

중소기업 ESG 경영 활동이 조직의 비재무적 경영성과에 미치는 영향에 관한 연구

강현규*, 임상호**

순천향대학교 박사과정*, 순천향대학교 교수**

A study on the impact of ESG (Environmental, Social, and Governance) management activities of small and medium-sized enterprises on the organization's non-financial performance

Hyun-Gyu Kang*, Sang-Ho Lim**

Doctoral student, Soonchunhyang University*

Professor, Soonchunhyang University**

요약 본 연구에서는 중소기업을 대상으로 ESG 경영활동이 조직의 비재무적 경영성과에 미치는 영향을 조사하였다. 설문조사 자료 78부를 활용하여 분석한 결과를 요약하면 다음과 같다. 첫째로, ESG 경영활동이 내부고객만족도에 긍정적인 영향을 미쳤다. 상관계수는 .679로 다소 높은 상관관계를 나타내었고, 결정계수(R^2)는 .461로 46.1%의 설명력을 보였다. 또한, 베타값은 .679이며, t 값은 8.058이고 p 값은 .000으로 내부고객만족도에 통계적으로 유의한 영향을 미쳤다. 둘째로, ESG 경영활동이 기업 신뢰에도 긍정적인 영향을 미쳤다. 상관계수는 .695로 다소 높은 상관관계를 보였고, 결정계수(R^2)는 .483으로 48.3%의 설명력을 보였다. 베타값은 .695이며, t 값은 8.429이고 유의확률은 .000으로 기업 신뢰에 유의미한 영향을 미쳤다. 본 연구는 중소기업의 ESG 경영활동을 조직의 비재무적 경영성과 간의 관계를 밝혔다는 데 그 의미를 두었다. 이러한 결과는 기업이 사회적 책임을 다하고 지속 가능한 경영을 통해 내부고객만족도와 기업 신뢰를 증진시킬 수 있음을 시사한다.

주제어 중소기업, ESG경영활동, 조직, 비재무적, 경영성과

Abstract The study investigated the impact of ESG management activities on the non-financial performance of organizations, focusing on small and medium-sized manufacturing companies. Using data from 78 survey responses, the following results were summarized. Firstly, ESG management activities positively influenced internal customer satisfaction. The correlation coefficient was .679, indicating a moderately strong correlation, and the coefficient of determination (R^2) was .461, explaining 46.1% of the variance. Additionally, with a beta value of .679, a t -value of 8.058, and a p -value of .000, ESG management activities had a statistically significant impact on internal customer satisfaction. Secondly, ESG management activities also had a positive impact on corporate trust. The correlation coefficient was .695, indicating a moderately strong correlation, and the coefficient of determination (R^2) was .483, explaining 48.3% of the variance. The beta value was .695, the t -value was 8.429, and the significance probability was .000, indicating a significant influence on corporate trust. The study aimed to shed light on the relationship between ESG management activities of small and medium-sized enterprises and their non-financial performance. These results suggest that companies can enhance internal customer satisfaction and corporate trust through fulfilling social responsibilities and practicing sustainable management.

Key Words Small and medium-sized businesses, ESG management activities, organization, non-financial, corporate performance

본 논문은 강현규 석사논문의 설문지 일부를 발췌하여 재구성한 것임

Received 08 Apr 2024, Revised 17 Apr 2024

Accepted 25 Apr 2024

Corresponding Author: Sang-Ho Lim

(Soonchunhyang University)

Email: 35limsangho@gmail.com

ISSN: 2466-1139(Print)

ISSN: 2714-013X(Online)

© Industrial Promotion Institute. All rights reserved. This is an open-access article distributed under the terms of the Creative Commons Attribution Non-Commercial License (<http://creativecommons.org/licenses/by-nc/3.0>), which permits unrestricted non-commercial use, distribution, and reproduction in any medium, provided the original work is properly cited.

1. 서론

기업의 경영활동의 목적은 매출 증대를 통해 이익을 극대화하고 주주의 가치를 제고하는 것이다. 그러나 현대 기업은 단순히 재무적인 성과만을 추구하는 것을 넘어서, 사회적 책임을 다하는 기업으로서의 역할을 강조 받고 있다. 특히 중소기업은 그 규모와 한정된 자원 때문에 이러한 사회적 책임을 다하는 것이 더욱 중요하며, 이는 기업의 ESG(환경, 사회, 지배구조) 경영 활동으로 나타났다. 최근 몇 년 동안, ESG 경영은 기업의 재무적 성과뿐만 아니라 비재무적인 측면에서도 중요성을 갖추고 있으며, 이는 조직의 지속가능성과 사회적 가치에 대한 관심이 높아지고 있기 때문이다.

중소기업은 지역사회와 밀접한 관계를 가지고 있기 때문에, ESG 경영활동을 통해 사회적 가치를 창출할 수 있다. 환경적으로 지속가능한 경영을 실천함으로써 지역사회의 환경 보호에 기여할 수 있고, 사회적 책임을 다함으로써 지역사회의 발전에 기여할 수 있다. 또한, 다양성과 포용을 존중하는 조직문화를 구축하는 것은 조직 내외에서의 사회적 편견과 차별을 줄이고 사회적 공정성을 증진할 수 있다. 또한, ESG 경영활동은 중소기업의 경쟁력을 강화하는 데 기여할 수 있다.

ESG 활동은 기업의 비재무적 성과를 판별하는 중요한 요인 중 하나로 부각되고 있다. 중소기업의 ESG 경영활동이 단순히 환경, 사회, 지배구조 측면에서의 책임을 넘어서, 조직의 지속가능성, 사회적 가치, 경쟁력 등 다양한 측면에서 중요한 영향을 미치고 있다. 더불어 중소기업은 ESG 경영활동을 통해 비재무적인 가치를 창출하고 이를 통해 장기적인 성공을 이루기 위한 노력을 계속해야 한다. 중소기업의 경우 ESG경영에 대한 인식과 필요성이 대기업에 비해 상대적으로 미흡한 현실이었으나 점차 적극적으로 참여하는 기업이 증가하고 있는 추세이다[1]. 이에 본 연구에서는 중소기업의 ESG 경영활동이 조직의 비재무적 경영성과에 미치는 영향을 파악하고자 다음과 같이 연구문제를 제시하고자 한다. 그 구체적인 내용을 살펴보면 다음과 같다.

첫째, ESG 경영활동이 내부고객만족도에 미치는 영향은 어떠한가?

둘째, ESG 경영활동이 기업신뢰에 미치는 영향은 어떠한가?

2. 이론적 배경

ESG는 기업의 환경(Environment), 사회(Social), 지배구조(Governance) 비재무적인 요소이며 이는 장기적 관점에서 지속가능성과 증장기 기업 가치에 영향을 주는 지표이며[2], 지속가능경영의 근간이 되고, 주주, 종업원, 고객, 협력업체, 지역사회 등 여러 이해관계자에 의한 기업 운영의 정당성 확보가 기업의 증장기적인 성장에 중요한 영향을 미칠 수 있다[1].

비재무적 성과는 성과측정의 질적 평가를 의미하고 그 성과지표는 중요성이 인정되고 있으나 측정의 범위가 넓어 단기적 성과보다는 장기적 성과에 중점을 두고 있으며[4], 중소기업의 ESG 경영은 비재무적인 성과를 의미한다.

경영성과는 기업의 인적, 물적자원의 효과적이고 효율적인 관리를 통하여 얻어지는 결과이다. 기업은 일정 기간동안 조직이 달성할 다양한 목표를 가지고 있으며 조직의 목표 달성 여부는 성과로 표현될 수 있다[9]. 또한 경영성과는 포괄적으로 사업성과를 포함하는데 지금까지 기업의 수익성이나 성장성은 재무적 지표를 사업성과의 측정변수로 이용한 연구들도 있다. 이러한 사업성과는 재무적 성과와 운영성으로 구분된다. 재무적 성과는 기업의 핵심 요소인 수익 달성 정도를 의미하며, 운영성과는 재무적 성과가 제외된 비재무적 성과를 의미한다[12].

내부고객만족이란 기업의 내부고객, 즉 구성원에게 제공하는 서비스에 대해 내부고객이 인지하는 기대치와 지각의 갭(Gap)에서 발생하는 만족감을 의미하며, 이러한 내부고객만족은 조직문화에서 시작된다고 볼 수 있다. 또한 내부직원 만족이 높은 회사의 경우, 자신이 본인의 역할에 만족한다는 동기부여로 인해 고객에게 진심과 정성을 다해 서비스를 제공할 수 있다고 하였다[11].

신뢰는 윤리적으로 정당화할 수 있는 행동에 대한 기대 즉, 윤리적인 분석 원칙에 따라 행하여지는 도덕적으로 옳은 결정과 행동이라고 정의하였으며, 또한 기업과 브랜드에 대한 신뢰는 고객과의 커뮤니케이션에 있어 믿음을 증명해 보이는 일련의 행동들이라고 정의한다[3].

ESG 경영은 내부 구성원의 만족에 영향을 미칠 뿐

만 아니라 자신의 조직에 대하여 강한 정서적 결합이 있는 직원은 직접적인 보상을 받지 않더라도 조직의 이익을 이끌어내는 행동을 선택하게 된다[6]고 하였다. 이처럼 기업과 고객 간의 관계 형성에 있어 신뢰 구축은 비재무적 성과 측면에서도 매우 중요하다고 볼 수 있다.

중소기업의 ESG는 이해관계자들과 긴밀한 연결고리가 존재하며 ESG 경영에 대한 시대적 요구는 이미 중소기업도 예외가 아닌 것을 알 수 있다.

3. 선행연구

김용풍(2022)은 ESG의 사회 요인에 대한 인식과 지배구조 요인에 대한 인식은 비재무적 성과인 고객 관점에서 영향을 미치고 있다고 하였다[4].

박윤수(2023)는 중소기업 경영자의 경영성과에 대한 중요도와 만족도를 비교 연구한 결과, 중요도 인식에서는 장기 생존에 대한 유의적인 차이나 영향이 확인되지 않았지만, 이익 중심 재무적 성과와 비재무적 성과에 대한 만족도와 가중만족도 평가에서는 장기 생존에 대한 유의적인 차이와 영향이 검증되었다[5].

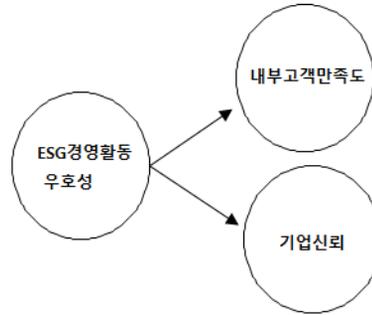
이지현(2022)은 중소기업의 ESG(환경, 사회, 지배구조) 활동과 경영성과 간의 관계에서 중소기업의 환경(E) 활동, 사회(S) 활동, 지배구조(G) 활동은 모두 비재무적 성과에 영향을 미치고 있다고 하였다[7].

김진규(2023)는 기업의 ESG 경영활동이 조직 구성원의 조직에 자부심, ESG 만족에 유의한 영향을 미치는 것으로 확인되었으며 ESG 경영활동에 대한 신뢰를 높이는 것이 필요하다고 하였다[8].

김대영(2022)은 기업의 비재무적 경영성과를 중·장기적으로 증진시키기 위해서는 위험감수성의 성향과 사회적 가치 추구 성향이 높은 의사결정권자의 사회적 기업이 정신이 비재무적 성과로 바로 연결되는 유의한 결과를 보이지는 않으나, ESG 경영의 사회(S)와 거버넌스(G)요인을 매개요인으로 거쳐 가면 비재무적 성과 증진에도 도움이 될 수 있다고 하였다[10].

강지호(2016)는 기업신뢰와 기업의 비재무적 경영 성과가 기업의 사회적 가치에 긍정적인 영향을 미칠 것이라는 가설은 모두 채택되었다. 기업신뢰와 기업의 비재무적 경영성과의 관계에서는 기업신뢰가 기업의 사회적 가치에 영향이 더 큰 것으로 나타났다[12].

본 연구는 이론적 배경 및 선행연구를 기반으로 ESG 경영활동과 비재무적 경영성과 간의 관계를 이해하고 분석하는 것에 연구의 의의를 두었다. ESG 경영활동이 비재무적 경영성과에 직간접적으로 영향을 미치는 인과관계를 분석을 하고자 [그림 1]과 같이 연구모형을 설정하였다.



[그림 1] 연구모형

4. 자료수집 및 분석 방법

자료수집은 본 연구자의 석사논문 일부를 발췌하여 재구성하였으며 설문지 총 78부를 바탕으로 실증분석을 실시하였다.

본 연구에서는 중소 제조기업의 ESG 경영활동을 독립변수로 제시하였고 조직의 비재무적 경영성과에 미치는 영향을 분석하고자 한다.

수집된 자료를 분석하기 위해 IBM SPSS Statistics 20.0을 활용하여 빈도분석, 요인분석, 신뢰도분석, 상관분석, 회귀분석을 실시하였다.

5. 연구 결과 분석

5.1 조사대상자의 일반적 특성

본 연구 조사대상자의 일반적인 특성을 알아보기 위해 빈도분석을 실시하였다.

분석 결과는 다음 <표 1>과 같다. 성별에는 남자 61명(78.2%), 여자 17명(21.8%), 고용형태는 정규직 58명(74.4%), 임시계약직 20명(25.6%) 순으로 나타났고, 평균 매출액은 10~50억 미만 39명(50%), 연령은 50대 이상 31명(39.7%), 학력은 대학졸업 32명(41%),

〈표 1〉 조사대상자의 일반적인 특성 (N=78)

구분		빈도수	비율	누적(%)
성별	남자	61	78.2	78.2
	여자	17	21.8	100
고용 형태	정규직	58	74.4	74.4
	임시계약직	20	25.6	100
평균 매출액	10억 미만	20	25.6	25.6
	10~50억 미만	39	50	75.6
	50억 이상~100억 미만	8	10.3	85.9
	100억 이상	11	14.1	100
연령	20~30대 이상	25	32.1	32.1
	40대 이상	22	28.2	60.3
	50대 이상	31	39.7	100
학력	고졸 이하	21	26.9	26.9
	전문대 졸	13	16.7	43.6
	대학 졸	32	41	84.6
	대학원 재학 이상	12	15.4	100
현 직장 근속 년수	3년 미만	14	17.9	17.9
	3~5년 미만	19	24.4	42.3
	5~10년 미만	30	38.5	80.8
	10년 이상	15	19.2	100
직급	실무자(대리 이하)	24	30.8	30.8
	중간관리자(과장급)	21	26.9	26.9
	관리자(부장급)	14	17.9	17.9
	임원급(사장, 이사)	19	24.4	24.4

현 직장 근무년수는 5~10년 미만 30명(38.5%), 직급은 실무자(대리 이하) 24명(30.8%)이 가장 많은 것으로 나타났다.

5.2 신뢰도 및 타당도 분석

분석 결과는 〈표 2〉와 같다. 요인분석 방법으로 베리맥스(Varimax) 회전을 실시하였다. 총 27개 문항을 사용하여 11개 문항을 제거하였으며 3개 요인이 확인되었다. 또한 신뢰도 분석결과 기업신뢰(.926), ESG 경영활동 우호성(.907), 내부고객만족도(.934)로 나타났다. 이처럼 Cronbach의 알파값은 .9 이상으로 신뢰도는 높게 나타났다. 또한 KMO와 Bartlett 구형성 검정 결과 .918로 높은 수치를 보여주고 있고 $p < .001$ 수준에서 유의하게 나타나 타당성은 검증되었다.

〈표 2〉 신뢰도 및 타당도 분석

변수	기업신뢰	ESG 경영활동 우호성	내부고객만족도
기업신뢰5	.854	.191	.277
기업신뢰3	.768	.216	.373
기업신뢰4	.763	.261	.305
기업신뢰2	.688	.393	.351
기업신뢰1	.685	.376	.269
기업신뢰8	.646	.315	.337
ESG경영활동 우호성2	.181	.823	.273
ESG경영활동 우호성4	.137	.819	.172
ESG경영활동 우호성3	.295	.802	.254
ESG경영활동 우호성5	.368	.745	.212
ESG경영활동 우호성1	.487	.637	.245
내부고객만족도8	.385	.315	.772
내부고객만족도9	.358	.396	.747
내부고객만족도7	.240	.458	.739
내부고객만족도10	.494	.151	.718
내부고객만족도11	.573	.155	.676
고유값	4.680	4.009	3.566
분산(%)	29.248	25.057	22.288
Cronbach의 알파	.926	.907	.934
KMO와 Bartlett의 검정	.918 / 1098.568***		

*** $p < .001$

5.3 상관관계분석

분석 결과는 〈표 3〉과 같다. 상관계수는 기업신뢰와 ESG 경영활동 우호성 간의 상관계수는 .695, ESG 경영활동 우호성과 내부고객만족도 간의 상관계수는 .679로 다소 높은 상관관계가 있으며, 기업신뢰와 내부고객만족도 간의 상관계수는 .815로 높은 상관관계

〈Table 3〉 상관 분석

Categories	평균	표준편차	기업신뢰	ESG경영활동우호성	내부고객만족도
기업신뢰	4	.772	1		
ESG경영활동우호성	3.43	.867	.695**	1	
내부고객만족도	3.67	.869	.815**	.679**	1

** $p < .01$

가 있는 것으로 확인되었다. 모든 변수들의 상관관계는 $p < .01$ 수준에서 유의한 관계가 있는 것으로 나타났다.

5.4 회귀분석

분석 결과는 <표 4>, <표 5>와 같다.

분석 결과, ESG 경영활동과 내부 고객 만족도 간의 상관관계수가 .679로 나타났고, 이는 강한 양의 상관관계를 시사한다. 또한, 변수들 간의 설명력인 결정 계수 (R^2)가 .461로 나타났는데, 이는 ESG 경영활동이 내부 고객만족도의 변동성의 약 46.1%를 설명한다는 것을 의미한다. 베타값이 .679, t값이 8.058, p값이 .000으로 나타난 것은, ESG 경영활동의 우호성이 내부 고객만족도에 대해 통계적으로 유의한 영향을 미친다는 결론을 내릴 수 있다. 이는 ESG 경영활동이 비재무적인 경영 성과인 내부 고객 만족도에 긍정적인 영향을 미칠 수 있다는 것이다. 이 결과는 기업이 사회적 책임을 다하고 지속 가능한 경영 활동을 수행할 때 내부 고객들의 만족도를 높일 수 있다.

ESG 경영활동이 기업신뢰 간의 영향을 확인한 결과 상관관계수는 .695로 나타났고, 변수들 간의 설명력은 48.3% (R^2 : .483)를 보이고 있다. 베타값 .695, t값은 8.429, 유의확률은 .000으로 나타나 ESG 경영활동우호성은 비재무 경영성과의 기업신뢰에 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다. 공선성 진단 결과 Durbin-Watson값은 각 1.908, 1.630으로 기준값인 2에 가깝게 나타나 잔차들 간의 독립성이 확인되었다.

<표 4> ESG 경영활동이 내부고객만족도에 미치는 영향 분석

독립 변수	종속 변수	비표준화 계수	표준화 계수		t	유의 확률	공선성 통계량	
			B	표준 오차			베타	공차
(상수)		1.332	.299			.000		
ESG 경영활동 우호성	내부 고객 만족도	.681	.084	.679	8.058	.000	1.000	1.000
R: .679 / R^2 : .461 / 수정된 R^2 : .454 F값 64.9374 / 유의확률(p값) .000 / Durbin-Watson 1.908								

* $p < .05$, ** $p < .01$, *** $p < .001$

<표 5> ESG 경영활동이 기업신뢰에 미치는 영향 분석

독립 변수	종속 변수	비표준화 계수	표준화 계수		t	유의 확률	공선성 통계량	
			B	표준 오차			베타	공차
(상수)		1.878	.260		7.218	.000		
ESG 경영활동 우호성	기업 신뢰	.619	.073	.695	8.429	.000	1.000	1.000
R: .695 / R^2 : .483 / 수정된 R^2 : .476 F값 71.054 / 유의확률(p값) .000 / Durbin-Watson 1.630								

* $p < .05$, ** $p < .01$, *** $p < .001$

Durbin-Watson값이 1.908, 1.630으로 2에 가깝게 나타난다는 것은 잔차들 간의 자기상관 구조가 없거나 매우 약하다는 것을 의미한다. 일반적으로 Durbin-Watson값이 2에 가까우면 잔차들 간의 독립성이 확보되었다고 판단된다. 따라서 공선성 문제가 발생하지 않았거나 그 정도가 매우 낮다고 볼 수 있다. 이는 회귀 분석 모델이 적절하게 설정되었고, 결과의 신뢰성이 높을 가능성이 있음을 시사한다.

분석 결과가 ESG 경영활동이 내부고객만족도와 기업 신뢰에 모두 유의한 영향을 미친다는 것을 보여준다. 이러한 결과는 기업이 사회적, 환경적, 그리고 지배 구조 측면에서 책임 있는 활동을 통해 내부 및 외부 이해관계자들에게 신뢰를 구축하고 고객 만족도를 증진시킬 수 있다는 것을 시사한다. 이는 ESG 경영이 단순히 규정 준수 이상의 가치를 창출할 수 있음을 보여준다. 이러한 결과를 통해 기업은 ESG 경영을 통해 장기적인 경쟁 우위를 확보하고 지속 가능한 성장을 이룰 수 있다는 점을 인식할 수 있을 것이다.

6. 결론

본 연구에서는 다음과 같은 결론이 도출되었다. 첫째, ESG 경영활동이 내부고객만족도에 긍정적인 영향을 미친 것을 확인했다. 결정계수 R^2 은 .461로 46.1%의 설명력을 보였다. 베타값은 .679, t값은 8.058, P값은 .000으로 내부고객만족도에 유의미한 영향을 확인하였다. 둘째, ESG 경영활동이 기업신뢰

에 영향을 미침을 확인했다. 상관계수는 .695로 다소 높은 상관관계를 보이며, 결정계수 R²은 .483으로 48.3%의 설명력을 보였다. 베타값은 .695, t값은 8.429, 유의확률은 .000으로 기업 신뢰에 유의미한 영향을 확인하였다. 이러한 결과는 이지현(2022)의 연구와 유사하게 ESG 경영활동이 비재무적 경영성과에 영향을 미치는 것을 확인하며, 중소 제조기업이 ESG를 적극적으로 수용하고 실행함으로써 기업의 신뢰도를 향상시키고 내부 고객들의 만족도를 높일 수 있다는 가능성을 보여준다.

본 연구의 표본이 78개로 제한된 것은 연구의 제한점 중 하나이다. 표본의 크기가 작을수록 결과를 일반화하는 데 어려움이 있을 수 있다. 더 많은 표본을 수집하고 다양한 지역에서 추가 연구를 진행하여 표본 오차를 검증하는 것이 중요하다. 후속 연구를 통해 연구 결과의 신뢰성을 높일 수 있고, 다양한 인구 집단 간의 차이를 보다 정확히 이해할 수 있다.

참고문헌

- [1] 이연화(2023). 기업의 ESG활동이 기업이미지 형성을 통해 소비자 반응에 미치는 영향 연구 -탐색제 vs. 경험제 제품 기업 비교, 대전대학교 일반대학원 박사학위논문.
- [2] 우수치(2022). 조직의 ESG 경영이 종사자의 조직 충성도에 미치는 영향-조직신뢰의 매개효과를 중심으로, 호남대학교 일반대학교 석사학위논문.
- [3] 조희진(2023). 기업의 ESG활동이 비재무성과에 미치는 영향에 관한 연구, 중앙대학교 대학원 석사학위논문.
- [4] 김용봉(2022). 종업원의 인식관점에서 바라본 기업의 ESG 활동과 비재무적 성과 간의 영향 관계, 서울대학교 대학원 석사학위논문.
- [5] 박윤수.(2023). 중소기업의 ESG경영과 지속가능성에 대한 탐색적 연구: 경영자의 비재무적 성과 평가를 중심으로, 한국경영교육학회, 제38권 제6호, pp.67-88.
- [6] 이기철(2024). 상호금융기관의 ESG경영활동 진정성이 조직몰입, 내부고객만족, 고객서비스지향성에 미치는 영향연구, 계명대학교 대학원 박사학위논문.
- [7] 이지현(2022). 중소기업의 ESG 활동이 경영성과에 미치는 영향 : 기업가정신의 조절효과를 중심으로, 순천대학교 대학원 석사학위논문.
- [8] 김진규(2023). 기업 ESG 활동이 조직 자부심, ESG만족,

- 직무만족, 그리고 직무성과에 미치는 영향 : ESG 직무여부의 조절효과, 세종대학교 대학원 박사학위논문.
- [9] 강인숙(2003). 호텔기업의 환경, 경영전략, 조직구조 및 기업성과의 구조적 관계 분석, 경기대학교 대학원 박사학위논문.
 - [10] 김대영(2022). 기업이 정신과 사회적 가치 지향성이 일반제조업 기업의 경영성과에 미치는 영향에 관한 연구: ESG 경영의 매개효과를 중심으로, 한성대학교 대학원 박사학위논문.
 - [11] 나기환(2013). 구성원의 조직문화가 조직 동일시, 내부고객만족 및 고객만족활동에 미치는 영향, 고려대학교 대학원 석사학위논문.
 - [12] 강지호(2016). 기업의 지속가능경영노력이 기업 신뢰, 비재무적 경영성과 및 사회적 가치 지각에 미치는 영향: 기업규모에 따른 비교분석, 동아대학교 대학원 박사학위논문.

강 현 규 (Kang, Hyun-Gyu)



- 2023년 3월~현재: (주)에이티이엔 지 대표이사
- 현재: 순천향대학교 일반대학원 ESG 전공 경영학 박사과정
- 2023년 2월: 호서대학교 기술경영전문대학원 기술경영공학석사
- 관심분야: 경영학, ESG, 기계공학
- E-mail: hgkang@ateng.kr

임 상 호 (Lim, Sang-Ho)



- 2023년 9월~현재: 순천향대학교 일반대학원 ESG전공 교수
- 2015년 3월~ 2020년 2월: 공주대학교 경영대학원 겸임교수
- 2009년 9월~ 2014년 8월: KICU 대학원 교수 (교학처장)
- 2011년 10월: KICU 대학원 졸업 (교육학박사)
- 관심분야: 통계, ESG경영, 기계
- E-mail: 35limsangho@gmail.com