

기업가의 도덕성이 기업가정신 및 사회적 책임을 통한 재무적 성과와 사회적 성과에 미치는 영향

김연중* · 박상혁** · 오승희***

〈 목 차 〉	
I. 서론	4.2 신뢰성과 타당성 검증
II. 이론적 배경	V. 연구결과
2.1 도덕성	5.1 가설 검증
2.2 기업가정신과 사회적 책임	5.2 연구모형의 기업유형 조절효과
2.3 기업성과	VI. 연구결과 및 향후 연구과제
III. 연구모형	참고문헌
IV. 연구방법	<Abstract>
4.1 자료수집 및 자료처리방법	

I. 서론

1998년 로손 소프트웨어 건강관리사업부 임원인 제이코 플랜은 음주사고 이후 적극적인 대처로 회사 이미지에 타격을 주기보다는 오히려 긍정적 효과를 가져왔다. 이 사건 이후 기업 경쟁력을 유지하는 데 기업가의 도덕성이 매우 중요하다고 인식되었다. 레닉과 키엘(2011)은 “기업의 도덕성, 특히 리더의 도덕성이 기업 미래를 결정하는 시대가 왔다”고 제시한다. “리더는 남다른 능력을 갖추어야 하는데 그 능력이

도덕 능력이며 기업이 장기적인 관점에서 성공하려면 도덕성이 반드시 필요하다”고 언급한다 (Lennick and Kiel, 2011).

최근 한국의 경우도 기업가의 비도덕적인 행동으로 인하여 기업의 이미지를 낮추고 경영에 큰 타격을 주는 경우가 자주 발생한다. 기업의 도덕성은 브랜드 이미지뿐만 아니라 기업성과에도 영향을 준다. 리더십 컨설팅 업체 KRW 인터네셔널의 연구에 따르면 직원들로부터 인격점수를 높게 받는 CEO는 인격점수가 낮은 CEO 보다 다섯 배가 높은 평균 총자산 수익률

* 경남과학기술대학교 창업대학원, kimyeonjong@gnu.ac.kr(주저자)
** 경남과학기술대학교 창업대학원, spark@gnitech.ac.kr(교신저자)
*** 한양대학교 경영전문대학원, umilove@hanyang.ac.kr(공동저자)

이 나타났다. 이 연구에서는 성실(integrity), 책임(responsibility), 용서(forgiveness), 동정(compassion) 등의 네 가지 보편적 도덕원칙을 미국 84개 기업과 비영리단체 직원을 대상으로 기업가의 도덕성을 측정하였다(Kiel, 2015).

전통적으로 기업가와 기업성과의 관계에 대한 연구는 주로 기업가정신을 핵심 요인으로 다루고 있다. 기업가정신은 경영자가 환경 변화에 적합하게 대응할 수 있는 원천이며, 경쟁력 확보와 지속가능한 성장을 위해 추구해야할 정신적 가치로 강조한다(김예정, 오영호, 2017; 정연웅 등, 2014; Gilder, 1984). 아울러 기업의 사회적 책임(CSR)도 기업가가 갖추어야할 역량으로 제기한다. 기업의 사회적 책임은 기업이 경영활동 과정에서 경제적, 법적, 윤리적, 자선적 책임을 질 뿐 아니라(Carroll, 1979), 사회적 가치창출을 가져오는 기회를 탐색하는 것을 의미한다(Austin et al., 2006). 하지만 기업의 사회적 책임과 기업성적을 동시에 추구하는 것이 가능한가에 대한 문제 제기가 계속 되며, 기업인의 도덕성과 기업성과와의 관계에 대한 연구 필요성도 계속 제시된다(한정화, 1997; Kotler et al. 2016; Kotler et al. 2019).

본 연구는 이러한 논쟁구조에 영향을 주는 중요한 변수로 도덕성(morality)을 제시한다. 코틀러 등 2인(2019)은 소비자가 상품을 선택하는 기준으로 기업의 도덕성이 큰 영향을 미친다고 주장한다(Kotler et al. 2019). 이런 측면에서 최근 국내외에서 발생한 여러 기업가들의 비윤리적인 행태는 기업가의 도덕성이 기업 경영에 얼마나 중요한 요인인지를 확인해주었다. 기업 윤리의 실천력을 높이기 위한 가장 중요하고도 시급한 일은 최고 경영자가 올바른

기업관을 정립하고 자신의 윤리적 역할 모델을 분명히 하여 윤리적 리더십을 발휘하는 것이다. 기업이 자신이 윤리적 경영의 중요성을 인식하고 실천해야 한다(한정화, 1997). 강력한 도덕성을 가진 기업은 윤리적 가치를 추구하며 경영의사결정에 윤리적 고려 사항을 반영한다(Kotler et al., 2016). 따라서 본 연구에서는 기업가의 도덕성에 따라 기업가정신과 사회적 책임이 기업성과에 어떠한 영향을 미치는지를 알아보고자 한다.

II. 이론적 배경

2.1 도덕성

라틴어 ‘mores’에서 유래한 도덕성(morality)은 사람의 태도나 습관을 평가대상으로 삼는다. 평가자가 인정하는 기준에 따라 평가대상자가 얼마나 태도나 습관을 고수하고 있다고 자각하는지를 의미한다(Mayer et al., 1995). 도덕성은 인성적 관점에서는 선행을 실천하고자 하는 개인의 심성, 인지적 관점에서는 옳고 그름에 대한 사고능력과 판단능력, 행동적 관점에서는 도덕적 원리에 기반을 둔 실천력을 평가한다(이경근, 조용현, 2012; Blasi, 2005; Hart, 2005; Trevino et al., 2000).

도덕성은 성실성(integrity), 신뢰성(trustworthiness), 정직성(honesty) 등의 특성이 있다(Trevino et al. 2000). 기업가가 성실하다면 구성원들은 기업가를 깨끗한 사람으로 인식하고, 이러한 생각은 신뢰에 긍정적 영향을 주어, 대인관계에 대한 언행일치와 진실성을 통해

장기적 관계를 구축한다. 정직성은 모든 일에 솔직하고 정확하며 사려 깊고 신중하게 행동한다는 것을 의미한다(Trevino et al. 2000). 따라서 도덕성은 사회적 기업가정신의 핵심적 요소로 강조된다(Mort et al., 2002). 하지만 도덕성은 사회적 기업에 해당되는 고유영역이 아니며, 기업의 사회적 책임을 강조하는 현대 기업 풍토를 고려할 때 일반기업에도 적용될 요소이다.

본 연구에서 도덕성 척도로 도덕적 역량 검사 도구(Moral Competence Test, MCT)를 사용했다. 도덕 심리학 분야에서 측정 대상자의 도덕성 측정을 위해 개발된 도구이다. 이는 콜버그(L. Kohlberg)의 도덕성 발달 이론과 도덕적

추론에 근거하여 린드(G. Lind)에 의해 개발되었다. 본 연구에 사용된 도구는 박균열(2017)의 번역판을 사용하였다(박균열, 2017). 이 도구는 노동자의 딜레마와 의사의 딜레마로 구성되어 있다. 각 딜레마 속 주인공은 어떤 행동을 결정할 때 행동과 관련된 규칙에 의한 갈등을 겪는다는 것을 주요 모티브로 하며, 기본적인 민주주의 의사소통의 가치정향을 측정함으로써 현실 적용성이 높은 도덕 판단력 측정도구이다(박균열, 2017). 도덕적 역량 검사도구는 콜버그의 인지발달론에 의해 지지되며, 각 단계별 도덕 판단의 분류는 <표 1>에 제시하였다(박균열, 2017).

<표 1> 도덕성 발달의 단계에 따른 도덕 판단의 기준(박균열, 2017)

수준	도덕판단의 기반	도덕성 발달의 단계
1	도덕가치는 사람이나 표준에 귀속하는 것이 아니라, 외적인 유사물리적 사건에, 사악한 행위에, 또는 유사 물리적 욕구에 따른다	단계1: 복종 및 처벌 정향(orientation) 우월한 힘의 권능에 대한 자기중심적 존경, 또는 좋은 게 좋다는(trouble-avoiding)태도, 객관적 책임
		단계2: 순수 이기주의 정향 자기의 욕구를 때로는 다른 사람의 욕구를 도구적으로 충족시켜 주는 행위가 정당한 행위이다. 각 행위자의 욕구 및 관점을 받아들일 수 있는 가치상대주의에 대한 각성. 소박한 평등주의, 그리고 상호성 및 교환에 무게를 둬
2	도덕가치는 훌륭하고 정당한 역할을 수행하는데서 즉 인습적 명령과 타인의 기대에 부응하는 데서 성립한다	단계3: 착한 아이 정향 다른 사람을 돕고 기쁘게 해주고 승인을 얻으려는 정향, 당연한(natural) 요컨대 모두가 하는 대로 따라가는 식의 역할행동 그리고 의도성에 의거한 판단
		단계4: 권위와 사회질서 유지 정향 “의무수행”에 그리고 권위자에 대한 존경 표시 및 사회질서 유지 그 자체에 무게를 둬. 타인의 응당한 기대에 따름
3	도덕가치는 공유되거나 공유할만한 표준, 권리, 의무에 대한 자아의 동조에서 성립한다	단계5: 계약맺음과 법 존중 정향 협약 그 자체를 지키기 위해, 기대나 규칙이 지닌 임의적 요소를 분별해냄 혹은 그것의 출발점이 무엇이어야 하는가를 인식함. 계약, 타인의 권리 내지 의지의 존중, 다수의 복지 등의 견지에서 의무를 규정함
		단계6: 양심 혹은 원리 정향 현실적으로 제약을 주는 사회규칙 쪽뿐만 아니라 논리적 보편성 및 일관성에 의 호소를 담고 있는 선택의 원리 쪽에 무게를 둬. 행위의 지도력인 양심에 그리고 상호존중 및 신뢰의 무게를 둬

출처 : L. Kohlberg, 김민남, 진미숙 역, 『도덕발달의 심리학』(경가: 교육과학사, 2000[1984]), pp. 44-45, 박균열, 2017 재인용.

2.2 기업가정신과 사회적 책임

기업가정신(entrepreneur)은 기업의 경쟁력 강화를 위한 행동과 태도를 말하는 것으로 기업가가 위험을 감수하며 진취적이고 혁신적으로 활동하고자 하는 기업가의 성향이며, 기업의 환경과 조직의 변화에 대처하는 진취적인 반응 메커니즘이다(김영균, 2013; 서주환, 2016; Morris and Paul, 1987; Zahra, 1991). 기업가정신은 기업의 전략적 차원의 세 가지 영역인 혁신성, 위험감수성, 진취성 등으로 정의한다(Lumpkin and Dess, 1996). 혁신성은 일상적인 틀을 벗어나 새로운 기회나 남다른 해결책을 찾는 과정이고(Covin and Miles(1999), 위험감수성은 기업이 높은 위험의 프로젝트를 적극적으로 임하는 자세를 말하는 것으로 이를 통해 적극적인 기회를 선택하는 것을 의미하며(서주환, 2016), 진취성이란 환경변화에 대해 공격적으로 대응하여 새로운 기회를 포착하고 경쟁우위를 확보하는 것이다.

사회적기업의 중요성이 대두되면서, 기업가정신을 비즈니스 기업가정신과 사회적 기업가정신으로 구분하여 연구가 진행되었다. Austin et al.(2006)은 비즈니스 기업가정신과 사회적 기업가정신의 차이점을 다음과 같이 제시하였다. 비즈니스 기업가정신은 수익 창출의 기회에 대한 확인·평가·탐색 활동이고, 사회적 기업가정신은 사회적 가치 창출 기회에 대한 확인·평가·탐색 활동이다. 또한 성과측정에 있어서 비즈니스 기업가정신의 경우 수익성과 같은 재무적 성과로 측정하지만, 사회적 기업가정신은 사회적 가치 성과로 측정한다. 기업의 사회적 책임(CSR, Corporate Social Responsibility)

은 기업의 경영활동 과정에서 경제적 책임, 윤리적 책임, 법적 책임, 자선적 책임을 진다는 것이다(Carroll, 1979). 즉 기업은 사회가 목적하는 목표와 가치에 부합하는 바람직한 정책을 추구하고 의사결정을 하며 그러한 행동을 실천할 의무가 있다는 것이다. 기업의 사회적 책임을 기업성과 측면에서 고려하면, 단기적으로는 기업의 비용부분에 대한 부담감이 생겨 기업의 수익이 감소하는 결과가 나타나지만 기업에 대한 긍정적 이미지가 형성되어 장기적으로는 기업의 이익 증가를 가져온다(서주환, 2016; Carroll, 1979). 기업의 사회적 책임을 제대로 실천한 기업들은 브랜드가치와 기업명성과 같은 무형적 자산의 가치를 얻을 수 있으며, 이윤 창출, 매출 향상, 소비자 충성도 증대 등의 효과도 얻을 수 있다.

2.3 기업성과

기업가정신과 기업성과의 관련성은 지속적으로 연구된 주제이다(이진석, 2017). 기업의 성과측정은 기업 활동의 핵심적이고 중요한 영역을 측정하는 것이므로 영역별 중요도를 고려하여 균형적으로 측정해야 한다. 기업성과는 재무적 성과와 비재무적 성과로 나눌 수 있는데 과거 재무적 성과를 중심으로 측정하였으나 최근에는 재무적 성과만으로 기업의 생존과 지속 가능한 성장에 대한 기여는 한계가 있어 재무적 성과와 비재무적 성과를 함께 고려하는 추세이다(강병영, 김은정, 2007; 김상진, 박용재, 2002; 장형욱 등, 2006).

재무적 성과는 매출액 증가율, 시장점유율, 순이익증가율 등 계량화된 지표를 활용하여 객

관적이고 신뢰성 있는 측정이 가능한 성과이다. 하지만 단기적이고 급변하는 기업 환경을 정확히 표현하기 어려우며 불확실한 기업 환경 속에서 재무적 성과를 이용해 경쟁전략을 수립하는 데에는 한계가 있다.

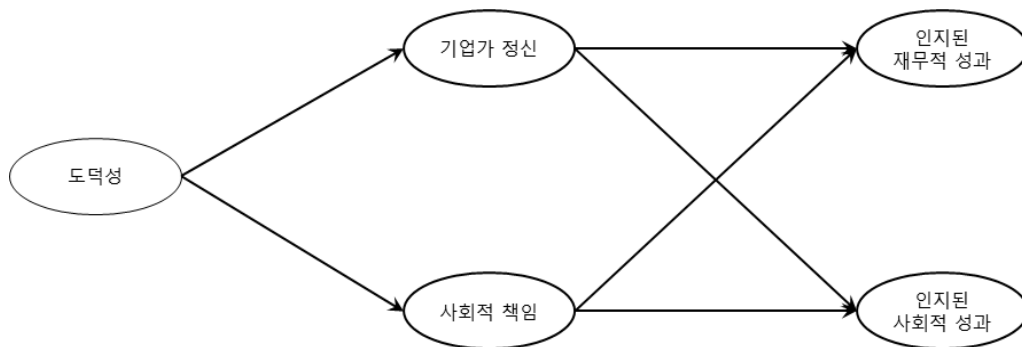
사회적 성과는 다양한 투입(공해방지시설, 환경정책, 환경투자금액 등), 다양한 내부 행동 및 과정(소수 및 여성정책, 소비자정책, 내부 환경개선 등), 다양한 산출(사회관계, 자선활동, 사회활동, 고객서비스 등)에 걸치는 다차원적 구성요소를 가지고 있고, 산업에 따라 다르며, 다양한 기업 의사결정 및 행동을 포함하기 때문에, 재무적 성과에 비해서 사회적 성과를 측정하기는 어렵다(조성표, 손수훈, 2009; Waddock and Grave, 1997).

Ⅲ. 연구모형

본 연구는 이론적 배경을 토대로 <그림 1>과 같은 연구모형을 구성하였다. 본 연구의 목적은 기업가의 도덕성 수준에 따라 기업가정신과 기업의 사회적 책임이 재무적 성과와 사회적 성

과에 미치는 영향을 분석하는 것이다. 연구목적 을 달성하기 위하여 선행연구를 포괄적으로 검토한 후 연구변수의 구성개념을 도출하고 이들 변수 간 관계에 대한 가설을 정립하였다.

과거 기업가의 도덕성은 사소한 것으로 간주 하였으나 최근 연구에 의하면 기업가의 도덕성과 기업가정신은 밀접한 관계가 있다(Harris et al., 2009). 기업가정신이란 경영자들은 발명적이고 신축성 있게, 모험적이며 창의력 있게, 성장지향적인 자질을 소유하는 것이다(Gilder, 1984). 즉 기업가정신은 자기 스스로 창출하는 능력이고 변화하는 환경을 빨리 통찰하여 자기의 위험부담에 항상 새로운 요소 결합을 의사 결정 하는 능력을 의미한다. 또한 기업가정신은 종합적인 경영의 실천으로, 기업가정신의 실천 속에서 기업의 이익, 사회적 책임, 노사의 화합, 기업 성장 등을 함께 이루게 된다. 이러한 기업가정신은 무한 경쟁이라는 경영환경 속에서 보다 효율적인 경쟁을 위해 반드시 필요한 요소 이다(윤대혁, 박민생, 2007). Drucker(1985)의 주장에 의하면 기업가란 그들이 공급하는 제품은 반드시 수요를 창출한다고 자신하는 사람들로써 경제성장을 위해서 매우 중요한 역할을



<그림 1> 연구 모형

하는 사람들이다. 기업가정신을 결여한 경영자는 결코 성공할 수 없으며, 기업의 규모가 클수록 기업가정신이 더욱 필요하다.

따라서 치열한 경쟁 속에서 기업의 생존을 위해서 최선의 노력을 다하는 전통적인 기업가정신의 관점에서는 기업가의 도덕성 추구는 부담스러운 요소로 작용한다(Morris, et al., 1995). 기업가의 도덕성은 기업의 수익 창출과 생존에 초점을 두는 기업가정신에는 부정적 영향을 미칠 것이라는 가설 1을 도출하였다.

가설 1: 기업가의 도덕성은 기업가정신에 부정(-)의 영향을 미칠 것이다

반면 기업인의 도덕성은 경영자의 성실성과 신뢰성, 정직성이라는 주요 특성을 갖고 있으며(Trevino et al. 2000), 경영자의 성실성이 신뢰성에 영향을 미치게 되며, 신뢰성은 대인관계에 대한 언행일치, 진실성 등을 통해 반영되며 장기적 관계를 구축함에 있어 핵심요인으로 작용한다. 도덕적 판단력에 영향을 미치는 요인은 첫째, 타인의 필요, 가치, 견해를 다루는 사회적 경험이 영향을 미치고(Comunian and Gielen, 1995; 오현석 등, 2012), 둘째로 결과의 크기에 대한 지각과 사회적 동의를 제공한다(Morris and McDonald, 1995). 이러한 도덕성은 사회적 기업가정신의 핵심적인 요소 중 하나로 강조되고 있기에(Mort et al., 2002), 도덕성은 기업의 수익을 증대시키기 위한 기업의 개별적 목적을 달성하는 측면이기 보다는 공공을 위한 사회적 가치를 창출하는데 기여 초점을 둔다. 따라서 기업가의 도덕성은 사회적 가치 창출에 대한 책임에 긍정적 영향을 미칠 것

이라는 가설 2를 도출하였다.

가설 2: 기업가의 도덕성은 사회적 책임에 정(+)의 영향을 미칠 것이다

기업가정신의 기업가적 태도로서 혁신추구성, 진취성, 위험감수성 등은 기업성공에 긍정적 영향을 준다(Covin and Slevin, 1991). 특히 기업가정신은 기업의 수익성과 성장률과 같은 재무적 성과에 긍정적 영향을 주며(Zahra, 1991), 조직의 이익 증대뿐만 아니라 새로운 기회 창출에도 큰 도움을 준다(Peterson and Berger, 1971). 더 나아가 기업가 정신은 경쟁우위를 획득하여, 장기적으로도 많은 재무적 보상을 얻게 한다(Schollhammer, 1982). 기업가적 행동이 새로운 역량을 구축하거나 기존의 역량을 재활성화 하기 위한 기반이 되는 새로운 지식을 창출해냄으로써 조직의 성과를 증대시킬 수 있다(Zahra, 1991). 즉 기업가정신과 경영성과 간, 기업가정신과 조직성과 간 유의한 관계가 있다(Smart and Conant, 1994; Zahra and Covin, 1995).

또한 기업가정신은 기업의 사회적 가치를 추구하는 데에도 긍정적 역할을 한다. 지역 사회에 존재하는 환경, 일자리창출, 사회적 약자를 위한 지원 등의 사회적 가치 성취에 도움이 된다(조성표, 손수훈, 2009; Waddock and Grave, 1997).

이러한 기존 연구를 기반으로 기업가정신이 경영성과 즉 재무적 성과와 사회적 성과에 긍정적인 영향을 미친다는 가설 3과 가설 4를 도출하였다.

가설 3: 기업가의 기업가정신은 재무적 성과에 정(+)의 영향을 미칠 것이다

가설 4: 기업가의 기업가정신은 사회적 성과에 정(+)의 영향을 미칠 것이다

사회적 책임 활동과 기업성과 관련 기존 연구들은 사회적 책임 활동과 재무성과 간의 긍정적 인과관계를 도출하였다. Schwartz(1968)는 기업의 사회적 책임 활동 및 기부활동이 기업이 속한 지역사회에 대한 간접적 투자활동을 의미하며, 이는 기업의 명성을 높이고 매출을 증가시켜 기업가치에 긍정적인 효과를 준다고 주장하였다. 또한 메타분석을 통해 사회적 책임 활동과 재무성과 간에 긍정적 상관관계가 있음을 밝힌바 있으며(Orlizky et al., 2003), 사회적 책임 활동에 대한 리뷰논문 중 59%가 사회적 책임 활동이 재무성과에 긍정적 영향을 주는 것으로 나타났다(Pelozo, 2009). 서주환(2016)은 연구의 범위를 중소기업으로 제한하여 중소기업의 CSR이 기업의 경영성과에 양의 영향을 미치는지에 대하여 연구하였다.

이러한 연구 결과를 기반으로 볼 때 사회적 책임 활동이 기업평판, 제품과 브랜드 평가, 제품구매나 충성도, 이해관계자들과의 관계 개선, 기업성과 등에 긍정적 영향을 준다(윤지혜, 정윤정, 2020; Bhattacharya and Sen, 2004; Nguyen and LeBlanc, 1998). 이에 근거하여 사회적 책임과 기업성과(재무적 성과와 사회적 성과)간의 긍정적 관계가 존재한다는 가설 5와 가설 6을 도출하였다.

가설 5: 기업가의 사회적 책임은 재무적 성과에 정(+)의 영향을 미칠 것이다

가설 6: 기업가의 사회적 책임은 사회적 성과에 정(+)의 영향을 미칠 것이다

Social Enterprise London(1996)은 사회적 기업은 사회적 목적을 갖는 사업의 형태이며 사회적 경제 성장의 한 부분이라고 정의한다. 즉 사회적 기업은 사회적 목적을 추구하면서 수익을 창출하기 위해 영업활동을 수행하는 기업을 말한다(장성희, 반성식, 2010). 일반기업은 영리를 목적으로 존재하는 기업을 의미하며, 사회적 기업은 취약계층에게 일자리를 창출하고, 사회서비스의 제공 등과 같은 사회적 목적을 추구하는 기업을 의미한다(장성희, 반성식, 2010). 본 연구에서는 이러한 정의에 따라 일반기업과 사회적 기업으로 구분한다.

기존 연구는 비즈니스 기업가정신과 사회적 기업가 정신의 차이를 연구한 바 있다(Austin et al., 2006). 경영에서의 기업가정신은 수익창출을 가져오는 기회를 확인·평가·탐색하는 것으로 정의하고, 사회적 기업가정신은 사회적 가치를 창출하기 위한 기회를 확인·평가·탐색하는 것으로 정의하였다(이용탁, 2011).

비즈니스 기업가의 경우 전반적 미션과 성과 측정 관점에서 근본적 차이가 있다. 비즈니스 기업가는 수익창출에 초점을 두고 재무적 성과를 통해 성과를 측정하는 반면, 사회적 기업가정신은 사회 가치 창출에 초점을 두고 재무적 성과로 측정할 수 없는 부분이 많은 부분을 차지하고 있으며 덜 표준화 되어 있다는 특성을 가진다(Emerson and Twersky, 1996).

이와 같은 기존 연구의 결과를 기반으로 수익을 창출하는 일반 기업과 사회적 기업가는 추구하는 목적과 성과 측면의 근본적 차이가

있다. 이에 기업가의 도덕성과 기업가정신, 사회적 책임, 재무적 성과, 사회적 성과 간 관계가 차이가 있다는 가설 7을 도출하였다.

가설 7: 기업가의 도덕성, 기업가정신, 사회적 책임, 재무적 성과, 사회적 성과 간의 관계는 일반 기업과 사회적 기업 간 차이가 있을 것이다.

IV. 연구방법

4.1 자료수집 및 자료처리 방법

연구모형을 검증하기 위하여 2017년 11월 15일부터 일주일간 인터넷 조사 및 직접조사를

통하여 제조업 및 서비스업 사업자를 대상으로 조사를 실시하였으며 이중 부실한 설문을 제외한 후 최종 109명을 대상으로 분석하였다. 수집된 자료는 SPSS 22.0을 사용하여 연구대상자의 인구통계학적 특성에 대한 빈도분석을 실시하였다. 연구대상자가 109명으로 소표본인 관계로 PLS-SEM 분석할 수 있는 smart-pls 3.42를 이용하였다. 각 측정변인의 모형의 타당성을 검증하였고, 가설검증을 위해서는 부트스트래핑 리샘플링 방법론(bootstrapping resampling method)을 이용하여 구조모형의 가설검증을 실시하였으며, 유의수준 $\alpha=0.05$ 이다. 본 연구의 연구대상자의 인구통계학적 특성별 분포는 <표 2>에 제시하였으며 연구에 사용된 측정도구들의 조작적 정의는 <표 3>에 언급하였다.

<표 2> 연구대상자의 인구통계학적 특성

특성		빈도	비율	특성		빈도	비율
성별	남자	80	73.4	성장단계	예비창업단계	17	15.6
	여자	29	26.6		창업단계	11	10.1
연령	30대이하	18	16.5		성장단계	36	33.0
	40대	47	43.1		성숙단계	45	41.3
	50대이상	44	40.4	고객유형	B2B	40	36.7
학력	고졸이하	5	4.6		B2C	69	63.3
	대졸	57	52.3	사회적기업 여부	아니오	60	55.0
	대학원이상	47	43.1		예	49	45.0
기업/조직 경력	3년미만	27	24.8	사회적 경제 섹터유형 (n=49)	소셜벤처	19	38.8
	3년-5년	17	15.6		사회적기업	12	24.5
	5년-10년	17	15.6		사단법인/재단법인	3	6.1
	10년-15년	14	12.8		사회복지법인	1	2.0
	15년-20년	14	12.8		소비자생활협동조합	1	2.0
	20년이상	20	18.3		비영리민간단체	1	2.0
업태유형	제조	29	26.6	협동조합	12	24.5	
	서비스	80	73.4	사회적 경제조직 유형 (n=49)	사회서비스제공형	9	18.4
기업/조직 직위	종사원(조합원)	30	27.5		일자리제공형	6	12.2
	임원진	22	20.2		지역사회공헌형	9	18.4
	대표	57	52.3		혼합형	25	51.0

<표 3> 측정변인의 조작적 정의

측정변인		조작적 정의	연구자
도덕성		콜버그의 6단계 인지발달론에 입각한 도덕성 판단 기준에 따른 도덕적 역량 수준	Lind(2017) 박균열(2017)
기업가 정신	혁신성	일상적인 틀을 벗어나 새로운 기회나 남다른 해결책을 찾는 과정	Covin and Miller (1999) 서주환 (2016)
	진취성	환경변화에 대해 공격적으로 대응하여 새로운 기회를 포착하고 경쟁우위를 확보하는 것	
	위험감수성	기업이 높은 위험의 프로젝트를 적극적으로 임하는 자세를 말하는 것으로 이를 통해 적극적인 기회를 선택하는 것	
사회적 책임	봉사성	다양한 직접적, 정책적, 사무적 봉사활동 실행 및 봉사활동 홍보 및 의료/보건/재활서비스, 다양한 프로그램을 통한 봉사 수준	Carroll(1979) Herpen et al. (2003) Maignan(2001)
	윤리성	수익에 대한 사회에 대한 환원, 문화, 교육, 활동을 통한 기부활동 및 투명한 경영, 윤리적 범위 수준	
경영 성과	(인지된) 재무적 성과	수치로 환산되는 효율성, 계량적 성과로 매출액 증가, 순이익 증가, 총자산 증가, 비용절감 등에 대한 인지적 성과수준	Kaplan and Norton (1992)
	(인지된) 사회적 성과	사회서비스 제공 실적, 사회적 책임 실현 노력정도, 지역사회에 대한 책임감과 영향력 등에 의해 측정된 인지된 성과수준	조성훈, 손수훈 (2009)

4.2 신뢰성과 타당성 검증

도덕성 검사지는 ‘의사의 고민’과 ‘근로자의 고민’에 대한 두 가지 딜레마로 구성되었으며, 각각의 딜레마가 옳다는 가정과 옳지 않다는 가정으로 6단계 콜버그의 인지발달론에 근거한 질문으로 구성되었다(박균열, 2017). 두 가지 딜레마 중 근로자의 고민에 대한 딜레마 설문 문항을 <표 4>와 같다. 각 문항 중 옳다는 가정 중에서 문항 1, 문항 12는 1단계, 문항 5, 문항 9는 2단계, 문항 3, 문항 11이 3단계, 문항 2, 문항 7는 4단계, 문항 6, 문항 10은 5단계, 문항 4, 문항 8이 6단계의 내용을 측정하는 내용이다. 기업가 정신은 혁신성, 진취성, 위험감수성 각각 5문항으로 측정하였으며, 사회적 책임은 9

문항으로 측정하였다. 경영성과는 인지된 경영 성과에 대한 측정으로 매출액, 순이익, 총자산, 비용절감, 전반적인 재무성과에 대한 증가수준을 개인의 인지적 성과를 근거로 측정하였다. 사회적 성과는 사회서비스 제공 실적, 사회적 책임 실현노력도, 지역사회에 대한 책임감, 지역사회에 대한 영향력에 대한 내용에 대한 개인의 인지적 성과를 측정하였다.

수집된 자료를 중심으로 구조방정식 모델을 기반으로 한 측정모델 검증과 구조모델 검증 2 단계 접근법에 따라 분석 적용하였다. 먼저 표준화 경로계수 값은 기준 0.7을 만족하며 최소 0.784이상의 표준화 경로계수를 가지는 것으로 나타났다. 모든 변수에 대해서 복합신뢰도 (composite reliability)와 크론바하 알파

(cronbach's alpha) 값은 기준치 0.7을 상회하였
고, 평균추출분산(Average Variance Extracted, AVE) 값 또한 기준치 0.5를 초과하여 본 연구

에서 사용된 측정항목들은 수렴 타당성을 확보하고 있는 것으로 확인하였다(표 5 참조).

<표 4> 근로자의 고민에 대한 도덕성 측정문항

A. 다음은 “근로자의 고민”에 대한 본인의 의견을 묻는 설문입니다.															
<p>드러난 이유만으로는 알 수 없는 해고 조치 때문에, 일부 공장 근로자들은 사장이 CCTV를 통해 그들을 비합법적으로 감시했다고 의심하고 있다. 그러나 사장은 이를 공개적으로 강하게 부인하고 있다. 명확한 증거가 있어야 노조(노동조합)에서 사장의 불법적인 행위에 대응할 수 있었다. 그래서 두 명의 근로자가 사장 집무실에 무단으로 들어가서 증거가 될만한 녹화테이프를 훔쳐 나왔다.</p> <p>이 내용과 관련하여, 아래의 ❶, ❷, ❸번 질문에 대해 해당되는 칸에 모두 “√” 표시를 해주세요.</p>															
<p>❶ 당신은 그 근로자들의 행동에 대해 어떻게 생각하십니까?</p>															
전혀 동의하지 않는다			보통이다				매우 동의한다								
-3	-2	-1	0	+1	+2	+3									
❷ 그 근로자들이 옳다고 가정할 때 , 당신은 그들의 행동에 대한 다음의 의견을 어느 정도 받아들일 수 있습니까?							받아들일 수 없다	보통이다		받아들일 수 있다					
							-4	-3	-2	-1	0	+1	+2	+3	+4
1. 그들은 회사에 어떤 손실도 끼치지 않았다.															
2. 공장 사장이 먼저 법을 무시했기 때문에, 이로 인해 두 근로자들은 법과 질서를 유지하기 위해 그렇게 한 것이다.															
3. 대부분의 다른 근로자들이 그들의 행동에 지지를 했고, 많은 사람들이 그들의 행동에 대해 기뻐했다.															
4. 사람들 사이의 신뢰와 개인적인 존엄은 공장의 차지 규정보다 더 중요하다.															
5. 공장 사장이 먼저 부당한 행동을 했기 때문에, 두 근로자가 문을 부수고 들어간 행위는 정당화될 수 있다.															
6. 이 두 근로자들은 사장의 비합법적인 행위를 폭로할 길을 찾지 못했기 때문에, 그래도 덜 나쁘다고 생각하는 방안을 선택했던 것이다.															
❸ 그 근로자들이 옳지 않다고 가정할 때 , 당신은 그들의 행동에 대한 다음의 의견을 어느 정도 받아들일 수 있습니까?							받아들일 수 없다	보통이다		받아들일 수 있다					
							-4	-3	-2	-1	0	+1	+2	+3	+4
7. 만약 모든 사람들이 두 근로자들처럼 행동하게 된다면, 공장 내 법과 질서가 위협받게 될 것이다.															
8. 보다 보편적이고 명백한 원칙들이 아니면, 재산 소유권과 같은 기초적인 권리를 침해하거나 법을 마음대로 전횡하려고 해서는 안된다.															
9. 다른 사람들 때문에 본인이 해고될 위험에 맞닥뜨리는 것은 지혜롭지 못하다.															
10. 두 근로자들은 마땅히 합법적인 수단을 찾아야 했다. 성급하게 하는 바람에 중대한 법률 위반을 하게 되었다.															
11. 두 근로자들이 교양 있고 정직한 사람으로 평가받으려면, 물건을 훔치는 죄를 지어서는 안된다.															
12. 두 근로자들은 해고와 관련 없기 때문에, 녹화 테이프를 훔칠 이유가 없다.															

<표 5> 수렴타당성 검증 결과

variable	question	cross loading	AVE	composite reliability	R square	cronbach's alpha	communality	redundancy
도덕성 (MF)	Stage1	.902	0.719	0.939	-	0.922	0.719	-
	Stage2	.854						
	Stage3	.874						
	Stage4	.863						
	Stage5	.803						
	Stage6	.788						
기업가정신 (EP)	혁신성	.866	0.728	0.889	0.074	0.820	0.728	0.048
	진취성	.905						
	위험감수성	.784						
사회적책임 (CSR)	봉사활동	.863	0.746	0.936	0.053	0.915	0.746	0.039
	의료보건	.872						
	재활서비스제공							
	정책봉사활동	.911						
	사무봉사활동	.848						
홍보제정봉사활동	.823							
인지된 재무적 성과 (FB)	매출증가	.928	0.826	0.950	0.175	0.930	0.826	0.086
	순이익증가	.932						
	총자산증가	.890						
	전반적재무성과	.885						
인지된 사회적 성과 (SB)	사회서비스제공실적	.915	0.853	0.946	0.327	0.914	0.853	0.165
	사회적책임 실현노력도	.948						
	지역사회에 대한 책임감	.907						

<표 6> 상관계수 및 판별 타당성 검증 결과

	도덕성 (MF)	기업가정신 (EP)	사회적책임 (CRS)	재무적성과 (FB)	사회적성과 (SB)
MF	0.848				
EP	-0.271	0.853			
CRS	0.229	-0.006	0.864		
FB	0.036	0.259	0.327	0.909	
SB	0.003	0.362	0.441	0.409	0.924

대각선 : AVE의 제곱근, 대각선 아래 : 상관계수

판별타당성의 경우는 <표 6>에서 제시된 바와 같이 평균추출분산(AVE)의 제곱근 값이 0.7 이상이고, 각 변인의 AVE 제곱근 간의 상관계

수값이 상관계수를 상회하였기 때문에 본 연구의 측정요인들의 판별타당성을 확보하고 있는 것으로 나타났다. 또한 각 변인간의 상관계수값

은 0.441으로 나타나 다중공선성에 대한 문제는 없는 것을 알 수 있으며, 이를 통해 판별타당성을 확보하였다.

V. 연구결과

5.1 가설 검증

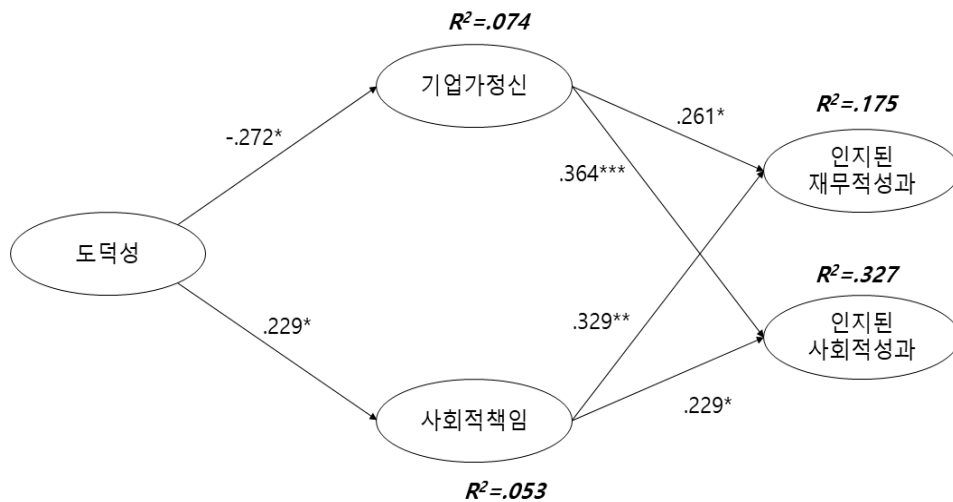
앞의 측정변인들의 검증을 통해 각 변수들의 신뢰성, 타당성이 확보되었으므로 2단계접근법

에 의한 구조모델 검증을 위하여 smartpls를 이용하여 PLS의 부트스트래핑 기법을 사용하여 500개의 샘플을 구성하였으며 이를 통하여 가설 검증을 실시하였다. 가설의 채택여부는 t-value를 기준으로 통계적 유의성을 판단하였으며, 양측검증으로 수행하였다. 기준 p 값은 해당하는 기각역 t-value은 3.29(p<.001), 2.58(p<.01), 1.96(p<.05)이다. 해당 연구모형에 대한 가설검증결과는 <표 7>과 <그림 2>와 같이 제시하였다.

<표 7> 전체 모형에 대한 검증 결과

	표준화 경로계수	T statistics	R ²	가설검정
MF → EP	-0.272	2.031*	0.074	가설 1 채택
MF → CSR	0.229	2.541*	0.053	가설 2 채택
EP → FB	0.261	2.222*	0.175	가설 3 채택
CSR → FB	0.329	3.228**		가설 4 채택
EP → SB	0.364	4.422***	0.327	가설 5 채택
CSR → SB	0.443	5.348***		가설 6 채택

*p<.05 **p<.01 ***p<.001



<그림 2> 연구모형의 검증결과 : 전체대상

첫째, 기업인의 도덕성은 기업가 정신에 부(-)적 영향을 미치는 것으로 나타나 가설 1은 채택되었다. 둘째, 기업인의 도덕성은 사회적 책임에 정(+)인 영향을 미칠 것으로 나타나 가설 2도 채택되었다. 셋째, 기업인의 기업가 정신은 경영성과 중 재무적 성과와 사회적 성과에 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타나 가설 3과 가설 4도 채택되었다. 넷째, 기업인의 사회적 책임도 경영성과 중 재무적 성과와 사회적 성과에 정(+)의 영향을 주는 것으로 나타나 따라서 가설 5와 가설 6도 채택되었다.

즉, 기업의 재무적 성과와 사회적 성과에 대해서는 기업가정신이 직접적인 영향을 주는 것을 알 수 있다. 그러나 기업가 정신은 도덕성이 투철한 기업인인 경우는 기업가 정신이 도리어 낮아지는 효과가 있음을 확인하였다. 이는 기업가정신을 측정할 문항이 혁신성, 진취성, 위험감수성을 통하여 측정된 것으로 도덕성이 강한 기업가는 비교적 안정적인 면을 더욱 지향하는 것이다.

또한 성공한 리더가 오랜 세월동안 옳다고 믿었던 공통된 보편 원칙은 리더의 가치관과 도덕관에 따라 자신의 행동을 지속적으로 일치시키는 것이 리더로서 갖추어야 하는 필수조건이라고 제시한다(Lennick and Kiel, 2007). 이러한 인간의 보편적인 도덕적 ‘본성’의 정체는 타인과 사회이고 소속되고 싶고 소외되지 않으려는 욕구와 모방과 학습을 통해 무리 안에서 안정된 위치를 차지하려는 본능이다(Bègue, 2011).

또한 류정란 등 연구(2012)에서 제시된 윤리적 리더십이 강한 경우 조직 동일시 혁신행동에 긍정적 영향을 준다는 결과와는 다소 차이

가 있다. 이는 동일한 조직이나 공동운명체라고 지각하는 경우 기업인의 윤리적 리더십은 조직 구성원의 혁신행동을 향상시키지만 기업인 자체는 비교적 안정성을 추가하는 경향이 강해지기 때문이다.

사회적 책임의 경우는 기업의 재무적 성과나 사회적 성과에 긍정적인 영향을 주며, 사회적 성과보다 재무적 성과에 대한 영향력이 강함을 알 수 있다. 즉 기업가의 도덕성이 투철한 경우에 재무적인 성과 향상효과가 더욱 크다는 KRW 인터내셔널의 연구(2015)와 유사한 결과이다.

5.2 연구모형의 기업유형 조절효과

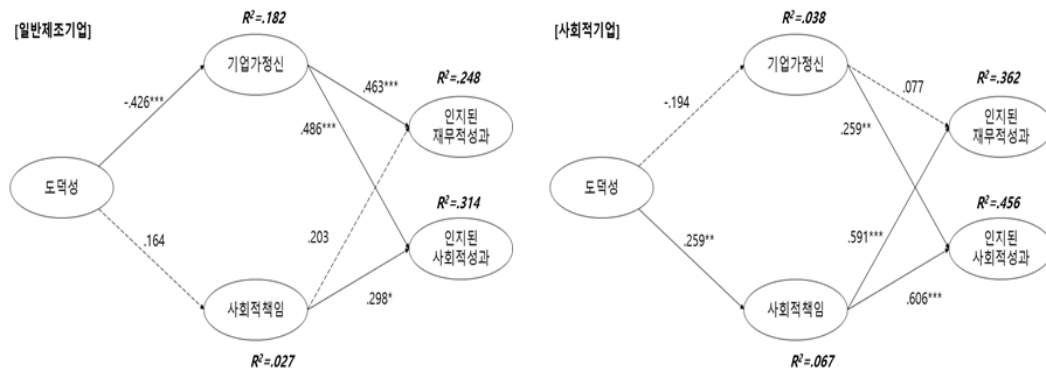
기업인의 도덕성, 기업가정신, 사회적 책임, 경영성과간의 관계에 대해서 기업의 유형에 따라서 다른 영향관계가 있을 것으로 가정하고 기업유형을 일반 기업과 사회적 기업을 구분하여 다중집단분석(multigroup analysis)을 통하여 가설을 검증하였다.

조절효과를 분석하기 위해 두 집단 간의 경로계수의 차이를 Chin(1998)이 제시한 공식에 따라 계산한 결과, <표 8>과 <그림 3>에서 제시한 바와 같이 일반기업의 기업인의 경우는 도덕성과 기업가정신간에 부(-)의 관계가 나타났다. 기업가정신은 재무적 성과와 사회적 성과에는 정(+)의 영향력을 주는 것으로 나타났고, 기업인의 도덕성은 사회적 책임에 대해서는 유의한 영향력이 없으며, 사회적 책임은 재무적인 성과에는 영향을 주지 못하고 사회적인 성과에만 유의한 영향을 주는 것으로 나타났다. 반면, 사회적 기업의 기업인의 경우는 그들의 도덕성

<표 8> 연구모형에 대한 기업유형의 조절효과분석 결과

	일반기업		사회적기업		집단차이 t
	표준화경로계수	t	표준화경로계수	t	
MF → EP	-.426	3.895***	-.194	1.456	-4.720***
MF → CSR	.164	1.244	.259	2.984**	-1.989*
EP → FB	.463	4.591***	.077	0.741	3.641***
CSR → FB	.203	1.350	.591	6.994***	-4.654***
EP → SB	.486	5.558***	.259	3.023**	2.103*
CSR → SB	.298	2.515*	.606	10.130***	-3.404***

*p<.05 **p<.01 ***p<.001



<그림 3> 연구모형에 대한 기업유형의 조절효과분석

은 기업가정신에는 유의한 영향력을 주지 못하며, 기업가정신을 통해서 재무적 성과보다는 사회적 성과에 대해서만 유의한 향상효과를 주는 것으로 나타났다. 그러나 사회적 기업의 기업인의 도덕성은 사회적 책임에는 긍정적인 향상효과를 주며, 이를 통해 재무적 성과와 사회적 성과에 향상효과를 주는 것으로 나타났다.

따라서 두 기업유형의 그룹간의 경로계수의 차이를 살펴보면, 기업인의 도덕성과 기업가정신 간에는 사회적 기업보다는 일반 기업의 기업인의 도덕성이 높아질수록 기업가정신이 낮아지는 점이 강한 것으로 나타났다(집단차이 t=-4.720, p<.001). 기업인의 도덕성과 사회적

책임간의 관계에서는 일반 기업은 유의한 영향이 없었으나 사회적 기업은 기업인의 도덕성이 높아지면 사회적 책임인식이 높아지는 것으로 두 집단 간의 차이가 나타났다(집단 차이 t=-1.989, p<.05). 기업가정신과 재무성과 간에는 사회적 기업은 유의한 향상효과가 없으나 일반 기업은 기업가정신과 재무성과 간에는 정의 향상효과가 나타나 두 집단 간의 차이가 나타났다(집단 차이 t=3.641, p<.001). 사회적 책임과 재무성과 간에는 일반제조기업은 유의한 영향력이 없었으나 사회적 기업의 경우는 사회적 책임과 재무성과 간에 긍정적인 향상효과가 나타나 두 집단 간의 차이가 나타났다(집단 차이

$t=4.654, p<.001$). 기업가정신과 사회적 성과 간에는 일반기업과 사회적 기업 모두 통계적으로 유의한 향상효과가 나타났으나 이 중 일반기업의 영향력이 더욱 크게 나타나 두 집단 간의 차이가 나타났다(집단 차이 $t=2.103, p<.05$). 사회적 책임과 사회적 성과간의 관계에서는 일반기업보다 사회적 기업의 영향력이 크게 나타나 두 집단 간의 차이가 나타났다(집단 차이 $t=3.404, p<.001$).

즉, 일반기업의 경우는 기업인은 도덕성보다는 기업의 성과 향상성에 더욱 집중하여 기업가정신 안에 도덕성의 공간이 존재하지 못하는 이론과 다소 일치하는 효과가 나타났다 (Anderson and Smith, 2007). 기업가정신이 강화되면 재무적인 성과와 사회적인 성과가 동반됨을 알 수 있다. 하지만 이들의 사회적 성과는 충분히 높은 기업가정신이 배양이 되어야만 이루어지는 효과로 판단된다. 반면, 일반제조기업 기업인의 사회적 책임은 도덕성과는 연관성이 다소 낮으며, 이들의 사회적 책임의식은 재무적 성과보다는 사회적 성과에 더욱 집중됨을 알 수 있다.

사회적 기업은 일반 기업과는 많이 다른 양상으로 나타났다. 그림과 표에서 보는 바와 같이 사회적 기업의 기업인은 기업가정신보다는 사회적 책임에 대한 인식이 높아서 이를 통해 재무적 성과와 사회적 성과를 동시에 성취하는 것으로 나타났다. 이렇듯 기업의 유형에 따라서 기업인의 도덕성과 기업가정신, 사회적 책임, 경영성과에 따른 인식의 차이가 나타남을 확인하였으며 가설 7은 채택되었다.

VI. 연구결과 및 향후 과제

급변하는 환경 속에서 기업의 혁신을 추구하는 기업가정신의 중요성이 대두되고 있는 현시점에서 기업가정신과 기업의 성과간의 관계에 대한 논의는 지속되고 있다. 이러한 기업가정신과 경영성과간의 연구들이 수행되는 과정에서 일어나는 주요한 논쟁은 기업가정신과 사회적 책임을 동시에 추구하는 것이 가능한가에 대한 것이다.

본 연구는 이러한 논쟁구조에 영향을 주는 중요한 변수로 도덕성을 다루었다. 기업가의 도덕성지수를 측정하여 지수에 따라 기업가정신과 사회적 책임이 경영성과에 어떤 영향을 미치는지 그 차이점에 대하여 분석하였다. 또한 기업 유형에 따라서 기업인의 도덕성과 기업가정신, 사회적 책임, 경영성과에 따른 인식의 차이가 있음을 분석하였다.

일반기업의 경우 기업인은 도덕성보다는 기업의 경영성과 향상에 더욱 집중하여 기업가정신 속에 도덕성의 공간이 있지 못하는 이론과 다소 일치하는 효과가 나타났으며, 기업가정신이 강화되면 재무적인 성과와 사회적인 성과가 동반됨을 알 수 있었다. 하지만 이들의 사회적 성과는 충분히 높은 기업가정신이 배양되어야만 이루어지는 효과로 사료된다. 일반기업 기업인의 사회적 책임은 도덕성과는 연관성이 다소 낮으며, 이들의 사회적 책임의식은 재무성과보다는 사회적 성과에 더욱 집중됨을 알 수 있었다.

사회적 기업은 일반기업과는 많이 다른 양상으로 나타났다. 분석결과에서 보여주듯이 사회적 기업의 기업인은 기업가정신보다는 사회적

책임에 대한 인식이 높아서 이를 통해 재무적 성과와 사회적 성과를 동시에 성취하는 것으로 나타났다. 이와 같이 본 연구의 결과 기업의 유형에 따라서 기업인의 도덕성과 기업가정신, 사회적 책임, 경영성과에 따른 인식의 차이가 나타남을 도출하였다.

하지만, 본 연구의 한계도 존재한다. 본 연구를 위해 수집된 데이터에는 일반 조직원이 인지하는 기업가에 대한 생각도 포함되어 있다. 보다 엄밀한 연구를 위해서는 기업가만 대상으로 자료수집이 필요할 것으로 보인다. 또한 기업가 정신에 영향을 미칠 수 있는 대표자의 기업지분율, 주주 영향력 등도 향후 연구에서는 고려되어야 할 것으로 보인다. 왜냐하면 기업가가 소유주인지, 고용된 대표인지에 따라 인지된 성과와 사회적 활동 여부에 큰 차이가 미칠 것으로 보이기 때문이다.

참고문헌

장병영, 김은정, “지식경영 성공요인이 지식경영활동과 경영성과에 미치는 영향에 관한 연구-국내제조기업과 비제조기업을 중심으로,” 정보시스템연구, 16(2), 2007, pp. 145-169.

김상진, 박용재, “지식경영의 인식도와 정보기술 활용도가 정보시스템의 통합과 경영성과에 미치는 영향에 관한 연구,” 정보시스템연구, 11(1), 2002, pp. 29-49.

김영균, “시장지향성과 경쟁력 향상과 관련된 사내 기업가정신의 중요성에 대한 실증적 연구,” 한국산업정보학회논문지

18(6), 2013, pp. 127-140.

김예정, 오영호, “기업가정신이 기업성과에 미치는 영향: CSR활동의 매개요인을 중심으로,” 글로벌경영학회지, 14(5), 2017, pp. 303-331.

류정란, 조영복, 주규하, 윤리적 리더십이 구성원의 혁신행동과 이직의도에 미치는 영향, 인적자원관리연구, 제19권 제1호, 2012, pp. 97-112.

박균열, “도덕적 역량 검사도구 (MCT) 의 구성원리를 활용한 통일·안보의식측정도구 개발 기초 연구,” 국방연구(안보문제연구소), 60(3), 2017, pp. 67-92.

서주환, “기업가 정신 및 기업의 사회적 책임과 기업의 경영성과 관계,” 한국콘텐츠학회논문지 16(4), 2016.4, pp. 426-433.

윤대혁, 박민생, “경영자의 기업가정신의 결정요인에 관한 연구,” 한국인적자원관리학회, 14(2), 2007, pp. 99-121.

윤지혜, 정윤정, “최고경영자의 유명도(CEO Celebrity)가 경영성과에 미치는 영향: CSR과 R&D의 조절효과를 중심으로,” 인터넷전자상거래연구 20(1), 2010, pp. 163-179.

이경근, 조용현, “한국의 중소기업에서 경영자에 대한 도덕성과 우리성 지각이 경영자 신뢰와 조직유효성에 미치는 영향: 문화심리 접근을 바탕으로,” *The Korean Journal of Human Resource Development Quarterly*, Vol.14, No.4, 2012, pp. 131-159.

이용탁, 사회적 기업가정신과 성과와의 관련성에 관한 연구, 한국인적자원관리학회,

- 18(3), 2011, pp. 129-150.
- 이진석, “기업가정신이 기업의 사회적 책임 (CSR), 경영혁신 및 기업성장에 미치는 영향,” 부산대학교 대학원 경영컨설팅 전공 박사학위 논문. 2017.
- 오현석, 류혜현, 이상훈, 최윤미, “사회적기업가의 지향 가치와 가치 형성 동인에 관한 연구,” 직업교육연구, 31(4), 2012, pp. 153-178.
- 장성희, 반성식, “사회적 기업의 기업가 지향성과 시장 지향성이 경제적 성과와 사회적 성과에 미치는 영향에 관한 연구,” 대한경영학회지, 23(6), 2010, pp. 3479-3496.
- 장형욱, 이상식, 박병권, “공급사슬구조에 따른 SCM 활동과 경영성장에 관한 연구,” 정보시스템연구, 15(2), 2006, pp. 173-193.
- 정연웅, 박주현, 김상진, “호텔의 조직문화, 기업가정신, 상사의 리더십이 팔로워십과 조직유효성에 미치는 영향,” 관광레저연구, 26(6), 2014, pp. 111-130.
- 한정화, “한국의 기업 윤리: 현실과 대안,” 현상과 인식, 20(4), 1997, 63-86.
- Anderson, A. R., and Smith, R., The Moral Space in Entrepreneurship: an Exploration of Ethical Imperatives and the Moral Legitimacy of Being Enterprising, *Entrepreneurship and Regional Development*, Vol. 19, No. 6, 2007, pp. 479-497.
- Austin, J., Stevenson H., and Wei-Skillern, J., Social and Commercial Entrepreneurships; Same, Different, or Both?, *Entrepreneurship Theory and Practice*, Vol. 30, No. 1, 2006, pp. 1-22.
- Bhattacharya, C. B and S. Sen, Doing Better at Doing Good: When, Why, and How Consumers Respond to Corporate Social Initiative, *California Management Review*, Vol. 47, No. 1, 2004, pp. 9-24.
- Blasi, A., “Moral Character: A Psychological Approach,” In Lapsley, D.K. and Power, F.C. ed., Notre Dame, IN: University of Notre Dame Press, 2005, pp. 18 - 35.
- Carroll, A. B., A Three Dimensional Conceptual Model of Corporate Performance, *Academy of Management Review*, Vol. 4, No. 4, 1979, pp. 497-505.
- Chin, W. W., “The Partial Least Squares Approach for Structural Equation Modeling,” in G. A. Marcoulides (Ed.), *Modern Methods for Business Research, 1998*, pp. 295 - 236. London: Lawrence Erlbaum Associates.
- Comunian, A. L., and Gielen U. P., “Moral Reasoning and Prosocial Action in Italian Culture,” *The Journal of Social Psychology*, 135(6), 1995, pp. 699-706.
- Covin, J. G. and Slevin, D. P., “A Conceptual Model of Entrepreneurship as Firm Behavior,” *Entrepreneurship Theory and Practice*, 16(1), 1991, pp. 7-25.

- Covin, J. G., and Miles, M. P., "Corporate Entrepreneurship and the Pursuit of Competitive Advantage," *Entrepreneurship Theory and Practice*, Vol. 23, No. 3, 1999, pp. 47-63.
- Lennick, Doug, and Fred Kiel. *Moral Intelligence 2.0: Enhancing Business Performance and Leadership Success in Turbulent Times, Portable Documents*. Pearson Prentice Hall, 2011.
- Doug Lennick, Fred Kiel, "Moral Intelligence: Enhancing Business Performance and Leadership Success," 2007, Pearson Prentice Hall; 성공하는 사람들의 도덕 지능, 북스넛.
- Drucker, P., "Innovation and Entrepreneurship," 2014, Routledge.
- Emerson, J. and Twersky, F., "New Social Entrepreneurs: The Success, Challenge, and Lessons of Non-Profit Enterprise Creation," 1996, San Francisco: Roberts Foundation.
- Gilder, G., "The Spirit of Enterprise," 1985, Simon and Schuster.
- Harris, J. D., Sapienza, H. J., and Bowie, N. E., "Ethics and Entrepreneurship," *Journal of Business Venturing*, Vol. 24, No. 5, 2009, pp. 407-418.
- Hart, D., "The development of moral identity," In Carlo, G. and Edwards, C.P. ed., Lincoln, University of Nebraska Press, 2005, pp. 165 - 196.
- Herpen, Erica van, Joost M. E. Pennings, and Matthew Meulenberg, "Consumers' Evaluation of socially responsible activities in retailing," *Mansolt working paper*, 2003, MWP-04(June).
- Kiel, Fred, "Return on Character : The Real Reason Leaders and Their Companies Win," 2015, Harcard Business School Press.
- Kotler, Philip, Hermawan Kartajaya, and Iwan Setiawan. *Marketing 4.0: Moving from traditional to digital*. John Wiley Sons, 2016.
- Kotler, Philip, Hermawan Kartajaya, and Iwan Setiawan. "Marketing 3.0: From Products to Customers to the Human Spirit." *Marketing Wisdom*. Springer, Singapore, 2019. 139-156.
- Laurent Bègue(2011), "Psychologie du bien et du mal," Odile Jacob, 2011, 도덕적 인간은 왜 나쁜 사회를 만드는가, 부키, 2016.
- Lumpkin, G. T., and Dess, G. G., "Clarifying the Entrepreneurial Orientation Construct and Linking it to Performance," *Academy of Management Review*, Vol. 21, No. 1, 1996, pp. 135-172.
- Maignan, I., "Consumers' Perceptions of Corporate Social Responsibilities: A Cross-Cultural Comparison," *Journal of Business Ethics*, Vol. 30, No. 1, 2001, pp. 57-72
- Matsuno, K., T. M. John and A. Ozsomer, "The

- Effect of Entrepreneurial Proclivity and Market Orientation on Business Performance,” *Journal of Marketing*, Vol. 66, 2002, pp. 18-32.
- Mayer, R. C., Davis, J. H. and Schoorman, F. D., “An Integrative Model of Organizational Trust,” *Academy of Management Review*, Vol. 20, 1995, pp. 709-734.
- Mort, Gillian Sullivan, Jay Weerawardena, and Kashonia Carneigie, “Social Entrepreneurship: Towards Conceptualisation,” *International Journal of Nonprofit and Voluntary Sector Marketing*, Vol. 8, No. 1, 2002, pp. 76-88.
- Morris, S. A., and McDonald, R. A., “The Role of Moral Intensity in Moral Judgments: An Empirical Investigation,” *Journal of Business Ethics*. Vol. 14, No. 9, 1995, pp. 715-726.
- Nguyen, Nha and G. LeBlanc, “The Mediating Role of Corporate Image on Customers’ Retention Decisions: An Investigation in Financial Services,” *The International Journal of Bank Marketing*, Vol. 16, No. 2, 1998, pp. 52-65.
- Orlitzkym M., F. L. Schmidt, and S. L. Rynes, “Corporate Social and Financial Performance: A Meta-Analysis,” *Organization Studies*, Vol. 24, 2003, pp. 403-441.
- Peloza, J., “The Challenge of Measuring Financial Impacts from Investments in Corporate Social Performance,” *Journal of Management*, Vol. 39, 2009, pp. 1518-1541.
- Peterson, R. J. and Berger, D., “Entrepreneurship in Organizations,” *Administrative Science Quarterly*, Vol. 16, 1971, pp. 97-106.
- Schollhammer, H., “Internal Corporate Entrepreneurship,” *Encyclopedia of entrepreneurship*, 1982.
- Schwartz, R. A., “Corporate Philanthropic Contributions”, *The Journal of Finance*, Vol. 23, No. 3, 1968, pp. 479-497.
- Smart, D. T. and J. S. Conant, “Entrepreneurial Orientation, Distinctive Marketing Competencies and Orientational Performance,” *Journal of Applied Business Research*, Vol. 10, No. 3, 1994, pp. 28-38.
- Smith, A., *An Inquiry into the Nature and Causes of the Wealth of Nations* (ed. RH Campbell, AS Skinner, and WB Todd), Oxford University Press, 1976.
- Social Enterprise London, “Social Enterprise London Business Plan 2004~2006,” SEL, 2004.
- Trevino, L. K., Hartman, L. P., and Brown M., “Moral Person and Moral Manager: How Executives Develop a Reputation for Ethical Leadership,” *California Management Review*, Vol. 42, Nvgo. 4,

2000, pp. 128-142.

Waddock, Scandra A. and Samuel B. Graves, "The Corporate Social Performance-Financial Performance Link," *Strategic Management Journal*, Vol. 18, 1997, pp. 303-319.

Zahra, S. A., "Predictors and Financial Outcomes of Corporate Entrepreneurship: An Exploratory Study," *Journal of Business Venturing*, Vol. 6, No. 4, 1991, pp. 259-285.

Zahra, S. A. and Covin, J. G., "Contextual Influences on the Corporate Entrepreneurship-Performance Relationship: A Longitudinal Analysis," *Journal of Business Venturing*, Vol. 10, No. 1, 1995, pp. 43-58.

김연종 (Kim, Yeon Jong)



경상대학교 이학박사와 경상대학교 경영학 석사와 박사 학위를 취득하였다. 현재 경남과학기술대학교 창업학과 박사후연구원로 재직하고 있으며, 주요 관심분야는 경영통계, 개인정보보호, 빅데이터, 기업가정신, 6차산업, 창업, 정보확산 등이다.

박상혁 (Park, Sang Hyeok)



한국외국어대학교 경영학과 경영학석사(MIS전공)를 한양대학교에서 경영학박사 학위(MIS전공)를 취득하였다. 현재 경남과학기술대학교 창업대학원 교수로 재직하고 있으며, 주요 관심분야는 창업, 디자인씽킹, 비즈니스모델, 기업가정신, 소셜벤처, 빅데이터분석 등이다.

오승희 (Oh, Seung Hee)



한양대학교 경영학 석사와 박사학위(MIS전공)를 취득하였다. 현재 한양대학교 경영전문대학원 겸임교수로 재직 중이며, 주요 관심분야는 Design Thinking, Business Model Innovation, Netnography, Business Ecosystem, Big data 등이다.

<Abstract>

Impact of Entrepreneurial Morality on Financial Performance and Social Performance through Entrepreneurship and Social Responsibility

Kim, Yeon Jong · Park, Sang Hyeok · Oh, Seung Hee

Purpose

This study aims to analyze how entrepreneurs' morality affects entrepreneurship and social responsibility. The purpose of this study is to analyze the differences of entrepreneurship and social responsibility on corporate financial performance and social performance by measuring entrepreneurial morality index.

Design/methodology/approach

The research model is based on the existing literature related to morality, entrepreneurship, social responsibility, and corporate performance. In order to verify the research model, empirical analysis was conducted. The collected data were analyzed by Smart-pls 2.0 based on the structural equation model based measurement model verification and the structural model verification two - step approach. Using the bootstrapping method of PLS, 500 samples were constructed and hypothesis verification was performed.

Findings

The results of this study are as follows. In the case of general manufacturing companies, business people are more focused on improving corporate performance than morality, and have a somewhat consistent effect with entrepreneurial spirit that does not have a space of morality. When entrepreneurship is strengthened, financial performance and social performance. Business entrepreneurs in social enterprises are more aware of social responsibility than entrepreneurship, so they achieve both financial performance and social performance at the same time. As a result of this study, it was found that there is a difference in perception depending on the morality of the business people, entrepreneurship, social bookkeeping, and management performance according

to the type of company.

Keyword: Morality, Corporate Social Responsibility, Entrepreneurship, Social Performance,
Financial Performance

* 이 논문은 2019년 12월 5일 접수, 2019년 12월 23일 1차 심사, 2020년 3월 4일 2차 심사, 2020년 3월 4일 게재 확정되었습니다.