

논문 2025-1-8 <http://dx.doi.org/10.29056/jsav.2025.03.08>

소프트웨어 기업의 ESG 경영과 조직시민행동의 영향관계: ESG 진정성의 조절 효과 분석

린청평*, 경성림**†

ESG Management and Organizational Citizenship Behavior in Software Companies: The Moderating Role of ESG Authenticity

Chengpeng Lin*, Cheng-Lin Qing**†

요 약

본 연구는 중국 소프트웨어 기업의 ESG(환경, 사회, 지배구조) 경영이 조직 구성원의 조직시민행동(Organizational Citizenship Behavior)에 미치는 영향을 탐구하고, ESG 진정성(Authenticity)의 조절 효과를 실증적으로 검토하고자 한다. ESG 경영은 지속 가능한 경쟁력을 위한 필수 요소로 자리 잡고 있으며, 조직 구성원들의 행동에 중요한 영향을 미친다. 기업은 ESG 경영을 진정성 있게 실천해야 하며, 이를 통해 조직 구성원의 긍정적 행동을 유도하고 내부 성과를 향상시킬 전략을 마련할 필요가 있다. 연구 결과, ESG 경영은 조직시민행동에 긍정적인 영향을 미치는 것으로 나타났다. 또한, ESG 진정성은 ESG 경영이 조직시민행동에 미치는 영향을 강화하는 것으로 확인되었다. 이러한 결과는 기업이 ESG 경영을 진정성 있게 실천할 때 조직 구성원들의 행동을 효과적으로 향상시킬 수 있음을 시사하며, ESG 경영이 기업의 지속 가능한 발전과 내부적 성과 향상에 중요한 역할을 할 수 있음을 보여준다.

Abstract

This study explores the impact of ESG (Environmental, Social, and Governance) management in Chinese software companies on employees' Organizational Citizenship Behavior (OCB) and empirically examines the moderating effect of ESG authenticity. ESG management has become an essential factor for sustainable competitiveness and significantly influences employees' behaviors. Companies should practice ESG management with authenticity and develop strategies to encourage positive employee behavior and improve internal performance. The findings indicate that ESG management positively affects Organizational Citizenship Behavior. Furthermore, ESG authenticity strengthens the relationship between ESG management and OCB. These results suggest that when companies genuinely implement ESG management, they can effectively enhance employees' behaviors, highlighting the critical role of ESG management in corporate sustainable development and internal performance improvement.

한글키워드 : 환경, 사회, 지배구조, 조직시민행동, ESG 진정성

keywords : Environment, Social, Governance, Organizational Citizenship Behavior, ESG Authenticity

* 전남대학교 경영대학 석박사통합과정

접수일자: 2025.02.19. 심사완료: 2025.03.10.

** 호남대학교 경영학부

게재확정: 2025.03.20.

† 교신저자: 경성림(email: 2013129@honam.ac.kr)

1. 서론

급변하는 글로벌 시장 환경에서 지속 가능한 경쟁력과 장기적인 수익성 확보하기 위해, 기업들은 경제적 성장뿐만 아니라 사회적 책임 및 지속 가능성도 함께 추구해야 한다는 요구에 직면하고 있다[1]. 과거에는 기업의 의사결정 방향은 주로 '주주의 이익'을 보호하기 위한 쪽으로 향했지만, 현대 사회가 발전하면서 환경, 인권 등 여러 제도 함께 나타났다. 이제 '기업 차원에서도 사회적 책임을 저야 한다'는 여론이 형성되면서, 이에 따라 기업들은 재무적인 관점뿐만 아니라 비재무적(ESG) 관점으로 기업 가치를 높이기 위한 전략으로 ESG 경영을 도입하고 있다.

ESG란 무엇인가? 2015년 9월 뉴욕에서 개최된 제70차 유엔 총회에서는 193개 회원국이 2030년까지 공동으로 추구할 경제적, 사회적, 환경적 목표를 포함하는 지속 가능한 발전 의제를 수립하였으며, 이 포괄적인 계획은 17개의 주요 목표와 169개의 세부 목표로 구성되며, 사람들, 번영, 환경, 평화, 파트너십이라는 다섯 가지 원칙을 중심으로 정리되어 있다. ESG 경영은 기업이 환경(Environment), 사회(Social), 지배구조(Governance)라는 세 가지 주요 요소를 고려하여 지속 가능성을 추구하는 경영 전략으로, 글로벌 비즈니스 환경에서 중요한 키워드로 자리 잡았다. 예컨대, 금융위원회는 2025년부터 일정 규모 이상의 기업의 ESG 공시 의무화를 발표했으며, 2030년 이후부터는 모든 유가증권 시장 상장사들의 ESG 경영 공시를 의무화한다고 밝혔다. 이러한 규제 변화는 ESG 경영이 단순한 트렌드가 아닌 기업 경영 또는 생존을 위한 필수적인 전략임을 시사한다. ESG 경영은 기업의 활동이라는 점에서 CSR과 공통점을 지니지만 구별되는 개념으로, Nam와 Yoo[2]에 따르면 CSR은 지역 사회에 관한 기여가 핵심적인 차원인 '선한 기업'

의 개념이라면 ESG 경영은 환경, 사회, 지배구조에 관한 비재무적 요소를 모두 고려하는 기업의 지속가능성을 강조한다.

그럼에도 불구하고 ESG 경영이 단순히 기업 이미지 관리 차원에 그치지 않고 실질적으로 조직 구성원의 행동과 성과에 미치는 영향을 다룬 연구는 여전히 제한적이다. 특히 ESG 경영의 '진정성'이 기업의 조직원 행동에 어떤 영향을 미치는지를 충분히 검토되지 않았다. 따라서 본 연구는 소프트웨어 기업의 ESG 경영이 조직원의 행동(조직시민행동)에 미치는 영향을 분석하고, ESG 진정성이 이러한 관계를 어떻게 조절하는지 실증적으로 검토하고자 한다. 이를 통해 ESG 경영의 내부적 효과와 진정성이 조직 차원에서 가지는 실질적 중요성을 밝혀 기업의 지속 가능한 전략 수립에 시사점을 제공할 것이다.

2. 이론적 배경

2.1 소프트웨어 기업의 ESG 경영

글로벌 시장 환경에서 기업들은 지속 가능한 경쟁력과 장기적인 수익성을 위한 경제적 성장뿐만 아니라 사회적 책임과 지속 가능한 발전도 추구하고 있다[1]. 전 세계적으로 기업들은 환경, 사회, 지배구조(ESG) 관리 전략을 주요 우선 사항으로 강조하고 있으며, ESG 개념은 2004년 UN 글로벌 컴팩트와 스위스의 금융기관이 발간한 보고서 'Who Cares Win'에 의해 처음 도입되었다. 이 보고서는 기업들이 지속 가능한 발전을 촉진하고 글로벌화 과정에서 사회적 책임을 실현하기 위해 환경적, 사회적, 지배구조적 측면에서 기업 가치를 평가할 것을 제안하였다[4]. 또한 최근 ESG 경영은 글로벌 시장에서 중요한 원동력이 되었으며, 특히 중국 기업들은 ESG 관리에서 빠르게 발전하고 있다[4]. 구체적으로 ESG 경영

에서 “환경(E)”이라는 용어는 기업의 환경에 대한 기여도를 측정하는 지표를 의미하며, 이는 자원 고갈, 오염, 폐기물 관리, 온실가스 배출과 같은 중요한 환경 문제를 다루고, 이러한 문제들은 지구 온난화와 쓰레기 섬의 형성에 기여한다[4]. “사회(S)”는 인권과 기업의 사회적 책임을 반영하며, 이는 지속 가능한 발전을 강화하는 핵심 요소로 평가된다[4]. 예를 들어, 사회적 책임은 기업이 지역사회에 긍정적인 영향을 미치고, 직원들에게 공정한 대우를 제공하며, 인권을 존중하는 등의 활동을 포함한다. “지배구조(G)”는 리더십 인센티브, 이해관계자 권리, 세금 전략, 이사회 구조, 내부 통제를 통해 투명성과 책임성을 강조한다. 이는 윤리적 경영과 이사회 역할 및 책임 준수를 촉진하여 기업에 대한 신뢰와 안정성을 제공한다는 뜻을 의미한다[5].

한편, 제4차 산업혁명이 도래하고 디지털 사회로의 전환이 가속화되면서, 창업에 필요한 기술 개발이 물리적인 공간에 제한 받지 않고 연구실이나 공장 밖에서도 가능해졌다. 특히, 소프트웨어 산업은 제조업과 다른 고유한 특성을 지니며, 그 혁신 시스템 또한 독특한 방식으로 발전한다. 소프트웨어 기업은 정보기술(IT) 기반의 경제 활동에서 핵심적인 역할을 담당하며, 인공지능, 데이터 분석, 클라우드 서비스와 같은 현대 사회의 디지털 전환을 주도하고 있다. 최근 소프트웨어 기업들은 단순한 기술 개발을 넘어, 사회적 책임 경영을 적극적으로 도입하며, 지속 가능성을 고려한 비즈니스 전략을 추진하고 있다[6]. 그러나 기존 연구들이 다양한 산업군에서 ESG경영의 효과를 분석하고 있지만, 소프트웨어 기업을 대상으로 한 연구는 매우 제한적이다. 소프트웨어 기업의 특수한 비즈니스 모델과 ESG 요소 간의 상호작용을 보다 면밀히 분석하는 연구가 필요하며, 본 연구에서 이를 실증적으로 분석하여, 소프트웨어 산업의 지속 가능한 발전을 위한 전략적

방향성을 제시하고자 한다.

2.2 조직시민행동

조직시민행동(Organizational Citizenship Behavior)은 조직 구성원이 공식적 보상체계와 무관하게 자발적으로 수행하는 행동으로, 조직 운영의 효율성을 높이는 데 기여한다[7]. 또한, 조직의 기능에 긍정적인 영향을 미치는 자발적인 행동으로, 자신이 속한 조직과 동료들을 기꺼이 돕고, 정보를 공유하며, 기여하고 협력하는 일련의 활동을 의미한다[8]. 조직 구성원의 행동은 역할행동(in-role)과 역할외 행동(extra-role)으로 구분될 수 있는데, 역할행동은 개인의 성과를 향상과 직접적으로 연결되는 반면, 역할외 행동은 개인 차원을 넘어 조직 전체의 성과 증진에 기여하는 것으로 해석될 수 있다 [9,10].

한편 Organ[7]와 Kim[10]은 조직시민행동을 조직의 효과적인 기능을 강화하는 자율적인 개인 행동으로 정의하며, 이를 시민의식, 양심적, 이타적, 스포트맨십, 예의바른 행동 등 5가지 범주로 나누어 논지를 전개하고 있었다. 첫째, 시민의식(civic virtue)행동은 조직 내 행동에 관심을 가지며 적극적으로 참여하는 태도를 의미하며, 이는 조직의 발전을 위한 혁신적인 제안을 제시하고 내무적으로 공유되는 정보나 문서를 숙지하며 조직의 이미지 향상을 위한 활동에 참여하는 행동을 포함한다[7, 9, 10]. 둘째는 양심적(Conscientiousness)행동은 조직구성원이 요구된 역할을 최소한의 기준이상으로 수행하는 것을 의미하며, Organ[7]의 논문에서는 업무 시작 전에 출근하기, 청소하기, 시간을 엄수하기, 불필요한 휴식을 자제하기, 마감일을 준수하기, 그리고 규칙 및 절차를 따르는 것 등을 양심적 행동의 예로 제시하였다. 셋째, 이타적(Altruism) 행동은 조직 내 과업 수행이나 문제 해결과 관련하여 동료를 돕는 행동을 의미하며, 이러한 행동은 조직

운영에 필요한 자원의 낭비를 줄이는 동시에, 조직의 자원 확보 능력을 향상시키는 데 기여할 수 있다[7]. 또는 외부인에게 친절한 태도를 보이는 것은 고객의 충성도를 높이는 요인이 될 수 있다[7]. 넷째, 스포츠맨십(Sportsmanship)은 조직 내에서 발생하는 사소한 문제에 대해 비난하거나 불평하기보다는 이를 인내하며 수용하는 행동을 의미하며, 이는 단순한 불만 표출이 아니라 문제 해결을 위한 건설적인 방향으로 노력하는 태도로 해석될 수 있다[7]. 마지막으로 예의 바른(Courtesy) 행동은 특정이나 행동을 받을 수 있는 구성원과 정보를 공유하는 행동을 의미하며, 이는 정보의 원활한 유통을 돕고, 다른 구성원에게 영향을 미칠 수 있는 사안에 대한 사전에 알리는 행동을 포함한다고 볼 수 있다[7]. 다시 말하면 조직시민행동은 조직의 공식적 요구나 보상 체계에 의해 직접적으로 인정되지 않고, 조직구성원들의 자발적 행동이라고 할 수 있다.

2.2 ESG 진정성

기존 연구에 따르면 기업의 사회적 책임 활동이 성공적으로 이루어지기 위해서는 진정성이 매우 중요하다[11]. 진정성(Authenticity)은 여러 분야에서 다루어지는 개념으로, 개인의 생각과 감정이 외부로 표현되는 행동과 일치하는 것을 의미하며, 이는 진실성이나 독창성과 관련이 있다[12]. 진정성에 대한 판단은 주관적인 요소가 강하고 개인적인 경험과 사회적 관점에서 다양한 단서들이 요구된다. 특히 소비자들은 자신의 경험을 바탕으로 선택을 하며, 제품의 성능이 정확하게 전달되는지, 신뢰성 있는지, 판매원이 전문적인 지식을 가졌는지, 그리고 제품이나 서비스에 차별성이 있는지 등을 평가하는 경향이 있다[13,14,15]. 세부요인으로 제품을 구입할 때 중시하는 수준, 성능, 원재료의 기능성 등이 있으며, 구매 과정에서의 인지도는 무형적 요소로 개

인적인 지각과 연관되어 지속가능성, 도덕성, 감정 등을 포함할 수 있다[16].

한편, 기업의 ESG 진정성은 이윤 추구뿐만 아니라 고객과 사회를 위한 비전, 실행력과 관련이 있으며, 이는 사업 활동뿐만 아니라 고객 평가에서 지향하는 방안으로 호의성과 차별화될 수 있다. 고객에 대한 책임 측면에서 약속된 문제를 진정성 있게 이행하는지, 본질적인 의무를 소홀히 했었는지 등의 제공된 메시지를 통해 진정성을 구분할 수 있으며, 이를 바탕으로 지속 가능한 만족감을 유지하고, 지속 가능한 혁신을 위한 과정에서 유대 관계가 형성된다[14,17]. 또한 ESG 진정성은 기업이 이미지 개선이나 홍보를 위한 목적이 아닌 순수한 사회적 증진을 위한 의지로 인식되며 이타적 의지를 보이는 것으로 해석되기도 한다[14,18].

3. 연구가설

3.1 소프트웨어 기업의 ESG 경영과 조직시민행동의 관계

과거에는 기업의 가치 평가는 주로 재무적인 지표에 의존했지만, 현재에는 비재무적 자산이 기업 가치에서 상당한 비중을 차지하고 있으며, ESG와 같은 비재무적 지표가 기업의 가치 평가에 미치는 영향이 점점 더 커지고 있으며, 특히, 글로벌 기후변화 및 코로나 19와 같은 글로벌 위기가 지속되면서 ESG경영은 지속가능성을 위한 필수 전략으로 자리 잡고 있다[1].

소프트웨어 기업의 경우, 전통적인 제조업과 달리 무형의 디지털 제품 및 서비스를 기반으로 운영되기 때문에 ESG 경영의 적용 방식이 다소 차별화된다. 예를 들어, 제조업은 온실가스 배출 및 자원 소비 절감을 주요 ESG 목표로 설정하는 반면, 소프트웨어 기업은 데이터 센터의 에너지

사용 효율성, 사이버 보안, 개인정보 보호, 윤리적 인공지능(AI) 개발과 같은 요소를 ESG 경영의 핵심으로 삼고 있다. 모든 기업에서 직원은 기업이 보유한 주요 무형 자산(Intangible asset) 중의 하나이며, 사회적 책임 활동을 수행하는 회사는 직원들의 동정심(Compassion)과 존재 가치(Meaningfulness)를 통해 직업에 대한 적극적인 관여(Engagement)를 이끌어낸다고 한다[19]. ESG 경영은 기업의 지속가능성을 강화하고, 그 과정에서 조직 구성원들이 ESG를 높이 인식하게 되어, 비재무적 성과를 향상시킬 수 있으며, 이러한 인식은 조직의 경쟁력을 확보하고 지속 가능한 경영 모델을 구축하는 데 중요한 역할을 한다 [20]. 구체적으로 기업의 ESG 경영이 조직 내부 종사원들의 조직 결속 및 조직에 대한 헌신에 긍정적인 영향을 미친다는 연구들이 많이 진행되었다. 예를 들어 기업 ESG 활동이 내부종사원의 조직결속(정서적, 계산적, 규범적 결속)과 조직시민행동에 미치는 연구에서 조직결속을 높게 되며, 이는 결국 조직시민행동을 촉진하는 결과로 이어진다[21]. 이러한 논의를 바탕으로 다음과 같은 가설을 설정하였다.

가설1: 소프트웨어 기업의 ESG 경영이 조직시민행동에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

가설1-1: ESG 경영의 환경(Environmental)이 조직시민행동에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

가설1-2: ESG 경영의 사회(Social)가 조직시민행동에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

가설1-3: ESG 경영의 지배구조(Governance)가 조직시민행동에 정(+)의 영향을 미칠 것이다..

3.2 ESG 진정성의 조절효과

사회교환이론은 인간 관계에서의 상호이익을 추구하는 경향을 강조하는 이론으로 기업과 조직 구성원 간의 관계에서도 중요한 역할을 한다. 이에 따르면 조직 구성원들이 ESG 경영의 진정성

을 인식할 경우 그들은 조직의 활동에 대해 더 큰 신뢰를 가질 수 있다. 즉, ESG 경영이 실제로 진정성 있게 실행되고 있다고 느낄 때 구성원들은 조직에 대한 신뢰가 강화되며, 이러한 신뢰는 결국 조직에 대한 헌신으로 이어질 수 있다[2, 22]. 다시 말하면 진정성을 인식할수록 조직에 대한 신뢰가 증가하고, 반면에 조직은 ESG 경영을 인식하지 못하면 조직에 대한 신뢰가 감소한다는 것을 이해할 수 있다. ESG 진정성은 기업이 표면적으로 ESG 경영을 채택하는 것이 아니라, 실제적인 지속가능성 노력과 기업의 핵심 가치에 부합하는 경영을 실천하고 있다고 인식을 의미한다[14]. 즉, 조직 구성원들은 이러한 진정성을 인식함으로써 조직에 대한 신뢰를 더욱 강화하고, 자신이 속한 조직의 정체성을 긍정적으로 평가하게 되며, 이로 인해 구성원들은 자발적으로 더 큰 헌신과 과업 수행을 보이게 되는 경향이 있다 [13, 14]. 이와 유사한 맥락으로, 자신이 속한 기업이 ESG 진정성을 가지고 ESG경영을 실천한다고 인식한다면 자신이 속한 조직의 정체성을 더욱 긍정적으로 판단하여 조직을 헌신, 또는 과업을 수행하는 데 도움을 되는 것으로 추측할 수 있다. 이상 논의를 바탕으로 다음과 같은 가설을 설정하였다.

가설2: 소프트웨어 기업의 ESG 경영이 조직시민행동에 미치는 영향은 ESG진정성에 의해 조절될 것이다.

가설2-1: ESG 경영의 환경(Environmental)이 조직시민행동에 미치는 영향은 ESG 진정성에 의해 조절될 것이다

가설2-2: ESG 경영의 사회(Social)가 조직시민행동에 미치는 영향은 ESG 진정성에 의해 조절될 것이다.

가설2-3: ESG 경영의 지배구조(Governance)가 조직시민행동에 미치는 영향은 ESG 진정성에 의해 조절될 것이다.

4. 연구방법

4.1 연구모형

본 연구는 소프트웨어 기업의 ESG 경영과 조직시민행동, ESG 진정성 간의 관계에 대한 살펴본다. 구체적으로 설명하면 다음과 같다. 첫째, ESG경영이 조직시민행동에 긍정적인 영향을 미치는 관계를 가질 것이다. 조직시민행동은 직무 성과에 정의 영향을 미칠 수 있는 가정이다. 둘째, ESG 경영이 조직시민행동에 미치는 영향에서 ESG 진정성에 의해 효과가 변할 것이다. 이를 검토하기 위해 종합한 연구모형은 다음 그림 1과 같다.

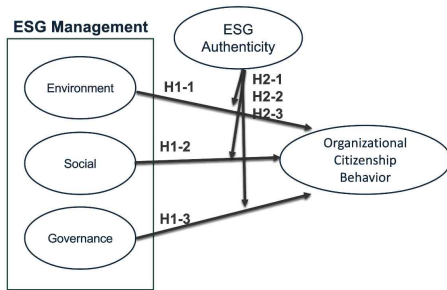


그림 1. 연구모형
Figure 1. Research Model

4.2 조사대상 및 자료 수집 방법

본 연구에서는 중국 소프트웨어 기업의 직원들을 대상으로 설문조사 하였다. 연구 모형에 포함된 독립변수, 종속변수, 조절변수는 기존 연구에서 이미 검증된 측정 항목을 확인한 후, 본 연구의 목적에 맞게 수정하여 채택하였다. 모든 측정 항목은 5점 리커트 척도(1 = 전혀 그렇지 않다, 5 = 매우 그렇다)를 사용하여 측정되었다.

독립변수인 ESG경영은 선행연구의 문항을 참고하여 각 3개의 문항을 수정하고 사용하였다[4, 5]. 구체적으로 환경은 ‘우리회사는 환경보호를 위한 프로그램을 운영한다, 우리회사는 환경캠페

인을 시행하고 있다, 우리회사는 에너지 절약을 위해 노력하고 있다.’, 사회는 ‘우리회사는 지역 사회 교류와 사회공헌활동에 적극적이다, 우리회사는 근로 조건을 고려하여 운영하고 있다, 우리회사는 기부, 봉사활동 등 사회적 책임에 노력하고 있다.’, 지배구조는 ‘우리회사는 지배구조 투명성을 위해 노력하고 있다, 우리회사는 임원의 적정보수, 직원의 정당보상 등에 대한 투명경영을 시행하고 있다, 우리회사는 윤리경영을 실천하고 문화를 구축하고 있다.’로 구성되었다. 조절변수 ESG 진정성은 Afzali and Kim[14]의 문항을 참고하여 3개의 문항 ‘우리 기업은 정직하게 ESG 활동을 수행한다고 생각한다, 우리 기업은 진정성 있게 ESG활동을 수행한다고 생각한다, 우리 기업의 ESG 경영은 진심에서 우러나는 활동이라고 생각한다’를 도출하였다. 종속변수 조직시민행동은 Organ[7]의 문항을 본 연구 목적에 맞게 4개 문항 ‘나는 회사나 부서의 도움이 되는 일은 자발적으로 맡는다, 나는 회사나 부서에 이득이 되는 일을 위해 노력한다, 나는 다른 동료들이 수행하는 업무를 도와준다, 우리회사의 직원들은 유용한 업무정보를 동료에게 알려준다’로 수정하고 도출하였다.

설문지는 2024년 11월 1일부터 2025년 1월 1일까지 두달간의 배포되었으며, 총300부의 설문지를 수집하였다. 이 중의 불성실한 응답 9부를 제외한 291부가 최종 분석에 사용되었다. 응답자의 인구통계학적 특징은 남성이 165명으로 56.7%, 여성이 126명으로 43.3%를 차지하고 있고, 연령은 19세~29세가 180명으로 61.8%, 30세 이상이 111명으로 38.2%를 차지하는 것으로 나타났다.

5. 연구가설 검증

5.1 신뢰성 및 타당성 검증

SPSS를 사용하여 각 변수의 측정 항목에 대한 내적 일관성(internal consistecny)을 검증하며, Cronbach's Alpha 값이 0.6 이상이면 보통이고, 0.8 이상이면 매우 높은 신뢰성을 갖는 것으로 해석한다. 요인분석 방법으로는 주성분 분석법, 직교 회전을 사용하였다. 요인들이 1 이상인지를 확인하고, 요인 적재량이 0.5 이상이면 유의한 것으로 간주한다. 분석 결과, 변수를 측정했던 문항들이 5개의 요인으로 확인되었으며, 전체 분산의 약 73%를 설명하는 것으로 나타나 개념타

당성이 확인되었다. 이후, 집중 타당성과 판별타당성을 검증하기 위해 AMOS를 사용하여 확인적 요인분석을 실시하였다. 분석결과 $\chi^2/df(94)=1.906$, $p=.000$, $GFI=.93$, $AGFI=.90$, $IFI=.$, $TLI=.95$, $CFI=.96$, $RMSEA=.056$ 로 전반적으로 적합도 기준을 충족시키는 것으로 나타났다. 잠재변수와 관측변수 간의 경로 계수의 유의성을 살펴본 결과, 모두 통계적으로 유의한 것으로 나타났다으며, 이러한 결과는 표1에 나타나 있다. 또한, 판별 타당성을 확인하기 위해 각 변수 간의

표 1. 신뢰성 및 타당성 분석결과
Table 1. Reliability and Validity Analysis Results

	EFA			CFA		
	factor loading	eigen value	% of variance	estimate	S.E.	P
Environment (Cronbach's $\alpha=.76$, Construct reliability=.77, AVE=.530)						
-EN1	.72	2.827	17.669	.72	-	-
-EN2	.76			.78	.087	***
-EN3	.77			.70	.104	***
Social (Cronbach's $\alpha=.81$, Construct reliability=.815, AVE=.596)						
-Social1	.68	2.590	16.189	.77	-	-
-Social2	.82			.81	.087	***
-Social3	.88			.73	.078	***
Governance (Cronbach's $\alpha=.78$, Construct reliability=.779, AVE=.540)						
-G1	.83	2.182	13.640	.71	-	-
-G2	.78			.77	.098	***
-G3	.74			.72	.093	***
ESG Authenticity (Cronbach's $\alpha=.90$, Construct reliability=.909, AVE=.769)						
-Authenticity1	.89	2.180	13.625	.89	-	-
-Authenticity2	.85			.88	.052	***
-Authenticity3	.88			.85	.061	***
Organizational Citizenship Behavior (Cronbach's $\alpha=.86$, Construct reliability=.859, AVE=.603)						
-OCB1	.77	2.039	12.743	.76	-	-
-OCB2	.81			.80	.074	***
-OCB3	.80			.78	.078	***
-OCB4	.73			.75	.066	***

관계를 분석하였다. 판단 기준에 따라 AVE값의 제공값이 해당 변수와 다른 변수 간의 상관관계 보다 클 경우 판별타당성이 충족된다고 한다. 표 2에서 확인할 수 있듯이, 각 변수의 AVE의 제공 값이 다른 변수 간의 상관관계 값을 초과하므로 판별타당성이 확인되었다.

5.2 가설 검증

가설1 검증을 위해 AMOS를 이용한 경로분석을 실시하였다. 구조방정식 모형의 적합도 지수를 확인한 결과 $\chi^2/df(59)=2.417$, $p=.000$, $GFI=.89$, $AGFI=.89$, $IFI=.95$, $TLI=.93$, $CFI=.95$, $RMSEA=.07$ 로 나타나 전반적으로 적합도 기준을 만족하고 있는 것으로 확인되었다. 가설에 대한 구체적인 검증결과를 살펴보면 다음 표3과 같다.

H1-1, H1-2, H1-3은 ESG 경영과 조직시민행동의 사이에 어떤 상관관계를 가지고 있는지를 검증하는 것이다. 먼저 Environment(계수=.331, C.R.=3.526, $p<.001$)이 조직시민행동에 유의한 정

의 영향을 미치는 것으로 나타났고 가설 1-1은 채택되었다. 다음 Social(계수=.281, C.R.=3.574, $p<.001$)이 조직시민행동에 유의한 정의 영향을 미치는 것으로 가설 1-2도 채택되었다. H1-3은 Governance가 조직시민행동에 미치는 영향을 살펴보면 계수는 .232, C.R.는 3.048, $p=.002$ 로 유의한 정의 영향을 미치며 채택되었다.

다음 H2-1, H2-2, H2-3 가설을 검증하기 위해 Hayes의 PRCOESS Macro Model 1번을 활용하여 ESG 진정성의 조절효과를 분석하였다(Hayes 2017). 결과는 다음 표4와 같이 정리하였다. 먼저 Environment과 조직시민행동 간 관계에서 ESG 진정성의 조절효과를 검증한 결과, 모형의 설명력은 $R^2=0.011$, $F=35.911$, $p<0.001$ 로 통계적으로 유의미한 수준을 나타내며, 또한 신뢰구간(Confidence Interval, CI)이 0을 포함하지 않기 때문에 조절효과가 있는 것으로 가설 2-1 채택되었다. 다음 Social와 조직시민행동 간 관계에서 ESG 진정성의 조절효과를 검증한 결과, 모형의 설명력은 $R^2=0.139$, $F=31.058$, $p<0.001$ 로 유의미

표 2. AVE 값을 활용한 판별타당도
Table 2. Discriminant Validity Using AVE Values

	EN	Soical	G	Authenticity	OCB
EN	0.728(a)				
Soical	0.583***	0.772			
G	0.538***	0.363***	0.735		
Authenticity	0.449***	0.250***	0.364***	0.877	
OCB	0.619***	0.558***	0.514***	0.400***	0.777

(a): square of AVE , ***p < .001

표 3. 가설검증결과
Table 3: Results of Hypothesis Testing

H	Proposed path	Estimate	C.R.	P-value
H1-1	Environemnt →OCB	0.331	3.526	***
H1-2	Social →OCB	0.281	3.574	***
H1-3	Governance →OCB	0.232	3.048	0.002

***: $p < .001$; $\chi^2/df(59)=2.417$, $p=.000$, $GFI=.89$, $IFI=.95$, $TLI=.93$, $CFI=.95$, $RMSEA=.07$

표 4. 조절효과 분석
Table 4. Moderation Effect Analysis

	B	SE	t	p	LLCI	ULCI
constant	8.076	2.694	2.997	.003	2.7726	13.3813
E	-.872	.6700	-1.302	.193	-2.1911	.4464
Authenticity	-1.479	.6381	-2.317	.021	-2.735	-.223
E*A	.335	.1580	2.122	.034	.0243	.6462
R ² =0.011, F=35.911, p<0.001						
	B	SE	t	p	LLCI	ULCI
constant	7.987	2.60	3.06	.0024	2.851	13.124
S	-.934	.610	-1.53	.1271	-2.136	.267
Authenticity	-1.410	.612	-2.30	.0221	-2.616	-.203
S*A	.329	.143	2.30	.0221	0.477	.611
R ² =0.139, F=31.058, p<0.001						
	B	SE	t	p	LLCI	ULCI
constant	10.01	2.013	4.987	.0000	6.0778	14.002
G	-1.44	.527	-2.728	.0067	-2.4791	-.4014
Authenticity	-1.73	.476	-3.636	.0003	-2.6727	-.7956
G*A	.421	.124	3.399	.0008	.1775	.6658
R ² =0.213, F=25.84, p<0.001						

한 수준을 보였다. 신뢰구간이 0을 포함하지 않았으며, 이로써 H2-2 가설이 채택되었다. 마지막 가설 H2-3 Governance과 조직시민행동 간 관계에서 ESG 진정성의 조절효과를 검증한 결과, 신뢰구간이 0을 포함되지 않기 때문에 조절효과가 있는 것으로 채택되었다(R²=0.213, F=25.84, p<0.001).

6. 결론

최근 전 세계적으로 기업 경영의 패러다임은 이윤 추구 중심에서 지속가능경영으로 전환함에 따라 ESG가 기업 경영의 필수적인 도구로 자리 잡았다. 본 연구에서는 소프트웨어 기업의 ESG 경영이 조직구성원들의 조직시민행동에 미치는 영향을 분석하고, ESG 진정성이 이 관계에서 매개역할을 하는지를 분석하였다. 이를 분석하기

위해 두 개의 중국 소프트웨어 기업 직원을 대상으로 설문조사 실시하였고, AMOS 및 Hayes PROCESS Macor를 활용하여 가설을 검증하였다. 본 연구의 연구 결과 및 시사점은 다음과 같이 정리하였다.

먼저, ESG 경영의 세 가지 구성요소(환경, 사회, 지배구조)는 모두 조직시민행동에 긍정적인 영향을 미치는 것으로 확인되었다. 즉 소프트웨어 기업은 직원들에게 신뢰를 형성하고 소속감을 고취하며, 자신 또한 그 가치를 실현하는 데 동참하고 있다고 자부하게 되는 것을 시사한다. 구체적으로 (E)환경 관련 활동이 직원들에게 조직의 지속가능성을 실천한다는 신뢰를 제공하며, 조직 목표를 자발적으로 지원하려는 행동을 유도하는 것을 의미한다. 예를 들어, 친환경 작업 환경 제공이나 에너지 절약 프로그램의 도입은 직원들의 긍정적 태도를 유도할 수 있음을 시사한다. (S) 사회적 책임 활동은 직원들의 신뢰와 사회적 책

임 의식을 강화하고 조직에 대한 긍정적 태도 형성과 자발적 촉진하였음을 의미한다. (G)윤리적 경영, 투명한 보상 체계 등 지배구조 관련 활동은 직원의 심리적 안정감과 신뢰를 높이며, 조직 시민행동을 유발할 수 있음을 의미한다. 이러한 결과는 ESG 경영이 단순한 외부 이미지 관리 전략을 넘어, 조직 내부 구성원의 신뢰와 소속감을 형성하고 자발적 행동을 유도하는 중요한 전략임을 시사한다. 특히, ESG 경영은 구성원들의 조직 몰입과 긍정적 행동을 촉진하는 핵심 요인으로 작용할 수 있음을 의미한다.

마지막, 본 연구에서는 ESG 진정성이 환경(E), 사회(S), 지배구조(G) 각각의 ESG 요인과 조직 시민행동 간 관계를 조절하는 역할을 한다는 점을 실증적으로 확인하였다. 모든 가설이 지지되었으며, ESG 진정성이 높을수록 ESG 경영의 긍정적 효과가 강화되는 것으로 나타났다. 구체적으로 말하자면 진정성 있는 환경 관련 활동(예: 탄소 배출 감소, 자원 절약 활동, 윤리적 인공지능 개발)은 구성원들이 조직의 지속가능성 목표를 자발적으로 지원하는 행동을 유발할 수 있음을 알 수 있다. 또한 공정한 노동 조건, 근로자 복지, 지역 사회 참여와 같은 사회적 책임 활동이 진정성 있게 수행될 때, 구성원들은 조직의 사회적 가치 실현 노력에 대한 신뢰와 긍정적 태도를 형성할 수 있다. 공정한 보상 체계가 진정성을 가지고 실천될 때 조직에 대한 심리적 안정감과 신뢰를 제공하며 조직시민행동을 강화할 수 있음을 시사한다. 결론적으로 본 연구는 소프트웨어 기업의 ESG 경영의 내부 효과와 ESG 진정성의 조절효과를 실증적으로 검증함으로써 기존 문헌에 중요한 기여를 하였다. 또한 기업이 진정한 ESG 경영을 통해 지속가능한 발전과 조직 내부 성과를 동시에 달성할 수 있는 전략적 도구로 활용할 수 있음을 시사한다.

본 연구는 소프트웨어 기업 ESG 경영과 조직

시민행동 간 관계에 관한 다양한 시사점을 제공하고 있지만 다음과 같은 한계점 및 향후 연구의 필요성을 가지고 있다. 첫째, 본 연구는 특정 지역(중국)의 특정 기업(소프트웨어)에 소속된 구성원을 대상으로 진행되었다. 국가별 ESG 경영이 조직 구성원들에게 미치는 영향은 문화적, 경제적, 사회적 맥락에 따라 달라질 수 있는 한계점이 있다. 둘째, 본 연구에서는 선행연구를 한계점을 보완하기 위해, ESG 진정성과 조직시민행동에 중점을 두고 있는데, 다양한 변수들을 고려하지 못하는 한계점이 있다. 예를 들어, ESG 진정성 외에도 신뢰, 조직문화 등 다양한 변수를 고려할 수 있어, 향후 연구에서는 다른 변수를 고려하여 더 깊이 이해할 필요가 있다. 위와 같은 한계점을 극복하기 위한 추가적인 필요하며, 이를 통해 ESG 경영의 효과를 보다 폭넓게 이해하고, 다양한 맥락에서 기업의 지속 가능한 발전을 위한 실질적 전략을 제안할 수 있을 것이다.

참 고 문 헌

- [1] W. Kang, M. Jung, "Effect of ESG activities and firm's financial characteristics", *Korean Journal of Financial Studies*, 49(5), 681-707, 2020.10, DOI : 10.26845/KJFS.2020.10.49.5.681
- [2] N. Nam, T. Yoo, "The effect of ESG management perception on voice behavior: The mediating role of organizational trust and organizational identification, and the moderating effect of ESG authenticity", *Journal of Business Education Research*, 38(6), 47-65, 2023.03, DOI : 10.23839/kabe.2023.38.6.47
- [3] O. F. Williams, "The UN Global Compact: The challenge and the promise". *Business Ethics Quarterly*, 14(4), 755-774, 2004.1 DOI : 10.5840/beq200414432

- [4] H. Shen, H. Lin, W. Han, H. Wu, “ESG in China: A review of practice and research, and future research avenues”, *China Journal of Accounting Research*, 100325, 2023.10, DOI : 10.1016/j.cjar.2023.100325
- [5] S. Du, C. B. Bhattacharya, S. Sen, “Maximizing business returns to corporate social responsibility (CSR): The role of CSR communication”, *International journal of management reviews*, 12(1), 8-19, 2010.1, DOI:10.1111/j.1468-2370.2009.00276.x
- [6] P. Buxmann, H. Diefenbach, T. Hess, “Springer Science & Business MThe software industry: Economic principles, strategies, perspectivesedia”. 2012, <https://books.google.co.kr/books>
- [7] D. W. Organ, “Organizational citizenship behavior: The good soldier syndrome”, 1998, <https://psycnet.apa.org/record/1988-97376-000>
- [8] A. P. Brief, S. J. Motowidlo, “Prosocial organizational behaviors”, *Academy of management Review*, 11(4), 710-725, 1986.4, DOI : 10.5465/amr.1986.4283909
- [9] P. M. Podsakoff, M. Ahearne, S. B. MacKenzie, “Organizational citizenship behavior and the quantity and quality of work group performance”, *Journal of applied psychology*, 82(2), 262, 1997, DOI : 10.1037/0021-9010.82.2.262
- [10] H. K. Kim, “An analysis of the relationships among organizational justice perception, organizational trust, and organizational citizenship behavior”, *Korean Public Administration Review*, 41(2), 69 - 94, 2007, DOI : <https://kiss.kstudy.com/Detail/Ar?key=2912154>
- [11] T. Beckman, A. Colwell, P. H. Cunningham, “The emergence of corporate social responsibility in Chile: The importance of authenticity and social networks”, *Journal of Business ethics*, 86, 191-206, 2009, DOI : 10.1007/s10551-009-0190-1
- [12] B. Baugh, “Authenticity revisited”, *The Journal of Aesthetics and Art Criticism*, 46(4), 477-487, 1988.6, DOI: 10.2307/431285
- [13] S. Alhouti, C. M. Johnson, B. B. Holloway, “Corporate social responsibility authenticity: Investigating its antecedents and outcomes”, *Journal of business research*, 69(3), 1242-1249, 2015.9 DOI : 10.1016/j.jbusres.2015.09.007
- [14] H. Afzali, S. S. Kim, “Consumers’ responses to corporate social responsibility: The mediating role of CSR authenticity”, *Sustainability*, 13(4), 2224, 2021.2, DOI : 10.3390/su13042224
- [15] N. K. Baek, “ESG (Environmental, Social, and Governance) responsible management, authenticity, and reputation: Focusing on food and restaurant company consumers”, *Journal of Consumer Satisfaction Management*, 24(3), 25 - 47, 2022.10, DOI : 10.34183/KCSMA.24.3.2
- [16] D. S. Yoo, S. J. Kim, “The effect of Hanbang cosmetic brand authenticity on brand advocacy behavior: The mediating role of emotional consumption value”, *Journal of Brand Design Research*, 20(1), 217 - 232, 2022.2, DOI : 10.18852/bdak.2022.20.1.217
- [17] V. G. Girish, C. K. Lee, “Authenticity and its relationship with theory of planned behaviour: Case of Camino de Santiago walk in Spain”, *Current Issues in Tourism*, 23(13), 1593-1597, 2019.10, DOI : 10.1080/13683500.2019.1676207
- [18] S. Jose, N. Khare, F. R. Buchanan, “Customer perceptions of CSR authenticity”, *International Journal of Organizational Analysis*, 26(4), 614-629, 2018.7, DOI : 10.1108/IJOA-08-2017-1213
- [19] O. Nazir, J. U. Islam, “Effect of CSR activities on meaningfulness, compassion,

- and employee engagement: A sense-making theoretical approach”, International Journal of Hospitality Management, 90, 102630, 2020.9, DOI : 10.1016/j.ijhm.2020.102630
- [20] M. J. Kim, C. H. Lee, “ A study on the effect of ESG factors perceived by members of social economy on organizational performance”, Journal of Innovative Enterprises, 6(2), 117 - 138, 2021.8, DOI : 10.37297/IER.2021.08.6.2.117
- [21] J. Y. Lee, Y. N. Wang, J. Y. Kim, D. C. Ahn, “The effect of corporate ESG activities on employees’ organizational commitment and organizational citizenship behavior”, Journal of Distribution and Management, 25(5), 77 - 91, 2022.10, DOI : 10.17961/jdmr.25.05.202210.77
- [22] P. A. Vlachos, A. Theotokis, K. Pramatar, A. Vrechopoulos, “Consumer retailer emotional attachment: Some antecedents and the moderating role of attachment anxiety”, European Journal of Marketing, 44(9/10), 1478-1499, 2010.9, DOI : 10.1108/03090561011062934

저 자 소 개



린청평(Chengpeng Lin)

2022.8 호남대학교 경영학과 졸업
2022.9-현재 : 전남대학교 경영대학 석박사
통합과정
<주관심분야> Startups, ESG, CSR, Green
marketing, Servicescape



경성림(Cheng-Lin Qing)

2007.7 Jiangxi Normal University 경영학
과 졸업
2010.2 전남대학교 지역개발학과 석사
2014.2 전남대학교 지역개발학과 박사
2013.10-현재 : 호남대학교 조교수
<주관심분야> 소프트웨어, 스타트업, 창업,
지속가능성