

주류도매업체의 CSR활동과 경영성과 관계에 대한 연구

정헌배(중앙대학교 경영경제대학 경영학부 교수)*

국 문 요 약

본 연구는 종합주류도매업체의 사회적 책임이 관계품질과 조직성과 간의 관련성을 탐색하고자 하였으며, 첫째, 사회적 책임(소비자 책임, 경제적 책임, 자선적 책임, 환경적 책임)이 정직성 신뢰와 호의성 신뢰에 미치는 영향을 살펴보고자 하였으며, 둘째, 정직성 신뢰와 호의성 신뢰가 조직성과에 미치는 영향을 살펴보고자 하였다. 이 연구를 위하여 종합주류도매업체의 사업자 대표를 연구대상으로 선정하여 설문조사 및 연구결과를 도출하였다.

분석결과를 살펴보면, 첫째, 사회적 책임이 정직성신뢰에 미치는 영향력을 분석한 결과 경제적 책임과 환경적 책임이 정직성 신뢰에 영향을 미치는 것으로 나타났다. 둘째, 사회적 책임이 호의성 신뢰에 미치는 영향력을 분석한 결과 경제적 책임과 환경적 책임이 호의성 신뢰에 영향을 미치는 것으로 나타났다. 마지막으로 정직성 신뢰와 호의성 신뢰가 조직성과에 미치는 영향력을 분석한 결과 정직성 신뢰가 조직성과에 영향을 미치는 것으로 나타났다. 본 연구는 사회적 책임과 관계 품질간의 의 영향관계를 확인하였으며, 또한 정직성 신뢰와 호의성 신뢰가 조직성과 간의 영향관계를 확인하였다는 데 의의가 있다.

핵심주제어: 사회적 책임(소비자책임, 경제적책임, 자선적 책임, 환경적 책임), 정직성 신뢰, 호의성 신뢰, 조직성과

1. 문제의 제기와 연구목적

세상에 존재하는 모든 기업에게는 사회적 책임(CSR)이 있다. 사실상 사회를 기초로 하지 않는 기업은 없기 때문이다. 기업은 단순히 경제적 목적의 조직 집합체이기에 앞서 종업원과 주주 그리고 고객과 협력업체는 물론이고 더 나아가 지역사회나 국가 등과 같은 광범위한 인간적 요소의 집합체이기에 사회적인 책임을 갖는다.

기업에게 요구되는 사회적 책임의 수준은 기업의 규모나 형태 그리고 사업내용과 입지 위치 등에 따라 달라지기도 한다. 그리고 사회적 책임요인의 시대적 중요성에 따라 관심도도 달라진다. 과거 소비자, 근로자 중심으로 논의되었던 사회적 문제가 최근 급속한 지구온난화 진전에 따른 환경문제로 중심축이 옮겨가는 양상을 보이는 것도 이러한 이유에 기인한다. 그래서 이제는 지속가능한 성장을 위한 경제, 환경 그리고 사회의 공존(TBL: Triple Bottom Line)¹⁾이 시대적 화두가 되고 있다.

지금까지 기업의 사회적 책임이 주로 글로벌 기업이나 대기

업 중심으로 논의되어온 것이 사실이나 이제는 정부기관, NGO 등 모든 조직들에 대해서도 사회적 책임 요구가 확산되고 있다. 대표적인 국제경제협력기구인 OECD²⁾가 ‘사회적 책임을 위한 다국적 기업의 가이드라인’ 등을 만들어 널만큼 구체화되고 있는 것이 오늘의 현실이다(Kim, 2009).

공사기업을 막론한 모든 기업에게 보편적으로 요구되기 시작한 오늘의 시대적 변화 추세 속에 CSR의 중요성이 특히 강조되어야 할 부문이 있다. 사업의 성격상 배타적 이권을 보장받는 국가면허 사업자군(事業者群)이 이 범주에 속한다. 국가면허사업자는 특정사업을 배타적으로 영위할 수 있다는 측면에서 제한된 경쟁 상황 하에서 어느 정도 이권을 보장받는 특별한 수혜를 누리는 사업자이다. 이러한 관점에서 국가면허 사업자는 거의 공공기관에 준하는 사회적 역할과 책임이 요구되는 것이 당연할 것이다.

그러나 현실은 전혀 그렇지 못한 실정이다. 종합주류도매업³⁾ 면허사업자의 경우 “술”이라는 신체적 사회적 그리고 경제적

* 제1저자, 중앙대학교 경영경제대학 경영학부 교수, hbjeong@cau.ac.kr

· 투고일: 2015-11-09 · 수정일: 2015-12-15 · 게재확정일: 2015-12-16

1) TBL: Triple Bottom Line: 지구촌 사회가 지속적으로 성장가능하기 위해서는 환경(Environment) 경제(개발: Development) 그리고 사회(Society)가 서로를 배려하며 공존해야 한다는 의미.

2) OECD: Organization for Economic Cooperation and Development(경제 협력 개발 기구)

3) 종합주류도매업면허는 전국을 시장권역별로 나누어 국제정이 부여한 1,200여개 면허사업자에게 배타적 사업권을 부여하고 있다.

위험을 야기할 수 있는 특수 재화⁴⁾를 상품으로 취급한다는 명분으로 지역별 사업자 총수 T/O제를 운용하는 등 배타적이고 안정적인 사업권을 확보하고 있으나 이들 사업체에 대한 사회적 책임문제는 본격적으로 거론되지 않고 있는 실정이다. 오히려 마스크에 빈번하게 대두되듯이 주류도매업자가 지역의 폭력배와 연계하여 사업권을 확보하는 것처럼 인식되고 있어 사회적 위해집단(危害集團)이라는 오해를 사고 있는 것도 사실이다. 따라서 종합주류도매업체들이 지속가능하기 위해서는 이러한 사회적 오해와 불신을 불식시키고 진정한 입장에서 사회와 함께하는 책임 있는 기업으로 환골탈태할 필요가 있다.

본 연구는 대표적인 국가면허사업자인 종합주류도매업체의 CSR활동실태를 통하여 이들 활동이 경영성과에 어떠한 영향을 미치는가를 실증 분석하여 종합주류도매면허업체의 지속 가능한 성장전략의 방향을 제시하는데 목적이 있다.

II. 이론적 배경 및 가설설정

지금까지 기업의 사회적 책임의 효과에 관한 많은 연구들이 수행되어 왔다. 그러나 대부분의 연구들은 기업의 사회적 책임활동이 기업이미지, 기업명성, 고객 충성 등 주로 사업에 직접적으로 이익을 준다는 외부효과 검증에 주안점을 두어 왔다. 실제적으로 기업들은 사회적 책임활동을 통한 브랜드 인식과 자산을 확립하고 개선하는 것이 근본적인 이유임을 숨기지 않았으며 이를 통한 긍정적인 효과확인이 연구의 주된 목표가 되어왔다(Sen & Korshun, 2006; Margolis & Walsh, 2003) 그리고 이제는 이러한 목적의 연구가 사회단체나 공기업, 그리고 국가면허업체 등과 같이 공공성이 공식적으로 요구되는 조직은 물론이고 환경 및 노동관련 단체에까지도 범주를 넓혀가며 필요성이 강조되기에 이르렀다.

공공기관이나 공기업 같은 공공부문의 조직은 시민사회의 관계에서 사회적 책임 정책을 관리하는 주체이자 동시에 실천대상인 객체이다. 그리고 이들은 본원적으로 민간부문보다 더 엄격하게 공적책임무성(public accountability)을 수행할 책무를 지니고 있다(Ra, 2010). 더구나 이제는 사회적 책임활동이 이들 조직에 대한 평가와 존립의 필요성을 제고할 수 있는 기준으로 활용되기에 이르렀다. 국가 면허사업체는 그 사업적 기능이 공공성 뿐만 아니라 사업소득에 관련된 경제성이 혼합적으로 작용한다. 공공성을 확보하기위해 사업성을 포기할 수는 없다는 전제가 다른 순수 공공조직과는 다른 점이다. 그럼에도 불구하고 사회적 책임활동은 공기업수준이상으로 보여주어야 배타적으로 보장받는 이권에 대한 보상이 될 것이다.

그러나 현실적으로 국가면허 사업체는 고사하고 공기업의 사회적 책임활동과 경영성과와 상관관계에 대한 연구마저 일천한 실정이다. 아울러 조직성과에 영향을 미치는 조직 구성원의 신뢰, 조직몰입도 등과 같은 세부 요인 연구가 다양하게 이루어지지 못하고 있다. 다행스러운 것은 많은 선행연구에서 조직신뢰가 조직성과의 핵심 변수임이 증명되고 있어(Zahcer, et. al.(1998) 사회적 책임활동이 조직구성원의 신뢰에 긍정적 영향을 준다는 사실이 구체적으로 확인된다면 이를 통하여 공기업이나 국가면허업체들의 경우에도 그 결과를 준용하는데 무리가 없을 것이다.

기업의 사회적 책임과 조직신뢰간의 관계를 설명하는 선행 연구 중 Rhee & Choi(2004)은 조직신뢰는 조직이 높은 성과를 달성하는데 도움을 준다는 사실을 확인하였다. 특히 조직신뢰는 조직의 장기적인 안정성과 조직 구성원들이 강한 공동체 의식을 형성시킴으로 이 또한 조직성과에 긍정적 영향을 주는 것으로 설명된다. 결국 국가면허업체의 사회적 책임 활동 역시 어떻게 조직성과에 영향을 미치는지를 종업원의 조직신뢰라는 내부적 관점요인에서 살펴보면, 이러한 조직신뢰가 경영성과와 어떤 관계를 형성시키는지 설명할 수 있을 것이다.

본 연구에서는 이를 검증하기 위해 한 준거로 Carroll(1979)이 기업의 사회적 책임 활동으로 분류한 경제적, 법률적, 윤리적, 재량적(자선적) 책임요인을 토대로 활용하였다.⁵⁾ 그리고 Carrol이 연구하던 시대에는 사회적 책임요인으로 크게 부각되지 않았던 환경적 책임요인을 덧붙여 실증 검증변수로 활용하였다. 참고로 환경적 책임요인의 중요성은 1992년 리우 지구정상회담이후 본격화된 환경경영연구를 통하여 분명히 확인되어왔다.⁶⁾

이에 덧붙여 Hwang(2010)는 기업의 사회적 책임활동을 경제적 차원과 자선적 차원 순으로 향상시켜야 조직성과가 유익하게 높아질 수 있다는 것을 검증한바가 있다. 이는 곧 기업의 사회적 책임활동은 관계품질 및 조직성과에도 긍정적인 영향을 미친다는 것을 의미한다. 광범위한 개념으로서 사회적 성과와 기업가치관계에 대한 분석을 통하여 사회적인 공헌활동 뿐만 아니라 공정성, 건전성, 소비자보호, 종업원만족도, 환경보호, 경제발전기여도 등의 관점에서 사회적 성과가 높은 기업이 경제적으로도 믿을 만한 기업일 가능성이 높다는 결론을 내리고 있다.

기업의 신뢰에 대한 상대적 영향력을 분석한 결과 기업명성보다는 사회적 책임의 영향력이 더 큰 것으로 나타남으로서 기업의 사회적 책임 활동은 기업의 평판과 기업의 성과에 긍정적인 영향을 미치는 중요한 자산으로 작용함을 알 수 있다(Kim & Ha, 2015; Yoon, Sung, & Seo, 2012).

4) “술”의 신체적 위험은 과음 등으로 인한 개인적 건강문제, 사회적 위험은 음주운전 안전사고 등으로 사회적 위해문제 그리고 탈세 등과 같은 경제적 위험을 의미한다.
5) 참고로 Carroll은 초기에 ‘재량적(discretionary) 책임’ 또는 ‘자발적(voluntary) 책임’으로 제시하기도 했으나, 이후 이를 ‘자선적(philanthropic) 책임’으로 통합해서 사용하고 있다.
6) 탁월한 환경 성과가 종업원의 생산성과 제품의 질을 향상시키며, 환경적 책임이 강한 기업이 좋은 경제적 성과를 나타낸다. 또한, 전략적으로 통합된 환경경영은 기업의 성과를 향상시킨다(Porter and van der Linde, 1995; Schmidheiny, 1992; Schrivastava, 1995)

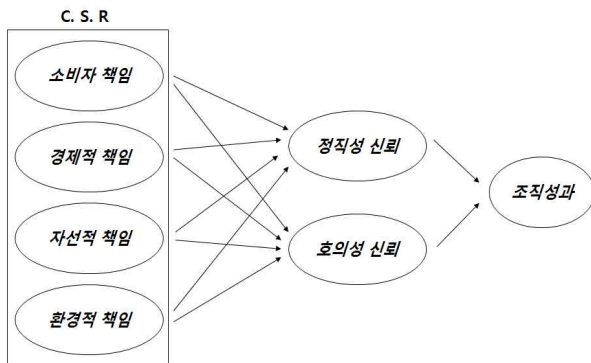
이러한 이론적 배경을 바탕으로 본 연구에서 사회적 책임(소비자 책임, 경제적 책임, 자선적 책임, 환경적 책임), 관계품질(정직성 신뢰, 호의성 신뢰)과 조직성과 간의 관계에 대한 가설을 설정해 보면 다음과 같다.

- 가설 1 소비자 책임은 정직성 신뢰에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.
- 가설 2 경제적 책임은 정직성 신뢰에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.
- 가설 3 자선적 책임은 정직성 신뢰에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.
- 가설 4 환경적 책임은 정직성 신뢰에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.
- 가설 5 소비자 책임은 호의성 신뢰에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.
- 가설 6 경제적 책임은 호의성 신뢰에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.
- 가설 7 자선적 책임은 호의성 신뢰에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.
- 가설 8 환경적 책임은 호의성 신뢰에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.
- 가설 9 정직성 신뢰는 조직성과에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.
- 가설 10 호의성 신뢰는 조직성과에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

III. 연구방법

3.1 연구모형

본 연구는 CSR에 관련한 기존의 선행연구들을 토대로 이론체계를 정리하여 연구모형을 추출하고 그 결과로 부터 가설을 설정하여 실증적으로 검증하였다. 연구모형의 구성요소로 소비자, 종업원, 경제적, 자선 및 환경적 책임 등 4개 요인을 독립변수로 활용하였으며 이를 보완 설명하는 정직성과 호의성 관점을 매개변수로 조직성과와의 관계를 분석하였다.



<그림 1> 연구모형

3.2 표본 및 자료수집 방법

실증분석에 활용된 표본은 모집단 1,112업체 중 중앙회장, 지방협회장 및 그 산하 지역 협의회장 등 대표성을 갖는 사업자 대표 150명을 임의 추출하여 활용하였다. 설문지는 크게 인구통계적 부문과 현재 실천하고 있는 CSR활동부문 그리고 조직성과 부문으로 나누어 대표자와 직접 면담을 통해 설문하였다. 참고로 실증분석에 활용된 유효 설문지는 총 95부이었다.

표본의 특성을 보면 연령은 40대(6.3%), 50대(50.5%), 60대(40.0%), 70대(3.2%)으로 나타났으며, 사업경력은 1~9년(7.4%),

10~20년(17.3%), 21~30년(42.0%), 31년 이상(33.3%)으로 나타났으며, 법인형태는 합명회사(7.4%), 합자회사(17.3%), 유한회사(42.0%), 주식회사(33.3%)의 분포를 보였다.

3.3 각 구성개념의 정의와 측정문항

본 연구에서 사용된 설문지 문항들은 기업의 사회적 책임활동과 관련된 4개 영역(소비자 책임, 경제적 책임, 자선적 책임, 환경적 책임), 관계품질(정직성 신뢰, 호의성 신뢰) 및 조직성과 변수를 측정하였다. Dahlsrud(2008)는 기업의 사회적 책임활동에 대한 정의를 위해서 기존의 37개연구들을 종합 분석한 후 5개 차원들로 재구성했다. 이들 차원들은 이해관계자 차원, 사회적 차원, 경제적 차원, 자선적 차원, 환경적 차원으로 구분했다. 국내에서는 Kim, et. al.(2005)의 연구에서 기업의 사회적 책임에 대한 척도 개발이 이루어졌다. 이들은 Carroll(1979)이 제시한 네 가지 추상적 개념과 함께 사회적 기부, 환경보호, 지역·문화사업활동, 소비자 보호와 같은 구체적인 개념을 종합하여 척도개발을 했다. 최종적으로 5개의 차원들인 사회공헌활동, 지역·문화사업활동, 소비자 보호, 환경보호, 경제적 책임으로 분류하였다. 따라서 본 연구는 Dahlsrud(2008)와 Kim, Kim, et. al.(2005)의 연구를 바탕으로 기업의 사회적 책임활동을 4개 하위 차원인 소비자 차원, 경제적 차원, 자선적 차원, 환경적 차원으로 분류하였다.

관계품질은 Roberts and Brodie(2003)의 연구에서 사용된 측정도구를 바탕으로 6개 항목을 사용하여 기업의 정직성에 대한 신뢰, 기업의 호의성에 대한 신뢰 같은 2가지 차원들로 측정하였다.

조직성과는 다음의 연구들에서 사용된 측정도구를 바탕으로 모두 5개의 항목을 사용하였다(Wartick and Cochran, 1985; McGuire et. al. 1988). 위 연구들을 바탕으로 회사의 성장, 시장점유율 확대, 사업성공, 수익실현, 혁신 등 기업의 재무 및 비재무적 성과를 측정하기 위한 5개의 문항으로 구성되어 있다.

3.4 분석 방법

본 연구에서 자료 분석을 위해 부분최소자승법(partial least squares: PLS)을 이용하는 SmartPLS 2.0이 사용되었다. PLS(Partial Least Square)는 LISREL, EQS, AMOS등의 구조 모델링 분석기법에 비해 상대적으로 적은 샘플 수에서도 복잡한 인과모형의 설명력을 나타낼 수 있을 뿐만 아니라, 변수의 타당성을 측정하는 측정모형과 변수의 경로와 설명력을 나타내는 구조모형을 동시에 측정할 수 있다(Chin, 1998).

PLS에서 구조 모형의 검증은 경로계수의 크기와 부호, 통계적 유의성, 선행 변수를 통해 설명되는 종속변수의 결정 계수 값을 통하여 이루어진다(Chin, 1998). 한편, 본 연구에서는 모든 경로의 유의성을 검증하기 위하여 부트스트랩 재표본(Bootstrap Resampling) 절차를 수행하였다(Cotterman and Senn, 1992).

IV. 실증분석

4.1 측정모형의 확인적 요인분석

<표 1> 잠재변수에 대한 표준 요인부하량, 요인부하량의 t-값 및 신뢰성 지수

잠재변수	측정항목	요인 부하량	t-값	Composite Reliability	Cronbach α	AVE
소비자 책임	우리 회사는 소비자의 권익을 존중한다.	0.730	3.329	.781	.611	.549
	우리 회사는 고객에게 믿을 수 있고 유용한 정보를 제공한다.	0.599	2.066			
	우리 회사는 고객에게 안전하며 고객의 사용목적에 맞는 제품과 서비스를 제공한다.	0.869	3.472			
경제적 책임	우리 회사는 항상 생산성 향상을 노력한다.	0.837	14.048	.867	.769	.685
	우리 회사는 건전하고 수익성 있는 자금운용을 하고 있다.	0.762	10.947			
	우리 회사는 장기적 관점에서 경영계획을 수립하고 성공을 계획한다.	0.880	29.661			
자선적 책임	우리 회사는 적극적인 자선활동을 한다.	0.903	40.175	.948	.927	.821
	우리 회사는 이윤의 일부를 사회에 환원한다.	0.892	14.802			
	우리 회사는 단순히 이익창출을 넘어서 자족사회의 발전에 기여와 역할을 다한다.	0.939	59.563			
	우리 회사는 판매액의 일정부분을 자선단체에 기부한다.	0.890	33.078			
환경적 책임	우리 회사는 가끔씩 환경 친화적 제품 또는 서비스를 제공한다.	0.667	6.261	.827	.691	.617
	우리 회사는 환경을 오염시키는 행위가 적발된 적이 없다.	0.807	7.039			
	우리 회사는 재활용 등 환경보호에 책임을 다한다.	0.868	23.672			
정직성 신뢰	우리 회사는 정직한 기업이라고 생각한다.	0.672	4.072	.845	.726	.648
	우리 회사는 활동적인 기업이라고 생각한다.	0.850	21.590			
	우리 회사는 내가 신뢰할 수 있다.	0.877	46.061			
호의성 신뢰	우리 회사는 종업원의 삶의 질 향상에 대해 지속적인 관심을 갖고 있다.	0.911	43.600	.903	.840	.756
	우리 회사는 종업원이 고충을 말할 때 이해심을 가지고 대해준다.	0.805	4.371			
	우리 회사는 종업원 입장에서 볼 때 믿고 의지할 수 있는 기업이다.	0.889	27.919			
조직성과	우리 회사의 사업 활동은 경쟁 업체들로 부터 부러움과 신뢰를 받고 있다.	0.787	13.293	.933	.910	.735
	우리 회사는 업계에서 매출과 시장점유율이 높은 편이다.	0.846	16.496			
	주요 경쟁사와 비교하여 우리 회사는 더 빨리 성장하고 있다.	0.903	38.590			
	주요 경쟁사와 비교하여 우리 회사는 더 많은 수익을 내고 있다.	0.896	37.463			

측정모형에 대한 평가는 일반적으로 수렴타당성(Convergent Validity)과 판별타당성(Discriminant Validity)을 이용한다. 수렴타당성은 구성개념에 대한 복합신뢰도(CR: Composite Reliability)와 평균분산추출(AVE: Average Variance Extracted) 등에 의하여 검증될 수 있다(Fornell and Larcker, 1981). 복합신뢰도는 측정변수의 내적 일관성을 평가하는 것으로 0.7 이상이 평가기준이고, 평균분산추출은 구성개념에 대하여 측정변수가 설명할 수 있는 분산의 크기를 의미하는 것으로 0.5 이상이 평가기준이다. 한편, 판별타당성을 검증하는 방법은 잠재변수의 평균분산추출(AVE)이 잠재변수간 상관계수의 제곱보다 크면 판별타당성이 있는 것으로 간주한다(Yu, 2012; Chin, 1998; Fornell and Larcker, 1981).

<표 1>와 같이 측정모형에서 각 차원의 AVE가 0.5 이상이고, 표준화된 요인부하량이 0.5-0.95 사이의 값이며(0.7 이상이 바람직함), 요인부하량의 t-값들이 1.965(또는 2.0) 이상으로서 유의하기 때문에(유의수준 0.05, t-값/CR(Critical Ratio) > 1.965, p < 0.05) 집중타당성이 있는 것으로 나타났다(Yu, 2012; Bagozzi and Yi, 1988; Fornell and Larcker, 1981; Hair et al. 2012). <표 1>에서 t-값은 Bootstrapping(표본 수 500)을 수행하

여 나온 결과이다.

<표 2>와 같이 측정모형의 경우에는, 잠재변수들 간의 상관계수행렬에서 가장 큰 상관계수인 0.741(정직성 신뢰와 호의성 신뢰 간의 상관계수)의 제곱인 (0.741)²=0.549보다 정직성 신뢰의 AVE(0.648)와 호의성 신뢰의 AVE(0.756)가 모두 크기 때문에 판별타당성이 있는 것으로 나타났다(Yu, 2012; Fornell and Larcker, 1981; Hulland, 1999).

<표 2> 잠재변수들 간의 상관계수

변수	1	2	3	4	5	6	7
1 소비자 책임	.741						
2 경제적 책임	.261	.910					
3 자선적 책임	.183	.340	.952				
4 환경적 책임	.025	.469	.418	.785			
5 정직성 신뢰	.229	.728	.418	.582	.805		
6 호의성 신뢰	.131	.689	.379	.587	.741	.869	
7 조직성과	.098	.605	.222	.327	.677	.547	.857

주: 대각선에 제시되어 있는 값은 AVE의 제곱근

4.2 구조모형의 경로분석

4.2.1 구조모형의 적합도 및 설명력

PLS는 내생변수의 설명력 최대화, 즉 분산설명력 최대화 또

는 구조오차 최소화가 목적이며 AMOS나 LISREL 등을 사용한 공분산구조모형에서 사용되는 적합도 지수들이 사용되지 않는다(Chin, 1998; Vinzi et al. 2010). 대신에 <표 3>과 같이 다음 세 가지를 종합하여 예측적합도와 전반적 적합도를 판단하게 된다(Chin, 1998; Hulland, 1999; Tenenhaus et al. 2005).

첫째, 내생변수의 설명력을 나타내는 결정계수 R2값을 예측적합도 지수로 사용하며, 상(0.26 이상), 중(0.13~0.26), 하(0.02~0.13)로 구분하여 판단한다. 내생변수의 R2값을 살펴보면 정직성 신뢰 .618, 호의성 신뢰 .569, 조직성과 .463으로 매우 높게 나타나 구조모형의 적합성이 존재하는 것으로 판단된다.

둘째, 내생변수의 중복성(redundancy)값을 예측적합도 지수로 사용하며, 이 값이 0보다 크면 예측적합도가 있는 것으로 판단한다. 정직성 신뢰 .049, 호의성 신뢰 .039, 조직성과 .069로 나타나 예측적합도가 존재하는 것으로 판단된다.

셋째, 구조모형의 전반적 적합도는 모든 내생변수의 R2의 평균과 각 차원들의 공통성(Communality)평균을 곱한 값의 제곱근으로 산출하며, 상(0.36이상), 중(0.25~0.36), 하(0.10~0.25)로 구분하여 판단한다. 본 연구에서는 전반적 적합도(Goodness-of-Fit Index)는 .615로 나타나 GoF의 평가기준 .36을 초과하는 것으로 나타나 본 연구에서 사용한 구조모형이 좋은 적합도를 가지고 있다는 것을 의미한다.

<표 3> 구조모형의 적합도

	R2	중복성	공통성
소비자 책임			.549
경제적 책임			.685
자선적 책임			.821
환경적 책임			.617
정직성 신뢰	.618	.049	.648
호의성 신뢰	.569	.039	.756
조직성과	.463	.069	.735
평균	.550	.052	.687
전반적만족도		.789	

4.2.2 가설검증

구조모형의 적합성을 토대로 구조모형의 각 경로의 유의성을 검증하기 위해 부트스트랩 재표본(Bootstrap Resampling) 절차를 수행하여 각 연구가설의 검정을 실시하였다. 부트스트랩 재표본 기법은 표본자료로부터 복원추출에 의해 동일한 분포를 갖는 측정치를 추정하는 방법으로서 PLS경로모형에서 주로 경로계수의 유의성을 평가하기 위해 일반적으로 사용되는 방법이다(Cotterman and Senn, 1992).

PLS Algorithm을 통해 나온 표준화된 경로계수들과 PLS Bootstrapping(표본 수 500)을 통해 나온 경로계수의 t-값 및 유의성 검증 결과는 다음의 <표 4>에 요약하였다. 방향성 가설에 대한 단측검정이기 때문에, 유의수준 $\alpha=.05$ 에서 $|t| > 1.645$ 이면 경로계수와 가설이 유의하다(Yu, 2012). 가설 1을 검증한 결과, 소비자 책임($t=0.539$)이 정직성 신뢰에 통계적으로 유의한 영향을 미치지 않는 것으로 나타났으며, 가설 2을 검증한 결과, 경제적 책임($t=6.153$)가 정직성 신뢰에 유의한

영향을 미치는 것으로 나타났으며, 가설 3을 검증한 결과 자선적 책임($t=1.301$)이 정직성 신뢰에 유의한 영향을 미치지 않는 것으로 나타났으며, 가설 4을 검증한 결과 환경적 책임($t=2.622$)이 정직성 신뢰에 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났으며, 가설 5을 검증한 결과, 소비자 책임($t=0.325$)이 호의성 신뢰에 통계적으로 유의한 영향을 미치지 않는 것으로 나타났으며, 가설 6을 검증한 결과, 경제적 책임($t=6.085$)가 호의성 신뢰에 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났으며, 가설 7을 검증한 결과 자선적 책임($t=1.161$)이 호의성 신뢰에 통계적으로 유의한 영향을 미치지 않는 것으로 나타났으며, 가설 8을 검증한 결과 환경적 책임($t=4.330$)이 호의성 신뢰에 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났으며, 가설 9을 검증한 결과 정직성 신뢰($t=5.101$)이 조직성과에 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났으며, 가설 10을 검증한 결과 호의성 신뢰($t=0.728$)가 조직성과에 통계적으로 유의한 영향을 미치지 않는 것으로 나타났다.

<표 4> 가설검증 결과

가설	경로	경로계수	표준오차	t-값	검증결과
가설1	소비자 책임→정직성 신뢰	.061	.112	0.539	기각
가설2	경제적 책임→정직성 신뢰	.545	.089	6.153	채택
가설3	자선적 책임→정직성 신뢰	.104	.080	1.301	기각
가설4	환경적 책임→정직성 신뢰	.282	.107	2.622	채택
가설5	소비자 책임→호의성 신뢰	-.028	.086	0.325	기각
가설6	경제적 책임→호의성 신뢰	.526	.086	6.085	채택
가설7	자선적 책임→호의성 신뢰	.076	.065	1.161	기각
가설8	환경적 책임→호의성 신뢰	.309	.0714	4.330	채택
가설9	정직성 신뢰→조직성과	.603	.118	5.101	채택
가설10	호의성 신뢰→조직성과	.100	.137	0.728	기각

5. 결론 및 시사점

본 연구에서는 종합주류도매업체의 사업자 대표를 대상으로 사회적 책임(소비자 책임, 경제적 책임, 자선적 책임, 환경적 책임)이 정직성 신뢰와 호의성 신뢰에 미치는 영향을 살펴보았고, 또한 정직성 신뢰와 호의성 신뢰가 조직성과에 미치는 영향을 살펴보았다. 주요 연구결과는 다음과 같다.

첫째, 기업의 사회적 책임활동의 4차원이 각각 조직구성원과의 관계품질에 미치는 영향관계를 분석한 결과, 기업의 사회적 책임활동 4차원들 중에서 경제적 책임, 환경적 책임이 관계품질(정직성 신뢰와 호의성 신뢰)에 영향을 미치는 것으로 나타났다.

둘째, 관계품질(정직성 신뢰, 호의성 신뢰)이 조직성과에 미치는 영향관계를 분석한 결과 정직성 신뢰가 조직성과에 영향을 미치는 것으로 나타났다.

본 연구는 다음과 같은 몇 가지 한계점이 있다. 첫째, 종합주류도매업체의 사회적 책임활동의 평가지표를 도출함에 있어서 여러 측면에서 대기업과는 다른 특수성을 가지고 있다. 종합주류도매업체는 노동집약적인 업종이며, 낮은 부가가치와

상대적으로 취약한 협상력으로 인하여 사업의 수익성이 제약되어 있으며 기업의 사회적 책임활동의 수행을 위한 경제적 여력이 제약되어 있는 실정이다. 본 연구에서는 종합주류도매업체의 사회적 책임활동의 차원들을 선정함에 있어서 종합주류도매업체의 특수성을 고려하지 못한 한계점을 지니고 있다.

둘째, 대기업에 비하여 종합주류도매업체는 매우 다양한 분포를 특성으로 한다. 업의 업종, 규모, 성장 단계 등 특성에 적절한 독자적인 평가지표 체계를 개발하는 것이 필요할 것이다. 본 연구에서 제시한 기업의 사회적 책임활동의 차원에 대한 지표 및 성과변수인 관계품질, 조직성과에 대한 지표가 종합주류도매업체에는 적합하지 않을 수도 있다. 이에 종합주류도매업체에 적절한 지표 및 평가체계를 선별하여 구성하는 것이 필요할 것이다.

REFERENCE

- Bagozzi, R. P., & Yi, Y.(1988). On the Evaluation of Structural Equation Models, *Journal of the Academy of Marketing Science*, 16(1), 74-94
- Carroll, A. B.(1979). A Three Dimensional Conceptual Model of Corporate Social Performance, *Academy of Management Review*, 4, 497-505.
- Chin, W.(1998). *The Partial Least Squares Approach for Structural Equation Modeling*, in *Modern Methods for Business Research*, Marcoulides, G.(Ed.), Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum Associates, 295-336.
- Cotterman, W., & Senn, J.(1992). *Challenges and Strategies for Research in Information Systems Development*, Chichester, John Wiley&Sons.
- Dahlsrud, A.(2008). How Corporate Social Responsibility is Defined: an Analysis of 37 Definitions, *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 15, 1-13.
- Fornell, C., & Larcker, D.(1981). Evaluating Structural Equation Models with Unobservable Variables and Measurement Error, *Journal of Marketing Research*, 18(1), 39-50.
- Hair, J., Sarstedt, M., Ringle, C., & Mena, J.(2012). An Assessment of the Use of Partial Least Squares Structural Equation Modeling in Marketing Research, *Journal of the Academy of Marketing Science*, 40(3), 414-433.
- Hulland, J.(1999). Use of Partial Least Squares (PLS) in Strategic Management Research: A Review of Four Recent Studies, *Strategic Management Journal*, 20(2), 195-204.
- Hwang, M. K.(2010). *The Effect of Corporate Social Responsibility on the Relationship Quality Between Organization's Members and the Organizational Performance*, Master thesis, The Graduate School Yonsei University
- Kim, H. R., Kim, N. M., Yoo, K. H., & Lee, M. K.(2005). Developing a Scale for Evaluating Corporate Social Responsibility, *Korean Corporation Management Association*, 20(2), 67-87.
- Kim, S. S.(2009). A Study on the History of Theoretical Changes of Corporate Social Responsibility(CSR), *Korean Corporation Management Association*, 16(1), 1-25.
- Kim, S. W., & Ha, K. S.(2015). The Effects of CSR and Firm Reputation of Financial Institutions on Loyalty: Focusing on the Mediation Effect of Trust, *Asia-Pacific Journal of Business Venturing and Entrepreneurship*, 10(3), 27-38
- Margolis, J. D., & Walsh, J. P.(2003). Misery Loves Companies: Rethinking Social Initiatives by Business, *Administrative Science Quarterly*, 48(2), 268-305.
- McGuire, J. B., Sundgren, A., & Schneeweis, T.(1988). Corporate Social Responsibility and Firm Financial Performance, *Academy of Management Journal*, 31(4), 854-872.
- Ra, Y. J.(2010). *A Study on the Social Responsibility of Public Authorities*, The Korean Association for Public Administration.
- Rhee, J. H., & Choi, I. B.(2004). Relationship Among Organizational Justice, Trust and Organizational Effectiveness, *Korean Academy of Management*, 12(1), 93-132.
- Roberts, K. S., & Brodie, V. R.(2003). Measuring the Quality of Relationships in Consumer Services: An Empirical Study, *European Journal of Marketing*, 37(1/2), 169-196.
- Sen, S., Bhattacharya, C. B., & Korschun, D.(2006). The Role of Corporate Social Responsibility in Strengthening MultipleStakeholder Relationships: A Field Experiment, *Journal of the Academy of Marketing Science*, 34(2), 158-166.
- Tenenhaus, M., Vinzi, V., Chatelin, Y. & Lauro, C.(2005). PLS Path Modeling, *Computational Statistics & Data Analysis*, 48(1), 159-205.
- Vinzi, V., Trinchera, L., & Amato, S.(2010). *PLS Path Modeling: From Foundations to Recent Developments and Open Issues for Model Assessment and Improvement*, in *Handbook of Partial Least Squares*, Vinzi, V et al.(Eds.), pringer-Verlag Berlin Heidelberg.
- Wartick, S. L., & Cochran, P. L.(1985). The Evolution of the Corporate Social Performance Model, *Academy of Management Review*, 10, 758-765.
- Yoon, H. D., Sung, J. S., & Seo, R. B.(2012). The Effect of Cooperate Social Responsibility in Supply Chain Management (SC-CSR) on the Willingness to Initiate CSR in Small and Medium-sized Enterprises, *Asia-Pacific Journal of Business Venturing and Entrepreneurship*, 7(2), 25-34
- Yu, J. P.(2012). *Structural equation modeling concepts and understanding*, Hannarae Publishing Co.
- Zaheer A., McEvily B., & Perrone V.(1998). Does Trust Matter? Exploring the Effects of Inter-Organizational and Inter-Personal Trust on Performance, *Organization Science*, April, 141-159.

Study on the Relationship Between CSR Activities and Financial Performance of The Liquor Licensed Wholesalers

Jeong, Heonbae*

Abstract

The purpose of this study is to explore the relationships among CSR activities, relationship quality, and organizational performance in an exclusive Liquor licensed Wholesalers in Korea. In this research, CSR activities consists of four factors including characterizes(consumer, economy, philanthropy, and environment). First, this study investigated how CSR activities affected both Honesty Trust and Reciprocity Trust, second analyzed how both Honesty Trust and Reciprocity Trust influenced organizational performance. The data were obtained from a questionnaire handed out to a random sample of 95 individuals that exclusive license operators. With the information obtained, and after the scales validation process, PLS(Partial Least Square) has been conducted.

The analysis results indicate that CSR activities, relationship quality, and organizational performance in an exclusive license operators. According to the analysis, first, both economy and environment affect both Honesty Trust and Reciprocity Trust. second Honesty Trust affect organizational performance. Finally, based in the findings of this study, theoretical contribution and managerial implications are discussed.

Keywords: CSR activities, Honesty Trust, Reciprocity Trust, Organizational Performance.

* Professor, School of Business Administration, Chung-Ang University, hbjeong@cau.ac.kr