

논문 2025-1-7 <http://dx.doi.org/10.29056/jsav.2025.03.07>

# 소프트웨어 창업기업의 CSR활동이 비재무적 창업성과에 미치는 영향에 관한 연구

황균정\*†

## A Study on the Impact of CSR Activities of Software Startups on Non-Financial Performance

Hwang-Gyun Jeong\*†

### 요 약

본 연구는 소프트웨어 창업기업의 CSR활동이 기업 비재무적 창업성과에 미치는 영향을 실증적으로 분석하는 것을 목적으로 한다. 기존 연구에서 CSR활동의 효과는 주로 대기업을 중심으로 논의되어 왔으나, 본 연구에서는 CSR활동을 경제적, 법률적, 윤리적, 자선적 책임으로 분류하고, 이러한 활동이 창업 스타트업의 비재무적 성과에 미치는 영향을 실증적으로 분석하였다. 분석 결과 창업기업이 수행하는 모든 CSR활동(경제적, 법률적, 윤리적, 자선적)이 비재무적 성과에 유의미하게 향상시키는 것으로 확인되었다. 이러한 결과는 소프트웨어 창업기업이 CSR활동을 전략적으로 수행할 경우 고객 만족, 브랜드 이미지, 장기적인 경쟁력(재무적 성과)을 강화할 수 있음을 시사한다. 또한 CSR을 효과적으로 활용할 필요가 있음을 제안하며, 소프트웨어 창업기업의 지속가능한 성장을 위한 다양한 시사점 및 전략을 제공하고자 한다.

### Abstract

This study aims to empirically analyze the impact of CSR activities of software startups on their non-financial entrepreneurial performance. While previous research has primarily focused on the effects of CSR activities in large corporations, this study examines how CSR activities influence the non-financial performance of startups. To achieve this, CSR activities are categorized into economic, legal, ethical, and philanthropic responsibilities, and their impact on the non-financial performance of startups is empirically examined. The results indicate that all CSR activities (economic, legal, ethical, and philanthropic) have a significant positive impact on non-financial performance. These findings suggest that strategic implementation of CSR activities in software startups can enhance customer satisfaction, brand image, and long-term competitiveness (financial performance). Furthermore, the study highlights the necessity of effectively utilizing CSR and provides various insights and strategies for the sustainable growth of software startups.

**한글키워드 :** 소프트웨어 창업기업, 기업의 사회적 책임활동, 비재무적 창업성과

**keywords :** software startups, corporate social responsibility, non-financial entrepreneurial performance

\* 전남대학교 산학협력대학원 융합창업학과

접수일자: 2025.02.19. 심사완료: 2025.03.07.

† 교신저자: 황균정(email: kj04172006@naver.com)

게재확정: 2025.03.20.

## 1. 서론

4차 산업혁명의 발전은 산업 생태계 전반에 변화를 일으키며 경제 구조의 재편을 초래하였다. 이로 인해 세계 여러 나라에서 실업률 증가와 일자리 부족 현상이 나타나고 있다. 게다가 저출산과 고령화는 인구를 감소시키고 실업률을 증가시켜 경기침체를 초래했다. 세계경제포럼(WEF)에서 발표한 자료에 따르면, 4차 산업혁명으로 인한 경제 구조의 변화에 따른 실업은 경기의 회복과 상관없이 지속되는 산업 구조적, 항구적 실업이라고 밝히고 있어, 실업문제를 해결하기 위해서는 정부와 민간의 적극적인 노력이 필요하다(Schwab 2015). 이에 각국 정부는 기존 기업의 성장을 지원하는 방식에서 벗어나 창업기업을 육성하고 창업 활성화를 통해 새로운 일자리를 창출하는 것을 국가적 과제로 삼고 있다(이강현, 이호택 2019). 특히, 소프트웨어 관련 창업기업은 4차 산업혁명의 핵심 산업으로서 고부가가치 일자리 창출과 경제 성장의 원동력이 될 수 있다는 점에 주목받고 있다. 소프트웨어 산업은 초기 투자 비용이 상대적으로 낮고, 기술기반의 확장성이 뛰어나며, 글로벌 시장 진출이 용이하다는 강점을 가지고 있으며, 따라서 소프트웨어 창업기업에 대한 연구는 창업 생태계를 이해하는 데 필수적이며, 창업 성과를 극대화할 수 있는 전략적 시사점을 제공한다는 점에서 그 중요성이 더욱 강조된다.

한편, 1930년대 미국에서 복지국가 자본주의 개념이 정착되면서 기업의 사회적 책임 활동(CSR: Corporate Social Responsibility)에 대한 논의가 본격적으로 시작되었다[1]. 그 후에 기업들은 사회적 책임을 강조되면서 많은 투자가 이루어지고 있다. 특히 최근과 같은 경쟁 치열한 환경에서 CSR활동을 진행하고 있는 기업은 긍정적인 이미지를 연상을 창출하기 위해 필수적인

전략이 되고 있다[2]. 현재의 CSR활동은 고용 창출과 성과달성이라는 기본적인 역할을 넘어, 중소기업의 성장을 지원하는 동반성장과 상생발전, 그리고 지역사회의 취약 계층을 돕는 사회공헌 활동으로 확대되고 있다. 이러한 CSR활동을 지속하려는 기업들의 노력은 점점 더 다양해지고 있으며, 끊임없이 변화와 발전을 거듭하고 있다.

그러나 대기업을 중심으로 CSR활동의 효과를 분석한 연구는 활발하게 이루어지고 있는 반면, 창업기업의 CSR활동이 성과에 미치는 영향을 분석한 연구는 한정적이다. 따라서 본 연구는 소프트웨어 창업기업의 CSR활동이 비재무적 창업성과에 미치는 영향을 실증적으로 분석하고자 한다. 구체적으로 기업의 사회적 책임활동의 세부 요소 경제적 책임, 법률적 책임, 윤리적 책임, 자선적 책임으로 구분하고 이와 비재무적 창업성과 간의 관계를 체계적으로 규명함으로써 창업기업이 한정된 자원을 효율적으로 활용하고 지속 가능한 성장을 달성하는 데 기여할 수 있을 것으로 기대된다. 마지막으로 연구 결과를 바탕으로 학문적, 실무적, 정책적 측면 시사점을 제공하고자 한다.

## 2. 이론적 배경 및 가설

### 2.1 소프트웨어 창업기업

제4차 산업혁명의 발전과 함께 디지털 사회로의 전환이 가속화되면서, 창업을 위한 기술 개발이 연구실이나 공장과 같은 물리적 공간의 제약 없이 이루어질 수 있게 되었다. 특히, 소프트웨어 산업은 제조업과 비교할 때 고유한 특징을 가지며, 혁신 시스템 또한 차별화된 양상을 나타낸다. 첫째, 소프트웨어 산업에서는 벤처기업이나 창업기업의 혁신 역량이 대기업과 비교하여 크게 뒤쳐지지 않는다. 이는 제조업과는 달리 소프트웨

어 산업에서의 혁신이 유연한 조직 문화와 창의적인 아이디어를 기반으로 이루어지기 때문이다[3]. 오늘날 소프트웨어 산업에서 혁신의 핵심 주체는 벤처기업 및 창업기업과 같은 작은 조직이며, 국가적으로도 이들의 혁신 활동을 지원하기 위한 정책 및 지원 체계 구축이 중요한 과제로 인식되고 있다. 둘째, 소프트웨어 산업은 네트워크 효과와 높은 전환비용으로 인하여 소비자의 선택이 쉽게 바뀌지 않는 특징을 가진다. 즉 시장이 독과점 구조를 형성하는 경향이 있으며, 선도 기업의 시장 지배력이 장기간 유지되는 경우가 많다[4, 5]. 네트워크 효과(Network Effect)란 동일한 소프트웨어를 사용하는 사용자가 많을수록 해당 소프트웨어의 가치가 증가하는 현상을 의미하며, 이는 특정 소프트웨어가 시장에서 경쟁력을 확보하는 데 중요한 역할을 한다. 또한 플랫폼 기반 소프트웨어 시장에서는 ‘간접 네트워크 효과(Indirect Network Effect)’가 작용하며, 소비자뿐만 아니라 개발자 또한 사용자가 많은 플랫폼을 선택하게 되는 경향이 있다[4].

이처럼 디지털 기술의 발전과 경제 패러다임의 변화 속에서 소프트웨어를 핵심 제품이나 서비스를 개발하고 제공하는 신생기업을 의미하는 소프트웨어 창업기업은 창업 생태계의 중요한 축을 담당하고 있으며, 국가 경쟁력 강화를 위한 핵심 요소로 자리 잡고 있다. 이에 본 연구는 소프트웨어 창업기업의 CSR활동이 비재무적 창업 성과에 미치는 영향을 실증적으로 분석함으로써, 창업을 준비하는 기업 및 미래의 잠재적 창업가들에게 실질적인 시사점을 제공하는 것을 목표로 한다.

## 2.2 기업의 사회적 책임활동

(CSR: Corporate Social Responsibility)

1950년대에 시작된 기업의 사회적 책임 활동(CSR)은 1960년대에 이르러보다 다양하고 구체

적인 형태로 발전하였다[6]. 기업이 사회적 가치와 목표를 기반으로 정책을 설정해야 하며, 이를 행동으로 실천해야 한다고 주장하였으며, 기업의 이해관계자는 주주, 경영진, 직원, 고객, 지역사회 등을 포함하는데, 이들 간의 상호작용은 기업이 윤리적으로 추구해야 할 행동을 정의하는 데 중요한 역할을 한다[7]. 즉, 기업의 사회적 책임은 기업이 준수해야 할 사회적 의무로 간주되며, 이는 기업이 이익 추구라는 기본 목표를 달성하는 동시에 내부 및 외부 이해관계자들과 협력하여 가치를 창출하는 것으로 이해할 수 있다[2].

Carroll[8]은 CSR활동을 4단계로 구분하여 정의하였는데, 1단계는 경제적 책임으로, 기업이 수행해야 하는 가장 기본적인 책임은 기업이 제품을 생산 및 판매하여 수익을 창출하는 것이며, 종업원들이 지속적으로 근무할 수 있도록 환경을 만드는 것이며, 2단계는 법률적 책임으로 법의 테두리 안에서 경제적인 역할을 하는 활동으로, 기업의 회계투명성을 강조하는 것이라고 하였다. 3단계는 윤리적 책임으로 법에 명시되어 있지 않더라도, 사회 통념의 범위 안에서 소비자의 권익을 위해 자발적으로 사회가 요구하는 규범을 지켜야 하는 것이다. 4단계는 자선적 책임으로 기업이 스스로 자율적인 실천을 통해 추진되는 책임으로 금전적 기부나 재능 기부가 해당한다. 이처럼 과거에는 CSR활동을 기업의 이윤 극대화를 저해하는 요인이라고 인식하였으나, 최근에는 기업의 지속가능성을 제고하는 투자의 관점이 강하게 인식되어 전 세계 기업들은 CSR활동을 가장 높게 평가하고 있다. 따라서 기업은 다양한 CSR활동을 통해 사회 구성원들에게 기업의 경쟁력을 강화할 수 있다는 인식을 심어주어야 하며, 이를 실현하기 위해 적극적으로 CSR 활동을 추진해야 한다[9]. 그러나 소프트웨어 관련 기업의 CSR활동에 관한 연구는 한정적으로 이루어져 왔으나, 본 연구에서는 선행연구를 바탕으로 소프트웨어

창업기업의 CSR활동을 경제적 책임, 법률적 책임, 윤리적 책임, 자선적 책임 4가지로 구분하여 분석하고자 한다.

### 2.3 비재무적 창업성과

성과는 단일 척도로 측정될 수 없으며, 현재의 수준을 파악하는데 그치지 않고, 미래 기업방향의 지침이 되어야 하고 성과측정의 개념은 다양한 측정치의 통합을 근거로 이루어진다고 한다[10]. 창업성과는 경영성과와 비슷한 개념으로서 일반적으로 재무적(financial)과 비재무적(non-financial) 성과로 나누어질 수 있다. 기업들은 조직의 특성에 따라 수익성, 생산성, 시장 점유율, 매출, 성장률, 투자 수익률 등 재무적 관점에서 분석하기도 하고, 또는 시장, 제품, 자원 유형 등 다양한 측면에서 분석할 수도 있다. 그러나 CSR활동이나 ESG활동 등을 포함한 다양한 활동을 통해 기업이 생존하고 장기적으로 성장하기 위해서는 재무적인 지표뿐만 아니라 비재무적 지표와 무형자산에도 비중을 두어야 한다. 따라서 균형 잡힌 핵심성과지표(key performance indicator: KPI)를 바탕으로 종합적인 성과 평가 시스템을 구축하는 것이 균형성과지표의 핵심이라고 할 수 있다[11]. 재무적 성과는 직원들이 통제할 수 없는 외부 환경에 의해 쉽게 영향을 받을 수 있기 때문에, 측정 측면에서 재무적 성과는 직원들을 불필요한 위험에 노출시키고, 조직의 인센티브 시스템을 왜곡할 수 있다. 이를 보완하기 위해, 구성원들의 재량과 판단에 의존하는 비재무적 성과 측정 방식을 사용할 수 있다[12].

비재무적 성과와 관련 연구들은 다음과 정리할 수 있다. 비즈니스 전략과 성과에 대한 연구에서는 시장점유율, 고객만족, 경쟁위치, 고객유지, 매출성장, 투자효과 및 전반적인 회사의 성과 등으로 비재무적 성과를 측정하였으며, 연구 결

과 기업의 장기적인 성과를 나타내는 비재무적 성과지표는 조직 중심으로 관련된 모든 이해당사자들의 다양한 기준에 따라 성과를 측정하며, 이로 인해 종합적이고 포괄적인 성과 평가가 가능하며, 기업 성과의 많은 측면을 설명할 수 있다는 장점이 있다[13]. 또한 비재무적 성과를 활용해야 하는 이유는 비재무적 성과가 재무적 가치의 동인들을 측정하는 미래 지향적인 측정치라는 것이다[14]. 비재무적 성과는 기업 활동이 이익 극대화 외에도 다른 운영 성과에 영향을 미치는 중요한 변수로, 많은 학자들에 의해 제시되고 있다[15]. 그러나, 소프트웨어 관련 창업기업에 대해 비재무적 성과를 조사한 연구는 상대적으로 적으며, 비재무적 성과측정은 정보 생산에 있어 빠른 속도와 즉각적인 피드백을 가능하게 하고, 조직 가능성이 적으며, 성과의 원인이 되는 현장 정보를 잘 반영하기 때문에 비재무적 성과에 대한 연구는 여전히 중요한 필요성과 가치를 지닌다고 할 수 있다[15].

### 2.4 소프트웨어 창업기업의 CSR활동과 비재무적 창업성과 관계

기업의 CSR활동은 창업기업이 지속가능한 성장을 달성하고 이해관계자들과 신뢰를 구축하는데 중요한 역할을 한다. 또는 CSR활동은 창업결정요인의 중요한 요소로, 이는 창업 후 시장에서 성공적으로 경쟁하는 데 필요한 자산과 역량을 의미하며, 기업이 지속적으로 성장하고 성과를 향상시키는 데 기여하는 부분이다[16]. 특히, 소프트웨어 관련 창업기업들은 기술기반 산업 특성상 혁신성과 창의성이 주요 경쟁력이 되므로, 기업의 장기적인 성공을 위해서는 재무적 성과뿐만 아니라 비재무적 성과도 중요한 고려 요소가 되어야 한다[17]. 기존 연구에서는 CSR활동이 기업의 브랜드 이미지, 고객 신뢰, 조직 문화 형성 등 다양한 경영 요소에 긍정적인 영향을 미친다고

보고하였지만, 창업기업을 대상으로 CSR활동과 비재무적 창업성과 간의 관계를 분석한 연구는 아직 부족한 상황이다[2]. 선행연구에 따라 CSR활동은 경제적 책임활동, 법률적 책임활동, 윤리적 책임활동, 자선적 책임활동으로 구분될 수 있으며, 이러한 활동들은 창업기업의 지속가능성을 높이고, 이해관계자(고객, 투자자, 직원)와의 관계를 강화하는 데 기여할 수 있다[8]. 특히 소프트웨어 창업기업은 기술기반 산업 특성을 가지고 있어 직원들의 창의성과 혁신성이 중요한 경쟁력이 되며, CSR활동을 통해 조직의 가치와 비전을 공유하면 직원들의 조직몰입도와 직무만족도를 높일 수 있다.

비재무적 창업성과는 기업이 단기적인 재무적 이익을 넘어 장기적인 지속가능성과 경쟁력을 확보하는 데 기여하는 성과를 의미하며, ESG 또는 CSR과 밀접한 기업의 활동들이 기업성과를 높이는 결과가 많은 선행연구에서 도출하였다[18]. 이는 이해관계자 이론, 자원기반 관점, 잉여 자원관점을 기반으로 설명될 수 있으며, 창업 초기 기업의 경우, CSR활동을 통해 윤리적이고 사회적 책임을 다하는 기업 이미지가 구축되며, 이를 통해 고객과 투자자들에게 긍정적인 인식을 심어주고, 궁극적으로 비재무적 성과를 향상시킬 수 있다. 구체적으로 이해관계자 이론 관점에서 기업이 주주뿐만 아니라 고객, 직원, 지역 사회 등 다양한 이해관계자의 기대를 충족시킬 때 지속가능한 성장을 달성할 수 있다고 주장하며, 창업 초기 기업의 경우 브랜드 인지도가 낮기 때문에 CSR활동을 적극적으로 수행함으로써 기업의 신뢰성을 높이고 고객 및 투자자로부터 긍정적인 평가를 받을 가능성이 높다[19]. 둘째, 자원기반 관점에서 기업이 경쟁우위를 확보하기 위해 희소하고 모방이 어려운 내부 자원을 활용해야 한다고 하며, 창업기업은 대기업과 달리 자본과 인적 자원이 상대적으로 부족하지만, CSR활동을 통해

차별화된 기업 문화를 구축하고 브랜드 가치를 향상시킬 수 있다[20]. 마지막으로 잉여자원 관점은 기업이 보유한 잉여자원을 효과적으로 활용하면 혁신과 성과를 향상시킬 수 있다고 주장하며, 창업기업은 초기 단계에서 재정적 제약이 크지만, 전략적으로 CSR활동을 수행할 경우 외부지원(투자 유치, 정부 지원 등)을 유리하게 이끌어낼 수 있으며, 이를 통해 장기적인 성과를 창출할 가능성이 높아진다[21]. 이러한 논의를 바탕으로 본 연구에서는 소프트웨어 창업기업의 CSR활동이 비재무적 창업성과에 미치는 영향을 검증하기 위해 다음과 같은 가설을 설정하였다.

가설1: 소프트웨어 창업기업의 CSR활동이 기업의 비재무적 창업성과에 긍정적인 영향을 미칠 것이다.

가설1-1: 소프트웨어 창업기업의 경제적 책임활동이 기업의 비재무적 창업성과에 긍정적인 영향을 미칠 것이다.

가설1-2: 소프트웨어 창업기업의 법률적 책임활동이 기업의 비재무적 창업성과에 긍정적인 영향을 미칠 것이다.

가설1-3: 소프트웨어 창업기업의 윤리적 책임활동이 기업의 비재무적 창업성과에 긍정적인 영향을 미칠 것이다.

가설1-4: 소프트웨어 창업기업의 자선적 책임활동이 기업의 비재무적 창업성과에 긍정적인 영향을 미칠 것이다.

### 3. 연구 방법

#### 3.1 연구모형

본 연구에서 선행연구를 기반으로 소프트웨어 창업기업의 CSR활동을 경제적 책임, 법률적 책임, 윤리적 책임, 자선적 책임 활동으로 구분하였다. 이러한 기업의 활동이 기업의 비재무적 창

업성과에 영향을 미치는지를 검토하고자 하며, 이를 종합해서 <그림 1>과 같은 연구모형을 설정하였다.

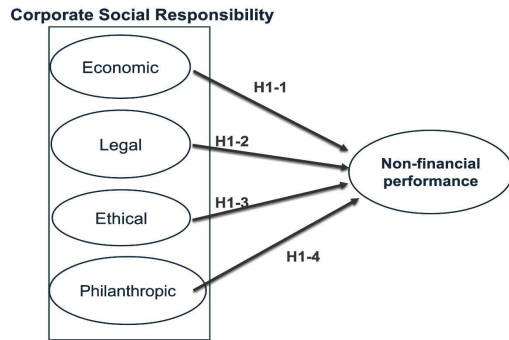


그림 1. 연구모형  
Fig. 1. Research Model

### 3.2 자료수집 및 인구통계 특성

본 연구에서는 중국 소프트웨어 창업기업을 대상으로 설문조사를 실시하였다. 연구모형에 포함된 독립변수와 종속변수는 기존 연구에서 이미 검증된 측정 항목을 참고하여, 본 연구의 목적에 맞게 수정 후 채택하였다. 모든 측정 항목은 5점 리커트 척도(1 = 전혀 그렇지 않다, 5 = 매우 그렇다)를 사용하여 측정되었다.

독립변수인 기업의 사회적 책임활동은 선행연구의 문항을 참고하여 각 3개의 문항을 수정하고 사용하였다[8]. 구체적으로, '우리 기업은 경영활동은 경제 발전에 기여하고 있다, 우리 기업은 장기적으로 안정적인 이익을 창출하고 있다, 우리 기업은 생산성을 지속적으로 향상시키며, 비용을 효율적으로 관리하고 있다(경제적 책임활동)', '우리 기업은 관련 법률 및 규정을 준수하고 있다, 우리 기업은 공정한 거래를 준수하고 있다, 우리 기업은 고객의 개인정보 보호하는 정책을 운영하고 있다(법률적 책임활동)', '우리 기업은 윤리적이고 도덕적인 기준을 준수하여 경영을 하고 있다, 우리 기업은 사내 윤리 규범을 준수하

고 있다, 우리 기업은 정확하고 정직한 정보를 제공한다(윤리적 책임활동)', '우리 기업은 자발적인 기부활동을 수행하고 있다, 우리 기업은 이익의 일부를 사회 활동에 활용하고 있다, 우리 기업은 판매액의 일정부분을 공익을 위한 활동에 할애하고 있다(자선적 책임활동)'로 구성되었다. 종속변수인 비재무적 창업성과는 선행연구를 토대로 항목을 구성하였으며, '우리 기업을 이용하는 고객만족도는 전반적 높은 수준이다, 우리 기업은 브랜드 인지도와 이미지가 개선되고 향상되었다, 우리 기업은 경쟁사에 비해 고객 수가 증가하고 있다, 우리 기업의 종사원 역량수준은 경쟁사 비해 높은 편이다' 총 4개의 문항을 분석에 사용되었다[15].

설문지는 2024년 12월 20일부터 2025년 2월 1일까지 배포되었으며, 총 430부의 설문지를 수집하였다. 이 중의 불성실한 응답 30부를 제외한 400부가 최종 분석에 사용되었다. 응답자의 인구통계학적 특징은 남성이 196명으로 49%, 여성이 204명으로 51%를 차지하고 있고, 연령은 19세~29세가 211명으로 52.7%, 30세 이상인 189명으로 47.3%를 차지하는 것으로 나타났다.

## 4. 연구가설 검증

### 4.1 신뢰성 및 타당성 검증

SPSS를 이용하여 각 변수의 측정항목에 대한 내적 일관성(internal consistency)을 검증할 때, Cronbach's Alpha 값으로 0.6 이상이면 보통 신뢰성을, 0.8 이상이면 매우 높은 신뢰성을 가진 것으로 해석한다. 요인분석 방법으로는 주성분분석법과 직교회전방법을 사용하였다. 요인들이 1 이상인지 확인하고, 요인 적재량이 0.5이상인 경우 유의미한 것으로 간주하였다. 분석 결과, 변수를 측정한 문항들이 5개의 요인으로 구분되었으

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   |
| Economic responsibility<br>(Cronbach's $\alpha=.79$ , Construct reliability=.79, AVE=.563)      |                |             |               |          |      |     |
| -Econ1                                                                                          | .79            | 2.914       | 18.214        | .77      | -    | -   |
| -Econ2                                                                                          | .78            |             |               | .80      | .066 | *** |
| -Econ3                                                                                          | .71            |             |               | .68      | .077 | *** |
| Legal responsibility<br>(Cronbach's $\alpha=.81$ , Construct reliability=.82, AVE=.612)         |                |             |               |          |      |     |
| -LR1                                                                                            | .84            | 2.562       | 16.016        | .79      | -    | -   |
| -LR2                                                                                            | .87            |             |               | .83      | .066 | *** |
| -LR3                                                                                            | .75            |             |               | .72      | .06  | *** |
| Ethical responsibility<br>(Cronbach's $\alpha=.81$ , Construct reliability=.81, AVE=.590)       |                |             |               |          |      |     |
| -ER1                                                                                            | .83            | 2.280       | 14.249        | .73      | -    | -   |
| -ER2                                                                                            | .80            |             |               | .80      | .076 | *** |
| -ER3                                                                                            | .75            |             |               | .76      | .073 | *** |
| Philanthropic responsibility<br>(Cronbach's $\alpha=.89$ , Construct reliability=.90, AVE=.747) |                |             |               |          |      |     |
| -PR1                                                                                            | .91            | 2.174       | 13.589        | .84      | -    | -   |
| -PR2                                                                                            | .90            |             |               | .89      | .04  | *** |
| -PR3                                                                                            | .83            |             |               | .86      | .037 | *** |
| Non-financial performance<br>(Cronbach's $\alpha=.89$ , Construct reliability=.87, AVE=.626)    |                |             |               |          |      |     |
| -NFP1                                                                                           | .81            | 2.111       | 13.195        | .78      | -    | -   |
| -NFP2                                                                                           | .81            |             |               | .81      | .06  | *** |
| -NFP3                                                                                           | .77            |             |               | .81      | .064 | *** |
| -NFP4                                                                                           | .74            |             |               | .77      | .055 | *** |

며, 전체 분산의 약 75%를 설명하는 것으로 나타나 개념타당성이 확보되었다. 다음으로, 집중타당성과 판별타당성을 검증하기 위해 AMOS를 통해 확인적 요인분석을 실시하였다. 분석결과  $\chi^2/df(94)=2.194$ ,  $p=.000$ , GFI=.92, AGFI=.90, IFI=., TLI=.92, CFI=.94, RMSEA=.074로 전반적으로 적합도 기준을 충족시키는 것으로 나타났다. 잠재변수와 관측변수 간의 경로 계수 유의성을 검토한 결과, 모두 경로가 통계적으로 유의미한 것으로 나타났으며 이 결과는 <표 1>과 같이 제시되어 있다. 또한, 판별 타당성을 확인하기 위해 각 변수 간의 관계를 분석하였다. 판별 타당성을 충족여부는 AVE값의 제곱값이 해당 변수와 다른 변수 간의 상관관계보다 큰지 여부로 판단한다. <표 2>에서 확인할 수 있듯이, 각 변수의 AVE의 제곱근이 다른 변수 간의 상관관계 값을 초과하므로 판별타당성이 확인되었다.

#### 4.2 가설 검증

가설1 검증을 위해 AMOS를 이용한 경로분석을 실시하였다. 구조방정식 모형의 적합도 지수

를 확인한 결과  $\chi^2/df(94)=2.417$ ,  $p=.000$ , NFI=.91, RFI=.90, IFI=.95, TLI=.93, CFI=.94, RMSEA=.074로 나타나 전반적으로 적합도 기준을 만족하고 있는 것으로 확인되었다. 가설에 대한 구체적인 검증 결과는 <표 3>과 같다.

가설1은 소프트웨어 창업기업의 사회적 책임 활동과 기업의 비재무적 창업성과의 사이에 어떤 상관관계를 가지고 있는지를 검증하는 것이다. 먼저 경제적 책임활동(계수=.215, C.R.=2.443,  $p=.015$ )이 비재무적 성과에 유의한 정의 영향을 미치는 것으로 나타났고 가설 1-1은 채택되었다. 다음 법률적 책임활동(계수=.329, C.R.=4.853,  $p<.001$ )이 비재무적 성과에 유의한 정의 영향을 미치는 것으로 가설 1-2도 채택되었다. H1-3은 윤리적 책임활동이 비재무적 성과에 미치는 영향을 살펴보면 계수는 .243, C.R.은 3.81,  $p<.001$ 로 유의한 정의 영향을 미치며 채택되었다. 마지막으로 가설 1-4는 자선적 책임활동(계수=.198, C.R.=3.132,  $p=.002$ )이 비재무적 성과에 유의한 정의 영향을 미치는 것으로 모두 가설이 지지하는 것을 확인할 수 있다.

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

|      | Econ            | LR           | ER           | PR           | NFP          |
|------|-----------------|--------------|--------------|--------------|--------------|
| Econ | <b>0.751(a)</b> |              |              |              |              |
| LR   | 0.635***        | <b>0.782</b> |              |              |              |
| ER   | 0.582***        | 0.440***     | <b>0.768</b> |              |              |
| PR   | 0.451***        | 0.265***     | 0.403***     | <b>0.864</b> |              |
| NFP  | 0.621***        | 0.604***     | 0.568***     | 0.436***     | <b>0.791</b> |

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

<표 3> 가설검증결과  
Table 3: Results of Hypothesis Testing

|      | Proposed path |                            | Estimate | C.R.  | P-value |
|------|---------------|----------------------------|----------|-------|---------|
| H1-1 | Economic      | →Non-financial performance | 0.215    | 2.443 | 0.015   |
| H1-2 | Legal         | →Non-financial performance | 0.329    | 4.853 | ***     |
| H1-3 | Ethical       | →Non-financial performance | 0.243    | 3.81  | ***     |
| H1-4 | Philanthropic | →Non-financial performance | 0.198    | 3.132 | 0.002   |

\*\*\*p < .001;  $\chi^2/df(94)=2.417$ ,  $p=.000$ , NFI=.91, IFI=.95, TLI=.93, CFI=.94, RMSEA=.074



## 5. 결 론

### 5.1 연구결과 및 시사점

본 연구는 소프트웨어 창업기업의 CSR활동이 비재무적 창업성과에 미치는 영향을 실증적으로 분석하는 것을 목적으로 하였다. 이를 위해 CSR 활동을 경제적 책임, 법률적 책임, 윤리적 책임, 자선적 책임 활동으로 구분하고, 각각의 요인이 창업기업의 비재무적 성과에 미치는 영향을 검증하였다. 연구 결과 및 결과의 시사점을 다음과 같이 정리하였다.

본 연구의 가설 검증 결과 소프트웨어 창업기업의 CSR활동이 비재무적 창업성과에 유의미한 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 구체적으로 살펴보면, 경제적 책임은 비재무적 성과에 유의한 정의 영향을 미쳤다(H1-1). 이는 기업이 경제적 가치 창출을 위한 책임을 다할수록 조직 구성원과 소비자들로부터 긍정적인 평가를 받을 가능성이 높음을 시사한다. 둘째, 법률적 책임이 비재무적 성과에 유의한 정의 영향을 미치는 것으로 나타나며(H1-2), 이는 창업기업이 법규와 규정을 준수하고 투명한 경영을 실천한 경우, 소비자의 신뢰가 향상되고 기업의 지속가능성이 강화될 수 있음을 의미한다. 셋째, 윤리적 책임 가설H1-3도 채택하였는데, 이는 창업기업이 공정하고 윤리적인 경영을 실천한 경우, 내부 구성원 뿐만 아니라 외부 이해관계자들로부터 신뢰를 얻을 수 있음을 보여준다. 마지막으로 자선적 책임이 비재무적 성과에 긍정적인 영향을 미치는 것으로(H1-4), 이는 지역사회 기여와 사회적 가치 창출을 위한 활동이 소비자의 브랜드 태도 및 기업 이미지 형성에 긍정적인 영향을 미치는 것으로 확인될 수 있다. 이러한 결과는 소프트웨어 창업기업이 단순히 수익 창출을 위한 경제적 활동에 집중하는 것이 아니라, 다양한 CSR활동을 전략적으로 수행할 경우 장기적인 경쟁력을 확보

할 수 있음을 시사한다.

또한 학문적, 실무적 시사점은 다음과 같이 요약하였다. 본 연구는 기존 연구에서 다루지 않았던 소프트웨어 창업기업의 CSR활동과 비재무적 성과 간의 관계를 실증적으로 분석하였다는 점에서 중요한 기여를 한다. 첫째, 기존 연구는 대기업 중심으로 진행되었으나, 본 연구는 창업 초기 기업이 한정된 자원을 활용하여 CSR활동을 효과적으로 수행할 경우 기업의 지속가능성과 경쟁력 확보에 긍정적인 도움이 될 수 있음을 확인하였다. 둘째, CSR활동은 창업기업의 지속가능한 성장과 장기적 경쟁력 확보에 기여할 수 있다. 소프트웨어 창업기업은 시장에서의 경쟁이 치열하고 소비자 신뢰 확보와 브랜드 인지도가 낮은 경우가 많다. 본 연구의 결과에 따르면 경제적, 법률적 책임을 기반으로 한 투명한 경영 활동, 그리고 윤리적, 자선적 책임을 전략적으로 수행할 경우 장기적인 기업 가치가 증대될 수 있다. 특히, 창업기업의 내부 조직문화 형성 및 인재 유지 측면에서도 CSR 활동이 긍정적인 역할을 할 수 있다. 이는 창업기업이 공정한 기업 문화를 조성하고, 사회적 책임을 다하는 조직이라는 이미지를 구축할 경우, 우수한 인재를 유치하고 내부 결속력을 강화할 수 있음을 의미한다. 셋째, 정부 및 정책 기관은 창업기업의 CSR활동을 촉진할 수 있는 지원책을 마련해야 한다. 현재 대부분의 CSR지원 정책은 대기업 중심으로 설계되어 있으며, 창업기업이 활용할 수 있는 정책적 지원이 부족한 상황이다. 본 연구는 창업 초기 기업도 CSR활동을 통해 기업 비재무적 성과에 도움을 될 수 있음을 확인하였으므로, 정부 및 공공기관이 스타트업을 위한 CSR지원 프로그램을 확대할 필요가 있음을 제안한다. 특히, 창업기업이 경제적·법률적 책임을 준수하면서도 윤리적·자선적 활동을 전략적으로 수행할 수 있도록 재정적 지원(세제 혜택, 보조금 지원 등)과 교육

프로그램 제공이 필요하다. 또한, 스타트업이 실천할 수 있는 CSR 활동의 가이드라인을 제공하여, 한정된 자원 내에서도 효과적으로 사회적 책임을 수행할 수 있도록 도와야 한다.

## 5.2 한계점 및 향후 연구제안

본 연구는 소프트웨어 창업기업의 CSR활동이 비재무적 창업성과에 미치는 영향을 실증적으로 분석하고, 이를 통해 창업기업이 지속가능한 경영을 확보하기 위한 다양한 시사점을 도출하였지만, 다음과 같은 한계점 및 향후 연구의 필요성을 가지고 있다. 첫째, 본 연구는 중국 소프트웨어 창업기업을 중심으로 표본을 수집하여 분석을 진행하였다. 국가별 창업기업의 CSR활동이 비재무적 창업성과에 미치는 영향은 문화적, 경제적, 사회적 맥락에 따라 달라질 수 있는 한계점이 있으며, 향후 연구에서 다양한 맥락에서 이 효과를 확인할 필요가 있다. 둘째, 본 연구는 비재무적 성과만 측정하였으나, 기업의 다양한 성과를 가지고 있으며, 향후 연구에서는 다양한 차원에서 측정하여 보완할 필요가 있다.

## 참 고 문 헌

- [1] Sen, S., & Bhattacharya, C. B. (2001). Does doing good always lead to doing better? Consumer reactions to corporate social responsibility. *Journal of marketing Research*, 38(2), 225-243. DOI: <https://doi.org/10.1509/jmkr.38.2.225.18838>
- [2] Luo, X., & Bhattacharya, C. B. (2006). Corporate social responsibility, customer satisfaction, and market value. *Journal of marketing*, 70(4), 1-18. DOI: <https://doi.org/10.1509/jmkg.70.4.001>
- [3] Kim, H. C. (2009). The effect of entrepreneurs characteristics and differentiation strategy on performance of venture business (Doctoral dissertation, PhD Thesis, Graduate School of Chosun University). <http://chosun.dcollection.net/mon/orgView/200000238377>
- [4] Barr, A., & Tessler, S. (1996). The globalization of software R&D: The search for talent. Council on Foreign Relations' Study Group on the Globalization of Industrial R&D. <http://www.aldo.com/papers/cfr1296.pdf>
- [5] Buxmann, P., Diefenbach, H., & Hess, T. (2012). *The software industry: Economic principles, strategies, perspectives*. Springer Science & Business Media. <https://books.google.co.kr/books>
- [6] Bowen, H. R. (2013). *Social responsibilities of the businessman*. University of Iowa Press. <https://books.google.co.kr/books>
- [7] Kim, B. Y., Yoo, D. G., & Song, N. E. (2018). The impact of corporate social responsibility (CSR) activities and CSR authenticity on consumers' perceived quality and brand attitude. *Journal of Product Research*, 36(2). DOI: 10.36345/kacst.2018.36.2.012
- [8] Carroll, A. B. (1999). Corporate social responsibility: Evolution of a definitional construct. *Business & society*, 38(3), 268-295. DOI: <https://doi.org/10.1177/000765039903800303>
- [9] Dowling, G. (2000). *Creating corporate reputations: Identity, image and performance: Identity, image and performance*. OUP Oxford. DOI: <https://doi.org/10.1093/oso/9780199241637.001.0001>
- [10] Taylor, D. (2015). *Performance*. Duke University Press <https://books.google.co.kr/books>
- [11] Lee, W. K., & Kang, H. Y. (2007). The effect of customer relationship management on the performance of firms. *Journal of Management Education*

- Research, 45(1), 249-271. DOI: <https://www.dbpia.co.kr/journal/articleDetail?nodeId=NODE07426561>
- [12] Merchant, K. A., Stringer, C., & Theivananthampillai, P. (2010). Relationships between objective and subjective performance ratings. <https://dlwqtxtslxzle7.cloudfront.net/>
- [13] Morgan, R. E., & Strong, C. A. (2003). Business performance and dimensions of strategic orientation. *Journal of Business research*, 56(3), 163-176. DOI: [https://doi.org/10.1016/S0148-2963\(01\)00218-1](https://doi.org/10.1016/S0148-2963(01)00218-1)
- [14] Huang, J., Li, W., Qiu, C., Yim, F. H. K., & Wan, J. (2016). The impact of CEO servant leadership on firm performance in the hospitality industry. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 28(5), 945-968. DOI: <https://doi.org/10.1108/IJCHM-08-2014-0388>
- [15] Liao, L. K., Lin, Y. M., & Lin, T. W. (2016). Non-financial performance in product market and capital expenditure. *Journal of Business Research*, 69(6), 2151-2159. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2015.12.023>
- [16] Retolaza, J. L., Ruiz, M., & San Jose, L. (2009). CSR in business start ups: an application method for stakeholder engagement. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 16(6), 324-336. DOI: <https://doi.org/10.1002/csr.191>
- [17] Klotins, E., Unterkalmsteiner, M., & Gorschek, T. (2019). Software engineering in start-up companies: An analysis of 88 experience reports. *Empirical Software Engineering*, 24, 68-102. DOI: <https://doi.org/10.1007/s10664-018-9620-y>
- [18] Aras, G., Aybars, A., & Kutlu, O. (2010). Managing corporate performance: Investigating the relationship between corporate social responsibility and financial performance in emerging markets. *International Journal of productivity and Performance management*, 59(3), 229-254. DOI: <https://doi.org/10.1108/17410401011023573>
- [19] Morsing, M., & Schultz, M. (2006). Corporate social responsibility communication: stakeholder information, response and involvement strategies. *Business ethics: A European review*, 15(4), 323-338. DOI: <https://doi.org/10.1111/j.1467-8608.2006.00460.x>
- [20] Freeman, R. E., Dmytriiev, S. D., & Phillips, R. A. (2021). Stakeholder theory and the resource-based view of the firm. *Journal of management*, 47(7), 1757-1770. DOI: <https://doi.org/10.1177/0149206321993576>
- [21] Wasiuzzaman, S., Uyar, A., Kuzey, C., & Karaman, A. S. (2022). Corporate social responsibility: is it a matter of slack financial resources or strategy or both?. *Managerial and Decision Economics*, 43(6), 2444-2466. DOI: <https://doi.org/10.1002/mde.3537>

#### 저 자 소 개



황균정  
(Gyun-Jeong Hwang)

2019.2 광주대학교 디자인학 석사  
2021.2 광주대학교 디자인학 박사  
2018.10-현재 : 전남대학교 교수  
<주관심분야> 디지털 디자인, 창업, 디자인 지식재산권, 문화창업