

# 사회적책임경영(CSR) 인증이 벤처기업의 조직신뢰 형성에 미치는 영향

윤현덕\*† · 성종수\*\*

\* 숭실대학교 벤처중소기업학과  
\*\* 한국표준협회

## The Impact of Social Responsibility Management Certification on Venture Company's Formation of Organizational Trust

Heon-Deok Yoon\*† · Jong-Su Sung\*\*

\* Department of Entrepreneurship & Small Business, Soongsil Univ.  
\*\* Korean Standards Association

Key Words : Social Responsibility, Organizational Trust, Social Capital, Organizational Commitment, Certification, Venture Company

### Abstract

Lately, the importance of social responsibility of venture companies is becoming highlighted in Korea. This study is to empirically suggest that the practice of social responsibility by venture companies will become the foundation for formation of the organizational trust and for the sustainable growth of the organization. The certification on social responsibility for venture companies has been conducted for past five year and based on the research on difference of organizational validity on companies that are certified and non-certified by its practice of social responsibility, we've found organizational trust difference in two groups; the companies that already formed organizational trust did not have new mediation effect due to organizational commitment but the non-certified companies that did not have organization trust created new medication effect from organizational commitment. This can be understood that the organizational commitment effect through social responsibility is already formed for companies that have created organizational trust through social responsibility certification. The organizational infrastructure is needed for sustainable growth and development of an organization; therefore, the differentiated organizational trust for social responsibility certified organization will become the infrastructure for growth of the certified organizations.

## 1. 서 론

기업의 패러다임은 기업이 사회의 중요한 구성요소로서 그 맡은 바 직무와 책임을 다하는 것을 포함하는 것으로 이동하고 있다. 기업 패러다임의 변화는 기업이

그 비중과 위상에 걸맞은 직무와 책임을 다하였을 때 고객은 기꺼이 기업의 수요자가 되기를 바라는 시대가 된 것을 의미한다. 이러한 기업의 사회적 책임은 사회에서 기업에게 요구하는 측면도 있지만 기업의 또 다른 생존전략으로서의 필연적인 이유도 가지고 있다. 과거와 달리 기업의 정보 즉, 재무적 정보와 비재무적 정보 뿐 아니라 기업의 활동내역과 기업의 가치추구 등 기업

† 교신저자 hdyun@ssu.ac.kr

의 많은 부분이 공개된 현실에서 기업이 사회에 어떤 일을 수행하고 있는지에 대해 고객은 과거에 비해 훨씬 용이하게 접근할 수 있기 때문에 기업은 고객에게 자사의 사회적 책임 이행내역을 공개해야 고객으로부터 사랑받는 기업이 되는 것이며, 이를 통해 기업의 지속성장을 이어갈 수 있는 것이다. 기업은 지속적인 성장을 위해 여러 이해관계자의 요구와 변화에 대해 끊임없이 탐구해야하며 사회의 주요한 구성요소로서 맡은바 직무와 책임을 성실히 수행하고 있다는 것을 고객에게 적극적으로 알릴 필요가 있는 것이다. 이러한 알림의 방식인 지속가능보고서 등을 통해 기업은 이해관계자와의 끊임없는 소통과 사회적 책무를 성실히 이행하고 있음을 고객과 소통해야 하는 시대가 온 것을 의미한다.

사회적 책임의 이행은 기업이 고객 및 지역사회 그리고 국가에게 기업의 사회적 직무와 책임을 다하고 있음을 알리는 것 이외에 기업 내부적으로도 소속 기업 구성원들의 자부심 고취와 자긍심 함양에 기여할 것으로 예상된다. 사회적 책임은 현시대에서 기업의 생존전략이며 주요구성원으로서의 맡은 바 역할임과 동시에 기업 내부적으로는 직원들의 자긍심을 함양시키고 개인의 사회봉사를 조직의 사회봉사로 연결시켜주는 연결고리 역할을 하고 있는 것이다. 지금은 과거에 비해 사회봉사에 보다 많은 관심을 가지는 시대이다. 청소년 시기부터 사회봉사를 실천하고 있으며 사회의 도움이 필요한 계층에게 도움을 주는 것에 익숙해진 세대가 현재 기업의 주요 인적 인프라를 구성하고 있다. 이들은 사회적 소외계층에게 희망과 용기를 주기 위한 사회봉사활동도 열심히 하고 있다. 이들에게는 급여 이상으로 사회적 책임이 중요한 근로동기가 되고 있을 것으로 기대된다. 따라서 사회적 책임은 기업의 대외적인 활동뿐 아니라 기업 내부직원의 근로동기요인으로 작용할 것으로 보이며 이로 인해 경제활동 측면에서의 요소 이외에도 사회적 책임의 중요성은 크다고 하겠다.

사회적 책임은 다양한 청지기 관점(Stewardship)에서 다루어지기도 하였다(caldwell et al, 2002). 청지기는 조직에 가장 우선적인 가치관을 두는 것을 말하며, 주인을 위해 일하는 대리인(agent)과 다른 관점을 가진다(Hill and Jones, 1992). 즉, 청지기는 이해관계자의 부를 높이는데 우선적으로 노력하는 것을 말한다(Pfeffer, 1998; Collins and Porras, 1994). Black(1993)은 청지기 정신을 “이기심 이상의 봉사를 증진시키는 것”으로 여기고 다른 사람의 복지에 몰입하는 역할이라고 하였다. 벤처기업의 사회적 책임을 대리인 관점 및 청지기

관점에서 보았을 때, 벤처기업은 창업자가 직접 경영하는 경우도 있지만 대리인이 경영하는 경우도 많으므로 대리인문제가 발생할 수도 있다. 경영자이든 대리인이든 청지기 정신을 가지고 넓은 의미의 이해관계자를 위해 최선을 다한다면, 벤처기업은 지속적인 성장을 할 수 있을 것이다.

사회적 책임이 기업의 가외적인 활동으로 인식되던 측면에서 현재는 기업의 성장을 위한 필수적인 요인으로 인식되게 되었으며 사회적 책임의 이행을 통해 기업 경쟁력을 강화하고 기업의 지속적인 성장을 이끌게 하는 것으로 이해할 수 있다. 뿐만 아니라 사회적 책임을 통해서 기업내부적인 영향이 분명 존재할 것으로 기대된다.

특히, 기업의 사회적 책임에 대한 외부기관의 인증은 제3자 인증방식을 통해 그 실체가 증명된 만큼, 고객이 쉽게 기업의 사회적 책임 인증에 대해 이해할 수 있으며 인증 받은 기업의 제품에 대해 부가적인 가치제고가 이루어질 것으로 예상된다. 뿐만 아니라 사회적 책임 인증은 기업 내부적으로도 성과가 있을 것으로 예상되는데, 구성원의 자긍심 고취를 통해 근로의욕을 제고시키고 업무성과 영향에 기여할 것으로 기대할 수 있다. 본 연구는 이러한 벤처중소기업의 사회적 책임 인증이 기업의 성과에 미치는 영향 중 대외적인 영향 뿐 아니라 대내적인 영향이 있을 것으로 보아 내부구성원이 갖게 되는 인지의 정도와 그로 인한 조직유효성에 대해 연구를 하고자 한다.

## 2. 벤처기업과 사회적책임경영

### 2.1 벤처기업 사회적책임인증

우리나라는 중소기업창업지원법(1986)에 “기술집약적 중소기업”과 “신기술사업자”의 용어가 처음 사용되었다. 신생벤처기업은 시장의 기회를 탐색하며 경쟁시장과 경쟁방법을 창조하여 선제권을 장악하려는 성향을 보이고 지속적으로 혁신을 수행하는 선두진입자로 설명하였다(Schumpeter, 1934). 또한 우리나라에서는 venture, venture business의 의역인 “연구 개발형 기업” 또는 “기술집약적 기업”이라고도 하며 직역에 가까운 “모험기업”이라고도 부르고 있지만 초기에 모험 기업이라는 용어와 기술집약적중소기업이라는 용어가 사용되다가 벤처기업이라는 용어로 정리되어 이제는 벤처기업이라는 용어로 통일되어 일반적으로 부르고 있

는 추세이다.

사회적 책임은 경제적인 여유가 있는 기업이 실행하는 것으로 통상 인식되고 있다. 기업 경제활동을 성실히 수행하고 이익을 지속적으로 발생시키는 우량기업이 더 지속적인 이윤창출과 그로부터 발생된 이윤의 사회 환원 측면에서, 그리고 기업홍보와 기업설립 동기의 실현을 위해서 사회적 책임을 이행하고 있다. 따라서 중소기업에서 사회적 책임을 이행하는 것은 용이하지 않은 것으로 보인다. 그러나 기업의 경쟁력 강화를 위해서, 고객으로부터 사랑받는 기업이 되기 위해서, 그리고 지속적인 이윤창출과 구성원의 동기부여를 위해서는 중소기업이라고 해서 사회적 책임에서 예외일 수는 없으며, 오히려 중소기업이 대기업에 비해 사실상 사회적 책임의 이행이 더욱 필요하다고 하겠다.

중소기업의 사회적 책임은 대기업에 비해 인적, 물적 자원의 부족으로 인해 소극적일 것으로 제기 되었다(Jenkins, 2004). 그러나 사회적 책임이 이해관계자로부터의 지원 등 보다 실질적인 성과가 예상된다면 보다 적극적으로 사회적 책임 활동을 실행할 것이라고 예상하였다(Lepoutre and Heene, 2006). 따라서 가시성이 높은 성과가 예상된다면 중소기업은 대기업 못지않게 높은 사회적 책임 활동을 이행할 것으로 보인다(신진교·조정일, 2011).

중소기업 중 특히, 벤처기업은 1990년대 말부터 태동한 “벤처기업 붐” 이후 벤처기업의 도덕적 해이 및 비도덕성 등이 국민적인 지탄을 받는 등 벤처기업은 사기, 횡령, 공금횡령, 도피 등의 대명사로 인식되기도 하였다. 이로 인해 많은 선량한 벤처기업 경영자가 국민의 부정적인 벤처기업에 대한 인식으로 인해 기업 활동에 많은 불편을 감수하기도 하였다. 이의 개선을 위해 벤처기업협회에서는 벤처기업의 윤리경영, 사회적 책임의 이행과, 벤처기업의 부정적인 이미지 탈피를 위해 노력하였다. 또한 벤처기업 경영자의 윤리경영 이행을 위해 노력하였다. 그 일환으로 벤처기업에게 윤리경영과 사회적 책임의 중요성을 부각시키고 윤리경영과 사회적 책임을 성실히 이행하고 있는 벤처기업을 공적기능의 제3자를 통해 소정의 심사과정을 거쳐 기업을 인증함으로써, 사회적 책임과 윤리경영에 대한 기업의 노력에 대해 치하하고 이를 통해 기업 구성원에게 자긍심을 고취하며 또한 사회적 책임을 이행하는 성실한 벤처기업이라는 것을 기업홍보에 사용하게 함으로써 벤처기업의 사회적 책임 이행을 적극 장려하고 있다. 인증은 크게 제품인증과 시스템인증으로 나누어지며 제품

인증은 JIS, UL, BSI, DIN 등 각국의 인증이 있으며, 시스템에 대한 인증은 ISO 9000(품질), ISO 14000(환경), OHSAS(안전), ISO 22000(식품), ISO 26000(사회적 책임) 등이 있다. 우리나라의 KS인증제도는 제품과 시스템인증의 양면적인 기능적 장점을 가지고 있다.

가장 대표적인 인증인 ISO 9000은 기업에서 갖추어야 할 품질시스템의 신뢰성을 확보하기 위한 최소한의 요구사항으로서 기업 프로세스의 문서화를 통해 부적합을 예방하고 고객만족을 달성하기 위한 것이다. 그러나 ISO인증은 품질을 제고하기 위한 시스템을 제공하지만 그 자체가 성과를 향상시키는 것은 아니다(Hoyle, 1994). 따라서 인증으로부터 품질경영이 시작되고 정기적인 품질시스템의 체계적인 활동이 유지되어야 하는 성질을 가지고 있다(홍종인, 2009). ISO인증은 품질발전의 최종단계가 아니라 기업목표 달성을 위한 과정이다. 즉, ISO인증은 고객만족을 통한 장기적인 경영성과의 증진을 위한 접근방법인 것이다(Heaphy and Gruska, 1985). 벤처기업 사회적책임경영인증 평가지표는 총 10개의 지표로 구성되어 있으며 총 49개의 세부항목으로 편성되어 있다. 10개의 평가지표는 1. 이해관계자 파악 및 참여 2. 지속가능경영 3. 경영성과와 국가 및 지역경제 기여도 4. 기업지배구조의 투명성과 효율성 5.종업원 관리 6. 공정거래 7. 소비자 보호 및 안전 8. 환경 9. CEO의 사회적책임경영 의지 10. 지역사회를 위한 사회공헌으로 구성되어 있으며 ISO 26000을 기초로 하여 구성되었다.<sup>1)</sup>

## 2.2 사회적책임경영인증제도의 현재

사회적 책임의 이행을 당사자 기업이 성실히 이행하고 있음을 홈페이지 등을 통해 공표하는 것에 대해 소비자가 공표내용의 객관성과 공정성을 인정하지 않을 수 있으며, 구매기업 즉, 제2자가 관련업체의 사회적 책임 이행에 대한 인증심사를 구매기업마다 수없이 시행할 수 없는 현실과 비교하여 제3자 인증은 공인된 제3자 인증기관이 심사인증을 함으로서 공신력을 제고할 수 있으며 사회적 비용을 절감하는 측면에서 긍정적인 역할을 수행하고 있다. 또한 사회적 책임 인증도 여타 인증과 같이 기업의 경영성과 달성을 위한 방법으로서 이해할 수 있으며 사회적 책임의 순수한 활동과 더불어

1) ISO 26000 DIS를 기준으로 한국표준협회에서 심사 기준을 작성하였으며, 벤처기업협회에서 확정하였다.

경영성과 측면에서 고찰되어야 할 필요가 있다.

벤처기업 사회적책임 인증제도는 2007년 “벤처기업 윤리경영인증”으로 시작하여 2009년 지금의 명칭으로 변경하였으며 2007년 인증을 시작으로 2011년 12월 현재까지 29개 기업이 인증을 수여받았다. 우리나라 벤처기업이 약 2만 여개인 점을 감안하면 전체 벤처기업의 0.1% 정도가 인증을 받은 셈이다. 사회적 책임 인증은 중소기업 특히, 벤처기업의 사회적책임 이행을 위한 동기부여에 영향을 미치고 있으나, 사회적 책임이 현재 대기업의 전유물이라는 고정관념과 비용이 수반된다는 기존의 고정관념 등으로 인해 많은 벤처기업이 그 이행을 미루고 있는 실정이다. 그러나 사회적 책임이 기업의 지속가능한 성장을 위한 필수적인 요인임을 감안한다면 소규모 벤처기업 역시 사회적 책임의 이행을 위해 노력해야 할 것이다. 더욱이 ISO 26000의 발간으로 (ISO, 2010) 사회적 책임이 국제적인 무역장벽으로 작용할 여지도 있음을 감안하면 벤처중소기업의 사회적 책임의 이행을 위해서는 벤처기업의 자발적인 이행을 떠나 정부의 적극적인 지원과 홍보가 필요한 시점이라고 본다. 즉, 벤처기업 경영자의 사회적 책임에 대한 관심제고와 정부의 적극적인 지원이 뒷받침되어 우리나라 벤처기업이 영리활동과 함께 사회적 책임 또한 적극적으로 이행한다면 기업 경쟁력제고와 국가경쟁력 제고 및 구성원의 동기부여에도 큰 역할을 할 것으로 기대된다.

### 3. 선행연구 및 변수의 조작적 정의

#### 3.1 사회적 책임의 성과에 대한 연구

사회적 책임의 성과는 사회적 책임을 실현함으로써 얻게 되는 기업 또는 조직의 가시적 효과를 말하는데, 윤리풍토나 최고경영자의 윤리경영지원이 종업원의 직무만족도와 조직몰입에 영향을 끼쳐 조직성과를 높인다는 연구 등이 제시되었으며(Davis and Rothstein, 2006 : Koh and Boo, 2001) 윤리경영은 조직성과를 떠나 기업의 가치를 높이게 되어 결국 지속가능성을 확보하게 된다는 연구도 있는 등(Ferrel et al, 2002 : Verschoor, 1998), 윤리경영을 통한 조직유효성 측면에서의 성과를 보고하기도 하였다(박우봉, 2006).

사회적책임의 성과에 대한 연구는 주로 재무적 성과에 대한 연구가 주를 이루고 있으며(Waddock and Graves, 1997), 구성원의 인지적평가나 이직률, 업무만족도, 조

직몰입 등과 같은 비재무적 성과평가(Weaver et al, 1999; Mize et al: 2000)와 고객만족 등에 대한 평가(Nash, 1990)등이 연구되어 왔는데 이를 크게 구분하여 재무적 성과와 비재무적 성과로 구분하면 다음과 같다.

##### 3.1.1 재무적성과

사회적책임의 성과에 있어서는 다른 혁신활동의 성과측정과 마찬가지로 재무적인 성과측정이 가장 많이 연구된 것으로 보인다. 사회적책임을 통해 재무적 성과가 높아진다는 연구 등이 (Cummings, 2002, : Waddock and Graves, 1997 : Westphal, 1999) 이를 뒷받침 하였다. 또한 사회적책임을 통해 사회적 기준을 충족한 기업이 그렇지 않은 기업에 비해 재무성과가 상회하는 것을 입증하였으며(Pava & Krausz, 1996) 사회적 책임을 다하는 기업의 주가수익률이 그렇지 않은 기업군보다 높은 것으로 조사되기도 하였다(매일경제신문, 2011).

그러나 사회적책임은 그 활동의 비가시성으로 인해 사회적책임 실천에 소요되는 비용이 기업이 원하지 않는 재무적 불안정을 야기한다는 우려가 있다는 주장(Aupperle et al, 1985)과 함께 주주나 투자자들은 윤리경영으로 인해 향상되는 장점인 기업의 성장보다는 단기적인 현금흐름의 유동성 제고를 중시하므로 투자자들에게 부정적인 영향을 끼칠 것이라는 주장도 제기되었다.

이처럼 사회적 책임과 윤리경영의 성과에 대한 연구는 다른 혁신활동과 제도의 성과에 대한 연구와 마찬가지로 기업의 성과 중 재무적 성과의 측정을 위해 많은 연구가 있어 왔다. 이러한 재무적 성과는 사회적책임활동이 결국 기업의 가시적인 재무적 성과를 이루어 왔음을 나타내는 것으로서 기업의 목적이 영리추구인 것을 감안할 때 사회적 책임 활동이 기업의 근원적인 목적에 부합하며 사회적 책임의 당위성에 대해 논의하고 있다고 할 수 있다.

##### 3.1.2 비재무적성과

사회적 책임의 성과를 재무적인 부분으로 보는 것과 달리 기업윤리 활동에 대한 구성원의 인지적 평가, 이직률, 업무만족도, 조직몰입으로 결정하기도 하였으며(Weaver et al, 1999 : Mize et al, 2000), 비재무적 성과 변수를 특정업종에서 실증하기도 하였다(정효선, 2007). 사회적책임을 혁신활동으로 간주하여 여타 혁신활동과 비교한 연구(김광수·최상학, 2011)와 사회적책임과 관

련하여 윤리의식이 성과에 미치는 영향에 대해 발표하였다(윤현덕·성중수, 2011). 또한 성과변수로 재무적 성과, 인식(Perception), 행태(Behavior)의 3가지를 성과변수로 하기도 하였으며(양세영, 2008), 한국적 특색에 맞는 소비자 중심의 성과척도를 제시하기도 하였다(박종철 외, 2010). 기존의 윤리경영 및 사회적책임 척도성과변수로 재무지표를 사용할 경우에는 가시적인 결과를 얻게 되는 장점이 있는 반면, 다른 변수에 의해 종속변수가 반영되는 단점을 설명하기에는 부족한 부분이 있고 또한 포괄적인 개념에서 사회적책임의 성과를 측정하는 데 있어서 한계를 갖는다. 또한 재무적 성과는 외부환경과 시간지체효과(Time lagging effect) 등에 의해 성과에 영향을 미치는 다양한 변수들로 인해 객관적 측정이 어려운 문제점을 가지고 있다.

본 연구는 재무적 성과를 측정하기 위해서는 재무적 성과에 영향을 미치는 다양한 변수를 통제해야 하는데, 현실적으로 재무적 성과에 영향을 미치는 수많은 요인을 통제하고 사회적 책임이 재무적 성과에 영향을 미치는 요인만을 통제 추출하는 것을, 주장은 할 수 있으나 실질적으로 어렵다는 현실적인 첫 번째 이유와 둘째, 재무적성과의 time lag 현상으로 인해 그 인과관계의 시점을 명확히 하는 것의 현실적인 어려움 등으로 인해 재무적 성과 보다는 조직구성원의 인식의 차이 그리고 조직구성원의 경쟁력제고 차원에서의 성과측정을 하고자 한다. 이처럼 사회적 책임은 가시적 성과보다는 비가시적인 기업 근원의 경쟁력 제고에 영향을 미칠 것이라는 전제로 연구되는 것이 비재무적 성과에 대한 측정이다. 비재무적 성과에는 조직구성원의 다양한 경쟁력제고와 기업의 근간이 되는 구성원의 동기부여 등에 초점을 맞춰 가시적인 금전적 성과 이전에 조직의 경쟁력이 강화되는 것을 측정하는 것이라고 할 수 있다.

### 3.2 조직신뢰, 사회적 자본 및 조직몰입에 대한 연구

#### 3.2.1 조직신뢰와 사회적자본

신뢰는 불확실성 등 위험상황에 직면했을 때 신뢰대상으로부터 일관된 도움을 받을 수 있을 것이라는 확신감으로 정의하였으며(Matthai, 1989), 신뢰를 상대방의 행동에 대한 낙관적인 기대로서 상대방의 행동에 의존하면서 자발적으로 수용하는 것으로 파악하였다.(Hosmer, 1995), 일반적으로 조직신뢰는 조직의 문화로서 상호관계 수준의 질, 역할과 책임의 명확성, 정직성, 직무수

행능력, 공유목표의 명백성, 조직의 방향과 비전, 몰입 등의 요소로 나타내기도 하였다(Cufoade, 1999). 즉, 조직신뢰란 “조직과 구성원간의 객관적 고용관계신뢰로서 구성원들에게 조직이 유익하거나 적어도 해롭지 않은 행동을 수행할 것이라는 구성원들의 조직에 대한 전체적인 평가와 확신”이라고 정의할 수 있다(Tan and Tan, 2000). 또한 조직신뢰에서 경영자의 행동이 조직 내 신뢰수준을 결정하는 데 결정적인 역할을 하는 것이 연구되었다(Offerman, 1998). 조직신뢰를 촉진하는 요소에 대한 연구로는 개방적 의사소통, 정보공유, 감정의 진실한 공감 등이 제시되었다(Mishra and Morrissey, 1990).

사회적 자본은 전통적인 자본의 개념을 확대시킨 것으로서 사회적자본의 개념을 처음 제시한 것은 Loury 이다(1977). 이후 보다 체계적인 사회적자본의 분석적 접근은 Bourdieu(1986)에 의해 이루어졌다. Putnam은 사회적자본이 사회조직의 모습이며, Trust, Norms, Networks의 촉진적인 활동에 의해 사회효율성이 증진될 수 있다고 정의하였다(Putnam, 1995). 사회적 자본은 특정구조 내에서 행위자의 특정한 행동을 촉진시키는 사회구조로 해석되며(Coleman, 1988) 사회적 자본은 협조적인 행위를 용이하게 함으로써 사회의 효율성을 증진시키는 것으로 이해되며, 사회적 자본 중 네트워크와 규범 보다 신뢰를 중심으로 사회적 자본을 설명하기도 하였다(Fukuyama, 1995). 사회적 자본은 특정주체가 자신의 사회적 유대관계를 통해 접근하고 확보할 수 있고 조직 목적 달성에 도움을 주는 무형자산의 집합이라고 정의하기도 하였다(이경목, 1996; 이영현, 2006). 사회적 자본은 조직 고유의 특성을 가지고 있어서 다른 자본과 달리 이전이나 교환이 안 되는 면이 있으며(Nahapiet and Ghoshal, 1998) 또한 사회적 자본은 개인과 조직에 의해 만들어지지만 생성된 후에는 다시 개인과 조직에 영향을 미치는 특성을 가지고 있다(Borgatti and Foster, 2003). 사회적자본은 사회적 관계에서 시작되며 사회적인 상호관계가 조직의 발전에 어떤 영향을 미치는지 등에 대한 연구가 사회적자본의 근원이라고 할 수 있다(APO, 2006). 그러나 사회적자본이 모든 면에서 조직과 국가에 긍정적인 면만이 있는 것은 아니다. 네트워크가 취업기회를 얻기 위한 정보의 접근을 용이하게 하고 이질적인 네트워크가 새로운 지식과 기술을 습득하는 데 있어서 유리하다고 보고되는 등(Uzzi, 1997) 사회적자본의 Benefit에 대한 면이 있는 반면, 사회적자본을 유지하는데 소요되는 유지비용

과 사회적자본에 대한 투자가 비효율적이라는 지적과 함께 네트워크의 강한 연대의 장점이 있음에도 불구하고 강한 연대를 유지하기 위해서는 많은 노력과 비용이 소요되며, 오히려 약한 연대에서 문제해결을 위한 정보의 접근이 용이하고 비용도 적게 드는 것에 대해 연구되기도 하였다(Granovetter, 1973). 또한 사회적자본이 비윤리적 행위 등을 초래할 수 있는 등(Brace et al, 1998) 사회적자본의 Cost와 부정적 작용에 대해서도 연구되었다. 그러나 이런 사회적 자본은 사회전체의 거래비용을 감소시키고 기회주의적 행동을 방지하고 감시비용을 줄이며 구성원들의 행동 효율성을 제고시키고 조직원들의 협력적 학습과 혁신을 제고시키는 긍정적인 면이 관찰되었다. 사회적자본과 조직신뢰 그리고 조직몰입의 관계에 대한 연구를 통해 사회적자본이 조직신뢰 및 조직몰입에 미치는 영향을 검증하기도 하였다(박종승, 2008). 기업경영환경이 불확실해지고 개인의 역량이 모인 총합이 조직의 역량을 감안할 때 조직과 집단의 역량에 대한 중요성이 높아지고 있다. 조직이나 집단은 독특한 구조적 특성을 가지고 있는데(Oh et al, 2004), 사회적 자본은 사회구조 안에 속해 있는 개인들의 특정행동을 촉진시키는 구조의 한 단면이며(Coleman, 1990), 생산적이고 특정성과를 낼 수 있게 해주는 조직의 무형자산이라고 할 수 있다.

### 3.2.2 신뢰의 중요성과 사회적자본의 측정

사회적 자본은 물질 자본과 인적자본에 비해서 추상적인 개념이지만 사회 또는 국가의 발전과 밀접한 관련이 있다(이상일, 2007).

사회적자본의 측정은 양적연구와 비교연구, 질적인 연구 등으로 구분될 수 있으며, 양적연구에서는 사회적 자본이 가정소득을 증가시키며(Narayan and Pritchett, 1997), 사회적자본이 국가경제성장률에 중요한 영향을 미치는 것이 연구되기도 하였다(Temple and Johnson, 1998). 사회적자본을 측정하는 것은 용이하지 않지만 측정이 불가능한 것은 아니며 World Bank는 사회적자본의 측정에 도움이 되는 10개의 프로젝트를 진행하기도 하였다.

조직내부에서 사회적 자본이 구축되면 조직구성원은 조직의 목표를 달성하기 위한 과정을 알게 되며, 조직의 발전을 위해 자원을 공유하여 새로운 가치를 창출할 수 있다(Nahapiet and Ghoshal, 1998; Tsai and Ghoshal, 1998). 사회적자본 본연의 연구와 함께 사회적자본이 아시아 각 국가 및 기업의 상황에 미치는 다

양한 영향과 효과에 대해 주요 국가별로 연구하여 발표되기도 하였다(APO, 2006 : 2008). 이와 함께 벤처기업의 발전을 위해서는 사회적 자본을 형성하기 위한 경영자의 능력이 중요하며 신뢰에 기초한 네트워크의 단계별 중요성이 연구되기도 하였다(Delmonize and Franz, 2008). 이처럼 사회적 자본에서 신뢰는 가장 중요한 요소이며 사회적 자본 중 신뢰가 형성되면 네트워크의 발전에 영향을 미친다. 사회적 자본은 사회와 국가의 지속적인 발전을 위한 개념이며 특히 벤처기업의 성장과 발전을 위해서 사회적 자본, 그 중에서도 신뢰의 형성은 기업의 발전을 위한 인프라라고 할 수 있을 것이다.

### 3.2.3 조직몰입

몰입은 개인의 행동의지와 태도의 합으로서 개인이 가지는 특정한 대상과 가치관의 일치치를 통해서 이루어지는 심리적 애착과 소속의 욕구를 일으켜 특정한 대상에 대한 정체성을 소유하거나 공헌하는 것을 의미한다(O'Reilly and Chatman, 1986). 조직몰입은 도구적 가치와 상관없이 조직의 목표와 가치, 이와 관련한 역할, 그리고 조직 그 자체를 위해서 발생하는 애착심으로 정의되기도 하며(Buchanan, 1974), 심리학적 관점에서 개인의 정체성을 조직에 연결시키는 조직지향성으로 보기도 하였다(Sheldon, 1971). 또한 조직몰입을 조직에 대한 충성심과 애착심으로 정의하기도 하였는데, 이러한 조직몰입은 구성원의 태도와 밀접히 관련된 심리적 특성으로서 조직에 대한 충성심과 조직을 위해 노력하려는 자세와 마음가짐, 조직에 대한 구성원들이 동일시하는 의식, 그리고 조직에 남아 있으려는 강한 집착으로 표현하기도 하였다(Morrow, 1983). 조직몰입은 직무만족과 구별되는 개념으로 간주되는데, 그 이유는 조직몰입이 조직전체에 대한 정서적 반응으로서 보다 포괄적인 개념인데 비해 직무만족은 개인의 특정 직무 또는 직무의 부분에 대한 반응이기 때문이며, 또한 조직몰입은 직무만족보다 기간적인 안정성이 있으며, 조직몰입은 개인에서 조직으로 서서히 지속적으로 개발되는 것에 비해 직무만족은 실제적인 요소에 의해 즉각적인 반응을 보이는 일시적인 성격으로 파악되기 때문이다(최철현, 2007). 조직몰입은 직무몰입과도 구별되는 개념으로서 직무몰입이 구성원이 일에 대해 자신의 일에 대해 심리적으로 동일시하거나 몰두하는 것을 의미하지만, 조직몰입은 조직에 대한 개인의 태도를 중심으로 이루어진 심리상태와 행동을 포함하는 보다 넓은 개념이다. 따라서 조직몰입이 보다 포괄적인 개념이라

고 할 수 있다(최철현, 2007).

### 3.2.4 조직신뢰와 조직몰입의 관계

최고경영자에게 있어 사회적 자본은 조직이 시장에서 발생하는 불필요한 거래비용을 줄이며 조직이 소유한 인적·재무적 자본의 효율적인 이용을 가능하게 하는 장점이 있다(D'Aveni, 1990). 즉, 외부이해관계자와의 긴밀하게 연결된 연결망은 조직에 신뢰를 조성함으로써 조직의 장기적인 효율성을 제고시킬 수 있다(김용학, 1996). 사회적자본은 벤처기업 이해관계자들의 신뢰와 몰입을 제고시켜 벤처기업에게 다양한 협력의 기회와 긍정적인 성과에 기여하는 것으로 연구되었다(Larson, 1992; Eisenhardt and Schoonhoven, 1996). 조직신뢰는 조직몰입에 유의한 영향을 미치는 것으로 알려졌다(Dirks and Ferrin, 2001). 조직신뢰가 형성된 기업은 구성원들로 하여금 미래의 불리한 결과에 따라 초래할 수도 있는 부정적인 영향에 대항할 수 있는 능력을 형성하게끔 하는 것으로 연구되었다(Robinson, 1996). 조직신뢰는 리더십과 조직몰입, 조직시민행동과의 관계에서 매개변수로서의 역할이 있다고 검증되기도 하였다(Podsakoff, Mackenzie and Bommer, 1996). 조직신뢰가 높을수록 상호간의 협력과 유효성이 높아지며(Fukuyama, 1995), 신뢰관계가 형성되어 있는 조직에서는 개방적인 커뮤니케이션을 통한 정보교환을 통해 문제를 효과적으로 해결하게 됨으로써 조직유효성을 제고시킨다(Boss, 1978). 조직에 대한 신뢰는 조직몰입과 관련된 조직유효성에 영향을 미치고 있으며 조직신뢰는 조직몰입과 적합성을 통해 혁신성, 생산성의 향상에 큰 영향을 끼치는 것으로 연구되었다(Konovsky and Pugh, 1994; McAllister, 1995). 따라서 조직신뢰와 조직몰입을 바탕으로 한 조직유효성 즉, 개인조직적합성, 이직의도, 직무만족 등에 대한 영향력의 차이에 대한 매개효과와 가설설정과 검증을 본 연구에서 실시하고자 한다.

### 3.3 변수의 조작적 정의

본 연구의 조사를 위한 척도로서 5가지 범주의 척도를 가지고 설문조사를 하였다.

개인이 가지고 있는 조직에 대한 일치감 즉, 개인과 조직의 일체감을 나타내는 “개인조직적합성”은 Valentine et al.(2002)와 Lauver et al.(2001)에서 차용하였으며 1) 개인적인 가치와 조직의 적합성 2) 개인적인 생각,

이미지와 현재 조직과의 적합성 3) 육구의 충족 정도 4) 조직 문제의 개인문제로의 인식 정도 5) 애착심과 애사심 6) 개인과 조직의 일치에 대한 문항으로 구성하였다. 자신의 조직에 대한 열정을 나타내는 “조직몰입”과 자신의 업무와 일에 대한 만족감을 나타내는 “직무만족”은 Houghton et al.(2002)의 문항을 기준으로 하였으며 조직몰입의 문항은 1) 현재 직장 선택의 만족도 2) 조직 구성원으로서의 자랑스러움 3) 조직발전을 위해 노력할 의도의 정도 4) 업무의 완성을 위한 각오의 정도 5) 주변인에게 조직을 소개할 때의 긍정의 정도에 대한 문항으로 구성되었다. 직무만족은 1) 업무에 대한 긍지 2) 업무에 대한 선호도 3) 동료와 인간관계 4) 동료와의 의견교환 5) 만족과 보람 6) 개인적인 성장과 조직의 관계 7) 보수와 대우 8) 현재의 직업에 대한 만족도 문항으로 구성되었다. 소속된 조직을 떠나고 싶은 정도를 나타내는 “이직의도”는 O'Reilly et al.(1991)와 Seashore et al.(1982)에서 설문을 차용하였으며, 1) 이직충동 2) 향후 이직의도 3) 이직에 대한 고려 4) 조직의 여건 악화 시 이직의도 5) 여타 조직에 대한 전직 고려 등으로 구성하였다. 그리고 자신이 속한 조직에 대한 믿음의 정도를 나타내는 “조직신뢰”는 Eisenberger et al.(1986)을 기준으로 하였으며 1) 조직이 본인에 대해 자랑스러워 할 것이라는 기대 2) 조직이 갖는 개인과 조직에 대한 우선순위 기대 3) 개인의 기여에 대한 조직의 믿음 4) 개인의 노력에 대한 조직의 정서적 보상 기대 5) 개인의 성과극대화를 위한 조직의 지원 6) 사직의도에 대한 조직의 만류정도 7) 문제 발생 시 조직이 도움을 줄 것이라는 기대의 정도의 문항으로 구성하였으며 이들 5개 분류척도를 가지고 연구를 진행하였다.

## 4. 가설설정

본 연구는 2개의 가설로 연구를 진행하였다.

먼저, 벤처기업 사회적 책임 인증 기업과 비인증 기업 간에는 조직유효성 부문 중 조직신뢰에서 집단 간에 통계적으로 유의한 차이점이 있는 것을 발견하는 것이다. (가설1)

두 번째로 조직신뢰에서 시작된 조직몰입이 여타 조직유효성간의 인과관계 또는 영향관계의 매개역할을 하는 것에 있어서 인증기업과 비인증 기업 간의 차이점이 발생할 것이라는 것이다. 이는 조직신뢰에서 기반을 둔 조직몰입이 중심이 된 조직유효성간의 매개역할이 인증기업과 비인증기업에서 다르게 나타날 것이다 라

는 것이다. 즉, 매개효과가 인증기업과 비인증기업군이 같지 않을 것이라는 것으로서 하위 3개의 부분에서 집단 간 매개효과 차이 검증에 대한 가설이다.(가설2) 이를 정리하면 다음과 같다.

가설 1 : 사회적 책임 인증 집단과 비인증 집단 간에는 조직유효성 척도 중 조직신뢰에서 유의미한 차이가 있을 것이다.

가설 2 : 조직신뢰와 조직몰입을 통한 매개효과는 사회적책임경영 인증 집단과 비인증 집단이 차이가 있을 것이다.

- 가설2-a : 조직몰입은 조직신뢰와 직무만족의 매개역할을 할 것이다.
- 가설2-b : 개인조직적합성은 조직신뢰와 이직 의도간의 매개역할을 할 것이다.
- 가설2-c : 조직몰입은 개인조직적합성과 직무 만족간의 매개역할을 할 것이다.

## 5. 검증 및 조사 분석

### 5.1 빈도분석

본 연구의 조사를 위해 2011년 5월 기준으로 벤처기업협회에 등록된 벤처기업이면서 벤처기업협회로부터 벤처기업 사회적책임경영인증 받은 15개 기업 123명의 유효설문과 이에 대한 대응집단으로서 벤처기업협회에 등록된 벤처기업이지만 사회적책임경영인증을 받지 않은 13개 기업 116명의 유효설문을 확보하였다. 이에 대한 인구 통계적 빈도분석은 다음의 <표 1>과 같다.

이를 보면 전체응답자 239명 중 남자가 180명으로 75.3%, 여자가 59명으로 24.7%이었다. 인증기업의 여성비율이 33.3%인데 비해 비인증기업의 여성응답자는 5.5%로서 인증기업의 여성응답자가 더 많은 것으로 나타났다. 이것은 인증기업과 비인증기업의 전체를 나타내는 것이라고 단정할 수 없지만 인증기업의 여성비율이 비인증 기업보다 높은 것으로 추론할 수 있게 하는 부분이다. 연령은 20대에서 50대까지 분포되었으며 전체응답자의 51.0%인 122명이 30대로 나타났다. 학력은 전체응답자의 54.4%가 대학교 졸업이었으며 다음으로 24.3%가 전문대학 졸업자로 나타났다. 직급은 전체응답자의 38.5%가 대리/과장이었으며 다음으로 사원급이 32.6%로 나타났다. 업종은 전체응답자의 83.3%인 199명이 제조업이었고 서비스업이 9.6%로 나타났

다. 우리나라 벤처기업의 대부분이 제조 기업임을 감안하면 모집단의 업종대표성을 가진 것으로 볼 수 있다. 회사의 규모를 나타내는 종업원 수는 전체응답자의 55.2%인 132명이 종업원 수 51명에서 300명인 중소기업으로 나타났으며, 이 중 인증기업은 응답자의 39.8%가 종업원 수 11명에서 50명 이하의 소기업이 가장 많았으며, 비인증기업은 응답자의 73.3%인 85명이 종업원 수 51명에서 300명 이하의 중소기업으로 나타났다. 이것은 인증기업의 대부분이 종업원 50명 이하의 벤처소기업이라는 것을 나타내는 것이며 대응집단인 비인증기업은 이보다 규모가 있는 종업원 수 50명에서 300명 이하의 중소기업이 대부분이라는 것을 말한다.

### 5.2 집단 간 차이검증

탐색적 요인분석을 통해 직무만족은 일반직무만족과 동료직무만족의 2개로 구분되었다. 1단계 가설의 검증을 위한 두 집단의 평균차이를 검증하기 위해 T-test를 실시하였으며 그 결과는 다음의 <표 2>와 같다.

이를 보면 인증기업과 비인증 기업이 조직유효성 6개 부문에 대해 두 집단의 차이가 발생한 부문은 조직신뢰에서 발견되었다. 이직의도에서 집단 간 차이가 없었으며, 조직몰입 또한  $p > 0.055 > 0.05$ 로서 유의미하지 않아 조직몰입 역시 두 집단 간 차이는 없는 것으로 간주하였다. 두 집단에서 조직신뢰의 유의미한 차이가 발생한 것은 벤처기업 사회적 책임 인증을 받은 기업은 그렇지 않은 기업에 비해 경영자에 대해 믿음이 가고 조직을 신뢰할 수 있다고 구성원들이 기대하고 있음을 의미한다. 즉, 경영자를 믿을 수 있고 조직에 대해 믿을 수 있다는 것을 말하는 것으로서 조직의 발전을 위해서 가장 선행되어야할 신뢰, 믿음이 형성되어 있다는 것을 말하는 것으로서 이것은 중요한 시사점을 갖고 있다고 할 수 있다.

### 5.3 연구모형 설정

2단계 연구는 1단계에서 발견된 조직신뢰를 기초로 한 가설을 설정하였다. 이를 통해 조직신뢰에서 발생한 조직유효성간의 인과관계 또는 영향관계를 알아보고자 하였다. 즉, 조직유효성의 선행연구를 바탕으로 하여 조직신뢰와 직무만족, 조직몰입과 직무만족, 조직신뢰와 직무만족, 조직신뢰와 적합성, 적합성과 조직몰입, 조직몰입과 이직의도, 적합성과 이직의도 의 영향관계에 대



<표 1> 인구 통계적 빈도분석

No.	특 성	구 분	빈 도			비 율(%)		
			전체	인증기업	비인증기업	전체	인증기업	비인증기업
1	성별	남자	180	82	98	75.3	66.7	84.5
		여자	59	41	18	24.7	33.3	15.5
2	연령	10대	0	0	0	0	0	0
		20대	52	31	21	21.8	25.2	18.1
		30대	122	57	65	51.0	46.3	56.0
		40대	50	29	21	20.9	23.6	18.1
		50대	14	5	9	5.9	4.1	7.8
		60대 이상	1	1	0	0.4	0.8	0
3	학력	중졸 이하	0	0	0	0	0	0
		고 졸	40	17	23	16.7	13.8	19.8
		전문대 졸	58	25	33	24.3	20.3	28.4
		대학교 졸	130	72	58	54.4	58.5	50.0
		대학원 졸 이상	11	9	2	4.6	7.3	1.7
4	직급	사원	78	39	39	32.6	31.7	33.6
		대리/과장	92	44	48	38.5	35.8	41.4
		차장/부장	51	31	20	21.3	25.2	17.2
		임원	17	8	9	7.1	6.5	7.8
		최고경영자	1	1	0	0.4	0.8	0
5	업종	제조업	199	97	102	83.3	78.9	87.9
		건설업	1	0	1	0.4	0	0.9
		서비스업	23	18	5	9.6	14.6	4.3
		공공기관	0	0	0	0	0	0
		도·소매업	3	1	2	1.3	0.8	1.7
		기타	13	7	6	5.4	5.7	5.2
6	종업원 수	10명 이하	14	7	7	5.9	5.7	6.0
		11명 ~ 50명	70	49	21	29.3	39.8	18.1
		51명 ~ 300명	132	47	85	55.2	38.2	73.3
		301명 ~ 1,000명	23	20	3	9.6	16.3	2.6
		1,000명 이상	0	0	0	0	0	0

<표 2> 집단 간 차이분석, T-test 결과

구 분	척도평균		요인평균		표준편차		t값	p값
	인증기업 (n=123)	비인증기업 (n=116)	인증기업 (n=123)	비인증기업 (n=116)	인증기업 (n=123)	비인증기업 (n=116)		
이직의도	2.6927	2.6845	-0.003	0.003	1.036	0.96	-0.048	0.962
조직몰입	3.6553	3.7500	-0.119	0.126	1.15	0.79	-1.930	0.055
개인조직적합성	3.4776	3.5022	0.16	-0.17	1.06	0.93	0.259	0.796
조직신뢰	3.4167	3.2823	0.17	-0.18	0.95	1.01	2.810	0.005
일반직무만족	3.5149	3.5891	-0.56	0.59	1.06	0.93	-0.899	0.370
동료직무만족	3.8780	3.8836	0.01	-0.01	0.98	1.01	0.068	0.946

해 검토하였으며 이를 위해 구조방정식모형, Amos를 실시하여 그 관계를 검증하였다. 직무만족은 동료에 대한 직무만족을 제외한 일반직무만족으로 범위를 설정하여 연구를 진행하였다. 각 조직유효성별 확인적 요인 분석을 실시하였으며 각 부분의 설명력을 나타내는 SMC를 검토하여 설명력이 낮은 문항을 제거함으로써 설명력의 변화를 가져왔다.

다음으로 조직유효성 부분 전체에 대한 초기모형의 분석평가를 실시하였다.

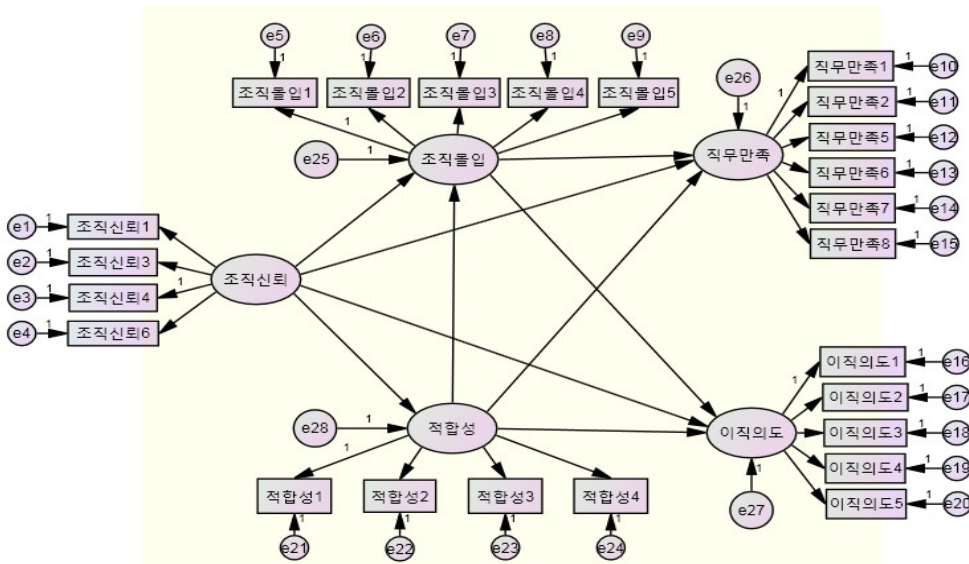
이를 통해 나타난 초기모형의 적합도는 <표 3> 및 <표 4>와 같다.

$\chi^2$  값은 표본크기의 정도에 의해 영향을 받으므로 참고기준으로 고려하였으며, 모형의 적합도 향상을 위해

수정지수를 반영하여 모형을 수정하였다.

즉, e8과 e9를 공분산으로 연결하였을 때의 결과는 <표 5>와 같다.

다음으로 수정지수를 반영한 모형보다 더욱 적합한 모형의 가능성 비교를 위해 대안모형을 탐구하였다. 대안모형은 초기모형과 nested 된 것을 보아야 하므로 경로1개를 추가하였으며 논리의 흐름상 직무만족이 이직의도에 영향을 미치는 것으로 경로를 추가하여 모형을 분석하였으며 그 결과는 <표 6>과 같았다. 대안모형이 초기모형에 비해 적합도에서 우수한 것으로 판단하여 이후 <그림 2>와 같이 대안모형을 새로운 연구모형으로 하여 연구를 진행하였다.



<그림 1> 초기모형

<표 3> 초기모형의 분석평가 결과

개념	측정변수	요인 적재치	표준화된 요인 적재치	표준 오차	C.R(p값)	SMC	신뢰도	평균분산 추출값
적합성	적합성1	1.000	0.859	-		0.738	0.935	0.79
	적합성2	1.069	0.918	0.083	12.889(**)	0.843		
직무몰입	조직몰입1	1.000	0.899	-		0.808	0.933	0.70
	조직몰입2	1.017	0.933	0.045	22.580(**)	0.871		
	조직몰입3	0.691	0.703	0.052	13.200(**)	0.495		
	조직몰입5	0.973	0.801	0.059	16.480(**)	0.641		
직무만족	직무만족1	1.000	0.765	-		0.585	0.895	0.74
	직무만족2	0.861	0.663	0.084	10.277(**)	0.439		
	직무만족5	1.109	0.843	0.082	13.473(**)	0.710		
	직무만족6	1.061	0.722	0.094	11.312(**)	0.521		
조직신뢰	조직신뢰1	0.777	0.701	0.072	10.787(**)	0.492	0.853	0.55
	조직신뢰3	0.816	0.744	0.071	11.526(**)	0.554		
	조직신뢰4	1.000	0.780	-		0.608		
이직의도	이직의도1	1.000	0.707	-		0.500	0.905	0.71
	이직의도2	1.273	0.894	0.097	13.103(**)	0.800		
	이직의도3	1.288	0.896	0.098	13.129(**)	0.804		
	이직의도4	1.248	0.860	0.099	12.646(**)	0.740		

\*: p < 0.05, \*\*: p < 0.01

<표 4> 초기모형의 평가

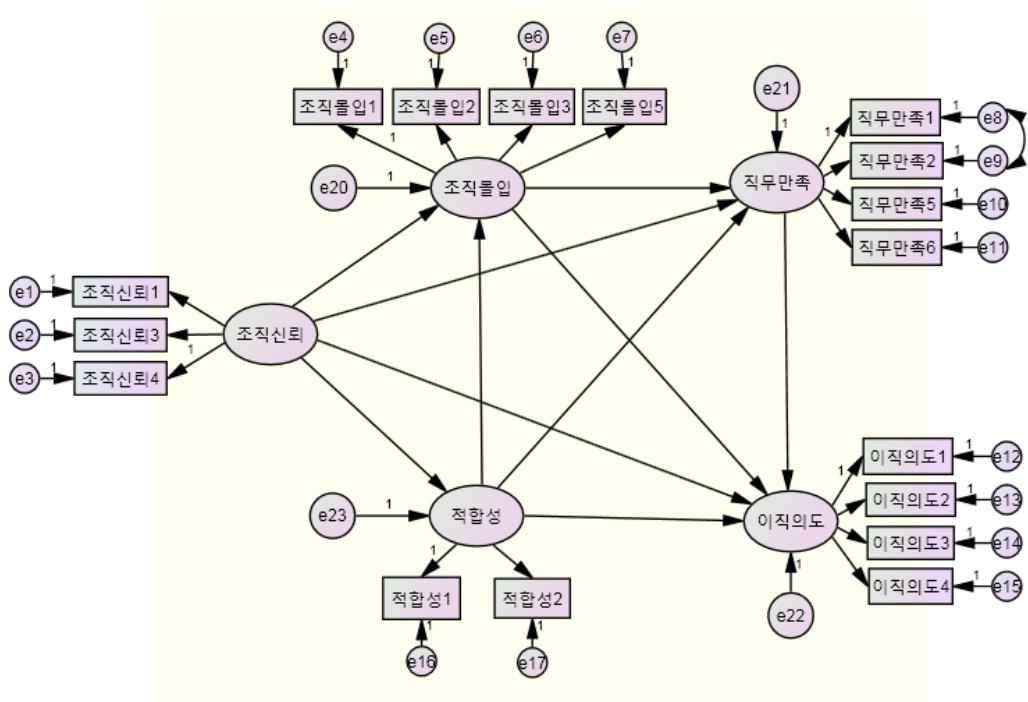
구분	$\chi^2$	p > 0.01	CMIN/DF ≤ 2	RMR ≤ 0.05	GFI ≥ 0.9	AGFI ≥ 0.9	CFI ≥ 0.9	NFI ≥ 0.9	IFI ≥ 0.9	RMESA ≤ 0.1
모형값	349.989	0.000	3.096	0.049	0.842	0.786	0.916	0.882	0.917	0.094
결과	-	부적합	부적합	적합	부적합	부적합	적합	부적합	적합	적합

<표 5> 수정지수 수정결과

구분	$\chi^2$	p > 0.01	CMIN/DF ≤ 2	RMR ≤ 0.05	GFI ≥ 0.9	AGFI ≥ 0.9	CFI ≥ 0.9	NFI ≥ 0.9	IFI ≥ 0.9	RMESA ≤ 0.1
수정모형 (e8, e9)	202.224	0.000	1.855	0.029	0.910	0.874	0.967	0.932	0.967	0.060
결과	-	부적합	적합	적합	적합	부적합	적합	적합	적합	적합

<표 6> 대안모형 비교결과

구분		$\chi^2$	p > 0.01	CMIN/DF ≤ 2	RMR ≤ 0.05	GFI ≥ 0.9	AGFI ≥ 0.9	CFI ≥ 0.9	NFI ≥ 0.9	IFI ≥ 0.9	RMSEA ≤ 0.1
연구 모형	측정	202.224	0.000	1.855	0.029	0.910	0.874	0.967	0.932	0.967	0.060
	결정	-	부적합	적합	적합	적합	부적합	적합	적합	적합	적합
대안 모형	측정	197.510	0.000	1.829	0.028	0.912	0.876	0.968	0.934	0.969	0.059
	결정	-	부적합	적합	적합	적합	부적합	적합	적합	적합	적합



<그림 2> 대안모형 (새로운 연구모형)

5.4 매개효과 검증

1단계에서 검증된 사회적 책임 인증 기업과 비인증 기업의 조직신뢰를 바탕으로 한 조직유효성의 인과관계에 대한 가설을 설정하여 다양한 매개효과에 대해 가설을 검증하였다.

- 가설2-a : 조직몰입은 조직신뢰와 직무만족의 매개역할을 할 것이다.
- 가설2-b : 개인조직적합성은 조직신뢰와 이직의도간의 매개역할을 할 것이다
- 가설2-c : 조직몰입은 개인조직적합성과 직무만족간의 매개역할을 할 것이다

가설 2 : 사회적책임 인증 집단과 비인증 집단 간의 조직신뢰와 조직몰입을 통한 매개변수의 역할차이가 있을 것이다.

이의 검증을 위해 사회적 책임 인증 기업 그리고 비인증 기업 각각에 대한 검증결과는 다음의 <표 7>과 같다.

<표 7> 경로계수의 결과

구 분		대안모형			
		경로계수	S.E	C.R	p값
인증기업	조직신뢰→조직몰입	0.669	0.097	6.914	**
	조직몰입→직무만족	0.249	0.082	3.033	**
	조직신뢰→직무만족	0.516	0.097	5.347	**
	조직신뢰→개인조직적합성	0.447	0.084	5.332	**
	개인조직적합성→이직의도	0.154	0.109	1.413	0.158
	조직신뢰→이직의도	-0.050	0.301	-0.166	0.868
	개인조직적합성→조직몰입	0.152	0.102	1.497	0.134
	개인조직적합성→직무만족	0.046	0.066	0.689	0.491
비인증기업	조직신뢰→조직몰입	0.463	0.124	3.739	**
	조직몰입→직무만족	0.212	0.103	2.059	0.039*
	조직신뢰→직무만족	0.452	0.114	3.964	**
	조직신뢰→개인조직적합성	0.471	0.118	3.980	**
	개인조직적합성→이직의도	0.264	0.154	1.713	0.087
	조직신뢰→이직의도	0.013	0.313	0.041	0.967
	개인조직적합성→조직몰입	0.694	0.122	5.683	**
	개인조직적합성→직무만족	0.051	0.100	0.510	0.610

\*: p < 0.05, \*\*: p < 0.01

전체 응답자 군에서는 가설2-a, 가설2-b, 가설2-c 모두 유의하지 않았다. 이를 인증기업과 비인증 기업으로 구분하여 검증한 결과 인증기업군에서의 가설 2-a는 조직신뢰에서 조직몰입으로의 경로계수는 0.669, p값=0.000, C.R=6.914로서 유의하였고 조직몰입에서 직무만족으로 경로계수는 0.249, p값=0.000, C.R=3.033으로 유의하였다. 조직신뢰에서 직무만족으로의 직접경로는 0.516, p값=0.000, C.R=5.347로서 직접효과가 발생하였다. 비인증기업군의 가설 2-a는 조직신뢰에서 조직몰입으로의 경로계수가 0.463, p값=0.000, C.R=3.739로서 유의하였고 조직몰입에서 직무만족으로 경로계수는 0.212, p값=0.039 (p<0.05), C.R=2.059으로 유의하였다. 조직신뢰에서 직무만족으로의 직접경로는 0.452, p값=0.000, C.R=3.964로서 직접효과가 발생하였다. 즉 가설 2-a는 인증기업군과 비인증기업군 모두 간접효과와 직접효과 모두 검증되어 완전매개효과가 없다고 할 수 있다. 가설2-b에서는 인증기업군과 비인

증 기업군 모두 개인조직적합성에서 이직의도로의 경로계수가 유의하지 않아 매개효과가 발생하지 않았다. 다음으로 인증기업군에서의 가설 2-c는 개인조직적합성에서 조직몰입으로의 경로계수는 0.152, p값 p=0.134>0.05, C.R=1.497로서 유의하지 않았고 조직몰입에서 직무만족으로 경로계수는 0.249, p값=0.000, C.R=3.033으로 유의하였다. 개인조직적합성에서 직무만족으로의 직접경로는 0.046, p값 p=0.491>0.05, C.R=0.689로서 직접효과가 발생하지 않았다. 비인증기업군에서의 가설 2-c는 개인조직적합성에서 조직몰입으로의 경로계수는 0.694, p값=0.000, C.R=5.683 이었고 조직몰입에서 직무만족으로 경로계수는 0.212, p값 p=0.039<0.05, C.R=2.059으로 유의하였다. 개인조직적합성에서 직무만족으로의 직접경로는 0.051, p값 p=0.610>0.05, C.R=0.510로서 직접효과가 발생하지 않았으므로 직접효과가 없는 완전매개효과가 있는 것으로 확인되었다. 즉, 비인증 기업에서는 조직몰입이 개

인조직적합성과 직무만족의 완전매개역할을 하는 것을 알 수 있었다. 이것은 개인과 조직의 적합성이 있다고 직무에 만족하는 것은 아니지만 조직몰입을 한다면 개인과 조직의 적합성이 직무만족을 이끌어 낸다는 것을 말한다. 그러나 이러한 조직몰입의 완전매개효과는 조직에 대한 신뢰를 가지고 있는 인증기업에서는 나타나지 않았다. 즉, 기업구성원이 조직을 이미 신뢰하고 있는 기업에서는 조직에 대한 몰입이 개인과 조직의 적합성이 직무만족에 새로운 영향을 미치지 않는다는 것이다.

이것은 조직몰입에 앞서 이미 조직신뢰가 이루어진 조직이라면 조직몰입은 새로운 매개효과를 가지지 않는다는 것으로 해석할 수 있다. 이를 통해 조직신뢰는 조직몰입 보다 더 우선시되는 조직유효성으로 인식할 수 있다고 본다. 조직이 발전하기 위해서는 조직신뢰가 그 만큼 중요하다는 것을 이번 매개효과 검증 결과를 통해 알 수 있었다. 즉, 조직의 신뢰가 이루어져 있다면 조직몰입을 매개로 하는 새로운 효과는 생성되지 않는다는 것이다. 검증 결과를 표로 정리하면 다음의 <표 8>과 같다.

## 6. 결 론

### 6.1 조직신뢰의 차이

벤처기업 사회적책임인증을 받은 기업과 인증을 받지 않은 기업은 조직신뢰에서 유의미한 차이를 보였다. 이것은 사회적책임인증을 받은 기업 CEO의 경영활동이 조직구성원에게 신뢰를 지각하게 한다는 것을 말한다. 기업의 사회적 책임은 조직구성원의 활동보다는 경영자의 의지와 활동에 의해서 태동된다고 보았을 때(윤대혁, 2004) 경영자의 사회적 책임에 대한 이행은 조직구성원으로 하여금 경영자와 조직에 대한 신뢰에 있어서 유의미한 차이를 가지고 있다는 것을 보여준다.

벤처기업 사회적 책임 인증 기업과 비인증 기업 구성원간의 개인조직적합성, 조직몰입, 직무만족, 이직의도 등의 차이는 통계적으로 유의하지 않았다.

### 6.2 조직유효성의 매개효과

2단계에서의 가설 검증결과 사회적 책임 인증 기업은 가설2-a의 조직몰입이 조직신뢰와 직무만족에 대한 매개효과를 보이지는 않았고, 가설2-b인 개인조직적합성이 조직신뢰와 이직의도의 매개효과를 가지지 않았다. 또한 가설2-c인 조직몰입이 개인조직적합성을 통해 직무만족에 대한 매개효과를 가지지도 않았다.

그러나 비인증기업은 가설2-a와 2-b에서는 유효성이 발견되지 않았지만 가설2-c인 조직몰입이 개인조직적합성과 직무만족의 매개효과를 일으키는 것에서는 유효성이 발견되었다. 이것은 조직의 신뢰가 형성된 인증기업에서는 직무몰입을 통해 새로운 직무만족이 발생하지는 않았다는 것을 말하며 조직신뢰가 인증기업에 비해 형성되지 않거나 작게 형성된 비인증기업은 조직몰입을 통해 직무만족을 일으킬 수 있다는 것이다.

비인증기업의 조직몰입의 매개효과는 조직신뢰가 이루어진 인증기업에서는 나타나지 않는 것으로 인증기업은 조직몰입에 앞서 이미 조직신뢰가 형성되어 있으므로 조직몰입이 새로운 매개효과를 가지고 있지 않다는 것으로 해석할 수 있다.

즉, 신뢰가 선행적으로 형성되어 있다면 조직몰입을 통한 새로운 매개효과는 없다는 것이며 새로운 조직몰입의 필요성 또한 없는 것으로 해석할 수 있다고 본다. 이처럼 조직신뢰가 형성된 집단에서는 조직의 성과를 향상시키기 위해서 또는 다양한 조직유효성을 제고하기 위해서 별도의 활동이 덜 필요함을 의미할 수 있을 것으로 예측할 수 있다. 따라서 사회적 책임 인증 벤처기업은 그 조직의 특성 등으로 인한 한계를 사회적 책임의 이행을 통해 극복하여 지속적으로 성장할 수 있을 것으로 기대된다.

<표 8> 가설2의 검증결과

구 분	가 설	내 용	집단 간의 결과 차이
인증기업군 비인증기업군 비 교	가설2-a	조직몰입은 조직신뢰와 직무만족의 매개역할을 할 것이다.	차이 없음
	가설2-b	개인조직적합성은 조직신뢰와 이직의도간의 매개역할을 할 것이다	차이 없음
	가설2-c	조직몰입은 개인조직적합성과 직무만족간의 매개역할을 할 것이다	차이 있음

### 6.3 사회적 자본과 조직신뢰의 중요성

조직신뢰는 “조직과 구성원간의 관계로서 조직이 구성원에게 유익하거나 적어도 해롭지 않은 행동을 수행할 것이라는 것을 조직구성원이 인식하는 평가와 확신”이라고 정의되었다(Tan, 2000). 사회적 자본에 있어서 신뢰가 가장 중요한 요소임이 제기되었고(Paxton, 1999; Zucker, 1986) 신뢰가 사회적자본의 촉진요인이기도 하며 사회적 자본의 결과물이라고도 할 만큼(Portes, 1998) 사회적 자본에 있어서 신뢰는 중요한 요소이다. 조직신뢰는 조직의 문화로 간주되며(Cufoade, 1999) 조직의 목표신뢰가 없는 조직은 개별적인 신뢰의 형성을 위해 많은 비용과 시간이 소요되며, 기회주의적인 행동의 방지를 위한 예방비용이 소요된다. 따라서 조직신뢰는 조직의 경쟁력을 갖추기 위한 인프라로서의 역할을 가장 많이 가지고 있는 사회적 자본의 구성요소라고 할 수 있다.

현대사회에서 사회의 발전 인프라로서 Trust, Network, Norm 으로 대변되는 사회적 자본은 그 가치에 대한 중요성이 나날이 증가하고 있다(APO, 2006; APO, 2008). 그 중, 신뢰에 대한 부분은 모든 사회의 상거래와 공공서비스 등에서 가장 중요하면서 또한 기본이 되는 개념이다. 사회적 신뢰가 형성되지 않으면 그러한 개별 이해당사자, 거래자 등이 새로운 신뢰형성을 위해 사회는 막대한 사회적 비용을 지출해야 할 것이다. 이처럼 사회의 성장, 발전을 위해서 사회적 자본 중 신뢰가 중요한 개념임을 보았을 때 기업의 현상을 진단하고 미래의 성장발전을 예측하는 데 있어서도 동일한 기준으로 해석할 수 있다. 즉, 기업이 지속적인 성장을 이루기 위해서는 내부적인 단합과 함께 같은 목표를 향해 매진하는 동질성 확보와 직원과 직원간의 개인적인 신뢰가 아닌 공동의 믿음으로 형성된 신뢰가 중요한 성장 발전요소일 것이다. 이러한 기업 내의 “신뢰인프라”를 통해 대외거래, 서비스 제공 등에 있어서 경쟁사보다 보다 빠르게 양질의 재화와 용역을 제공할 수 있을 것이고 이를 통해 기업은 성장 발전할 것이기 때문이다.

사회적 자본을 사회가 아닌 기업에 비유한 “사내 사회적 자본”의 형성이 기업의 성장발전에 중요한 요소이며 그중 “신뢰”는 먼저 선행되어 구축되어야 할 “사내 사회적 자본”의 선행요소인 것이다. 이를 보았을 때 벤처기업 사회적 책임 인증기업은 비인증기업보다 신뢰를 통한 “사내 사회적 자본”의 구축이 선행되어 있으므로 기업의 성장발전이 보다 기대될 수 있다고 할 수 있

다. 따라서 벤처중소기업의 사회적 책임 이행 및 이를 통한 제3자 인증인 사회적 책임 인증은 그 고유의 순수한 의미와 더불어 파생적인 효과로서 기업의 사회적 자본을 촉진 및 축적시킴으로써 벤처중소기업의 지속적인 성장과 발전을 위한 토양 및 인프라 역할을 할 수 있다는 것을 본 연구자는 제기하고자 한 것이며, 이를 통해 더욱 활발한 벤처중소기업의 사회적 책임의 이행이 뒤따라기를 희망한다.

## 7. 논의 및 제한점

### 7.1 사회적 책임 인증제도의 확산 필요

사회적 책임 인증제도의 성과는 기업이 사회적 소명을 다함과 동시에 조직구성원의 신뢰를 유발하고 이를 통해 조직성과에 영향을 미치는 것으로 예상된다. 조직신뢰는 조직만족에 유의미한 영향을 미치고 있으므로 기업은 사회적 책임 본연의 책무를 이행함과 아울러 조직성과에 긍정적인 결과를 가져오게 될 것이며 기업은 기업 본연의 목적인 성과창출을 위해 보다 적극적으로 사회적 책임을 성실히 수행해야 할 것이다. 특히, 중소기업은 자금의 부족과 경영자의 사회적 책임에 대한 인식과 실천력의 부족 등으로 대기업과 중견기업에 비해 사회적 책임을 이행하기가 쉽지 않은 것이 현실이다. 그러나 최근 기업가정신을 발현시키는 수단인 창업이 끊임없이 일어나는 경제구조에서 이제는 경영자가 부의 창출만을 위해 노력하는 기업은 사회가 원하지 않는다는 것을 명심하고 사회와 함께하며 사회에 기여하는 것을 기업의 또 다른 목표로 하는 기업으로서의 기업목적 을 가지고 있어야 성공할 수 있다는 것을 이해해야 한다.

현재는 과거와 달리 사회적 책임에 대한 경영자의 의지가 높아졌다. 따라서 업력이 오래된 성공한 대기업보다도 창업한지 얼마 되지 않는 젊은 경영자는 보다 더 사회적 책임의 이행을 위해 노력할 수 있을 것이며 사회적 책임이 기업의 성공을 위한 중요한 요소임을 감안하면 대기업보다도 더욱 더 강점이 있다고 할 수 있다. 즉, 벤처기업의 사회적 책임은 대기업보다 벤처중소기업에서 보다 용이하게 실시할 수 있으며, 이를 통해 벤처기업은 새로운 경쟁력을 갖출 수 있을 것으로 보인다.

사회적 책임이 순수한 의미에서의 접근과 더불어 여타 인증과 같이 궁극적으로 조직의 성과를 향상시키기 위해서는 인증자체보다 인증 후의 지속적인 활동 또한 중요하다고 본다. 따라서 사회적 책임 인증은 그 자체

가 목적이 아니며 보다 성실한 사회적 책임의 이행을 위한 과정으로서, 인증을 위한 인증으로 그칠 것이 아니라 이의 지속적인 실행을 위한 노력이 인증기업에게 요구된다.

## 7.2 벤처기업 사회적 책임의 중요성

벤처기업의 사회적 책임 이행은 조직신뢰를 제고시키고 조직신뢰는 사회적자본의 중추적인 개념으로서 조직의 지속적인 발전과 혁신성의 제고에 필요한 인프라로서의 역할을 한다. 사회적 자본은 탈 물질주의적 가치관이 기업가정신을 저해하지만 신뢰 등 사회적자본의 증진을 통해 거래비용을 낮추고 생산성을 증가시킴으로서 조직의 성장발전에 기여할 것이다(이동원, 2009). 벤처기업의 사회적 책임은 기업의 이윤추구가 아닌 사회 구성원으로서의 청지기정신에 입각한 사회 기여를 해야 하는 이유가 있다. 그러나 자발적인 청지기정신은 벤처중소기업에게 사회적 책임의 이행을 유도하기에는 기업의 재무적 여유와 인적 여유가 대기업에 비해 부족하다. 따라서 이번 연구에서 주장하는 것처럼 사회적 책임이 조직신뢰를 통해 사회적자본 형성에 기여하고, 사회적자본 형성은 벤처기업의 성장발전에 도움이 된다는 것을 벤처기업 CEO가 인지하였을 때 벤처중소기업의 사회적 책임은 보다 활성화될 것으로 기대한다. 이번 연구는 이런 차원에서 조직신뢰를 바탕으로 한 사회적자본이 제고됨으로써 지속적인 성장과 발전의 토대가 됨을 연구를 통해 제시하였다. 따라서 사회적 책임 이행이 파생적으로 기업경쟁력을 강화한다는 것을 제시하였으며, 많은 벤처기업들이 사회적 책임 이행에 보다 관심을 가지고 성실히 참여하기를 기대한다.

대기업의 사회적 책임 못지않게 벤처중소기업도 대기업으로부터의 일방적인 수혜관계에서 벗어나 자체적으로도 사회적 책임을 성실히 이행할 때 대기업에게 상생협력을 요청하는 것이 당연하다고 생각한다. 따라서 벤처중소기업 또한 사회의 주요 구성기관으로서 사회적 책임을 성실히 이행하여야 하며 이를 위해서 사회적 책임이 사회적 자본의 형성에 영향을 미치는 긍정적 작용에 대해 본 연구자는 시사점을 제기하였다.

벤처기업이 현재 대기업보다 열악한 사회적 책임과 미미한 지속가능경영 활동의 이행을 보이고 있지만, 최근 대기업보다 더욱 높은 사회적 책임 이행의지를 가지고 있는 벤처기업 CEO가 많고, 규모의 특징으로 인해

대기업과 차별화된 사회적 책임의 이행이 가능한 만큼 벤처기업의 사회적 책임 이행이 결과적으로 벤처기업의 경쟁력을 강화시켜 지속가능하게 성장하는데 큰 역할을 할 것으로 기대한다. 따라서 벤처기업 CEO와 벤처기업이 사회적 책임을 올바로 이행할 수 있도록 벤처기업 CEO의 사회적 책임에 대한 관심제고와 함께 벤처기업 구성원의 사회적 책임에 대한 이행노력과 벤처기업을 지원하는 정부 및 기업관련 지원기관의 더욱 적극적인 관심과 지원이 필요하다고 하겠다.

## 7.3 연구의 제한점

본 연구는 벤처중소기업의 사회적책임이 조직신뢰, 사회적자본의 형성에 영향을 미치고 이를 통해 벤처중소기업의 경쟁력을 강화할 수 있음을 실증하고자 하였으나, 몇 가지 연구의 한계를 가지고 있다. 그 첫째는 사회적 책임 인증을 받은 기업의 표본 추출을 위해 노력하였음에도 불구하고 모집단수가 적음으로 인해 많은 수의 샘플을 확보하지 못하였다. 둘째, 기업성과적인 측면에서 조직유효성 즉, 인지적성과만을 측정하였으므로 재무적인 성과를 병행하여 측정하지 못하였다. 셋째, 두 집단의 차이검증을 위해 인정받은 기업의 대응집단의 설정에 있어서 기업규모, 업종 등에 대한 정확한 매칭을 이루지 못한 아쉬움이 있다. 넷째, 사회적 책임과 윤리경영을 포괄적 의미에서 유사하게 인식하고 연구를 진행하였다. 향후 연구에서는 사회적 책임 인증기업 수가 증가한 상황에서 업종별, 조직규모별, 직급별 비교 연구 등 다양한 연구가 이루어지기를 기대한다.

## 참고문헌

- [1] 김광수, 최상학(2011), “혁신활동별 성과 인식의 기대 차이에 관한연구”, 『품질경영학회지』, 39권, 1호, pp. 109-119.
- [2] 김용학(1996), 「사회구조와 행위」, 사회비평사.
- [3] 박경렬(1997), “일본 중소기업의 기술력에 관한 연구”, 『한국중소기업학회』, 19권, 2호, pp. 41-74.
- [4] 박우봉(2006), “기업윤리와 조직유효성의 관계에 관한 연구”, 경상대학교 박사학위논문.
- [5] 박종승(2008), “호텔기업의 사회적자본, 조직신뢰, 조직몰입간 구조적 관계에 관한 연구”, 세종대학교 박사학위논문.
- [6] 박종철, 김경진, 이한준(2010), “한국형 기업의 사회적 책임활동 측정을 위한 척도개발연구”, 『한국마케팅저



- 널」, 12권, 2호, pp. 27-52.
- [7] 매일경제신문(2011), 「사회적 책임 다하는 기업, 주가도 높다」, 매일경제신문 2011. 9. 1.
- [8] 서건석(2002), “한국 벤처기업의 윤리 이슈와 윤리경영 수준의 영향요인에 관한 연구”, 한양대학교 석사학위논문.
- [9] 신진교, 조정일(2011), “중소기업의 사회책임경영(CSR)이 경영활동과 기업성과에 미치는 영향”, 「중소기업연구」, 33권, 1호, pp. 105-119.
- [10] 양세영(2008), “조직윤리와 성과간 관계에 있어서의 변수 및 척도선정에 관한 연구”, 「윤리경영연구」, 9권, 2호, pp. 1-30.
- [11] 윤대혁(2004), “중소기업 경영자의 윤리수준과 경영성과의 관련성 연구”, 「중소기업연구」, 26권, 4호, pp. 99-139.
- [12] 윤현덕, 성종수(2011), “조직구성원의 윤리의식과 혁신성향이 조직성과에 미치는 영향”, 「품질경영학회지」, 39권, 2호, pp. 199-216.
- [13] 이경복(1996), “사회적 자산의 형성과 활용”, 「노사관계연구」, 7권, pp. 265-290.
- [14] 이동원(2009), 「제3의 자본, 사회적 자본은 어떻게 증진되는가?」, 삼성경제연구소.
- [15] 이상일(2006), “사회적자본과 인적자본의 관계에 관한 소고”, 「인재논총」, 2권, pp. 97-111.
- [16] 이영현(2006), “사회적 자본 연구동향”, 「The HRD Review」, 9권, 3호, pp. 94-101.
- [17] 이학식, 임지훈(2009), 「구조방정식 모형분석과 AMOS 16.0」, 법문사.
- [18] 정효선(2007), “호텔리어의 윤리경영이 종사원의 개인 조직 적합성, 이직의도, 직무만족도, 조직성과에 미치는 영향”, 경희대학교 박사학위논문.
- [19] 최철현(2007), “조직문화 유형과 노조민주화가 조직유효성에 미치는 영향에 관한 연구”, 창원대학교 박사학위논문.
- [20] 홍종인(2009), 「ISO 품질경영시스템 혁신가이드」, 한국표준협회미디어.
- [21] APO(2006), *Social Capital and Business Transformation in Asia*, Asian Productivity Organization, Tokyo.
- [22] APO(2008), *Social Capital in Asia*, Asian Productivity Organization, Tokyo.
- [23] Aupperle, K. E., Carroll, A. B. and Hatfield, J. D. (1985), “An Empirical Examination of the Relationship between Social Responsibility and Profitability.” *Academy of Management Journal*, Vol. 28, No. 2, pp. 446-463.
- [24] Borgatti, S. P. and Foster, P. C.(2003), “The Network Paradigm in Organizational Research: A Review and Typology”, *Journal of Management*, Vol.29, No.6, pp. 991-1013.
- [25] Bourdieu, P.(1986), *Handbook of Theory and Research for Sociology of Education*, Grandwood Press, Westport.
- [26] Brace, D. J., Butterfield, K. D. and Skaggs, B. C.(1998), “Relationships and Unethical Behavior: A Social Network Perspective”, *The Academy of Management Review*, Vol.23, No.1, pp.14-31.
- [27] Buchanan, B.(1974), “Building Organizational Commitment : The Socialization of managers in Work Organizations”, *Administrative Science Quarterly*, Vol. 19, No. 4, pp.533-546.
- [28] Caldwell, C., Bichshoff, S. J. and Karri, R.(2002), “The Four Umpires: A Paradigm for Ethical Leadership”, *Journal of Business Ethics*, Vol.36, pp.153-163.
- [29] Coleman, D. J.(1988), “Social Capital in the Creation of Human Capital”, *American Journal of Society*, Vol.94, pp. 95-120.
- [30] Coleman, D. J.(1990), *Foundations of Social Theory*, Cambridge, Belknap Press of Harvard University Press, Boston.
- [31] Collins, J. C. and Porras, J. I.(1994), *Built to last: Successful Habits of Visionary Companies*, Harper Business, New York.
- [32] Commings, L. S.(2000), “The Financial Performance of Ethical Investment Trusts: An Australian Perspective.” *Journal of Business Ethics*. Vol. 25, No. 1, pp. 79-82.
- [33] Cufaude, J.(1999), “Creating Organizational Trust”, *Association Management*, Vol. 51, No. 7, pp. 26-35.
- [34] Davis, A. L. and Rothstein, H. R.(2006), The Effects of the Perceived Behavioral Integrity of Managers on Employee Attitude: A Meta-analysis, *Journal of Business Ethics*, Vol. 67, pp.407-419.
- [35] D’Aveni, R. A.(1990), “Top Managerial Prestige and Organizational Bankruptcy”, *Organization Science*, Vol. 1, No. 2, pp. 121-142.
- [36] Delmonize, A. S. and Franz, T. L.(2008), “Entrepreneurial Network Development: Trusting in the Process”, *Journal of Business Research*, Vol. 61, pp. 315-322.
- [37] Dirks, K. T. and Ferrin, D. L.(2001), “The Role of Trust in Organizational Settings”, *Organization Science*, Vol. 12, No. 4, pp. 450-467.
- [38] Eisenberger, R., Huntington, R., Hutchison, S. and Sowa, D.(1986), “Perceived Organizational Support”, *Journal of Applied Psychology*, Vol. 71, No. 3, pp.

- 500-507.
- [39] Eisenhardt, K. M. and Schoonhoven, C. B.(1996), "Resource-based View of Strategic Alliance Formation: Strategic and Social Effects in Entrepreneurial Firms", *Organization Science*, Vol. 7, No. 2, pp. 136-150.
- [40] Fukuyama, F.(1995), *The Social Virtues and the Creation of Prosperity*, Free Press, New York.
- [41] Granovetter, M. S.(1973), "The Strength of Weak Ties", *American Journal of Sociology*, Vol. 78, pp. 1360-1380.
- [42] Heaphy, M. and Gruska, G.(1985), *The Malcolm Baldrige National Quality Award: A Yardstick for Quality Growth*, Addison Wesley Publishing, Boston.
- [43] Hill, W. L. and Jones, T. M.(1992), "Stakeholder-Agency Theory", *Journal of Management Studies*, Vol. 29, No. 2, pp. 131-154.
- [44] Hosmer, L. T.(1995), "Trust: The Connecting Link between Organizational Theory and Philosophical Ethics", *Academy of Management Review*, Vol. 20, No. 2, pp. 379-403.
- [45] Hoyle, D.(1994), *Quality Systems Handbook*, Butterworth Heinemann 2nd, Oxford.
- [46] International Organization for Standardization(2010), *ISO 260000 Social Responsibility*, ISO, Geneva.
- [47] Houghton, J. D. and Neck, C. P.(2002), "The Revised Self-Leadership Questionnaire", *Journal of Managerial Psychology*, Vol. 17, No. 8, pp. 672-691.
- [48] Jenkins, H.(2004), "A Critique of Conventional CSR theory : An SME Perspective", *Journal of General Management*, Vol. 29, No. 4, pp. 37-57.
- [49] Koh, H. C. and Boo, E, H.(2001), "The Link between Organizational Ethics and Job Satisfaction. A Study of Managers in Singapore." *Journal of Business Ethics*, Vol. 29, No. 4, pp. 309-324.
- [50] Konovsky, M. A. and Pugh, S. D.(1994), "Citizenship Behavior and Social Exchange", *Academy of Management Journal*, Vol. 37, pp. 656-669.
- [51] Larson, A.(1992), "Network Dyads in Entrepreneurial Settings: A Study of the Governance of Exchange Relationships", *Administrative Science Quarterly*, Vol. 37, No. 1, pp.76-104
- [52] Lauver, K. J. and Kristof-Brown, A.(2001), "Distinguishing between Employees' Perceptions of Person-job and person-organization Fit", *Journal of Vocational Behavior*, Vol. 59, No. 3, pp. 454-470.
- [53] Lepoutre, J. and Heence, A.(2006), "Investigating the Impact of Firm Size on Small Business Social Responsibility : A critical Review", *Journal Business Ethics*, Vol. 67, pp. 257-273.
- [54] Loury, G. C.(1977), *Dynamic Theory of Racial Income Differences*, Lexington Books, Lexington.
- [55] Matthai, J. M.(1989), *Employ Perceptions on Trust, Satisfaction, and Commitment as Predictors of Turnover Intentions in a Mental Health Setting*, Vanderbilt University. Nashville.
- [56] McAllister, D. J.(1995), "Affect-and Cognition-based Trust as Foundations for Interpersonal Cooperation in Organizations", *Academy of Management Journal*, Vol. 38, No. 1, pp. 24-59.
- [57] Mishra, J. and Morrissey, M. A.(1990), "Trust in Employee/Employer Relationship: A survey of West Michigan Managers", *Public Personal Management*, Vol. 19, No. 4, pp. 443-463.
- [58] Morrow, P. C.(1983), "Concept Redundancy in Organizational Research: The Case of Work Commitment", *Academy of Management Review*, Vol. 34, pp. 180-205.
- [59] Narayan, J. and Pritchett, L.(1997), *Cents and Sociability: Household Income and Social Capital in Rural Tanzania*, World Bank, Washington, D. C.
- [60] Nahapiet, J. and Ghoshal, S.(1998), "Social Capital, Intellectual Capital and the Organizational Advantage", *Academy of Management Review*, Vol. 23, No. 2, pp. 242-266.
- [61] Nash, L.(1990), *Good Intentions Aside*, Harvard Business School Press, Boston.
- [62] Oh, H. S., Chung, M. H. and Labianca, G.(2004), "Group Social Capital and Group Effectiveness: The Role of Informal Socializing Ties", *Academy of Management Journal*, Vol. 47, No. 6, pp. 860-875.
- [63] Offerman, L. R.(1998), *Leading and Empowering Diverse follows*, Academy of Leadership Press, Thousand Oaks.
- [64] O'Reilly, C. A., Chatman, J. and Caldwell, D. F.(1991), "People and Organizational Culture: A Profile Comparison Approach to Assessing Person-Organization Fit", *Academy of Management Journal*, Vol. 34, No. 3, pp. 487-516.
- [65] O'Reilly, C. A. and Chatman, J.(1986), "Organizational Commitment & Psychological Attachment: The Effects of Compliance, Identification & Internalization on Pro-social Behavior", *Journal of Applied Psychology*, Vol. 71, pp. 492-499.
- [66] Pava, M. L. and Krausz, J.(1996), "The Association

- between Corporate Social Responsibility and Financial Performance: The Paradox of Social Cost”. *Journal of Business Ethics*, Vol. 15, No. 3, pp. 221-257.
- [67] Paxton, P.(1999), “Is Social Capital Declining in the US? A Multiple Indicator Assessment”, *American Journal of Sociology*, Vol. 105, No. 1, pp. 88-127.
- [68] Pfeffer, J.(1998), *The Human Equation: Building Profits by Putting People First*, Harvard Business School Press, Boston.
- [69] Podsakoff, P. M., Mackenzie, S. B. and Bommer, W. H.(1996), “Transformational Leader Behaviors and Substitutes for Leadership as Determinants of Employee Satisfaction, Commitment, Trust, and Organizational Citizenship Behaviors”, *Journal of Management*, Vol. 22, No. 2, pp. 259-299.
- [70] Putnam, R. D.(1995), “Bowling Alone: America’s Declining Social Capital”, *Journal of Democracy*, Vol. 6, pp. 65-78.
- [71] Robinson, S. L.(1996), “Trust and Breach of the Psychological Contract”, *Administrative Science Quarterly*, Vol. 41, pp. 574-599.
- [72] Seashore, S. E., Lawler, E. E., Mirvis, P. H. and Cammann, C.(1982), *Observing and Measuring Organizational Change: A guide to field practice*, John Wiley and Sons Publishers, New York.
- [73] Sheldon, M. E.(1971), “Investment and Involvements as Mechanisms Producing Commitment to the Organization”, *Administrative Science Quarterly*, Vol. 16, pp. 142-150.
- [74] Tan, H. and Tan, C.(2000), “Toward the Differentiation of Trust in Superior and Trust in Organization”, *Genetic, Social, & General Psychology Monographs*, Vol. 126, No. 2, pp. 241-261.
- [75] Temple, J. and Johnson, P.(1998), “Social Capability and Economic Growth”, *Quarterly Journal of Economics*, Vol. 113, No. 3, pp. 965-990.
- [76] Tsai, W. and Ghoshal, S.(1998), “Social Capital and Value Creation : The Role of Intra-firm networks”, *Academy of Management Journal*, Vol. 40, No. 4, pp. 464-476.
- [77] Uzzi, B.(1997), “Social Structure and Competition in Inter-firm Networks: The Paradox of Embeddedness”, *Administrative Science Quarterly*, Vol. 42, pp. 35-67.
- [78] Valentine, S., Godkin, L. and Lucero, M.(2002), “Ethical Context, Organizational Commitment and Person-Organization Fit”, *Journal of Business Ethics*, Vol. 41, No. 4, pp. 349-360.
- [79] Verschoor, C. C.(1998), “A Study of the Link between a Corporation’s Financial Performance and Its Commitment.” *Journal of Business Ethics*. Vol. 17, No. 13, pp. 1509-1516.
- [80] Waddock, S. A. and Graves, S. G.(1997), “The Corporate Social Performance -Financial Performance Link.” *Strategic Management Journal*, Vol. 18, No. 4, pp. 303-319.
- [81] Weaver, G. R., Trevino, L. K. and Cochran, P. L. (1999), “Corporate Ethical Programs as Control System: Influences of Executive Commitment and Environmental Factors”, *Academy of Management Journal*, Vol. 42, No. 1, pp. 41-58.
- [82] Westphal, J. D.(1999), “Collaboration in the boardroom: Behavioral and Performance Consequences of CEO-board Social Ties”. *Academy of Management Journal*, Vol. 42, No. 1, pp. 7-24.
- [83] Zucker, L. G.(1986), “Production of Trust: Institutional Sources of Economic Structure”, *Research in Organizational Behavior*, Vol. 8, pp. 53-111.

2012년 3월 30일 접수, 2012년 5월 8일 1차 수정, 2012년 5월 21일 2차 수정, 2012년 5월 21일 채택