

창업자 및 창업경험자 입장의 ESG 요인 우선순위 도출 : Borich 요구도 및 The Locus for Focus 모델 활용

이소정(단국대학교 글로벌벤처창업학과 석사과정)

남정민(단국대학교 미래ICT융합창업학과 주임교수)

< 목 차 >

I. 서 론	IV. 연구 결과
II. 이론적 배경	4-1. 측정도구 신뢰도 검증결과
2-1. 창업생태계의 ESG현황	4-2. 대응표본 t검정 결과
2-2. ESG 선행연구	4-3. Borich 요구도 분석결과
III. 연구 방법	4-4. The Locus for Focus 모델 분석결과
3-1. 연구대상	V. 결론 및 제언
3-2. 측정도구	참고문헌
3-3. 연구분석 절차	Abstract

< 요 약 >

최근 대기업뿐만 아니라 스타트업에서도 ESG에 대한 관심이 증가하고 있는 추세이다. 스타트업얼라이언스에 따르면 투자사의 절반 이상이 ESG에 대한 생태계의 관심도가 매우 높다고 하였으며 대기업이 ESG를 추구하는 스타트업과 협력하는 사례가 늘어나면서 스타트업에서도 ESG흐름이 확산되고 있음을 볼 수 있다. 따라서 본 연구는 기존의 창업자와 창업경험자를 대상으로 ESG요인에 대한 중요도-성취도를 분석하여 기존 스타트업에서의 ESG전략의 한계점을 파악하고 ESG요인별 우선순위를 도출하고자 한다.

연구결과 및 시사점은 다음과 같다. Borich요구도 분석결과, '[지배구조] 기업공시 투명성', '[지배구조] 외부감사인 도입 및 운영', '[사회] 지역사회 공헌 및 봉사', '[환경] 환경보호 활동', '[환경] 환경친화적 생산' 순으로 나타났으며, 이들은 The Locus for Focus 모델에서 개선 우선순위가 높은 1, 2사분면에 위치하였다. 따라서 정부는 스타트업에 적용할 수 있는 ESG 표준공시 및 평가지표를 구축하여 창업자들이 ESG활동에 대한 단기 및 중장기적 플랜을 구축할 수 있는 토대를 구축해야 한다. 또한 스타트업 기업의 외부감사 부담 완화를 위해 초기 스타트업 기업들의 회계관리 역량을 키워줄 수 있는 교육 및 지원제도 구축이 필요하다. 스타트업은 내부적 기반을 형성함과 동시에 환경보호 활동과 지역사회 공헌을 통해 기업의 ESG 활동을 대외적으로 또한 실질적으로 구축해야 할 것이다.

• 논문투고일 : 2022-09-13. • 수정일 : 2022-10-21. • 게재확정일 : 2022-10-30.

* 주저자, 단국대학교 글로벌벤처창업학과 석사과정, leesjy2367@gmail.com

** 교신저자, 단국대학교 미래ICT융합창업학과 교수, namjm@dankook.ac.kr

키워드 : 창업기업, ESG요인, Borich 요구도, The Locus for Focus model

I. 서 론

기업의 전통적인 경영방식은 재무적 성과에 초점이 맞춰져 있었다. 그러나 기업을 둘러싼 이해관계자들로부터 요구되는 기대수준이 높아지면서 비재무적 성과의 중요성이 대두되었다. Li et al.(2018)은 기업과 이해관계자는 ESG를 통해 상호신뢰를 형성하며 이는 궁극적으로 기업 가치에 긍정적 영향을 미친다고 하였다. 또한 빠른 기술의 발전으로 급변하는 사회 패러다임과 기후변화, 코로나 19, 전쟁 등이 발생하면서 미래 환경에 대한 불확실성이 커졌다. 이에 따라 기업은 불확실성에서부터 오는 리스크를 줄이기 위해 비재무적 성과를 고려하기 시작하였다. 이처럼 지속가능성이 기업 경영에서 필수적인 요소로 자리 잡으면서 기업들은 ESG경영 혁신을 이루어내고 있는 추세이다. ESG를 실천한다는 기업의 이미지 자체는 기업의 선한 브랜드 이미지를 형성하여 소비자들의 호감을 사고 투자자들로부터 투자를 받는 등 기업가치 향상에 연결된다. 기업의 ESG와 브랜드자산 간의 관계는 정(+)의 상관관계가 있으며(허중호 외, 2022), ESG에 대한 소비자의 요구는 소비, 투자, 입사 등으로 이어진다(유현경 · 이성호 · 남정민, 2021). 이처럼 ESG는 투자 및 기업 가치와 연관되어있는 만큼 새로운 사업 기회로 활용하기 위한 전략적 측면이 강조된다. 박은진(2019)은 ESG전략이 기업 가치를 높이기 때문에 기업은 ESG점수를 높이기 위해 전략적으로 실행해야함을 주장하였다. 실제로 국내 기업 중 장기적으로 성장 가능성이 있다고 여겨지는 SK, 삼성, LG, 카카오, 네이버 등은 지속가능경영 보고서 공시, ESG 홍보 등 ESG 활동에 적극적인 모습을 보이고 있다. 또한 쿠팡의 사례를 분석한 서용구 · 김태미(2022)의 연구에서는 쿠팡이 친환경 SCM을 구축하고 중소상인 공헌, 윤리경영을 실천함으로써 고객의 충성도 및 근무자의 근무몰입을 상승시켜 매출성장과 생산성 증가를 달성하고 있음을 밝혔다. 또한 쿠팡이 ESG경영을 실천함으로써 향후 성장가능성이 높고 지속적인 밸류에이션 상승이 기대된다고 하였다.

대기업뿐만 아니라 스타트업에서도 ESG에 대한 관심이 증가하고 있는 추세이다. ESG는 지속가능성을 중심으로 재무적 항목뿐만 아니라 환경, 사회, 기업지배구조의 비재무적 항목을 포괄한 기업의 책임이다. ESG는 기업가치, 지속가능성, 미래가치를 재무적 성과가 아닌 비재무적 요인에서 찾는 것이다. 경영성과에만 집중한 스타트업은 경영성과를 낼 수 있는 길이 막힐 수 있고, 투자자들로부터 투자를 받기 어려워져 지속적인 성장을 하는데 한계에 부딪힐 수 있다(이호석 외, 2021). 한국콘텐츠진흥원, 창업진흥원 등 다양한 공공기관에서는 창업생태계의 ESG 확산을 위해 포럼을 개최하고 ESG 업무협약을 맺는 등 다양한 노력을 기울이고 있다. 또한 재무적 수익뿐만 아니라 사회 · 환경적 영향을 고려한 임팩트 투자를 하는 액셀러레이터가 증가하고 있으며, 국내외 대기업들이 ESG경영의 일환으로 스타트업 및 액셀러레이터와 상생 협력하는 오픈이노베이션 프로그램을 활발히 진행하고 있다. 스타트업은 이러한 오픈이노베이션을 통해 대기업의 인프라 공유, 자금 확보 및 창업자의 인적 네트워크 확대를 도모할 수 있다. 보통 대기업은 친환경 및 사회적 가치를

추구하는 스타트업을 협력의 대상으로 한다. 예를 들어 SK이노베이션은 저탄소·배터리 및 폐플라스틱 재활용 등 친환경역량을 보유한 20개 벤처기업을 선정해 지원하는 프로그램을 진행한 바 있으며, LG화학은 국내 친환경 벤처기업과 협력하여 ‘플라스틱 에코 플랫폼’을 구축하고 있다. ESG경영전략은 탄소저감, 신재생에너지, 공급망리스크 이슈 등 비즈니스가 갖는 새로운 도전과제와 리스크에 대처하는 기술, 신사업 기회관점으로서의 끊임없는 모색과 변화를 가능하게 한다(이준희, 2021). 이러한 추세를 보았을 때, 앞으로 스타트업 업계에서도 ESG 흐름이 강화될 것으로 보인다. 따라서 창업자 및 예비창업자는 창업 초기 단계부터 ESG경영전략에 대한 이해를 높이고 준비를 시작해야 한다. 그간의 ESG에 관련된 연구와 보고서를 살펴보면 대기업 및 투자자 중심 연구나 사례 분석이 대부분이다(남정민·박준혁·이소정, 2022; 서영미·김태미, 2022 등). 투자자와 창업자와의 시각은 분명히 다르기 때문에 창업자 입장의 접근도 필요하다. 이에 본 연구는 그간의 연구와는 다르게 대기업 및 투자자 중심의 연구에서 벗어나 창업자를 중심으로 ESG에 대한 요구도를 탐색하여 창업자들이 ESG경영을 하는데 있어 나타나는 애로사항을 파악하고 정책적 시사점을 제시하는데 목적을 두고 있다. 연구문제는 다음과 같다.

첫째, 창업자들이 인식하는 ESG의 중요도와 성취도 사이에 유의한 차이가 있는가? 둘째, ESG를 구성하는 하위요소 가운데 개선 우선순위가 높은 것은 무엇인가? 이를 위해 기존의 창업자와 창업경험자를 대상으로 ESG요인에 대한 중요도-성취도를 분석하여 기존 스타트업에서의 ESG전략의 한계점을 파악하고 ESG요인별 우선순위를 도출하였다. 이를 토대로 국내 창업생태계의 개선을 위한 정책적 시사점과 예비창업자 및 현재 창업자에게 창업기업의 ESG경영전략 방향성에 대해 제안하고자 한다.

II. 이론적 배경

2.1 창업생태계의 ESG현황

벤처나 스타트업 투자에도 ESG가 중요한 핵심전략으로 자리 잡고 있다. 스타트업얼라이언스*에 따르면 투자사의 77%는 ESG투자를 유지하거나 확대할 예정이라고 답했으며, 투자사의 절반 이상이 ESG에 대한 생태계의 관심도가 매우 높다고 응답하여 창업생태계에서도 ESG흐름이 확산되고 있음을 볼 수 있다. 2021년도 국내 스타트업이 유치한 투자유치금액은 총 11조 7287억 원으로 스타트업 투자금이 늘어난 가운데 정부의 탄소중립 정책과 기업의 ESG경영 기조에 맞춰 친환경·사회적 분야 스타트업으로 투자금이 이동하고 있다(이은경, 2022). 최근 국내 창업생태계에서는 대기업 주도로 환경·사회·지배구조 펀드 조성을 확대하면서 소셜벤처를 포함한 ESG모델을 갖춘 스타트업의 기업가치가 높아졌다(성현희, 2021). 일례로, SK텔레콤은 ESG얼라이언스를 통해 ESG스타트업을 키워 임팩트를 확장하고 펀드 조성을 통해 ESG스타트업에 직접투자하면서 회사의 메인 비즈니스에도 ESG가치를 접목시키고 있다(구현화, 2022).

스타트업이 성장하기 위해서는 당장의 자금조달과 재무적 성과가 중요할 수 있지만, 기업이 지속가능하기 위해서 회사가 성장하기 이전에 핵심가치를 명확히 설정할 필요가 있다. 재무적 성과에만 집중한 스타트업이나 강소기업은 지속적인 성장이 어려워질 수 있다. 따라서 스타트업의 지속가능한 성장을 위해서는 스타트업 경영의 첫 단계부터 ESG를 핵심가치로 삼아야 한다.

2.2 ESG 선행연구

ESG는 기업가치 평가 기준으로 재무적 성과뿐만 아니라 기업을 둘러싼 다양한 이해관계자들과의 관계를 보여주는 비재무적 성과를 포함한다(김지인, 2021). 현재 기업들은 ESG를 비즈니스적 관점에서 수익을 창출하고 기업의 투자가치를 높이는 전략을 적극적으로 활용하고 있다.

맥킨지 보고서에 따르면, ESG성치가 좋은 기업일수록 구성원의 업무 몰입도와 충성도에 영향을 미친다고 하였으며, 소비자들의 소비행태도 지속가능성을 추구하는 방향으로 전환되고 있다고 하였다. 관련 선행연구를 살펴보면, ESG활동이 경영성과 및 조직효과성

* 스타트업얼라이언스 : 국내 스타트업 생태계를 활성화하고 스타트업의 해외진출을 지원하기 위한 미래창조과학부와 네이버, 다음, 카카오 등 인터넷선도기업, 투자기관, 창업보육기관 등의 민관협력네트워크 단체

에 긍정적인 영향이 있다는 연구결과가 있으며(정진호·박현숙, 2022), 유현경·이성호·남정민(2021)은 ESG경영에 대한 소비자의 요구는 ESG경영을 지지하는 행동인 소비, 투자, 입사 등으로 이어지므로 기업은 ESG경영을 촉진시키기 위해 노력해야함을 주장하였다. 또한 기업의 지속가능성 지향은 투자자의 우려를 줄이고 신뢰를 형성하며(Kraus et al., 2018), 기업의 ESG 성과는 투자자의 선호도에 영향을 미친다(Gillan, S. L., Koch, A., & Starks, L., 2021). Lins, Servaes, & Tamayo(2017)는 ESG에 대한 기업 활동이 기업과 이해관계자 사이에 신뢰도를 제고시킬 수 있다고 하였으며, Li et al.(2018)은 기업과 이해관계자는 ESG를 통해 상호신뢰를 형성하며 이는 궁극적으로 기업가치에 긍정적 영향을 미친다고 주장하였다.

세계은행(The World Bank's International Finance Corp.)에 따르면 자사 기업 포트폴리오 중 환경과 사회에 대한 기준의 실적이 좋은 기업이 그렇지 않은 기업보다 자기자본이익률(Return on equity)이 2.1%, 자산수익률(Return On Assets)이 1.1% 더 높은 것으로 나타났다. 관련 선행연구를 살펴보면, ESG성과와 기업 가치는 양(+)의 상관관계가 있다는 연구결과가 있으며(강원·정무권, 2020; 손호철·박성규, 2015), 박은진(2019)은 ESG는 기업의 수익성과와 기업 가치와 양(+)의 관계를 확인하였다. ‘기업의 ESG노력과 재무성과의 선행관계’ 연구에서는 ESG 성과가 좋은 기업이 공통적으로 전반적인 수익성과 현금창출 능력이 향상되었으며, 지속적으로 투자활동을 수행한다고 하였다(김범석·민재형, 2016). 또한 임옥빈(2019)은 ESG통합등급이 기업가치를 향상시킨다고 하였으며, Friede et al.(2015)는 ESG와 기업재무성과 사이에서 정(+)의 상관관계가 있다고 하였다.

이상의 선행연구를 바탕으로 봤을 때, ESG는 이해관계자와의 관계, 기업가치 및 재무적 성과 등에 긍정적인 영향을 미치는 것을 볼 수 있다. 기업은 ESG경영을 실천함으로써 투자유치와 인재확보, ESG기업 이미지를 통해 소비자의 브랜드충성도를 얻을 수 있으며, 리스크에 대한 사전예방을 할 수 있다. 기존 ESG 연구는 대기업 또는 투자자 관점에 집중이 되어있으며 창업기업의 ESG에 대한 연구는 부족한 실정이다. 따라서 본 연구는 창업자를 대상으로 ESG에 대한 우선순위를 도출하고 창업생태계의 ESG활성화를 위한 정책적 시사점과 창업기업 ESG경영전략에 대한 시사점을 제안하고자 한다.

Ⅲ. 연구 방법

3.1 연구대상

남정민·박준혁·이소정(2022)의 연구결과를 살펴보면, 환경경영에 대한 최고경영자의 실천의지 및 환경경영 전략 수립이 중요한 요인으로 꼽혔다. 지속적으로 ESG의 중요도가 향상됨에 따라 창업기업들은 창업초기 단계부터 명확한 비전 및 ESG 전략을 세우는 것이 매우 중요하다. 따라서 본 연구는 창업초기 단계의 창업자들의 애로사항 및 니즈를 파악하고 이에 대한 정책적 시사점을 제안하고자 창업자 또는 창업경험자(3년 이내 창업 경험자)를 대상으로 선정하였다. 설문데이터는 약 2주간 수집하였으며, 표본 수는 200명 확보하였다. 설문응답자의 인구통계학적 특성을 살펴보기 위하여 빈도분석을 실시하였다. 설문응답자의 인구통계학적 정보는 <표 1>와 같다.

<표 1> 인구통계학적 특성

N=200

구분	항목	빈도수	퍼센트(%)
성별	남성	125	62.5
	여성	75	37.5
나이	30이하	21	10.5
	30-39	56	28.0
	40-49	84	42.0
	50이상	39	19.5
결혼 여부	기혼	129	64.5
	미혼	71	35.5
거주 지역	서울, 인천, 경기	150	75.0
	대전, 세종, 충남, 충북	38	19.0
	부산, 대구, 울산, 경남, 경북	10	5.0
	강원	2	1.0
최종 학력	고등학교 재학 및 고등학교 졸업	3	1.5
	대학 재학 및 대학 졸업	86	43.0
	석사 과정 및 석사	72	36.0
	박사 과정 및 박사	39	19.5

현재 창업 여부	현재 창업자	154	77.0
	창업경험자(현재 창업 중이 아님)	46	23.0
창업기간	1년 미만	32	16.0
	1년 이상 - 2년 미만	42	21.0
	2년 이상 - 3년 미만	34	17.0
	3년 이상 - 4년 미만	39	19.5
	4년 이상 - 5년 미만	13	6.5
	5년 이상	40	20.0
창업분야	식음료(카페, 음식점) 및 숙박업	16	8.0
	쇼핑몰, 도소매 등 유통판매 분야	38	19.0
	정보기술(IT)분야(어플리케이션 개발 등)	55	27.5
	교육서비스 분야	26	13.0
	미디어/언론, 문화예술, 스포츠/레저 분야	7	3.5
	전기/전자, 건설/기계, 화학/바이오, 제조 분야	43	21.5
	사회복지/보건의료 분야	7	3.5
	금융/증권/보험 분야	4	2.0
	농업/임업/어업/축산업 관련 분야	4	2.0

3.2 측정도구

한국지배구조원(KCGS)은 높은 투명성과 전문성을 토대로 2003년부터 기업지배구조 평가를 실시해왔으며, 2011년부터 ESG평가를 통해 매년 국내 상장회사의 지속가능경영 수준을 평가하고 있다(한국지배구조원, 2022). 한국기업지배구조원의 ESG평가모형은 OECD 기업지배구조 원칙, ISO26000 등 국제 기준에 부합할 뿐만 아니라 국내 법제 및 경영환경을 충실히 반영하여 개발된 독자적 평가 모형이다(한국지배구조원, 2022). ESG 평가지표를 사용한 25개의 국내 논문을 분석한 결과, 한국지배구조원(KCGS)의 ESG평가지표를 상대적으로 많이 사용한 것으로 나타났다(이정기·이재혁, 2020). 이에 본 연구는 ESG 평가 지표 중 한국기업지배구조원의 지표를 바탕으로 설문 항목을 구성하였다. 그러나 한국지배구조원의 ESG평가지표는 상장회사를 평가하는 지표로써 창업기업에 적용하기에 한계가 있어, ESG 및 창업전문가 FGI를 진행하여 벤처기업에 적합한 문항을 도출한 남정민·박준혁·이소정(2022)의 연구를 참고하여 설문 항목을 구성하였다.

창업자 입장의 ESG 요인 우선순위 도출 : Borich를 활용하여

〈표 2〉 설문 항목

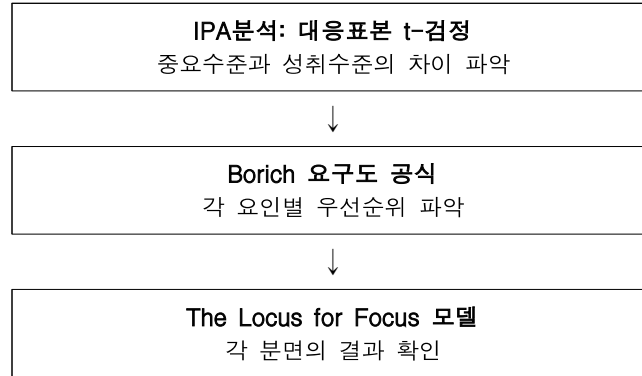
상위요인	하위요인	항목 설명
환경 (Environment)	최고경영자의 실천의지	최고경영자의 실천의지 표명, 환경정보 공개 등
	환경경영 전략 및 방침	기업의 경영전략 및 방침과 통합 수립 여부 등
	환경친화적 생산	제품 및 서비스 전 과정에서 예방차원의 환경관리 등
	환경보호 활동	국내외 환경관련 프로그램의 자발적 참여 등
사회 (Social)	직장 내 안전 및 보건	근로자의 안전보건 정책 수립 유무 등
	직장 내 기본권 보호	강제노동 금지, 아동노동금지, 차별금지 정책 유무 등
	기업경영 부패 방지	부패방지 전담조직 유무, 윤리교육 실시 여부 등
	소비자 개인정보 보호	소비자 개인정보 관리 정책 수립 유무 등
	지역사회 공헌 및 봉사	지역사회 발전을 위한 정책 수립 유무 등
지배구조 (Governance)	주주의 권리 보호	소유자로서의 권리, 주주의 권리의 최대 보장 등
	이사회의 기능 활성화	기업의 의사결정 기능과 감독 기능의 수행 등
	외부감사인 도입 및 운영	감사 대상기업과 법적, 실질적 독립성 유지 등
	기업 공시 투명성	의사결정에 중요한 영향을 미치는 사항에 대한 공시 등

출처: 남정민 · 박준혁 · 이소정(2022), 벤처기업의 ESG경영전략 도출을 위한 계층분석과정(AHP) 적용

3.3 연구 분석절차

본 연구는 데이터 분석을 위해 IBM SPSS 26.0 프로그램 및 Excel을 사용하였다. 창업자 및 창업경험자들이 인식하는 ESG요인의 중요도 및 성취도의 차이를 분석하기 위하여 대응표본 t검정을 실시하였다. t검정을 통해 검증된 두 수준 간의 단순 차이 비교를 극복하고 ESG 요인의 우선순위를 도출하기 위해 Borich 요구도 분석을 진행하였으며, The Locus For Focus 모델을 통해 요구도 분석결과를 시각적으로 도식화하였다.

〈그림 1〉 연구 분석 절차



Borich 요구도 분석은 대응표본 t검정을 통해 도출된 현재수준(What is)과 바람직한 수준(What should be)의 차이에 가중치를 두어 계산된 값의 크기로 우선순위를 결정하는 방법이다. 해당 분석방법은 단순 대응표본 t검정 즉, IPA 방법론의 한계인 중요도와 현 수준 간 단순 차이 비교를 극복하였다는 점에서 긍정적으로 평가된다(Ahn, 2015; 조대연, 2009; 김영문·강태균, 2022). Borich 요구도는 보통 교육프로그램 효과성, 정책요구도 분석에 주로 활용되고 있다(정제영 외, 2015). Borich 요구도를 통해 도출된 결과값은 ESG요인 중 어떤 요인을 우선적으로 집중하고 개선해야 하는지 결정할 수 있는 틀을 제공한다.

〈그림 2〉 Borich 요구도 공식

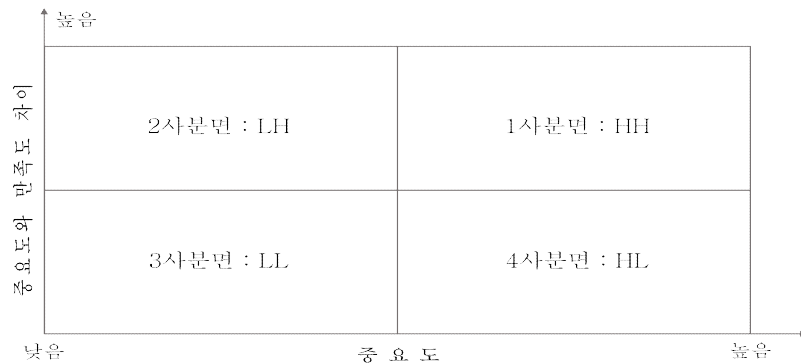
$$Borich \text{ 요구도} = \frac{\sum(RL - PL) \times \overline{RL}}{N}$$

○ RL : 중요도(바람직한 수준)
○ PL : 성취도(현재수준)
○ N : 전체 표본수

The Locus for Focus 모델은 중요도인 요구수준과 현재수준 간 차이를 도출하고 중요도에 가중치를 부가하여 요구도를 산출한다는 점에서 Borich 요구도 분석과 유사하다(송현옥, 2020). The Locus for Focus 모델은 좌표평면을 사용하여 4사분면에 항목들을 나열하고 도출된 변수 중 어느 순위까지를 우선으로 고려할 것인지 도식화하여 시각적 정보로 제공한다(Mink, Shultz, & Mink, 1991). The Locus for Focus 모델은 가로축은 ‘바람직한 수준’이며 가로축 중앙값은 전체 문항의 교육 바람직한 수준 평균이 된다. 세로축은 ‘바람직한 수준(중요도)와 현재수준의 차이(성취도)’이며 세로축 중앙값은 차이값의 평

균이 된다(Mink, Shultz, & Mink, 1991; Zarafshani & Alibayg, 2008). 이 모델은 교육의 ‘바람직한 수준(x축)’ 과 ‘바람직한 수준 및 현재수준의 차이(y축)’ 를 이용해 4사분면 그래프를 작성하게 되며, 이를 통해 최우선으로 고려해야 할 항목들을 명시적으로 볼 수 있다(조대연, 2009). 1사분면(HH)의 경우 중요도가 높으며, 성취도와 중요도의 불일치 정도 또한 높은 영역으로 개선 우선순위가 가장 높은 단계이다. 2사분면(LH)은 중요도는 평균보다 낮지만 성취도와 중요도의 불일치 정도가 높은 영역으로 1사분면 다음으로 우선순위가 높은 영역이다. 3사분면(LL)은 성취도와 중요도의 불일치 정도와 중요도가 모두 평균값보다 낮으며, 4사분면(HL)은 중요도 평균은 높지만 성취도와 중요도의 불일치 정도가 낮은 영역으로 개선 우선순위가 낮거나 고려되지 않는 영역에 해당한다.

〈그림 3〉 The Locus for Focus Model



IV. 연구 결과

4.1 측정도구의 신뢰도 검증

본 연구에서는 설문문항 항목들의 신뢰성 검증을 하기 위해 신뢰도 분석을 실시하였다. 각 설문 문항에 대해 신뢰도를 측정한 결과, 최종 문항의 Cronbach's alpha는 모두 0.8 이상으로 나타나 신뢰성에 문제가 없는 것으로 나타났다.

〈표 3〉 신뢰도 검증

Cronbach의 알파	항목 수
0.958	26

4.2 중요도(바람직한 수준) 순위

창업자가 인식하는 ESG 요소의 중요도를 분석한 결과, ‘최고경영자의 실천의지’, ‘기업경영 부패방지’, ‘소비자 개인정보 보호’, ‘직장 내 안전 및 보건’, 직장 내 기본권보호 ‘ 순으로 높은 순위가 나타났다. 낮은 순위로는 ‘외부감사인 도입 및 운영’, ‘환경보호 활동’, ‘이사회 기능 활성화’ 등의 순으로 나타났다.

〈표 4〉 요인별 중요도(바람직한 수준) 순위

상위요인	하위요인	중요도 평균 (표준편차)	중요도 순위
환경 (Environment)	최고경영자의 실천의지	4.20 (.926)	1
	환경경영 전략 및 방침	3.98 (.866)	7
	환경 친화적 생산	3.95 (.923)	9
	환경보호 활동	3.85 (.916)	12
사회 (Social)	직장 내 안전 및 보건	4.11 (.837)	4
	직장 내 기본권 보호	4.11 (.855)	4
	기업경영 부패 방지	4.20 (.835)	1
	소비자 개인정보 보호	4.15 (.869)	3
	지역사회 공헌 및 봉사	3.90 (.945)	10
지배구조 (Governance)	주주의 권리 보호	3.98 (.876)	7
	이사회의 기능 활성화	3.88 (.928)	11
	외부감사인 도입 및 운영	3.84 (.881)	13
	기업 공시 투명성	4.07 (.914)	6

4.3 성취도(현재수준) 순위

창업자가 인식하는 ESG 요소의 성취도를 분석한 결과, ‘최고경영자의 실천의지’, ‘기업경영 부패방지’, ‘직장 내 기본권보호’, ‘소비자 개인정보 보호’, ‘직장 내 안전 및 보건’ 등이 높은 순위로 나타났으며, 낮은 순위로는 ‘외부감사인 도입 및 운

창업자 입장의 ESG 요인 우선순위 도출 : Borich를 활용하여

영’, ‘환경보호 활동’, ‘지역사회 공헌 및 봉사’ 등의 순으로 나타났다.

〈표 5〉 요인별 성취도(현재수준) 순위

상위요인	하위요인	성취도 평균 (표준편차)	성취도 순위
환경 (Environment)	최고경영자의 실천의지	3.81 (1.000)	1
	환경경영 전략 및 방침	3.49 (.993)	8
	환경 친화적 생산	3.45 (1.038)	10
	환경보호 활동	3.32 (1.049)	12
사회 (Social)	직장 내 안전 및 보건	3.69 (.938)	5
	직장 내 기본권 보호	3.78 (.999)	3
	기업경영 부패 방지	3.81 (.934)	1
	소비자 개인정보 보호	3.76 (.961)	4
	지역사회 공헌 및 봉사	3.37 (1.059)	11
지배구조 (Governance)	주주의 권리 보호	3.59 (.968)	6
	이사회 기능 활성화	3.48 (.994)	9
	외부감사인 도입 및 운영	3.30 (1.049)	13
	기업 공시 투명성	3.55 (1.001)	7

4.2 대응표본 t검정 결과

창업자가 인식하는 ESG 요소의 중요도와 성취도 차이가 유의한지 파악하기 위해 대응 표본 t검정을 실시하였다. 그 결과 모든 항목에서 유의한 차이가 있는 것으로 나타났으며, 중요도가 성취도에 비해 모두 높게 나타났다.

〈표 6〉 요인별 중요도-성취도 t검정 결과

상위요인	하위요인	중요도 평균 (표준편 차)	성취도 평균 (표준편 차)	중요도- 성취도 평균차	t
환경 (Environment)	최고경영자의 실천의지	4.20 (.926)	3.81 (1.000)	0.38	5.674***

	환경경영 전략 및 방침	3.98 (.866)	3.49 (.993)	0.48	6.178***
	환경 친화적 생산	3.95 (.923)	3.45 (1.038)	0.51	6.251***
	환경보호 활동	3.85 (.916)	3.32 (1.049)	0.53	6.580***
사회 (Social)	직장 내 안전 및 보건	4.11 (.837)	3.69 (.938)	0.42	6.269***
	직장 내 기본권 보호	4.11 (.855)	3.78 (.999)	0.33	4.793***
	기업경영 부패 방지	4.20 (.835)	3.81 (.934)	0.40	5.874***
	소비자 개인정보 보호	4.15 (.869)	3.76 (.961)	0.38	5.403***
	지역사회 공헌 및 봉사	3.90 (.945)	3.37 (1.059)	0.53	6.656***
지배구조 (Governance)	주주의 권리 보호	3.98 (.876)	3.59 (.968)	0.39	5.480***
	이사회의 기능 활성화	3.88 (.928)	3.48 (.994)	0.40	5.049***
	외부감사인 도입 및 운영	3.84 (.881)	3.30 (1.049)	0.54	7.236***
	기업 공시 투명성	4.07 (.914)	3.55 (1.001)	0.51	7.113***

* $p < .05$

4.3 Borich 요구도 분석결과

Borich 요구도 계산식에 따라 결과 값을 산출하면 <표 7>와 같이 결과가 나타난다. 개선 우선 순위 5위 이내의 결과를 살펴보면 ‘[지배구조] 기업공시 투명성’, ‘[지배구조] 외부감사인 도입 및 운영’, ‘[사회] 지역사회 공헌 및 봉사’, ‘[환경] 환경보호 활동’, ‘[환경] 환경 친화적 생산’ 순으로 나타난 것을 볼 수 있다.

<표 7> Borich 요구도 분석결과

구분	항목		borich 요구도	순위
환경 (Environment)	Environment 1	최고경영자의 실천의지	1.60	9
	Environment 2	환경경영 전략 및 방침	1.92	6
	Environment 3	환경친화적 생산	2.03	5
	Environment 4	환경보호 활동	2.03	4

창업자 입장의 ESG 요인 우선순위 도출 : Borich를 활용하여

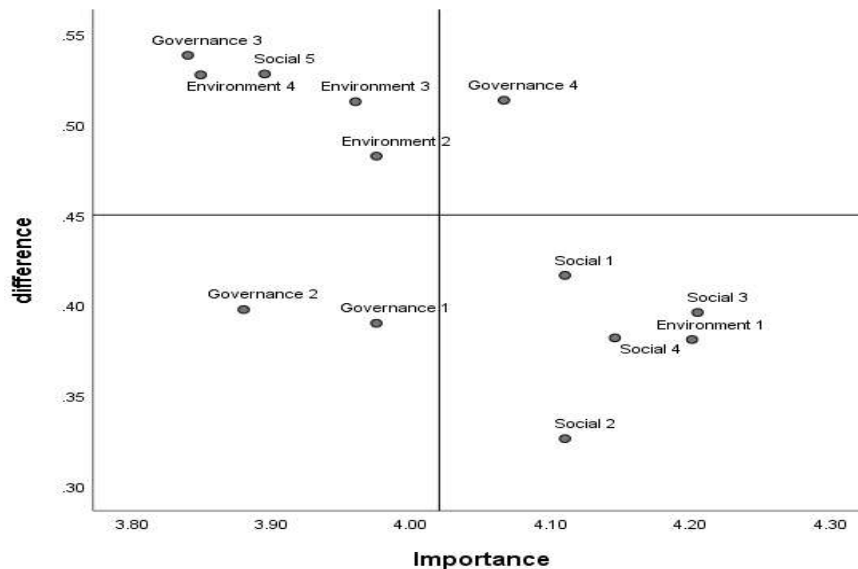
사회 (Social)	Social 1	직장 내 안전 및 보건	1.71	7
	Social 2	직장 내 기본권 보호	1.34	13
	Social 3	기업경영 부패 방지	1.66	8
	Social 4	소비자 개인정보 보호	1.58	10
	Social 5	지역사회 공헌 및 봉사	2.06	3
지배구조 (Governance)	Governance 1	주주의 권리 보호	1.55	11
	Governance 2	이사회의 기능 활성화	1.54	12
	Governance 3	외부감사인 도입 및 운영	2.07	2
	Governance 4	기업 공시 투명성	2.09	1

4.4 The Locus for Focus Model 분석결과

The Locus for Focus 모델에 따라 분석한 결과, <그림 4>과 같이 표현되었다.

가장 우선순위가 높은 1사분면(HH) 영역에는 ‘[지배구조] 기업공시 투명성’ 이 위치하였다. 1사분면(HH) 다음으로 우선순위가 높은 2사분면(LH)에는 ‘[환경] 환경보호활동’, ‘[환경] 환경 친화적 생산’, ‘[환경] 환경경영 전략 및 방침’, ‘[사회] 지역사회 공헌 및 봉사’, ‘[지배구조] 외부감사인 도입 및 운영’ 이 위치하였다.

<그림 4> The Locus for Focus model



V. 결론 및 제언

본 연구는 기존의 선행연구(박은진, 2019; 임옥빈, 2019; 정진호·박현숙, 2022 등)와는 다르게 대기업, 투자자 중심 연구에서 벗어나 창업자 관점의 ESG 연구를 진행했다는 점에서 의의가 있다.

본 연구의 결과를 요약하면 다음과 같다. 대응표본 t검정 결과, 환경·사회·지배구조의 모든 영역에서 중요도가 성취도에 비해 유의하게 높게 나타났다. 중요도 순위는 [환경] 최고경영자의 실천의지와 [지배구조] 기업경영 부패방지가 4.20으로 중요도 1위로 나타났으며, [사회] 소비자 개인 정보보호가 4.15로 2위, [사회] 직장 내 안전 및 보건, [사회] 직장 내 기본권 보호가 4.11로 3위를 차지하였다. 성취도 순위는 [환경] 최고경영자의 실천의지, [지배구조] 기업경영 부패방지가 3.81로 성취도 1위로 나타났으며, [사회] 직장 내 기본권 보호가 3.78로 2위, [사회] 소비자 개인정보 보호가 3.76으로 3위를 차지하였다. Borich 요구도 분석결과, 개선 우선순위가 가장 높은 것은 [지배구조] 기업공시 투명성이었으며, 그 다음으로는 [지배구조] 외부감사인 도입 및 운영, [사회] 지역사회 공헌 및 봉사, [환경] 환경정보호 활동, [환경] 환경 친화적 생산 순으로 결과가 나타났다.

이상의 연구결과에 대한 정책 및 실무적 시사점은 다음과 같다.

첫째, ‘기업공시의 투명성’이 가장 높은 개선 우선순위로 나타났다. 최근 투자자나 글로벌 신용평가사, 소비자들은 기업 평가를 위해 기업의 ESG 활동 여부를 평가한다. 맥킨지 보고서에 따르면, 82%의 투자자들과 66%의 임원들이 지속가능경영보고서를 의무화해야 한다는 결과가 나왔다. 이처럼 여러 기업들 사이에서 기업공시의 중요성은 점차 커지고 있으며, 가치투자자들은 올바른 투자 결정을 내리기 위해 비즈니스에 대한 투명성을 요구한다. 김윤경(2020)은 기업이 자본시장의 변화, 글로벌 기업과의 경쟁을 고려하여 비재무적 정보 공시를 적극적으로 활용해야 할 것을 주장하였다. 스타트업의 성장에 있어서 자본투자는 매우 중요하다. ESG를 추구하는 스타트업은 실적이 저조하더라도 시장에서 최대 10% 벨류에이션 프리미엄에 거래될 수 있다(Mansouri, S., & Momtaz, P., 2021). 이에 따라 자본조달에 큰 영향을 주는 투자자의 관점을 고려하여 창업자들은 기업공시의 투명성의 중요도를 높게 평가한 것으로 보인다. 그러나 창업자들이 기업공시 투명성에 대한 중요도 자체는 높게 인식하고 있지만 스타트업의 기업공시 투명성에 대한 현재수준(성취도)을 낮게 평가하여 개선 우선순위가 높게 나왔다. 이는 ESG 표준공시나 ESG평가가 주로 상장회사들을 대상으로 하고 있어 스타트업에 적용하기 어렵다는 점에서 기인한 것으로 볼 수 있다. Mansouri, S., & Momtaz, P.(2021)는 스타트업은 정보 공개의 표준화가 되지 않아 기존 대기업의 ESG등급을 안정적으로 적용할 수 없다고 하였다. 대기업에 비해 소규

모 기업은 공시 활동이 상대적으로 부족하다(오덕교, 2012). 따라서 정부에서는 대기업 중심이 아닌 스타트업에 적용할 수 있는 ESG 표준공시나 평가지표를 구축하여 창업자들에게 실질적인 단기, 중기 및 장기적 가이드를 제공해야 한다. 하지만 ESG 관련 지표를 측정하고 평가하기 위해서는 경영활동 중 생성되는 데이터를 별도로 관리하는 등의 추가적인 업무 활동이 필요하다. 스타트업은 초기 생존을 위한 제품개발과 영업활동에 필요한 인력도 충분히 운영하기 어려운 것이 현실이다. 결국 창업자인 대표자 본인이 ESG 공시와 관련된 대부분의 업무를 수행해야하며, 공시자료를 작성하였다 하더라도 전문가의 도움을 받지 않는다면 투자자들에게 오해를 가져올 수 있는 결과물이 나오는 부작용의 가능성이 존재한다. 스타트업과 같은 소규모 비상장사들을 위한 ESG공시 플랫폼이 제도화되지 않는다면 표준공시나 지표가 만들어진다고 하더라도 실제 활용도는 매우 제한적일 것으로 판단된다. 이에 스타트업을 위한 ESG공시플랫폼을 제도화해야 한다. 이를 통해 많은 스타트업이 지속가능경영 보고서를 공시할 수 있는 환경을 조성함으로써 책임투자의 선순환 구조를 형성해야 한다.

둘째, ‘외부감사인 도입 및 운영’이 두 번째로 높은 개선 우선순위로 나타났다. 중요도와 성취도의 순위를 보면 모두 낮게 측정되었지만 창업자가 인식하는 중요도 및 성취도의 차이의 크기가 크다 보니 개선 우선순위가 높게 나타났다. 초기 스타트업의 경우, 대기업과는 다르게 외부감사를 받아야 할 의무는 없기 때문에 중요도 순위는 낮게 나온 것으로 보인다. 그러나 투자자 입장에서 외부감사를 거치지 않은 회사의 재무제표는 신뢰하기 어렵기 때문에 IR 및 투자유치 등을 위해 스타트업은 법적 요건이 충족되지 않아도 주주사의 요구에 따라 외부감사를 자처하는 곳들이 적지 않다(박동흠, 2019; 이광수, 2020). 창업 초기단계에는 가치평가에 필요한 충분한 정보를 얻기 어려움에도 불구하고 그러한 과정이 외부감사 과정에 적절히 고려되지 않아 투자가 위축될 수 있다는 문제가 존재한다. 또한 스타트업의 외부감사 부담은 내부 회계관리 인력의 부재가 가장 큰 요인으로 작용한다. 회계감사를 받기 위해서는 기업이 스스로 장부를 작성하는 등 거래가 기업회계기준에 맞게 회계처리가 되도록 별도의 회계·세무관리 인력이 필요하다. 초기 스타트업에게 이러한 인력을 별도로 채용하는 것은 큰 부담이 되므로 대부분 세무 대행기관의 기장대리용역을 통하여 회계장부 작성 및 세무신고를 진행한다. 이 경우에 법인세법 또는 소득세법상 과세표준에서 문제가 되지 않는 정도 수준에서 장부가 작성되므로 투자자들 입장에서는 해당 재무제표에 대한 신뢰도가 낮을 수밖에 없다. 따라서 정부는 초기 스타트업의 회계관리 역량을 키워줄 수 있는 교육 및 지원제도를 구축해야 한다. 초기 스타트업 기업들이 투명하고 신뢰성 있는 회계정보를 구축하기 위해서는 무엇보다 기업 내부의 회계관리 인력 확보 및 역량강화가 요구되며, 초기 스타트업일수록 회계에 대한 창업자의 학습과 역

량을 키워야할 것이다.

셋째, ‘지역사회 공헌 및 봉사(3위)’, ‘환경보호 활동(4위)’ 순으로 개선 우선순위가 높게 나왔다. 이 외로 최고경영자의 실천의지, 소비자 개인정보보호, 직장 내 안전 및 보건, 직장 내 기본권 보호는 중요도와 성취도 모두 상위권에 머물렀다. 창업자들은 기업 내 부적인 요소에 대한 현재수준은 높게 평가하였으나, 추가적인 외부적인 활동에 대해서는 현재수준을 낮게 평가하였다. 이는 벤처기업의 특성상 외부적인 활동보다 제품개발 및 조직문화 등 내부적으로 단단하게 기반을 다지는 것을 우선적으로 보았기 때문에 나온 결과로 보인다(남정민 · 박준혁 · 이소정, 2022). 그러나 최근 사회적 동향을 살펴보면, 개인적 가치나 사회적 이익을 중시하는 밀레니얼 세대를 중심으로 ESG 투자에 대한 투자자들이 관심이 확대되고 있다(김진선, 2020). 또한 SK, GS칼텍스 등 대기업은 친환경 및 사회적인 기업과 오픈이노베이션 및 자금 지원 프로그램을 확장시키고 있으며, 액셀러레이터 및 VC의 임팩트 투자가 증가하고 있는 추세이다. 따라서 스타트업은 성장을 위해서 내부적인 기반을 형성하는 것도 중요하지만, 소비자의 이목을 이끌어 판매를 일으켜 매출을 발생시키고, 투자자에게 투자를 받을 수 있는 기회를 마련해야 한다. 기업의 ESG경영활동은 기업이미지 형성에 영향을 미치며(박윤나 · 한상린, 2021), 사회적 책임을 실천하는 기업들은 자본시장의 이해관계자들에게 좋은 평가를 받는다(전인수 · 설유형 · 김철교, 2012). 이명종 · 주영진(2019)은 시장진입을 시작하는 창업 초 · 중기 단계 기업의 마케팅 활동이 기업 성장에 긍정적 영향을 미친다고 하였다. 따라서 창업 초 · 중기 단계 기업은 내부적 기반을 형성함과 동시에 환경보호 활동과 지역사회 공헌 및 봉사를 통해 홍보효과를 일으켜 지속가능한 기업의 이미지를 형성하는 것이 중요하다고 할 수 있겠다.

스타트업은 시대의 흐름을 정확하게 읽고, 전략적인 사고와 소비자의 니즈에 맞는 브랜드 이미지 형성이 적절히 융합될 때 성장할 수 있다. 우수한 기술만 보유하고 있다고 성장할 것이라는 스타트업 창업자들의 생각은 위험하다. 스타트업은 제품 및 서비스를 사용할 소비자들의 감성적인 관점을 고려할 필요가 있으며 기업공시 및 외부감사를 통한 기업의 투명성을 강화하여 투자자의 마음을 사로잡을 수 있어야 한다. 따라서 스타트업은 지속가능한 문화를 조성하고 투자자와 소비자를 이끌 수 있는 전략적 요소로 ESG를 봐야한다.

본 연구의 한계점 및 향후 과제는 다음과 같다. 첫째, 본 연구는 창업 시기를 창업 초 · 중기 단계에 초점을 맞춰 창업후기 단계를 고려하지 못하였다. 창업단계별로 창업자들이 고려하는 요소가 다를 수 있기 때문에 향후 연구에서는 창업 단계별로 구분하여 창업성장 단계별 비교 연구가 진행되어야 할 것이다. 둘째, 창업자의 관점과 투자자의 관점은 엄연히 다르기 때문에 향후 연구에서는 투자자와 창업자의 데이터를 동시에 확보하여 투자자와 창업자의 관점을 비교한 연구가 진행되어야 할 것이다.

참고문헌

(1) 국내 문헌

- 강원 · 정무권(2020). ESG 활동의 효과와 기업의 재무적 특성. **한국증권학회지**, 49(5), 681-707.
- 구현화(2022). *ESG 스타트업 투자 늘리는 SK텔레콤*, Retrieved 2022.09.27 from <https://www.hankyung.com/economy/article/202204184444i>. 한경 ESG.
- 김범석 · 민재형(2016). 기업의 ESG 노력과 재무성과의 선후행 관계: 탐색적 연구. **한국생산관리학회지**, 27(4), 513-538.
- 김영문 · 강태균(2022). Borich 요구도와 Locus for Focus Model 을 이용한 창업보육 지원서비스 개선방안 연구. **경영교육연구**, 37(2), 289-316.
- 김윤경(2020). 기업 비재무정보 (ESG) 공시가 재무성과와 기업가치에 미치는 영향. **규제연구**, 29(1), 35-59.
- 김지인(2021). ESG, 이해관계자 자본주의 그리고 힐링 소사이어티. **브레인**, 86, 42-43.
- 경제정보센터(2020.02.10). *글로벌 자산운용사의 ESG투자 사례와 시사점*, Retrieved 2022.10.11 from <https://eiec.kdi.re.kr/policy/domesticView.do?ac=0000151357&issus=S&pp=20&datecount=&pg=>. 우리금융경영연구소.
- 남정민 · 박준혁 · 이소정(2022). 벤처기업의 ESG경영전략 도출을 위한 계층분석과정 (AHP) 적용. **Entrepreneurship&ESG연구**, (2)1, 1-25.
- 박동흠(2019). *회계사가 말하는 스타트업 재무제표 보는 법*, Retrieved 2022.10.12 from <https://www.wadiz.kr/web/wcast/detail/6497>. 와디즈.
- 박윤나 · 한상린(2021). 기업의 ESG 활동이 기업 이미지, 지각된 가격 공정성 및 소비자 반응에 미치는 영향. **경영학연구**, 50(3), 643-664.
- 박은진(2019). ESG 전략이 기업의 재무 성과에 미치는 영향=(The) impact of ESG strategy on corporate financial performance.
- 서용구 · 김태미(2022). 쿠팡의 ESG 경영. **상품학연구**, 40, 67-75.
- 성현희(2021). *'ESG스타트업'에 대기업 군침*, Retrieved 2022.10.09 from <https://m.etnews.com/20211004000077>, 전자신문.
- 손호철 · 박성규(2015). 환경·사회책임·가버넌스 통합지수(ESG)가 재무성과에 미치는 영향. **경영경제**, 48(2), 123-146.
- 오덕교(2012). *중소 · 중견기업의 ESG현황 분석*, 서울 : 한국기업지배구조원.
- 유현경 · 이성호 · 남정민(2021). 소비자의 ESG 경영요구가 ESG 경영지지에 미치는 영

- 향. **Entrepreneurship&ESG연구**, 1(2), 1-24.
- 이광수(2020). *외감법 대상도 아닌데...스타트업도 ‘두 배’ 올랐다*, Retrieved 2022.10.12 from <https://www.edaily.co.kr/news/read?newsId=01216886625699384&mediaCodeNoE>, 이데일리.
- 이명종 · 주영진. (2019). 기술기반창업기업의 기업활동이 기업성장에 미치는 영향. **벤처창업연구**, 14(6), 59-76.
- 이은경(2022). *작년 스타트업에 몰린 돈 12조원...친환경·ESG 눈에 띄네*, Retrieved 2022.10.12. from <https://biz.chosun.com/industry/company/2022/04/13/5MT5CTOQABB6DN6HOOPEDXICTY/>, 조선비즈
- 이정기 · 이재혁. (2020). “지속가능경영” 연구의 현황 및 발전방향: ESG 평가지표를 중심으로. **전략경영연구**, 23(2), 65-92.
- 이준희(2021.07.15.). ESG경영의 핵심 : 이해관계자 통합 관점의 신뢰경영.
- 이호석 · 남정민 · 이성호 · 박재춘. (2021). 중소기업 CSR의 성과에 관한 연구 : CSR을 넘어 ESG로의 전환. **Entrepreneurship&ESG연구**, 1(1), 1-27.
- 임옥빈(2019). 비재무적 정보가 기업성과에 미치는 영향: ESG 점수를 중심으로. **국제회계연구**, 86, 119-144.
- 전인수 · 설유영 · 김철교. (2012). 기업의 사회적 책임과 기업가치 관련성. **경영교육연구**, 27(5), 361-387.
- 정제영 · 김성기 · 김무영 · 이윤희 · 선미숙 · 이아진(2015). 학교폭력 관련 정책에 대한 교원의 요구도 분석: 현장중심 학교폭력 대책을 중심으로, **한국교원교육연구**, 32(1), 231-250.
- 정진호 · 박현숙 (2022). 기업의 ESG 활동이 경영성과에 미치는 영향에 관한 연구: 기업가치인식의 조절효과를 중심으로. **산업진흥연구**, 7 (2), 15-29.
- 조대연(2009). 설문조사를 통한 요구분석에서 우선순위결정 방안 탐색. **교육문제연구**, (35), 165-187.
- 한국기업지배구조원(2022), *ESG평가*, Retrieved (2021.11.14.) from http://www.cgs.or.kr/business/esg_tab01.jsp.
- 허종호 · 김태민 · 이세리 · 이채린(2022). ESG와 브랜드자산과의 관계. **경영연구**, 37, 1-20.

(2) 국외 문헌

- Kraus, S., Burtscher, J., Vallaster, C., & Angerer, M. (2018). Sustainable entrepreneurship orientation: A reflection on status-quo research on factors facilitating responsible managerial practices. *Sustainability*, 10(2), 444.
- Friede, G., Busch, T., & Bassen, A. (2015). ESG and financial performance: aggregated evidence from more than 2000 empirical studies. *Journal of Sustainable Finance & Investment*, 5(4), 210-233.
- Gillan, S. L., Koch, A., & Starks, L. T. (2021). Firms and social responsibility: A review of ESG and CSR research in corporate finance. *Journal of Corporate Finance*, 66, 101889.
- Li, Y., Gong, M., Zhang, X. Y., & Koh, L. (2018). The impact of environmental, social, and governance disclosure on firm value: The role of CEO power. *The British Accounting Review*, 50(1), 60-75.
- Lins, K. V., Servaes, H., & Tamayo, A. (2017). Social capital, trust, and firm performance: The value of corporate social responsibility during the financial crisis. *the Journal of Finance*, 72(4), 1785-1824.
- Mansouri, S., & Momtaz, P. P. (2021). Financing Sustainable Entrepreneurship: ESG Measurement, Valuation, and Performance in Token Offerings. Valuation, and Performance in Token Offerings (May 12, 2021).

<ABSTRACT>

Deriving ESG Factor Priorities from the Entrepreneur Point of View: Using Borich Demand and The Focus for Focus Model

Lee Sojeong*, Nam Jungmin**

Recently, interest in ESG is increasing not only in large companies but also in the start-up ecosystem. According to the Startup Alliance, more than half of the investors said the ecosystem's interest in ESG is very high, and it can be seen that ESG flows are also spreading in the start-up ecosystem as large companies cooperate with startups pursuing ESG. Therefore, this study analyzes the importance-achievement of ESG factors for existing start-ups and start-ups to identify the limitations of ESG strategies in the existing start-up ecosystem and derive priorities for each ESG factor.

The research results and implications are as follows. As a result of Borich's demand analysis, '[governance] transparency in corporate disclosure', '[governance] external auditors introduction and operation', '[social] community contribution and service', '[environmental] environmental protection activities', and they were located in the first and second quadrants with high priority. Therefore, the government should establish ESG standards disclosures or evaluation indicators applicable to startups so that startups can provide investors with short-, medium- and long-term guidance on practical ESG value drivers. In addition, policies should be prepared to ease the burden of external audits on start-up companies. It can be said that startups form an internal foundation and at the

* First author, Department of Global Entrepreneurship, Dankook University, leesjy2367@gmail.com

** Corresponding Author, Department of ICT Convergence · Entrepreneurship, Dankook University, namjm@dankook.ac.kr

창업자 입장의 ESG 요인 우선순위 도출 : Borich를 활용하여

same time create a promotional effect through environmental protection activities, community contributions, and volunteer work, forming an image of a sustainable company.

Keywords: Start-up companies, ESG factors, Borich demand diagram, The Focus for Focus model