



저작자표시-비영리-변경금지 2.0 대한민국

이용자는 아래의 조건을 따르는 경우에 한하여 자유롭게

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

다음과 같은 조건을 따라야 합니다:



저작자표시. 귀하는 원저작자를 표시하여야 합니다.



비영리. 귀하는 이 저작물을 영리 목적으로 이용할 수 없습니다.



변경금지. 귀하는 이 저작물을 개작, 변형 또는 가공할 수 없습니다.

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

저작권법에 따른 이용자의 권리는 위의 내용에 의하여 영향을 받지 않습니다.

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

[Disclaimer](#)

공기업정책학 석사 학위논문

기업의 사회적 책임(CSR) 활동  
영향요인 연구

2018년 8월

서울대학교 행정대학원

공기업정책학과

여 용 길

# 기업의 사회적 책임(CSR) 활동 영향요인 연구

지도교수 전 영 한

이 논문을 공기업정책학 석사 학위논문으로 제출함  
2018년 5월

서울대학교 행정대학원  
공기업정책학과  
여 용 길

여용길의 석사 학위논문을 인준함  
2018년 6월

위 원 장 김 준 기 (인)

부위원장 정 광 호 (인)

위 원 전 영 한 (인)

## 국문초록

오늘날의 기업환경은, 기업을 둘러싼 많은 이해관계자들의 요구가 이전보다 더 다양하게 표출되어짐에 따라, 기업의 사회적 책임(Corporate Social Responsibility, CSR)에 대한 그 중요성도 더해져가고 있다. 기업의 사회적 책임(CSR)은 기업의 이해관계자들에게 해당 기업 또는 경영진이 마땅히 하도록 예상 되어지는 일종의 의무를 말한다.

따라서, 기업들은 보다 급변하는 환경에서 다양한 이해관계자들의 요구사항을 선제적으로 파악하고 분석함으로써, 기업경영에 반영하는 능동적인 CSR 추진이 필요시 되고 있다.

흥미로운 것은 CSR 성과가 좋은 기업이 재무적 성과를 향상시킨다는 선의경영(good management) 관점과 이와는 반대로 재무성과 등이 좋은 기업이 CSR 활동을 적극적으로 실행한다는 여유자원(slack resources) 관점을 뒷받침하는 연구들이 있었다는 것이다.

한편, 21C에 들어서면서 기업의 지속가능성(corporate sustainability)과 CSR과의 연관성을 제시하려는 움직임이 더욱 커져가고 있어, CSR을 전략적으로 접근함으로써 궁극적으로 기업의 조직성과와의 연계성을 제시하는 연구들도 있었다.

그러나, 많은 선행연구들이 CSR 활동이 조직성과에 미치는 영향에 대해 검증은 하였지만, 조직성과와 조직규모가 CSR 도입 적극성과 가지는 관련성을 직접적으로 검증한 연구는 상대적으로 드물었다.

본 연구에서는 이러한 기존 연구들의 검증결과를 기초로 하여, 기업의 조직성과 및 조직규모가 CSR 도입 적극성에 미치는 영향을 실증적으로 분석하고자 하였다. 이를 위하여 한국노동연구원에서 시행한 사업체패널조사 자료를 사용하여, 조직성과 및 조직규모가 CSR 도입 적극성에 어떠한 영향을 미치는지를 살펴보았다.

먼저, 독립변수는 노동생산성, 매출액순이익률 및 조직규모로 하여 한국노동연구원의 2011년 사업체 패널조사 자료를 활용하였고, 종속변수는

2013년 자료를 활용한 CSR 도입 적극성으로 하여, 업종과 기업연령을 통제된 상태에서, 독립변수와 종속변수간의 인과관계(causal effect)를 분석하였다.

조사 자료에 대한 통계분석은, SPSS 통계패키지를 이용하여 빈도분석 실시 후, 변수들 간의 상관관계를 분석하였고, 연구가설 검증을 위해 다중회귀분석(Multiple Regression Analysis)을 실시하였다.

실증분석 결과, ‘조직성도가 높은 기업일수록, CSR 도입에 적극적일 것이다’라는 가설의 경우 먼저, ‘노동생산성이 높은 기업일수록, CSR 도입에 적극적일 것이다’라는 하위가설의 검증결과는 통계적으로 유의미한 영향을 미치는 것으로 나타났고, ‘매출액순이익률이 높은 기업일수록, CSR 도입에 적극적일 것이다’라는 하위가설의 검증결과도 긍정적으로 파악되었다. 또한, ‘조직규모가 큰 기업일수록, CSR 도입에 적극적일 것이다’라는 가설의 검증결과도 조직규모가 CSR 도입에 긍정적인 영향을 주는 것으로 나타났다.

이는 조직성도가 좋은 기업들과 조직규모가 큰 기업들이, CSR 조직 및 제도를 보다 적극적으로 운영하고 있다는 기존의 연구결과를 지지하는 것이라 할 수 있다.

오늘날 많은 기업들은 CSR 활동을 기업의 지속가능성(sustainability)을 높이기 위한 경영전략으로 적극 활용하고 있다. 이러한 맥락에서, 노동생산성과 매출액순이익률이 높은 기업과 조직규모가 큰 기업이 사회적 책임 조직이나 관련 제도를 도입하여 운영하는데 적극적이라는 본 연구의 검증결과를 감안할 때, 기업의 전사적 CSR 활동 확대 추진을 위한 관련 조직 운영 및 제도 도입의 당위성이 커진다고 할 수 있다.

**주요어** : 기업의 사회적 책임(CSR), CSR 성과, 여유자원 관점, 선의 경영 관점, 조직규모, 지속가능성

**학 번** : 2017-23391

# 목 차

제 1 장 서론 .....	1
제 1 절 연구의 배경 .....	1
제 2 절 연구의 목적 및 필요성 .....	4
제 3 절 연구의 범위와 방법 .....	6
제 2 장 이론적 논의 및 선행연구 검토 .....	8
제 1 절 기업의 사회적 책임(CSR)에 대한 논의 .....	8
1. 기업의 사회적 책임(CSR) 개념 .....	8
2. 기업의 사회적 책임(CSR)에 대한 논의 .....	11
3. 기업의 사회적 책임(CSR) 활동에 대한 관점 .....	16
제 2 절 CSR 활동 유형과 조직 및 제도 .....	20
1. 기업의 사회적 책임(CSR) 활동 유형 .....	20
2. 기업의 사회적 책임(CSR) 활동 조직 및 제도 .....	24
제 3 절 CSR 활동의 영향요인 .....	28
1. CSR 활동과 기업성과와의 정(+의) 관련성 .....	28
2. CSR 활동과 기업성과와의 부(-의) 관련성 .....	31
3. CSR 활동과 조직규모와의 관련성 .....	33
4. 선행연구와의 차별성 .....	34
제 3 장 연구모형 및 연구방법 .....	35
제 1 절 연구모형 및 가설설정 .....	35
1. 연구모형 .....	35
2. 가설설정 .....	35
제 2 절 연구자료 및 연구방법 .....	36
1. 연구자료 .....	36
2. 연구방법 .....	36

제 4 장 실증분석 .....	42
제 1 절 자료수집 및 통계분석 .....	42
제 2 절 가설검증 .....	43
제 5 장 결    론 .....	55
제 1 절 연구결과의 요약 및 시사점 .....	55
제 2 절 연구의 한계 및 향후 연구과제 .....	57
참고문헌 .....	59
Abstract .....	64

## 표 목차

[표 1] 기업의 사회적 책임(CSR)에 대한 정의 .....	10
[표 2] Tanimoto의 기업의 사회적 책임(CSR) 유형 .....	21
[표 3] 신강균의 기업의 사회적 책임(CSR) 활동 분류 .....	22
[표 4] 지속가능보고서 가이드라인에 의한 CSR 유형 .....	23
[표 5] 변수의 조작적 정의 및 측정방법 .....	41
[표 6-1] 독립변수의 기초통계 및 분포도 .....	43
[표 6-2] 독립변수의 기초통계 및 분포도 .....	43
[표 6-3] 독립변수의 기초통계 및 분포도 .....	44
[표 7-1] 종속변수의 기초통계 및 분포도 .....	45
[표 7-2] 종속변수의 기초통계 및 분포도 .....	45
[표 7-3] 종속변수의 기초통계 및 분포도 .....	46
[표 8-1] 통제변수의 기초통계 및 분포도 .....	47
[표 8-2] 통제변수의 기초통계 및 분포도 .....	47
[표 9] 변수의 기초통계 분석결과(종합) .....	48
[표 10] 변수간 상관계수 .....	50
[표 11-1] 독립변수간 다중공선성 검토결과(상관계수) .....	51
[표 11-2] 독립변수간 다중공선성 검토결과(공차 및 VIF) .....	52
[표 11-3] 다중회귀분석 결과 .....	53
[표 11-4] 가설 검증결과 .....	54



## 그림 목차

[그림 1] 연구모형 .....	35
-------------------	----

# 제 1 장 서 론

## 제 1 절 연구의 배경

오늘날의 많은 기업들은 빠르게 변화하는 경영환경에 적극적으로 대처하기 위하여, 보다 혁신적이고 효과적인 경영기법들을 적용하여 과거보다 더 나은 조직성과를 창출함으로써, 기업을 둘러싼 많은 이해관계자들의 다양한 요구를 충족시키기 위해 노력하고 있다. 또한, 앞으로 다가올 제4차 산업혁명의 부상으로 많은 기업들이 미래 먹거리 창출과 생존을 위한 혁신(innovation) 노력을 다양하게 기울이고 있지만, 어떻게 변화될지 모르는 미래 상황에 대한 고민은 더욱 커져가고 있다.

아울러, 오늘날 사회가 점점 다원화 되어가고, 기업을 둘러싼 많은 이해집단의 요구가 예전보다 다양하게 표출됨에 따라, 기업의 사회적 책임(Corporate Social Responsibility, CSR)에 대한 중요성도 더욱 커져가고 있다.

기업의 사회적 책임(CSR)이란, 기업의 이해관계자들에게 해당 기업 또는 경영진이 사회적으로 마땅히 하도록 예상되어지는 일종의 의무를 말한다. 다시 말해 기업 또는 경영진이 이해관계자들의 다양한 요구에 부응하면서 기업의 목적을 효과적으로 달성해 나가는 것을 의미한다.

이는 기업의 자발적인 노력을 통해 이해관계자들의 요구사항을 분석하고 수용함으로써, 기업의 경영활동에 이를 적극 반영하여 기업의 목적을 이룸과 동시에, 이해관계자들의 요구사항을 해소하는 연속된 상호작용의 순환과정이라고 할 수 있다.

따라서, 급변하는 오늘날의 기업환경에서는 다양한 이해관계자들의 요구사항을 선제적으로 파악하고 분석함으로써, 기업경영에 적극 반영하는 능동적인 CSR이 필요시 된다.

이는 결국 전략적인 관점에서 기업의 사회적 책임(CSR)을 다하는 것

이 기업 본래의 목적 달성을 촉진할 수 있고, 기업의 경영성과를 극대화시킬 수 있는 요인이라는 것으로 인식하는 사고의 전환이 필요시 되며, 이를 바탕으로 보다 현실적이고 구체적인 기업성과를 창출할 수 있기 때문에, 기업의 사회적 책임은 조직성과와도 밀접한 연관성을 가질 수밖에 없을 것으로 생각된다.

만일 기업이 사회적 책임을 행함으로써 기업 경영활동에 지장을 받아 계속기업(going concern)의 전제조건에도 영향을 받는다면, 이는 결국 기업뿐만 아니라 경제전반에도 미치는 파급효과가 클 수 있기 때문에, 수익창출을 우선으로 하는 기업에게 사회적 책임은 부정적인 요인으로 작용할 수밖에 없다.

그러나, 기업이 사회적 책임을 다하지 않을 경우 이해관계자들의 영향력 행사를 통한 기업의 존립 자체에 영향을 받을 수도 있기 때문에, 기업의 사회적 책임을 전략적으로 활용하는 기업들이 점차 늘어나고 있는 추세에 있다.

기업의 사회적 책임에 대한 중요성이 더욱 강조됨에 따라 기업의 사회적 책임을 전략적으로 활용하여야 한다는 논거를 제시하는 기존 연구도 있다.

반혜정과 김석수(2009)의 연구에서는 기업의 사회적 책임 활동을 단순히 자선활동의 개념이 아닌 기업의 마케팅을 강화하기 위한 적극적인 방편으로 이행할 경우, 기업의 이미지가 강화되는 합리적인 활동이 된다고 하였다.

한편, 2000년도에 들어서면서부터 기업의 사회적 책임과 기업의 지속가능성(corporate sustainability)과의 연관성을 제시하려는 움직임이 커져가고 있어, 기업의 사회적 책임을 전략적으로 접근함으로써 궁극적으로 조직성과와의 관련성을 제시하는 연구(김지욱·변영선, 2011)도 있었다. 이에 의하면 다양한 이해관계자의 요구에 따른 기업의 사회적 책임을 회피할 수 없을 경우, 이를 전략적인 차원에서 이행함으로써 기업에 이익을 가져올 수 있는 투자활동으로 간주된다고 하였다.

이를 입증하듯 사회적 책임 활동을 적극적으로 수행하는 국내기업들의 주가가 그렇지 못한 기업들보다 높은 것으로 나타나고 있다.

한편, 기업의 사회적 책임활동이 혁신역량 및 성과에 미치는 영향을 분석한 연구(이영찬·이승석, 2008)에서는 기업이 사회적 책임 활동을 성실히 수행할 경우, 경쟁력을 강화시킬 수 있는 혁신역량을 보유할 수 있을 것으로 예측하였고, 혁신역량을 보다 많이 보유한 기업이 시장점유율 달성, 수익성 등의 성과향상에도 영향을 받을 수 있는 것으로 나타났다.

기업의 사회적 책임(CSR)은, 이제 선택사항이 아닌 기업 경영을 원활하게 하여 기업의 목적을 달성하기 위한 필수요인으로 인식되어가고 있고, 기업을 둘러싼 다양한 이해관계자들은 기업들이 사회적 책임에 대한 보다 많은 투자와 실질적인 노력을 다할 것을 다양하게 요구하고 있다.

흥미로운 것은 CSR 성과가 좋은 기업이 재무적 성과를 향상시킨다는 선의경영(good management) 관점과는 반대로 재무적 성과가 좋은 기업이 CSR 활동을 보다 적극적으로 실행한다는 여유자원(slack resources) 관점을 뒷받침한 연구도 있었다는 것이다.

즉, 재무적 성과가 양호한 기업들이 CSR 활동을 적극적으로 실행함으로써 CSR 성과가 향상되는 것을 검증한 연구에서는, 경제적 부가가치가 높고 부채비율이 낮은 기업일수록, 사회공헌활동을 더 많이 한다는 결과를 제시하였다(박헌준·이종건, 2002).

또한, 김선화·정용기의 연구(2009)에서는 노동생산성이 환경성과와 양(+)의 관계를 나타냄으로써, 생산성이 좋은 기업들이 환경활동을 활발히 진행한다는 것을 확인하였다.

따라서, 본 연구에서는 이러한 선행연구들의 검증된 결과들을 기초로 하여 국내 기업들이 추진하고 있는 기업의 사회적 책임활동에 대해 기업의 조직성과 및 조직규모가 사회적 책임 조직 및 제도 도입에 미치는 영향을 실증적으로 분석하고자 하며, 이를 통해서 기업의 사회적 책임 활동을 보다 적극적으로 추진할 수 있는 근거를 제시하는 데 일조를 할 수 있을 것으로 생각한다.

## 제 2 절 연구의 목적 및 필요성

작금(昨今)의 기업들은 빠르게 변화하는 경영환경에 보다 신속한 대응을 위해 조직 내부의 지속적인 혁신과 체질 개선 노력을 다각적으로 기울이고 있다. 또한, 기업 내부의 환경뿐만 아니라 기업을 둘러싼 외부환경을 고려할 때, 과거와는 다른 다원화된 기관, 집단 등을 포함한 다양한 이해관계자들의 요구를 수용하고 경영에 반영하기 위하여 많은 노력을 기울이고 있다.

이러한 노력은 결과적으로 기업의 사회적 책임(CSR)의 형태로써 다양한 이해관계자들에게 재분배되어 진다. 오늘날 기업의 사회적 책임 특성은 자선적 차원의 사회적 책임이 아닌 사회적 책임활동을 수행함으로써 기업의 이미지 제고와 더불어 보다 적극적인 차원으로 기업의 목적을 달성하기 위한 형태로 나타나는 것으로 보여 진다.

기업은 변화하는 경영환경에 대응하는 것도 중요하지만 기업을 둘러싼 다양한 이해관계자들로 부터 긍정적인 이미지와 공감대를 형성함으로써 종국에는 기업의 목적을 달성하여 조직성과를 향상시키길 원하는 유기적 조직체라 할 수 있다.

이러한 연유로 인하여 많은 기업들은 CSR 활동을 과거와는 다른 시각에서 접근하게 되었으며, CSR 추진에 대한 효과는 다양한 연구를 통해서 피드백 되어져오고 있다.

그러나, CSR 활동 추진효과에 대한 기존 연구는 주로 소비자의 반응, 사회적 측면으로써의 성과와 기업의 재무적 성과 등에 대하여 이루어져 왔고, 비재무적 성과에 미치는 영향에 관한 연구는 상대적으로 활발히 이루어지지 않았다.

특히 사회적 책임 조직이나 제도를 도입하고 있는 기업이 CSR 활동을 수행함으로써 얻는 조직성과에 대한 연구는 대체로 기업의 재무적 성과와의 관련성 파악에 큰 중점을 두고 이루어져 왔다.

이러한 기존 연구는 기업의 사회적 책임 활동에 대한 활발한 논의를

제시함으로써 보다 적극적인 기업의 사회적 책임 활동을 확대하거나, 외부 이해관계자들의 요구에 적극적인 자세를 가지고 임하도록 하는 등 바람직하고 긍정적인 측면의 영향을 미쳤다는 점에서 그 의미를 찾을 수 있을 것이다.

그러나, 본 연구는 이에서 한발 더 나아가 조직성과와 조직규모가 사회적 책임 조직 및 제도의 도입 적극성 여부와 어떠한 관련성을 가지는지를 알아보고자 조직성으로 대표될 수 있는 노동생산성 및 매출액순이익률과 조직규모를 독립변수로 하고, CSR 조직 및 제도의 도입 적극성을 종속변수로 하여, 업종과 기업연령을 통제한 상태에서 독립변수와 종속변수간의 관련성을 확인해보고자 한다.

이를 통하여 기업의 사회적 책임 활동을 적극적으로 수행하기 위한 객관적인 뒷받침을 제시하는 데 기여할 수 있을 것으로 생각한다.

기업이 수행하는 사회적 책임 활동에 대한 정의(定意)는 다양하게 내릴 수 있겠지만, 대부분의 학자들은 기업의 사회적 책임 활동을 ‘기업의 행하여야 하는 책무(責務)’라고 학문적으로 정의하고 있는 것처럼, 오늘날의 기업의 사회적 책임(CSR)은 그 중요성이 점점 부각되어 가고 있으며, 기업의 지속가능성(corporate sustainability) 측면을 고려할 때 사회적 책임 활동에 대한 효과 측정은 간과되어서는 아니 되며, 특히 기업이 이윤을 추구하는 조직체라는 원론적인 측면에서도 CSR 활동 추진효과는 더욱 더 명확히 측정되고 피드백 되어야 할 것으로 생각한다.

이러한 점에 있어서 조직성과와 조직규모가 사회적 책임 조직 및 제도 도입 적극성 여부와 의 연관성에 관한 검증은 의미를 가질 수 있다고 생각하기에 이에 대한 인과관계(causal effect)를 확인해 보고자 한다.

### 제 3 절 연구의 범위와 방법

본 연구는 기업의 조직성과 및 조직규모가 CSR(Corporate Social Responsibility)을 추진하는 조직 및 제도의 도입 적극성과 어떠한 인과관계를 갖는지를 검증하고자 문헌연구를 통하여 이론을 고찰한 후, 이를 바탕으로 연구과제를 도출하고, 연구모형을 설계하였다.

연구의 목적과 필요성에서도 언급한 것처럼 CSR의 중요성이 점차적으로 확대되어 감에 따라, 기업성과와 조직규모가 CSR 조직 및 제도 도입의 적극성과 갖는 연관성을 살펴보는 것이 의미가 있다고 생각되어 이를 연구대상으로 하였다.

많은 선행연구들이 CSR 활동이 조직성과에 미치는 영향에 대해 검증하였지만, 조직성과 및 조직규모가 CSR 도입의 적극성과 가지는 연관성을 직접적으로 검증한 연구는 상대적으로 드물었다.

따라서, 본 연구는 한국노동연구원에서 시행한 사업체패널 조사 자료를 사용하여, 조직성과 및 조직규모가 CSR 도입 적극성에 어떠한 영향을 미치는지를 분석해보고자 한다.

조직성과 및 조직규모의 경우 사회적 책임 조직 및 제도 도입 적극성과의 인과관계를 밝히고자, 2013년 사업체패널 조사의 직전 조사년도인 2011년에 조사된 자료를 활용하였으며, 조사 자료에 대한 통계분석 도구는 SPSS 통계패키지를 이용하여 빈도분석 실시에 따른 변수들 간의 상관관계를 검증하고자 하며, 연구과제에 대한 연구가설 검증을 위해 다중회귀분석(Multiple Regression Analysis)을 실시하였다.

본 연구의 구성은 아래와 같다.

제1장은 서론으로 연구의 배경 및 목적, 연구의 범위 및 방법 등에 대해 서술하였다.

제2장은 이론적 배경으로 기업의 사회적 책임(CSR)에 대한 개념 등 일반적인 이론과 선행연구의 논의 등을 검토하여, CSR 활동의 주된 영향요인으로 살펴보고자 하는 조직성과 및 조직규모와 CSR과의 관련성, 선행연구와의 차별성 등에 대하여 서술하였다.

제3장은 연구과제에 대한 실증분석을 위한 연구모형의 설계 및 연구가설의 설정, 연구방법 등에 대해 서술하였다.

제4장은 연구과제에 실증분석으로 표본에 대한 특성 및 기초통계분석, 연구가설에 대한 검증내역을 서술하였다.

제5장은 결론으로 연구결과에 대한 요약 및 시사점에 대해 서술하고, 본 연구가 가지고 있는 한계와 향후의 연구과제에 대해 서술하였다.



## 제 2 장 이론적 논의 및 선행연구 검토

### 제 1 절 기업의 사회적 책임(CSR)에 대한 논의

#### 1. 기업의 사회적 책임(CSR) 개념

기업의 사회적 책임(Corporate Social Responsibility, CSR)에 대한 본격적인 관심은 20세기 초부터 나타나, 오늘날의 많은 기업들은 사회적 책임을 기업의 이미지 향상이나 경영목표 달성을 위한 전략적 개념으로 인식하여 경영방침에 적극적으로 적용하고 있다.

기업의 사회적 책임에 대한 최초의 학문적 정의는 20세기 중반인 1953년 Bowen이 정의한 개념으로 시작되어, 지금은 보다 다양한 개념으로 확장되어 정의되고 있다. Bowen에 따르면 기업의 사회적 책임이란 “사회의 목적과 가치관에 부합하는 정책을 추구하고, 결정을 내리며, 행동을 취해야 하는, 기업인의 의무”로 정의하였다(Bowen, 1953).

또한, McGuire(1963)은 기업의 사회적 책임을 사회에 대한 경제적 의무 및 법률적 의무뿐만이 아닌, 전체사회에 대한 포괄적인 의무까지 포함하는 것으로 정의하였고, Coleman(1990)도 “다른 구성원들의 이익과 권리를 고려한 기업의 책임 있는 행동”이라고 정의하였다.

Carroll(1991)은 기업 사회적 책임을 4가지의 개념으로 나누어, 경제적 책임(economic responsibility), 법적 책임(legal responsibility), 윤리적 책임(ethical responsibility), 자선적 책임(philanthropic responsibility) 등으로 구분하였다.

먼저, 경제적 책임의 경우 기업의 가장 기본적인 책임으로, 사회의 기본적인 경제주체인 기업이 재화를 생산하고 용역을 공급하는 책임을 가지고 있다는 것이며, 법적 책임은 기업이 법적 요구사항의 틀 내에서 경제적 임무를 수행해야만 한다는 것이다.

윤리적 책임은 법적으로는 규정되어 있지 않지만 사회의 구성원으로서 기업에게 요구되는 행동과 활동을 의미한다. 마지막 자선적 책임은 기업의 경영활동과 관련이 없는 자발적인 영역에 속하는 것으로 기부, 자원 봉사 등을 의미한다.

Carroll은 기업의 사회적 책임(CSR)에 대한 4가지 개념 중 경제적 책임을 가장 중요하고 기본적인 것으로 간주하였으며, 그 다음으로는 법적 책임, 윤리적 책임, 자선적 책임의 순으로 중요도를 두었다.

이에 반하여 Wood(1991)는 기업의 이윤추구는 도덕적으로나 법적으로 볼 때 정당한 방법으로 이루어져야하기 때문에, 경제적 책임보다는 윤리적 책임과 법적 책임이 더 중요하다는 입장을 견지하고 있다.

McWilliams과 Siegel(2001)의 정의에 따른 기업의 사회적 책임(CSR)에 대한 보다 폭 넓은 개념은, 기업은 1차적 이해관계자인 주주의 이익만을 극대화 하려는 노력뿐만 아니라, 기업을 둘러싼 다양한 이해관계자들인 투자자, 시민단체, 소비자, 언론 및 정부의 요구를 받아들이고 이를 의무적 시각이 아닌 전략적인 관점으로 CSR을 이행하는 것으로 간주하고 있다.

한편, Porter & Krammer(2011)는 기업의 사회적 책임은 CSR을 넘어 공유가치 창출(Creating Shared Value, CSV)로 이행되어야 함을 강조하면서, CSV란 “기업 자체의 경쟁력을 높이면서, 동시에 기업이 소속된 지역사회의 경제·사회적 조건을 향상 시킬 수 있는 정책과 운영관행”이라고 정의하여, 한 차원 높은 사회적 책임을 강조하였다.

기업의 사회적 책임에 대한 논의는 2000년대에 들어서면서부터 획기적인 전환점을 맞게 되었다. 미국의 포춘지(誌)로부터 수년간 미국에서 가장 혁신적인 기업이라고 극찬을 받았고, 2000년에는 일하기 좋은 회사에 꼽히기도 했던 엔론(Enron) 등을 위시한 굵직한 기업들이 분식회계와 부정으로 줄줄이 파산으로 이어지면서 전략적 CSR 개념으로 기업의 지속가능성(corporate sustainability)을 적극 고려하게 되었다.

전략적 CSR은 기존 기업의 이익창출을 위한 책임활동과 법적·윤리적

책임활동인 전통적 CSR에 자선적 책임 또는 사회공헌 책임활동 등을 가미한 개념으로 CSR을 경영에 전략적으로 적용함으로써 기업의 지속가능성을 증대시키는 것을 의미한다(김진욱·변선영, 2011).

이상과 같이 살펴본 것처럼 CSR은 이에 대한 다양한 정의를 통하여 개념적인 발전이 이루어져 왔고, 오늘날 많은 기업들은 기업의 지속가능성을 염두에 두고 다양한 방법으로 CSR 활동을 추진하고 있다.

선행연구의 CSR에 대한 정의는 다음의 [표 1]과 같이 정리할 수 있다.

[표 1] 기업의 사회적 책임(CSR)에 대한 정의

학자명(연도)	기업의 사회적 책임(CSR) 정의
Bowen (1953)	사회가 추구하는 일반적인 목표나 가치에 맞는 바람직한 정책을 추구하기 위한 기업의 책임
McGuire (1963)	사회에 대한 경제적·법적 의무뿐 아니라, 사회의 전반적인 것에 대한 책임을 기업이 떠맡는 것
Carroll (1979)	기업이 사회에 행하여야 하는 경제적·법적·윤리적·자선적 책임
McFarland (1982)	개인·조직·사회·제도간의 상호의존성에 대한 인식 및 이를 기반으로 윤리적·도덕적·경제적 기준의 틀 안에서 행동으로 옮기는 것
Coleman (1991)	다른 사회 구성원들의 이익과 권리를 고려한 기업의 책임 있는 행동
Elbert & Griffin (1995)	이해관계자 집단의 기대에 반응함과 더불어 사회와 상호호혜적으로 기업의 활동과 정책을 사회 환경에 연결하려는 기업의 능력
Robert & Nicholson (1996)	사회적 문제를 해결함과 동시에 회사의 이익과 별개로 사회적 선행을 실천하는 것
Porter & Krammer (2011)	CSR을 넘어 ‘공유가치창출’(CSV)로 이행하여야 하며, CSV는 ‘기업 자체의 경쟁력을 높이면서, 기업이 소속된 지역사회의 경제적·사회적 조건을 향상시킬 수 있는 정책과 운영관행’을 의미

(기존 선행연구 재정리)

## 2. 기업의 사회적 책임(CSR)에 대한 논의

기업의 사회적 책임에 관한 논의는, 앞서 살펴본 것처럼 Bowen(1953)을 위시한 많은 학자들이 이에 대한 다양한 견해를 밝혀 왔고, 기업의 경영환경 변화에 따라 보다 적극적인 움직임인 전략적인 CSR 형태로 발전되어 왔다.

다시 말해, 기업이 단순히 경제적 이익 추구를 위한 경제활동을 수행하는 차원에서 한 걸음 더 나아가 사회에 대한 윤리적 책임에서부터 시작하여, 여러 이해관계자들의 사회적 기대를 충족시키기 위한 활동으로 변화함으로써, CSR 활동을 전략적으로 수행하려는 움직임으로 변모되어 왔다.

이러한 과정에서 기업들은 CSR을 기업을 둘러싼 환경변화에 대응하고, 기업의 목적을 달성하기 위한 생존전략으로 인식하여, 이에 대한 보다 적극적인 투자와 노력을 기울여 가고 있는 것이 오늘날 CSR의 추세이다.

기업 경영환경의 급격한 변화는 이제 단순히 국경을 초월한 시장경쟁의 심화뿐만 아니라, 기업에 대한 소비자들의 인식변화와 더불어 사회의 다원화에 따른 시민단체들 간의 상호 의존성 강화, 기업 활동 수행에 따른 환경에의 영향 및 관심 증대 등으로 새로운 차원의 갈등을 유발하거나 심화시키고 있기 때문에, CSR은 과거보다 복잡하고 다양한 양상을 보일 수밖에 없는 것이다.

이러한 연유로 인하여 CSR 활동은 그 중요성이 갈수록 커지고 있다. 기업들도 전략적 개념의 CSR 활동을 수행하기 위해 과거보다 더 많은 투자를 하거나, 관련 조직 신설 또는 제도를 정비함으로써 이에 대비하고 있다.

특히, 1990년대를 기점으로 CSR에 대한 기업들의 관점 변화가 촉발되었다. 미국을 비롯한 선진국들은 정부를 중심으로 한 CSR에 대한 논의가 활발히 이루어져 왔으며, CSR 실천에 따른 평가 단계로 진화하고 있

는 상황이다(송호신, 2010).

아울러, 오늘날의 기업 활동 자체가 국경을 초월한 범세계적인 경쟁 하에서 이루어지고 있고, 기후변화 등 환경과 관련된 문제들은 일개의 국가를 넘어서 범지구적인 대응이 필요하다는 절박한 인식 때문에, 국제기구 차원에서도 CSR을 지속가능경영과 연계하여 차원 높은 CSR을 기업들이 수행할 것을 요구하고 있으며, 국제적인 표준을 만들어 보다 구체적으로 대응하려는 움직임을 보여 왔다.

경제협력개발기구(Organization for Economic Cooperation & Development, OECD)는 다국적기업의 사회적 책임에 대한 문제를 다루어, 다국적기업의 사회적 책임성 제고를 위한 ‘다국적기업 가이드라인(Guidelines for Multinational Enterprises)’을 마련하여, 기업 활동 및 이에 따른 재무상태, 실적에 관한 정보를 정기적으로 공개하는 것에서부터 종업원 및 다른 이해관계인과 관련한 중요한 사항도 제공할 것을 권고하고 있다.

또한, 이에 대한 실효성을 확보하기 위해, 가이드라인을 받아들인 우리나라 등 총 40개 국가가 연락사무소(National Contact Point, NCP)를 설치함으로써, 이에 대한 홍보 및 이행과 관련하여 제기된 문제를 처리하도록 규정하고 있으며, 매년 연차회의를 갖고 가이드라인의 이행상황을 확인하고 있다(노한균, 2008).

한편, ‘지속 가능한 발전’을 기업경영에 적용한 개념인 ‘지속가능발전세계기업가협의회’(World Business Council for Sustainable Development, WBCSD)가 1995년에 발족되어, 약 170여개의 기업들이 활동하고 있으며, WBCSD는 CSR에 대해 “CSR은 지속적으로 윤리경영에 전념하고, 경제적 발전에 기여하며, 나아가서는 지역공동체의 일원인 종업원과 그들 가족의 삶의 질을 향상 시키는 것이다.”라고 정의하여 CSR이 윤리경영을 기반으로 한 경제적 발전과 사회구성원인 종업원과 그 가족들에게까지 책임을 다하는 것임을 천명하였다. 이러한 시각을 반영하듯이 포춘지(誌)가 선정하는 250대 기업들 중 절반이 넘는 기업들이 매년 ‘지속가능보고서’를 발간하고 있다고 한다.

또한, 전 UN사무총장이었던 코피 아난이 1999년 다보스 경제포럼에서 제안하고 2000년에 공식 출범한 UNGC(UN Global Compact)에 따르면, UNGC의 목표는 크게 2가지로 첫 번째는 인권, 노동, 환경, 반부패와 관련한 CSR 기업전략과 운영을 UNGC의 10대 원칙과 결합하는 것이고, 두 번째는 협력과 혁신에 중점을 두고 지속가능발전목표와 같은 아젠다의 이행을 촉진하는 것으로, 문제가 발생할 경우 기업의 다양한 이해관계자들과 함께 협력을 통한 문제 해결을 촉진하도록 하는 것이다(이영찬·이승석, 2008).

한편, 최근의 국제기구들은 기업의 사회적 책임(CSR)을 보다 광범위한 개념으로 확장하려는 움직임을 보이고 있다. 국제기구들은 보편적으로 ‘CSR’(Corporate Social Responsibility)이라는 용어를 쓰고 있으나, 국제상공회의소(ICC)나 국제표준화기구(ISO) 등에서는 ‘사회적’이라는 단어를 사용하는 경우, 기업의 책임이 사회적인 문제에 국한될 수 있다는 우려를 나타내면서 ‘CS’(Corporate Responsibility)라는 용어를 쓰고 있다.

우리나라의 경우 2001년 김대중 정부가 ‘부패방지법’을 제정하여, 기업이 윤리적인 차원에서 경영활동을 수행하도록 하였으며, 노무현 정부에 들어와서는 기업들의 윤리경영 시행 결과를 제도적으로 평가하였고, 이명박 정부의 경우는 공직사회를 구현하기 위한 다양한 사법적인 개혁과 함께 공직자의 윤리를 강화하였다. 즉, 각 정권마다 기업의 사회적 책임을 유인 또는 규범화하기 위한 정부차원의 노력이 있었다는 것을 알 수 있다(백경민, 2013).

이러한 흐름을 반영하듯 Carroll(1991)이 제시한 CSR 피라미드에 의한 이론적 틀을 바탕으로 우리나라 국민들에게 기업의 4가지 사회적 책임에 대한 선호 순위를 묻은 연구(문용갑·김월화, 2005)에 의하면, 우리나라 국민들은 Carroll의 4가지 사회적 책임 중 기업의 법적 책임을 가장 중요시 하는 기업에게 호감을 갖는 것으로 나타났으며, 다음으로는 윤리적 책임, 경제적 책임, 자선적 책임의 순으로 호감을 갖는 것으로 나타났다.

과거 우리나라 기업들은 기업의 사회적 책임을 지금보다는 수동적인

차원에서 단순히 자선적인 책임을 이행하는 것에 국한하여 시행하였으며, 명목상으로는 CSR을 기업의 비전이나 경영목표에 포함한 기업들이 많았어도 실질적인 이행에는 소극적이었던 것이 사실이다.

CSR은 기업의 사회적 책임의 한 분야인 자선적 책임 또는 사회공헌 활동을 이행하는 차원에서 주로 대기업에 의해 이루어져 왔고, 주로 사회공헌활동을 수행함으로써 기업 이미지를 향상 시키는 동시에 매출의 증대를 꾀했을 개연성이 크다는 연구(반혜정·김석수, 2009)도 있다.

또한, 기업의 사회적 책임(CSR)이 보다 확대된 개념으로 나타난 CSV(Creating Shared Value)에 대한 국내적 관심도 커져가고 있다. CSV 개념은 미국 하버드 대학의 마이클 포터 교수가 2011년에 처음 제기한 개념으로써 기업의 사회문제 해결을 사업화하는 것을 말한다.

즉, 기업의 경쟁력 강화를 위한 활동과 더불어 사회적 문제 해결을 동시에 추구하는 것을 말하며, 다음과 같은 3가지 측면에서 접근이 가능하다. 첫째, 기업이 친환경 제품 생산을 통한 환경문제 해결 등 사회문제 해결 노력을 의미한다. 둘째, 가치사슬의 재정립을 통한 부가가치 창출에의 노력 측면으로, 기업이 제품을 생산하는 전체 공정에서의 에너지 절약, 물류의 효율화 노력 등을 통한 기업 활동의 부정적 이미지를 제거하고, 사회적 가치를 창출하는 것을 의미한다. 마지막으로 기업이 존재하고 있는 지역사회에서의 사업기반 강화 또는 개선으로 지역사회의 발전을 위한 지역 인재의 체계적 육성, 관련 산업 창출을 통한 고용 창출 등을 통하여 지역사회의 발전에 기여하는 것이다.

그러나, 이러한 CSV 개념은 새로운 개념의 CSR이거나, 진보한 형태의 CSR이라고 보기 어려우므로, 기존의 CSR 활동에 환경적 문제를 감안하여 친환경 제품의 개발 등과 관련한 사회문제 해결을 위한 사회공헌이 필요하며, CSV개념의 등장으로 CSR의 범위가 확대된 것으로 보아야 한다는 견해도 있다(곽관훈, 2017).

최근에 들어서는 많은 기업들이 기업의 규모나 사업영역과는 무관하게 사회공헌활동에 적극적으로 참여하고 있으며, 그 규모도 점차적으로 증

가하고 있다. 이는 주로 기업의 사회적 책임에 대한 국제기구들의 표준화가 왕성히 이루어진 것으로 인하여 국내 기업들이 많은 영향을 받았기 때문으로 여겨진다.

그러나, 아직까지 국내 기업들의 사회적 책임(CSR) 행태는 용어 그 자체의 CSR(Corporate Social Responsibility)이 아닌 'CSO'(Corporate Social Opportunity) 차원의 CSR을 행하는 경우가 많은 것 같다.

이러한 국내의 현상을 반영하여 최근에 부각되고 있는 CSR과 관련한 연구는 'Business Case for CSR'이다. 이는 기업이 보다 장기적이고 전략적인 관점에서 CSR을 수행하고, 기업의 전략과 이의 운영을 사회가 요구하는 보편적이고 일반적인 가치에 부합시켜, CSR이 기업의 운영과 기업문화 및 정체성에 어떻게 근본적인 변화를 가져오는 지를 보여 줌으로써, 최종적으로 기업의 경쟁력에 어떠한 영향을 미치는 지를 밝히고자 하는 움직임을 말한다(장영철·안치용, 2012).

'Business Case for CSR'은 결국 기업이 CSR을 행하는 궁극적인 목적은, CSR이 기업의 경쟁력을 보다 강화시키기 위한 장기적이고 실용적 방안이며, 앞으로의 환경변화에서 살아남기 위해 외부 이해관계자뿐만 아니라, 내부 이해관계자인 종업원들에게 미치는 영향까지도 고려하여 CSR을 행해야 함을 의미한다고 할 수 있을 것이다.



### 3. 기업의 사회적 책임(CSR) 활동에 대한 관점

기업의 사회적 책임에 대한 관점은 크게 세 가지로 살펴볼 수 있다. 첫 번째, 신고전파 경제학(Neo Classical Economics)의 관점으로, 기업의 사회적 책임(CSR)은, 기업이 자본을 조달하는 다수의 주주를 위한 이익극대화를 지상과제로 삼아야 한다는 관점이다.

과거의 기업들은 오늘날처럼 기업을 둘러싼 다양한 이해관계자들을 그들의 사회적 책임 범위에 두기보다는, 오로지 주주의 이익을 극대화하는데 국한하여 기업 활동을 영위해왔다.

신고전파 경제학의 관점에서 기업이 가장 우선시하여야 할 것은 기업의 이윤 극대화이며, 이를 통하여 기업의 경영자들은 주주의 가치를 극대화하는 데 노력을 기울여야 하므로, 다른 여타의 활동을 통한 지출은 결국 주주(株主)의 부(富)를 축적하는 데 방해가 될 수 있어 CSR에 부정적인 입장을 취하고 있다.

기업이 주주의 이익을 극대화하는 경제적인 활동 이외의 활동을 수행할 경우, 그에 따른 비용이 증가하게 되며, 이는 결국 기업의 부담으로 작용하여 기업이 생산하는 제품의 원가에 반영됨으로써, 생산품의 가격이 오르게 되고, 비용절감 노력이 따르게 되며, 기업의 종업원을 해고할 수도 있으며, 종국에는 투자 감소로 이어질 수 있다는 것이다. 따라서 불분명한 사회적 책임활동은 기업뿐만 아니라 사회전반에 악영향을 미칠 수 있다는 것이다.

또한, 신고전파 경제학의 관점에서는 기업이 경제적 기능만을 담당해도 적지 않은 권력을 가지고 행사를 하는 것이기 때문에, 사회적 책임 활동까지 기업의 활동 범위로 인정할 경우, 기업은 너무 많은 권력을 보유하게 되어, 그 규모를 거대하게 만들 수 있다는 입장을 견지하고 있다.

결국 신고전파 경제학의 관점에서는 이윤극대화라는 기업의 주목적에 부합되지 않는 한, 기업의 사회적 책임활동은 지양되어야 한다고 보고 있으며, 기업은 이윤극대화를 위해 능률 증진과 비용을 절감하는 것이

바로 사회에 공헌하는 것이라고 본다.

기업의 사회적 책임 활동에 대한 또 다른 반대 논리 중의 하나는 기업이 CSR 활동을 할 경우, 시장의 비효율성이 유발된다는 것이다. 시장은 본래 자유로운 상태에서 있을 때 자원의 효율성이 증대될 수 있으며, 이러한 상황에서 사회적 부를 극대화할 수 있다고 보기 때문에, 결국 기업이 본래 수행하여야 할 경제적 활동 외의 것을 강요하는 것은, 효율적인 자원 사용을 어렵게 만들고, 이는 결국 시장의 기능을 왜곡시킴으로써 사회적 부를 극대화하지 못하게 되는 결과를 낳는다는 것이다.

이러한 관점은 기업의 주인은 주주이고, 기업이 경제활동을 영위함으로써 생기는 이익은, 결국 주주에게 귀속되어야 한다는 논리이다. 결국 기업의 책임은 경제적 성과에 따른 주주에게만 국한되기 때문에, 기업에게 다른 책임을 요구할 경우, 기업은 세금의 형태로 그 책임을 다하는 것으로 보아야 한다는 견해이며, 기업의 경제적 활동을 넘어서는 이외의 사항에 대한 요구는, 기업이 아닌 국가 등이 이를 해결해야 한다는 것이다(이상민, 2008).

두 번째 관점은 기업의 사회적 책임 활동을 긍정적인 입장에서 보는 이해관계자(stakeholder theory) 관점이다. 오늘날의 기업들은 자본주의 발달로 인하여 규모가 커지면서 그에 따른 영향력도 커져가고 있기 때문에, 이에 부합하는 CSR 활동이 강조되어야 한다는 논의가 시작되었고, 과거 신고전파 경제학의 관점에서 CSR 활동을 부정적으로 보던 시각과는 다른 시각이 바로 이해관계자 관점이다(김병철, 2008).

이해관계자 관점은 기업의 존재 목적이 이윤의 극대화를 통한 주주의 가치 극대화가 아닌, 기업의 활동에 의해 영향을 받거나, 역으로 기업에 영향을 주는 사람이나 집단을 고려하는 것을 의미한다(Freeman, 1984).

이해관계자(stakeholder theory) 관점에서의 이해관계자란 주주뿐만 아니라 종업원, 지역사회, 고객 등을 포함하며, 기업은 이러한 이해관계자들이 기업 활동으로 인하여 영향을 받거나, 반대로 기업에 영향을 줄 경우 그들에 대한 책임을 부담하여야 한다는 것이다. 즉, 기업 활동에 영향

을 받는 주주 이외의 이해관계자에 대한 본질적인 고려와 함께, 기업의 의사결정에의 반영을 주장하고 있다는 특징을 갖는다.

이해관계자 관점은, 기업들이 CSR 활동을 통해 이해관계자들이 생각하고 있는 역할 기대를 충족시킴으로써, 이들과의 긍정적인 관계를 유지하여, 중국에는 기업의 가치를 향상시키는 쪽으로의 영향을 유발하도록 하는 것이다. 결국 CSR 활동은 이해관계자들에 대한 기업의 사회적 의무면서 기업의 가치를 증대시키기 위한 필수적인 활동이라는 것이다 (박동석, 2009).

이해관계자 관점은 이처럼 이해관계의 우열보다는 다원성을 강조하고 있다. 기업은 기업인 개인의 것이 아닌 사회적인 것이라는 관점으로, 기업의 이해관계자들은 자신들이 다른 목적을 달성하는 수단으로 이용되지 않을 권리를 가지고 있으며, 이해관계가 있는 기업의 미래 방향성을 설정하는데 참여해야만 한다는 것이다. 즉, 기업의 목적 자체가 주주의 가치를 극대화하는 것이 아닌 CSR이라는 것을 강조하고 있다.

기업의 활동은 이처럼 주주에 의해서만 영향을 받는 것이 아니고, 기업과 이해관계를 가지고 있는 종업원, 지역사회, 고객 등 수많은 이해관계자들의 영향을 받는다는 점에서 이해관계자 관점은 기업의 사회적 책임으로 자연스럽게 이어지고 있다.

이러한 맥락에서 보면, 기업이 사회의 요구에 관심을 가지지 않을 경우, 이는 결국 사회전체의 비용으로 귀결되며, 기업도 이러한 비용을 부담할 수밖에 없다는 논리로, 사회전체의 발전이 기업의 발전에도 도움이 된다는 견해이다.

CSR 수행에 대한 긍정적인 논리 중 하나는, 사회적 책임 수행에 있어서 기업의 경영자들이 정부 관료들보다 훨씬 능력이 있다는 견해다. 정부 관료들은 정책집행에 있어서 세금징수를 통한 예산 수립과 계획에 따른 집행의 과정을 따르기 때문에 제약사항이 많이 존재할 수밖에 없으나, 기업의 경영자들은 관료들보다는 자유롭게 재량에 따라 할 수 있는 부분이 많기에, 신속하게 CSR을 수행할 수 있다는 것이다.

또한, 이해관계자 관점의 중요한 특징은 이해관계의 중재자로서 경영자의 역할을 강조하고 있다. 기업의 경영자는 내부이해관계자인 종업원이 기업소유주와 고용계약을 체결하더라도, 기업의 복지를 증진하거나 이해관계자의 권리를 보호할 의무가 있다는 것이다. 따라서 서로 상충될 수 있는 이해관계자들 간의 권리를 조정하는 책임을 경영자가 가진다는 것이다(김동주, 2009).

이는 경영자가 주주의 이익을 대변해야 한다는 신고전과 경제학의 관점과는 대비되는 것으로써, 기업의 이해관계자에 대한 책임뿐만 아니라, CSR을 다할 것을 강조하고 있다는 점에서 의미가 있다.

이러한 이해관계자 관점의 부각으로 그동안 주주 중심의 관점에서 소외되어 왔던 종업원이 기업경영의 중요한 관심사로 떠오르게 되었으며, 종업원들의 이익과 기업경영에의 참여 문제를 재조명하고 있다는 점에서 그 중요성을 찾아볼 수 있다.

마지막 관점은 CSR에 대한 부정적인 관점인 신고전과 경제학의 관점과 긍정적인 관점인 이해관계자 관점을 같은 시각에서 다루어야 한다는 사회적 투자론(social investment)의 관점이다. 이는 기업이 사회적 책임 활동을 수행하는 것은 물론 주주뿐만 아니라 종업원, 고객, 지역사회 등 이해관계자 모두의 이익을 추구하는 것을 의미한다.

CSR 활동은 장기적인 관점에서 볼 때, 이해관계자 모두의 이익을 위한 활동이며, 이는 기존 신고전과 경제학의 관점에서의 단기적 이윤극대화와는 구별되는 것으로, CSR은 결국 주주들에게 보다 많은 이익을 줄 수도 있다는 것이다.

또한, CSR 활동은 이윤극대화 관점 같은 일방적인 관점에서만 볼 것이 아니며, 기업의 이윤극대화를 위한 본연의 경영활동과 사회적 책임 활동은 다른 것이 아니라는 견해도 있다(김기현, 2013).

이와 같이, CSR 활동에 대한 긍정적인 견해와 부정적인 견해가 있지만 시각차가 존재하는 것이며, 보다 의미가 있는 것은 CSR 활동이 필요하다는 것에 공통된 맥락을 두고 있다는 것이다.

## 제 2 절 CSR 활동 유형과 조직 및 제도

### 1. 기업의 사회적 책임(CSR) 활동 유형

오늘날 많은 기업들이 사회적 책임(CSR) 활동을 행하는 이유는, 여러 가치를 들 수 있겠지만, 무엇보다 CSR 활동을 추구하는 경우 여러 가지 반사적 이익을 얻을 수 있기 때문으로 생각된다.

또한, 진정성 있게 CSR을 실행할 경우 기업의 부정적인 이미지 해소나 축소와 더불어 CSR 활동의 실패에 대한 피해를 줄여주는 편익을 가져다 줄 수도 있다. 즉, 기업의 사회적 기회 창출을 위한 공세적 방향으로써의 CSR을 도입하거나, 방어적 측면으로 일종의 보험 형식으로 CSR을 수행한다는 의미이다.

국내 기업들 대다수의 CSR 추진 유형은, CSR 추진을 위한 기업 활동의 틀을 근본적으로 바꾸기 보다는 ‘기부’나 ‘공익 마케팅’ 수준의 접근법을 나타내고 있으며, 일부 대기업들을 제외하고는 아직도 많은 기업들이 이러한 유형의 CSR 활동을 고수하고 있다(장영철·안치용, 2012).

이의 원인은 과거 수출주도의 기업 활동을 정부에서 지원하던 당시, 우리나라 기업들이 일본 기업들을 모델로 하여 기업 활동을 하였다는 데서 답을 찾을 수도 있다. 이 과정에서 일본 기업들의 경영방식은 우리나라 기업들의 경영방식에 상당한 영향을 미칠 수밖에 없었을 것이다.

참고로 일본 기업들의 CSR 활동 유형을 살펴보면, 우리나라 기업들의 CSR 활동과 큰 차이를 찾아볼 수 없을 정도로 대동소이하다. 일본 기업들의 CSR 활동은 다음 3가지 유형으로 대별될 수 있다.

첫 번째, 기업의 경영활동 과정에서 사회적 공정성·윤리성 및 환경에 대한 배려를 포함하는 경우로 환경 대책, 채용 및 승진의 공정성, 인권문제, 제품 및 품질의 안전성, 정보공개 등을 들 수 있으며,

두 번째, 사회적 상품·서비스, 사회적 사업의 개발로 환경을 고려한 상

품의 개발, 공정무역, 지역재개발에 관련된 사업 등 기업의 경영자원을 활용한 공동체 지원활동을 들 수 있다.

마지막으로 사회공헌 활동으로 금전 기부를 통한 사회공헌활동, 시설·인재 등을 활용한 비금전적인 사회공헌 활동, 고유 업무·기술 등을 활용한 사회공헌 활동을 들 수 있다(Tanimoto, 2012).

[표 2] Tanimoto의 기업의 사회적 책임(CSR) 유형

CSR 유형	기업의 사회적 책임(CSR) 수행 내용
1 유형	경영활동 과정에 사회에 대한 공정성·윤리성, 환경에 대한 고려 포함
	환경 대책, 채용 및 승진의 공정성, 인권문제, 제품의 품질 및 안전성, 정보공개 등
2 유형	사회적 상품·서비스, 사회적 사업의 개발
	환경을 고려한 상품의 개발, 장애인·고령자 지원 상품·서비스 개발, 공정무역, 지역재개발에 관련된 사업 등
3 유형	금전 기부를 통한 사회공헌 활동, 시설·인재 등을 활용한 비금전적 사회공헌 활동, 고유 업무·기술 등을 활용한 사회공헌 활동

국내에서도 기업의 사회적 책임 활동에 대한 구분은 다양하게 논의되어 왔다. 신강균(2003)의 분류에 의하면, CSR 활동은 사업측면, 구성원측면, 고객측면과 사회측면으로 나눌 수 있다고 하였다.

사업측면에서 기업이 수행하여야 할 활동은 정부와의 관계, 제품·품질의 안전과 물류비용, 기업 활동의 건전성이 포함된다. 이는 기업이 정부와 투명한 관계를 유지하거나 건전한 기업 활동을 하는 것을 의미한다.

구성원측면에서 기업이 수행하여야 할 활동은 기업의 복지, 구성원의 교육 및 채용, 복리 후생 등이 포함된다.

고객측면에서 기업이 수행하여야 할 활동은 제품의 안전성, 소비자 고충처리, 품질보증, 사후관리 등의 서비스 개선, 소비자 만족도 등이 포함

된다.

마지막으로 사회측면에서 기업이 수행하여야 할 활동은 환경문제, 지역사회, 사회복지, 문화 및 예술, 체육진흥 등이 포함된다. 이를 도표로 표시하면 다음과 같다.

[표 3] 신장균의 기업의 사회적 책임(CSR) 활동 분류

사업측면	구성원측면	고객측면	사회측면
정부와의 관계	기업의 복지	제품의 안전성	환경문제
제품·품질의 안전 물류비용	종업원의 채용 및 교육	소비자 고충처리	지역사회
기업 활동의 건전성	복리후생 등	품질보증	사회복지
		사후관리 등의 서비스 개선	교육
		소비자 만족도	문화 및 예술
			체육진흥

국내 글로벌 기업들의 CSR 활동 특성에 관해 분석한 명창식(2015)의 연구에서는 삼성전자, LG전자, 현대자동차 등 3개 기업의 대표적 사례에 대한 분석을 통하여, CSR 활동이 주로 환경보호와 지역사회 공헌 활동 중심으로 이루어지고 있으며, CSR 활동에 있어서 업종의 특성에 따른 부문별 약간의 차이는 존재하나 뚜렷한 차이는 발견되지 않았다고 하였다.

위의 연구의 경우 CSR 활동에 대한 보다 객관적인 기준에 의한 평가를 위해서 기업의 사회책임보고서인 GRI(Global Reporting Initiative)의 ‘지속가능보고서’상의 내용을 이용하였다. 지속가능보고서는 CSR 활동이 세계기구가 규정한 방법에 따라 작성되어, 제3자를 통한 검증과정을 거치기 때문에 CSR 활동을 객관화하여 평가하기가 쉽다.

이러한 이유로 현재 많은 기업들이 사회책임보고서를 통해 CSR 성과에 대한 내용을 공시하고 있기 때문에, CSR 성과의 공시 매체로 사회책

임보고서를 선택하는 것이 바람직하다고 보는 견해도 있다(김선화·이계원, 2013).

GRI는 기업의 지속가능보고서에 대한 가이드라인 제시를 위해 2010년 출범한 국제기구로, 1999년 유엔환경계획(UNEP)이 참여하여 창설한 단체이며, 세계적으로 적용이 가능한 지속가능성 보고서 지침을 개발하여 이를 보급하는 업무를 수행하고 있다.

GRI에 의해 제공된 기업의 환경, 사회분야 등의 성과에 대한 보고서 작성을 위한 가이드라인은, 기업에 대한 재무적인 정보는 물론 비재무적 정보까지도 제공하기 때문에, 투자자들의 의사결정에 도움을 줄 뿐만 아니라 CSR 활동을 고양시킬 수도 있을 것으로 생각된다(명창식, 2015).

[표 4] 지속가능보고서 가이드라인에 의한 CSR 유형

CSR 유형		기업의 사회적 책임(CSR) 수행 내용
경제 활동		경제적 성과, 시장에서의 지위, 조달 관행 등
환경 활동		제품 및 서비스, 공급자 환경평가, 제품 및 서비스, 운송 등
사회 활동	노동 관련	교육 및 훈련, 기회균등, 고용, 공급업체 노동 관행 등
	인권 관련	차별금지, 강제노동, 공급업체 인권 등
	사회 관련	반부패, 지역사회, 공공정책 등
	제품책임 관련	안전보건, 개인정보 보호 등

(기존 선행연구 재정리)



앞서 살펴본 것처럼 CSR 활동은 다양한 유형으로 나타날 수 있지만, 국내 대부분 기업들의 CSR 활동 유형은, 자원봉사 활동이나 기부금 등의 자선적 성격의 사회공헌 활동에 지극히 한정되어 있다.

일부 대기업의 경우, 비영리단체나 시민단체에게 특정의 프로젝트를 지원하기도 하고, 지역사회나 학교에 시설기부 등을 통해 사회공헌 활동을 행하고 있으나, 아직까지 이를 미래의 이윤창출을 위한 사회적 투자로 인식하는 흐름은 부족한 상태이고, 대부분이 기업의 이미지를 전환시키고자 하는 차원의 활동 수준에 머물고 있다.

기업의 일시적 이미지 제고나 눈앞의 이익에 급급한 사회공헌 활동은 미래의 이익으로 연결되기가 힘들다. 따라서, 기업은 사회에 투자한다는 마음으로의 인식전환이 필요하며, 기업의 경영환경과는 상관없이 장기적 투자 관점으로 사회공헌 활동을 지속적으로 추진하는 것이 무엇보다 중요하다.

## 2. 기업의 사회적 책임(CSR) 활동 조직 및 제도

국내 기업의 경우 기업의 사회적 책임(CSR) 활동으로 가장 많이 나타나는 CSR 유형은, 대외적으로는 사회공헌 활동이며, 내부적으로는 윤리경영 활동이다. 이러한 사회공헌 활동과 윤리경영 활동이 효과적으로 운영되기 위해서는 CEO의 의지, 기업내부의 제도적 지원 확대, 윤리경영 시스템 구축 등의 3가지 요소를 고려할 수 있다(박상안 외, 2007).<sup>1)</sup>

### 2.1 CEO의 의지

무엇보다도 기업의 사회공헌 활동과 윤리경영이 효과적으로 운영되기 위해서는 CEO의 의지가 수반되어야 한다. 대부분의 기업은 사회공헌 활

---

1) 박상안 외(2007), 『기업의 사회적 책임 중시 경영』, 한국학술정보(주), pp.64-69

동과 윤리경영이 기업의 경영성과와 별다른 연관성이 없다는 이유로 이를 지속적으로 추진하기를 꺼려왔다.

이러한 이유 때문에 CEO의 의지가 더욱 중요하며, 여타의 많은 사기업들처럼 사회적 책임을 담당하는 조직을 만들거나, 윤리담당 임원을 선임하는 것은, 이러한 CEO의 의지를 드러내는 하나의 방법이라 할 수 있으며, 이와 더불어 관련 업무를 이사회에 보고하고 부서간의 협조를 보장하는 것도 고려할 수 있는 현실적인 대안이다.

사회공헌 활동의 경우에도 CEO가 사회적 책임을 담당하는 조직과 함께 업무를 관리하여, 일회성 활동이나 경영진의 유대관계에 의한 지나친 기부나 자선 행위를 지양해야 한다.

더불어, 기업이 가지고 있는 사회공헌 활동에 대한 노하우를 관련 기업들에게 전수함으로써 사회공헌 활동을 활성화하는 것도 좋은 방법의 하나일 것이다. 무엇보다 중요한 것은 사회공헌 전담조직에 대한 지속적인 관심일 것이다.

CEO는 CSR을 담당하는 조직이 단순히 예산을 낭비하는 부서가 아니라, 기업의 미래 먹거리 창출을 위한 전략적인 투자를 행함으로써 미래의 이익을 확보하기 위해서 필요한 조직이며, 나아가 기업의 부가가치 창출을 위해 반드시 필요하다는 인식을 가져야만 한다.

## 2.2 기업내부의 제도적 지원 확대

많은 기업의 사회공헌 활동은, 봉사활동 등 자선적 활동으로써 필요에 따라 상황에 대처하는 식으로 이루어져 온 것이 사실이다. 이러한 경우 관련 규정이나 절차에 따라 지원의 우선순위를 정한 것이 아니기 때문에, 보다 체계적이고 조직적인 활동으로 이어지기가 사실상 불가능하다.

기업의 사회공헌 활동을 보다 촉진하기 위해서는 조직 내부에 사회공헌 활동과 관련한 체계적 시스템을 구축하는 것이 필요하다.

체계적 시스템 구축을 통해 사회공헌 활동의 준비 단계부터 실행 및

사후 피드백에 이르기까지 일관된 시스템 하에서 효과적으로 이루어지는 것이 가능하기 때문이다. 이와 관련하여 내부적으로 사회공헌 활동에 대한 지원방침 등의 명문화와 전담부서를 신설하는 등 체계적인 사회공헌 활동의 지원 기준 및 수준과 절차 등을 공식화하여야 한다.

국내 기업들의 경우 조직 내에 사회공헌 활동을 활성화하는 다양한 제도들을 도입하고 있지 않으며, 대부분 특정부서에서 관련 업무를 함께 처리하고 있다. 따라서, 사회공헌 활동의 촉진을 위해서 기업들은 보다 다양한 제도적 프로그램을 운영하는 것이 필요시 된다.

### 2.3 윤리경영 시스템의 구축

근래에 들어 많은 기업들이 윤리경영 추진에 큰 관심을 기울이고 있으며, 윤리경영은 21세기를 헤쳐 나가기 위한 기업의 생존전략으로 필수적이라는 인식이 확대되고 있다. 따라서, 단순히 이미지 개선을 위해 윤리강령을 제정하기 보다는, 지속적이고 체계적인 윤리경영 활동 추진을 위한 시스템을 구축하는 것이 이러한 시대 변화에 발맞추는 길이다.

이해관계자들의 신뢰를 지속적으로 얻지 못할 경우, 소송 등의 대가에 따르는 비용 손실은 물론, 기업의 존망을 가르는 중요한 상황에 처할 수도 있다.

국내의 상황은 관련 제도와 법령 등이 변화하는 환경을 적시에 반영하지 못하는 반면, 이해관계자들의 기대수준은 상당히 높기 때문에, 국민들의 기대와 정서에 어긋나는 상황들이 빈번히 발생하고 있는 것이 현실이다.

이는 기업이 중요한 의사결정을 할 경우, 관련 법규 등에 부합하는 지를 고려함과 동시에 국민들의 요구 수준이나 정서를 감안해야 경영상 목표를 현실적으로 달성할 수 있다는 것을 의미한다.

## 2.4 사회공헌활동에 대한 세제 등 보상제도의 확대

기업은 근본적으로 이윤극대화를 추구하므로, 사회공헌 활동을 수행하는 기업에 아무런 보상이 없는 사회공헌 활동을 바라는 것은, 기업의 사회공헌 활동을 일시적인 활동으로 만들게 하는 부정적인 요인으로 작용할 소지가 크다.

때문에, 기업의 사회공헌 활동은 얼마나 자선적인 활동을 많이 했는가 보다는, 얼마나 지속적인 관심을 가지고 체계적인 활동을 해왔는가가 중요하다.

우리나라와 달리 선진국의 경우, 기업의 사회공헌 활동을 촉진시키고자 세제혜택 등의 제도적인 장치를 갖추고 있기에, 기업들은 지속적으로 사회공헌 활동을 추진하고 있다.

일례로 국내 기업이나 개인이 공익단체에 기부금을 줄 경우 세제혜택은, 개인의 경우 소득의 10%를, 법인은 5%를 주는 반면, 미국의 경우 개인은 50%의 세제혜택을, 기업은 10%의 세제혜택을 주기 때문에, 우리나라 민간 기업들의 기부금 확대를 위해서는 세법 개정을 통한 공익활동에 대한 기부금 세제혜택을 선진국 수준으로 조정해야만 한다.

또한, 기업 내 윤리경영이 빠르게 정착될 수 있도록 만들기 위해서는, 우리 사회 전반에 있어서의 투명성이 먼저 확보되어야만 한다.

투명하지 못한 정부규제가 계속되는 기업환경에서는 비윤리적인 기업이 경쟁우위를 가질 수 있기 때문에, 윤리경영을 실천하는 기업이 정당하게 평가받는 경영환경을 조성하는 것이 정부의 역할이라 생각되며, 언론도 기업의 사회공헌 활동에 대해 꾸준한 관심을 가지고 비중 있게 다룸으로써, 기업의 사회공헌 활동이 지속적으로 이루어질 수 있도록 모니터링 하는 것이 필요하다고 생각한다.

## 제 3 절 CSR 활동의 영향요인

### 1. CSR 활동과 기업성과와의 정(+의) 관련성

CSR 활동과 기업성과와의 관계는, CSR 활동이 기업성과에 영향을 미친다는 입장과, 조직성과가 좋은 기업이 CSR 활동을 적극적으로 수행한다는 입장으로 나누어 살펴볼 수 있다.

전자는 선의경영(good management) 관점으로 기업의 CSR 활동 추진이 기업의 재무성과(Corporate Financial Performance, CFP) 등에 영향을 미친다는 것이며, 후자는 여유자원(slack resources) 관점으로 재무성과 등의 조직성과가 좋은 기업이 CSR 활동을 보다 적극적으로 수행한다는 입장이다.

이하에서는 이러한 2가지 관점에 근거하여 기업성과와 CSR과의 연관성에 대한 선행 연구결과를 살펴보고, 기존 연구에서 나타난 문제점을 통하여, 기존 연구와 다른 본 연구의 차별성을 도출해 보고자 한다.

먼저 선의경영 관점에 따른 선행연구를 살펴보면, 이성봉(1991)의 연구에서는 CSR과 CFP와의 관계를 분석한 결과 정(+의) 상관관계가 있다는 분석을 하였고, CSR을 수행하는 기업이 이를 수행하지 않는 기업보다 재무성과가 상대적으로 높은 것으로 나타났다고 주장한 연구(강재호·김동환, 2010)도 있었다.

장지인·최현섭(2010)의 연구에서는 조직성과가 CFP와의 구체적인 연관성을 가지는 지에 대해 분석을 하였는데, CSR 성과의 측정치로 한국경제정의연구소(KEJI)의 지수를 활용하여 1998년부터 2005년까지 8년간 130개 기업을 검증하였다. 그 결과 CSR 성과가 총자산이익률(ROA) 및 기업 가치와 정(+의) 관계를 가지는 것으로 밝혀졌다.

한국경제정의연구소(KEJI)의 지수를 활용하여 CSR이 이익지속성과 기업 가치에 미치는 영향을 분석한 연구에서는, CSR이 총자산이익률과

기업 가치에 높은 관련성이 있음을 확인하였다(한경희·이계원, 2013).

연속적인 CSR 활동이 경영성과 및 기업 가치에 미치는 영향을 검증한 연구에서도 동일한 KEJI지수를 사용하여 지속적인 CSR 활동과 기업의 경영성과와의 관련성을 검증하였는데, 우리나라가 저성장 시대에 접어들어 지속적인 성장이 어렵지만, 적극적인 CSR 활동은 총자산이익률(ROA) 및 자기자본이익률(ROE)의 경영성과와 기업 가치를 높일 수 있다고 분석하였다(강경이·조용탁·이호갑, 2016).

CSR의 지속성이 CSR과 재무성과와의 관계에 미치는 영향을 검증한 연구에서는, 지속적으로 우수한 CSR 활동을 수행한 기업은 상대적으로 그렇지 않은 기업보다 총자산이익률(ROA)이 더 좋은 것으로 나타나며, CSR 자체의 성과도 좋아, 우수한 CSR 활동을 수행하는 기업은 경영성과에 유의한 정(+)의 영향이 있다고 하였다(천미림·김창수, 2011).

또한, 경제정의실천시민연합(경실련)의 경제기업정의상(KEJI Index)을 수상한 기업들을 대상으로 하여, CSR 활동을 수행하는 기업들의 CEO의 태도, CSR 기업특성(CSR 전담부서 및 CSR 통제시스템) 등이 CSR의 수행결과로 나타날 기업의 사회적 책임 성과와 이에 어떠한 영향을 미칠지를 확인한 연구에서는, CEO의 강한의지와 전담부서 및 통제시스템의 운영이 수반될 때 기업의 사회적 책임성과가 향상되고, 이러한 성과는 순차적으로 매출액의 성장과 영업이익률의 성장 등 재무적 성과의 개선으로 이어질 수 있다는 것을 확인하였다(전웅수·이경일·고세라·손성진, 2013).

다음으로 이윤을 많이 갖는 기업이 여유자원을 더 가질 수 있고, 그렇기 때문에 여유자원을 갖는 기업은 CSR 활동에 노력을 기울이기가 용이하하다는 여유자원(slack resources) 관점에 입각한, 성과가 좋은 기업이 CSR 활동을 보다 적극적으로 수행한다는 입장에 대한 연구결과를 살펴보면, 박헌준과 이종건의 연구(2002)에서는 경제적 부가가치가 높고 부채비율이 낮은 기업들이 CSR 활동을 적극적으로 실행함으로써 CSR 성과가 향상되는 것을 검증하여, 기업의 CSR 활동은 경영성과뿐만 아니라

재무상태에 의존한다는 것을 확인하여 여유자원 관점을 뒷받침하였다.

여유자원이 기업의 사회적 성과에 미치는 영향을 실증적으로 분석한 연구에서는, 여유자원을 가진 기업이 이를 CSR 활동에 투입함으로써 사회적 성과를 얻게 되므로, 여유자원이 기업의 CSR 활동을 통해서 기업의 사회적 성과로 전환된다고 하였다(유성태, 2011).

또한, 생산성이 좋은 기업들이 CSR 활동을 적극적으로 수행함으로써 CSR 성과가 향상될 것이라는 것을 검증한 연구에서는, 재무적 성과가 좋은 기업들이 잠재적으로 재무적 자원뿐만 아니라 비재무적 자원을 활용할 수 있는 가능성이 커지고, 재무적 여유자원이 넉넉할수록 공정개선, 제품개발 등을 위한 기술투자활동을 수행함으로써 성과가 개선될 수 있다고 하였다(김선화·정용기, 2009).

기업의 재무적 성과가 CSR 성과에 영향을 미치는 지를 검증한 이와 유사한 연구에서도, 재무적 성과들이 당기의 사회적 성과에 바로 영향을 미치기보다는 차기의 CSR 성과에 영향을 미치는 것으로 확인하여, 여유자원 관점에서의 기업의 성과가 시차를 두고 CSR 활동에 영향을 미친다고 확인하였다(조성표·손수훈, 2009).

한편, 기업의 재무적 성과가 CSR 활동으로 이어지는 지를 확인한 연구에서는, 이전 연도의 매출액 대비 순이익의 다음 연도 매출액 대비 사회공헌에의 효과는 매우 유의한 수준에서 존재한다는 것을 확인함으로써, 각 기업의 매출액 대비 여유자원의 규모가 CSR 활동에 본질적인 영향을 미칠 수 있다고 하였으며, 그렇기 때문에 국내 기업에서의 CSR 활동은 기본적으로 여유자원 시각에서 접근하는 것이 보다 현실적이고 유효하다고 하였다(강철희·정승화, 2007).

국내기업의 CSR 활동과 재무적 성과의 인과관계를 다각적으로 분석한 연구(김영식·위정범, 2011)에서도, 재무적 성과나 기업규모가 큰 기업일수록 CSR 성과도 높은 것으로 나타난다고 검증함으로써, 재무적 성과가 높은 기업은 가용자원이 많기 때문에 사회적 활동에 투자할 여력을 보유하고 있다고 볼 수 있다고 하여 여유자원 관점을 지지하였다.

## 2. CSR 활동과 기업성과와의 부(-)의 관련성

기업성과와 CSR 활동과의 관련성에 대한 긍정적 관점의 연구결과와는 다르게 이에 대한 부정적 관련성을 검증한 연구결과도 있다.

먼저, 광수근과 김평기의 연구(1993)에서는, 기업의 규모가 클수록 기업의 재무적 성과가 우수하다는 것을 보여주었으나, CSR 활동 수행이 재무성과에 영향을 미친다는 것을 입증하지 못하였다.

1996년부터 1998년까지 3개년에 걸쳐 상장 제조업에 대한 CSR과 기업성과와의 상호 연관성을 검증한 박헌준과 이종건의 연구(2002)에서는, 기업의 재무적 성과가 CSR 성과에 긍정적인 영향을 미친다는 여유자원 관점을 검증하였으나, 재무성과가 CSR 성과에 미치는 영향은 상대적으로 미약하였으며, CSR 성과가 상위 30%에 속하는 기업들은 수익성이 꾸준한 반면, 하위 30%에 속하는 기업들의 재무성과는 오히려 악화되어, CSR 성과가 좋은 기업이 재무성과도 높다는 선의경영 관점은 지지되었으나, 재무성과가 높기 때문에 CSR 성과가 높다는 여유자원 관점은 지지되지 못하였다.

한국경제정의연구소(KEJI) 지수를 활용, 2000년부터 2008년까지의 국내 상장기업들을 대상으로 기업 규모, 연령 및 소속된 업종의 특성에 따른 CSR 성과와 기업 가치와의 연관성을 규명하고자 한 고성천(2010)의 연구에서는, 부채비율이 높은 기업일수록 CSR 수준이 높게 나타난 반면, 기업규모가 크거나 수익성이 좋은 기업과 업력이 오래된 기업일수록 CSR에는 소극적이라는 결과를 나타내어, 일반적인 CSR 활동에 대한 기대와는 다른 양상을 보인다고 하였으며, CSR 활동 수준이 기업 가치에 미치는 영향은 CSR 수준이 높은 기업에 있어서 해당 기업의 가치에 미치는 영향은 부정적인 것으로 확인하였다.

기업의 재무성과와 기업의 전년도 사회공헌 규모의 상호작용 효과를 검증한 연구(편창훈 외, 2014)에서는, 기업은 여유자원 측면에서 재무성과에 따라 CSR 활동 규모를 결정하는 경향이 있더라도 전년도의 사회



공헌규모가 이를 억제하는 효과를 나타낸다고 검증하였다. 이는 기업이 단순히 자신들의 재무적 성과에만 기초하여 사회공헌규모를 결정하는 것이 아니라, 전년도의 사회공헌규모를 고려한다는 것으로 판단할 수 있다고 하였다.

기업이 CSR 활동을 수행함으로써 이해관계자들과의 관계가 개선되고, 이를 통하여 재무성과가 향상된다는 선의경영(good management) 관점을 바탕으로 한 기존 연구들의 연구결과를 보완하고자 이루어진 연구(강재호·김동환, 2010)에서는, CSR 활동 수행이 기업의 재무성과(총자산이익률 및 매출액순이익률)에 부정적인 영향을 미친다는 것을 확인함으로써, CSR은 단기간이 아닌 장기간의 경영전략으로 설정해 추진해야 한다는 입장을 피력하였다.

또한, 기업이 가지고 있는 여유자원을 자원의 활용범위 및 용이성에 따라 어느 곳이든 이동이 가능하여 회복이 용이하며 경영자의 재량이 큰 현금이나 유가증권 등 흡수되지 않은 여유자원과, 회복하기 어려운 속성을 가지고 있는 전용 기계 및 설비, 연구개발비 등의 흡수된 여유자원으로 분류하여, 여유자원이 재무성과에 미치는 영향을 확인한 연구(김병조·김병근, 2011)에서는 흡수된 여유와는 달리 흡수되지 않은 여유는 재무성과에 부정적인 영향을 주는 것으로 나타났다고 하였다.

2001년부터 2010년까지의 상장기업을 대상으로 기업의 특성이 CSR 활동에 미치는 영향을 분석한 손민혜와 김승현의 연구(2012)에서는, 총자산수준이 높은 기업일수록 CSR 활동에 부(-)의 영향을 미치는 것으로 검증하였으며, 현금보유액 수준이 높은 기업은 당초 예상과는 달리 CSR 활동에 부(-)의 영향을 미치는 것을 확인하였다.

2003년부터 2011년까지의 CSR 이행성과가 우수한 기업들을 대상으로 행한 이와 유사한 연구(최미화·김확열, 2017)에서도, 기업성과가 좋은 기업에서의 CSR 이행성과와 현금보유의 가치와 관련한 연관성은 부(-)의 영향을 미치는 것으로 확인하였다.

### 3. CSR 활동과 조직규모와의 관련성

일반적으로 기업의 조직규모가 클수록 기업의 담당 업무분야가 세분화되어 있고, 관련 분야의 전문 인력도 확보되어 있어, CSR 추진에 있어서도 유리하게 작용하는 것으로 생각할 수 있다.

기업의 사회적 책임(CSR)과 조직규모와의 관련성에 대한 기존연구는, 대체적으로 조직규모가 클수록 사회공헌활동이 많았고, 전담부서가 있는 경우 CSR 활동을 더 적극적으로 행하고 있음을 보여준다고 하였다(최애정·조수영, 2011).

흥미로운 것은 조직규모가 큰 기업이, 조직의 명성에 위협받는 사안이 발생할 경우, 적극적인 CSR 활동을 통해 이를 해소하려는 노력을 한다는 것이다. 이는 조직규모가 큰 기업일수록 해당 기업의 활동이 사회전반에 미치는 영향력이 크기 때문에, 다양한 이해관계자들의 요구를 해소하기 위한 방법으로 CSR을 전략적으로 활용한다는 의미로 간주된다.

기업의 규모가 커질수록 해당 기업이 사회적으로 받는 관심은 커질 수밖에 없을 것이다. 이러한 이유로 인하여 조직규모가 큰 기업들은 기업의 가시성(可視性, visibility)을 증대시키기 위해 CSR 활동을 추진할 수 있다는 연구(김희성 외, 2009)도 있다.

또한, 조직규모와 CSR 성과와의 관계를 연구한 선행연구(Stanwick & Stanwick, 1998)에서도 조직규모가 큰 기업일수록 CSR 활동에 더 신경을 쓴다고 하였다.

동일한 산업군(産業群) 내에서도 특정기업은 기업의 이미지와 명성을 부각시키기 위해, CSR 활동을 더 적극적으로 추진함으로써 타 기업들과의 차별화를 시도하려고 할 수도 있을 것이다.

이상의 논의에서 볼 수 있듯이 조직규모가 큰 기업들의 경우, 대체적으로 CSR 활동을 적극적으로 추진하고 있고, 나아가 이를 전략적으로 활용하고 있다는 것을 알 수 있다.

#### 4. 선행연구와의 차별성

앞서 선행연구에서 살펴본 것처럼, 기업의 사회적 책임(CSR) 활동과 조직성과 및 조직규모와의 관련성에 대하여 기존에 많은 연구가 이루어져 왔음에도 불구하고, 이에 대한 일관된 의견은 없는 상황이다.

또한, 선의경영 관점이나 여유자원 관점에 따른 기존연구에 있어서도, CSR 성과가 좋은 기업이 다른 기업들보다 나은 경영성과를 낸다거나, 경영성과가 좋거나 여유자원이 많은 기업들이 CSR 활동을 보다 적극적으로 수행한다거나 하는 데 있어서도, 확고한 입장을 확인하기가 힘든 것이 사실이다.

아울러, 기존 선행연구들은 주로 CSR 활동이 기업의 재무적 성과에 미치는 영향이나 방향성을 파악하거나, 재무적 성과가 좋은 기업들의 CSR 성과를 파악하는 연구가 대부분을 차지하고 있다.

특히, 조직성과와 조직규모가 CSR 도입 적극성과 갖는 관련성에 대해 이루어진 선행연구는 아주 드물기에, 기업성과와 조직규모가 CSR 담당 조직이나 관련 제도와의 연관성을 확인해 보는 것도 CSR 활동 추진에 논리적 타당성을 부여할 수 있는 의미가 있다고 생각하여, 이에 대한 연관성을 검증해보고자 한다.

본 연구는 선행연구와의 이러한 차별성을 가지고 한국노동연구원의 사업체패널 조사를 활용, 노동생산성 및 매출액순이익률의 조직성과와 조직규모를 독립변수로 하고, CSR 도입 적극성을 종속변수로 하여, 업종과 기업연령을 통제한 상태에서 조직성과 및 조직규모가 CSR 도입의 적극성과 어떠한 연관성을 갖는지를 확인해 보고자한다.

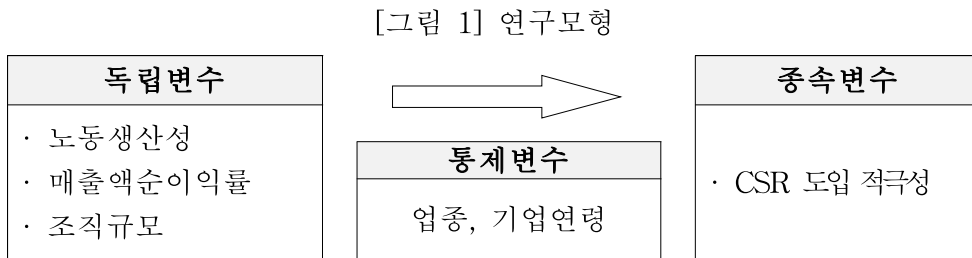
독립변수인 조직성과와 조직규모는, 종속변수인 CSR 도입 적극성과의 인과관계를 밝히고자 2011년 조사 자료를 활용하였으며, 종속변수는 2013년 조사 자료를 활용하였다.

# 제 3 장 연구모형 및 연구방법

## 제 1 절 연구모형 및 가설설정

### 1. 연구모형

본 연구에서는 노동생산성, 매출액순이익률 및 조직규모를 독립변수로 하고, 기업의 사회적 책임(CSR) 도입 적극성을 종속변수로 하여, 조직성과 및 조직규모가 CSR 도입 적극성에 어떠한 영향을 미치는지를 살펴보고자 한다.



### 2. 가설설정

제2장의 CSR 활동과 조직성과 및 조직규모와의 관련성에 대한 논의를 종합하여, 연구가설을 다음과 같이 설정하였다.

**가설1 : 조직성과가 높은 기업일수록, CSR 도입에 적극적일 것이다.**

1-1. 노동생산성이 높은 기업일수록, CSR 도입에 적극적일 것이다.

1-2. 매출액순이익률이 높은 기업일수록, CSR 도입에 적극적일 것이다.

**가설2 : 조직규모가 큰 기업일수록, CSR 도입에 적극적일 것이다.**

## 제 2 절 연구자료 및 연구방법

### 1. 연구자료

본 연구는 한국노동연구원에서 실시하는 사업체패널 조사의 2011년 및 2013년 자료를 활용하였다. 한국노동연구원에서는 우리나라의 노동수요와 고용구조 및 기업의 인적자원 개발체계, 노사관계 실태 등을 체계적으로 파악하여, 노동시장정책을 수립하는데 기초자료로 활용하기 위하여 사업체 단위의 실태조사를 격년으로 패널화하여 조사를 실시하고 있다.

사업체패널 조사는 30명 이상을 고용하고 있는 전국의 공기업체와 사기업체를 동시에 조사대상으로 하고 있어, 공공과 민간을 비교하는 연구에도 유용하다고 할 수 있다.

### 2. 연구방법

연구가설 검증을 위해 한국노동연구원의 사업체패널 조사(Workplace Panel Survey, WPS) 2011년 및 2013년 자료를 활용하여, 조직성과 및 조직규모가 사회적 책임(CSR) 도입 적극성에 미치는 영향을 살펴보고자 한다.

사업체패널 조사는 한국노동연구원이 지난 2002년부터 2004년까지 선행조사를 마치고, 2005년 사업장단위 표본조사를 시작으로, 2006년부터 동일한 조사 표본을 구성하여 격년마다 조사가 이루어져 왔으며, 전국 30인 이상 사업체를 모집단으로 하여, 1,700여개 표본사업체를 산업구분, 사업장 규모 및 지역으로 구분하여 층화추출 하여 실시하고 있다.

사업체패널 조사는 본 연구에서 검토한 변수들과 관련한 설문과 응답 내용을 포함하고 있어 데이터를 활용하는 데 적합하며, 국가승인통계조사이기 때문에 데이터에 대한 신뢰성과 대표성을 확보할 수 있을 것으로 판단된다.

본 연구에서의 독립변수는 종속변수와와의 인과관계를 밝히고자, 2011년 사업체패널 조사 자료를 활용하였다.

또한, 기대되는 연구결과의 도출을 위하여, 변수의 수와 분석의 성격, 척도 종류 등 표본에 대한 전반적인 특성을 고려, SPSS 통계패키지를 사용하여 아래의 분석절차에 따라 진행하였다.

먼저, 표본의 인구통계적특성을 조사하기 위하여 빈도분석을 행하였다. 두 번째, 연구과제 검증을 위한 사전단계로, 독립변수인 조직성과 및 조직규모, 종속변수인 CSR 도입 적극성, 통제변수의 각 요인들에 대한 상관관계를 분석하였다.

마지막으로 노동생산성, 매출액순이익률, 조직규모 등이 CSR 조직 및 제도 도입의 적극성에 미치는 영향 분석을 위해 다중회귀분석을 실시하였다.

## 2.1 변수의 정의 및 측정

### 2.1.1 독립변수

Dyer와 Reeves(1995)는 기업이 창출하는 조직성과를 인적자원결과물(HR outcomes), 조직 결과물(organizational outcomes), 재무회계 결과물(financial accounting outcomes), 자본시장 결과물(capital market outcomes) 등의 4가지로 구분하였다. 인적자원 결과물은 조직몰입, 직무만족 등을, 조직 결과물은 생산성, 혁신 등을, 재무회계 결과물은 매출액, 이윤, 자산 수익률(ROA) 등을, 마지막으로 자본시장 결과물은 주가, 성장률 등을 언급하였다. 본 연구에서의 조직성과 변수는, 조직 결과물 중 노동생산성과 재무회계 결과물 중 매출액순이익률을 사용하고자 한다.

조직이란 통상적으로 공동의 목표를 달성하기 위해 분업과 통합의 활동체계를 갖춘 사회적 단위를 의미하며, 선행연구(구자경, 1997)에서 조직규모(organizational scale)는 통상적으로 근로자 수나 자산규모를 기준으로 한다고 하였다. 본 연구에서 조직규모는 근로자수를 사용하고자 한다.

### (1) 노동생산성

기업의 성과를 나타내는 결과물 중 하나인 노동생산성(productivity of labor)은, 생산효율이나 생산기술수준 등을 파악하는데 적합하다.

노동생산성은 일정 시간에 투입된 노동량과 이의 성과인 생산량과의 비율로, 노동자 한 사람이 일정기간동안 산출해내는 생산량을 나타내며, 노동생산성 상승시 제품의 가격이 하락하고 비용도 낮아지며, 기업의 이윤이 높아진다. 노동생산성에 대한 설문은 “손익계산서상의 당기 매출액은?”, “회계기간 동안의 사업장 평균 근로자 수는?”이다.

### (2) 매출액순이익률

매출액순이익률(the ratio of net profit to sales)은 순이익과 매출액과의 비율로, 기업 영업활동의 전체적인 능력을 판단하는 지표이며, 최종 수익성을 판단하는 비율을 의미한다(강재호·김동환, 2010).

매출액순이익률은 일반적으로 비율이 높을수록 양호한 상태를 의미하며, 경쟁기업과의 비교를 통하여 경영합리화를 위한 문제점 발견이 가능하다. 매출액순이익률에 대한 설문은 “손익계산서의 당기순이익은?”, “손익계산서의 당기매출액은?”이다.

### (3) 조직규모

선행연구에서 조직규모(organizational scale)가 클수록 사회공헌활동이 많았다고 하였다(최애정·조수영, 2011).

본 연구에서의 조직규모는 근로자수를 사용하였다.

## 2.1.2 종속변수

선행연구에서는 기업의 사회적 책임(CSR)을 활성화하여 추진하기 위해, 조직 내 기본방침과 이에 따르는 예산편성과 더불어 전담부서 설치 및 담당자 등을 포함하여야 한다고 하였다(김희성·박기태·이명진, 2009).

본 연구는 CSR 담당조직 및 제도의 각각의 조사항목에 대해서 응답으로 나타난 두변수의 결과 값을 합산하여, 합산한 값이 0인 경우 '적극적이지 않다'로, 1인 경우 '보통이다'로, 2인 경우 '적극적이다'라고 판단하여, 기업의 사회적 책임 조직 및 제도를 얼마나 적극적으로 도입하여 시행하고 있는지를 분석하고자 하였다.

### (1) CSR 도입 적극성

CSR 활동을 주도적으로 추진하는 부서인 사회적 책임 조직은, 각 기업마다 주어진 여건과 상황이 다르기 때문에 편차가 있을 수 있다. 사회적 책임 조직에 관한 설문은 “귀 기업은 사회적 책임을 담당하는 조직이 있습니까?”이며, 이 문항에 대해 ① 예 또는 ② 아니오 중 하나를 선택하여, 담당 조직이 있는 경우 1, 없는 경우는 0으로 측정하였고, 사회적 책임 제도에 관한 설문은 CSR을 실행하기 위한 제도적 기반으로 중장기 비전이나 추진 계획이 있는지를 묻는 “귀 기업은 사회적 책임과 관련하여, 사회적으로 공개된 중장기 비전과 추진 계획을 가지고 있습니까?”이며, 이 문항에 대해 각각 ① 예 또는 ② 아니오 중 하나를 선택하여, 있는 경우는 1, 없는 경우는 0으로 하여 사회적 책임 조직과 제도 도입 여부를 하나의 종속변수로 하여, 0에서부터 2까지 합산한 값을 CSR 도입 적극성으로 판단하여 측정하였다.



### 2.1.3 통제변수

본 연구의 통제변수는, 선행연구에서 CSR 활동의 주요 변인으로 등장하는 기업의 업종과 기업연령을 통제하였다.

#### (1) 업종

업종은 조사 대상기업이 영위하는 사업의 형태를 의미하며, 업종의 경우 사업체패널 설문지에 의한 제9차 산업분류코드를 활용하여, 제조업의 경우는 1, 비제조업의 경우는 0으로 분류하여 통제하였다.

#### (2) 기업연령

기업연령은 기업이 설립된 이후부터 조사시점인 2013년까지의 경과연수를 의미하며, 조사년도(2013년)에서 기업의 설립연도를 차감하여 측정하였다.

이상의 내용을 정리하면 [표5]와 같다.

[표 5] 변수의 조작적 정의 및 측정방법

구 분	조작적 정의	측정방법
독립 변수	노동생산성	평균근로자수 대비 매출액
	매출액순이익률	매출액 대비 당기순이익의 비율
	조직규모	2011년말 근로자수
종속 변수	CSR 도입 적극성 (①+② = 0~2) 0. 적극적이지 않다. 1. 보통이다. 2. 적극적이다.	① CSR 조직 유무 CSR 조직 유=1, CSR 조직 무=0
		② CSR 제도 유무 CSR 제도 유=1, CSR 제도 무=0
통제 변수	업종	산업코드 제조업=1, 비제조업=0
	기업연령	2013년-설립연도

## 제 4 장 실증분석

### 제 1 절 자료수집 및 통계분석

#### 1.1 자료수집

본 연구는 한국노동연구원에서 격년으로 실시하는 사업체 패널조사의 2011년 및 2013년 조사 자료를 활용하였다.

한국노동연구원에서는 우리나라의 노동수요와 고용구조 및 기업의 인적자원 관리체계 등을 파악, 노동시장정책을 수립하는 기초자료로 활용하기 위하여, 사업체단위 실태조사를 격년으로 실시하고 있다.

사업체 패널조사는 우리나라의 사업체를 대표하는 표본에 대해 주기적으로 심층조사를 실시함으로써 산업간 비교가 가능한 것이 특징이다.

사업체 패널조사의 조사단위는 사업장이며, 표본 사업장은 일반 사업장과 공공사업장을 구분하여, 층화임의추출법을 통하여 선정하고 있다. 사업장의 규모가 커짐에 따라 표본 추출률이 커져 500인 이상을 고용하고 있는 대규모 사업장은 전수추출을 하는 것을 원칙으로 하고 있다.

#### 1.2 통계분석

본 연구를 위하여 수집된 2011년 및 2013년 사업체 패널조사 자료는 통계프로그램인 SPSS를 활용하여 분석하였다.

표본 사업체별로 나타나는 특성을 파악하기 위하여 기초통계 분석을 통한 빈도분석과 각 변수 간의 관련성 파악을 위한 상관관계분석 후, 다중회귀분석(Multiple Regression Analysis)을 실시하였다.

## 제 2 절 가설검증

### 2.1 가설검증

#### 2.1.1 변수별 기초통계 분석

##### 1) 독립변수

##### (1) 노동생산성

[표 6-1] 독립변수의 기초통계 및 분포도

표본수	최소값	최대값	평균	표준편차
1,200	2.20	9.76	5.693	1.270

노동생산성은 투입된 노동량과 이의 성과인 생산량과의 비율로써, 이에 대한 질문은 “손익계산서상의 당기 매출액은?”, “회계기간 동안의 사업장 평균 근로자 수는?”이다. 그러므로 당기의 매출액을 회계기간의 평균 근로자수로 나누어 측정된 1인당 매출액을 통하여 노동생산성을 산출하였으며, 이를 자연 로그(log)값으로 변환하였다. 그 결과 평균은 5.693, 표준편차는 1.270으로 나타났다.

##### (2) 매출액순이익률

[표 6-2] 독립변수의 기초통계 및 분포도

표본수	최소값	최대값	평균	표준편차
1,451	-94.75	86.63	3.080	11.948

매출액순이익률은 순이익과 매출액과의 관계를 나타내는 비율로, 당기 순이익을 매출액으로 나누어 백분율로 환산한 수치이다. 매출액순이익률

값 중 상당수가 음(-)의 비율로 나타났는데, 이는 표본 사업체 중에서 당기순손실을 기록한 기업이 있기 때문이다. 또한, 매출액순이익률이 100%를 넘는 기업들은 결측으로 처리하였다. 해당 사업체의 매출액순이익률 평균은 약 3.080% 수준이며, 표준편차는 11.948% 수준이다.

### (3) 조직규모

[표 6-3] 독립변수의 기초통계 및 분포도

표본수	최소값	최대값	평균	표준편차
1,770	1.39	9.60	5.032	1.244

조직규모는 2011년말 근로자 수에 자연 로그(log) 값을 취하여 변환한 값을 측정하였으며, 로그 값으로 나타난 사업장에 대한 평균 근로자수는 5.032이고, 표준편차는 1.244로 나타났다.

## 2) 종속변수

### (1) CSR 도입 적극성

[표 7-1] 종속변수의 기초통계 및 분포도

표본수	최소값	최대값	평균	표준편차
411	.00	2.00	1.335	.849

구분	빈도	퍼센트	유효 퍼센트	누적 퍼센트
0. 적극적이지 않다	102	5.7	24.8	24.8
1. 보통이다	69	3.9	16.8	41.6
2. 적극적이다	240	13.5	58.4	100.0
모름(비대상)	1,364	76.8		
전체	1,775	100.0		

기업의 사회적 책임(CSR) 도입 적극성을 기초통계와 비율별 분포 분석결과 평균은 1.335이고, 표준편차는 0.849로 나타났다. 또한, 과반수가 넘는 58.4%가 CSR 조직과 제도를 갖추고 있는 것으로 나타나, CSR을 적극적으로 도입하고 있는 것으로 판단할 수 있다.

#### (1-1) CSR 조직

[표 7-2] 종속변수의 기초통계 및 분포도

표본수	최소값	최대값	평균	표준편차
454	.00	1.00	.616	.486

구분	빈도	퍼센트	유효 퍼센트	누적 퍼센트
0. 아니오	174	9.8	38.3	38.3
1. 예	280	15.8	61.7	100.0
모름(비대상)	1,321	74.4		
전체	1,775	100.0		

CSR 활동을 주도적으로 추진하는 부서인 사회적 책임 담당조직에 대한 설문은 “귀 기업은 사회적 책임을 담당하는 조직이 있습니까?”라는 문항에 대해 전담조직이 있는 경우 1, 없는 경우는 0으로 하여 기초통계와 비율별 분포 분석 결과 평균은 0.616이고, 표준편차는 0.486으로 나타났다. 설문에 대하여 모른다고 응답하거나 설문에 응답하지 않은 기업들을 제외하고 설문에 응한 기업의 수는 454개 업체로, 전담조직을 가진 기업의 수는 280개 업체인 61.7%를 나타났다. 반면 전담조직을 가지고 있지 않는 기업의 수는 174개 업체로 38.3%에 달한다.

(1-2) CSR 제도

[표 7-3] 종속변수의 기초통계 및 분포도

표본수	최소값	최대값	평균	표준편차
429	.00	1.00	.708	.454

구분	빈도	퍼센트	유효 퍼센트	누적 퍼센트
0. 아니오	125	7.0	29.1	29.1
1. 예	304	17.2	70.9	100.0
모름(비대상)	1,346	75.8		
전체	1,775	100.0		

CSR 활동을 추진하기 위한 제도적 기반으로 중장기 비전이나 추진 계획을 들 수 있다. 이와 관련하여 공개적으로 중장기 비전과 추진계획을 가지고 있는지를 묻는 설문인 “사회적 책임과 관련하여 사회적으로 공개된 중장기 비전과 추진 계획을 가지고 있습니까?”라는 질문에 대해서는 관련 비전과 추진 계획이 있는 경우 1, 없는 경우는 0으로 하여 기초통계와 비율별 분포를 분석한 결과 평균은 0.708이고, 표준편차는 0.454로 나타났다. 설문에 대하여 모른다고 응답하거나 설문에 응답하지 않은 기업들을 제외하고 설문에 응한 기업의 수는 429개 업체로, 관련 중장기 비전과 계획을 가지고 있는 기업이 304개 업체인 70.9%로 나타났다. 반면 그렇지 않는 기업의 수는 125개 업체로 29.1%에 달한다.

### 3) 통제변수

#### (1) 업종

[표 8-1] 통제변수의 기초통계 및 분포도

표본수	최소값	최대값	평균	표준편차
1,775	.00	1.00	.416	.493

구분	빈도	퍼센트	누적 퍼센트
0. 제조업 외	1,035	58.3	58.3
1. 제조업	740	41.7	100.0
전체	1,775	100.0	

업종은 조사 대상기업이 영위하는 사업의 형태로 제조업의 경우는 1, 비제조업의 경우는 0으로 하여 기초통계를 통한 분석 결과, 평균은 0.416 이었고, 표준편차는 0.493으로 나타났다. 전체 응답 업체 중 제조업체는 41.7%로 740개 업체가 이에 해당되는 것으로 나타났다. 또한, 비제조업체는 58.3%에 해당하는 1,035개 업체로 나타났다.

#### (2) 기업연령

[표 8-2] 통제변수의 기초통계 및 분포도

표본수	최소값	최대값	평균	표준편차
1,775	.00	4.85	3.085	.653

기업연령은 조사연도인 2013년에서 기업의 설립연도를 차감하여 산출 하여, 자연 로그(log) 값을 취하여 변환하였다. 그 결과 나타난 평균은 3.085, 표준편차는 0.653이다.



이상의 변수별 기초통계 분석결과를 종합하면 다음과 같다.

[표 9] 변수의 기초통계 분석결과(종합)

변수명	표본수	최소값	최대값	평균	표준편차
노동생산성 (자연 log 값)	1,200	2.20	9.76	5.693	1.270
매출액순이익률	1,451	-94.75	86.63	3.080	11.948
조직규모 (자연 log 값)	1,770	1.39	9.60	5.032	1.244
CSR	411	.00	2.00	1.335	.849
도입					
적극성					
CSR 조직	454	.00	1.00	.616	.486
CSR 제도	429	.00	1.00	.708	.454
업종	1,775	.00	1.00	.416	.493
기업연령 (자연 log 값)	1,775	.00	4.85	3.085	.653

## 2.1.2 변수 간의 상관관계 분석

상관관계란 변수들 간의 관계를 의미하는 것으로, 두 개 이상의 변수에 있어서 한 변수가 변화함에 따라 다른 변수가 어떻게 변화하는지와 같은 변화의 강도와 방향을 상관관계라 하며, 상관관계의 강도를 나타내주는 수치를 상관계수라 한다.

상관관계의 정도는 0에서  $\pm 1$  사이로 나타나며, 0에 가까울수록 상관관계는 낮아지고,  $\pm 1$ 에 가까울수록 상관관계는 높아진다. 즉, 변화의 강도가 절대값 1에 가까울수록 상관관계가 높고, 변화의 방향은 +일 경우 정(+)의 방향이라고 하며, -일 경우 음(-)의 방향이라고 한다.

상관관계 분석에 있어서 변수들 간의 관련성 정도를 판단하는 기준은 상관계수의 절대치가 0.2미만일 경우 상관관계가 거의 없음을, 0.2에서 0.4미만이면 낮은 상관관계를, 0.4에서 0.7미만일 경우 다소 높은 상관관계를, 0.7에서 0.9미만인 경우 높은 상관관계를, 0.9이상일 경우 매우 높은 상관관계를 갖는다고 판단할 수 있다.

기업의 사회적 책임 활동 영향요인 관련 변수들 간의 상관관계 분석 결과는 [표 10]과 같이 나타났다.

[표 10]에서 보는 바와 같이 노동생산성은 CSR 조직 및 제도의 도입 적극성과 정(+)의 상관관계로 높은 상관관계를 갖는 것으로 나타났으며, 매출액순이익률도 정(+)의 상관관계로 다소 높은 상관관계를 갖는 것으로 나타났다.

조직규모 또한 CSR 도입 적극성과 정(+)의 상관관계를 갖지만, 낮은 상관관계를 갖는 것으로 나타났다.

즉, 노동생산성과 매출액순이익률의 경우, CSR 조직 및 제도 도입의 적극성과 갖는 상관관계 분석 결과를 통해 가설의 지지여부를 간접적으로 추측할 수 있음을 시사하고 있다.

[표 10] 변수간 상관계수

연구단위	구성개념간 상관관계					
	1	2	3	4	5	6
노동생산성	1					
매출액 순이익률	.377**	1				
조직규모	.022	.054*	1			
CSR 도입 적극성	.750**	.461**	.219**	1		
업종	.078**	.088**	-.013	-.358**	1	
기업연령	.072**	.170**	.056*	.074	.019	1

\*\*상관계수는 0.01수준에서 유의함

\*상관계수는 0.05수준에서 유의함

### 2.1.3 다중 회귀분석

변수들 간의 상관관계분석을 통하여 가설의 방향과 일치하는 지의 여부를 대체적으로 확인해 볼 수 있었다.

앞서 언급한 것처럼 상관관계분석은 변수들 간의 관련성에 대해서 대체적인 윤곽만을 제시할 뿐, 변수들 간의 인과관계인 독립변수가 종속변수에 어떠한 영향을 미치는 지를 파악할 수 없기 때문에, 인과관계의 강도와 방향성을 충분히 알아보기 위해 회귀분석을 실시하였다.

회귀분석은 독립변수가 종속변수에 어떠한 영향을 미치는 지를 파악하는 분석방법이므로, 본 연구에서는 2개 이상의 독립변수가 종속변수에 미치는 영향을 통계적으로 분석하는 다중회귀분석(multiple regression) 기법을 사용하여 인과관계를 분석하였다.

#### 1) 다중공선성 진단

다중공선성은 독립변수 간에 발생할 수 있는 높은 상관관계를 의미하며, 이러한 다중공선성은 회귀분석의 기본적 가정인 독립변수들 간의 상관관계가 없다는 것을 무시하는 것이므로 이를 반드시 확인해야 한다.

독립변수들 간의 다중공선성을 판단하기 위해 상관관계 분석을 통하여 상관관계수 값을 측정한 결과, 독립변수간의 상관관계수 값이 0.9를 넘지 않으면 다중공선성이 없다고 해석하므로 독립변수간의 다중공선성은 문제가 없다고 할 수 있다.

[표 11-1] 독립변수간 다중공선성 검토결과(상관계수)

구 분	품질수준	노동생산성	매출액순이익률
노동생산성	1		
매출액순이익률	.377**	1	
조직규모	.022	.054*	1

\*\*상관계수는 0.01수준에서 유의함

\*상관계수는 0.05수준에서 유의함

독립변수들 간에 발생할 수 있는 또 다른 다중공선성 문제 확인 방법은 공차의 한계 값(tolerance)을 확인하는 것이다.

공차의 한계가 0.1 이하일 경우에 다중공선성에 문제가 있다고 판단하므로, 본 연구의 독립변수들 간 다중공선성을 공차의 한계 값으로 추가적으로 확인한 결과, 공차의 한계가 모두 0.1 이상으로 나타나 다중공선성이 발생할 가능성은 없는 것으로 확인되었다.

[표 11-2] 독립변수간 다중공선성 검토결과(공차 및 VIF)

종속변수	독립변수	공선성 통계량	
		공차한계	VIF
CSR 도입 적극성	노동생산성	.845	1.184
	매출액순이익률	.868	1.152
	조직규모	.971	1.030

2) 다중회귀분석 결과 및 가설 검증결과

[표 11-3] 다중회귀분석 결과

종속변수	독립/ 통제변수	표준 오차	$\beta$	t값	p-value
CSR 도입 적극성	(상수)	.194	-	-8.763	.000
	노동생산성	.022	.598	19.650	.000
	매출액순이익률	.002	.264	8.811	.000
	조직규모	.019	.078	2.771	.006
	업종	.048	-.291	-10.313	.000
	기업연령	.043	.034	1.206	.229
	R=.833, R <sup>2</sup> =.693, 수정된 R <sup>2</sup> =.690, F=183.207, p=.000				

다중회귀분석 결과, ‘조직성도가 높은 기업일수록, CSR 도입에 적극적일 것이다’라는 가설과 ‘조직규모가 큰 기업일수록, CSR 도입에 적극적일 것이다.’라는 가설을 검정한 결과는 다음과 같이 나타났다.

먼저, F값은 p=.000에서 183.207의 수치를 보이고 있으며, 유의확률(p값)은 .000(p<.05)으로 나타났으므로 회귀모형이 적합하다고 할 수 있다.

독립변수가 종속변수를 얼마나 설명하는지를 알 수 있는 값인 R<sup>2</sup>값은, R<sup>2</sup>=.693으로 69.3%의 설명력을 보이고 있다.

먼저, ‘조직성도가 높은 기업일수록, CSR 도입에 적극적일 것이다’는 가설의 하위가설인 ‘노동생산성이 높은 기업일수록, CSR 도입에 적극적일 것이다’라는 가설의 검정결과는 t값이 19.650으로 ±1.96보다 크고, 유의확률(p값)이 0.000으로 0.05보다 작으므로 이 가설은 채택되었다.

다음으로 ‘매출액순이익률이 높은 기업일수록, CSR 도입에 적극적일 것이다’라는 가설의 검정결과는 t값이 8.811로 ±1.96보다 크고, 유의확률(p값)이 0.000으로 0.05보다 작으므로 이 가설도 채택되었다.

따라서 ‘조직성과가 높은 기업일수록, CSR 도입에 적극적일 것이다’는 가설은 채택되었다.

마지막으로 두 번째 가설인 ‘조직규모가 큰 기업일수록, CSR 도입에 적극적일 것이다’라는 가설의 검정결과는 t값이 2.771로 ±1.96보다 크고, 유의확률(p값)이 0.006으로 0.05보다 작으므로 이 가설 역시 채택되었다.

그 외에 통제변수 중에서 업종의 경우는 CSR 도입 적극성에 대해 부(-)의 영향을 주는 것으로 나타났다.

가설에 대한 검증결과를 요약하면 [표 11-4]와 같다.

[표 11-4] 가설 검증결과

구 분	가설내용	결 과
가설1	조직성과가 높은 기업일수록, CSR 도입에 적극적일 것이다	채 택
1-1	노동생산성이 높은 기업일수록, CSR 도입에 적극적일 것이다	채 택
1-2	매출액순이익률이 높은 기업일수록, CSR 도입에 적극적일 것이다	채 택
가설2	조직규모가 큰 기업일수록, CSR 도입에 적극적일 것이다	채 택

회귀분석을 통한 가설의 검증결과, 조직성과가 높은 기업일수록, CSR 도입에 적극적이라는 것을 확인하였으며, 조직규모의 경우도 조직규모가 큰 기업일수록, CSR 도입에 적극적이라는 것을 확인하였다.

이에 대한 정책적 함의(含意)는, 먼저 조직성과의 경우, 여유자원의 형태로 축적된 전년도의 조직성과는 다음년도의 CSR 활동을 선순환의 형태로 유인(誘因)한다는 것으로 해석될 수 있다.

또한, 조직규모가 큰 기업일수록, 기업의 활동이 사회전반에 미치는 영향력과 반대로 그에 따른 사회적 책임 실현 요구 등 다양한 사회적 요구를 해소하기 위한 방법으로 CSR을 적극적으로 추진한다는 것으로 의미를 부여할 수 있다.

## 제 5 장 결 론

### 제 1 절 연구결과의 요약 및 시사점

본 연구는 기업의 사회적 책임(CSR) 활동 추진성과가 향후의 기업성과에 영향을 미친다는 선의경영(good management) 관점과 여유자원을 많이 가지고 있는 기업이 CSR 활동을 보다 적극적으로 추진한다는 여유자원(slack resources) 관점에 기반하여 수행된 선행연구 결과들을 분석하였고, 이로부터 차이점을 도출하여 기업성과와 조직규모가 CSR활동을 추진하는 조직 및 제도의 도입 적극성과 어떠한 관련성을 가지고 있는지를 실증적으로 분석하였다는 데에서 그 의미를 찾을 수 있다.

CSR 활동 추진과 조직성과와의 관계를 규명한 선행연구, 특히 재무적 성과와의 관계를 규명한 선행연구의 결과는 크게 3가지 유형으로 긍정적 관계, 부정적 관계, 중립적 관계로 구분할 수 있다. 이러한 통일되지 못한 결과는 기업성과에 영향을 줄 수 있는 다양한 요인들이 존재하기 때문으로 판단된다.

조직규모의 경우, 일반적으로 규모가 클수록 CSR 활동을 보다 적극적으로 추진할 수 있는 것으로 인식되어왔고, 기존의 연구에서도 이에 대한 정(+)의 관계를 입증하였다. 이는 조직규모가 큰 기업일수록 보다 많은 분야별 전문인력과 관련 자원을 보유할 수 있기 때문에, 이를 바탕으로 한 CSR 활동 추진에 있어서도, 그렇지 않은 기업보다 경쟁력을 가질 수 있는 것으로 생각된다.

대부분의 선행연구는 CSR 활동과 기업성과와의 관련성을 대체로 재무적 성과에 한정하고 있으며, 상대적으로 기업성과 및 조직규모가 CSR 활동과 갖는 연관성을 분석한 선행연구는 상대적으로 많지 않다.

따라서, 본 연구는 이러한 점에 착안하여 기업성과 및 조직규모가 CSR 활동을 보다 적극적이고 체계적으로 추진하게 하는 바탕이 되는 CSR 조직 및 제도의 도입 적극성과의 관련성을 검증하였다.



이를 위하여 독립변수의 경우, 종속변수의 조사년도인 2013년보다 앞선 2011년 사업체 패널조사의 데이터를 활용하여, 종속변수와의 인과관계를 살펴보았다.

회귀분석을 통한 통계적 검증결과, 조직성고가 높고 조직규모가 큰 기업일수록, CSR 조직 및 제도를 도입하여 운영하는 데 적극적인 것으로 확인되었다. 이는 조직성과 및 조직규모가 CSR 도입시 고려사항이 될 수 있음을 보여주는 것이라고 할 수 있다.

오늘날 대기업이나 경쟁력을 갖추고 있는 많은 기업들이 CSR 조직 및 관련 제도 도입에 보다 관심을 기울이는 추세이기는 하지만, 보다 전문적이고 체계적인 CSR 활동을 추진하는 기업들은 현실적으로 많지 않은 것이 사실이다.

반면, 많은 기업들은 과거보다 극심한 경쟁 속에서 활동무대를 국내에만 국한하지 않고, 글로벌 상황에서 무한경쟁 속 이윤추구를 위해 노력하고 있다.

이러한 상황을 고려할 때 앞으로는 범국가적으로 요구되는 CSR 수준을 갖추는 것이 더욱 필요하며, 나아가 국제적 표준을 넘어서는 CSR 경쟁력 수준을 갖춘 기업만이 미래의 생존에서 우위를 점할 수 있을 것으로 생각된다.

마지막으로 본 연구를 통한 정책적 함의(含意)는, 먼저 조직성과의 경우, 여유자원의 형태로 축적된 전년도 조직성과는 다음년도의 CSR 활동을 선순환의 형태로 유인(誘因)한다는 것으로 해석될 수 있다.

또한, 조직규모가 큰 기업일수록, 기업의 활동이 사회전반에 미치는 영향력과 이에 따르는 CSR 실현 요구 등 다양한 사회적 요구를 해소하기 위한 방법으로 CSR을 보다 적극적으로 추진한다고 할 수 있다.

즉, 오늘날의 기업들이 적극적인 CSR 추진과 동시에 기업목표를 달성하기 위해서는, 이를 뒷받침할 수 있는 조직 및 제도의 도입이 필요하다는 것을 본 연구를 통해서 확인하였다는 데서 그 의미를 찾을 수 있다.

## 제 2 절 연구의 한계 및 향후 연구과제

본 연구는 기존연구에 나타난 일반적인 연구모형인 기업의 사회적 책임(CSR) 활동 추진이 기업성장에 미치는 영향을 검증하거나, 조직성도가 우수한 기업이 CSR 활동을 추진할 경우 그에 따라 나타나는 CSR 성과에 미치는 영향을 검증한 것이 아닌, 기업성과와 조직규모가 CSR 조직 및 제도 도입의 적극성과 어떠한 연관성을 가지고 있는지를 검증하였다는 데에서 그 의미를 찾을 수 있지만 다음과 같은 한계점들을 가지고 있다.

첫째, 본 연구는 한국노동연구원의 사업체패널 조사 데이터를 활용하여, 직전 조사연도의 조직성과와 조직규모가 차후 조사연도의 CSR 도입 적극성과 갖는 연관성을 파악하였기 때문에, 여러 기간 동안에 걸쳐 나타나는 영향을 파악할 수는 없었다.

향후의 연구에서는 대상기간을 확대하여 한국노동연구원의 사업체패널 데이터를 2005년 제1차 조사부터 활용함으로써, 다년간에 걸쳐 나타나는 영향을 검증할 경우, 기업의 조직성과와 조직규모가 CSR 도입 적극성과 갖는 관련성을 보다 체계적이고 설득력 있게 파악할 수 있을 것으로 생각한다.

둘째, CSR 활동 추진 조직 및 제도 도입에 영향을 미치는 요인으로 설정한 조직성과와 조직규모에 관한 문제이다. 본 연구는 선행연구와의 차별을 두고자, 독립변수를 조직규모와 조직성과를 나타내는 노동생산성과 매출액순이익률의 3가지를 선정하여, 종속변수인 CSR 도입 적극성과의 인과관계를 파악하였으나, 각 기업마다 조직규모가 다르고, CSR 활동 수준과 추진여건 및 중점을 두는 조직성과에 대한 우선순위가 다를 수 있으므로, 각각의 성과변수가 CSR 활동 추진에 따라 나타나는 대표적인 영향요인으로 볼 수 있는지에 대한 의문이 제기될 수도 있다. 따라서, 향후의 연구에서는 보다 현실적인 CSR 영향요인 고려를 통한, 객관적이고 실증적인 연구결과가 도출되기를 기대해 본다.

마지막으로, CSR 활동 추진에 영향을 미칠 수 있는 요인으로 선정된

통제변수에 대한 추가 고려가 필요하다고 생각한다.

본 연구는 기업의 업종과 기업연령을 CSR 활동 추진에 영향을 미칠 수 있는 것으로 보아 이를 통제하였으나, 보다 정확한 분석을 이끌어 내기 위해서는 다른 통제변수가 필요할 수도 있다.

앞으로의 연구에서는 이러한 점들을 고려하여, CSR 활동 추진에 영향을 미칠 수 있는 실제적인 영향요인을 고려하고, CSR 추진효과를 시계열적으로 분석함으로써, 기업의 사회적 책임(CSR) 조직 및 제도 도입을 위한 논리적 근거와 CSR 적극적 추진의 타당성을 뒷받침할 수 있는 다양한 연구가 이루어지길 기대해 본다.

## 참고문헌

### <단행본>

박상안 외 (2007), 『기업의 사회적 책임 중시 경영』, 한국학술정보(주).

### <기 타>

WPS 사업체패널 조사(Workplace Panel Survey) [www.kli.re.kr/wps/index.do](http://www.kli.re.kr/wps/index.do)

### <논 문>

고성천 (2010), “기업의 사회적 책임(CSR) 활동이 기업 가치에 미치는 영향”,  
서울대학교 대학원 석사학위논문.

곽관훈 (2017), “기업의 사회적 책임(CSR) 논의의 최근 동향”, 경영법률,  
27(2) : pp205-233.

곽수근·김평기 (1993), “한국기업의 사회적 성과평가”, 경영논집, 27(3-4) :  
pp62-93.

강경이 외 (2016), “기업의 연속적인 CSR 활동이 경영성과 및 기업 가치에  
미치는 영향”, 회계연구, 21(6) : pp87-109.

강재호·김동환 (2010), “기업의 사회적 책임과 재무성과의 연관성에 관한 연구”,  
한국산학기술학회논문지, 11(2) : pp681-688.

강철희·정승화 (2007), “기업사회공헌과 기업의 재무적 성과의 관계에  
관한 연구”, 사회보장연구, 23(4) : pp29-56.

김기현 (2013), “공기업의 사회적 책임 활동(CSR)이 조직성과에 미치는  
영향에 관한 연구”, 인하대학교 대학원 박사학위 논문.

- 김동주 (2009), “이해관계자 관점에서 본 기업의 외부적 CSR 활동과 종업원 및 주주의 이익”, 인적자원관리연구, 16 : pp29-47.
- 김영식·위정범 (2011), “기업의 사회적 활동과 재무적 성과의 통합적 고찰”, 대한경영학회지, 24(5) : pp2913-2950.
- 김병조·김병근 (2011), “여유자원의 유형과 조직성과에 관한 종단적 연구: 전문경영인의 시각에서 본 시사점을 중심으로”, 전문경영인 연구, 14(3) : pp1-24.
- 김병철 (2008), “사회공헌활동이 기업 가치에 미치는 영향 : 기부금지출을 중심으로”, 한양대학교 대학원 석사학위논문.
- 김선화·이계원 (2013), “기업의 사회적 책임활동(CSR) 관련 연구들에 대한 검토 및 향후 연구 방향”, 대한경영학회지, 26(9) : pp2397-2425.
- 김선화·정용기(2009), “기업의 환경성과와 생산성간의 양방향적 영향관계”, 환경정책, 17(2) : pp115-142.
- 김지욱·변선영 (2011), “한·일 기업의 전략적 CSR 활동과 기업성과”, 국제경영연구, 22(1) : pp83-110.
- 김희성 외 (2009), “기업 사회공헌 결정요인의 시기별 변화에 관한 연구 : 1990년대 초반 이후 기업의 기부금 규모를 중심으로”, 한국사회학, 43(4) : pp1-36, 221
- 노한균 (2008), “기업의 사회적 책임에 관한 국제 동향-국제기구 논의를 중심으로”, 한국비영리연구, 6(3) : pp101-131.
- 문용갑·김월화 (2004), “한국인의 기업의 사회적 책임 지향에 관한 연구”, 인간연구, 9 : pp151-182.
- 박동석 (2009), “기업의 특성과 사회적 책임”, 경상대학교 대학원 석사학위논문.
- 박헌준·이종건 (2002), “기부와 환경보호: 기업의 사회공헌활동과 재무적 성과간의 관계에 관한 실증적 연구”, 인사·조직연구, 10(1) : pp95-133.
- 반혜정·김석수 (2009), “기업의 사회적 책임과 기업능력에 따른 경쟁우위”, 대한경영학회지, 22(4) : pp2037-2058.

- 백경민 (2013), “한국 기업 내 사회적 책임 전담부서의 설치”, 한국조사연구학회, 14(3) : pp191-211.
- 명창식 (2015), “한국의 글로벌 기업 사회적 책임(CSR)활동의 특성에 관한 연구”, 상업교육연구, 29(5) : pp229-252.
- 신장균 (2003), “기업의 사회적 책임활동(Corporate Social Responsibility : CSR)의 효과에 관한 연구 : 유한킴벌리의 우리강산 푸르게 푸르게 캠페인(KKG) 20년 활동 사례를 중심으로”, 광고학 연구, 14(5) : pp205-221.
- 손민혜 · 김승현 (2012), “기업특성변수가 기부금 지출수준에 미치는 영향분석”, 국제회계연구, 42 : pp205-224.
- 송호신 (2010), “기업의 사회적 책임(CSR)에 대한 배경과 회사법적 구현”, 한양법학, 21(1) : pp141-171.
- 이상민 (2008), “미국의 주주행동주의 연구 : 네 가지 기제를 중심으로, 시민 사회와 NGO”, pp215-253.
- 이성봉 (1991), “한국기업의 사회적 성과와 경제적 성과의 관계에 관한 비교 연구 : 사회적 성과의 증가추세와 경제적 성과의 증가추세간 비교분석을 중심으로”, 서울대학교 대학원 석사학위논문.
- 이영찬 · 이승석 (2008), “이해관계자에 대한 사회적 책임 활동이 지식경영활동 및 조직성과에 미치는 영향”, 한국산업정보학회논문, 13(4) : pp83-97.
- 유성태 (2011), “여유자원이 기업의 사회적 성과에 미치는 영향에 관한 연구 : 소유구조를 조절변수로”, 서울대학교 대학원 석사학위논문.
- 조성표 · 손수훈 (2009), “기업의 사회적 성과와 재무적 성과의 관련성”, 경영연구, 24(4) : pp121-156.
- 전웅수 외 (2013), “기업의 사회적 책임활동이 경영성과에 미치는 영향 : 최고경영자 태도, CSR 기업특성, 관리통제시스템의 매개/조절효과”, 한국경영교육학회, 28(2) : pp213-234.

- 장영철 · 안치용 (2012), “기업의 사회적 책임(CSR)과 기업성과 경쟁력의 재음미 : 선행연구들을 중심으로”, *대한경영학회지*, 25(9) : pp355-357.
- 장지인 · 최현섭 (2010), “기업의 사회적 책임(CSR)과 재무성과와의 관계”, *대한경영학회지*, 23(2) : pp633-648.
- 천미림 · 김창수 (2011), “CSR의 지속성이 CSR과 재무성과의 관계에 미치는 영향”, *회계정보연구*, 29(3) : pp351-374.
- 최미화 · 김확열 (2017), “CSR과 기업성과 및 현금보유가치”, *한국국제 회계학회*, 71 : pp263-288.
- 최애정 · 조수영 (2011), “기업의 CSR 수행에 영향을 미치는 요인들 : 우연성 이론의 적용”, *한국PR학회*, 15(2) : pp.116-148.
- 편창훈 외 (2014), “기업의 사회공헌 규모와 기업의 재무적 성과와의 관계”, *한국사회복지조사연구*, 41 : pp89-118.
- 한경희 · 이계원 (2013), “기업의 사회적 책임활동에 따른 이익지속성과 기업가치”, *기업경영연구*, 52 : pp251-272.
- Bowen, Howard (1953), “Social Responsibilities of the Businessman”, NY : Harper & Brothers 6.
- Carroll, A. (1991), “The pyramid of corporate social responsibility : Toward the moral management of organizational stakeholders”, *Business Horizons*, 34(4) : pp39-48.
- Coleman, J. S. (1990), “Foundations of Social Theory”, Boston, MA. : Harvard University Press.
- Dyer, L., & Reeves, T. (1995) “Human Resources Strategies & Firm Performance : What do we know and Where we need to go?”, *International Journal of Human Resources Management*, 6(3) : pp656-670.
- Freeman, R. E. (1984), “Strategic Management : A Stakeholder Theory”, Cambridge University Press.
- McGuire, J. P. (1963), *Business and society*, New York : McGraw-Hill.

- McWilliams, A. & Siegel, D. (2001), "Corporate Social Responsibility : A Theory of Firm Perspective", *Academy of Management Review* 26(1) : pp117-127.
- Porter, M. E. & Kramer, M. R. (2011), "The Competitive Advantage of Corporate Philanthropy", *Harvard Business Review* (December) : 57-68.
- Tanimoto, K. (2012), "Changes in the Market Society and Corporate Social Responsibility", *Journal of Asian Business & Management*, Vol. 3(2).
- Wood, D. J. (1991), "Corporate social performance revisited", *Academy of Management Review*, 16(4) : pp691-718.



## Abstract

# A Study of Factors Influencing CSR Activities

: based on Analysis of the Workplace Panel Survey

Yeo Yongkil

Department of Public Enterprise Policy

The Graduate School

of Public Administration

Seoul National University

Today's corporate environment is becoming increasingly interested in the concept of Corporate Social Responsibility(CSR) since the demands of many stakeholders surrounding the enterprise become more diverse.

CSR refers to duties that a business or management is expected to perform for their stakeholders. Thus, CSR is another task that is required and valued by a business or its management.

Therefore, in today's rapidly changing business environment, it is necessary to preemptively identify and analyze the needs of various stakeholders and reflect them in corporate management.

In the meantime, there has been a growing trend in the 21<sup>st</sup> century to highlight links between corporate sustainability and CSR. Some research suggests that linkages between corporate performance and CSR can be established by strategically approaching CSR.

Certain versions of management theory argue that a company with a good CSR outcome improves its financial performance, and the slack resource theory supports the view that a company with a good financial performance is more active in carrying out its CSR activities.

Although many previous studies have examined the impact of CSR activities on organizational performance, relatively few studies have directly tested these results in relation to social responsibility organizations and systems.

The purpose of the current study is to analyze empirically the effects of corporate organizational performance and scale on the introduction of social responsibility organizations and systems regarding CSR activities.

Based on previous research using the survey data of the business panel conducted by the Korea Labor Institute, this study investigates the effect of organizational performance and scale of CSR activities on the aggressiveness of introducing CSR organizations and systems.

The independent variables representing the organizational performance and scale were selected from the 2011 survey data, the labor productivity, the ratio of net profit to sales and the organizational size were selected.

The dependent variable, social responsibility organizations and systems, was selected from the 2013 data to analyze the causal relationship between the independent variables and the dependent variable.

The statistical tool for the survey data was analyzed by using the SPSS statistical package and multiple regression analysis was conducted for the research hypothesis testing.

As a result of the empirical analysis, the hypothesis testing that companies with higher corporate performance will introduce social responsibility organizations and systems is significant.

First, the result of the hypothesis testing that the higher the labor productivity of the company will introduce the social responsibility organizations and systems has a statistically significant effect.

Second, the result of the hypothesis testing that a company with a higher ratio of net profit to sales will introduce the social responsibility organizations and systems also has a positive effect.

And the result of the hypothesis testing that a company with larger organizational scale will introduce the social responsibility organizations and systems is significant.

Many companies nowadays are well aware of CSR activities as a way of enhancing their sustainability.

In this context, considering the fact that companies with high corporate performance and large organizational scale are active in introducing and operating social responsibility organizations and related systems.

In summary, it appears necessary for companies who currently have not introduced or do not operate social responsibility organizations and related systems to introduce CSR-related organizations or systems to achieve their sustainability in the future.

**keywords : Corporate Social Responsibility(CSR), CSR  
performance, Slack Resources, Good Management,  
Organizational Scale, Sustainability**

**Student Number : 2017-23391**