



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)이
기업성과에 미치는 영향에 관한 연구
- 공기업 및 준정부기관을 대상으로 -

2014년 8월

서울대학교 행정대학원

공기업정책학과

임진한

기업의 사회적책임(CSR)이
기업성과에 미치는 영향에 관한 연구
- 공기업 및 준정부기관을 대상으로 -

지도교수 김 상 현

이 논문을 공기업정책학 석사 학위논문으로 제출함
2014년 4월

서울대학교 행정대학원
공기업정책학과
임 진 한

임진한의 석사 학위논문을 인준함
2014년 6월

위원장 _____ 구 민 교



부위원장 _____ 박 정 훈



위 원 _____ 김 상 현



국문초록

최근들어 기업의 사회적 책임(CSR: corporate social responsibility)에 대한 논의가 많아지고 있으며, 빠르게 변화하고 있는 경영환경에서 기업이 경쟁력을 확보하기 위해 점차 의무적인 관점에서 벗어나 전략적인 관점에서 활성화되어가고 있다. 더욱이 최근 공기업에 대해 방만한 경영을 하고 있다는 사회적 비난과 함께, 일부 부정부패 사례 발생으로 국민으로부터의 신뢰가 하락하고 있어, 공기업 입장에서 지속가능한 경영을 위해 사회적 책임 활동을 통한 다양한 성과 제고의 필요성은 더욱 커지고 있다고 보인다. 이에 본 연구에서는 공기업 및 준정부기관을 대상으로 하여 기업의 사회적 책임 활동과 기업성과와의 관계에 대해 분석하고자 하였다.

본 연구는 기업의 사회적 책임 활동수준 측정을 위해 공공기관 경영실적 평가의 사회공헌지표 특점을 활용하였다. 이는 2011년 평가시 도입된 것으로 각 공기업 및 준정부기관의 민간부문 일자리 창출, 공정사회 구현, 중소기업과의 동반성장, 기관의 특성에 부합하는 사회봉사활동 등에 대한 노력과 성과를 평가한 것이다. 종속변수인 기관의 성과는 소비자 측면, 종업원 측면, 재무적 측면의 성과로 구분하고 각각 고객만족도, 청렴도, 총자산순이익률을 대용변수로 하여 실증적인 분석을 하였으며, 기관유형, 기관규모, 측정연도, 평가종합등급을 통제변수로 활용하여 연구의 모형을 확장하였다. 이와 같은 연구모형을 통해 선행연구를 바탕으로 설정한 기업의 사회적 책임 활동이 기업성과에 긍정적인 영향을 미친다는 가설을 검증하고자 다중회귀분석을 시행하였다.

분석결과 첫째, 기업의 사회적 책임 활동은 소비자 성과에 긍정적인

영향을 미치는 것으로 나타났다. 이는 기업의 사회적 책임 활동이 소비자들로 하여금 해당 기업에 대한 신뢰와 좋은 기업이미지를 이끌어내기 때문으로 보인다.

둘째, 기업의 사회적 책임 활동은 종업원 성과에도 긍정적인 영향을 미치는 것으로 나타났다. 종업원들이 소속기업의 사회적 책임 활동에 대해 인지한 경우 소속기업에 대해 긍지를 갖고 신뢰를 하게 되어, 본인의 역할을 더욱 충실히 수행하고 기업에 더욱 협조하게 되기 때문이라고 해석할 수 있다.

마지막으로, 기업의 사회적 책임 활동이 재무적 성과에는 유의미한 영향을 미치지 못하는 것으로 나타났다. 공기업 및 준정부기관의 경우 이들 기관이 공급하는 재화 및 서비스에 대한 공공요금의 결정이 정부의 통제를 받고 있으며, 사업의 구조 및 형태 또한 이들 기관의 노력과 고객의 의사에 따라 변화하기 어려운 구조이기 때문으로 해석할 수 있다.

본 연구는 위와 같은 분석을 통해, 일반적인 사기업 뿐만 아니라 공기업 및 준정부기관에 있어서도 기업의 사회적 책임 활동이 기업성과에 영향을 미치고 있음을 실증적으로 확인하였다는데 의의가 있다. 이를 바탕으로 하여 실무적으로 기업 자원의 효율적인 사용이라는 측면에서 소비자 성과 제고를 위해 동반성장, 공정사회 구현 및 사회봉사활동 등 CSR 활동을 강화하려는 노력이 필요하며, 종업원 성과 제고를 위해 종업원들이 CSR 활동에 적극적으로 참여하도록 유도하고, 회사의 CSR 활동을 종업원들이 잘 인지할 수 있도록 홍보하는 등의 다양한 방안이 강구되어야 할 것으로 보인다.

주요어 : 공기업, 기업의 사회적 책임, 기업성과, 고객만족도, 청렴도, 총자산순이익률

학 번 : 2013-22677

목 차

제 1 장 서 론	1
제 1 절 연구의 필요성 및 목적	1
제 2 절 연구의 대상과 구성	3
제 2 장 이론적 기초와 선행연구 검토	5
제 1 절 공기업에 관한 이론	5
1. 공기업의 정의	5
2. 공기업의 등장배경 및 공공성과 수익성	7
제 2 절 기업의 사회적 책임에 대한 논의	9
1. 기업의 사회적 책임에 대한 개념 및 정의	9
2. 기업의 사회적 책임에 대한 관점	12
제 3 절 기업의 사회적 책임 활동과 성과간의 관계	16
1. 소비자 측면의 성과	16
2. 종업원 측면의 성과	17
3. 재무적 측면의 성과	18
4. 선행연구와의 차별성	19
제 3 장 연구의 설계	22
제 1 절 연구모형	22
제 2 절 변수의 선정	23
1. 독립변수	23
2. 종속변수	26
3. 통제변수	31

제 3 절 연구가설과 분석모형	35
1. 연구가설	35
2. 분석모형	36
제 4 장 연구결과	37
제 1 절 기술통계분석	37
1. 독립변수	37
2. 종속변수	38
3. 통제변수	40
제 2 절 다중회귀분석	42
1. 다중공선성 진단	42
2. 다중회귀분석 결과	45
제 3 절 분석결과와 해석	51
1. 기업의 사회적 책임 활동이 소비자 성과에 미치는 영향	51
2. 기업의 사회적 책임 활동이 종업원 성과에 미치는 영향	51
3. 기업의 사회적 책임 활동이 재무적 성과에 미치는 영향	52
제 5 장 결 론	54
제 1 절 연구결과의 요약	54
제 2 절 연구의 시사점 및 정책적 함의	56
제 3 절 연구의 한계 및 향후 연구과제	58
참고문헌	60
Abstract	66

표 목차

[표 1]	공공기관의 구분	6
[표 2]	Carroll의 사회적 책임 구분	10
[표 3]	기업의 사회적 책임에 대한 정의	11
[표 4]	기업의 사회적 책임에 대한 관점	15
[표 5]	공기업의 사회적 책임 활동 관련 선행연구	20
[표 6]	사회공헌 평가지표 세부 평가내용	24
[표 7]	비계량지표의 등급 설정과 평점	25
[표 8]	고객만족도 조사 실시 근거	27
[표 9]	청렴도 측정 실시 근거	29
[표 10]	종합평가 등급별 적용 점수	33
[표 11]	변수의 측정방법	34
[표 12]	독립변수의 기술통계량	38
[표 13]	종속변수의 기술통계량	39
[표 14]	통제변수의 기술통계량	41
[표 15]	변수간 상관관계	43
[표 16]	공차한계와 VIF	44
[표 17]	고객만족도 모형의 회귀분석 결과	45
[표 18]	청렴도 모형의 회귀분석 결과	47
[표 19]	총자산순이익률 모형의 회귀분석 결과	49

그림 목차

[그림 1] 연구모형	23
[그림 2] 다중회귀모형	36

제 1 장 서 론

제 1 절 연구의 필요성 및 목적

최근들어 기업의 사회적 책임(CSR: corporate social responsibility)에 대한 논의가 활발해지고 있으며 전략적인 관점에서 활성화되고 있다. 과거에는 기업이라는 것이 이윤 극대화만을 목적으로 하는 조직이라는 인식이 지배적이었다. 기업의 윤리적인 책임 또는 사회적 책임이라는 것이 크게 중요하지 않다는 인식이었다. 하지만 기업의 규모가 점차 커짐에 따라 기업에 대한 사회적 요구가 증대되고, 기업과 사회가 분리된 존재가 아니라 사회 속에서 주주·소비자·시민단체·정부 등 다양한 이해관계자와 관계를 맺게되면서 그들의 요구도 수용할 필요가 생기게 되었다. 또한 사회적 책임 활동이 경제적 성과, 기업이미지 제고, 구성원들의 만족 등에 효과적이라고 인식되면서 점차 의무적 관점에서 벗어나 적극적이고 전략적인 관점에서 사회적 책임 활동을 이행하려고 하고 있다.

이러한 기업을 둘러싼 환경 변화는 민간기업 뿐 아니라 공기업으로도 확산되면서 많은 공기업들이 사회적 책임 활동을 수행하고 있다. 공기업은 공공성과 기업성을 동시에 추구하고 있지만, 설립 목적은 공공성이 더 크다고 볼 수 있기 때문에 민간기업보다 사회적 책임에 대한 의무감이 더 강하게 작용하고 있다고 보인다. 법률적으로 독점적인 사업을 영위하는 경우가 많고, 정부로부터 사업을 위임받은 경우도 있기 때문에 사회와 상호 의존하며 공생해야 하는 자세를 요구받는다고 볼 수 있기 때문이다.

또한 공기업의 생존과 국민으로부터의 신뢰 확보를 위해서도 민간기업보다 사회적 책임에 대해 더 큰 의무감이 있다고 보인다. 우리사회의 공적 이익을 위해 설립된 공기업에서 일부 부정부패 사례가 발생하고, 방만하고 비효율적인 조직이라는 비난과 함께 국민들의 신뢰가 떨어지고 있기 때문이다.

이와 같이 기업의 사회적 책임 활동에 대한 중요성이 강조되면서, CSR에 대한 정의 및 성과 등과 관련한 많은 연구가 이루어지고 있지만, 성과와 관련해서는 민간기업을 대상으로 한 연구가 대부분이며 공기업에 대한 연구는 상대적으로 부족한 실정이다. 또한 공기업을 대상으로 한 일부 연구에 있어서도 사회적 책임 활동 수준과 성과를 설문을 통해 응답자가 주관적으로 평가하거나, 조직몰입 등 부분적인 조직성과만을 분석한 경우가 대부분이었다.

따라서, 본 연구는 기업의 사회적 책임 활동 수준과 그에 대한 성과를 객관적인 지표를 통하여 분석해보고자 한다. 이와 같은 CSR 활동 수준이 기업성과에 미치는 영향에 대한 실증적 분석을 통해, CSR에 대한 전략 및 기업성과 향상에 대한 다양한 시사점을 제공할 수 있을 것으로 기대한다.

제 2 절 연구의 대상과 구성

본 연구는 우리나라의 공기업 및 준정부기관을 대상으로 한다. 「공공기관의 운영에 관한 법률」에 따르면, 공공기관은 국가·지방자치단체가 아닌 법인·단체 또는 기관으로서 법률상 세부 요건에 해당하는 기관을 기획재정부 장관이 지정하는 기관이라고 정의하고 있다.

이러한 공공기관은 ‘공기업’, ‘준정부기관’, ‘기타 공공기관’으로 구분될 수 있다. 이 중 공기업은 직원 정원이 50인 이상이고, 자체수입액이 총수입액의 2분의 1이상인 공공기관 중에서 기획재정부 장관이 지정한 기관으로, 자산규모가 2조원 이상이고 총 수입액중에서 자체수입액이 85%이상인 공기업은 시장형 공기업, 그렇지 못한 공기업은 준시장형 공기업으로 재분류된다. 준정부기관은 직원 정원이 50인 이상이고, 공기업이 아닌 공공기관 중에서 기획재정부 장관이 지정한 기관으로 정의되는데, 국가재정법에 따라 기금을 관리하거나 기금의 관리를 위탁받은 준정부기관은 기금관리형 준정부기관, 그렇지 않은 준정부기관은 위탁집행형 준정부기관으로 재분류된다. 마지막으로 공기업과 준정부기관이 아닌 공공기관은 기타 공공기관으로 분류된다.

이러한 공공기관에 대하여 기관간 경쟁 유발을 통해 경영혁신을 유도하고 경영효율성을 제고하고자 1984년 이래로 매년 경영실적에 대한 평가가 시행되고 있는데, 2010년 말에는 새로운 사회적 수요를 반영하고자 경영평가 제도가 개편되어 중소형 준정부기관을 제외한, 공기업 전체와 위탁집행형 준정부기관 및 기금관리형 준정부기관에 대해 사회공헌 평가 지표가 신설되었다. 이는 공공기관의 사회적 책임을 강화하기 위하여 일자리 창출, 공정사회 구현, 동반성장, 사회봉사활동 등에 대한 노력과 성과를 평가하기 위한 것이다.

이와 같은 배경을 고려하여, 본 연구에서는 사회적 책임 활동 수준의 측정을 위해 공공기관 경영실적 평가의 사회공헌지표 득점을 활용하였으며, 그에 따라 본 지표의 평가를 받은 공기업 및 준정부기관을 대상으로 본 연구를 수행하였다. 다만 성과변수로 설정한 지표가 없는 일부 기관은 분석대상에서 제외하였다.

본 연구에서는 위와 같이 공기업 및 준정부기관을 대상으로 하여, 기존의 선행연구들을 토대로 이론을 정리하고, 그에 따라 가설을 설정한 후, 연구모형을 구성하였다. 본 연구의 구성은 다음과 같다. 먼저 1장의 서론에서는 연구의 필요성 및 연구대상에 대해 서술한다. 2장의 이론적 논의에서는 공기업에 관한 이론 및 기업의 사회적 책임에 대한 논의, 기업의 사회적 책임 활동과 성과간의 관계에 대해 고찰한다. 3장은 연구의 설계에 관한 것으로, 연구모형, 변수의 조작적 정의 및 연구가설에 대해 서술한다. 4장은 연구의 결과로 각 변수의 기술통계분석과 다중회귀분석의 시행결과를 제시하고 가설을 검증한다. 마지막으로 5장은 결론으로서 연구결과를 요약하고 시사점을 제시하며, 본 연구의 한계에 대해 서술한다.

제 2 장 이론적 기초와 선행연구 검토

제 1 절 공기업에 관한 이론

1. 공기업의 정의

공기업은 학자의 연구분야 또는 분석동기에 따라 다양하게 정의되고 있다. 그러나 일반적으로 공기업은 국가 또는 지방자치단체가 소유·지배하는 기업으로서 공공성과 기업성을 추구하는 기업이라는 의미로 받아들여진다(송주현, 2010).

우리나라에서의 제도적 정의를 살펴보면, 「공공기관의 운영에 관한 법률」 4조에 따라 공공기관은 국가·지방자치단체가 아닌 법인·단체 또는 기관으로서 법률상 세부 요건에 해당하는 기관을 기획재정부 장관이 지정하는 기관이라고 정의될 수 있다.

또한 동법 5조에 따라, 공공기관은 ‘공기업’, ‘준정부기관’, ‘기타 공공기관’으로 구분될 수 있다. 이중 공기업은 직원 정원이 50인 이상이고, 자체수입액이 총수입액의 2분의 1이상인 공공기관 중에서 기획재정부 장관이 지정한 기관으로 정의되는데, 공기업중에서 자산규모가 2조원 이상이고 총 수입액중에서 자체수입액이 85%이상인 공기업은 시장형 공기업, 그렇지 못한 공기업은 준시장형 공기업으로 재분류된다.

준정부기관은 직원 정원이 50인 이상이고, 공기업이 아닌 공공기관 중에서 기획재정부 장관이 지정한 기관으로 정의되는데, 국가재정법에 따라 기금을 관리하거나 기금의 관리를 위탁받은 준정부기관은 기금관리형

준정부기관, 그렇지 않은 준정부기관은 위탁집행형 준정부기관으로 재분류된다. 마지막으로 공기업과 준정부기관이 아닌 공공기관은 기타공공기관으로 분류되며, 이와 같은 공공기관의 구분 및 기준은 아래 [표 1]과 같다.

[표 1] 공공기관의 구분

구분	기준
공기업	직원 정원이 50인 이상이며, 자체수입액이 총수입액의 2분의 1 이상인 기관 중에서 기획재정부 장관이 지정한 기관
시장형 공기업	자산규모가 2조원 이상이고, 총수입액 중 자체수입액이 100분의 85 이상인 공기업
준시장형 공기업	시장형 공기업이 아닌 공기업
준정부기관	직원 정원이 50인 이상이며, 공기업이 아닌 공공기관 중에서 기획재정부 장관이 지정한 기관
기금관리형 준정부기관	국가재정법에 따라 기금을 관리하거나, 기금의 관리를 위탁받은 준정부기관
위탁집행형 준정부기관	기금관리형 준정부기관이 아닌 준정부기관
기타 공공기관	공기업과 준정부기관을 제외한 공공기관중에서 기획재정부 장관이 지정한 기관

자료 : 공공기관의 운영에 관한 법률

위의 분류에 따른 2014년도 공공기관의 수는 공기업 30개(시장형 14, 준시장형 16), 준정부기관 87개(기금관리형 17, 위탁집행형 70), 기타공공기관 187개, 총 304개이다¹⁾.

1) 출처 : 기획재정부 보도자료 “2014년도 공공기관 지정안 확정” (2014. 1.24)

2. 공기업의 등장배경 및 공공성과 수익성

공기업은 시장실패의 보완책으로서 정부의 시장개입 수단으로 만들어졌다고 볼 수 있다. 20세기에 들어와 가격기구의 조정능력이 한계에 부딪히는 등 시장실패가 발생하기 시작하면서, 정부의 개입 확대 필요성과 공기업 역할에 대한 필요성이 제기되기 시작한 것이다. 사회취약계층에 대한 사회적 서비스를 제공하고, 민간부문에서 담당하기 곤란한 공공재 공급 및 사회간접분야 개발을 위하여 공기업이 설립되었다(전원우, 2006).

이와 같이 공기업은 일반적인 사기업과 달리 국가의 정책수단으로 설립되어, 경제발전을 위하여 또한 최근에는 소득재분배, 복지정책, 고용정책 등의 경제계획의 도구로 활용되고 있으나, 한편 일반 민간기업과 마찬가지로 기본적으로 이윤추구 활동도 수행한다. 그러므로 공기업은 정부와 같이 공공성만을 추구하는 것도 아니고, 사기업처럼 수익성만을 추구하는 것도 아니라 공공성과 수익성을 동시에 추구한다고 할 수 있다(유미년, 2012).

이처럼 공기업은 수익성을 추구하기도 하지만 공공성 수행이 기관 설립 본연의 목표라고 할 수 있으므로 사회 구성원으로서 공공성 추구를 위한 사회적 책임 활동이 민간기업보다 더욱 요구되고 있다고 볼 수 있다(송주현, 2010). 공기업은 우리사회에 혼자 존재하지 않고, 국민 및 사회와 연결되어 서로 영향을 미치는 상호 의존적인 관계를 유지하고 있으므로 사회와 공생해야 하는 자세를 요구받고 있는 것이다.

이러한 점에서 공기업의 사회적 책임 활동은 공기업의 생존 경쟁력과 국민으로부터의 신뢰 확보를 위해서 필요하다고 볼 수 있다. 오늘날 공기업은 우리사회의 공적 이익의 실현을 위해 설립되었음에도 불구하고,

일부 부정부패 사례 등으로 국민로부터 비난의 대상이 되고 있다. 사회 구성원의 눈높이가 높아짐에 따라 공기업의 성장과 지속가능한 경영을 위하여 사회적 책임 활동 이행을 필수 요건으로 활용할 수 있으므로, 공공기관에 있어서 CSR 활동에 대한 필요성을 인식하는 것은 더욱 중요하다고 할 수 있다.

제 2 절 기업의 사회적 책임에 대한 논의

1. 기업의 사회적 책임에 대한 개념 및 정의

기업의 사회적 책임에 대한 연구는 1953년 Bowen이 처음 학문적 정의를 내린 이후 현재까지 지속적으로 진행되어 왔으며 다양한 정의가 제시되고 있다. 그러나 아직까지 명확하게 하나의 개념으로 정의되지 못하고 있으며, 사회적 책임 활동과 관련한 용어들조차 기업책임, 기업시민정신, 기업지속가능성, 기업윤리 등과 같이 다양하게 사용되고 있다(김성진·김종근, 2010).

기업의 사회적 책임이라는 개념에 대해 처음으로 학문적 정의를 내린 Bowen(1953)은 그의 저서인 「기업인의 사회적 책임」에서 사회적 책임을 우리사회의 목표 또는 가치를 위해 바람직하다고 여겨지는 정책이나 원칙을 추구하고 의사결정을 하며 그에 따르는 행동을 하는 기업인의 의무라고 하였다(강태희·차희원, 2010, 재인용). Bowen 이후에 Davis(1973), Preston & Post(1981), Carroll(1979) 등이 CSR의 내용과 의미에 대한 적절한 정의를 지속적으로 제안하였으며, Davis(1973)는 기업의 사회적 책임이 기업의 직접적인 경제적 이익을 초월하는 행동과 결정을 포함한다고 주장했다(김지혜, 2011, 재인용).

Carroll(1979)은 CSR을 다층적 개념인, 경제적·법적·윤리적·자선적 책임으로 구분하였는데, 이중 경제적 책임은 사회의 일원인 기업이 사회에 재화를 생산·공급하고 용역을 제공할 책임이며, 법적 책임은 기업이 경제적 책임을 이행하는데 있어서 법적인 테두리 내에서 법률을 준수하며 수행해야 하는 책임이다. 다음으로 윤리적 책임은 법률에 의해 규정되지는 않으나 사회의 일원으로서 기업에 요구되는 활동을 의미하며, 마지막

으로 자선적 책임은 경영활동과 직접적인 관련이 없는 문화활동이나 기부, 자원봉사에 참여하는 책임을 말한다. 이와 같은 Carroll의 정의는 CSR에 대한 연구에서 가장 많이 활용되고 있다(Wood, 1991; 강태희·차희원, 2010, 재인용).

또한 Wood & Jones(1995)도 Carroll의 네가지 영역에 대해 “CSR에 대해 연구하는 학자들 사이에서 폭넓게 사용하는 대중적인 개념”이라고 하였으며, Schwartz & Carroll(2003) 역시 “Carroll의 CSR 개념을 바탕으로 한 네가지 영역과 CSR 피라미드는 CSR 관련 패러다임을 이끌어 온 개념”이라고 언급하면서 매우 유용한 개념이라고 하였다(김성진·김종근, 2010, 재인용). Carroll의 사회적 책임 구분에 대한 세부내용은 아래 [표 2]와 같다.

[표 2] Carroll의 사회적 책임 구분

책임의 종류	윤리원칙	사회적 기대	구체적 사례
자선적 책임	사회적 약자의 최대복지	사회가 희망	기부, 자선사업, 지역공헌 등
윤리적 책임	보편적 의무, 지켜야 할 도리	사회가 기대 청렴도, 투명도 향상	신뢰, 법정신, 투명거래 등
법적 책임	최대다수의 최대 행복	사회가 의무화	상법 및 형법상 책임, 행정지도 등
경제적 책임	자기이익 극대화 적자생존의 원칙	사회·기업·국가 가 요구	재화 및 서비스 공급, 이익극대화 등

자료 : 김성수(2009)의 내용 재구성

근래에 CSR은 전세계적으로 논의가 확대되고 있는데, 국제표준화기구(ISO)는 CSR을 기업이 경제·사회·환경 문제 등에 대한 기여를 통해 사람과 사회 전체에 혜택을 가져오는 것이라고 정의하고 있으며, 경제협력개발기구(OECD)는 기업이 사회와의 공생관계를 성숙시키고 발전시키기 위하여 취하는 행동으로 정의한다. 국제노동기구(ILO)는 기업이 법적 책임을 넘어서 자발적으로 이해관계자에게 미치는 영향으로 사회적 책임을 정의한다(송주현, 2010, 재인용).

이와 같이 기업의 사회적 책임에 대해 여러 다양한 정의들이 있으나, 이들의 공통점은 기업이 이윤동기를 넘어서 사회에 대한 책임영역을 기업의 활동영역으로 간주하고 있다는 것이다. 학자 및 사회기구에 따른 기업의 사회적 책임에 대한 정의는 아래 [표 3]과 같이 요약될 수 있다.

[표 3] 기업의 사회적 책임에 대한 정의

구분	내용
Bowen (1953)	사회가 추구하는 목표나 가치에 맞는 바람직한 정책을 추구하기 위한 기업의 책임
Davis (1973)	직접적인 경제적 이익만을 고려하지 않는 기업의 책임
Carroll (1979)	사회가 기업에 바라는 경제적 책임, 법적 책임, 윤리적 책임, 자선적 책임
경제협력개발기구 (OECD, 1997)	기업이 사회와의 공생관계를 성숙, 발전시키기 위하여 취하여야 하는 책임
국제노동기구 (ILO, 2004)	법적 의무를 넘어서 자발적으로 이해관계자에게 영향을 미치는 기업의 책임
국제표준화기구 (ISO, 2005)	경제, 사회, 환경문제 등에 대한 기여를 통해 사회 전체의 혜택을 위한 기업의 책임

자료 : 송주현(2010), 김지혜(2011)의 내용 재구성

2. 기업의 사회적 책임에 대한 관점

1) 신고전주의 경제학 관점 (부정론)

기업의 사회적 책임 활동을 바라보는 관점에 대해 학문영역 및 학자들에 따라 대립적인 논의가 있어왔다. 우선 신고전주의 경제학자(neo-classical economist)의 이론으로, 이들은 기업의 가장 큰 책임은 이윤극대화이며 경영자는 주주(shareholder)의 가치를 극대화하여야 하므로, 불필요한 비용 지출을 유발하여 주주의 부(wealth) 축적을 저해할 수 있는 사회적 책임에 대해 부정하는 입장이다.

이 학문분야의 대표적 학자인 Friedman(1970)은 기업의 역할은 이익을 내는 것에 충실해야 하는 것으로, 다른 사회 문제들에 신경을 쓰는 것은 비용을 발생시키게 하여 그만큼 주주들에게 돌아갈 이익을 감소하게 하는 것이며, 그러므로 기업은 오직 경제적 성과만 창출하고 기업의 이익은 기업의 주인인 주주들에게 돌아가야 하며, 사회의 요구가 있을 경우에는 세금을 더 납부하면 된다고 보았다(이상민, 2008, 재인용).

위와 같은 이윤극대화 추구 외에도 부정론에 대해 다음과 같은 논의가 더해져 왔다. 우선 경제성장의 원동력은 기업가 정신이며 혁신성인데, CSR에 대한 이행 부담은 혁신성에 큰 부담이 되어 기업가 역할에 위협적 요소가 될 수도 있으며, 또한 CSR의 범위가 명확하지 않아 선부른 기업의 사회적 책임 이행은 시장의 효율을 저해하여 사회에 악영향을 줄 수도 있다는 것이다. 마지막으로 기업의 권력이 증대될 수 있다는 우려도 있다. 경제적 기능 외에 사회적 책임까지 범위를 넓힐 경우 사회적 문제를 해결하는 합당한 권력을 기업이 갖게된다는 것이다(양은영, 2009).

결국 기업의 사회적 책임 활동은 주주의 이익을 감소시키는 등 기업 본연의 역할에 반하기 때문에, 이를 부정한다는 것이 신고전주의 경제학의 관점이다.

2) 이해관계자 관점 (긍정론)

기업의 사회적 책임을 긍정하는 입장은 이해관계자 이론(stakeholder theory)으로 설명할 수 있다. 기업은 사회속에서 여러 이해관계자들 사이에 존재하는 것으로, 사회가 기업에게 사회적 책임 이행을 요구할 경우 당연히 받아들여야 하며, 장기적 관점에서 사회문제 발생이 기업에 더 큰 문제와 비용으로 돌아오지 않도록 한다는 점에서 기업에게 유리할 수 있다는 것이다.

이해관계자의 개념에 대해서 Freeman(1984)은 기업 목표를 달성함에 있어서 영향을 미치거나 영향을 받는 집단이나 사람이라고 정의하였으며, 이러한 관점에 따라 이해관계자는 관리자, 주주 뿐만 아니라 고객, 공급자, 지역사회, 종업원 등을 모두 포함하는 것으로 볼 수 있다(김기현, 2013, 재인용).

이해관계자 이론에서는 조직의 부(wealth)는 모든 이해관계자들과의 관계로부터 창출될 수 있으며, 또한 지속적인 부를 창출할 수 있는 능력도 주요 이해관계자들과의 관계에 의해 결정된다는 것으로, 즉 이해관계자 관점은 단지 주주들과의 관계만이 아니라 더 큰 기업 이해관계자들과의 관계와 기업의 사회적 역할을 고려해야 한다는 보다 넓은 관점이라고 할 수 있다. 따라서 장기적인 기업 가치를 창출하고 유지하기 위해서 이해관계자의 효과적인 관리가 필요하며, 기업 가치의 핵심원천이 주요 이해관계자와의 생산적인 관계라는 것이다(이영찬·이승석, 2008).

결국 기업의 사회적 책임 이행은 사회에서 다양한 이해관계자의 욕구를 충족시키는 것으로, 이는 궁극적으로 기업가치 증대로 돌아올 것이므로 CSR 활동을 긍정한다는 것이 이해관계자 이론의 관점이다.

3) 사회적투자론 관점 (수렴론)

기업의 사회적 책임 이행에 대한 사회적투자 이론(social investment theory)은 부정론과 긍정론이 극단적 시각이라는 점에서 이 두개의 이론을 절충하는 수렴론의 관점이다(양은영, 2009).

최근 기업의 사회적 책임은 사회에 대한 기업의 의무일 뿐 아니라 기업의 생존과 번영을 위한 전략으로서 논의되고 있다. 기업의 목표는 이익 추구이나, 단기적인 이익추구가 아니라 장기적인 관점의 이익극대화가 되어야 한다는 것으로, 사회적 책임 활동이 기업의 이윤추구와 반비례적으로 작동되는 것이 아니며, 투자의 일부분이라는 입장이다(박정열, 2012).

긍정론이 이해관계자들의 요구를 만족시켜주기 위한 자선활동 측면이라면, 수렴론은 자선활동이 장기적으로 주주의 이익극대화를 위한 전략적 투자라는 측면이며(김민정, 2012), 부정론이 단기적 이윤추구에 초점을 맞추었다면, 수렴론은 기업의 사회적 책임 활동이 장기적으로 더 많은 이윤을 주주에게 줄 수 있다는 것으로, 이타주의 시각이나 이익추구 관점과 같은 일방적 관점에서 바라볼 수 없으며, 기업의 이익과 사회적 책임 수행이 별개의 사안이 아니라는 입장이다(김기현, 2013).

기업의 사회적 책임에 대한 각각의 관점에 대한 입장은 아래 [표 4]와 같이 요약될 수 있다.

[표 4] 기업의 사회적 책임에 대한 관점

구분	신고전주의 관점 (부정론)	이해관계자 관점 (긍정론)	사회적투자론 관점 (수렴론)
성격	이윤추구	이타주의	이윤추구와 이타주의의 결합
기업 목표	주주 이익의 극대화(경제적 성과)	이해관계자의 기대 충족(사회적 성과)	경제적 성과와 사회적 성과의 결합
기업 책임	단지 경제적 성과가 필요하며, 기업의 사회적 책임 자체를 부정	기업과 사회의 발전을 같이 바라봐, 기업의 사회적 책임은 사회적 의무	사회적 성과와 경제적 성과 필요를 둘다 인정하며, 장기적으로 경제적 성과를 위해 사회적 성과를 활용하는 전략 필요

자료 : 김지혜(2011), 김기현(2013)의 내용 재구성

제 3 절 기업의 사회적 책임 활동과 성과간의 관계

1. 소비자 측면의 성과

기업의 사회적 책임 활동의 성과와 관련된 상당수의 연구들은 고객만족도 및 기업이미지 등 소비자 측면의 성과에 관한 것으로, Luo & Bhattacharya(2006)의 연구에 따르면, 기업의 사회적 책임 활동은 고객만족과 시장가치에 긍정적인 영향을 미친다고 하였으며, 박혜영(2008)의 연구에서도 사회공헌활동이 고객만족도에 긍정적인 영향을 미친다고 분석하였다.

기업의 사회적 책임 활동은 기업이미지에도 긍정적인 영향을 미치는 것으로 나타나고 있는데, 윤각·서상희(2003)의 연구에서 브랜드태도에 미치는 기업광고와 사회공헌활동의 영향을 파악한 결과 사회공헌활동에 대한 인식은 기업이미지에 긍정적 영향을 미친다고 하였으며, 한은경(2003)은 CSR 활동 이행이 기업에 대한 평판과 신뢰를 높일 수 있다고 하였고, 김이환(2005)은 사회의 일원인 기업이 역할을 다하고 기업활동에 최선을 다할 때 호의적인 기업명성을 얻게 된다고 하였다. 이와 같은 점에서 기업의 사회적 책임 활동과 기업이미지간에는 밀접한 연관성이 있으며, 사회적 책임 활동은 긍정적인 기업이미지를 확립하는데 필수적인 요소라고 할 수 있다(성현선·서대교, 2010).

다시말해 고객이 기업의 사회적 책임을 인지하는 것과 기업에 대한 평가 사이에 직접적인 관계가 있으며, CSR 활동은 기업과 고객 사이에 신뢰를 형성시키고, 기업의 서비스를 평가함에 있어서 긍정적인 영향을 미친다는 것이다.

2. 종업원 측면의 성과

CSR은 종업원에게도 영향을 미치는 것으로 알려져 있다. 소속 기업의 CSR 활동에 대한 종업원들의 인식이 소속 기업에 대해 긍지와 자부심을 가지도록 하여 더욱 성실히 일하게 된다는 것이다(김기현, 2013).

Tajfel & Turner(1979)는 사회정체성이론(Social Identity Theory)에 기초하여 자아개념의 사회적 측면인 기업동일시의 개념을 설명하였다. 자아개념은 개인정체성과 사회정체성으로 구성되는데, 개인정체성은 자신의 신체·성격·가치관 등 개인 특성이며, 사회정체성은 집단의 구성원으로서 갖게되는 자아정체이면서 그 집단이 가진 가치에 대한 정서적 애착을 의미한다. 사람들은 스스로에 대해 긍정적으로 평가하기를 바라며 긍정적인 사회정체성을 통해 그 동기를 충족하는데, 기업구성원들이 긍지를 가질 수 있는 기업의 구성원이라는 사실에서 그들의 가치가 더욱 상승한다고 지각하고 그들의 역할을 더욱 충실히 수행하며, 기업에 더욱 협조하는 행동을 보여준다(Tyler, 1999). 그러므로 긍정적인 사회정체성을 높여줄 수 있는 기업의 사회적 책임에 대한 인식이 기업동일시를 더욱 형성한다고 볼 수 있다(강태희·차희원, 2010, 재인용).

한편 조직의 경쟁우위 방법으로 신뢰형성이 제시되고 있는데, Mayer 외(1995)는 신뢰성의 가장 큰 세가지 요인으로서 신뢰대상의 능력·선행·정직에 중점을 두었다. 즉 기업이 사회적 책임 수행을 통해 선행을 보이면, 조직행동을 바라보는 종업원들이 조직에 대해 신뢰를 갖게 된다는 것이다. 또한 Capozzi(2005)는 긍정적인 기업행동이 조직의 효과성 및 성공에 기여한다고 주장한 바 있는데, CSR을 통해 종업원들이 기업을 긍정적으로 바라봄으로써 종업원들도 성실하고 이타주의적인 조직시민행동을 할 것으로 예측할 수 있다(한주희·이종건, 2009, 재인용).

3. 재무적 측면의 성과

기업의 사회적 책임과 재무적 성과간의 관계에 대해서는 상반된 의견이 지속되어 왔다. 신고전주의 경제학의 입장에서 경영자는 의사결정시 주주의 부 극대화를 우선적으로 추구해야 하는데 CSR 활동은 불필요한 지출을 유발하여 주주의 부 축적을 저해할 것이라는 주장이며, 반면 이해관계자 이론의 입장에서는 경영자의 의사결정은 주주 뿐만 아니라 고객 및 지역사회 등 다양한 이해관계자를 고려해야 하는 것이므로, CSR 활동은 잠재적인 갈등을 완화시켜 성과를 좋게 한다는 것이다. 경영자가 의사결정시에 주주에만 관심을 갖는지 아니면 다양한 이해관계자 모두를 고려하는지 차이가 있으나, 최근의 많은 연구에서 경영자가 다양한 이해관계자를 고려한다고 해서 주주의 부가 저해된다는 증거를 찾기는 어렵다고 분석하고 있다(천미림·김창수, 2010).

한편 Waddock & Graves(1997)는 재무적 성과가 좋은 기업이 사회적 책임을 더 잘 이행한다는 여유자원이론(slack resources)과 높은 사회적 책임을 수행하는 기업이 재무적 성과가 좋다는 선의경영이론(good management)을 제시하였다. 여유자원이론은 기업의 재무적 성과가 좋은 기업일수록 CSR 활동에 투자할 자원과 기회가 더 많아지므로 긍정적인 영향을 미친다는 것이며, 선의경영이론은 CSR 활동을 수행함으로써 이해관계자와의 관계가 증진되어 재무적 성과가 향상된다는 것이다. 이 두 가지 이론을 근거로 재무적 성과가 독립변수인지 종속변수인지의 논의가 있지만, Margolis & Walsh(2001)에 의하면, 그들이 검토한 95개 논문중 80개는 CSR 활동이 재무적 성과를 결정하는데 도움을 주거나 예측하는 것으로 나타났다(김지혜, 2011, 재인용).

4. 선행연구와의 차별성

기업의 사회적 책임에 대한 소비자 측면 · 종업원 측면 · 재무적 측면의 성과를 살펴본 것과 같이, 기업의 사회적 책임과 성과에 관한 많은 선행연구가 있어왔다.

하지만 대부분의 선행연구는 민간기업을 대상으로 이루어져 왔으며, 최근들어 사회적 책임 이행 요구가 높아지고 있는 공공기관에 대한 연구는 상대적으로 많지 않았다. 공공기관의 사회적 책임을 연구대상으로 하였던 주요 선행연구는 아래와 같다.

전원우(2006)은 정부투자기관 직원 및 일반인을 대상으로 설문조사를 하여, 일반인이 기관의 사회공헌활동에 대한 만족도가 높고 사회공헌활동 추진동기가 사회적 책임이라고 생각할수록 기관 신뢰도에 긍정적 영향을 미치며, 구성원들은 사회공헌활동이 의미있는 것이라고 생각할수록 조직성과가 향상된다는 결론을 도출하였다.

송주현(2010)은 21개 공기업 직원을 대상으로 설문조사를 하여, 기업의 사회적 책임 활동 중 노사관계, 환경보호 노력이 구성원들의 조직몰입에 긍정적인 영향을 미친다고 분석하였다.

이병근(2011)은 K-water를 대상으로 하여 직원 및 일반인의 설문조사를 통해, 공기업의 사회공헌활동이 조직효과성의 인식에 미치는 영향을 분석하였다. 그 결과 기업이미지와 직원충성도가 향상되고 조직몰입이 증대될 수 있다는 결론을 도출하였다.

박정열(2012)은 인천국제공항공사를 연구대상으로 하여 지역사회 시민의 설문조사를 통해, 공기업의 사회적 책임 활동이 기업 평판에 미치는 영향을 살펴보았다. 그 결과 기업의 사회적 책임 활동 프로그램에 지역 시민의 참여가 부분적으로 기업평판에 긍정적인 영향을 미쳤으며, 참여

만족도가 기업평판에 정의 영향을 미치며, 참여만족도에 따른 기업평판은 서비스만족도에 따라 조절되는 것으로 나타났다.

김기현(2013)은 8개 공기업 직원을 대상으로 설문조사를 하여, 구성원들이 기업의 사회적 책임 활동 수행이 잘 이루어지고 있다고 인식할수록 조직몰입과 조직시민행동에 부분적으로 긍정적인 영향을 미치며, 조직실패가 조절효과로 작동되고 있음을 확인하였다.

공기업의 사회적 책임 활동과 관련된 주요 선행연구를 정리하면 다음 [표 5]와 같다.

[표 5] 공기업의 사회적 책임 활동 관련 선행연구

연구자	연구방법 및 주요내용
전원우 (2006)	○ 정부투자기관 직원 및 일반인 설문조사 ○ 사회공헌활동에 대한 만족도와 추진동기가 기관 신뢰도에 영향을 미치며, 사회공헌활동 의미에 대한 인식이 성과에 영향을 미침
송주현 (2010)	○ 21개의 공기업 직원 대상 설문조사 ○ 기업의 노사관계, 환경보호 노력은 조직몰입에 긍정적인 영향을 미침
이병근 (2011)	○ K-water 대상, 직원 및 일반인 설문조사 ○ 사회공헌활동이 기업이미지와 직원충성도를 향상시키고, 조직몰입을 증대하는 영향을 미침
박정열 (2012)	○ 인천국제공항공사 대상, 일반인 설문조사 ○ 사회적 책임 활동 프로그램에 지역시민의 참여와 참여만족도가 기업평판에 긍정적인 영향을 미침
김기현 (2013)	○ 8개의 공기업 직원 대상 설문조사 ○ CSR 활동에 대한 인식이 조직몰입과 조직시민행동에 부분적으로 긍정적인 영향을 미침

자료 : 선행연구 분석결과를 요약·작성

이상에서 살펴본 바와 같이, 사회적 책임 활동의 측정에 대한 어려움으로 대부분의 연구가 설문조사를 통해 수행되었고, 종속변수도 조직몰입 등 부분적인 조직성과만을 분석한 경우가 대부분이었다.

따라서 본 연구에서는 공기업 및 준정부기관을 대상으로 하여, 기업의 사회적 책임 활동 수준과 그에 대한 성과를 객관적인 변수를 통해 분석해보고자 한다. 이와 같이 CSR 활동 수준이 기업성과에 미치는 영향에 대한 실증적 분석을 통해, CSR에 대한 전략 및 기업성과 향상에 대한 다양한 시사점을 제공할 수 있을 것으로 기대한다.

제 3 장 연구설계

제 1 절 연구모형

본 연구의 목적은 공기업 및 준정부기관의 사회적 책임 활동 수준이 기업성과에 미치는 영향을 분석하고자 하는 것으로, 이를 위해 관련된 선행연구를 고찰하여 본 연구의 모형을 설정하였다.

독립변수인 기업의 사회적 책임 활동 수준은 정부의 공공기관에 대한 경영실적평가에서의 사회공헌 평가지표 득점으로 설정하였다. 공공기관에 대한 경영실적 평가제도는 1984년 도입되어 경영혁신 및 경영효율 제고를 위해 지속적으로 시행되어 왔는데, 2010년 말에는 공공기관의 사회적 책임에 대한 평가 강화 필요성으로 사회공헌 평가지표가 새로 도입되었다. 이러한 공공기관을 둘러싼 환경변화에 따라, CSR 활동 수준을 측정하는데 본 지표의 득점을 활용하였다.

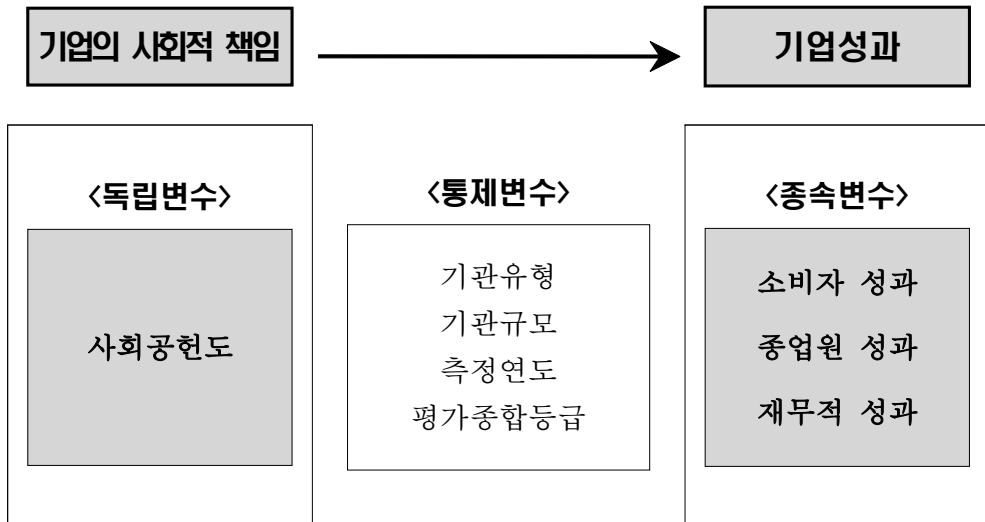
종속변수는 선행연구를 참고하여 소비자 성과 · 종업원 성과 · 재무적 성과로 구분하여, 소비자 성과는 기획재정부 주관 공공기관에 대한 고객만족도로 조사 결과로 측정하였고, 종업원 성과는 국민권익위원회 주관 청렴도 측정결과를 활용하였으며, 마지막으로 재무적 성과는 각 기업의 총자산순이익률(ROA)²⁾로 분석하였다.

또한 기업 규모요인인 기업별 직원 정원, 공기업과 준정부기관으로 구분되는 기업 유형, 측정연도, 경영실적평가 종합등급을 통제변수로 적용하여 분석의 틀을 확장하였다.

2) 총자산순이익률(ROA, Return on Asset) (%) = (당기순이익 / 총자산) × 100

본 연구의 연구모형을 제시하면 아래 [그림 1]과 같다.

[그림 1] 연구모형



제 2 절 변수의 선정

1. 독립변수

기업의 사회적 책임 활동 수준을 측정하는 것은 어려운 문제이다. 본 연구에서는 공공기관의 사회적 책임 활동 수준을 측정하기 위하여, 정부의 공공기관에 대한 경영실적평가의 사회공헌 평가지표를 대용변수로 활용하여 그 득점으로 활동 수준을 측정하였다.

공공기관 경영실적 평가제도는 1984년 도입되었으며, 기관간 경쟁유발을 통해 지속적인 경영혁신을 유도하여 공공기관의 경영효율성 및 서비스

스 품질 제고에 기여하려는 목적으로 지속적으로 시행되고 있다. 이러한 경영실적 평가제도는 2010년 말 새로운 사회적 수요를 반영하여 개편되었는데, 특히 공공기관의 사회적 책임에 대한 평가 강화 필요성 제기로, 중소형 준정부기관을 제외한 공기업 전체와 위탁집행형 준정부기관 및 기금관리형 준정부기관의 평가에 대해 사회공헌 평가지표를 신설하였다. 이는 공공기관의 사회적 책임을 강화하기 위해, 일자리창출, 공정사회 구현, 동반성장, 사회봉사활동 등에 대한 노력과 성과를 평가하기 위한 것이다. 사회공헌 평가지표의 세부 평가내용은 아래 [표 6]과 같다.

[표 6] 사회공헌 평가지표 세부 평가내용

지표정의	민간부문의 일자리 창출, 공정사회 구현, 중소협력기업(기관) 등과 동반성장, 기관의 특성에 부합하는 사회봉사활동 등을 통한 사회공헌 활동 노력과 성과를 평가한다
세 부 평가내용	<ul style="list-style-type: none"> ① 기관의 업무와 관련된 민간부문의 새로운 일자리 창출에 기여하기 위한 노력과 성과는 적절한가? ② 공정사회 구현을 위하여 의식, 관행, 제도 등의 불공정한 사항들을 개선하고, 균등한 기회와 공정한 경쟁을 보장하기 위한 노력과 성과는 어떠한가? ③ 중소협력기업(기관), 업무유관 단체 등과의 동반성장을 위한 노력과 성과는 적절한가? - 상생문화 조성, 금융 및 역량강화 지원, 공동 연구개발, 시장 공동진출 등 ④ 기관의 설립목적과 업무특성에 맞는 사회 봉사활동 수행 및 사회적 신뢰구축을 위한 노력과 실적은 적절한가?

자료 : 2011년도 공기업·준정부기관 경영실적 평가편람

공공기관 경영실적평가는 각 지표별로 그 특성에 따라 평가방법이 계량과 비계량으로 구분된다. 계량지표는 개별지표의 특성에 따라 기관별 편람에서 별도로 정한 경우를 제외하고는 목표부여(편차) 방법을 적용하는 것을 원칙으로 하며, 불가피한 경우에 한하여 다른 평가방법을 적용한다.

본 연구에서 독립변수로 활용하는 사회공헌 평가지표는 비계량지표이며, 배점은 100점중 2점이다. 비계량지표에 대한 평가는 각 지표별 세부 평가내용 전체를 대상으로 전반적인 운영실적과 전년대비 개선도를 고려하여 등급을 부여한다. 이때 C등급(보통)을 기준으로 5개 등급(A~E)으로 구분하고, 각각의 기본 등급보다 우수한 성과를 낸 경우 +점수를 부여하여 9등급으로 평가하며, 등급별 평점은 다음 [표 7]과 같다

[표 7] 비계량지표의 등급 설정과 평점

등급	평점	등급	평점
A+	100	D+	50
A0	90	D0	40
B+	80	E+	30
B0	70	E0	20
C	60		

자료 : 2011년도 공기업·준정부기관 경영실적 평가편람

사회공헌 평가지표에 대한 각 기관별 득점은 공공기관 경영정보 공개 시스템(알리오)³에서 확보한 경영실적보고서를 통해 수집하였으며, 본

지표가 2011년 도입되어 2011년 공기업 및 준정부기관 62개, 2012년 공기업 및 준정부기관 60개에 대한 평가자료⁴⁾를 통해 그 득점으로 해당 공공기관의 전반적인 사회적 책임 활동 수준을 측정하였다.

2. 종속변수

본 연구에서는 선행연구를 참고하여 종속변수를 소비자 성과 · 종업원 성과 · 재무적 성과로 구분하여 측정함으로써 기업의 성과를 다차원적으로 분석하였다.

1) 소비자 성과

기업의 사회적 책임 활동이 소비자로 하여금 고객만족도, 기업이미지 등에 긍정적인 영향을 미친다는 선행연구(박혜영, 2008; 윤각·서상희, 2003)에 따라, 소비자 성과는 각 공공기관에 대한 고객만족도 결과를 활용하였다.

공공기관에 대한 고객만족도 조사는 실질적 수요자인 고객이 공공기관의 공공서비스 수준을 평가함으로써 공급자 중심의 경영평가제도를 보완하기 위하여 1999년에 도입⁵⁾되었으며, 현재 「공공기관의 운영에 관한

3) 공공기관 경영정보 공개시스템(알리오, Alio)는 공공기관의 경영현황을 일반 국민에게 투명하게 공개하여 국민에 의한 상시감독시스템을 마련하자는 취지에서 구축된 것으로, 공기업과 준정부기관 등 공공기관의 기관 일반현황, 경영성과, 대내외 평가 등의 현황을 제공하고 있다.

4) 중소형 준정부기관은 사회공헌 평가지표가 적용되지 않아 제외하였으며, 2013년 실적에 대한 평가결과는 2014년 6월경 발표예정이므로 본 연구에 포함할 수 없었다.

법률」에 근거하여 시행하고 있다. 자세한 내용은 아래 [표 8]과 같다.

[표 8] 고객만족도 조사 실시 근거

공공기관의 운영에 관한 법률
제13조 ② 국민에게 직접 서비스를 제공하는 공공기관은 그 공공기관의 서비스를 제공받은 국민을 대상으로 연 1회 이상 고객만족도 조사를 실시하여야 한다. 이 경우 기획재정부 장관은 공공기관으로 하여금 고객만족도 조사를 통합하여 실시하게 하고, 그 결과를 종합하여 공표할 수 있다.

독립변수인 사회공헌 평가지표가 2011년 도입되었음에 따라, 고객만족도 조사결과도 2011년과 2012년의 자료를 활용하였다. 2011년도 고객만족도 조사는 전체 286개 공공기관 중 주고객이 모회사인 공공기관 등을 조사대상에서 제외한 후, 출연연구기관 및 민간성격의 상업성이 강한 기관 등은 주무부처에서 조사를 실시하고, 167개 기관(공기업 21개, 준정부기관 80개, 기타공공기관 66개)에 대해서 기획재정부가 주관하여 통합조사⁵⁾를 실시하였으며, 공공기관의 서비스를 직접 제공받는 국민(1차 고객) 96,989표본(기관별 580표본)을 대상으로 개별면접조사 방법에 의해 조사되었다. 2012년도 조사에서는 전체 286개 공공기관 중 주고객이 불특정 외국인 및 모회사 등으로 조사의 실효성이 미흡한 기관을 조사대상에서 제외한 후, 기타 공공기관 중 국민생활과 밀접성이 낮은 기관은 주

5) 공기업은 1999년, 준정부기관은 2004년, 기타공공기관은 2005년부터 고객만족도 조사가 시행되었다.

6) 공기업은 1999년, 준정부기관은 2004년, 기타공공기관은 2009년부터 기획재정부 통합조사가 시행되었다.

무부처에서 조사를 실시하고, 173개 공공기관(공기업 22개, 준정부기관 81개, 기타공공기관 70개)에 대해서 기획재정부 주관 통합조사가 실시되었다.

본 연구에서는 독립변수인 경영실적평가의 사회공헌 평가지표에 대해 평가받은 기관중 고객만족도 조사를 받은 기관을 대상으로 소비자 성과를 분석하였으며, 각 기관의 고객만족도 점수는 각 기관의 인터넷홈페이지 및 공공기관 경영실적 평가보고서를 통해 수집하였다.

2) 종업원 성과

종업원 성과는 다양한 변수로 측정될 수 있으나, 본 연구에서는 기업의 사회적 책임 활동을 그 기업의 종업원들이 인지할 경우 소속 기업을 신뢰하고 궁극적으로 종업원들도 선행을 하게 된다는 연구(한주희·이종건, 2009)에 따라, 종업원 성과는 각 공공기관에 대한 청렴도 결과를 활용하였다.

공공기관에 대한 청렴도 측정은 공공기관의 청렴수준과 부패유발요인을 고객의 입장에서 객관적이고 과학적으로 측정하여 반부패활동을 효과적으로 하기 위한 기초자료로 활용하고, 측정결과에 대한 대국민 공표과정 등을 통해 공공부문이 자율적으로 청렴도 제고 활동을 할 수 있는 환경을 마련하고자 하는 목적으로 2002년에 도입되었으며, 현재 「부패방지 및 국민권익위원회의 설치와 운영에 관한 법률」에 근거하여 국민권익위원회 주관으로 시행하고 있다.

청렴도 측정 실시 근거에 대한 자세한 내용은 아래 [표 9]와 같다.

[표 9] 청렴도 측정 실시 근거

부패방지 및 국민권익위원회의 설치와 운영에 관한 법률
<p>제12조 위원회는 다음 각 호의 업무를 수행한다</p> <p>5. 공공기관의 부패방지를 위한 시책 및 제도개선 사항의 수립·권고와 이를 위한 공공기관에 대한 실태조사</p> <p>제29조 ① 위원회는 제12조 제5호부터 제14호에 따른 기능을 수행함에 있어서 필요한 경우 다음 각 호의 조치를 할 수 있다.</p> <p>1. 공공기관에 대한 설명 또는 자료·서류 등의 제출요구 및 실태조사</p>

청렴도란 “공직자가 부패행위를 하지 않고 투명하고 책임있게 업무를 처리한 정도를 의미하는 것”⁷⁾으로, 청렴도 조사는 국민의 입장에서 공직사회의 청렴 정도를 평가하는 외부청렴도와 소속직원이 내부고객의 입장에서 해당기관의 청렴 정도를 평가하는 내부청렴도로 구분되며, 외부 및 내부청렴도, 정책고객평가⁸⁾를 가중합산한 후 부패사건 발생현황 감점 및 신뢰도 저해행위 감점을 반영하여 종합청렴도를 산출한다.

청렴도 측정 결과 역시 독립변수인 사회공헌 평가지표가 2011년 도입되었음에 따라, 2011년과 2012년의 자료를 활용하였다. 2011년도 청렴도 측정은 총 670개 기관⁹⁾(중앙행정기관 24개, 지방자치단체 227개, 교육청

7) 출처 : 공공기관 청렴도 측정 매뉴얼 (국민권익위원회 2012. 2)

8) 2012년 측정시 도입되었으며, 전문가·업무관계자·주민이 해당기관의 정책 등 업무전반의 청렴도를 평가한 것으로, 정책고객 평가자의 구성가능성을 고려하여 중앙행정기관, 광역자치단체, 시·도 교육청 및 일부 공직유관단체(금융분야)에 적용되었다.

9) 수사·단속·규제기관 14개 기관은 별도로 시행되었으며, 2년 연속 종합청렴도 우수이상 기관 31개 기관은 측정면제되었다.

185개, 공직유관단체 234개)를 대상으로 하여 총 201,986명으로부터 조사를 시행하였으며, 외부청렴도는 전화설문조사를 원칙으로 하고, 내부청렴도는 온라인조사를 통해 시행되었다. 2012년도 측정에서는 총 627개 기관¹⁰⁾(중앙행정기관 39개, 지방자치단체 239개, 교육청 171개, 공직유관단체 178개)을 대상으로 하여 총 242,897명으로부터 조사를 시행하였다.

본 연구에서는 독립변수인 경영실적평가의 사회공헌 평가지표에 대해 평가받은 기관중 청렴도 측정을 받은 기관을 대상으로 종업원 성과를 분석하였으며, 각 기관의 청렴도 점수는 국민권익위원회 인터넷홈페이지를 통해 수집하였다.

3) 재무적 성과

기업의 재무적 성과에 대한 측정은 성장성, 수익성 안정성 효율성, 생산성 등 여러 관점에서 다양한 지표가 활용될 수 있으나, 본 연구에서는 연구대상인 공공기관의 특성을 고려하여 총자산순이익률(ROA)¹¹⁾로 재무적 성과를 측정하였다.

총자산순이익률은 당기순이익을 자산총액으로 나누어 계산한 것으로, 기업이 자산을 얼마나 효율적으로 운용했는가를 나타낸다. 총자산순이익률과 함께 자기자본이익률(ROE)¹²⁾도 고려할 수 있으나(손평식, 2008), ROE는 기업이 일시라도 자본잠식 상태에 빠지면 계산이 불가능하며, ROA에 비해 변동성이 큰 단점이 있으며(조동근·변민식, 2008), 주주가치

10) 공공립대학 35개 기관은 별도로 시행되었으며, 38개 우수기관은 측정면제되었다.

11) 총자산순이익률(ROA, Return on Asset) (%) = (당기순이익 / 총자산) × 100

12) 자기자본이익률(ROE, Return on Equity) (%) = (당기순이익 / 자기자본) × 100

를 중요시하는 ROE는 민간기업에게는 의미가 있을 수 있으나, 공기업에서는 그 의미가 민간기업의 경우보다 떨어질 수 있다. 다시말해 민간기업은 주주가치를 중요시하기 때문에 ROE가 재무적 지표로서 충분한 의미가 있을 수 있지만, 공기업의 경우 법적인 주주는 정부 및 다른 공공기관이며, 실질적인 주주는 국민으로서 상이한 복대리인 문제가 있기 때문에 민간기업의 경우와 다르다고 볼 수 있다(유승원, 2009, 재인용).

총자산순이익률 산출에 필요한 각 기업의 당기순이익과 총자산은 기획재정부의 공공기관 경영정보 공개시스템(알리오) 및 각 기업의 인터넷홈페이지를 통해 수집하였다.

3. 통제변수

1) 기업규모

본 연구에서는 선행연구에서 조직의 성과에 영향을 주는 것으로 제시된 조직규모를 통제변수로 활용하였다. 조직규모와 조직성과의 관계에 대한 논의는 긍정적인 영향과 부정적인 영향, 크게 두가지로 이루어진다. 우선 조직규모가 커질수록 규모의 경제(the economy of scale)로 인해 관리 및 행정인력 비율이 감소하고 전문인력 비율이 증가하여 긍정적이라는 주장(Daft, 2003)이 있으며, 반면 조직규모가 커질수록 조직내 거래비용이 증가하기 때문에 조직성과에 부정적인 영향을 미친다는 주장(Williamson, 1975)이 있다(전영한·금현섭, 2009, 재인용).

본 연구에서 기업규모는 각 연도의 기업별 직원 정원을 측정지표로 사용하였으며, 공공기관 경영정보 공개시스템(알리오)에서 자료를 수집하였다. 직원 정원에는 상임임원을 포함하였으며, 비정규직은 제외하였다.

2) 기업특성

본 연구는 공기업 및 준정부기관을 대상으로 하였는데, 공공기관의 운영에 관한 법률 제5조에 따르면, 공기업은 직원 정원이 50인 이상이고 자체수입액이 2분의 1이상인 공공기관 중에서 기획재정부 장관이 지정한 기관이며, 준정부기관은 직원 정원이 50인 이상이고 공기업이 아닌 공공기관 중에서 기획재정부 장관이 지정한 기관으로 구분하고 있다.

이러한 분류는 자체수입 비중이 높은 경우에는 기업성이 높고, 자체수입 비중이 낮은 경우에는 공공성이 높은 업무 특성을 반영한 것이라고 볼 수 있다(서성택, 2013).

따라서 본 연구에서는 기업 유형이 성과에 미치는 영향을 통제하기 위해서 공기업과 준정부기관을 더미변수화 하여 통제변수로 적용하였다.

3) 측정연도

독립변수인 사회공헌 평가지표의 득점과 종속변수인 고객만족도, 청렴도, 재무적 성과 등의 변수는 평가시의 상황 및 여건, 제도적 변화에 따라 영향을 받을 수 있다.

따라서 공공기관 경영실적평가에 사회공헌 평가지표가 도입된 2011년과 그 다음해인 2012년에 대해 연도특성 변수를 더미변수로 추가하였다.

4) 평가종합등급

기업의 성과를 측정할 경우, 기업이 보유한 인적·물적 자원 및 기업이 처한 경영환경으로 인하여, 여러부문의 성과가 함께 높거나 낮은 경우가

많다. 따라서 본 연구에서는 공공기관의 성과를 전반적으로 평가하는 정부 경영실적평가 결과를 통제변수로 사용하였다.

다만, 점수 자체를 활용할 경우 평가군별로 평가산식 및 가중치 등이 조금씩 다르게 설정되어 있는 점(공영복, 2013) 등이 있으며, 기관 종합평가 결과의 등급구간은 기관 경영 실적평가 평균점수 및 표준편차 등을 활용하여 평가결과 확정시 공공기관 운영위원회 심의·의결로 결정하는 점을 고려하여 종합등급(S~E등급)을 활용하되 이 등급을 계량을 위한 점수(6~1점)로 다음 [표 10]와 같이 환산하여 통제변수로 적용하였다.

[표 10] 종합평가 등급별 적용 점수

등급	S (탁월)	A (우수)	B (양호)	C (보통)	D (미흡)	E (아주 미흡)
환산점수	6	5	4	3	2	1

지금까지 살펴본 독립변수, 종속변수, 통제변수에 대한 조작적 정의 및 측정방법은 아래 [표 11]와 같다.

[표 11] 변수의 측정방법

구분	조작적 정의	측정방법
독립 변수	사회적 책임 [사회공헌도]	공공기관 경영실적평가의 사회공헌 평가지표 득점으로 측정 (100점 만점)
종속 변수	소비자 성과 [고객만족도]	기획재정부 주관 공공기관 고객만족도 조사 결과 득점으로 측정 (100점 만점)
	종업원 성과 [청렴도]	국민권익위원회 주관 공공기관 청렴도 측정 결과 득점으로 측정 (10점 만점)
	재무적 성과 [총자산순이익률]	각 기업의 연도별 당기순이익을 총자산으로 나누어 산출
통제 변수	기업규모 [직원정원]	공공기관의 연도별 직원 및 상임임원의 정원 데이터 수집
	평가종합등급 [일반성과]	공공기관 경영실적평가의 종합등급을 환산하 여 측정 (S:6, A:5, B:4, C:3, D:2, E:1)
	기업유형 (더미변수)	공공기관의 유형을 더미변수화 (0:준정부기관, 1:공기업)
	측정연도 (더미변수)	독립변수·종속변수 측정연도를 더미변수화 (0:2011년, 1:2012년)

제 3 절 연구가설과 분석모형

1. 연구가설

기업의 사회적 책임이 성과에 미치는 영향에 대해서는 많은 연구들이 긍정적인 영향을 미친다는 결과를 제시하고 있다. 이러한 선행연구 결과를 반영하여 본 연구에서는 공공기관을 연구대상으로 하여, 공공기관의 사회적 책임 활동 수준이 높을수록 그 기관의 성과가 향상될 것이라는 가설을 세우고자 한다.

그에 따라 독립변수는 사회적 책임 활동 수준으로 하고, 종속변수는 소비자 성과 · 종업원 성과 · 재무적 성과로 구분하여 각각의 종속변수에 대해 독립변수가 긍정적인 영향을 미칠 것이라는 가설을 설정하였다.

가설 1 : 사회적 책임 활동 수준이 높은 기업일수록 소비자 성과에 긍정적인 영향을 미칠 것이다.

가설 2 : 사회적 책임 활동 수준이 높은 기업일수록 종업원 성과에 긍정적인 영향을 미칠 것이다.

가설 3 : 사회적 책임 활동 수준이 높은 기업일수록 재무적 성과에 긍정적인 영향을 미칠 것이다.

2. 분석모형

본 연구의 목적은 공기업 및 준정부기관의 사회적 책임 활동 수준이 기업성과에 미치는 영향을 분석하는 것이다. 그에 따라 독립변수로 설정한 사회공헌 평가지표 득점과, 종속변수로 설정한 고객만족도, 청렴도, 총자산순이익률을 다중회귀모형으로 분석하였다. 또한 선행연구에서 활용되었던 기업 규모요인, 기업유형, 측정연도, 경영실적평가 종합등급을 통제변수로 적용하여 분석의 틀을 확장하였다.

본 연구의 다중회귀모형은 아래 [그림 2]와 같이 요약할 수 있다.

[그림 2] 다중회귀모형

$$Y = a + \beta_1 X + \beta_2 Z_1 + \beta_3 Z_2 + \beta_4 Z_3 + \beta_5 Z_4 + \varepsilon$$

<종속변수>

Y_1 = 소비자 성과 (고객만족도)

Y_2 = 종업원 성과 (청렴도)

Y_3 = 재무적 성과 (총자산순이익률)

<독립변수>

X = 기업의 사회적 책임 (사회공헌도)

<통제변수>

Z_1 = 기업규모, Z_2 = 평가종합등급, Z_3 = 기업유형, Z_4 = 측정연도

제 4 장 연구결과

제 1 절 기술통계분석

1. 독립변수

본 연구에서 독립변수인 사회공헌도는 공공기관 경영실적평가의 세부 지표중의 하나인 사회공헌 평가지표의 각 기관별 득점을 활용하였다. 사회공헌 평가지표는 각 공기업 및 준정부기관이 민간부문의 일자리 창출, 공정사회 구현, 중소기업과의 동반성장, 기관의 특성에 부합하는 사회봉사활동 등에 대한 노력과 성과를 평가한 것이다.

사회공헌 평가지표는 2011년 평가시 도입되어, 2011년 공기업 및 준정부기관(62개), 2012년 공기업 및 준정부기관(60개)에 대한 평가가 이루어져, 총 표본수는 122개¹³⁾이다.

분석결과 100점 만점에 평균은 75.33점(표준편차는 8.546)로서, C등급(보통, 60점)을 기준으로 구성된 평가기준을 고려할 때 비교적 높은 것으로 나타났다. 또한 자료의 정규성 검토를 위해 왜도와 첨도를 검토하였는데, 왜도는 절대값이 3, 첨도는 절대값이 10을 벗어나지 않으면 해당 변수는 정규분포를 확보한 것으로 볼 수 있어(Kline, 2005; 김지혜, 2011, 재인용), 사회공헌도는 이 기준을 충족하므로 변수의 분포가 정규성에서 벗어나지 않았다고 볼 수 있다.

13) 중소형 준정부기관은 사회공헌 평가지표가 적용되지 않아 제외하였으며, 2013년 평가결과는 2014년 6월경 발표예정이므로 본 연구에 포함할 수 없었다.

독립변수로 설정한 사회공헌도에 대한 기술통계량은 [표 12]와 같다.

[표 12] 독립변수의 기술통계량

독립변수	표본수	최솟값	최댓값	평균	표준편차	왜도 (표준오차)	첨도 (표준오차)
사회공헌도	122	60	90	75.33	8.546	-0.063 (0.219)	-0.590 (0.435)

2. 종속변수

본 연구에서 종속변수인 기업의 성과는 소비자 성과 · 종업원 성과 · 재무적 성과로 구분하여 다차원적으로 분석하였다.

소비자 성과는 각 기관의 고객만족도를 대용변수로 활용하였다. 고객만족도는 기획재정부 주관으로 시행한 공공기관 고객만족도 조사 점수를 사용하였다. 기획재정부의 고객만족도 통합조사 기관은 2011년 167개, 2012년 173개이나, 독립변수인 사회공헌지표 평가 기관과 일치하지 않아, 사회공헌지표 평가 기관중 고객만족도 조사를 받은 기관에 대해 분석하여 총 표본수는 108개이다. 고객만족도는 100점 만점에 평균이 92.598(표준편차는 4.357)으로 높은 수준으로 나타났으며, 왜도(-0.774)와 첨도(0.465)를 검토한 결과 변수의 분포는 정규성을 벗어나지 않은 것으로 나타났다.

종업원 성과는 각 기관의 청렴도를 대용변수로 활용하였다. 청렴도는 국민권익위원회 주관으로 시행한 청렴도 측정 결과 점수를 사용하였다. 본 지표도 고객만족도와 마찬가지로, 독립변수인 사회공헌지표 평가 기

관과 일치하지 않아, 사회공헌지표 평가 기관중 청렴도 측정 시행 기관에 대해 분석하여 총 표본수는 116개이다. 청렴도는 10점 만점에 평균이 8.665(표준편차는 0.327)으로 나타났으며, 왜도(-0.951)와 첨도(0.891)를 검토한 결과 변수의 분포는 정규성을 벗어나지 않은 것으로 나타났다.

재무적 성과는 각 기관의 총자산순이익률(ROA)로 측정하였다. 공공기관 경영정보 공개시스템(알리오시스템) 및 각 기업의 인터넷홈페이지에서 당기순이익 및 총자산 자료를 수집한 후, 당기순이익을 총자산으로 나누어 산출한 것으로, 공공기관중 기금계정은 제외하고 고유사업에 대한 재무정보만을 대상으로 하였으며, 기금계정만 보유한 기관은 제외하여 총 표본수는 106개이다. 총자산순이익률은 평균이 1.690(표준편차는 6.560)으로 나타났으며, 왜도(1.003)와 첨도(5.180)를 검토한 결과 변수의 분포는 정규성을 벗어나지 않은 것으로 나타났다.

종속변수로 설정된 고객만족도, 청렴도, 총자산순이익률에 대한 기술통계량은 아래 [표 13]과 같다.

[표 13] 종속변수의 기술통계량

종속변수	표본수	최솟값	최댓값	평균	표준편차	왜도 (표준오차)	첨도 (표준오차)
고객만족도	108	78.813	99.024	92.598	4.357	-0.774 (0.233)	0.465 (0.461)
청렴도	116	7.60	9.28	8.665	0.327	-0.951 (0.225)	0.891 (0.446)
총자산순이익률	106	-14.262	28.305	1.690	6.560	1.003 (0.235)	5.180 (0.465)

3. 통제변수

본 연구에서 통제변수는 기업의 직원 정원, 공공기관 경영실적평가 종합등급, 기업의 유형, 측정연도로 구성하였다.

기업의 규모는 각 기업의 직원 및 상임임원의 정원수를 활용하였다. 각 기업의 정원을 분석한 결과 평균 2559.52(표준편차 4498.063)명이다. 기업의 정원은 가장 많은 기업이 가장 적은 기업의 335배에 달하며, 정규분포를 벗어난 것으로 보이기 때문에(왜도 4.006, 첨도 17.758) 로그변환을 하였으며, 변환결과 평균은 7.090(표준편차 1.190)로 나타났고, 왜도(0.199)와 첨도(0.235)는 정규성을 벗어나지 않은 것으로 나타났다.

공공기관 경영실적평가 종합등급은 기관별 등급에 대해 E등급(아주미흡)을 1, D등급(미흡)을 2, C등급(보통)을 3, B등급(양호)을 4, A등급(우수)을 5, S등급(탁월)을 6의 점수로 각각 환산하여 분석한 결과, 평균 3.59(표준편차 0.985)로 나타났으며, 왜도(-0.466)와 첨도(0.249)를 검토한 결과 변수의 분포는 정규성을 벗어나지 않은 것으로 나타났다.

기업의 유형은 공공기관을 공기업과 준정부기관으로 구분하여, 준정부기관은 0, 공기업은 1로 더미변수화 한 것으로, 총 122개 표본중 공기업 55개(45.1%), 준정부기관 67개(54.9%)이다.

측정연도는 독립변수 및 종속변수를 측정할 연도를 2011년은 0, 2012년은 1로 더미변수화 한 것으로, 총 122개 표본중 2011년 자료가 62개(50.8%), 2012년 자료가 60개(49.2%)이다.

사회적 책임 활동 수준이 기관성과에 미치는 영향을 객관적으로 분석하기 위해 위와 같은 요인들을 적절히 통제할 필요가 있다고 판단하였으며, 통제변수의 기술통계량은 아래 [표 14]과 같다.

[표 14] 통제변수의 기술통계량

통제변수	표본수	최솟값	최댓값	평균	표준 편차	왜도 (표준 오차)	첨도 (표준 오차)
기관정원	122	83	27866	2559.52	4498.063	4.006 (0.219)	17.758 (0.435)
log(기관정원)	122	4.419	10.235	7.090	1.190	0.199 (0.219)	0.235 (0.435)
평가종합등급 (환산점수)	122	1	6	3.59	0.985	-0.466 (0.219)	0.249 (0.435)

구분		빈도(개)	백분율(%)
기관유형	공기업	55	45.1
	준정부기관	67	54.9
측정연도	2011년	62	50.8
	2012년	60	49.2

제 2 절 다중회귀분석

1. 다중공선성 진단

본 연구에서는 사회적 책임 활동 수준이 기관성과에 미치는 영향을 분석하기 위해, 두 가지 이상의 독립변수들이 종속변수에 미치는 영향을 통계적으로 분석하는 다중회귀분석(multiple regression)을 사용하고자 한다. 다만 다중회귀분석을 시행하는 경우 다중회귀분석을 시행하기에 앞서 먼저 필요한 다중공선성 진단을 시행하였다. 다중공선성은 상관관계가 높은 두 독립변수를 동시에 모형에 넣어 분석하게 될 경우, 종속변수에 영향을 미치는 독립변수가 유의미하지 않을 수 있다는 것이다.

이러한 다중공선성을 진단하는 기본적인 방법은 독립변수들 간의 상관관계를 분석하는 것으로, 일반적으로 독립변수 간에 상관계수가 0.7 이상이면 다중공선성 문제가 있다고 본다.

다중공선성을 진단하는 다른 방법은 공차한계(tolerance)와 분산팽창계수(VIF: variance inflation factor)를 확인하는 것이다. 일반적으로 VIF가 10보다 크면 다중공선성 문제를 의심해야 하며, 공차한계는 VIF의 역수로서 0.1보다 작으면 다중공선성 문제를 고려해야 한다.

위와 같은 두 개의 방법중, 먼저 변수들 간의 상관계수 분석 결과에 의하면, 계수가 가장 큰 사회공헌도(X)와 평가종합등급(Z₂)의 상관계수 값이 0.379(유의확률 0.000)로 낮은 상관관계로 나타나, 변수들 간의 다중공선성 문제는 없는 것으로 판단하였다. 본 연구에서 사용되는 독립변수와 통제변수 간의 상관관계 분석 결과는 아래 [표 15]와 같다.

[표 15] 변수간 상관계수

구분		X ₁	Z ₁	Z ₂	Z ₃	Z ₄
X	상관계수	1	0.253	0.379	0.149	0.193
	유의확률(양쪽)		0.005	0.000	0.101	0.033
	N	122	122	122	122	122
Z ₁	상관계수	0.253	1	0.030	0.108	0.056
	유의확률(양쪽)	0.005		0.744	0.236	0.540
	N	122	122	122	122	122
Z ₂	상관계수	0.379	0.030	1	0.043	-0.140
	유의확률(양쪽)	0.000	0.744		0.641	0.123
	N	122	122	122	122	122
Z ₃	상관계수	0.149	0.108	0.043	1	0.031
	유의확률(양쪽)	0.101	0.236	0.641		0.732
	N	122	122	122	122	122
Z ₄	상관계수	0.193	0.056	-0.140	0.031	1
	유의확률(양쪽)	0.033	0.540	0.123	0.732	
	N	122	122	122	122	122

- X : 사회공헌도
- Z₁ : 기관정원(로그), Z₂ : 평가종합등급
- Z₃ : 기관유형, Z₄ : 측정연도

다음으로 분산팽창계수(VIF)를 통해 다중공선성 여부를 진단한 결과 모든 변수들의 VIF값이 10보다 작았으며 공차한계 역시 0.1이상으로 나타났다. 따라서 다중공선성 문제가 발생하지 않는 것으로 판단하였다. 다중공선성을 진단한 결과는 다음 [표 16]와 같다.

[표 16] 공차한계와 VIF

구 분		소비자성과 모형		종업원성과 모형		재무적성과 모형	
		공차 한계	VIF	공차 한계	VIF	공차 한계	VIF
독립 변수	사회공헌도(X_1)	0.749	1.336	0.742	1.348	0.736	1.359
통제 변수	기관정원(로그)(Z_1)	0.925	1.081	0.921	1.085	0.919	1.088
	평가종합등급(Z_2)	0.821	1.219	0.825	1.212	0.815	1.227
	기관유형(Z_3)	0.991	1.009	0.977	1.023	0.973	1.028
	측정연도(Z_4)	0.905	1.105	0.917	1.091	0.910	1.099

2. 다중회귀분석 결과

1) 소비자 성과 모형

본 연구에서는 기관별 사회공헌도가 소비자 성과에 미치는 영향을 분석하기 위한 성과변수로 고객만족도를 선정하였다. 이에 대한 다중회귀분석 결과는 아래 [표 17]과 같다.

[표 17] 고객만족도 모형의 회귀분석 결과

R	R ²	수정된 R ²	F	유의확률
0.456	0.208	0.169	5.350	0.000

변 수	회귀계수	표준오차	표준화회귀계수	t값	유의확률
상수항	75.438	3.745		20.144	0.000
사회공헌도(X)	0.122	0.053	0.235	2.311	0.023
기관정원(로그)(Z ₁)	0.608	0.330	0.169	1.841	0.068
평가종합등급(Z ₂)	0.846	0.429	0.192	1.970	0.052
기관유형(Z ₃)	1.328	0.784	0.150	1.694	0.093
측정연도(Z ₄)	0.285	0.804	0.033	0.354	0.724

회귀모형의 설명력을 판단하기 위해 모형의 적합도를 살펴볼 수 있는데, R²이 모형의 적합도를 의미하는 계수이다. 하지만 독립변수가 많아지

면 종속변수에 대한 설명력과 관계없이 R^2 의 값이 커지는 경향이 있기 때문에 수정된 R^2 를 통해 모형의 적합도를 판단한다. 고객만족도라는 종속변수에 대해 다중회귀분석을 실시한 본 모형에서는 수정된 R^2 값이 0.169로 나타나 약 16.9%의 설명력을 보여주고 있다.

회귀모형의 전반적 신뢰도는 F값을 통해 판단할 수 있다. 본 모형에서는 F값이 5.350로 충분히 큰 수치를 보이고 있으며 유의확률이 0%로 나타나 모형의 전반적 신뢰도는 유의한 수준이라고 할 수 있다.

다중회귀분석에서 도출된 회귀계수는 독립변수가 한 단위 증가할 때 종속변수가 몇 단위 변하는지를 나타내며, 표준화 회귀계수는 여러 독립변수들 간에 상대적인 영향력의 크기를 비교할 수 있도록 도출된 계수이다. 고객만족도 모형에서 독립변수인 사회공헌도의 회귀계수는 유의수준 5% 이내에서 유의미하다고 판단되며, 회귀계수 값인 0.122는 기관의 사회공헌도가 1단위 증가할 때마다 고객만족도는 0.122단위 증가함을 의미한다.

고객만족도 모형의 분석결과를 보면 사회공헌도가 높은 기업일수록 고객만족도에 대해 긍정적인 영향을 주고 있음을 알 수 있다. 이는 기업의 사회적 책임 이행이 소비자들로 하여금 해당 기업에 대한 신뢰와 좋은 기업이미지를 이끌어내기 때문이라고 해석할 수 있다.

통제변수중에서는 유의수준 5% 이내에서 고객만족도에 영향을 주는 요소가 없었다. 기관유형(공기업/준정부기관), 기관정원, 측정연도가 고객만족도에 유의미한 차이를 나타내지 않았다. 다만, 경영평가 종합등급이 고객만족도에 유의미한 차이를 나타내지 않는 것에서, 종합평가가 높은 경우 고객만족도가 높다고 할 수는 없지만, 사회공헌도가 높은 경우 고객만족도가 높다는 것으로, 사회공헌도와 고객만족도 사이의 관계가 유의미함을 다시 한번 확인할 수 있다.

2) 종업원 성과 모형

본 연구에서는 기관별 사회공헌도가 소비자에 미치는 영향 외에 내부 고객인 종업원에 미치는 영향을 분석하기 위해, 성과변수로 청렴도를 선정하여 분석하였다. 이에 대한 다중회귀분석 결과는 다음 [표 18]과 같다.

[표 18] 청렴도 모형의 회귀분석 결과

R	R ²	수정된 R ²	F	유의확률
0.693	0.481	0.457	20.357	0.000

변 수	회귀계수	표준오차	표준화회귀계수	t값	유의확률
상수항	8.213	0.219		37.453	0.000
사회공헌도(X)	0.015	0.003	0.377	4.723	0.000
기관정원(로그)(Z ₁)	-0.100	0.020	-0.364	-5.082	0.000
평가종합등급(Z ₂)	0.037	0.025	0.109	1.443	0.152
기관유형(Z ₃)	0.173	0.046	0.264	3.805	0.000
측정연도(Z ₄)	-0.288	0.047	-0.443	-6.169	0.000

청렴도라는 종속변수에 대해 다중회귀분석을 실시한 본 모형에서는 수정된 R²값이 0.457로 나타나 약 45.7%의 설명력을 보여주고 있다. 아울러 F값은 20.357로 큰 수치를 보이고 있으며 유의확률이 0%로 나타나 모형의 전반적 신뢰도는 유의미하다고 할 수 있다.

청렴도 모형에서 독립변수인 사회공헌도의 회귀계수는 유의수준 5% 이내에서 유의하다고 판단된다. 회귀계수 값인 0.015는 사회공헌도가 1단위 증가할 때마다 청렴도가 0.015단위 증가함을 의미한다. 이는 기업의 사회적 책임 활동을 인지한 내부 종업원들이 소속 기관에 대해 긍지를 가지고 신뢰를 하게 되어, 그들의 역할을 더욱 충실히 수행하고 기업에 더욱 협조하는 성과를 이끌어내었기 때문이라고 해석할 수 있다.

통제변수들이 청렴도에 미치는 영향을 살펴보면 유의수준 5%에서 기관정원, 기관유형, 측정연도가 청렴도에 유의미한 영향을 미치는 것으로 나타났다. 기관정원에 대한 회귀계수 값인 -0.100은 기관의 직원 수가 1단위(로그) 증가할 때마다 청렴도가 0.100단위 감소한다는 것을 의미한다. 기관의 규모가 클수록 소속 기관에 대한 정확한 이해가 낮아질 수 있으며, 기업 규모에 따른 비율과 상관없이 단 1명의 비리 직원이 청렴도 점수를 하락시킬 수 있기 때문에 큰 기관이 불리할 수 있는 것으로 해석할 수 있다.

공기업과 준정부기관을 더미변수화 하여 적용한 기관유형의 회귀계수 값인 0.173은 공기업이 준정부기관보다 청렴도가 높다는 것을 의미한다. 공기업은 기업성이 크고, 시장의 평가를 받는 경우가 많기 때문에 상대적으로 높은 수준의 청렴도가 나오는 것으로 볼 수 있다.

또한 측정연도에 대한 회귀계수 값인 -0.288은 2012년이 2011년보다 청렴도가 낮다는 것을 의미한다. 청렴도 시행 10년이 경과함에 따라 2012년에 측정모형을 전면 개편한 바 있는데, 전년도와 달리 2012년에는 측정의 신뢰성 강화를 위해 연고관계에 따른 업무처리, 부당한 사익추구 등 새로운 부패유형과 간접부패경험도 측정 가능하도록 평가항목을 신설하고 평가를 강화한 데 따른 것으로 해석할 수 있다.

마지막으로 소비자 성과의 경우와 마찬가지로, 본 모형에서도 경영평

가 종합등급이 청렴도에 유의미한 차이를 나타내지 않았지만, 사회공헌도는 청렴도에 유의미한 차이를 나타내는 것에서, 사회공헌도와 청렴도 사이의 관계가 유의미함을 다시 한번 확인할 수 있다.

3) 재무적 성과 모형

기관별 사회공헌도가 기관의 재무적 성과에 미치는 영향을 분석하기 위한 성과변수로는 총자산순이익률(ROA)를 활용하였으며, 이에 대한 다중회귀분석 결과는 아래 [표 19]와 같다.

[표 19] 총자산순이익률 모형의 회귀분석 결과

R	R ²	수정된 R ²	F	유의확률
0.330	0.109	0.065	2.451	0.039

변 수	회귀계수	표준오차	표준화회귀계수	t값	유의확률
상수항	1.017	5.964		0.171	0.865
사회공헌도(X)	-0.097	0.083	-0.129	-1.171	0.245
기관정원(로그)(Z ₁)	0.053	0.550	0.010	0.097	0.923
평가종합등급(Z ₂)	2.258	0.683	0.346	3.308	0.001
기관유형(Z ₃)	-1.280	1.251	-0.098	-1.023	0.309
측정연도(Z ₄)	0.364	1.292	0.028	0.282	0.779

총자산순이익률이라는 종속변수에 대해 다중회귀분석을 시행한 본 모형에서는 수정된 R^2 값이 0.065로 나타나 6.5%의 설명력을 보여주고 있으며, 유의확률은 0.039로 나타나 5% 유의수준에서 모형의 전반적 신뢰도는 유의미한 수준이라고 할 수 있다.

총자산순이익률 모형에서 독립변수인 사회공헌도의 회귀계수는 유의수준 5% 이내에서 유의미하지 않다고 판단된다. 민간기업을 대상으로 한 선행연구와 달리, 공기업 및 준정부기관을 대상으로 한 본 연구에서는 공공요금 및 사업구조에 대한 정부의 통제로 인하여, 사회적 책임 활동 수준이 재무적 성과에 대해서 유의미한 차이를 나타내지 못하는 것으로 해석할 수 있다.

아울러 통제변수들이 사회공헌도에 미치는 영향을 살펴보면 유의수준 5%에서 기관정원, 기관유형, 측정연도가 총자산순이익률에 유의미한 영향을 미치지 않는 것으로 나타났다. 기관의 규모, 공기업 또는 준정부기관 여부, 측정연도에 따라 유의미한 영향이 없다는 것이다.

다만 경영실적평가 종합등급만이 종속변수에 5% 유의수준에서 유의미한 수준으로 나타났다. 회귀계수 값인 2.258은 종합등급이 1단계 높을수록 총자산순이익률이 2.258단위 높아진다는 것을 의미한다. 정부의 공공기관에 대한 경영실적평가가 노동생산성, 자본생산성 등 경영효율 뿐만 아니라 주요 사업에 대한 평가 등 기관의 전반적인 경영실적을 포함하고 있어 위와 같은 결과가 나온 것으로 추론할 수 있다.

제 3 절 분석결과와 해석

1. 기업의 사회적 책임 활동이 소비자 성과에 미치는 영향

본 연구에서는 기관별 사회적 책임 활동 수준이 기관의 다양한 성과에 미치는 영향을 분석하였다. 그중 첫 번째로 <가설 1> ‘사회적 책임 활동 수준이 높은 기업일수록 소비자 성과에 긍정적인 영향을 미칠 것이다’의 검증을 위해 사회적 책임 활동 수준을 경영실적평가의 사회공헌 평가지표 득점으로 측정하고, 소비자 성과는 고객만족도 점수로 측정하는 다중회귀식을 구성하여 연구가설의 기각·채택 여부를 확인하였다.

분석결과 고객만족도에 대한 기업의 사회적 책임 활동이 긍정적인 영향을 미치는 것으로 나타나 <가설 1>은 채택되었다. 많은 선행연구와 동일한 분석 결과가 도출되었으며, 이는 기업의 사회적 책임 활동이 소비자들로 하여금 해당 기업에 대한 신뢰와 좋은 기업이미지를 이끌어내기 때문이라고 볼 수 있으며, 소비자 측면에서의 성과는 민간기업과 공공기관간에 별다른 차이는 없다고 분석할 수 있다.

2. 기업의 사회적 책임 활동이 종업원 성과에 미치는 영향

본 연구에서는 소비자 측면 이외에 종업원 측면의 성과를 기관의 성과 중 하나로 포함하였다. 기업의 사회적 책임 활동이 종업원 성과에 미치는 영향을 분석하기 위해 ‘사회적 책임 활동 수준이 높은 기업일수록 종업원 성과에 긍정적인 영향을 미칠 것이다’라는 <가설 2>를 설정하고, 종업원 성과는 청렴도 득점으로 측정하는 다중회귀식을 구성하고 연구가설의 기각·채택 여부를 확인하였다.

분석결과 청렴도에 대해 기업의 사회적 책임 활동이 긍정적인 영향을 미치는 것으로 나타나 <가설 2>도 채택되었다. 소속 기관이 CSR을 잘 하고 있음을 종업원들이 인지할 경우, 소속 기관에 대해 긍지와 신뢰를 갖고 본인의 역할을 충실히 수행하며, 선행을 하게되기 때문이라고 볼 수 있으며, 이러한 결과는 사회정체성 이론에 기초하여 기업동일시의 개념을 설명한 Tajfel & Turner의 주장과 일치한다. 종업원들은 긍지를 가질 수 있는 기업의 구성원이라는 사실에서 그들의 가치가 더욱 상승한다고 지각하고 그들의 역할을 더욱 충실히 수행하며 기업에 더욱 협조하는 행동을 보여준다는 것이다. 본 연구의 분석결과 종업원 측면의 성과에 대해 민간기업과 공공기관 간에 별다른 차이는 없다고 해석할 수 있다.

3. 기업의 사회적 책임 활동이 재무적 성과에 미치는 영향

마지막으로 본 연구에서는 소비자 측면, 종업원 측면의 성과 이외에 기업의 사회적 책임 활동이 재무적 측면의 성과에 미치는 영향을 분석하였다. 이를 위해 <가설 3> ‘사회적 책임 활동 수준이 높은 기업일수록 재무적 성과에 긍정적인 영향을 미칠 것이다’를 설정하고, 재무적 성과는 총자산순이익률로 측정하는 다중회귀식을 구성하고 연구가설의 기각·채택 여부를 확인하였다.

분석결과 재무적 성과에 대해서는 기업의 사회적 책임 활동이 영향을 미치지 못하는 것으로 나타나 <가설 3>은 기각되었다.

민간기업을 대상으로 하였던 많은 선행연구에서 CSR 활동과 재무적 성과가 통계적으로 유의한 수준에서 긍정적인 영향을 미친 것으로 분석되었으나, 본 연구에서는 공기업 및 준정부기관을 대상으로 하였던 점에서 선행연구와 다른 결과가 나왔다고 볼 수 있다.

공기업 및 준정부기관의 경우 이들 기관이 공급하는 재화 및 서비스에 대한 공공요금의 결정이 정부의 통제를 받고 있으며, 사업의 구조 및 형태 또한 이들 기관의 노력과 고객의 의사에 따라 변화하기 어려운 구조이기 때문으로 해석할 수 있다.

제 5 장 결 론

제 1 절 연구결과의 요약

기업이 이윤만 추구해서는 곤란하며, 사회의 일원으로서 사회적 책임을 이행해야 한다는 논의가 활발하다. 더욱이 최근 공기업에 대해 방만한 경영을 하고 있다는 사회적 우려와 비난의 목소리가 높아지고 있으며 국민의 신뢰가 떨어지고 있어, 공기업 입장에서 사회적 책임 이행의 중요성이 더욱 커지고 있다고 생각된다.

이와 같은 배경에서, 본 연구는 기업의 사회적 책임 활동과 기업성과와의 관계에 대해 공기업 및 준정부기관을 대상으로 실증적인 분석을 시도하였다.

본 연구는 기업의 사회적 책임 활동 수준 측정을 위해 공공기관 경영 실적 평가의 사회공헌 평가지표를 활용하였다. 이는 2011년 평가시 도입된 것으로 각 공기업 및 준정부기관의 민간부문 일자리 창출, 공정사회 구현, 중소기업과의 동반성장, 기관의 특성에 부합하는 사회봉사활동 등에 대한 노력과 성과를 평가한 것이다. 종속변수인 기관의 성과는 소비자 성과, 종업원 성과, 재무적 성과로 구성하여 다차원적인 분석을 시도하였으며, 각각 고객만족도, 청렴도, 총자산순이익률을 대용변수로 설정하여 실증적인 분석을 하였다. 또한 기관유형, 기관규모, 측정연도, 경영평가종합등급을 통제변수로 활용하여 분석의 틀을 확장하였다.

이와 같은 연구모형을 통해 선행연구를 바탕으로 설정한 기업의 사회적 책임 활동이 기업성과에 긍정적인 영향을 미친다는 가설을 검증하고

자 다중회귀분석을 시행하였다.

소비자 성과에 대한 가설을 검증하고자 한 모형의 다중회귀 분석 결과 대부분의 선행연구와 같이 기업의 사회적 책임 활동 수준이 고객만족도에 긍정적인 영향을 미치고 있음을 보여주었다. 이는 기업의 사회적 책임 이행이 소비자들로 하여금 해당 기업에 대한 신뢰와 좋은 기업이미지를 이끌어내기 때문이라고 해석할 수 있다.

또한 종업원 성과에 대한 가설을 검증하고자 한 모형의 분석 결과에서도 기업의 사회적 책임 활동 수준이 청렴도에 긍정적인 영향을 미치고 있음을 보여주었다. 선행연구와 유사하게 종업원들이 소속기업의 사회적 책임 활동에 대해 인지한 경우 소속기관에 대해 긍지를 가지고 신뢰를 하게 되어, 본인의 역할을 더욱 충실히 수행하고 기관에 더욱 협조하게 되기 때문이라고 해석할 수 있다.

마지막으로 재무적 성과에 대한 가설을 검증하고자 한 모형에서는 민간기업을 대상으로 긍정적인 분석 결과를 도출한 선행연구와 다르게 유의미한 영향을 미치지 못하는 것으로 나타났다. 공기업 및 준정부기관의 경우 이들 기관이 공급하는 재화 및 서비스에 대한 공공요금의 결정이 정부의 통제를 받고 있으며, 사업의 구조 및 형태 또한 이들 기관의 노력과 고객의 의사에 따라 변화하기 어려운 구조이기 때문으로 해석할 수 있다.

제 2 절 연구의 시사점 및 정책적 함의

본 연구는 우리나라의 공기업 및 준정부기관을 대상으로 하여 기업의 사회적 책임 활동이 기업성과에 미치는 영향을 분석하고자 한 것으로, 기업성과를 소비자 측면 · 종업원 측면 · 재무적 측면의 성과로 구분하여 다차원적으로 분석하였다. 또한 CSR 관련 많은 선행연구가 사기업을 대상으로 이루어져 왔고, 특히 공기업을 대상으로 이루어진 선행연구가 주관성이라는 한계를 가지는 설문조사를 활용했던 것과는 다르게 공공기관 경영실적 평가 결과, 고객만족도 조사 결과, 청렴도 조사 결과, 총자산순이익률과 같은 재무적 성과를 활용하여 객관적으로 측정된 자료를 활용하여 분석하였다는 데에서 본 연구의 의의를 찾을 수 있다.

분석 결과에 따르면, 공기업 및 준정부기관의 사회적 책임 이행은 소비자 성과(고객만족도) 및 종업원 성과(청렴도)에 긍정적인 영향을 미치는 반면, 재무적 성과(총자산순이익률)에는 유의미한 영향을 미치지 않는 것으로 나타났다. 본 연구는 공기업을 대상으로 하고 객관적인 데이터를 활용하였음에도, 소비자 성과 및 종업원 성과에서 선행연구와 같이 CSR이 긍정적인 영향이 있음을 도출한 반면, 공기업의 특성상 재무적 성과는 민간기업을 대상으로 한 일반적인 선행연구와 달리 유의미한 영향이 있음을 나타내지 않았다.

이에 따라 본 연구가 CSR 활동에 주는 함의는 아래와 같다고 볼 수 있다.

우선, 기업이 CSR 활동을 수행하고 있으면서도 CSR 활동이 기업의 성과를 창출하고 있는지에 대하여 수치화하기 어렵고 증명하기 곤란하여, 그동안 단편적인 봉사활동 수행 수준에 머무르는 경우가 많았다. 하지만 본 연구를 통해 소비자 성과 및 종업원 성과에 긍정적인 영향을 미

치는 것으로 분석되는 만큼, 보다 장기적인 관점에서 기업 특성에 맞는 CSR 활동 전략을 수립하고 시행하는 것이 바람직할 것이다.

다음으로, 본 연구에서 CSR 활동이 소비자 성과와 종업원 성과 제고에 긍정적인 영향을 미친다는 것을 검증한 만큼, 기업 자원이 효율적인 사용이라는 측면에서 이를 더욱 강화하는 노력이 필요할 것이다.

고객만족도 등 소비자 성과 제고를 위해 민간부문의 일자리 창출을 도모하고, 공정사회 구현을 위해 의식·관행·제도 등에 있어서 불공정한 사항들을 개선하려는 노력을 하며, 중소기업이나 업무유관 단체 등과 동반성장을 위한 상생문화 조성 등의 노력을 기울여야 하겠다. 또한 기업 특성에 맞는 사회봉사활동 수행으로 사회와 신뢰를 구축하고 이를 적절히 홍보하는 노력이 필요할 것으로 보인다.

종업원 성과와 관련해서도, CSR 활동이 긍정적인 영향을 미친다고 분석된 만큼, 기업은 종업원들과 CSR의 의미와 추진방향에 대해 공유하고 CSR 활동에 적극적으로 참여하도록 유도하며, 회사의 CSR 활동을 종업원들이 잘 인지할 수 있도록 홍보하는 등의 다양한 노력이 필요할 것으로 보인다.

제 3 절 연구의 한계 및 향후 연구과제

본 연구는 우리나라의 공기업 및 준정부기관을 대상으로 하여, 기업의 사회적 책임(CSR) 활동 수준과 기업성과 사이의 관계를 계량적인 자료를 활용하여 실증적으로 분석하였다는 데에서 의미를 찾을 수 있다. 공공기관에 대한 CSR 관련 대부분의 선행연구가 설문문을 통해 주관성 높은 자료를 바탕으로 수행된 경우가 대부분이므로, 그 의미가 크다고 할 수 있다.

다만 본 연구에서도 다음과 같은 연구의 한계를 지닌다고 볼 수 있다.

첫째, CSR 활동과 성과에 대한 정의와 측정에 관한 문제이다. 독립변수인 CSR 활동 수준에 대해 대응변수로 경영실적평가에서의 사회공헌 평가지표 득점을 활용하였으며, 종속변수인 소비자 성과, 종업원 성과, 재무적 성과로 각각 고객만족도, 청렴도, 총자산순이익률을 활용하였다. 하지만 CSR에 대한 범위와 정의가 변화할 수 있으며, 독립변수인 사회공헌 평가지표가 일자리 창출, 공정사회 구현, 동반성장, 사회봉사활동 등을 종합적으로 고려하여 점수를 부여하는 것으로, 세부 항목에 대해서는 사회적 책임 활동 수준에 대한 판단 및 기관간 비교가 곤란할 수 있다. 또한 종속변수인 성과변수도 각각 소비자·종업원·재무적 성과를 대표하는 성과지표로 볼 수 있는냐는 의문이 제기될 수 있다. 따라서 앞으로의 연구에서는 좀 더 실증적이고 체계적인 개념정의와 측정에 관한 연구가 필요할 것이다.

둘째, 본 연구의 연구기간에 대한 문제이다. 독립변수인 사회공헌도, 즉 경영실적평가에서의 사회공헌 평가지표가 2011년 도입되어, 최근 2년(2011년과 2012년)의 평가자료만을 활용하였다. 따라서 향후 연구에서는 연구기간을 보다 장기간으로 하여, 지속적인 CSR 활동이 성과에 미치는

영향을 분석한다면 보다 좋은 연구가 될 것으로 보인다.

마지막으로, 성과에 영향을 미칠 수 있는 다양한 통제변수에 대한 고려가 부족하였다고도 볼 수 있다. 본 연구에서는 각 기관의 규모요인 및 유형에 대한 구분과 함께, 다양한 요인이 성과에 복합적으로 영향을 미칠 수 있다고 보아 경영평가 종합등급을 통해 통제하였으나, 각 성과변수에 따라 더 엄밀한 분석을 위해 통제변수가 부족하였다고도 볼 수 있다. 향후 제 3의 변수를 파악하고, 독립변수와 종속변수 사이의 관계에 대해 질적연구를 통해 보완한다면 좀 더 정교하고 의미있는 연구가 될 것으로 보인다.

참 고 문 헌

<국내문헌>

- 장태희·차희원(2010). “기업문화의 유형이 기업명성에 미치는 영향: 기업의 사회적 책임 및 동일시의 매개효과” 「한국언론학보」 54(1): 205-227
- 공영복(2013). 「기관특성이 공공기관 경영평가 결과에 미치는 영향 분석」 서울대학교 행정대학원 석사학위 논문
- 김기현(2013). 「공기업의 사회적 책임 활동이 조직성과에 미치는 영향에 관한 연구: 조직신뢰의 조절효과를 중심으로」 인하대학교 박사학위 논문
- 김민정(2012). 「기업의 사회적 책임과 기업성과와의 관련성: 산업별 특성과 CSR 세부 항목을 중심으로」 경북대학교 석사학위 논문
- 김성수(2009). “기업의 사회적 책임의 이론적 변천사에 관한 연구” 「기업경영연구」 29: 1-25
- 김성진·김종근(2010). “기업의 사회적 책임이 기업이미지에 미치는 영향: 차원별 파급효과와 메시지유형을 중심으로” 「Asia Marketing Journal」 11(4): 49-67
- 김이환(2005). 「사회책임활동과 기업평판의 관계에 관한 연구: 5개 업종, 10개 기업을 중심으로」 성균관대학교 박사학위 논문
- 김지혜(2011). 「기업의 사회적 책임의 성과」 이화여자대학교 박사학위 논문

- 박정열(2012). 「공기업의 CSR 활동이 지역사회 주민의 공기업 평판에 미치는 영향: 인천국제공항 CSR 활동을 중심으로」 서울대학교 행정대학원 석사학위 논문
- 박혜영(2008). 「공기업의 사회공헌활동과 기업이미지, 고객만족도 간의 관계 연구: 한국마사회를 중심으로」 중앙대학교 석사학위 논문
- 서성택(2013). 「공기업에서 직무만족이 조직성과에 미치는 영향에 관한 연구」 서울대학교 행정대학원 석사학위 논문
- 성현선·서대교(2010). “기업의 사회적 책임활동이 기업이미지 및 성과에 미치는 영향” 「서비스경영학회지」 11(2): 25-47
- 손평식(2008). “기업지배구조와 경영성과 간의 관계에 대한 실증연구” 「산업경제연구」 21(3): 1061-1083
- 송주현(2010). 「공기업의 CSR 활동이 조직구성원의 조직몰입에 미치는 영향」 이화여자대학교 석사학위 논문
- 양은영(2009). 「국내 기업의 사회적 책임 행동 분석: 지속가능 보고서를 중심으로」 한양대학교 석사학위 논문
- 유미년(2012). 「공기업 성과에 영향을 미치는 요인에 관한 연구: 공공성 및 수익성을 중심으로」 서울대 행정대학원 박사학위 논문
- 유승원(2009). “공기업의 지배구조와 경영성과: CEO와 내부감사인을 중심으로” 「한국개발연구」 31(1): 71-103
- 윤각·서상희(2003). “기업의 사회공헌활동과 기업광고가 기업이미지와 브랜드태도 형성에 미치는 영향에 관한 연구” 「광고연구」 61: 47-72
- 이병근(2011). 「공기업의 사회공헌활동이 조직효과성의 인식에 미치는 영향: K-water를 중심으로」 고려대학교 석사학위 논문

- 이상민(2008). “이중적 CSR 체제의 기원 : 미국·독일·일본·한국의 국제비교 연구” 「한국사회학」 42(7): 215-253
- 이영찬·이승석(2008). “기업의 사회적 책임활동이 혁신역량 및 성과에 미치는 영향: 구조적접근방법” 「사회적기업연구」 1(1): 93-117
- 전영한·금현섭(2009). “학업성취도에 영향을 미치는 교육조직 특성에 관한 연구” 「교육과학기술부 정책연구개발사업」
- 전원우(2006). 「공기업의 전략적 사회공헌활동 비교를 통한 신뢰도 향상방안 연구: 한국전력공사 등 14개 정부투자기관의 사회공헌활동 사례를 중심으로」 고려대학교 석사학위 논문
- 조동근·변민식(2008). “기업의 소유·지배구조와 기업가치간의 관계: IMF 외환위기 이후의 한국의 경험” 「한국경제연구원 연구보고서」 2008: 2-6
- 천미림·김창수(2010). “지속적인 기업의 사회적 책임이 재무성과에 미치는 영향” 「통합학술대회」 2010: 1-17
- 한은경(2003). “기업의 사회적 책임의 지수화에 관한 연구” 「한국방송학보」 17(3): 274-303
- 한주희·이종건(2009). “기업의 사회적 책임, 조직신뢰 및 조직시민행동의 관계: 냉소주의의 조절효과를 중심으로” 「기업경영연구」 32: 25-43

<국외문헌>

- Bowen, H. R.(1953). "Social Responsibilities of the Businessman"
New York, Harper & Row
- Capozzi, L.(2005). "Corporate reputation: Our role in sustaining and building a valuable asset" *Journal of advertising Research*, 45(3): 290-293
- Carroll, A. B.(1979). "A three dimensional conceptual social performance" *Academy of Management Review*, 4(4): 497-505
- Daft, R. L.(2003). *Management(sixth edition)*. London Dryden
- Davis, K.(1973). "The case for and against business assumptions of social responsibilities" *Academy of Management Journal*, 16: 312-322
- Freeman, R. E.(1984). "Strategic Management: A Stakeholder theory"
Cambridge University Press
- Friedman, M.(1970). "The Social Responsibility of Business to Increase its Profits" *The New York Times Magazine*, 33: 122-126
- Kline, R. B.(2005). *Principles and practice of structural equation modeling(2nd ed)*. New York: McGrawHill
- Luo, X. & Bhattacharya, C. B.(2006). "Corporate social responsibility, customer satisfaction, and market value" *Journal of Marketing*, 70(October): 1-18

- Margolis, J. P. & Walsh, J. P.(2001). "People and profits? The search for a link between a company's social and financial performance" *Lawrence Erlbaum Associates, Publishers: Mahwah, NJ, USA.*
- Mayer, R. C., Davis, J. H. & Schoorman, F. D.(1995). "An integrative model of organizational trust" *Academy of Management Review*, 20: 709-734
- Preston, L. E. & Post, J. E.(1981). "Private management and public policy" *California Management Review*, 23(3): 56-63.
- Schwartz, M. S. & Carroll, A. B.(2003). "Corporate Social Responsibility: A Three Domain Approach." *Business Ethics Quarterly*, 13(4): 503-530
- Tajfel, H. & Turner, J. C.(1979). "An integrative theory of intergroup conflict. in W. G. Austin & S. Warchel(Eds)" *The social psychology of intergroup relations*. CA: Brooks/Cole.
- Tyler, T. R.(1999). "Why people cooperate with organizations: An identity-based perspective" *Research in Organizational Behavior*, 21:171-180
- Waddock, S. A. & Graves, S. B.(1997). "The Corporate social performance: Financial performance link" *Strategic Management Journal*, 18(4): 303-319
- Williamson, O.(1975). "Markets and Hierarchy: Analysis and Antitrust Implications" *New York: Free Press*

- Wood, D. J.(1991). "Corporate social performance revisited" *Academy of Management Review*, 16(4): 691-718
- Wood, D. J. & Jones, R. E.(1995). "Stakeholder mismatching: A theoretical problem in empirical research on corporate social performance" *The International Journal of Organizational Analysis*, 3(3): 229-267

Abstract

A Study of the Effect of
Corporate Social Responsibility
on Corporate Performance
- Focusing on Public Enterprises -

Im, Jin Han

Graduate School of Public Administration

Seoul National University

Recently, discussion on corporate social responsibility has increased and several companies are actively promoting such responsibilities to secure sustainable growth and competitiveness. Moreover, due to social criticism towards public enterprises resulting from a series of corruption and scandals, the importance of social responsibility is rising for public enterprises. The purpose of the study is to analyze the effect of corporate social responsibility on corporate performance while focusing on public enterprises based on an empirical study.

In order to measure corporate social responsibility activities of individual companies, this study applied the corporate social

responsibility index used in evaluation of public entities. Such index was first introduced in the evaluations conducted in 2011 to measure the efforts of public enterprises in creating new jobs in the private sector, efforts to realize a just society, seek accompanied growth with small enterprises, and volunteering activities that are in line with the characteristics of the company. Corporate performance, which is a dependent variable, can be divided among consumer, employee, and financial aspects, and as a proxy measure, customer satisfactory index, integrity measure, and net income to total assets ratio was applied. Type of organization, size, year of evaluation, comprehensive evaluation level were applied as control variables to extend the study model. Multiple regression analysis was conducted in order to verify the positive effects corporate social responsibility activities have on corporate performance.

First, study results show that corporate social responsibility activities have positive influence on consumers. Such result is attributable to the fact that corporate social responsibility activities lead to enhanced reliability towards the company and better corporate image.

Second, study results show that corporate social responsibility activities have positive influence on employees. When employees are aware of the social responsibility activities of the company they are employed to, it heightens pride and trust towards the company, which leads to devotion to one's role and cooperation.

Lastly, study on the effects of corporate social responsibility

activities on financial performance, however, did not lead to a meaningful result. For public enterprises, the price and tariff of the goods and services provided by such companies is in most cases regulated by the government, and business structure or type of business is difficult to change based on individual corporate efforts or customer opinions.

Through such analysis, this study was able to confirm the effects of corporate social responsibility on corporate performance in the case of public enterprises. As a result, in order to increase corporate performance in the consumer aspect, companies should enhance corporate social responsibility activities such as accompanied growth, realization of a just society and volunteering. In the employee aspect, companies should induce participation of its employees in corporate social responsibility activities and also consider introducing various methods to enhance employee recognition of such activities.

**keywords : public enterprise, corporate social responsibility,
corporate performance, customer satisfaction,
integrity index, net income to total assets ratio**

Student Number : 2013-22677