째, 사용된 변수들에 대한 타당성을 검증하고자 Varimax 직각 회전방식으로 탐색적 요인분석을 하였다.

넷째, 연구모형에서 제시된 잠재변수들 간의 관계 및 가설의 검정을 위하여

구조방정식 모형의 분석 및 확인적 요인분석을 수행한 결과를 이용하여 가설을 검증하였다.

다섯째, 조절 효과의 분석을 위해 다중집단의 확인적 요인분석에 있어 조절변수에 대한 측정 동일성 확보를 확인하고 다중집단 분석을 수행함으로써 조절효과를 검증하였다.

#### 1) 표본의 특성

이 연구에 대한 설문 응답자들의 인구통계학적 특성에 대한 결과는 [표 4-1]로 요약하였다. 총 342명의 응답을 받아 인구통계학적 분석을 하였는데 특성은 다음과 같다.

성별을 보면 남성이 84.8%로 여성 15.2%에 비하여 비중이 매우 높으며, 연령별로는 50대가 가장 많은 54.4%, 40대가 23.1%, 60대 이상이 12%, 30대가 7.9%, 20대 2.6%의 순으로 나타났다. 근무경력은 25년 이상이 34.2%, 15년~20년 미만 15.9%, 20년~25년 미만 14.9%, 5년 미만 14.8%, 5년~10년 미만은 9.9%를 차지하고 있으며, 회사의 규모는 중소기업 58.2%, 대기업 27.5%, 중견기업 14.3%를 점유하고 있고, CSR을 전담하는 부서의 유무에 대하여는 없다가 51.5%, 겸직하는 직원이 있다가 20.5%, 팀 또는 부서가 있다가 18.4%, 전담하는 직원이 있다 9.6%의 순으로 나타났다.

설문 응답자들이 근무하는 회사 위치는 서울 49.1%, 인천,경기 29.2%, 대구, 울산, 부산, 경상도가 17.3%, 기타 4.4%의 순으로 나타났고, 회사의 주업종은 제조업이 30.4%, 전문과학 및 기술서비스업 9.6%, 도·소매업이 9.3%, 정보통신업 7.0%, 교육서비스업 5.3%, 건설업 3.2%를 순으로 많았다.

[표 4-1] 표본의 인구통계학적 특성

구 분		빈도수	백분율(%)
표 본 수		342	100
성별	남자	290	84.8
	여자	52	15.2
	소계	342	100
연령	20세~29세	9	2.6
	30세~39세	27	7.9
	40세~49세	79	23.1
	50세~59세	186	54.4
	60세 이상	41	12.0
	소계	342	100
근무경력	5년 미만	51	14.9
	5년~10년미만	34	9.9
	10년~15년미만	35	10.2
	15년~20년미만	54	15.8
	20년~25년미만	51	14.9
	25년 이상	117	34.3
	소계	342	100
기업규모	중소기업	94	58.2
	중견기업	49	14.3
	대기업	199	27.5
	소계	342	100
CSR전담 조직유무	없다	176	51.5
	겸직직원이 있다	70	20.5
	전담직원이 있다	33	9.6
	전담 팀, 부서가 있다	63	18.4
	소계	342	100
소재지	서울	168	49.1
	인천/경기	100	29.2
	경상도	59	17.3
	기타	15	4.4
	소계	342	100
주업종	제조업	104	30.4
	건설업	11	3.2
	도매 및 소매	31	9.3
	전문과학 및 기술서비스업	33	9.6
	정보통신업	24	7.0
	교육서비스업	18	5.3
	기타	121	35.2
	소계	342	100

## 2) 기술통계 분석

이 연구에 필요한 자료를 수집한 후 빈도 분석을 실시하였고, 다음에는 잠재변수인 독립변수와 종속변수의 개별 측정 문항을 대상으로 평균, 표준편차 및 정규성 여부 판단을 위하여 왜도와 첨도를 확인하고자 기술통계 분석을 수행하였다.

개별 측정변수의 기술통계 분석 결과는 [표 4-2]와 같다. 각 측정변수별 5점 척도 기준에 경제적 책임활동 01~09번 항목은 평균 3.91~4.57, 사회적 책임활동 01~08번 항목은 평균 3.30~4.14, 환경적 책임활동 01~09번 항목은 3.04~3.75, 재무성과 01~05번 항목은 3.40~3.51로 나타났으며, 모든 측정변수의 표준편차는 3 이하,  $|왜도| < 3$ ,  $|첨도| < 10$ 으로 나타나 정규분포를 하고 있는 것으로 확인하였다(Kline, 2011).

[표 4-2] 기술통계 분석 결과

관측변수	N	최소 값	최대 값	평균	표준 편차	왜도	첨도
경제적책임01	342	1	5	4.57	.726	-2.083	5.389
경제적책임02	342	1	5	4.49	.834	-1.882	3.768
경제적책임03	342	1	5	4.34	.874	-1.400	1.971
경제적책임04	342	1	5	4.37	.816	-1.544	2.920
경제적책임05	342	1	5	4.38	.801	-1.318	1.503
경제적책임06	342	1	5	4.18	.876	-.948	.601
경제적책임07	342	1	5	4.12	.897	-.852	.333
경제적책임08	342	1	5	3.91	1.097	-.906	.228
경제적책임09	342	1	5	3.97	1.013	-.844	.213
사회적책임01	342	1	5	3.37	1.045	-.160	-.407
사회적책임02	342	1	5	3.60	1.016	-.491	-.130
사회적책임03	342	1	5	3.30	1.147	-.287	-.584
사회적책임04	342	1	5	3.36	1.111	-.392	-.473
사회적책임05	342	1	5	3.42	1.114	-.336	-.545
사회적책임06	342	1	5	3.57	1.138	-.444	-.584
사회적책임07	342	1	5	3.75	1.010	-.534	-.223
사회적책임08	342	1	5	4.14	.885	-.840	.205
환경적책임01	342	1	5	3.62	1.003	-.386	-.293
환경적책임02	342	1	5	3.75	1.000	-.535	-.240
환경적책임03	342	1	5	3.23	1.101	-.169	-.501
환경적책임04	342	1	5	3.62	1.056	-.423	-.373
환경적책임05	342	1	5	3.52	1.046	-.348	-.379
환경적책임06	342	1	5	3.45	1.121	-.347	-.526
환경적책임07	342	1	5	3.04	1.178	-.155	-.757
환경적책임08	342	1	5	3.68	1.068	-.552	-.310
환경적책임09	342	1	5	3.20	1.202	-.241	-.719
재무성과01	342	1	5	3.51	.950	-.127	-.376
재무성과02	342	1	5	3.40	.966	-.196	-.251
재무성과03	342	1	5	3.40	.956	-.100	-.328
재무성과04	342	1	5	3.45	.982	-.282	-.150
재무성과05	342	1	5	3.44	.951	-.169	-.179

## 제 2 절 신뢰성 분석

이 연구는 설문을 이용한 실증 분석 방법을 이용하고 있으므로 가설 검정을 하기에 앞서 설문내용에 사용된 개념들의 측정 변수에 대하여 타당성과 신뢰성 검증을 수행하였다.

### 1) 타당도 및 신뢰도 분석

타당도는 연구자가 관측하고자 하는 속성이나 개념을 관측하기 위해 사용한 측정도구가 그 개념이나 속성에 대하여 얼마나 정확히 측정하는가를 말하며, 요인분석은 측정하고자 하는 개념을 얼마나 정확히 측정하였는가를 파악하는 것이라 할 수 있다. 그리고 같은 개념을 측정하는 변수들이 같은 요인으로 묶여지는 것을 확인하는 것으로 측정도구에 대한 타당성을 판정하는 것이므로 일반적으로 논문에서는 타당성 검증이라고 한다. 요인분석은 수 많은 변수들을 상관관계가 높은 것끼리 묶어줌으로써 그 내용을 단순화시키고, 일반적으로 요인 적재치가 .4 이하일 때 해당 변수를 제거한다(채서일 외, 2015).

본 연구에서는 탐색적 요인분석을 실시하였는데, 이는 이론상으로 아직 체계화되거나 정립되어 있지 않은 연구에서 향후 연구 방향을 파악하기 위하여 탐색적 목적으로 실행한다는 것을 의미하며, 신뢰성은 유사한 측정 도구 혹은 동일한 측정 도구를 사용하여 같은 개념을 반복 측정했을 때 일관성있는 결과를 얻는 것을 말하고, 신뢰도 분석은 측정하고자 하는 개념이 설문 응답자로부터 정확하고 일관되게 측정되었는가를 확인하는 것이다(김한나, 2015). 즉, 같은 개념을 반복하여 측정했을 때 같은 측정값을 얻을 수 있는 가능성을 말한다. 또한, 신뢰도 분석은 측정 도구의 정확성이나 정밀성을 나타내는 것으로, 신뢰도 분석의 결과는 Cronbach's  $\alpha$ 와 같은 신뢰도 척도를 계산한 값으로 판단한다(채서일 외, 2015). 일반적으로 알파( $\alpha$ ) 값이 0.7 이상(Van de Ven & Ferry, 1980)이면 설문의 신뢰성이 보장된다.

본 연구에서는 요인분석을 통해 같은 구성요소들끼리 묶이지 않는 측정 변수들 중에서 요인 적재치가 .4이하의 낮은 값부터 차례로 제거해 나가면서 같은 구성요소들끼리 묶이는지 여부를 일일이 살폈다. 같은 구성요소들끼리 묶이지 않는 측정변수들 중에서 .4 미만 값을 제거한 후에도 같은 구성 요소들끼리 묶이지 않는 측정 변수들은 값이 .4 이상이라 하더라도 제거하였다. 이렇게 변수 정제 과정을 통해 사회적책임02, 경제적책임08, 경제적책임07, 경제적책임09, 경제적책임07, 경제적책임05, 경제적책임06(제거 순서별) 등 항목을 제거한 결과 탐색적 요인분석에서 측정변수 중 7문항을 제거하여 31개 측정 문항 중 24개 문항이 남았다.

신뢰도 분석 결과 Cronbach's  $\alpha$ 의 값이 0.827 ~ 0.931로 나타나 신뢰도 기준 ( $\geq 0.7$  기준)을 충족하였다. 다만, 잠재변수 경제적 책임활동의 Cronbach's  $\alpha$  값은 .827로서 측정변수인 경제적책임활동03 항목 제거 시 Cronbach's  $\alpha$  값 .844보다 낮은 것으로 나타났는데, 이런 경우에는 일반적으로 측정변수인 경제적책임활동03 항을 제거한다. 그러나 이 경우 항목 제거하기 전과 후의 신뢰도의 값 차이가 .017(=.844-.827)로서 그 폭이 크지 않고, 이 측정 문항을 제거하게 될 경우 측정변수가 2개 밖에 남지 않으며, 제거하지 않아도 신뢰도가 .7 이상으로 나타나 분석 활용에 적합한 점 등을 고려하여 경제적책임활동03 문항을 제거하지 않았다.

신뢰도 분석 결과 적합도를 보면, KMO 표본적합도가 .927, Bartlett의 단위행렬도는 근사 카이제곱=6486.426, df=276, 유의수준은 .000 으로 나타나 모든 요인들이 신뢰도를 확보한 것으로 확인되었다.

[표 4-3]에 탐색적 요인분석과 신뢰도 분석 결과를 정리하였다.

이 표의 하단에 표시된 기업 명성은 등간척도로 설문을 받았으나 조절효과를 분석하기 위한 변수로 사용하는 사실을 고려하여 탐색적 요인분석은 생략하였고 신뢰도 분석만을 실시하여 그 결과를 표시하였다.

[표 4-3] 탐색적 요인분석과 신뢰도 분석 결과

항목		요인분석				신뢰도분석	
		1	2	3	4	항목제거시 Cronbach's Alpha	Cronbach's $\alpha$
환경적 책임활동	환경04	.849	.125	.121	.079	.921	.931
	환경05	.807	.091	.250	.010	.920	
	환경03	.789	.126	.271	.081	.920	
	환경06	.754	.083	.284	.040	.922	
	환경02	.752	.070	.204	.135	.925	
	환경01	.677	.096	.242	.272	.927	
	환경09	.656	.283	.419	-.024	.921	
	환경08	.646	.255	.376	-.019	.924	
	환경07	.642	.265	.396	-.045	.923	
재무성과	재무01	.120	.906	.168	.098	.950	.960
	재무02	.155	.899	.189	.138	.947	
	재무03	.158	.882	.201	.163	.952	
	재무04	.201	.875	.166	.109	.949	
	재무05	.133	.861	.214	.124	.956	
사회적 책임활동	사회05	.314	.160	.772	.055	.855	.885
	사회06	.320	.168	.722	.130	.862	
	사회07	.354	.143	.720	.183	.859	
	사회04	.248	.277	.709	-.010	.867	
	사회03	.237	.301	.700	.026	.867	
	사회08	.281	.008	.576	.285	.881	
	사회01	.283	.203	.496	.257	.883	
경제적 책임활동	경제01	.087	.085	.135	.869	.729	.827
	경제02	.013	.185	.096	.858	.712	
	경제03	.105	.161	.112	.765	.844	
기업명성	01~09					.925	
초기 고유값		5.591	4.542	4.229	2.470		
설명분산(%)		23.296	18.925	17.620	10.292		
누적분산(%)		23.296	42.221	59.841	70.134		

Kaiser-Meter-Olkin 표본적합도 .927

Bartlett의 단위행렬 검정 근사 카이제곱 6486.426, df = 276,  
유의수준 .000

### 제 3 절 확인적 요인 분석

#### 1) 확인적 요인분석 및 측정모형 평가

확인적 요인분석은 잠재변수와 관측변수 간의 관계 및 잠재변수 간의 관계를 검증하는 것으로 특히, 확인적 요인분석은 관측변수와 잠재변수 간의 요인부하량을 측정할 수 있고, 모델의 전반적인 적합도를 평가할 수 있기 때문에 구성개념 타당성(Construct Validity)을 측정하는데 유용하게 사용되고 있다(우종필, 2015). 확인적 요인분석을 위한 본 연구의 측정모형은 [그림 4-1]과 같다.

본 연구는 설문 측정 자료를 이용하여 기업의 사회적 책임(CSR)활동의 하위 요소인 경제적, 사회적 및 환경적 책임활동과 재무성과 간의 인과관계를 검증하는 것이 목적이다. 모형을 검증하는 적합도 평가방법은 기본적으로는 절대 적합지수(Absolute Fit Index), 증분 적합지수(Incremental Fit Index) 및 간명 적합지수(Parsimonious Fit Index) 등을 이용하는데, 구조모형의 일반적 평가지수 및 판단 기준은 [표 4-4]에 요약되어 있다(우종필, 2015).

[표 4-4] 모델적합도 관련 지수와 판단 기준

구 분	적합도의 종류	적합 판단 기준
절대 적합지수	$\chi^2$ (Chi-square statistic)	p값이 0.05 이상 양호
	RMR(Root Mean-squared Residual) (RMSR)	0.05이하 양호
	GFI (Goodness of Fit Index)	0.90 이상 양호
	AGFI (Adjusted GFI)	0.8 이상 보통 0.85 이상 양호 0.90 이상 좋음
	RMSEA(Root Mean Squared Error of Approximation)	0.1 이하 보통 0.08 이하 양호 0.05 이하 좋음
증분 적합지수	NFI (Normed Fit Index)	0.90 이상 양호
	TLI (Tucker-Lewis Index)(NNFI)	0.90 이상 양호
	CFI (Comparative Fit Index)	0.90 이상 양호
간명 적합지수	PGFI (Parsimonious GFI)	낮을수록 양호
	PNFI (Parsimonious NFI)	낮을수록 양호
	AIC (Akaike Information Criteria)	낮을수록 양호

본 연구에서는 연구모형의 적합도와 설정한 가설들을 검증하기 위해 앞서 실시한 신뢰성 분석과 요인분석 결과를 바탕으로 확인적 요인분석을 실시하기 위해 측정모델의 적합도를 검정하였다. [그림 4-1]은 확인적 요인분석을 실시하기 위한 측정모델이며, [표 4-5]에 측정모델의 적합도 검정결과를 제시하였다.

검정을 위하여 CMIN, TLI, CFI, RMR, RMSEA 값 등을 검정하였는데, [표 4-5]에서 CMIN=889.932, df=246, CMIN/df=3.618, CFI=.805, NFI=.866, IFI=.900, TLI=.887, RMR=.059, RMSEA=.088의 적합도를 나타냈다. 여기서 각 지수 중 IFI=.900을 제외한 다른 지수가 부적합한 수준으로 나타나 측정모델을 분석하기에 적합하지 않은 것으로 확인되었다.

측정모델이 분석에 적합하지 아니한 경우 측정 모델을 분석하기 위해 모델의 적합도를 향상시키는 방법은 다음과 같다.

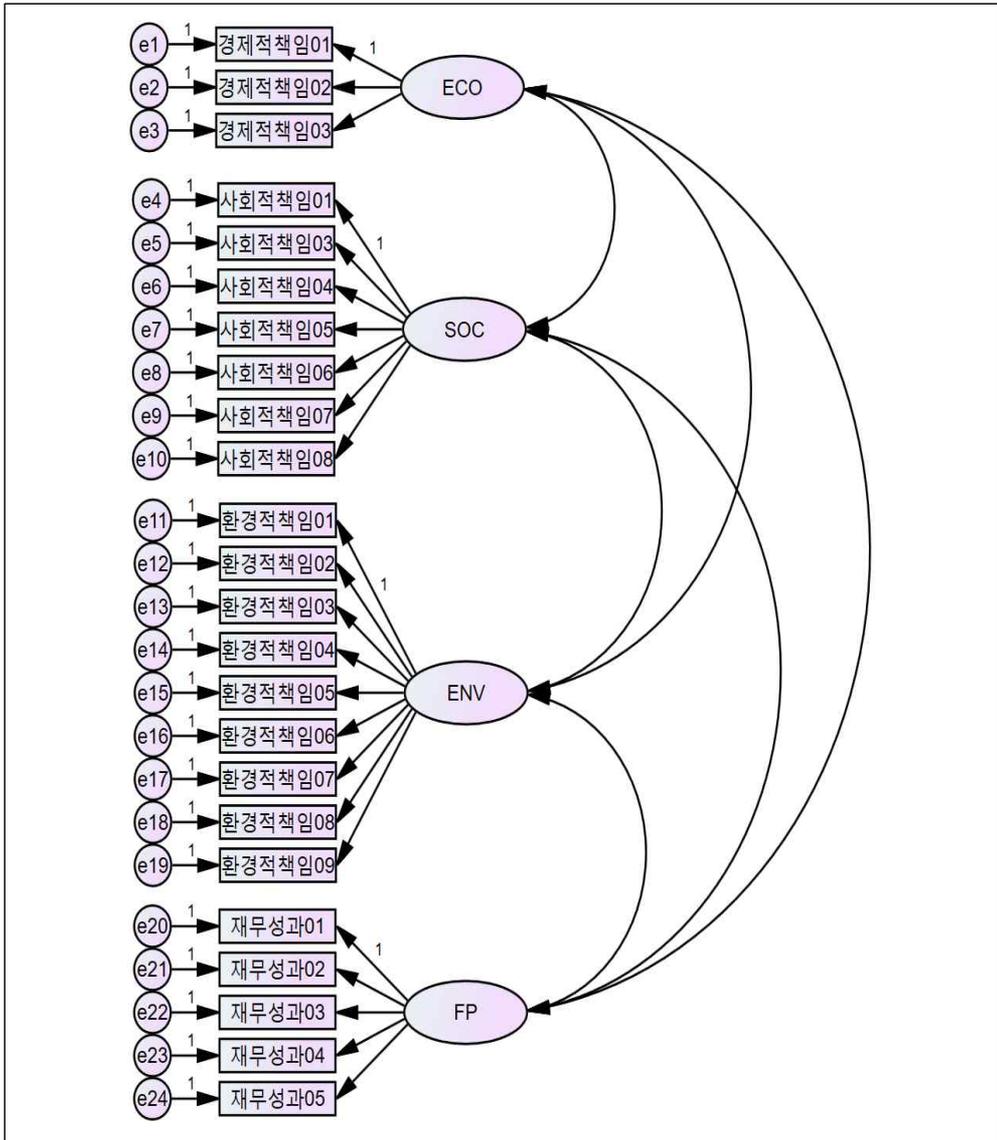
첫째, Regression Weights의 p값을 통해 잠재변수와 측정변수 간의 관계를 확인하여 p값이 유의하지 않게 나왔다면 해당 측정변수를 제거한다.

둘째, Standardized Regression Weights(표준화 계수)를 확인함으로써 잠재변수를 구성하는 측정변수들의 일치성 정도를 확인하여 집중타당도에 문제가 있는지 파악하여 표준화계수가 .5미만인 변수를 제거한다.

셋째, Variance(측정오차분산)는 분산 자체가 음수(-)값이 나올 수 없다. 만약 분산이 음수(-)라면 측정변수와 측정오차를 제거한다. 음수(-)값이 나오는 경우를 Heywood Case라고 한다.

넷째, Squared Multiple Correlations(S.M.C, 설명력)를 확인함으로써 각각의 잠재변수가 측정변수를 얼마나 설명하고 있는지를 파악 할 수 있다. 보통 SMC값은 .4이상이 되면 잠재변수가 측정변수를 잘 설명하고 있다고 판단한다. SMC값이 .4미만이라면 해당 측정 변수를 삭제하여야 한다.

본 측정 모델은 위에서 설명한 방법 중 첫째 내지 셋째 방법은 해당되지 아니하여 넷째 방법을 사용하였다. 즉, SMC값을 기준으로 그 값이 낮은 측정변수부터 차례로 제거하되 타당하지 않은 경우에는 더 높은 값의 측정 변수를 제거한 후에 적합도를 분석하여 적합도 향상에 도움이 되는 측정변수를 제거하는 방법을 취하였다.



[그림 4-1] 확인적 요인분석을 위한 최초 측정모형

[표 4-5] 확인적 요인분석을 위한 최초 측정모델 적합도

잠재변수	측정 변수	B	$\beta$	표준오차	C.R.	설명력 (S.M.C.)
경제적 책임활동 (ECO)	경제적책임01	1	.845			.715
	경제적책임02	1.178	.867	.077	15.249	.751
	경제적책임03	.953	.670	.075	12.680	.449
사회적 책임활동 (SOC)	사회적책임01	1	.603			.364
	사회적책임03	1.317	.724	.123	10.739	.524
	사회적책임04	1.298	.736	.119	10.865	.541
	사회적책임05	1.424	.805	.123	11.547	.649
	사회적책임06	1.428	.790	.125	11.404	.624
	사회적책임07	1.294	.807	.112	11.560	.651
환경적 책임활동 (ENV)	사회적책임08	.864	.615	.091	9.520	.378
	환경적책임01	1	.700			.490
	환경적책임02	1.032	.724	.081	12.762	.525
	환경적책임03	1.277	.814	.089	14.278	.663
	환경적책임04	1.195	.794	.086	13.941	.630
	환경적책임05	1.209	.811	.085	14.227	.658
	환경적책임06	1.254	.785	.091	13.786	.616
	환경적책임07	1.303	.776	.096	13.637	.602
	환경적책임08	1.155	.759	.086	13.354	.577
재무 성과 (FP)	환경적책임09	1.384	.808	.098	14.173	.653
	재무성과01	1	.917			.841
	재무성과02	1.045	.941	.033	31.590	.886
	재무성과03	.999	.909	.035	28.380	.827
	재무성과04	1.028	.912	.036	28.576	.831
	재무성과05	.951	.871	.038	25.202	.758
측정모델의 적합도		CMIN=889.932, df=246, p=000, CMIN/df=3.618 RMR=.059, GFI=.805, AGFI=.762, CFI=.805, NFI=.866, IFI=.900, TLI=.887, RMSEA=.088				

1차로, SMC값이 .4미만으로서 가장 낮은 값을 보이는 사회적책임01(=.364)을 제거하였다. 제거한 후의 적합도 결과는 [표 4-6]과 같다. CMIN=838.212, df=224, CMIN/df=3.742, GFI=.807, AGFI=.762, CFI=.901, NFI=.870,

IFI=.902, TLI=.888, RMR=.059, RMSEA=.090으로 나타나 적합한 수준에 미치지 못하고 있다.

[표 4-6] 1차 확인적 요인분석 후 적합도 검정

잠재변수	측정 변수	B	$\beta$	표준오차	C.R.	설명력 (S.M.C.)
경제적 책임활동 (ECO)	경제적책임01	1	.845			.715
	경제적책임02	1.178	.867	.077	15.215	.752
	경제적책임03	.953	.67	.075	12.671	.449
사회적 책임활동 (SOC)	사회적책임03	.919	.714	.066	14.016	.51
	사회적책임04	.922	.739	.063	14.627	.546
	사회적책임05	1	.8			.64
	사회적책임06	1.024	.801	.063	16.206	.642
	사회적책임07	.92	.811	.056	16.469	.658
	사회적책임08	.617	.621	.052	11.842	.385
환경적 책임활동 (ENV)	환경적책임01	1	.699			.489
	환경적책임02	1.032	.724	.081	12.734	.524
	환경적책임03	1.277	.814	.09	14.244	.662
	환경적책임04	1.197	.795	.086	13.926	.631
	환경적책임05	1.211	.812	.085	14.214	.659
	환경적책임06	1.257	.786	.091	13.781	.618
	환경적책임07	1.304	.775	.096	13.606	.601
	환경적책임08	1.157	.76	.087	13.341	.577
	환경적책임09	1.385	.808	.098	14.143	.652
재무 성과 (FP)	재무성과01	1	.917			.84
	재무성과02	1.045	.941	.033	31.581	.886
	재무성과03	.999	.91	.035	28.379	.827
	재무성과04	1.028	.912	.036	28.568	.831
	재무성과05	.951	.871	.038	25.189	.758
측정모델의 적합도		CMIN=838.212, df=224, p=000, CMIN/df=3.742 RMR=.059, GFI=.807, AGFI=.762, CFI=.901, NFI=.870, IFI=.902, TLI=.888, RMSEA=.090				

2차로, SMC값이 .4 미만인 사회적책임08(=.385)을 제거하였다. 제거한 후의 모델 적합도 결과는 [표 4-7]과 같다. 적합도를 보면 CMIN=772.472, df=203, CMIN/df=3.805, GFI=.817, AGFI=.772, CFI=.906, NFI=.877, IFI=.906, TLI=.883, RMR=.059, RMSEA=.091로 나타나 여전히 적합한 수준에 이르지 못하였다.

[표 4-7] 2차 확인적 요인분석 후 적합도 검증

잠재변수	측정 변수	B	$\beta$	표준오차	C.R.	설명력 (S.M.C.)
경제적 책임활동 (ECO)	경제적책임01	1	.843			.711
	경제적책임02	1.184	.869	.078	15.16	.755
	경제적책임03	.954	.669	.075	12.653	.448
사회적 책임활동 (SOC)	사회적책임03	.925	.731	.063	14.586	.534
	사회적책임04	.938	.765	.061	15.465	.585
	사회적책임05	1	.814			.662
	사회적책임06	.984	.783	.062	15.957	.614
환경적 책임활동 (ENV)	사회적책임07	.874	.784	.055	15.982	.615
	환경적책임01	1	.699			.489
	환경적책임02	1.032	.724	.081	12.728	.524
	환경적책임03	1.277	.814	.09	14.242	.662
	환경적책임04	1.196	.794	.086	13.913	.63
	환경적책임05	1.211	.811	.085	14.207	.658
	환경적책임06	1.256	.785	.091	13.768	.617
	환경적책임07	1.305	.776	.096	13.621	.603
재무 성과 (FP)	환경적책임08	1.156	.759	.087	13.326	.576
	환경적책임09	1.388	.809	.098	14.166	.654
	재무성과01	1	.917			.841
	재무성과02	1.045	.941	.033	31.594	.886
	재무성과03	.999	.909	.035	28.373	.827
	재무성과04	1.028	.912	.036	28.594	.831
	재무성과05	.951	.871	.038	25.21	.758
측정모델의 적합도		CMIN=772.472, df=203, p=000, CMIN/df=3.805 RMR=.059, GFI=.817, AGFI=.772, CFI=.906, NFI=.877, IFI=.906, TLI=.893, RMSEA=.091				

SMC값이 .4미만인 변수를 모두 제거하였음에도 적합도에 부합하지 아니하여 그 다음으로는 .4이상을 보이는 변수를 차례로 제거하면서 적합도를 검정하였다.

3차로, 경제적책임03(=.449)을 제거한 후 적합도 결과를 [표 4-8]에 제시하였는데, 변수를 제거하였음에도 오히려 적합도가 개선되지 않고 악화되는 결과를 나타내고 있다. 2차 분석과 3차 분석의 적합도 검정결과 비교는 [표 4-9]와 같다.

[표 4-8] 3차 확인적 요인분석 후 적합도 검정

잠재변수	측정 변수	B	$\beta$	표준오차	C.R.	설명력 (S.M.C.)
경제적 책임활동 (ECO)	경제적책임01	1	.843			.651
	경제적책임02	1.184	.869	.078	15.16	.833
사회적 책임활동 (SOC)	사회적책임03	.925	.731	.063	14.586	.535
	사회적책임04	.938	.765	.061	15.465	.586
	사회적책임05	1	.814			.663
	사회적책임06	.984	.783	.062	15.957	.613
	사회적책임07	.874	.784	.055	15.982	.614
환경적 책임활동 (ENV)	환경적책임01	1	.699			.488
	환경적책임02	1.032	.724	.081	12.728	.523
	환경적책임03	1.277	.814	.09	14.242	.662
	환경적책임04	1.196	.794	.086	13.913	.63
	환경적책임05	1.211	.811	.085	14.207	.658
	환경적책임06	1.256	.785	.091	13.768	.616
	환경적책임07	1.305	.776	.096	13.621	.603
	환경적책임08	1.156	.759	.087	13.326	.576
	환경적책임09	1.388	.809	.098	14.166	.655
재무 성과 (FP)	재무성과01	1	.917			.841
	재무성과02	1.045	.941	.033	31.594	.886
	재무성과03	.999	.909	.035	28.373	.827
	재무성과04	1.028	.912	.036	28.594	.831
	재무성과05	.951	.871	.038	25.21	.758
측정모델의 적합도		CMIN=755.863, df=183, p=000, CMIN/df=4.130 RMR=.059, GFI=.814, AGFI=.765, CFI=.902, NFI=.876, IFI=.903, TLI=.888, RMSEA=.096				

적합도가 변경된 결과를 지수별로 살펴보면 RMR은 .059로 2차 분석 후와 3차 분석 후의 결과가 동일하지만 GFI는 .817에서 .814로, AGFI=.772에서 .765로, CFI는 .906에서 .902로, NFI=.877에서 .876으로, IFI는 .906에서 .903으로, TLI는 .893에서 .888로, RMSEA는 .091에서 .096으로 모두 악화되는 것으로 나타났다. 3차에서 경제적책임03을 제거하여도 적합도가 악화되었기 때문에 경제적책임03은 제거하지 않기로 하였다.

[표 4-9] 2, 3차 분석 적합도 검정 결과 비교

구분 (제거항목)	CMIN /df	RMR	GFI	AGFI	CFI	NFI	IFI	TLI	RMSEA
2차 분석 (사회적08)	3.805	.059	.817	.772	.906	.877	.906	.893	.091
3차 분석 (경제적03)	4.130	.059	.814	.765	.902	.876	.903	.888	.096

따라서, 4차에서는 3차에서 제거하였던 경제적책임03 항목을 원상태로 돌려 놓은 후, 그 다음으로 값이 낮은 환경적책임01(SMC=.488)을 제거하였고, 그 결과는 [표 4-10]과 같다. 적합도는 CMIN=692.908, df=183, CMIN/df=3.786, GFI=.827, AGFI=.781, CFI=.912, NFI=.884, IFI=.912, TLI=.889, RMR=.059, RMSEA=.090로서 적합한 수준에 미치지 못하였다.

[표 4-10] 4차 분석후 적합도 검정 결과

잠재변수	측정 변수	B	$\beta$	표준오차	C.R.	설명력 (S.M.C.)
경제적 책임활동 (ECO)	경제적책임01	1	.843			.71
	경제적책임02	1.186	.87	.078	15.163	.757
	경제적책임03	.955	.669	.076	12.647	.447
사회적 책임활동 (SOC)	사회적책임03	.924	.73	.063	14.566	.533
	사회적책임04	.937	.764	.061	15.451	.584
	사회적책임05	1	.814			.662
	사회적책임06	.984	.783	.062	15.956	.614
환경적 책임활동 (ENV)	사회적책임07	.875	.785	.055	16.011	.617
	환경적책임02	.79	.707	.056	14.148	.5
	환경적책임03	.98	.797	.059	16.528	.636
	환경적책임04	.93	.788	.057	16.262	.621
	환경적책임05	.959	.821	.056	17.189	.674
	환경적책임06	1	.798			.637
	환경적책임07	1.027	.78	.064	16.065	.609
재무 성과 (FP)	환경적책임08	.91	.763	.058	15.589	.582
	환경적책임09	1.094	.814	.064	17	.663
	재무성과01	1	.917			.841
	재무성과02	1.045	.941	.033	31.593	.886
	재무성과03	.999	.909	.035	28.374	.827
	재무성과04	1.028	.912	.036	28.592	.831
	재무성과05	.951	.871	.038	25.207	.758
측정모델의 적합도		CMIN=692.908, df=183, p=000, CMIN/df=3.786 RMR=.058, GFI=.827, AGFI=.781, CFI=.912, NFI=.884, IFI=.912, TLI=.899, RMSEA=.090				

5차 분석에서는 환경적책임02(SMC=.5)를 제거하였고 [표 4-11]에 그 결과를 제시하였다. 적합도는 CMIN=632.034, df=164, CMIN/df=3.854, GFI=.835, AGFI=.789, CFI=.915, NFI=.889, IFI=.916, TLI=.902, RMR=.056, RMSEA=.091로 나타나 역시 측정모델은 적합한 수준에 미치지 못하였다.

[표 4-11] 5차 분석후 적합도 검정 결과

잠재변수	측정 변수	B	$\beta$	표준오차	C.R.	설명력 (S.M.C.)
경제적 책임활동 (ECO)	경제적책임01	1	.842			.709
	경제적책임02	1.187	.87	.078	15.168	.758
	경제적책임03	.955	.669	.076	12.645	.447
사회적 책임활동 (SOC)	사회적책임03	.925	.731	.063	14.599	.535
	사회적책임04	.937	.764	.061	15.448	.584
	사회적책임05	1	.814			.662
	사회적책임06	.983	.783	.062	15.94	.613
환경적 책임활동 (ENV)	사회적책임07	.875	.785	.055	16.001	.616
	환경적책임03	.958	.783	.059	16.165	.613
	환경적책임04	.897	.764	.057	15.656	.584
	환경적책임05	.948	.815	.056	17.083	.665
	환경적책임06	1	.802			.644
	환경적책임07	1.041	.795	.063	16.501	.632
	환경적책임08	.908	.766	.058	15.699	.586
재무 성과 (FP)	환경적책임09	1.111	.831	.063	17.549	.691
	재무성과01	1	.917			.841
	재무성과02	1.045	.941	.033	31.584	.886
	재무성과03	.999	.909	.035	28.373	.827
	재무성과04	1.028	.912	.036	28.593	.831
	재무성과05	.951	.871	.038	25.204	.758
측정모델의 적합도		CMIN=632.034, df=164, p=000, CMIN/df=3.854 RMR=.056, GFI=.835, AGFI=.789, CFI=.915, NFI=.889, IFI=.916, TLI=.902, RMSEA=.091				

6차 분석에서는 사회적책임03(SMC=.535)를 제거한 후 검정결과를 [표 4-12]로 제시하였다. CMIN=562.748, df=146, CMIN/df=3.854, GFI=.847, AGFI=.801 CFI=.921, NFI=.896, IFI=.921, TLI=.907, RMR=.054, RMSEA=.091로서 적합한 수준에 미치지 못하였다.

[표 4-12] 6차 분석후 적합도 검정 결과

잠재변수	측정 변수	B	$\beta$	표준오차	C.R.	설명력 (S.M.C.)
경제적 책임활동 (ECO)	경제적책임01	1	.843			.71
	경제적책임02	1.185	.87	.078	15.197	.756
	경제적책임03	.955	.669	.075	12.661	.448
사회적 책임활동 (SOC)	사회적책임04	.934	.728	.068	13.736	.531
	사회적책임05	1	.778			.606
	사회적책임06	1.081	.824	.068	15.801	.678
	사회적책임07	.956	.821	.061	15.742	.674
환경적 책임활동 (ENV)	환경적책임03	.954	.782	.059	16.227	.612
	환경적책임04	.896	.766	.057	15.764	.586
	환경적책임05	.948	.818	.055	17.254	.67
	환경적책임06	1	.805			.649
	환경적책임07	1.034	.792	.063	16.502	.627
	환경적책임08	.904	.765	.057	15.746	.585
	환경적책임09	1.103	.828	.063	17.552	.686
재무 성과 (FP)	재무성과01	1	.917			.84
	재무성과02	1.045	.942	.033	31.58	.886
	재무성과03	1	.91	.035	28.391	.828
	재무성과04	1.028	.912	.036	28.569	.831
	재무성과05	.951	.87	.038	25.169	.757
측정모델의 적합도		CMIN=562.748, df=146, p=000, CMIN/df=3.854 RMR=.054, GFI=.847, AGFI=.801, CFI=.921, NFI=.896, IFI=.921, TLI=.907, RMSEA=.091				

7차 분석에서는 측정변수 중에서 SMC값이 .6 미만인 3개의 변수에 대하여 6차 분석을 바탕으로 사회적책임04 항목 제거(7-1차)를, 6차 분석을 바탕으로 환경적 책임03 항목 제거(7-2차)를, 6차 분석을 바탕으로 환경적책임04 항목 제거(7-3차)를 각각 수행하여 나온 결과를 가지고 적합도의 개선 정도를 비교하였다.

[표 4-13]은 사회적책임04(SMC=.531), 환경적책임08(SMC =.585), 환경적 책임04(SMC= .586)를 각각 제거한 후의 적합도를 비교한 것이다. 이 결과를 보면 7차 분석에서는 SMC 값이 무조건 낮은 것부터 제거하는 것이 타당하지 않음을 알 수 있다. 3항목 중에서 SMC 값이 가장 낮은 사회적책임04 또는 중간 값인 환경적책임08을 제거한 경우보다 가장 높은 값인 환경적책임04를 제거하는 경우에 적합도가 가장 크게 개선되는 것으로 나타났다. 적합도를 향상시키는 작업은 오로지 연구자의 몫으로 일관된 방법만을 고수할 수는 없다. 적합도를 향상시키면서 측정변수를 제거하지 않고 유지할수록 잠재변수의 설명력은 높아질 것이다.

[표 4-13] 7차 분석 적합도 비교

구분 (제거항목)		RMR	GFI	AGFI	CFI	NFI	IFI	TLI	RMSEA
6차		.056	.847	.801	.921	.896	.921	.907	.091
7차	7-1차 (사회적04)	.053	.863	.819	.929	.906	.929	.915	.090
	7-2차 (환경적08)	.055	.854	.806	.926	.903	.926	.912	.091
	7-3차 (환경적04)	.048	.871	.829	.936	.913	.937	.924	.084

따라서, 7차 분석에서는 환경적책임04 항목만을 제거(7-3차)하였다. [표 4-14]에 7차 분석을 마친 후의 적합도 결과를 정리하였다. 적합도를 보면 GFI와 AGFI가 적합도 기준에 부합하지 않았다. 그러나 GFI와 AGFI는 표본의 크기 또는 특성에 영향을 받는 비일관성 때문에 CFI를 권고하고 있는 점을 고려할 때 CFI가 .936으로 나타났으므로 적합도는 수용할 만하다. 한편, RMSEA는

.084로 나타나 일반적인 수용기준 .08이하를 이를 소폭 초과하고 있다. 그렇지만 초과하는 폭이 그리 크지 않고, 또한 RMSEA가 0.1이하는 보통수준으로 수용 가능하므로(신진권, 2016, p81) 기준을 충족한 것으로 보았고, 이로써 본 측정모델의 전반적인 적합도 수준은 수용 가능한 것으로 판단하였다.

[표 4-14]를 보면 모든 문항의 SMC(Squared Multiple Correlations) 값이 최저 .448에서 최고 .886 구간 내의 값을 나타냄으로써 모두 .4이상의 값을 나타내고 있다.

이와 같이 확인적 요인분석에서 7차례 걸친 변수정제 과정을 실행한 후의 최종 모델의 적합도는  $CMIN=440.681$ ,  $df=129$ ,  $p=000$ ,  $CMIN/df=3.416$ ,  $RMR=.0481$ ,  $GFI=.871$ ,  $AGFI=.829$ ,  $CFI=.936$ ,  $NFI=.912$ ,  $TLI=.924$ ,  $RMSEA=.084$ 로 나타났다. 전반적으로 적합도에 부합하는 측정모델임을 확인하였다. 이로써 측정모델의 타당성을 검증할 수 있는 준비를 마쳤다.

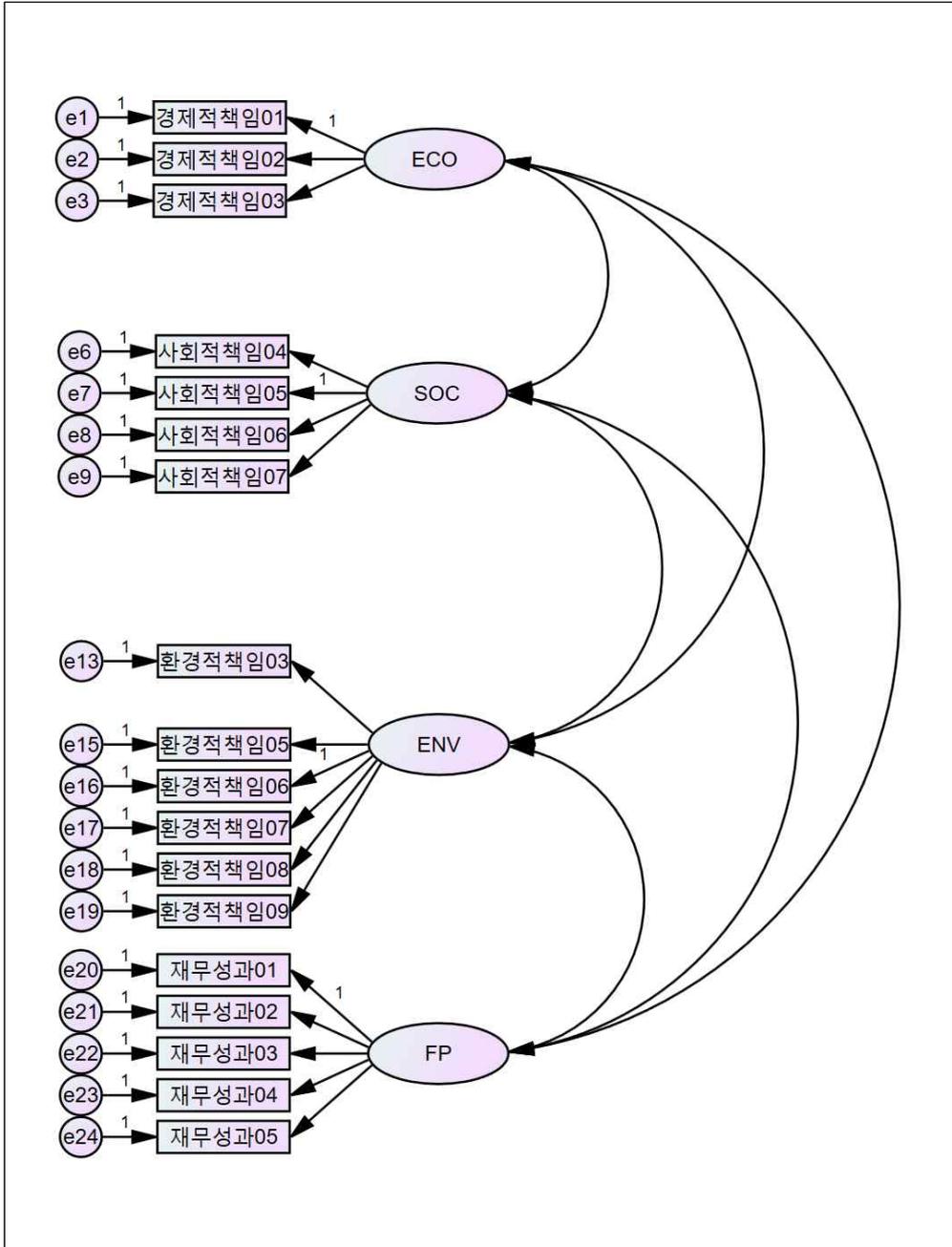
결국, 확인적 요인분석 절차에서 측정모델의 적합도를 개선하기 위해 6개의 측정변수를 제거하였는데, 제거 순서별로는 사회적책임01, 사회적책임02, 환경적책임01, 환경적책임02, 사회적책임03, 환경적책임04 등이다.

확인적 요인분석을 마친 후의 최종 측정모델은 [그림 4-2]와 같다.

[표 4-14] 7차 확인적 요인분석 후 적합도

잠재변수	측정 변수	B	$\beta$	표준오차	C.R.	설명력 (S.M.C.)
경제적 책임활동 (ECO)	경제적책임01	1	.843			.71
	경제적책임02	1.185	.87	.078	15.206***	.756
	경제적책임03	.955	.669	.075	12.661***	.448
사회적 책임활동 (SOC)	사회적책임04	.935	.73	.068	13.783***	.532
	사회적책임05	1	.779			.606
	사회적책임06	1.081	.823	.068	15.827***	.678
	사회적책임07	.955	.82	.061	15.754***	.672
환경적 책임활동 (ENV)	환경적책임03	.94	.758	.062	15.153***	.574
	환경적책임05	.926	.785	.058	15.848***	.616
	환경적책임06	1	.791			.626
	환경적책임07	1.092	.822	.065	16.825***	.676
	환경적책임08	.913	.759	.06	15.179***	.576
재무 성과 (FP)	재무성과01	1	.916			.84
	재무성과02	1.045	.941	.033	31.556***	.886
	재무성과03	1	.91	.035	28.384***	.828
	재무성과04	1.028	.912	.036	28.56***	.831
	재무성과05	.951	.87	.038	25.164***	.758
측정모델 적합도		CMIN=440.681 df=129, p=000, CMIN/df=3.416 RMR=.048, GFI=.871, AGFI=.829, CFI=.936, NFI=.912, IFI=.937, TLI=.924, RMSEA=.084				

\*\*\* p<.001



[그림 4-2] 확인적 요인분석 후 최종 측정모델

## 2) 타당성 검증

확인적 요인분석을 통해 타당성 검증이 가능하게 되었다. 타당성 검증은 집중 타당성과 판별 타당성을 주로 검증하게 되는데, 본 연구에서도 집중 타당성과 판별 타당성을 검증하였다.

타당성을 검증하기 위해서는 확인적 요인분석의 최종모델에서 제공하는 분석 자료를 Excel을 통해 별도로 평균분산추출 값(AVE)과 개념신뢰도 값(CR)을 산출하여야 한다. AMOS에서는 이에 대한 값을 별도로 제공하지 않기 때문이다. [표 4-15]에 최종 측정모델의 AVE값과 CR값을 정리하였다.

[표 4-15] 타당성 검증

구 분	상 관 관 계				AVE	개념신뢰도 (CR)
	경제적 책임	사회적 책임	환경적 책임	재무성과		
경제적책임	.849				.720	.884
사회적책임	.321**	.752			.566	.839
환경적책임	.196**	.779**	.749		.562	.885
재무성과	.34**	.498**	.459**	.905	.818	.957

\*\* p<.01

※ 대각선 값은 AVE의 제곱근 값, 비대각선 값은 상관계수 값을 나타냄.

## 가) 집중 타당성 검증

집중 타당성은 어떤 구성개념을 측정하고자 여러 가지 다양한 측정방법을 사용했을 때 측정된 값들 간에 상관관계가 높아야 한다는 것을 의미한다. 즉, 잠재변수를 측정하기 위한 측정변수들 간에 상관관계가 높아야 한다는 것이다.

집중 타당성을 검증하는 방법으로는 첫째, 표준화된 적재치(=표준화계수) 값이 .5 이상(.7 이상 바람직)이고, 둘째, 평균분산추출(AVE) 값이 .5이상이며, 셋째, 개념신뢰도(C.R.)로 산출된 값이 .7 이상인 경우에는 집중 타당성을 확보하였다고 판단한다.

집중 타당성은 위의 [표 4-13]& [표 4-14]를 바탕으로 판단할 수 있다. 첫째, 표준화된 적재치는 최저값이 .669를 제외하면 나머지는 모두 .7 이상을 나타내고 있어 .5 이상이어야 한다는 기준을 충족하고 있고([표 4-13]), 둘째, [표 4-14]에서 AVE값은 모두 .5 이상의 값을 나타내고 있으며, 셋째, 개념신뢰도 값 또한 [표 4-14]에서 .7이상의 값을 보이고 있는 것으로 나타난 바, 본 측정모델은 집중 타당성을 확보한 것으로 확인되었다.

## 나) 판별 타당성 분석

판별 타당성은 서로 다른 구성개념에 대한 측정을 수행하여 얻어진 측정값들 간 상관관계가 낮아야 한다는 것을 의미한다. 즉, 잠재변수 간에는 상관관계가 낮아야 한다는 것이다.

판별 타당성의 검증은 다음의 두 가지 방법 중 하나만 충족하여도 타당성을 확보한 것으로 본다. 첫째, 평균분산추출(AVE) 값이 상관계수의 제곱 값보다 커야 하거나 둘째, '(상관계수  $\pm 2 \times$  표준오차)  $\neq 1$ ', 즉 공분산의 표준오차에 2를 곱한 수치를 상관계수에서 차감한 값과 더한 값의 구간 사이에 1이 포함되지 않아야 한다. 째 방법으로 판별 타당성을 분석하였는데, '평균분산추출(AVE) 값

이 상관계수의 제곱 값 보다 커야 한다' 라는 말은 'AVE의 제곱근 값 이 상관계수 보다 커야 한다'와 같은 의미이다.

[표 4-15]에서 상관관계의 대각선 값은 AVE의 제곱근 값으로, 비대각선 내의 상관계수 값과 비교한 결과 사회적 책임과 환경적 책임의 상관계수가 .779로서 사회적 책임의 AVE 값 .752 및 환경적책임의 AVE 값 .749보다 더 크게 나타나, 부분적으로만 판별 타당성을 확보했다. 즉, 첫째 방법으로는 판별 타당성을 확보 하지 못한 것으로 확인되었다. 두 번째 방법으로 판별 타당성 여부를 검증하였으며, 검증한 결과를 [표 4-16]에 제시하였다. 표준오차(b)에 2를 곱한 값(c)을 상관계수(a)에서 뺀 값(a-c)과 더한 값(a+c) 사이에 1이 포함되지 않았음을 확인할 수 있어 두 번째 방법으로 측정모델의 판별 타당성이 확보되었음을 확인하였다.

[표 4-16] 판별 타당성 검증

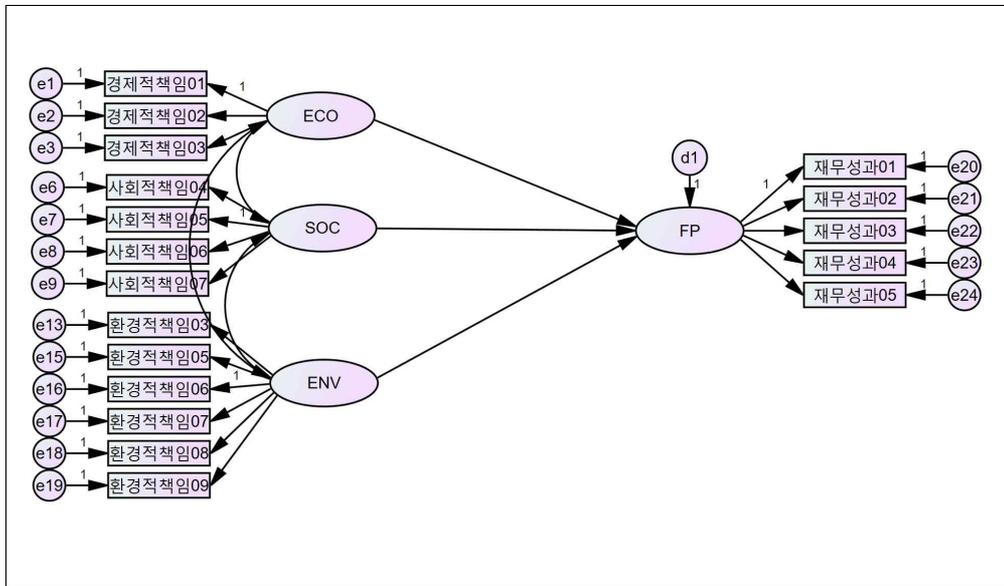
상관계수 ( a )	표준오차 (b)	$b \times 2$ (c)	(a-c)		(a+c)
0.321	0.043	0.086	0.235	~	0.407
0.196	0.049	0.098	0.098	~	0.294
0.34	0.039	0.078	0.262	~	0.418
0.779	0.072	0.144	0.635	~	0.923
0.498	0.048	0.096	0.402	~	0.594
0.058	0.058	0.116	0.343	~	0.575

## 제 4 절 구조모형분석 및 가설검정

### 1) 구조모형의 적합도 검정

본 연구모형에 대한 경로분석을 통해 구성개념들 간의 인과적 관계를 검증하기 위해 독립변수인 기업의 경제적, 사회적, 환경적 책임활동의 전체적인 구조의 적합성을 검증하였다(이상준, 2015). AMOS 22.0을 활용하여 모형을 분석하였다.

[그림 4-3]은 구조모형을 나타낸 것이다. 그리고 이 구조모형의 적합도는  $CMIN=440.681$   $df=129$ ,  $p=000$ ,  $CMIN/df=3.416$ ,  $RMR=.048$ ,  $GFI=.871$ ,  $AGFI=.829$ ,  $CFI=.936$ ,  $NFI=.912$ ,  $IFI=.937$ ,  $TLI=.924$ ,  $RMSEA=.084$ 로서 전반적으로 적합도는 수용할 만한 수준이다.(이 적합도 결과는 확인적 요인분석의 최종 측정 모델의 적합도와 동일한 값이다.)



[그림 4-3] 구조모형

## 2) 직접효과 가설검정

구조모형이 적합한 것으로 확인되었기 때문에 구조모형에 대한 구성개념들 간의 인과관계를 분석하였으며, [표 4-17]에 그 결과를 요약하였다.

[표 4-17] 구조모형의 분석 결과

가설경로	B	$\beta$	표준 오차	C.R.	p	채택 기각
경제적 책임활동 → 재무성과	.303	.213	.079	3.821	***	채택
사회적 책임활동 → 재무성과	.268	.267	.099	2.715	.007	채택
환경적 책임활동 → 재무성과	.205	.209	.090	2.264	.024	채택
모형 적합도	CMIN=440.681, df=129, p=.000, GFI=.871, AGFI=.829, CFI=.936, NFI=.913, IFI=.937, TLI=.924, RMR=.048, RMSEA=.084					

\*\*\*  $p < .001$ ,  $\beta$ 는 표준화계수, B는 비표준화 계수

가설 1-1 경제적 책임활동은 재무성과에 정(+, 긍정)의 영향을 미칠 것이다에 관한 경로분석 결과 경로계수( $\beta$ )=.213, C.R.=3.821,  $p < .001$ 로 이 가설은 채택되었다. 즉, 기업이 경제적 책임활동을 많이 할수록 인지된 재무성과가 높아지는 것으로 분석되었다.

가설 1-2 사회적 책임활동은 재무성과에 정(+, 긍정)의 영향을 미칠 것이다에 관한 경로분석 결과 경로계수( $\beta$ )=.267, C.R.=2.715,  $p < .05$ 로 이 가설도 채택되었다. 즉, 기업이 사회적 책임활동을 다 할수록 인지된 재무성과가 높아지는 것으로 확인되었다.

가설 1-3 환경적 책임활동은 재무성과에 정(+, 긍정)의 영향을 미칠 것이다에 관한 경로분석 결과 경로계수( $\beta$ )=.209, C.R.=2.264,  $P < .05$ 로 가설이 채택되었다. 즉, 기업이 환경적 책임활동을 많이 할수록 인지된 재무성과가 높아지는

것으로 분석되었다.

가설검정 결과는 [표 4-18]과 같으며, 가설 검정 결과 모형은 [그림 4-4]와 같다.

[표 4-18] 구조모형 가설 검정결과

가 설		채택여부
가설 1-1	기업의 경제적 책임활동은 인지된 재무성과에 정(+) 의 영향을 미칠 것이다.	채택
가설 1-2	기업의 사회적 책임활동은 인지된 재무성과에 정(+, 공정)의 영향을 미칠 것이다.	채택
가설 1-3	기업의 환경적 책임활동은 인지된 재무성과에 정(+) 의 영향을 미칠 것이다.	채택

## 제 5 절 조절효과 분석

### 1) 조절효과 분석

본 연구에서는 기업의 CSR 활동과 인지된 재무성과에 미치는 영향 관계에서 기업 명성을 변수로 하는 조절효과를 알아보기 위해 구조방정식 모형의 다중집단분석 방법을 활용하였다. 다중집단분석은 둘 이상의 집단을 분석하여 모형 간 경로계수가 통계적으로 유의한 차이가 있는지 없는지를 판단할 때 사용되는 분석 기법이며, 다중집단분석에서 조사자의 관심은 각 집단의 가설에 해당하는 모형 내 경로의 통계적 유의성뿐만 아니라 집단 간 경로의 통계적으로 유의한 차이성도 포함된다(우종필, 2014).

#### 가) 다중집단 확인적 요인분석

다중집단 확인적 요인분석은 집단 간 확인적 요인분석을 하는 것으로서, 주로 교차 타당성을 검증할 때 사용되며, 교차 타당성은 모집단으로부터 추출한 표본에서 얻은 결과가 같은 모집단으로부터 추출한 다른 표본에서 얻은 결과와 동일한 지를 검증할 때 이용된다(우종필, 2014). 교차 타당성 검정을 위해 일반적으로 측정 동일성(measurement equivalence)에 대한 분석이 필요하며 다중집단 확인적 요인분석을 통해 검증하게 된다(우종필, 2014).

본 연구에서는 기업 명성의 조절효과를 분석하기 위해 기업 명성의 평균(5점 리커트 척도 이용)을 기준으로 고집단(N=190)과 저집단(N=152)으로 분류하여 2개 집단으로 검정하였다. 기업 명성에 대한 집단별로 다중집단 확인적 요인분석을 통해 형태동일성과 측정동일성 검정을 하였다. 검정결과는 [표 4-19]와 같다.

#### (1) 형태 동일성 검증

형태 동일성은 확인적 요인분석에서 비제약 모형의 적합도가 만족할 만한 수준

으로 확인이 되면 집단 간 형태 동일성이 검증되었다고 볼 수 있다.

[표 4-19]에서 비제약 모형의 적합도는 CMIN=602.021( $p < .001$ ), TLI=.901, CFI=.917, RMSEA=.063으로서 적합한 수준을 보이고 있어 집단 간 형태 동일성은 문제가 없는 것으로 확인되었다.

## (2) 측정 동일성 검정

기업 명성의 고집단과 저집단이 주요 변수를 동일하게 인식하고 있는지 확인하기 위해 다중집단 확인적 요인분석을 통해 측정 동일성을 검증하였다.

[표 4-19]에서 보는 바와 같이 비제약 모형과 측정가중치를 제약한 모형 간  $\chi^2$  차이 검정결과  $\Delta\chi^2=23.156$ ,  $\Delta df=14$ ,  $p$ 값이 .058로서  $p < .05$  수준에서 통계적으로 유의하지 않은 것으로 나타났다. 즉 비제약 모형과 제약모형 간 측정 도구에 차이가 있을 것이라는 대립가설이 기각됨으로써, 두 집단은 모형 형태뿐만 아니라, 잠재변수와 측정변수 간 비제약 모형과 요인계수의 측정 동일성이 확인되었으므로 다중집단 경로 분석을 진행해도 되는 것이다.

[표 4-19] 다중집단 측정동일성 검증

모형	$\chi^2$	df	TLI	CFI	RMSEA	$\chi^2$ 차이	df차이	p
비제약모형	602.021	258	.901	.917	.063			
제약모형	625.177	272	.904	.915	.062	23.156	14	.058

\* 제약모형은 요인계수를 집단 간 동일하게 제약한 모형임.

### 나) 다중집단 경로분석

형태 동일성과 측정 동일성이 확보되었으므로 다중집단 구조방정식 모델을 통해 기업 명성의 조절효과를 검정하였다.

다중집단 경로 분석 모형은 [그림 4-4]와 같으며, [표 4-20]에는 기업 명성의

조절효과 경로분석 결과를 제시하였다.

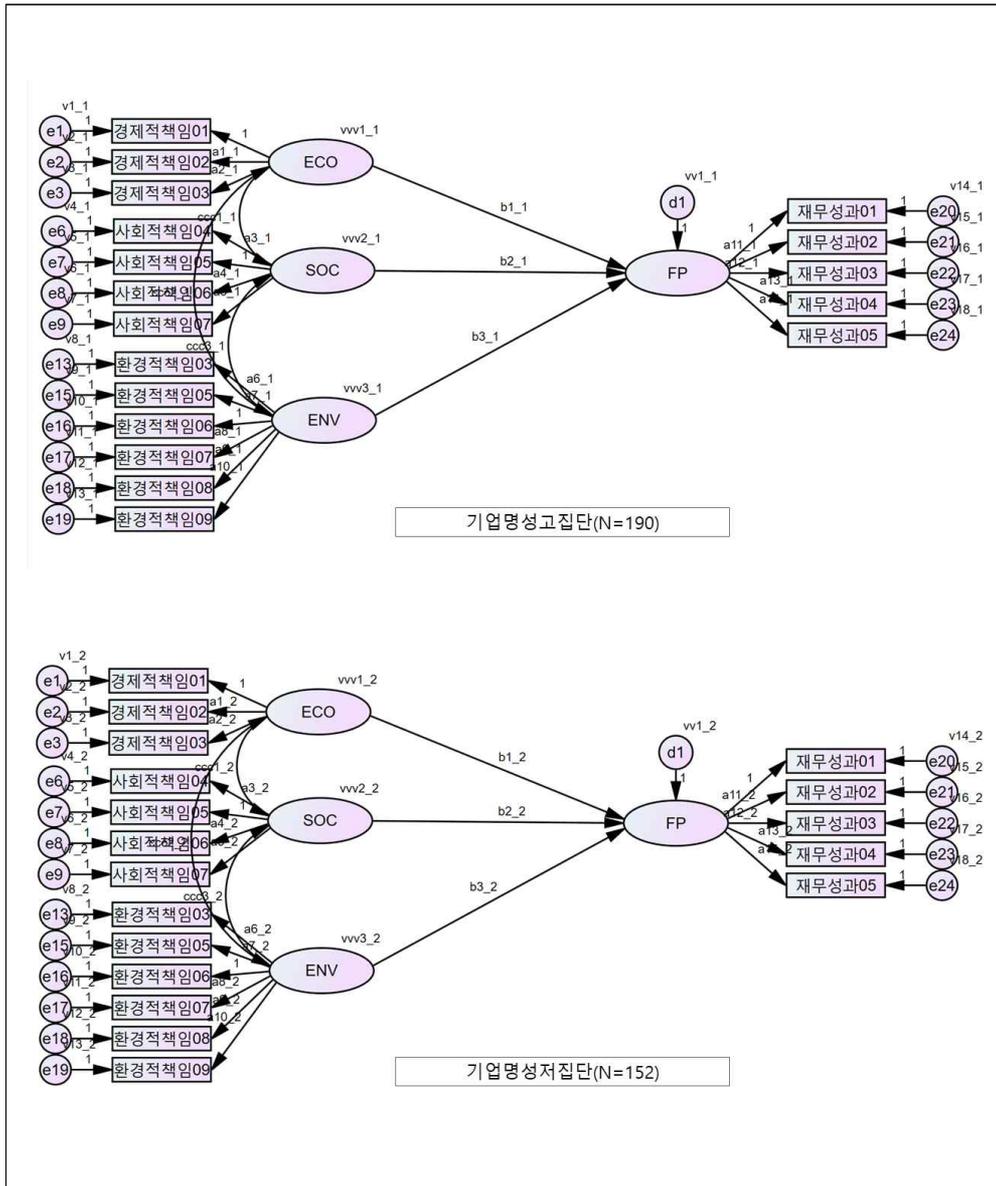
두 집단 간 경로계수를 살펴보면, 첫째, 경제적 책임활동이 재무성과에 미치는 영향 관계에 있어서 기업 명성 고집단은 경로계수(B)=.419,  $p < .05$ 로, 저집단은 경로계수(B)=.220,  $p < .05$ 로 각각 나타나 두 집단 모두 조절작용을 하는 것으로 나타났다.

둘째, 사회적 책임활동이 재무성과에 미치는 영향 관계에 있어서 기업 명성 고집단은 경로계수(B)=.193,  $p < .05$ 로, 저집단은 경로계수(B)=.312,  $p < .05$ 로 나타나 두 집단 모두 조절작용을 하는 것을 확인하였다.

셋째, 환경적 책임활동이 재무성과에 미치는 영향 관계에 있어서는 기업 명성 고집단은 경로계수(B)=.308,  $p < .001$ 로 나타나 조절작용을 하는 것으로 분석되었으나, 저집단은 통계적으로 유의하지 않아 조절작용을 하지 않는 것으로 확인되었다.

[표 4-20] 기업명성 고집단과 저집단의 경로분석 결과

경로	고집단(N=190)				저집단(N=152)				경로 라벨
	B	C.R.	p	결과	B	C.R.	p	결과	고집단 저집단
경제적책임 활동 → 재무성과	.421	2.634	.008	채택	.234	2.561	.010	채택	b1_1 b1_2
사회적책임 활동 → 재무성과	.193	2.416	.016	채택	.312	2.841	.004	채택	b2_1 b2_2
환경적책임 활동 → 재무성과	.308	4.353	***	채택	.032	.353	.724	기각	b3_1 b3_2



[그림 4-4] 다중집단 경로분석 모형

## 2) 조절효과 가설 검증

### 가) 가설 검증결과 분석

가설별 조절효과 검정을 하고자 다중집단 구조방정식 모델의 Pairwise parameter comparison을 통한 두 집단 간 경로차이를 분석하였다. 분석한 결과는 [표 4-21]과 같다.

집단 간 경로차이 값이  $\pm 1.965$  보다 크거나 작으면 유의수준  $p < .05$ 에서 통계적으로 유의미한 것으로 판단한다.

[표 4-21] 기업 명성 다중집단 간 경로차이 분석

	b1_1	b2_1	b3_1
b1_2	-1.012	0.341	-0.635
b2_2	-0.562	0.875	0.029
b3_2	-2.117	-1.334	-2.403

\* 수치는 C.R. 값임.

가설 2-1 경제적 책임활동이 재무성과에 미치는 영향 관계에 있어서 기업 명성이 조절작용을 할 것이다 의 가설은 고집단과 저집단 간 경로차이 값이 -1.012로 나타나 절대값 1.965보다 작아 조절효과가 없는 것으로 확인하였고, 이 가설은 기각되었다.

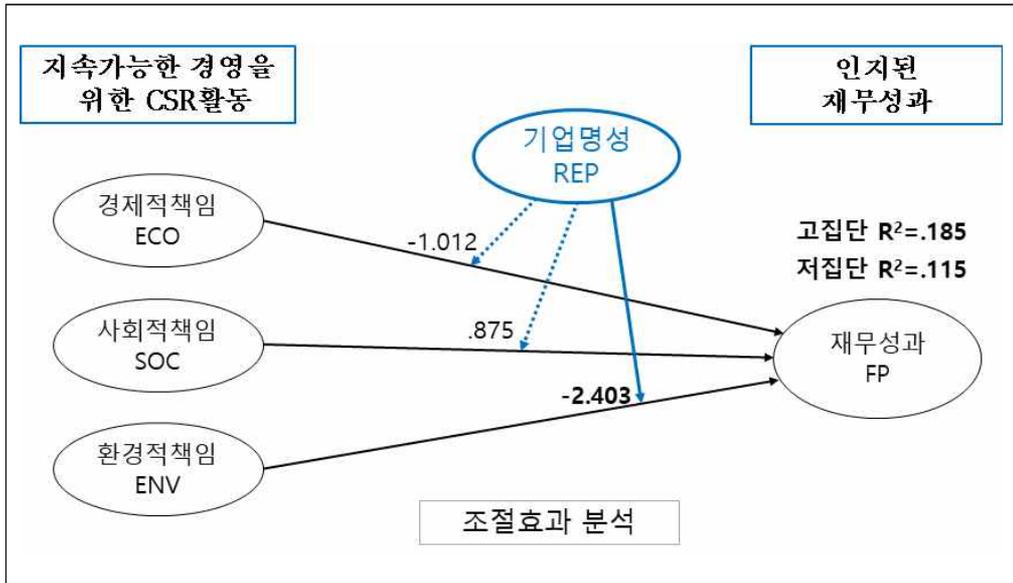
가설 2-2 사회적 책임활동과 재무성과 간의 영향 관계에서 기업 명성이 조절작용을 할 것이다 의 가설은 고집단과 저집단 간 경로차이 값이 .875로 나타나 통계적으로 유의하지 아니하여 조절작용을 하지 않는 것으로 확인되었으며, 이 가설도 기각되었다.

가설 2-3 환경적 책임활동과 재무성과 간의 영향 관계에서 기업 명성이 조절작용을 할 것이다 의 가설은 고집단과 저집단 간 경로차이 값이 -2.403으로 경로차이가 절대 값 1.965 보다 커, 5%의 유의수준에서 통계적으로 유의하여 기업 명성의 조절작용이 확인되었으며 이 가설은 채택되었다.

다중집단 조절효과 분석을 통한 가설 검정 결과는 [표 4-22]에 정리하였고, 결과 모형은 [그림 4-5]과 같다. 결국, 다중집단 간 경로 분석 결과 기업의 CSR 활동의 하부 요소인 경제적, 사회적, 환경적 책임활동과 재무성과 간의 영향 관계에서 기업 명성은 환경적 책임활동이 재무성과에 미치는 영향 관계에서만 조절작용을 하는 것으로 확인되었다.

[표 4-22] 조절 효과 분석 가설검정 결과

조절효과 가설		채택여부
가설 2-1	경제적 책임활동이 인지된 재무성과에 미치는 영향관계에 있어서 기업명성이 조절작용을 할 것이다.	기각
가설 2-2	사회적 책임활동이 인지된 재무성과에 미치는 영향관계에 있어서 기업명성이 조절작용을 할 것이다.	기각
가설 2-3	환경적 책임활동이 인지된 재무성과에 미치는 영향관계에 있어서 기업명성이 조절작용을 할 것이다.	채택



[그림 4-5] 조절효과 가설 검증결과 모형

## 제 6 절 가설 검정결과

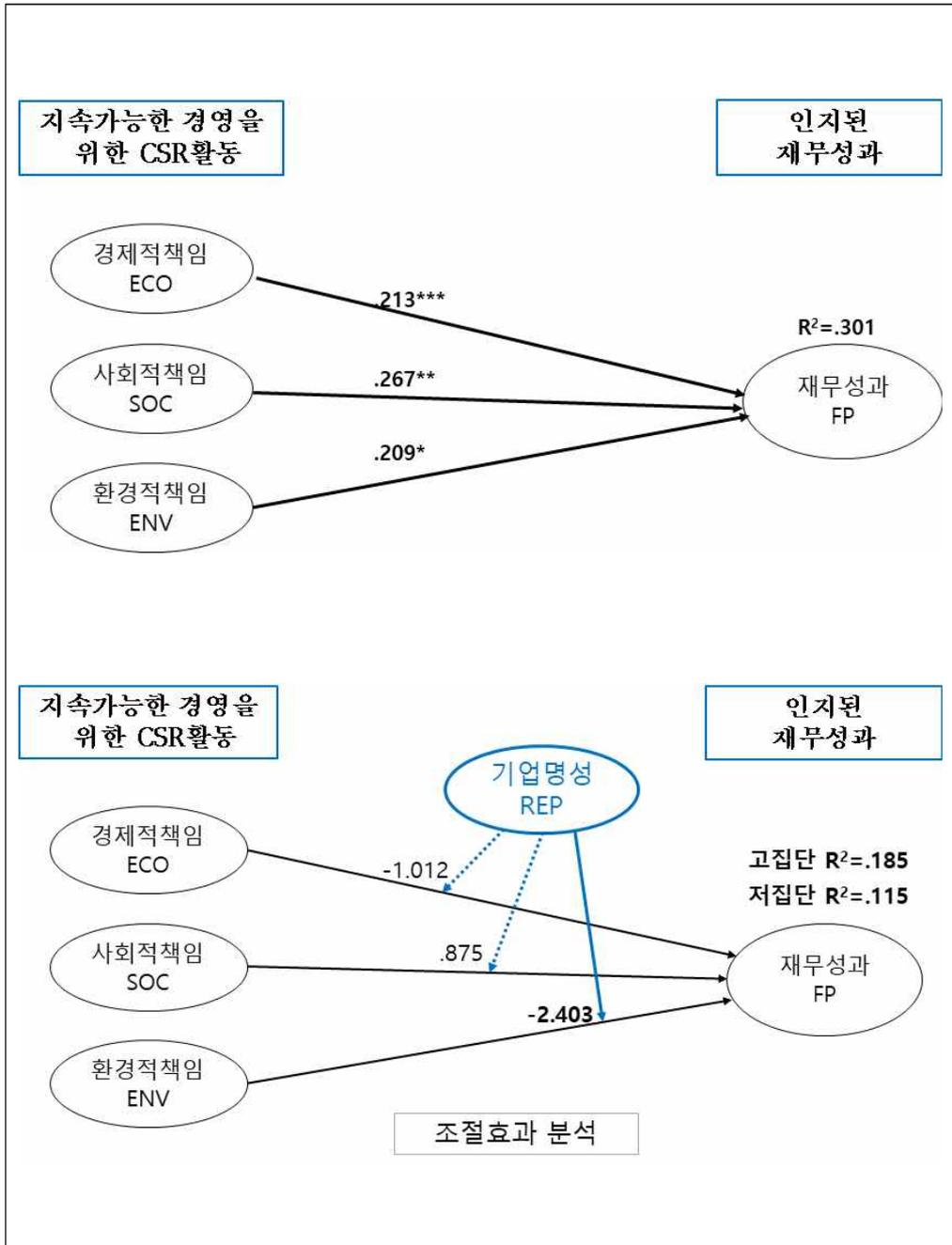
지속 가능한 경영을 위한 기업의 CSR 활동의 하위요소로 설정한 경제적 책임 활동, 사회적 책임활동 및 환경적 책임활동은 모두 재무성과에 정(+,긍정)의 영향을 미치는 것으로 확인되어 설정한 가설이 모두 채택되었다.

기업 명성을 조절변수로 한 다중집단분석에서는 경제적, 사회적, 경제적 책임 활동이 재무성과에 미치는 영향 관계에 있어서 환경적 책임활동이 재무성과에 미치는 영향 관계에서만 기업 명성이 조절작용을 한다는 것을 확인하였다.

검정된 가설들에 대한 결과의 요약은 [표4-23]에 정리되어 있으며, [그림 4-7]은 가설검정결과 모형이다.

[표 4-23] 가설검정 결과 요약

가설의 내용		채택여부
가설 1-1	기업의 경제적 책임활동은 재무성과에 정(+의 영향을 미칠 것이다.	채택
가설 1-2	기업의 사회적 책임활동은 재무성과에 정(+의 영향을 미칠 것이다.	채택
가설 1-3	기업의 환경적 책임활동은 재무성과에 정(+의 영향을 미칠 것이다.	채택
가설 2-1	기업의 경제적 책임활동이 인지된 재무성과에 미치는 영향관계에 있어서 기업명성이 조절작용을 할 것이다.	기각
가설 2-2	기업의 사회적 책임활동이 인지된 재무성과에 미치는 영향관계에 있어서 기업명성이 조절작용을 할 것이다.	기각
가설 2-3	기업의 환경적 책임활동이 인지된 재무성과에 미치는 영향관계에 있어서 기업명성이 조절작용을 할 것이다.	채택



[그림 4-6] 가설 검증결과 모형

## 제 5 장 결 론

### 제 1 절 연구결과 및 시사점

#### 1) 연구결과

##### 가) CSR 활동의 직접효과 확인

CSR 활동과 그 결과물인 재무성과에 미치는 영향을 분석을 통해 CSR 활동의 하위 구성요소로 설정한 기업의 경제적 책임활동, 사회적 책임활동 및 환경적 책임활동 모두 인지된 재무성과에 유의한 영향을 미치는 것을 확인하였다.

많은 선행연구에서 CSR 활동이 재무성과에 미치는 영향에 대하여 긍정적인 결과를 발표하였는데, 이러한 긍정적인 연구들의 결과와 같은 결론을 확인하였다. 다만, 선행연구는 직접 효과보다는 재무성과를 매개하는 변수를 찾아내고 이를 검정하는 연구가 많았다. 기업 경영에서 재무성과를 촉진하거나 매개하는 변수를 찾아내어 이를 검정하는 것도 의미있는 일이다.

##### 나) 기업 명성의 조절효과 확인

기업 명성은 시간이 지남에 따라 이해관계자들이 특정 기업에 대하여 가지는 나름의 평가 또는 매력도 등으로 정의할 수 있는데, CSR 활동이 재무성과에 미치는 영향 관계에서 기업 명성의 부분 조절효과를 확인하였다.

기업 명성을 고집단과 저집단으로 분리하여 다중집단 차이분석을 한 결과 CSR 활동이 재무성과에 미치는 영향 관계에서 환경적 책임 경로에서만 집단 간 차이가 발생한 것으로 확인되었다.

다중집단간 차이분석 이전에 분석한 개별 집단의 기업 명성의 조절 효과를 살펴보면 다음과 같다.

첫째, 고집단과 저집단 모두 경제적 책임활동이 재무성과에 미치는 영향 관계에서 두 집단 모두 통계적으로 유의한 결과를 나타내었다. 즉, 기업 명성을 강하게 인식하거나 낮게 인식하는 정도에 관계없이 기업 명성은 조절작용을 하는 것으로 나타났다.

둘째, 사회적 책임활동이 재무성과에 미치는 영향 관계에 있어서도 두 집단 모두 유의한 결과를 보였다. 기업 명성을 높게 인식하거나 낮게 인식하는 것과 관계없이 기업 명성은 사회적 책임활동이 재무성과에 미치는 영향 관계에서 조절작용을 하는 것으로 확인되었다.

셋째, 환경적 책임활동이 재무성과에 미치는 영향관계에 있어서는 고집단은 조절작용을 확인하였으나, 저집단은 조절작용을 하지 않음을 확인하였다.

## 2) 시사점

### 가) CSR의 직접효과 확인과 관련하여

기업의 CSR 활동의 하위요소인 경제적, 사회적, 환경적 책임활동 모두 인지된 재무성과에 직접적으로 유의한 영향을 미치는 것을 확인하였다. 이런 연구결과는 CSR을 바라보는 기업에게 단순하면서도 강한 메시지를 줄 수 있다. 기업이 수행하는 CSR 활동과 관련된 지출은 비용이 아니라 미래를 위한 투자로 보아야 한다는 인식의 개선을 요구한다.

CSR 활동 중 경제적 책임활동이 재무성과에 긍정적인 영향을 미친다는 것은 당연한 결과로 보인다. 그렇지만, 사회적 책임활동이 재무성과에 미치는 영향에 대하여는 많은 선행연구들이 기각되거나, 부(-)의 영향을 미친다고 주

장하였다. 이는 경제적 관점과 사회적 관점이 상충할 경우에 기업은 경제적 관점을 우선할 수 있기 때문으로 보인다.

본 연구에서 사회적 책임활동이 재무성과에 긍정적인 영향을 미치는 것으로 확인하였는데, 향후 기업은 경제적 관점과 사회적 관점의 CSR 활동이 상충하는 개념이 아닌 상호 보완적이며 통합적인 관계로 인식해야 함을 시사한다.

또한, 환경적 책임활동이 재무성과에 긍정적인 영향을 미친다는 사실을 확인하였는데, 미래 세대를 위해 관리하고 물려 주어야 할 지구의 생태계를 걱정해야 하는 이 시대에 기업이 CSR의 환경적 책임활동을 중요하게 받아들임과 동시에 환경적 가치를 실현하기 위해 노력해야 함을 시사한다.

#### 나) 기업 명성의 조절효과 확인과 관련하여

다중집단의 조절효과 분석 이전에 개별 집단의 조절효과를 분석해 보면 다음과 같다. 우선, 경제적 책임활동이 재무성과에 미치는 영향 관계에서 고집단과 저집단 모두 조절작용을 하는 것으로 나타났는데, 이는 기업 명성의 고저에 관계없이 조절 작용을 하는 것이라는 의미로서 경제적 책임활동을 매우 중요한 가치로 인식하고 있는 것으로 볼 수 있다.

그리고, 사회적 책임활동이 재무성과에 미치는 영향 관계에서도 기업 명성의 두 집단 모두 조절효과가 나타났는데, 이는 사회적 책임활동의 가치도 경제적 책임활동의 가치 못지 않게 중요하게 받아들이는 것으로 해석할 수 있다.

한편, 환경적 책임활동이 재무성과에 미치는 영향 관계에 있어서는 기업 명성 고집단은 조절효과를 확인하였으나, 저집단은 조절효과가 없는 것으로 나타났다. 기업 명성을 강하게 인식할수록 환경적 책임활동의 가치를 중요하

게 인식한다는 것으로 볼 수 있다. 이는 다중집단 간 차이 분석의 결과에서도 확인이 된다.

다중집단 간 차이 분석에서는 환경적 책임활동에 있어 기업 명성의 조절효과를 분명하게 나타낸다. 기업 명성을 강하게 인식하는 집단과 낮게 인식하는 집단 간에 통계적으로 유의미한 차이가 나타나는 것이다. 즉, 기업 명성을 강하게 인식하는 집단일수록 환경적 책임활동과 재무성과의 관계를 강화할 수 있으나, 기업 명성을 낮게 인식하는 집단은 그러하지 않다는 점이다.

따라서, 지속 가능한 경영을 위한 CSR 활동의 중심에 환경적 책임활동을 두고 전개하는 경우 기업 명성의 관점을 충분히 고려하여야 하는데, CSR 활동과 기업 명성의 가치에 대한 인식의 개선이 우선되어야 할 것이다.

또한, CSR 활동의 범위와 목적에 대하여 정확하게 정의를 하는 것이 중요하다. 특히, 환경적 이슈와 관련하여 전개하는 CSR 활동에 대해서는 이해관계자들과 커뮤니케이션을 통해 그 가치를 지속적으로 전달하고 소통함으로써 그들의 호응과 지지를 이끌어 내야 할 것으로 보인다.

기업 명성이라는 가치는 시간의 경과를 전제로 하기 때문에 가치의 제고를 위해서는 많은 노력이 필요하다. 기업 명성은 기업이 소유할 수 있는 소중한 무형자산이지만 기업의 가치를 창출할 수 있는 가능성을 가지고 있으며, 무형적 속성으로 인해 여타 경쟁기업들의 모방이나 복제가 어려우므로 그 가치는 매우 크다고 할 수 있다(Dowling, 2001). 이런 자산은 기업이 전략적으로 관리하여야 한다. 이러한 시사점은 많은 선행연구에서도 밝히고 있으나 우리 기업의 현실은 소수의 기업만 관심이 있는 것으로 보인다. 기업 명성을 전략적 자산으로 키우기 위해 기업 명성의 제고 원칙을 덧붙인다.

명성지수를 최초 개발하여 발표하였던 Fombrun은 기업 명성의 측정 및 분석을 통해 정립한 5가지 원칙을 제시한 바 있다. 첫째, 차별성의 원칙으로

강한 명성은 기업이 자원 보유자의 마음속에 뚜렷한 위치를 소유할 때 발생한다. 둘째, 집중의 원리로서 강한 명성은 기업들이 그들의 행동과 커뮤니케이션을 하나의 핵심 테마로 집중시킬 때 발생한다. 예를 들어 존슨&존슨은 공신력에서 으뜸이다. 이것은 우연이 아닌데, J&J의 모든 중심점은 바로 의사소통이다. 셋째, 일관성의 원칙으로 강한 명성은 기업이 모든 자원 보유자에 대한 그들의 행동과 의사소통에 일관성을 가질 때 발생한다. 넷째, 정체성(아이덴티티)의 원리로 강한 명성의 원칙은 기업들이 옹호하는 아이덴티티 원칙과 일치하는 방식으로 행동할 때 발생한다. 다섯째, 투명성의 원칙으로 강한 명성은 기업이 업무를 수행하는 방식이 투명할 때 발생한다. 투명성은 의사소통을 필요로 한다(Fombrun, 2005).

## 제 2 절 연구한계 및 향후 연구 방향

본 연구에서는 산업별, 업종별 또는 기업의 규모별 특성을 고려하지 않았다. 이후의 연구에서는 이와 관련된 심층적인 분석이 필요해 보인다.

CSR 활동의 직접효과를 검증하였는데, CSR 활동이 재무성으로 나타나는 것은 시간적 경과가 전제되어야 한다는 점에서 시계열적 분석이 필요할 것으로 보인다.

선행연구들을 보면 많은 변수를 사용하여 매개효과를 검증하였는데, 본 연구는 이런 매개효과 분석을 하지 않았다. 우리 기업의 문화와 각 기업의 상황에 합당한 변수를 발굴하여 분석함으로써 CSR 활동의 논리와 근거를 제시한다면 기업의 지속 가능한 경영에 도움이 될 것이다.

CSR 활동의 목표는 시대가 변함에 그 궤를 달리해 왔다. 주로 먹고 사는 문제라 할 수 있는 경제적 관점에서 점차 빈부격차, 노동, 인권, 윤리, 안전 등 사회적인 이슈로 이행해 왔으며, 1990년대 말 이후로는 사회적 이슈뿐만 아니라 환경적 이슈까지 대두되었다. 브룬트랜드의 보고서와 ISI 26000의 정의에서 보는 바와 같이 미래 세대의 욕구를 저해하지 않으면서 현재 세대의 욕구를 충족시킴과 동시에 지속 가능한 발전을 추구하기 위해서는 환경적인 이슈를 CSR 활동의 중요한 목표로 삼아야 할 것이다. 향후 이런 방향으로 많은 연구들이 발표되기를 기대한다.

## 참 고 문 헌

### 1. 국내문헌

- 강소라, & 한수진. (2017). 조직구성원에게 인식된 기업의 사회적 책임, 기업 명성 그리고 조직몰입. *대한경영학회지*, 30(9), 1653-1671.
- 김구배, & 기종진. (2006). 윤리적 가치관이 기업의 사회적 책임과 윤리의 인지된 역할에 미치는 영향. *산업경제연구*, 19(1), 333-352.
- 김만기. (2012). 선거공보물에서 후보자의 메시지 전략 분석-2010년 6·2 지방선거공보를 중심으로. *디지털융복합연구*, 10(7), 69-75.
- 김성욱, & 하규수. (2015). 금융기관의 사회적 책임과 기업명성이 기업충성도에 미치는 영향: 기업신뢰의 매개효과. *벤처창업연구*, 10(3), 27-38.
- 김수중. (2009). 기업의 사회적 책임과 위기관리: 위기관리 2009 여름호
- 김정민. (2018). 기업생태계 순환구조가 기업가정신과 사회적 네트워크를 매개로 기업성장에 미치는 영향 연구. 한성대학교 박사학위논문.
- 김정희. (2015). 기업의 사회적 책임 혜택이 기업평판과 재구매의도에 미치는 영향-대형할인점을 중심으로. *한국물류학회지*, 25(4), 121-133.
- 김태석. (2019). 기업의 CSR활동이 종업원의 CSR태도와 기업명성, 조직시민 행동에 미치는 효과에 관한 연구.
- 김학범. (1998). 다품종 주문생산기업에서의 ABC 모형-사례연구. *회계저널*, 7, 281-304.
- 김혜숙. (2013). 지속가능경영이 공공기관 성과에 미치는 영향 연구. 이화여자 대학교 박사학위논문.
- 김희연, & 유영성. (2007). 경기도립의료원 및 소속 병원의 경영성과 분석. *CEO Report*, 1-72.
- 박명걸. (2014). 기업의 사회적 책임활동이 이해관계자 가치, 평판 및 브랜드 애호도에 미치는 영향: 국내 4 대 주요 은행을 중심으로. 강원대학교 대

학원 박사학위논문.

- 박정은, 이성호, & 채서일. (1998). 서비스 제공자와 소비자간의 관계의 질이 만족과 재구매 의도 관계에 미치는 조정역할에 관한 탐색적 연구. *마케팅 연구, 13*(2), 119-139.
- 박지현, & 김양민. (2014). 기업의 사회적 책임 성과와 기업 성과의 관계에 대한 연구. *인사조직연구, 22*, 1-33.
- 박헌준, 권인수, 신현한, 정지웅, & 문형구. (2004). 기업의 환경성과와 재무 성과의 관계. *한국인사조직학회 발표논문집*, 287-304.
- 반혜정, & 김석수. (2009). 기업의 사회적 책임과 기업능력에 따른 경쟁우위. *대한경영학회지, 22*(4), 2037-2058.
- 배정호. (2016). 중소기업 조직역량이 사회적 책임 (CSR)활동과 경영성과에 미치는 영향. 서울벤처대학교 대학원 박사학위논문.
- 서덕기. (2017). 기업의 사회적책임경영활동이 기업의 재무적 성과에 미치는 영향. 인하대학교 대학원 석사학위논문.
- 서승주. (2016). CSR 활동이 재무성과와 자본비용에 미치는 영향. 경상대학교 대학원 박사 학위논문.
- 서창석, & 박창대. (2002). 호텔기업의 경제적 부가가치 (EVA) 변동에 관한 연구. *호텔경영학연구, 11*(1), 123-147.
- 서창적, & 한원윤. (2000). 조직의 서비스지향성이 기업성과에 미치는 영향. *품질경영학회지, 28*(4), 161-183.
- 서해중. (2016). 기업의 사회적책임활동(CSR) 과 재무성과간의 관계에 관한 연구. 한국항공대학교 대학원 박사학위논문
- 송지준. (2012). 논문작성에 필요한 SPSS AMOS.
- 송지준. (2016). 『논문작성에 필요한 SPSS/AMOS 통계분석방법』. 경기: 21세기사.
- 신건권. (2016). 『Amos 23 통계분석 따라하기(제2판)』. 서울: 도서출판 청람.
- 신민식, 김수은, & 김병수. (2011). 기업의 사회적 책임 지출이 기업가치에 미치는 영향. *금융공학연구, 10*(1), 99-125.
- 안대천,완진,이숙자. (2016). CSR활동의 속성, CSR의 진정성 및 기업이미지

간의 구조관계.

- 오상훈. (2019). 기업의 사회적 책임(CSR)활동이 구성원의 지각된 재무성과에 미치는 영향. 서울벤처대학교 대학원 박사학위논문
- 우종필. (2015). 구조방정식모델에서 통제변수를 사용한 연구모델의 분석: 채널연구에서 힘, 만족, 장기지향성을 중심으로. *한국유통학회 학술대회 발표논문집*, 65-84.
- 우종필. (2014). 『우종필 교수의 구조방정식모델 개념과 이해』. 서울: 한나래출판사.
- 유진국. (1991). 우리나라 기업의 경쟁요인 및 경쟁전략이 사업성과에 미치는 영향에 관한 실증적 연구. 홍익대학교 대학원 박사학위논문,
- 윤각, & 류지영. (2011). CSR 활동의 내부 마케팅 효과 연구-기업명성과 임직원들의 직무만족을 중심으로. *홍보학 연구*, 15(3), 41-76.
- 윤병훈. (2017). 핀테크의 서비스품질, 기술수용이 만족도, 재이용의도, 공유가치창출, 기업명성에 미치는 영향 연구. 한성대학교 대학원 박사학위논문.
- 이민식, & 안대천. (2014). 경기상황에 따른 여성고정관념형 제품의 광고효과에 관한 연구: 립스틱 효과를 중심으로. *광고연구*, (101), 217-252.
- 이재훈, 이도형, & 박신영. (2012). 평판과 네트워크 유형이 중소기업의 성과에 미치는 영향에 관한 연구. *중소기업연구*, 34(1), 121-138.
- 이종문. (2017). 컨설팅사 특성 및 컨설턴트의 자질이 컨설팅 수용의도에 미치는 영향에 관한 연구. 한성대학교 대학원 석사학위논문
- 장지인, & 최헌섭. (2010). 기업의 사회적 책임 (CSR) 과 재무성과와의 관계. *대한경영학회지*, 23(2), 633-648.
- 전예원. (2015). 기업의 사회적책임(CSR) 활동이 재무성과 및 지속가능성에 미치는 영향. 서울대학교 대학원 석사학위논문.
- 조상미, 권소일, & 김수정. (2012). 조직요인은 사회적 기업의 성과에 영향을 미치는가?. *한국사회복지학*, 64(3), 29-50.
- 조원섭. (2007). 비재무적 성과가 재무적 성과에 미치는 영향: 균형성과표(BSC)의 성과측정관점을 중심으로. *관광연구*, 22(3), 25-39.

- 천미림. (2012). 기업의 사회적 책임활동이 자기자본비용에 미치는 영향. *회계정보연구*, 30(4), 289-312.
- 최윤슬, & 염동섭. (2018). 기업의 사회적 책임 광고 (CSR) 효과 연구: 광고 유형, 기업 명성, 브랜드 - 공익 관련성을 중심으로. *광고 PR 실학연구*, 11, 149-179.
- 한원윤. (2000). 조직의 서비스지향성이 기업성과에 미치는 영향에 관한 연구. 서강대학교 대학원 석사학위논문, 1-50.
- 한충근. (2018). 지각된 위험특성과 사용자 특성이 비대면 금융거래시스템 사용의도에 미치는 영향. 한성대학교 대학원 박사학위논문.
- 홍종호. (2005). [특집-기업의 사회적 책임과 대안의 기업] 기업 지속 가능성의 국제 동향과 과제. *환경과생명*, 55-71.

## 2. 국외문헌

- Aguinis, H., & Glavas, A. (2012). What we know and don't know about corporate social responsibility: A review and research agenda. *Journal of management*, 38(4), 932-968.
- Adamson, P., Andreopoulos, C., Arms, K. E., Armstrong, R., Auty, D. J., Ayres, D. S., ... & Becker, B. R. (2008). Measurement of neutrino oscillations with the MINOS detectors in the NuMI beam. *Physical Review Letters*, 101(13), 131802.
- Alutto, J. A., & Belasco, J. A. (1970). Decisional Participation Among Teaching
- Aragón-Correa, J. A., Hurtado-Torres, N., Sharma, S., & García-Morales, V. J. (2008). Environmental strategy and performance in small firms: A resource-based perspective. *Journal of environmental management*, 86(1), 88-103.
- Aupperle, K. E., Carroll, A. B., & Hatfield, J. D. (1985). An empirical examination of the relationship between corporate social responsibility and profitability. *Academy of management Journal*, 28(2), 446-463.
- Bartlett, A., & Preston, D. (2000). Can ethical behaviour really exist in business. *Journal of Business Ethics*, 23(2), 199-209.
- Beard, D. W., & Dess, G. G. (1981). Corporate-level strategy, business-level strategy, and firm performance. *Academy of management Journal*, 24(4), 663-688.
- Bharadwaj, S. G. (1995). Industry structure, competitive strategy, and firm-specific intangibles as determinants of business unit performance: Towards an integrative model.
- Bowen, H. R. (1953). Social Responsibilities of the Businessman Harper & Row. *New York*.

- Bowen, H. R. (2013). *Social responsibilities of the businessman*. University of Iowa Press.
- Brammer, S., Brooks, C., & Pavelin, S. (2006). Corporate social performance and stock returns: UK evidence from disaggregate measures. *Financial management, 35*(3), 97–116.
- Brammer, S., Millington, A., & Rayton, B. (2007). The contribution of corporate social responsibility to organizational commitment. *The International Journal of Human Resource Management, 18*(10), 1701–1719.
- Brancato, C., Tonello, M., Hexter, E., & Newman, K. R. (2006). The role of US corporate boards in enterprise risk management. the conference board research report no.
- Brewer, G. A., & Selden, S. C. (2000). Why elephants gallop: Assessing and predicting organizational performance in federal agencies. *Journal of public administration research and theory, 10*(4), 685–712.
- Brown, T. J., & Dacin, P. A. (1997). The company and the product: Corporate associations and consumer product responses. *Journal of marketing, 61*(1), 68–84.
- Carroll, A. B. (1991). The pyramid of corporate social responsibility: Toward the moral management of organizational stakeholders. *Business horizons, 34*(4), 39–48.
- Carroll, A. B. (1999). Corporate social responsibility: Evolution of a definitional construct. *Business & society, 38*(3), 268–295.
- Carroll, J. B. (1991). Still no demonstration that g is not unitary: Further comment on Kranzler and Jensen. *Intelligence, 15*(4), 449–453.
- Carter, C. R., & Rogers, D. S. (2008). A framework of sustainable supply chain management: moving toward new theory. *International journal of physical distribution & logistics management, 38*(5), 360–387.
- Choi, J. S., Kwak, Y. M., & Choe, C. (2010). Corporate social responsibility

- and corporate financial performance: Evidence from Korea. *Australian journal of management*, 35(3), 291–311.
- Dahlsrud, A. (2008). How corporate social responsibility is defined: an analysis of 37 definitions. *Corporate social responsibility and environmental management*, 15(1), 1–13.
- De Cremer, D., & Tyler, T. R. (2005). Am I respected or not?: Inclusion and reputation as issues in group membership. *Social Justice Research*, 18(2), 121–153.
- De Grosbois, D. (2016). Corporate social responsibility reporting in the cruise tourism industry: a performance evaluation using a new institutional theory based model. *Journal of Sustainable Tourism*, 24(2), 245–269.
- Deephouse, D. (2002). The term Reputation Management: Users, uses and the trademark tradeoff. *Corporate Reputation Review*, 5(1), 9~18.
- Drew, T., & Vogel, E. K. (2008). Neural measures of individual differences in selecting and tracking multiple moving objects. *Journal of Neuroscience*, 28(16), 4183–4191.
- El Ghoul, S., Guedhami, O., Kwok, C. C., & Mishra, D. R. (2011). Does corporate social responsibility affect the cost of capital?. *Journal of Banking & Finance*, 35(9), 2388–2406.
- Elkington, J. (2013). Enter the triple bottom line. In *The triple bottom line* (pp. 23–38). Routledge.
- Elkington, J., & Rowlands, I. H. (1999). Cannibals with forks: the triple bottom line of 21st century business. *Alternatives Journal*, 25(4), 42.
- Epstein, E. M. (1987). The corporate social policy process: Beyond business ethics, corporate social responsibility, and corporate social responsiveness. *California management review*, 29(3), 99–114.
- Epstein, M. J., & Roy, M. J. (2001). Sustainability in action: Identifying and measuring the key performance drivers. *Long range planning*, 34(5), 585–604.

- Epstein, M. J., & Roy, M. J. (2003). Improving sustainability performance: specifying, implementing and measuring key principles. *Journal of General Management*, 29(1), 15–31.
- Esrock, S. L., & Leichty, G. B. (1998). Social responsibility and corporate web pages: self–presentation or agenda–setting?. *Public relations review*, 24(3), 305–319.
- Etzioni, A. (1975). *Comparative analysis of complex organizations*, rev. Simon and Schuster.
- Fama, E. F., & French, K. R. (2004). The capital asset pricing model: Theory and evidence. *Journal of economic perspectives*, 18(3), 25–46.
- Fiske, S. T. (1992). Thinking is for doing: portraits of social cognition from daguerreotype to laserphoto. *Journal of personality and social psychology*, 63(6), 877.
- Fombrun, C. J. (2001). Corporate reputations as economic assets. *The Blackwell handbook of strategic management*, 289–312.
- Fombrun, C. J. (2005). A world of reputation research, analysis and thinking —building corporate reputation through CSR initiatives: evolving standards. *Corporate reputation review*, 8(1), 7–12.
- Fombrun, C. J., Gardberg, N. A., & Barnett, M. L. (2000). Opportunity platforms and safety nets: Corporate citizenship and reputational risk. *Business and society review*, 105(1), 85–106.
- Fombrun, C. J., Van Riel, C. B., & Van Riel, C. (2004). *Fame & fortune: How successful companies build winning reputations*. FT Press.
- Fombrun, C., & Shanley, M. (1990). What's in a name? Reputation building and corporate strategy. *Academy of management Journal*, 33(2), 233–258.
- Fombrun, C., & Van Riel, C. (1997). The reputational landscape. *Corporate reputation review*, 1–16.
- Fombrun, S. and Van Riel, C. (1997), "The reputational landscape",

- Corporate Reputation Review* , Vol. 1, No. 1 and 2, pp. 5–13.
- Frederick, W. C. (1960). The growing concern over business responsibility. *California management review*, 2(4), 54–61.
- Freeman, R. E. (1984). *Strategic Management: A Stakeholder Approach*. Pitman Publishing: Boston, MA..
- Goel, P. (2010). Triple Bottom Line Reporting: An Analytical Approach for Corporate Sustainability. *Journal of Finance, Accounting & Management*, 1(1).
- Goss, A., & Roberts, G. S. (2011). The impact of corporate social responsibility on the cost of bank loans. *Journal of Banking & Finance*, 35(7), 1794–1810.
- Gotsi, M., & Wilson, A. M. (2001). Corporate reputation: seeking a definition. *Corporate communications: An international journal*, 6(1), 24–30.
- Graves, R. J., Haddock, J., Heragu, S. S., Malmborg, C. J., & Selwood, C. (1997, October). Recent developments in manufacturing systems engineering curricula at Rensselaer. In *1997 IEEE International Conference on Systems, Man, and Cybernetics. Computational Cybernetics and Simulation* (Vol. 3, pp. 2893–2896). IEEE.
- Greyser, S. A. (1999). Advancing and enhancing corporate reputation. *Corporate Communications: An International Journal*, 4(4), 177–181.
- Griffin, J. J., & Mahon, J. F. (1997). The corporate social performance and corporate financial performance debate: Twenty-five years of incomparable research. *Business & society*, 36(1), 5–31.
- Groza, M. D., Pronschinske, M. R., & Walker, M. (2011). Perceived organizational motives and consumer responses to proactive and reactive CSR. *Journal of Business Ethics*, 102(4), 639–652.
- Hammann, E. M., Habisch, A., & Pechlaner, H. (2009). Values that create

- value: socially responsible business practices in SMEs—empirical evidence from German companies. *Business Ethics: A European Review*, 18(1), 37–51.
- Harrison, J. S., & Freeman, R. E. (1999). Stakeholders, social responsibility, and performance: Empirical evidence and theoretical perspectives. *Academy of management Journal*, 42(5), 479–485.
- Hart, S. (2009). Joel Harmon, Flynn Bucy, Susan Nickbarg, Govi Rao, and Jeana Wirtenberg.
- Hillman, A. J., & Keim, G. D. (2001). Shareholder value, stakeholder management, and social issues: what's the bottom line?. *Strategic management journal*, 22(2), 125–139.
- Joiner, T. A., & Bartram, T. (2004). How empowerment and social support affect Australian nurses' work stressors. *Australian Health Review*, 28(1), 56–64.
- Kearney, M., Shine, R., & Porter, W. P. (2009). The potential for behavioral thermoregulation to buffer “cold-blooded” animals against climate warming. *Proceedings of the National Academy of Sciences*, 106(10), 3835–3840.
- Khan, M. Y., Jamil, A., Khan, U. A., Kareem, U., & Imran, G. (2012). Female Students Opinion about Women's Participation in Sports. *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*, 2(9), 275.
- Kleyn, N., Abratt, R., Chipp, K., & Goldman, M. (2012). Building a strong corporate ethical identity: Key findings from suppliers. *California Management Review*, 54(3), 61–76.
- Kline, R. B. (2005). Methodology in the social sciences.
- Kline, R. B. (2011). Convergence of structural equation modeling and multilevel modeling. na.
- Lebas, M. J. (1995). Performance measurement and performance management. *International journal of production economics*, 41(1–3),

23–35.

- Lee, D. H., Kim, S. K., Kim, M. K., & Shin, D. H. (2010). An Analysis of Managerial and Organizational Status of Korean Construction Firms. *Korean Journal of Construction Engineering and Management*, 11(1), 38–47.
- Lindsay, L., Jackson, L. A., Savitz, D. A., Weber, D. J., Koch, G. G., Kong, L., & Guess, H. A. (2006). Community influenza activity and risk of acute influenza-like illness episodes among healthy unvaccinated pregnant and postpartum women. *American journal of epidemiology*, 163(9), 838–848.
- Maignan, I., Ferrell, O. C., & Ferrell, L. (2005). A stakeholder model for implementing social responsibility in marketing. *European journal of marketing*, 39(9/10), 956–977.
- Meadows, D. H., Meadows, D. L., Randers, J., & Behrens, W. W. (1972). The limits to growth. *New York*, 102, 27.
- Orlitzky, M. (2013). Corporate social responsibility, noise, and stock market volatility. *Academy of Management Perspectives*, 27(3), 238–254.
- Perrini, F., Russo, A., Tencati, A., & Vurro, C. (2011). Deconstructing the relationship between corporate social and financial performance. *Journal of Business Ethics*, 102(1), 59–76.
- Shoham, A. (1998). Export performance: A conceptualization and empirical assessment. *Journal of international marketing*, 6(3), 59–81.
- Spangenberg, J. H. (2005). Economic sustainability of the economy: concepts and indicators. *International journal of sustainable development*, 8(1–2), 47–64.
- Topalian, A. (1984). Corporate identity: beyond the visual overstatements. *International Journal of Advertising*, 3(1), 55–62.
- Torgerson, P. R., Dowling, P. M., & Abo-Shehada, M. N. (2001). Estimating the economic effects of cystic echinococcosis. Part 3: Jordan, a

- developing country with lower–middle income. *Annals of Tropical Medicine & Parasitology*, 95(6), 595–603.
- Van de Ven, A. H., & Ferry, D. L. (1980). *Measuring and assessing organizations*. John Wiley & Sons.
- Van Riel, C. B., & Balmer, J. M. (1997). Corporate identity: the concept, its measurement and management. *European journal of marketing*, 31(5/6), 340–355.
- Van Riel, C. B., & Fombrun, C. J. (2007). *Essentials of corporate communication: Implementing practices for effective reputation management*. Routledge.
- Van Marrewijk, M. (2003). Concepts and definitions of CSR and corporate sustainability: Between agency and communion. *Journal of business ethics*, 44(2–3), 95–105.
- Venkatraman, N. (1989). Strategic orientation of business enterprises: The construct, dimensionality, and measurement. *Management science*, 35(8), 942–962.
- Venkatraman, N., & Ramanujam, V. (1987). Measurement of business economic performance: An examination of method convergence. *Journal of management*, 13(1), 109–122.
- Vogel, D., & Balakrishnan, R. (2005, October). Distant freehand pointing and clicking on very large, high resolution displays. In *Proceedings of the 18th annual ACM symposium on User interface software and technology* (pp. 33–42). ACM.
- Vourvachis, P. (2007). On the use of content analysis (CA) in corporate social reporting (CSR): revisiting the debate on the units of analysis and the ways to define them.
- Walton, C. C. (1967). *Corporate social responsibilities*. Wadsworth Publishing Company.

# 부 록

## 설 문 지

안녕하십니까?

바쁘신 중에도 본 설문조사에 참여해 주셔서 대단히 감사합니다.

본 설문조사는 많은 기업들이 수행하고 있는 사회적 책임(CSR: Corporate Social Responsibility) 활동에 관한 연구의 자료수집을 위하여 실시하고 있습니다.

본 연구는 CSR 활동과 재무성과 간의 인과관계를 밝히고, CSR 활동이 재무 성과에 미치는 영향 관계에 있어서 기업 명성이 조절작용을 하는지를 확인하고자 합니다.

본 설문에 대한 귀하의 응답은 익명으로 처리하며, 조사결과 또한 통계법 제 33조 및 제 34조에 따라 학문적 목적 이외에는 사용하지 않을 것입니다.

귀하가 평소에 느끼신 바를 솔직하게 표현해 주신다면 본 연구의 귀중한 자료로 활용될 것입니다. 본 설문 조사에 참여해 주셔서 감사합니다.

2019년 10월

한성대학교 지식서비스&컨설팅대학원 매니지먼트컨설팅 전공

연구자 : 표 순 천

지도교수 : 김 상 봉

I - 1. 기업의 CSR 활동 중 경제적 책임활동에 관한 설문입니다. 귀하의 의견과 가장 근접한 곳에 체크(V) 또는 기입하여 주시기 바랍니다.

(5점 리커트 척도 : 1. 전혀 그렇지 않다~ 5. 매우 그렇다)

1. 우리 회사는 매출액 증대를 위해 노력하고 있다.
2. 우리 회사는 수익성 향상을 위해 노력하고 있다.
3. 우리 회사는 시장 점유율을 높이기 위해 노력하고 있다.
4. 우리 회사는 제품 및 서비스의 수준을 향상시키기 위해 노력하고 있다.
5. 우리 회사는 고객 만족 경영을 위해 노력하고 있다.
6. 우리 회사는 경쟁환경에 능동적으로 대응하기 위해 노력하고 있다.
7. 우리 회사는 제품 및 서비스에서 발생하는 리스크 관리를 위해 노력하고 있다.
8. 우리 회사는 성장을 위하여 신사업 창출을 위한 노력을 하고 있다.
9. 우리 회사는 핵심역량을 개발하기 위하여 노력하고 있다.

I-2. 기업의 CSR 활동 중 사회적 책임활동에 관한 설문입니다. 귀하의 의견과 가장 근접한 곳에 체크(√) 또는 기입하여 주시기 바랍니다.

(5점 리커트 척도 : 1. 전혀 그렇지 않다~ 5. 매우 그렇다)

1. 우리 회사는 고용창출 확대를 위하여 노력하고 있다.
2. 우리 회사는 제조물 책임에 대한 대책 수립과 이행을 위하여 노력하고 있다.
3. 우리 회사는 공익사업(교육, 문화, 예술 활동)을 잘 실현하기 위하여 노력하고 있다.
4. 우리 회사는 기부 활동에 참여하기 위하여 노력하고 있다.
5. 우리 회사는 사회적 약자를 보호하기 위하여 노력하고 있다.
6. 우리 회사는 고객보호와 제품 책임을 위한 전담조직을 운영하고 있으며, 소비자 보호와 제품에 대한 책임을 위하여 노력하고 있다.
7. 우리 회사는 고객의 권익을 보호 및 강화하기 위하여 노력하고 있다.
8. 우리 회사는 고객 불만과 요구 사항을 즉각 실현하기 위하여 노력하고 있다.

I-3. 기업의 CSR 활동 중 환경적 책임활동에 관한 설문입니다. 귀하의 의견과 가장 근접한 곳에 체크 (√) 또는 기입하여 주시기 바랍니다.

(5점 리커트 척도 : 1. 전혀 그렇지 않다~ 5. 매우 그렇다)

1. 우리 회사는 에너지 효율을 높이기 위해 노력하고 있다.
2. 우리 회사는 분리수거 또는 재활용 등의 환경보호 활동을 위해 노력하고 있다.
3. 우리 회사는 온실가스를 감축하기 위해 노력하고 있다.
4. 우리 회사는 환경오염을 유발할 수 있는 폐자원을 수거 또는 줄이려고 노력하고 있다.
5. 우리 회사는 재생 가능하고 친환경적 원재료 사용을 위해 노력하고 있다.
6. 우리 회사는 친환경 제품 생산을 위해 노력하고 있다.
7. 우리 회사는 환경보호를 위한 캠페인 활동을 정기적으로 실시하고 있는 것 같다.
8. 우리 회사는 환경 관련 법규 및 내규를 준수하기 위해 노력하고 있다.
9. 우리 회사는 재생에너지 개발과 이용을 위하여 노력하고 있다.

Ⅱ. 기업의 CSR 활동과 재무성과 간의 관계에서 기업 명성의 영향에 관한 설문입니다. 귀하의 생각과 가장 근접한 곳에 체크(V) 또는 기입하여 주시기 바랍니다.

(5점 리커트 척도 : 1. 전혀 그렇지 않다~ 5. 매우 그렇다)

1. 우리 회사의 제품(또는 서비스)은 품질이 좋은 편이다
2. 우리 회사의 제품(또는 서비스)은 신뢰할 수 있다.
3. 우리 회사는 건전한 경영활동을 수행하고 있다.
4. 우리 회사는 준법 경영을 잘 수행하고 있다.
5. 우리 회사는 향후 성장가능성이 높다.
6. 우리 회사는 업계에서 (뛰어난) 리더십을 발휘하고 있다.
7. 우리 회사는 고객에게 친근한 회사로 알려져 있다.
8. 우리 회사는 사회적 책임 및 사회공헌을 활발히 하고 있다.
9. 우리 회사에 대한 기업 이미지는 긍정적이다.

Ⅲ. 기업의 CSR 활동과 재무성과 간의 관계에 관한 설문입니다. 귀하의 생각

과 가장 근접한 곳에 체크(✓) 또는 기입하여 주시기 바랍니다.

(5점 리커트 척도 : 1. 전혀 그렇지 않다~ 5. 매우 그렇다)

1. 우리 회사의 매출액은 지난 3년간 경쟁사 대비 우위에 있다.
2. 우리 회사의 영업이익은 지난 3년간 경쟁사 대비 우위에 있다.
3. 우리 회사의 총자산이익률(ROI)은 지난 3년간 경쟁사 대비 우위에 있다.
4. 우리 회사의 시장점유율은 지난 3년간 경쟁사 대비 우위에 있다.
5. 우리 회사의 확보 고객 수는 지난 3년간 경쟁사 대비 우위에 있다.

IV. 다음은 응답자의 인구통계학적 특성에 관한 질문입니다. 해당하는 곳에 체크(✓) 또는 기입하여 주시기 바랍니다.

1. 귀하의 성별은 어떻게 되십니까?

- ① 남자      ② 여자

2. 귀하의 연령은 어떻게 되십니까?

- ① 29세 이하  
② 30~39세  
③ 40~49세  
④ 50~59세  
⑤ 60세 이상

3. 귀하의 직장 근무 년수는 얼마나 되십니까?

- ① 5년 미만  
② 5년 ~ 10년 미만  
③ 10년 ~ 15년 미만  
④ 15년 ~ 20년 미만  
⑤ 20년 ~ 25년 미만  
⑥ 25년 이상

4. 귀하의 회사내 직위는 어떻게 되십니까?

- ① 사원, 주임, 대리
- ② 과장, 차장
- ③ 부장, 본부장
- ④ 임원급(상무, 전무 등)
- ⑤ CEO, 대표, 대표이사

5. 귀하가 담당하는 직무는 무엇입니까?

- ① 경영지원, 관리사무직
- ② 생산직
- ③ 영업직
- ④ 연구개발직
- ⑤ 기타

6. 귀하의 회사는 어디에 본사가 있습니까?

- ① 서울 ② 인천/경기도 ③ 대전/충청도 ④ 부산/대구/울산/경상도
- ⑤ 광주/전라도 ⑥ 강원도 ⑦ 제주도

7. 귀하가 근무하는 회사의 규모는?

- ① 중소기업 ② 중견기업 ③ 대기업

8. 귀하가 근무하는 회사의 업종은?

- ① 농업, 임업, 어업(수산업) 및 광업
- ② 제조업
- ③ 전기,가스,증기 및 공기조절 공급업
- ④ 수도, 하수 및 폐기물 처리, 원료재생업
- ⑤ 건설업
- ⑥ 도매 및 소매업
- ⑦ 숙박 음식점업

- ⑧ 운수 및 창고업
- ⑨ 정보통신업
- ⑩ 금융 보험업
- ⑪ 전문 과학 및 기술 서비스업
- ⑫ 교육서비스업
- ⑬ 보건업 및 사회복지 서비스업
- ⑭ 기타

8-1. 귀하의 회사가 제조업인 경우 어느 산업섹터에 해당합니까?

- ① 전기/전자
- ② 정보통신/ICT
- ③ 기계 및 장비
- ④ 기초금속 및 조립금속제품
- ⑤ 화학약품 및 화학제품
- ⑥ 고무 및 플라스틱제품
- ⑦ 섬유 및 섬유제품
- ⑧ 부품소재 ⑨식품/음료/화장품
- ⑩ 도금, 도장
- ⑪ 의료기기
- ⑫ 의류,패션,잡화
- ⑬ 기타 제조

9. 귀하가 근무하는 회사의 지난 년도(2018년) 매출액 규모는?

- ① 10억원 미만
- ② 10억원 ~ 50억원 미만
- ③ 50억원 ~ 100억원 미만
- ④ 100억원 ~ 300억원 미만
- ⑤ 300억원 ~ 500억원 미만
- ⑥ 500억원 ~ 1,000억원 미만

- ⑦ 1000억원 ~ 1,500억원 미만
- ⑧ 1,500억원 ~ 5,000억원 미만
- ⑨ 5,000억원 이상

10. 귀하가 근무하는 회사의 종업원 수는 몇 명 정도 됩니까?

- ① 9명 이하
- ② 10~29명
- ③ 30~49명
- ④ 50~99명
- ⑤ 100~299명
- ⑥ 300~499명
- ⑦ 500명 이상

11. 귀사의 회사는 설립한 지 얼마나 되었습니까?

- ① 5년 미만
- ② 5년 ~15년 미만
- ③ 15년 ~ 25년 미만
- ④ 25년 ~ 35년 미만
- ⑤ 35년 ~ 50년 미만
- ⑥ 50년 이상

12. 귀사는 사회적 책임(CSR) 활동을 전담하는 부서가 있습니까?

- ① 없다
- ② 겸직하는 직원이 있다.
- ③ 전담하는 직원이 있다.
- ④ 전담하는 팀 또는 부서가 있다.

## ABSTRACT

Effects of CSR Activities for Sustainable Management  
on the Perceived Financial Performance  
– Focusing on the Moderating Effect of Corporate  
Reputation –

Pyo, Soon-Chun

Major in Management Consulting

Dept. of Knowledge Service & Consulting

Graduate School of Knowledge Service

Consulting

Hansung University

The business environment of a company is becoming increasingly difficult. Without an accurate recognition of the objective of CSR activities from an economic point of view to a social point of view and again to an environmental point of view, a sustainable development of an enterprise becomes remote. However, companies must survive and further grow together while communicating with stakeholders. Businesses should actively and actively communicate with their communities and perform the social responsibilities assigned to them, as well as achieving the entity's own. A company's CSR activities are a critical factor in its sustainable management, and ignoring them will inevitably bring down the value of This study was initiated to understand the circumstances of these entities and to provide a relevant direction for the entity's CSR activities. It provides the rationale for whether the budget spent on CSR

activities should be recognised as an expense or as an investment for the future of the entity's performance. First, the concepts and components of CSR activities were identified through the preceding study and the assumptions that the components would have a positive effect on the financial performance of the entity were made. In addition, the concept of an intangible asset, the entity's reputation, was compiled through prior research and literature, and analyzed whether the entity's reputation has an adjustment in the relationship of CSR activities' impact on financial performance. To ensure sustainable management, an entity must make difficult decisions. The findings of this study would be successful if they could help the decision-making and also provide direction for the companies involved in the CSR. In summary, the conclusions are as follows: First, the three components of CSR activities presented by Elkington, economic responsibility activities, social responsibility activities and environmental responsibility activities, were found to have a positive effect on perceived financial performance. In particular, it is meaningful to confirm the impact of social and environmental responsibility activities on financial performance. Second, the differences between multiple groups were analyzed by separating the corporate reputation into a rigid and a low group in relation to the control of the corporate reputation. As a result, among the three components of economic, social and environmental responsibility activities, the company's reputation has been controlled in the context of the relationship between environmental responsibility activities on financial performance. In other words, the stronger the recognition of a corporate reputation, the stronger the relationship between environmental responsibility activities and financial performance can be. Therefore, an entity would have to understand and strategically manage the value of its intangible asset, the entity's reputation.

**【Key words】** sustainable management, sustainable development, CSR, corporate social responsibility, CSR activities, economic responsibility activities, social responsibility activities, environmental responsibility activities, perceived financial performance, corporate reputation