



저작자표시-비영리-변경금지 2.0 대한민국

이용자는 아래의 조건을 따르는 경우에 한하여 자유롭게

- 이 저작물을 복제, 배포, 전송, 전시, 공연 및 방송할 수 있습니다.

다음과 같은 조건을 따라야 합니다:



저작자표시. 귀하는 원저작자를 표시하여야 합니다.



비영리. 귀하는 이 저작물을 영리 목적으로 이용할 수 없습니다.



변경금지. 귀하는 이 저작물을 개작, 변형 또는 가공할 수 없습니다.

- 귀하는, 이 저작물의 재이용이나 배포의 경우, 이 저작물에 적용된 이용허락조건을 명확하게 나타내어야 합니다.
- 저작권자로부터 별도의 허가를 받으면 이러한 조건들은 적용되지 않습니다.

저작권법에 따른 이용자의 권리는 위의 내용에 의하여 영향을 받지 않습니다.

이것은 [이용허락규약\(Legal Code\)](#)을 이해하기 쉽게 요약한 것입니다.

[Disclaimer](#)

경영학박사 학위논문

기업특성이 성과를 매개로 지속가능성에
미치는 영향에 관한 연구
- 부산시 사회적기업을 중심으로 -



2020년 2월

부경대학교 대학원

경영컨설팅협동과정

문 주 상

경영학박사 학위논문

기업특성이 성과를 매개로 지속가능성에
미치는 영향에 관한 연구
- 부산시 사회적기업을 중심으로 -

지도교수 김 완 민

이 논문을 경영학박사 학위논문으로 제출함.

2020년 2월

부 경 대 학 교 대 학 원

경영컨설팅협동과정

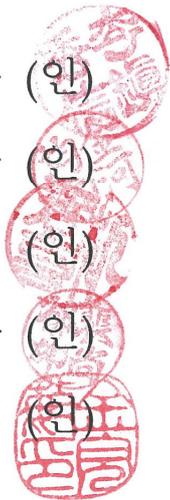
문 주 상

문주상의 경영학박사 학위논문을 인준함.

2020년 2월



위원장	경영학박사	이진수 (인)
위원	경영학박사	김하균 (인)
위원	경제학박사	박철형 (인)
위원	경영학박사	배상욱 (인)
위원	경영학박사	김완민 (인)



목 차

I. 서 론	1
1. 연구의 배경	1
2. 연구의 목적	3
3. 연구방법 및 연구범위	4
가. 연구방법	4
나. 연구범위	5
II. 이론적 배경 및 선행연구	7
1. 사회적기업의 일반적 고찰	7
가. 사회적기업의 정의 및 특성	7
나. 사회적기업의 발전과정 : 미국, 서유럽, 일본, 한국	11
다. 우리나라 사회적기업 인증 제도	14
라. 사회적기업 지원체계 및 지원제도	15
마. 우리나라 사회적기업 현황	21
2. 선행연구	26
가. 사회적기업의 성과에 관한 연구	26
나. 사회적기업의 지속가능성에 관한 연구	32
III. 연구모형 및 가설	36
1. 연구모형	36
2. 가설의 설정	37
가. 기업특성과 성과 간의 관계	37
나. 기업특성과 지속가능성 간의 관계	39

다. 성과와 지속가능성 간의 관계	40
라. 기업형태(예비/인증사회적기업)의 조절효과	42
3. 변수의 조작적 정의	44
가. 전략적 요인	44
나. 사회적 기업가정신	45
다. 경영역량	46
라. 조직특성	48
마. 사회적 네트워크	50
바. 경제적 성과	52
사. 사회적 성과	53
아. 지속가능성	54
4. 변수의 측정	56
5. 자료수집 및 분석방법	59
가. 자료수집	59
나. 분석방법	60
IV. 실증연구의 분석 및 검증	61
1. 표본의 일반적 특성	61
2. 기술통계 및 상관분석	64
가. 기술통계 분석	64
나. 상관관계 분석	66
3. 신뢰성과 타당성 분석	67
가. 사회적기업의 특성에 대한 신뢰성 및 탐색적 요인분석	67
나. 사회적기업의 성과와 지속가능성에 대한 신뢰성 및 탐색적 요인 분석	71

4. 연구가설 검증	72
가. 경제적 성과에 영향을 주는 각 변수의 다중회귀 분석	72
나. 사회적 성과에 영향을 주는 각 변수의 다중회귀 분석	73
다. 지속가능성에 영향을 주는 각 변수의 다중회귀 분석	74
라. 성과가 지속가능성에 영향을 주는 각 변수의 다중회귀 분석	75
마. 사회적기업의 특성이 지속가능성에 미치는 영향에 대한 성과의 매 개효과 검증	76
바. 사회적기업의 특성과 성과와의 사이에서 기업형태(예비/인증사회적 기업)의 조절효과 검증	79
사. 가설검증 결과의 요약	83
V. 결론	86
1. 연구결과 요약	86
2. 연구의 시사점	87
가. 이론적 시사점	88
나. 실무적 시사점	89
3. 연구의 한계점 및 향후 연구방향	90
[참고문헌]	92
[부 록]	100

표 목차

<표 1> 사회적기업의 유형	10
<표 2> 사회적기업 지원체계	15
<표 3> 연도별 사회적기업의 신청·인증·유지현황	22
<표 4> 지역별 분포 현황	23
<표 5> 조직형태별 현황	23
<표 6> 사회적목적 실현 유형별 현황	23
<표 7> 서비스 분야별 현황	23
<표 8> 사회적기업 고용 현황	24
<표 9> 부산의 구·군별 사회적기업 현황	25
<표 10> 사회적목적 실현 유형별 현황	25
<표 11> 서비스 분야별 현황	25
<표 12> 사회적기업의 성과에 미치는 영향요인(국내연구)	31
<표 13> 전략적 요인에 대한 조작적 정의와 측정항목	45
<표 14> 사회적 기업가정신에 대한 조작적 정의와 측정항목	46
<표 15> 경영역량에 대한 조작적 정의와 측정항목	48
<표 16> 조직특성에 대한 조작적 정의와 측정항목	49
<표 17> 사회적 네트워크에 대한 조작적 정의와 측정항목	51
<표 18> 경제적 성과에 대한 조작적 정의와 측정항목	53
<표 19> 사회적 성과에 대한 조작적 정의와 측정항목	54
<표 20> 지속가능성에 대한 조작적 정의와 측정항목	55
<표 21> 설문지 구성	57
<표 22> 인구통계적 특성	62

<표 23> 기술통계분석	64
<표 24> 주요 변수간 상관관계 분석	66
<표 25> 사회적기업의 특성에 대한 요인분석	69
<표 26> 사회적기업의 성과와 지속가능성의 요인분석	71
<표 27> 경제적 성과에 영향을 주는 각 변수의 다중회귀 분석	73
<표 28> 사회적 성과에 영향을 주는 각 변수의 다중회귀 분석	74
<표 29> 지속가능성에 영향을 주는 각 변수의 다중회귀 분석	75
<표 30> 지속가능성에 영향을 주는 각 변수의 다중회귀 분석	76
<표 31> 사회적기업 특성, 경제적 성과, 지속가능성의 매개효과 검증	77
<표 32> 사회적기업 특성, 사회적 성과, 지속가능성의 매개효과 검증	78
<표 33> 사회적기업의 특성과 경제적 성과 사이에서 기업형태의 조절효과 검증	80
<표 34> 사회적기업의 특성과 사회적 성과 사이에서 기업형태의 조절효과 검증	82
<표 35> 가설검증 결과	83

그림 목차

<그림 1> 사회적 기업의 개념	8
<그림 2> 연구모형	37

A Study on the Effect of the Corporate Characteristics on Sustainability
Mediated by Performance : Focusing on Social Enterprises in Busan City

Ju Sang Moon

Department of Business Administration, The Graduate School,
Pukyong National University

Abstract

A social enterprise is an entity whose objective is to achieve both the economic performance of the entity's pursuit of revenue and the social performance of prioritizing the public interest, which is the social characteristic. Therefore, in order to enable sustainable management of social enterprises, not only economic but also social performance must be satisfied at the same time. Finding success factors that affect the performance and sustainability of these social enterprises has significant implications for the successful policy direction of future social enterprises.

This study examines the causality of these factors to comprehensively analyze the success factors directly affecting the performance and sustainability of Busan social enterprises, and then examines how they affect the performance and sustainability of Busan social enterprises.

To verify the hypothesis of the research model, 99 preliminary social enterprises based in Busan and 103 representatives of certified social enterprises were surveyed from July 29 to August 18, 2019, of which 121 questionnaires were used to verify the research model.

Using the SPSS v25 program, the collected data were analyzed for frequency, reliability, exploratory factor analysis, correlation analysis, and multi-regression analysis. In order to verify the mediated effects of

performance, mediating effect regression analysis was performed and the adjustment effect regression analysis was performed for verifying the adjustment effects of the enterprise type.

The major findings of the empirical research are as follows;

First, strategic factors and social networks among the corporate characteristics of social enterprises have a positive influence on economic performance, and strategic factors, social entrepreneurship and organizational characteristics on social performance.

Second, strategic factors, social entrepreneurship, management capacity and organizational characteristics have a positive influence on sustainability.

Third, both economic and social performance of social enterprises have a positive influence on sustainability.

Fourth, on the mediated effect of the performance on sustainability, economic performance has a partial mediating effect on strategic factor, and social performance has a partial mediating effect on strategic factors and organizational characteristics.

Fifth, social networks have a negative influence on economic performance, and social entrepreneurship have a negative influence, organizational characteristics have a positive influence in the adjustment effect of the type of enterprise (preliminary/certified social enterprise) between the corporate characteristics and performance.

The results of this study show that the sustainability is increasing when the various strategies, the social entrepreneurship, the managerial capacity of representatives, the organizational characteristics for which communication is desired, and social networks are harmonized with each other.

Twelve years after the enactment of the Social Enterprise Promotion Act, we expect that the various characteristics of social enterprises will contribute to enhancing the sustainability of Busan's social enterprises by analyzing and presenting factors affecting their performance and sustainability.

Key Words : Social Enterprise, Economic Performance, Social Performance, Sustainability, Corporate Characteristics.

I. 서론

1. 연구의 배경

1970년대 유럽을 비롯한 미국 등 선진국에서 높은 실업률, 소외계층 증가와 사회 양극화 등 여러 사회문제들이 발생하면서 사회적기업(Social Enterprise)은 이러한 사회문제 해결과 사회통합을 하는 과정에서 그 대처방안의 하나로 등장하였다. 이후 사회적기업은 지역재생과 사회서비스 발굴과 확산, 그리고 취약계층에게 일자리를 제공하는 등 정부에서 미처 대처하지 못하는 다양한 영역에서 양적·질적으로 크게 성장하였다.

한국의 경우는 1997년 IMF 국제통화 위기 이후 경제성장의 둔화로 인한 실업 문제, 고용없는 성장, 급속한 고령화와 저출산 문제, 그리고 이에 따른 사회적 양극화 문제 등이 심화되면서 환경·일자리·보육·노인복지 등 다양한 사회문제 해결 방안으로 사회적기업에 대한 관심과 기대가 고조되기 시작하였다.

우리나라에서의 사회적기업은 창의적인 아이디어로 새로운 시장 수요 개척과 시장의 방식으로 사회문제를 해결할 수 있는 선도적 역할이 가능할 것으로 기대되면서 정부에서는 2007년에 사회적기업의 지속적인 성장을 지원하기 위해 '사회적기업육성법'을 제정하였고, '사회적기업 인증제'를 도입하면서 본격적으로 정부의 정책적 지원이 시작되었다.

사업 초기에는 기반이 취약한 상황임을 고려하여 정부 주도의 인증 제도를 도입하고 재정과 세제 등을 집중 지원하여 성장 기반을 조성하였는데, '사회적기업

육성법'이 도입된 지 12년차인 2019년 2월까지 신청기업 4,449개 기업 중 인증된 사회적기업의 수는 2,524개였고 그 중 현재 2,154개가 유지되고 있는 실정이다.

전국적으로 2007년 55개 기업이 사회적기업 인증을 받은 것을 시작으로 2018년에는 312개의 기업이 사회적기업 인증을 받았다. 부산의 사회적기업은 2007년 1개소가 사회적기업 인증을 받은 것을 시작으로 2018년에는 18개의 기업이 사회적기업 인증을 받았고, 예비사회적기업도 2018년 52개의 기업이 지정을 받는 등 최근에는 양적으로도 가파른 증가추세를 보이고 있다. 사회적기업의 취약계층 고용 측면을 보면 2007년에 전체 고용근로자 2,539명 중 취약계층 근로자 수가 1,403명(55.3%)에서 2019년 2월 현재 전체 고용근로자 45,867명 중 취약계층 근로자 수는 27,718명(60.4%)으로 전체 고용인원의 증가뿐만 아니라 취약계층 고용자 수와 고용비율도 증가하면서 고용창출에도 기여한 바가 크다고 할 수 있다.

한편 이와 같이 사회적기업이 양적으로 성장하고 취약계층에 대한 일자리를 창출한다는 긍정적인 효과가 있음에도 불구하고, 사회적기업의 전문성, 경영노하우, 재무적 불안정성, 정부지원 종료 후 경영성과의 저조 등의 문제점들은 계속 지적되고 있다(이재준, 2016). 정부의 육성정책은 취약계층 고용창출에 목표를 두고, 초기단계 사회적기업에 대해 인건비 중심으로 설계된 것이 사실이고, 그에 비해 사회적기업을 위한 시장조성, 금융지원, 공간지원 등 기업 성장을 위한 생태계 조성은 아직 상대적으로 미약한 것이 현실이다(이인재 외, 2014).

장흥근 외(2011)는 사회적기업의 지원이 인건비에 치중되어 있어 인건비 지원이 종료되면 사회적기업의 지속경영 및 고용안정 문제 등이 야기될 것으로 보인다고 문제점을 지적하고 있다. 남상각(2018)은 사회적기업이 일자리를 만드는 것도 중요하지만 기업의 지속가능한 경영상태를 유지하는 것에 대한 중요성을 강조하였다. 또한 성공적이고 지속적인 운영을 위하여 높은 성과를 내는 요인을 발견하여야 하고, 지속가능하고 자생력을 확보하기 위해서는 경제적

성과와 사회적 성과를 창출해야 한다고 하였다. 이와 같이 여러 연구자들에 의해 사회적기업의 지속가능성에 관한 문제점과 해결점을 제시하는 연구들이 늘어나고 있다(이광우, 2008; 오미옥, 2009; 김성기, 2010; 장영란, 2011; 이영범 외, 2012; 송태수, 2012; 김학실, 2012; 손인철, 2012; 박내영, 2014; 최영출 외, 2015; 이진민, 2015; 임효민, 2016; 이덕수, 2016; 한세억, 2017).

일반적으로 사회적기업은 기업의 특성인 수익 추구라는 경제적 성과와 사회적 특성인 공익을 우선시하는 사회적 성과를 동시에 달성하는 것이 목적인 기업이다. 그러므로 사회적기업의 지속경영이 가능하기 위해서는 경제적 성과 뿐만 아니라 사회적 성과도 동시에 충족시켜야 한다. 이러한 사회적기업의 성과와 지속가능성에 영향을 주는 성공요인들을 발견하는 것은 향후 사회적기업의 성공적인 정책방향 모색에 상당히 중요한 의미가 있다.

2. 연구의 목적

본 연구는 부산 사회적기업의 성과와 지속가능성에 직접적인 영향을 주는 성공요인들을 종합적으로 분석하기 위해 이들 요인들의 인과관계를 검증한 후, 이들 성공요인들이 부산 사회적기업의 성과와 지속가능성에 어떠한 영향을 주는지에 대해서 살펴보는 것이다.

기존의 선행연구들은 대부분 전국의 사회적기업을 대상으로 성과와 지속가능성에 관하여 연구를 수행한 반면, 본 연구에서는 사회적기업육성법이 시행된지 12년이 지나 사회적기업육성이 본격화되고 있는 현 시점에서 부산 사회적기업들의 성과와 지속가능성에 미치는 성공요인들을 분석해 보고자 한다.

보다 구체적인 목적을 정리하면 다음과 같다.

첫째, 사회적기업 특성인 전략적요인, 사회적 기업가정신, 경영역량, 조직특성, 사회적 네트워크가 사회적기업의 성과에 영향을 미치는지에 대해 검증한다.

둘째, 사회적기업 특성이 지속가능성에 영향을 미치는지에 대해 검증한다.

셋째, 사회적기업의 성과가 지속가능성에 영향을 미치는지에 대해 검증한다.

넷째, 사회적기업 특성이 성과를 매개로 지속가능성에 영향을 미치는지에 대해 검증한다.

다섯째, 기업형태(예비/인증사회적기업)가 사회적기업 특성이 성과에 미치는 영향에 조절효과가 있는지에 대해 검증한다.

따라서 사회적기업육성이 본격화되기 시작한 이후에 고용노동부의 인증사회적기업과 2016년부터 시작된 부산 예비사회적기업의 경제적 성과와 사회적 성과, 그리고 지속가능성에 미치는 성공요인들을 실증분석을 통해 살펴보는 것은 부산 사회적기업의 발전과 지속가능경영을 위해 중요한 의의를 가지는 것이라 볼 수 있다. 이를 통하여 부산 사회적기업들이 성과와 지속가능성을 위한 기본적인 성공요인이 무엇인지를 발견하고, 향후 기업의 경영목표와 전략을 수립하는 데 방향을 제시해 줄 수 있다는 데 연구의 의의가 있다.

3. 연구방법 및 연구범위

가. 연구방법

본 연구에서 제안한 연구목적을 달성하기 위하여 기존의 이론체계를 바탕으로 가설을 설정하고 실증분석을 통하여 가설검증을 시도하고자 한다.

본 연구는 문헌연구를 통해 이론적 배경과 선행연구를 정리하였다. 사회적기업의 성과와 지속가능성과 관련된 국내외 논문, 정부 간행물 및 통계자료, 서적 등을 활용하여 이론적 틀을 정립하였으며 이와 관련된 선행연구들을 참고하여 연구모형을 구축하였고 구체적인 가설을 설정하였다.

실증분석을 위해 부산의 사회적기업 대표자들을 대상으로 자기기업식 설문을 실시하였으며, 설문조사는 이메일, 구글 On-line, 그리고 직접 방문조사를 실시하였다.

구조방정식의 경우 표본수가 너무 적으면 추정오차가 커져 추정된 미지수의 값을 신뢰할 수 없게 되므로 절대적인 표본수가 최소 150명 이상의 표본을 사용할 것을 제안(Anderson & Gerbing, 1988)하고 있어 구체적인 자료의 분석은 SPSS 25.0을 이용하여 분석하였다. 응답자의 인구통계학적 특성 파악을 위하여 빈도분석을 실시하고, 변수 간 내적 일관성 검증을 위하여 Cronbach's Alpha 계수를 이용하여 신뢰성을 활용하였으며, 변수 간 요인의 타당성을 측정하기 위해 요인분석을 시행하였다. 가설 검증과정에서 각 변수 간의 상관관계를 알아보기 위해 상관관계분석을 실시하였다.

마지막으로, 제시된 가설검증을 위해 다중회귀분석을 하였고, 사회적기업의 기업특성이 지속가능성에 미치는 영향에 대한 성과의 매개효과 검증은 Baron and Kenny(1986)의 3단계 분석절차에 따라 매개효과 회귀분석(위계적 회귀분석)을 하였으며, 기업형태에 의해 성과에 미치는 조절효과 검증은 조절효과 회귀분석(위계적 회귀분석)을 실시하였다.

나. 연구범위

위에서 제시된 구체적인 연구방법에 따라 본 연구는 5개의 장으로 구성되었으

며 각 장의 내용은 다음과 같다.

I. 서론 부분에서는 연구의 배경, 연구의 목적, 연구방법 및 연구범위가 기재되어 있다.

II. 이론적 배경 부분에서는 사회적기업의 정의 및 특성, 사회적기업의 발전과정, 우리나라 사회적기업 인증 제도, 사회적기업 지원체계 및 지원제도, 우리나라 사회적기업 현황 그리고 선행연구들의 결과들을 요약하였다.

III. 연구모형 및 가설에서는 선행연구를 바탕으로 사회적기업의 기업특성인 전략적요인, 사회적 기업가정신, 경영역량, 조직특성, 사회적 네트워크와 경제적 성과, 사회적 성과, 지속가능성과의 관계를 연구모형으로 제시하고 연구가설을 설정하였다. 또한 본 연구에서 사용된 전략적요인, 사회적 기업가정신, 경영역량, 조직특성, 사회적 네트워크, 경제적 성과, 사회적 성과, 지속가능성 변수들에 대한 조작적 정의와 설문지 구성, 설문조사 방법, 그리고 연구 분석 방법에 대한 내용들을 기술하였다.

IV. 실증연구의 분석 및 검증에서는 앞서 살펴본 통계분석 방법을 통해 검증한 가설의 결과들을 확인하였다.

V. 결론에서는 연구결과를 요약하고 연구결과의 시사점을 기술하였다. 연구결과 본 연구에서 느끼게 된 한계점과 향후의 연구방향도 제시하였다.

Ⅱ. 이론적 배경 및 선행연구

1. 사회적기업의 일반적 고찰

가. 사회적 기업의 정의 및 특성

사회적기업은 생산과 소비가 분리되지 않고 생산자와 소비자, 그리고 주주 등의 이해관계자들이 하나의 네트워크 안에서 모두 상호의존적 관계인 경제시스템을 말하는 사회적 경제(social economy)의 개념에서 시작하였다(Laville, 2003). 영국 정부에 의해 최초로 공식적으로 정의된 사회적기업은 ‘우선적으로 사회적 목표를 추구하는 기업으로, 소유주와 주주를 위한 이윤극대화 추구보다는 사회적 목표달성을 위해 창출된 수익을 주로 기업 자체나 지역사회에 재 투자하는 기업’으로 정의하고 있다.

사회적기업육성법 제2조에 의하면 ‘사회적기업이란 취약계층에게 사회서비스 또는 일자리를 제공하거나 지역사회에 공헌함으로써 지역주민의 삶의 질을 높이는 등 사회적 목적을 추구하면서 재화 및 서비스의 생산·판매와 같은 영업활동을 하는 기업으로 인증요건을 갖추어 고용노동부장관의 인증을 받은 자’로 정의하고 있다.

OECD(1999)는 사회적기업에 대한 개념을 기업가정신 아래 사회적·경제적 목표를 추구하는 조직으로 빈곤층의 훈련을 통한 노동시장을 재통합하고, 산출물과 서비스를 통해 지역 공동체의 발전을 추구하는 기업으로 정의하고 있다(정수현 외, 2013). 또한 사회적기업은 영리기업과 비영리기업

의 중간 형태로, 사회적 목적을 우선적으로 추구하면서 재화·서비스의 생산·판매 등 영업활동을 수행하는 기업(조직)으로서, 영리기업이 주주나 소유자를 위해 이윤을 추구하는 것과는 달리, 사회적기업은 사회서비스를 제공하고 취약계층에게 일자리를 창출하는 등 사회적 목적을 조직의 주된 목적으로 추구한다는 점에서 차이가 있다고 정의하고 있다(한국사회적기업진흥원, 2019).

<그림 1> 사회적 기업의 개념



자료 : 한국사회적기업진흥원, <http://www.socialenterprise.or.kr>

사회적기업은 사회적 경제에 의한 새로운 기업형태로서 ‘기업의 특성’인 수익 추구하고 ‘사회적 특성’인 공익을 우선시하는 두 가지 특성을 모두 포함하고 있는 기업으로써, 첫째, 사적인 목적보다 사회적 공익을 추구하는 기업이지만, 재화와 서비스를 생산·판매하는 지속적 경제활동을 위해 계속적인 수익창출을 할 수 있는 기업이어야 하며, 둘째, 사회적 목적인 일자리 창출과 사회적 서비스 제공과 경제적 목적인 이윤극대화를 동시에 추구하여 자본소유자, 내·외부 이해관계자들이 모두 의사결정에 참여하며 이윤의 사회 재환원이라는 목적을 가지고 있어야 하며, 셋째, 공적소유의 개념으로 의사결정 권한을 소유주, 내·외부의 다양한 이해관계자들이 동시에 참여하는 구조의 조직 특성을 지니고 있다(옥정원·강승화, 2010).

이와 같은 개념들은 공통적으로 사회적기업이 기업으로써 재화를 생산하고 판매함으로써 영리를 추구하는 자율적인 기업으로서의 특성과 이 과정에서 취약계층을 위한 일자리를 창출하거나 사회서비스를 제공하는 등의 공공성을 추구하는 사회적 특성을 논의하고 있다(김동철·김정원, 2016).

국가에 따라 조금씩 다르지만 사회적기업의 공통된 특성은 이윤창출인 ‘경제적 가치’와 공공성 추구인 ‘사회적 가치’를 동시에 추구한다는 것이다. 즉 기업지속성을 위해 사회적 기업은 이윤창출 노력을 하지만 무조건적으로 이윤 추구를 하지는 않으며, 사회적 목적을 위해 창출된 수익은 다시 환원된다. 따라서 기업의 최종 목표가 영리창출 극대화가 아니라 기업을 통하여 사회적 가치 실현이 사회적 기업의 궁극적 목적인 것이다(신용석, 2010).

사회적기업의 개념 논의를 바탕으로 영리 추구하고 공공성 추구 측면에서의 의미를 정리하면 첫째, 이윤을 추구하는 기업으로서 의미는 사회적기업이 전통적인 기업모델과 동일하게 기업운영의 자율성을 바탕으로 제품과 서비스의 생산과 판매를 통해 이윤을 추구한다는 점에 있다(김동철·김정원, 2016). 사회적기업이 재화의 생산과 판매 과정에서 관련 기업 간 네트워크 구축을 통한 효율적 운영을 추구한다는 점에서도 기업으로서의 특성을 갖고 있다(최혁라·김선명·김기현, 2012). 또한 사회적기업가의 육성을 위한 소셜벤처 등의 특성을 고려하였을 때 청년층을 중심으로 한 창업의 대안으로서 사회적 기업의 의미를 찾을 수 있다(김용태·박재환, 2013).

둘째, 사회적 공공성은 사회적기업이 추구하는 고용창출, 사회서비스 제공, 지역사회공헌 등과 같은 사회적 공헌과 사회적기업에 대한 정부의 공공재원을 중심으로 한 지원이 이루어지고 있다는 측면에서 논의할 수 있다(김동철·김정원, 2016). 사회적기업의 사회적 공헌은 인증 기준에서 명확하게 나타나는데, 고용노동부는 취약계층에 대한 일자리제공과 사회서비스, 지역사회 공헌 등을 인증요건으로 지정하고 있으며, 또한 사회적기업은 정

부로부터 재정지원, 세제혜택, 공공기관 우선구매 등과 같은 다양한 정책을 통해 공공재원이 투입되고 있다는 점에서 사회적 공공성과 관련된 의의를 갖는다(한국사회적기업진흥원, 2019).

사회적기업의 조직 형태는 상법상 회사, 민법상 법인, 비영리 민간단체 관련 법률상 단체, 사회복지사업법상 법인, 소비자 협동조합법상 조합, 사립학교법상 법인, 기타 등으로 나누거나, 조직유형을 일자리제공형, 사회서비스제공형, 혼합형, 기타형으로 나누기도 한다(김기현, 2011). 그러나 한국사회적기업진흥원은 우리나라의 사회적기업을 <표 1>과 같이 일자리제공형, 사회서비스제공형, 지역사회공헌형, 혼합형, 창의·혁신형으로 구분하고 있다.

<표 1> 사회적기업의 유형

유형	내용
일자리제공형	취약계층에게 일자리제공이 주된 목적 - 취약계층 ¹⁾ 근로자 비율이 전체근로자 중 50% 이상
사회서비스 제공형	취약계층에게 사회서비스 ²⁾ 제공이 주된 목적 - 취약계층의 비율이 전체 서비스 수혜자 중 50% 이상
지역사회공헌형	지역사회 공헌이 주된 목적 - 지역주민 소득과 일자리 창출을 위해 지역의 인적·물적 자원 활용, 지역의 빈곤·소외·범죄 등 사회문제를 해결하는 유형
혼합형	취약계층에게 일자리와 사회서비스를 동시에 제공 - 취약계층 비율이 전체 근로자와 전체 서비스 수혜자 중 취약계층 비율이 각 30% 이상
창의·혁신형	사회적 목적 실현 여부를 계량화해서 판단하기 곤란한 경우 - 환경, 산림보호, 불특정 대상 공연 등

자료 : 한국사회적기업진흥원, <http://www.socialenterprise.or.kr>

나. 사회적기업의 발전과정 : 미국, 서유럽, 일본, 한국

사회적기업의 발전은 각 나라마다 태동, 목적, 설립방향, 시민사회의 발전정도, 경제상황에 따라 다르게 변화하고 발전하였다(김학실, 2011). 따라서 각 나라마다 사회적기업의 등장, 발전배경, 그리고 개념과 유형 분류 등에 대한 정의가 다를 수 밖에 없는데, 각 나라별 사회적기업의 태동과 발전배경을 간략하게 정리해보면 다음과 같다.

(1) 미국에서 사회적기업의 태동과 발전

미국에서의 사회적기업은 자선운동과 비영리조직 활동이라는 역사적 배경에서 등장하였다. 사회적기업 개념이 1980년대 이후 본격적으로 확장되기 시작하였는데, 이는 정부의 지원금 삭감과 관련이 깊으며, 미국 정부는 1960년대에 빈곤과 교육 및 헬스케어, 환경 등의 비영리조직에 ‘The Great Society Program’으로 수천만 달러를 투자하였다. 그러나 1970년대 후반의 경기침체로 1980년대에 복지축소 정책을 단행하였다. 이 시기부터 비영리조직이 사회적기업에 관심을 갖기 시작하였고 정부의 복지 삭감에 대해 비영리조직은 상업적 활동을 확장하면서 그 공백을 메우고자 하였다(Kerlin, J, A, 2006).

이렇듯 미국의 사회적기업은 사회복지서비스를 제공하는 비영리조직이 서비스 제공을 유료화하는 방식으로 사회적기업 활동을 활성화하면서 본격적으로 확장되기 시작하였다.

- 1) 저소득자, 고령자, 장애인, 청년, 경력단절여성, 장기실업자, 새터민, 가정폭력피해자, 한부모자녀, 경쟁보호 대상자, 범죄구조 피해자 등을 대상으로 함
- 2) 개인 또는 사회 전체의 복지증진 및 삶의 질을 높이기 위해 사회적으로 제공되는 서비스

(2) 서유럽에서 사회적기업의 태동과 발전

1970년대 후반 제3섹터에서의 서비스 개발과 다양한 수익창출에 관심을 두면서 등장한 서유럽 사회적기업은 1990년대까지 경기침체로 인한 실업률 증가로 복지국가 위기가 도래하기 시작하였다.

사회적기업은 이러한 사회변화 및 복지국가의 위기를 배경으로 대두되었다. 취약계층에 대한 복지 및 고용문제 해결, 사회경제적 변화에 따른 아동 케어서비스 필요, 급속한 고령화와 가족구조 변화에 따른 새로운 노인서비스의 필요, 도시재생정책, 장기실업자를 위한 고용 프로그램 등을 포함해 당시 나타나기 시작한 사회적 필요(needs)에 대한 대응으로 사회적기업이 시작되었다(김성기, 2009).

유럽에서의 사회적기업은 1980년대에 접어들면서 본격적으로 성장하기 시작하였는데(Kerlin, J, A, 2006), 사회복지사(social workers), 협동조합 운동가(associative militants), 전통적 제3섹터 조직의 대표자(representatives), 사회적으로 배제된 노동자들이 사회적기업에 참여하였다(Nyssens & Kerlin, 2005).

서유럽의 15개국 대부분은 사회적기업과 관련된 법을 두고 있으며, 그 중 이탈리아는 1991년에 '사회적협동조합법'을 서유럽 최초로 제정하였고, 프랑스는 한국과 유사한 자활사업이 주목되며, 영국의 경우는 다른 서유럽과 달리 사회적기업에 대해 포괄적인 접근을 하고 있는 실정이다(김성기, 2009).

(3) 일본에서 사회적기업의 태동과 발전

일본은 1990년대 버블경제 붕괴에 따라 자본주의 경제가 흔들리고, 뿌리 깊은 사회문제들이 전체사회에 영향을 미치기 시작하였다. 이 과정에서 정부와 시장실패, 행정입지 약화, 행정부패와 비효율 문제, 그리고 재정악화

등의 심각한 문제가 발생하면서 행정개혁의 필요성이 대두된 가운데 1990년대부터 급속한 고령화, 경제의 글로벌화, 고용형태의 변화 등 다양한 요인에 대한 해결방안으로 사회적기업이 등장하게 되었으며, 행정개혁에 대한 시민단체의 중요성이 확대되었다(조상미 외, 2014).

일본의 경우 2000년대 이후 사회적 기업의 개념이 본격적으로 확대되기 시작하였는데, 2000대 초반에는 ‘사회적기업’보다 ‘커뮤니티비즈니스’가 사회적기업을 대신하는 용어로 주로 사용되었다. 2000년대 초반 이후 경제적 목표와 사회적 목표를 동시에 추구하는 혼합형 조직들이 생겨나면서 사회적기업 또는 사회적기업가라는 개념이 점차 더 많이 사용되게 되었다(윤미영, 2011). 최근에는 기업의 사회적책임(CSR) 제고와 경영기반을 강화하려는 NPO법인, 비영리단체들이 사업성과 사회성을 제고하고 일반기업과의 보완적인 협동으로 소셜비즈니스(Social Business)의 가능성이 기대되고 있는 실정이다(임영언, 2017).

(4) 한국에서 사회적기업의 태동과 발전

한국에서 사회적기업의 역사는 1990년대 초 빈민지역에서 시작한 생산공동체 운동에서 그 기원을 찾을 수 있으며, 이후 민간차원의 운동과 정부의 취약계층 일자리 정책과 병행하여 발전하였다. 정부의 고용창출정책에서 노동 유인을 통한 소득보장 정책인 자활제도와 공공부문 주도로 취약계층에 대한 일자리 확충 정책인 사회적 일자리 제도의 두 가지 형태로 전개되었는데, 이러한 빈곤층이나 취업 취약계층에 대한 고용창출정책은 1997년 외환위기 이후 확대되었고, 하나의 새로운 대안으로 사회적기업이 모색되었다(김성기, 2009).

한국의 사회적기업은 ‘사회적기업육성법’이 2007년 시행되면서 제도화되었다. 이것은 취약계층에 대해 지속가능한 고용창출 및 사회서비스 공급체

를 육성하는 목적으로 이루어진 것이며 이러한 사회적기업은 대체로 정부의 사회적일자리 사업 또는 자활사업을 통해 육성되는 경우가 많으며, 장애인분야에서도 직업재활시설이나 표준작업장과 관련이 많다.

다. 우리나라 사회적기업 인증 제도

우리나라는 2007년 7월부터 사회적기업육성법이 시행됨에 따라 사회적기업을 법적으로 인증하고, 인증받은 사회적기업에 대해 정부지원정책을 시행하고 있다. 동법 제2조(정의)에 사회적기업은 “취약계층에게 사회서비스 또는 일자리를 제공하거나 지역사회에 공헌함으로써 지역주민의 삶의 질을 높이는 등의 사회적 목적을 추구하면서 재화 및 서비스의 생산·판매 등 영업활동을 하는 기업으로서 제7조에 따라 인증받은 자”로 정의하고 있다.

사회적기업육성법은 사회적기업 유형을 목적 및 기능에 따라 일자리 제공형과 사회서비스 제공형, 그리고 혼합형으로 분류한다. 먼저 일자리 제공형은 취약계층에게 일자리제공, 사회서비스 제공형은 취약계층에게 사회서비스 제공, 혼합형은 일자리 제공형과 사회서비스 제공형 목적을 모두 실현하는 것을 주된 목적으로 하고 있다(사회적기업육성법, 제8조). 이후 사회적기업육성법이 2010년 개정되면서 지역사회공헌형과 기타형이 포함되었다. 지역사회 공헌형은 지역사회에 공헌함으로써 지역주민의 삶의 질 제고, 기타형은 사회적 목적 실현 여부를 사회서비스 제공과 취약계층 고용비율 등으로 판단하기 곤란한 사회적기업을 말한다(사회적기업육성법 시행령, 제9조).

또한 정부에서는 2019년 8월 국무회의를 통해 ‘사회적기업육성법’ 일부 개정안을 심의·의결하였다. 현행 사회적기업 인증제를 등록제로 개편하여 사회적기업의 진입장벽은 낮추고, 사회적기업에 대한 평가와 투명성을 강화

하여 사회적 가치의 창출 성과를 높게 이끌어내기 위해 마련됐으며, 다양한 사회적기업의 진입을 위해 사회적기업의 정의 규정을 확대하고, 현행 인증요건을 완화하여 등록요건을 설정하는 한편, 현행 인증 심사에서 요건만 갖추면 사회적기업으로 등록할 수 있도록 운영 절차 등을 간소화하기로 했다(고용노동부, 2019). 그리고 사회적기업의 목적, 정의 등에 창의적·혁신적 방식의 사회문제 해결을 추가하여 기존 기타형으로 분류되어 있던 유형을 창의·혁신형으로 변경하였으며, 창의·혁신형은 환경, 산림보호, 불특정 대상 공연 등 사업의 특성상 사회적 목적 실현 여부를 계량화해서 판단하기 곤란한 경우로 사회적 목적 실현 여부를 사회적기업 육성전문위원회에서 판단하고 있다(고용노동부, 2019).

라. 사회적기업 지원체계 및 지원제도

정부는 사회적기업의 자생력 강화와 생태계 조성을 위해 사회적기업을 대상으로 다양한 지원체계를 통해 지원사업을 제공하고 있다.

(1) 사회적기업 지원체계

사회적기업의 지원체계는 <표 2>에서 보듯이 법률, 정책 전담부서와 중간지원조직, 그리고 관련 조직네트워크로 구분할 수 있는데, 사회적기업이 지속적으로 발전하고 성장하기 위해서는 관련된 지원체계가 잘 구축되어 있어야만 한다.

<표 2> 사회적기업 지원체계

구분	종류	내용
지원 체계	법률	공식 법률 (사회적기업육성법)

	정책전담부서	전담 부처 (고용노동부/한국사회적기업진흥원 등)
	중간지원조직	중간지원조직 (사회적기업진흥원/권역별 지원기관 등)
	네트워크	관련 조직, 네트워크 및 협회 등 (사회적기업활성화 전국네트워크 등)
지원 방법	재정지원	인건비, 보조금 등의 직접지원, 세제, 금융, 우선구매 등의 간접지원
	사업경영지원	마케팅, 경영컨설팅, 기술지원, 교육훈련 등
	기 타	재정지원과 사업경영지원 외 지원들

출처 : 조상미 외(2014), 사회적기업 지원체계 비교 분석틀에서 재인용.

정부는 사회적기업의 지원을 위해 관련 법률을 제정하여 전담 부처가 담당하여 지원하는지, 민간에서 자발적으로 생성된 사회적기업 관련 조직들에 의해 지원이 이루어지고 있는지, 정부와 사회적기업, 관련 조직들을 연결하여 지원하는 중간지원조직이 있는지 등의 사회적기업 지원체계의 분석이 필요하다.

사회적기업의 지원체계에 있어서 관련 법률은 사회적기업의 중요성을 강조하면서 제도적인 여건을 개선하기 위한 국가의 공식적인 의지라 볼 수 있고, 정책 전담부처는 사회적기업의 지원 정책을 주도적으로 형성·결정·집행하기에 매우 중요하며, 관련 정보의 수집, 데이터베이스관리, 각종 프로그램 지원 정책들에 대한 전담기구 유무는 사회적기업의 활성화에 직접적으로 영향을 미친다(조상미 외, 2014).

중간지원조직은 사회적기업들이 필요로 하는 자금과 자원 등을 소개 또는 중개해주고, 인재 육성과 개별 맞춤 상담 그리고 사회적기업 지원을 조정하는 코디네이터 역할과 인큐베이팅을 수행하는 조직이다. 사회적기업의 효과적인 육성과 저변 확대 및 신규 사회적기업의 발굴이 중요하며, 성장기에 있는 사회적기업에 대한 체계적인 인큐베이팅이 매우 필요하다. 외부로부터의 지속적인 투자유치와

사회적기업이 살아갈 사회적 경제 생태계 구축을 위해 노력하는 중간지원조직의 존재는 사회적기업의 지속가능성을 높이는데 매우 큰 영향을 미친다(조상미 외, 2014). 또한 사회적기업이 정부 차원의 지원이 이루어지지 않을 경우 관련 조직 네트워크나 지역사회, 다른 기업과의 네트워크가 사회적기업의 성장과 발전에 큰 영향을 미치게 된다(김학실, 2011).

(가) 법률

우리나라의 경우 사회적기업의 지원 및 육성을 위해 2007년 7월 ‘사회적기업육성법’을 시행하였으며, 중·장기적으로 인증 사회적기업으로 전환을 도모하는 예비 사회적기업과 관련하여 모든 광역 및 지방자치단체에서 사회적기업 지원과 육성을 위한 조례를 제정하여 운영 중에 있다(김학실, 2011). 사회적기업들은 고용노동부로부터 인증을 받은 후 ‘사회적기업육성법’에 따라 정부로부터 경영지원, 시설비 지원, 공공기관 우선구매, 조세감면, 재정지원, 사회보험료 지원 등을 받고 있다.

(나) 전담부처

사회적기업에 대한 전담부처는 고용노동부이며, 사회적기업 육성 기본계획 수립, 실태조사, 사회적기업 인증, 경영지원, 교육훈련지원 등 사회적기업과 관련된 모든 업무를 고용노동부에서 전담하고 있다. 또한 2010년 6월 사회적기업육성법 개정으로 고용노동부 산하의 한국사회적기업진흥원이 2011년 2월 개원하여, 고용노동부에서 담당하던 기존의 다양한 사회적기업과 관련된 업무를 전담하고 있다. 고용노동부 외에도 각 광역 및 지방자치단체의 사회적경제과 등에서도 지역사회의 사회적기업과 관련된 지원을 하고 있다.

(다) 중간지원조직

중간지원조직은 고용노동부와 한국사회적기업진흥원으로부터 사회적기업의 지원업무를 위탁받은 권역별 통합지원기관이 있다. 사회적기업육성법 제20조에 근거, 한국사회적기업진흥원은 사회적기업의 육성 및 진흥에 관한 업무를 효율적으로 수행하기 위하여 설립되었다.

주요 사업으로는 사회적기업가 양성, 사회적기업 모델 발굴 및 사업화 지원, 사회적기업에 대한 모니터링 및 평가, 업종·지역 및 전국단위의 사회적기업 네트워크 구축·운영 지원, 사회적기업 홈페이지 및 통합정보시스템 구축·운영, 세무·회계·경영·기술·노무 등의 개선을 위한 컨설팅 지원, 사회적기업 관련 국제교류 협력이며, 고용노동부로부터의 위탁업무로는 사회적기업의 활동에 관한 실태조사, 사회적기업 인증에 관한 업무, 정관 등의 변경에 관한 보고서 수리, 교육·훈련의 실시 등이 있다(사회적기업육성법 제20조, 제21조, 2019).

권역별 지원기관은 광역시·도별 사업모델의 지원 및 발굴, 지역별로 설명회(간담회) 개최 실무지원, 예비 사회적기업 사업모델의 수익성, 구체성, 시장성 등 사업화 지원과 신청서 작성 등 지원, 사회적기업 인증과 관련된 상시 컨설팅, 경영자문과 컨설팅 지원, 재정지원사업 수행기관의 선정심사, 지역별 자원연계 활성화, 지역별 (예비)사회적기업의 네트워크 구축, 사업수행기관과 참여근로자 교육 등의 기능을 수행하고 있다(조상미 외, 2014).

(라) 관련 조직 네트워크

사회적기업과 관련된 조직네트워크는 상호 긴밀한 연결과 협력이 약하다고 할 수 있는데, 이는 제3섹터나, 시민사회, 사회적경제를 성장의 발판으로 자발적으로 이루어진 것이 아니라, 정부가 이를 정책화하여 육성과 발전을 주도했다는 점에서 기인할 수 있다.

사회적기업에 대한 지원은 고용노동부가 전담하는 것처럼 인식되고 있기 때문

에 타 유관 부처(보건복지부, 여성가족부 등)와 긴밀한 업무협조가 이루어지지 않는 실정인데, 이러한 문제점들을 해결하고자 한국사회적기업진흥원을 중심으로 지역사회와의 연계성 제고 및 정부와의 정책협력을 위한 새로운 형태의 거버너스 기구의 필요성에 의해 2011년 12월 민관협의체인 사회적경제활성화 전국네트워크가 출범하였다.

사회적경제활성화 전국네트워크는 종교계(기독교, 불교, 가톨릭), YMCA, 경실련 등 대형 NGO, 봉사단체, 재계, 학계, 공공기관 및 유관기관 등의 주요 인사로 구성된 중앙조직과 시·도별 지역네트워크로 구성되었으며, 정부의 직접적인 재정 지원 방식을 벗어나, 사회적경제의 자생적이고 지속가능한 성장환경을 만들고 범국민 사회적경제 확산을 위해 민간중심의 전국적인 네트워크 구축과 활동을 촉진하기 위하여 사회적경제 생태계 조성 등 다양한 사업을 추진하고 있다(한국사회적기업진흥원, 2019).

지방자치단체에서도 사회적기업 지원을 위한 사회적기업 센터들이 자체적으로 설립되고 있다. 그러나 각 지역의 사회적기업을 위한 업무에 치중하고 있어서 유기적인 정보공유에는 한계가 있다. 민간차원에서도 2008년 사회적기업협의회가 설립되고 각 지부 및 지역협의회를 두고 사회적기업에 대한 지원과 네트워크 구축 업무들을 수행하고 있으나 아직은 별다른 성과가 나타나지 않고 있다. 사회적기업의 지원네트워크에서는 프로보노(전문 자원봉사활동)를 통하여 회계, 경영, 법률 등 다양한 분야에서 전문가들의 전문지식과 기술을 사회적기업들에게 기부할 수 있도록 연결하고 있다. 그러나 이러한 사회적기업과 관련된 조직들 간의 네트워크는 아직 초기 단계이기 때문에 사회적기업과 민간영역(일반기업)과의 연계는 극히 적고, 시민사회와의 연계도 미약한 실정이다(김학실, 2011).

(2) 사회적기업 지원제도

사회적기업의 지원은 재정지원, 사업경영지원, 기타지원으로 구분하여 살펴볼

필요가 있다. 어떠한 방법의 지원이든 지원이 중단될 경우에는 경영의 지속성에 큰 영향을 미치는 것이 현실이기 때문에 지원제도는 상당히 중요하다. 더구나 재정지원에 크게 의존하고 있는 사회적기업의 경우 재정지원이 중단되면 사업의 지속이 어려워질 수도 있다.

첫째, 재정지원은 가장 일반적인 지원방법이지만 사회적기업의 존속여부에 큰 영향을 미치게 되는데 사회적기업의 특성상 정부나 타 조직의 재정적 지원없이 사회적기업에서 취약계층을 고용하는 것은 매우 어렵기 때문이다. 사회적기업육성법 제13조, 제14조에 따라 직접적인 재정지원을 하고 있는데 사회적기업 중간 지원기관인 한국사회적기업진흥원과 권역별 지원기관들이 이를 관리하고 있다.

직접적인 지원 중 사회적 가치를 실현하는 (예비)사회적기업이 새로운 일자리 창출이 가능하도록 하는 인건비 지원사업은 (예비)사회적기업이 경영역량을 강화하기 위해 인사·노무, 기획, 회계·재무, 법무, 마케팅·홍보, 교육·훈련 등 기업경영에 필요한 특정 전문가를 채용하는 경우 심사를 통해 인건비 일부를 지원하는 사업이다.

사업개발비 지원의 경우 브랜드(로고)와 R&D 비용, 홍보·마케팅, 제품의 품질과 성능 개선 비용 등을 재정지원을 통해 (예비)사회적기업이 지속적, 안정적인 수익구조 기반을 구축할 수 있도록 사업개발비를 지원하는 사업이다.

이 이외의 재정지원 방법으로 사회보험(4대 보험) 지원이 있다. 4대 사회보험료 중 사업주 부담 일부를 지원하는 사업이다.

간접적 지원은 먼저 시설비와 운영비 대부지원으로 사회적기업의 설립과 운영에 필요한 부지 구입비와 시설비 등을 지원하거나 융자, 대여하는 것이다. 공공기관 우선구매 지원은 정부가 공공기관에 대해 사회적기업에서 생산하는 재화와 서비스에 대해 우선구매를 촉진하도록 하고 있다. 그리고 세제지원은 국세와 지방세를 감면해주는 정책이다.

둘째, 사업경영지원은 사회적기업의 지속적 가치창출과 장기적인 발전을 위해

꼭 필요한 정책으로 사회적기업육성법 제10조에 의거 경영지원을 할 수 있으며, 중간지원조직인 한국사회적기업진흥원과 권역별 지원기관에서 지원하고 있다. 사업경영지원은 사회적기업 경영과 관련된 여러 가지 정보들을 제공해주고 자문 컨설팅, 창업지원센터 활용, 마케팅 등 사회적기업의 설립과 발전, 지속가능한 경영에 큰 영향을 미치는 지원책이다.

셋째, 구분이 모호한 기타지원이 있다. 예를 들어 사회적기업이 성공적인 정착, 지속적인 성장을 위해서는 사회적기업가의 역할이 매우 중요한데 이들을 전문적으로 양성하는 프로그램이나, 프로보노(Pro Bono), 그리고 사회공헌 일자리 사업 지원, 홍보 지원 등을 들수 있으며 이러한 기타 지원들은 사회적기업이 장기적으로 성장하고 안정화되는데 장기적으로 매우 큰 영향을 미친다(조상미 외 2014).

외국과 비교해보면, 우리나라의 경우 직접적인 재정지원에 주력하고 있는 반면 영국, 이탈리아, 홍콩 등과 같은 나라에서는 간접재정지원에 중점을 두고 정책전담부처, 중간지원조직, 시민사회 혹은 네트워크를 통한 지원 등의 다양한 지원체계를 보이며 사업지원도 활발하게 전개하고 있다(조상미 외, 2017).

마. 우리나라의 사회적기업 현황

(1) 한국의 사회적기업 현황

우리나라는 외환위기 이후 그동안 정부가 주도적으로 사회문제를 해결하던 방식에 대한 새로운 대안으로, 정부가 아닌 사회적 가치를 우선시하는 사회적기업이 사회문제를 해결하는 방식에 주목하기 시작했다. 서구의 사회적기업이 국가·시장 정책의 실패에 대한 시민사회의 대안적·조직적 실천을 기반으로 시작되었다면, 국내의 사회적기업은 정부의 제도적 정책인 사회적기업육성법을 근간으로 시작되어 활성화되었다. 국내의 사회적기업은

외환위기 이후 사회서비스 제공과 지속적인 취약계층의 일자리 창출과 제공을 목적으로 사회적기업의 설립과 법적지원에 대한 필요성이 대두되었다.

사회적기업은 2007년 1월 사회적기업육성법을 공포하고, 동년 7월부터 시행하였으며, 2008년 법적·제도적으로 사회적기업의 기본계획을 정립하여 사회적기업에 대한 지원을 지속해 오고 있다(이진민 외, 2017). 사회적기업육성법이 시행된 이후 고용노동부로부터 인증받은 사회적기업의 현황은 <표 3>과 같다('19년 2월 기준). 사회적기업은 2007년 166개소가 신청하여 55개소가 최초로 고용노동부의 인증을 받았으며, 2019년 3월까지 62차에 걸쳐 총 4,049개소가 신청하여 2,524개소가 인증을 받고 현재 2,154개소가 활동 중에 있다.

사회적기업의 지역별 분포는 서울·경기 지역이 다른 지역과 대비하여 상대적으로 10% 이상 높은 비율로 분포하고 있다. 조직형태는 영리조직이 1,622(75.3%)로 비영리조직532(24.7%)의 3배 이상을 나타내었다. 한편, 사회적 목적 실현을 위한 유형별 분포는 일자리 제공형이 1,442개소(66.9%)로 절대적으로 높은 분포를 차지하고 있으며, 사회적 고용현황 중 취약계층 고용은 약 61%로 양질의 사회적 성과를 나타내고 있다.

<표 3> 연도별 사회적기업의 신청·인증·유지현황

(단위 : 개소)

연도	'07	'08	'09	'10	'11	'12	'13	'14	'15	'16	'17	'18	'19	합계
신청	166	285	199	408	224	317	469	481	427	326	306	372	69	4,449
인증	55	166	77	216	155	142	269	265	295	265	256	312	51	2,524
유지	36	111	58	146	113	122	213	223	263	254	253	311	51	2,154

출처 : 한국사회적기업진흥원(www.socialenterprise.or.kr)

<표 4> 지역별 분포 현황

지역	서울	부산	대구	인천	광주	대전	울산	경기	강원	충북	충남	전북	전남	경북	경남	제주	세종
N	400	103	71	130	104	64	77	356	120	93	93	129	112	142	99	50	11
%	18.6	4.8	3.3	6.0	4.8	3.0	3.6	16.5	5.6	4.3	4.3	6.0	5.2	6.6	4.6	2.3	0.5

출처 : 한국사회적기업진흥원(www.socialenterprise.or.kr)

<표 5> 조직형태별 현황

구분	비영리(532)					영리(1,622)				
	민법상 법인	비영리 민간단체	사회복지법인	사회적 협동조합	기타법인 및 단체	상법상 회사	농(어)업 회사법인	영농(어) 조합법인	협동조합	
N	267	85	75	102	3	1,300	74	92	156	
%	12.4	3.9	3.5	4.7	0.1	60.4	3.4	4.3	7.3	

출처 : 한국사회적기업진흥원(www.socialenterprise.or.kr)

<표 6> 사회적목적 실현 유형별 현황

유형	일자리제공형	사회서비스제공형	지역사회공헌형	혼합형	창의·혁신형
N	1,422	133	128	191	260
%	66.9	6.2	5.9	8.9	12.1

출처 : 한국사회적기업진흥원(www.socialenterprise.or.kr)

<표 7> 서비스 분야별 현황

분야	문화/예술	청소	교육	사회복지	환경	간병/가사지원	관광/운동	보건	보육	산림보전 및 관리	문화재	고용	기타
N	248	203	190	114	113	97	49	16	15	10	9	8	1,082
%	11.5	9.4	8.8	5.3	5.2	4.5	2.3	0.7	0.7	0.5	0.4	0.4	50.2

출처 : 한국사회적기업진흥원(www.socialenterprise.or.kr)

<표 8> 사회적기업 고용 현황

(단위 : 명)

연도	고용총원	취약계층	%
'07	2,539	1,403	55.3
'08	8,329	4,832	58.7
'09	11,150	6,467	58.0
'10	13,443	8,227	61.1
'11	15,990	9,488	59.3
'12	18,297	11,091	60.6
'13	23,919	14,179	59.3
'14	28,201	15,815	56.6
'15	33,527	19,522	58.2
'16	37,509	22,999	61.2
'17	39,485	23,755	60.2
'18	45,522	27,589	60.6
'19.2	45,867	27,718	60.4
합계	323,778	193,085	59.6

출처 : 한국사회적기업진흥원(www.socialenterprise.or.kr)

(2) 부산의 사회적기업 현황

사회적기업육성법의 제정 및 시행 이후 고용노동부로부터 인증받은 부산의 사회적기업에 대한 현황은 <표 8>과 같다(2019년 6월 기준). 부산의 사회적기업은 2007년 1개소가 최초로 고용노동부의 인증을 받았으며, 2008년에는 3개소 인증을 비롯하여 2019년 6월까지 총 103개소가 인증을 받고 활동중에 있다. 또한 예비 사회적기업도 2019년 6월 현재 103개소가 지정을 받아 활동하고 있다. 그러나 서울과 경기 지역이 다른 지역에 비하여 상대적으로 10% 이상의 높은 비율로 분포하고 있는 것에 비하면 부산은 4.8%로 상대적으로 인증 사회적기업의 숫자가 적다고 하겠다. 인증사회적기업의 경우 사회적 목적 실현을 위한 유형별 분포는 일자리제공형이 51개소, 예비사회적기업의 경우 창의·혁신형이 41개소로 높은 분포를 차지하고 있다. 서비스 분야별 분포는 인증사회적기업의 경우 교육과 관광·문화·예술분

야가 20개소, 예비사회적기업의 경우 기타를 제외하고 교육분야가 25개소로 높은 분포를 보이고 있다.

<표 9> 부산의 구·군별 사회적기업 현황

(단위 : 개소)

지역	강서	금정	기장	남	동	동래	진구	북	사상	사하	서	수영	연제	영도	중	해운대	합계
인증	3	14	5	5	4	7	14	5	8	6	2	7	6	2	6	9	103
예비	4	7	3	8	4	8	15	8	4	3	1	11	8	0	1	18	103

출처 : 한국사회적기업진흥원(www.socialenterprise.or.kr)

<표 10> 사회적목적 실현 유형별 현황

(단위 : 개소)

유형	일자리제공형	사회서비스제공형	지역사회공헌형	혼합형	창의·혁신형
인증	51	16	3	21	12
예비	27	19	6	10	41

출처 : 한국사회적기업진흥원(www.socialenterprise.or.kr)

<표 11> 서비스 분야별 현황

(단위 : 개소)

분야	간병가사	교육	관광문화예술	보육	식품	재활용	제조	카페	환경	기타	합계
인증	4	20	20	2	7	5	15	4	12	14	103
예비	2	25	16	-	4	-	24	2	3	27	103

출처 : 한국사회적기업진흥원(www.socialenterprise.or.kr)

2. 선행연구

가. 사회적기업의 성과에 관한 연구

최근 사회적기업의 성과와 성공요인에 대한 연구들은 매우 활발히 진행되고 있고, 각 연구마다 분석요인들을 다양하게 정의하여 성과와 지속가능성에 대한 성공 요인들을 도출해 내고 있다(김희철, 2015; 이인재, 2006; 정선희, 2007; 정명희, 2008, 이광우, 2008; 이광우 외 2009; 안영규 외. 2011; 김기현, 2011; 장영란 외, 2012; 강태훈 외, 2013; 김정호 외, 2016; 임효민, 2016).

사회적 목적을 실현하고자 하는 사회적기업의 성과는 정량화가 어렵고, 사회구성원의 지각 차이 때문에 측정하기도 매우 어려운 것이 사실이다(Austin et al. 2006). 또한, 사회적기업 성과측정의 어려움과 연구자들이 사용하는 측정지표에 대한 논쟁이 존재하지만(Urban, 2008), 사회적기업 성과측정에 대한 연구자들의 공통된 의견은 경제적 성과와 사회적 성과 두 가지 영역 모두를 측정해야 한다고 주장하고 있다.

선행연구들에서는 사회적기업이 사회적 성과와 경제적 성과를 동시에 창출하는 기업임에도 불구하고, 일부 연구의 경우 경제적 성과나 사회적 성과 중 한가지 만을 중심으로 평가하고 있으며, 성과 지표개발 또는 사회적 성과와 경제적 성과와의 관계 검증, 잠재요인 개발 등과 같은 초기 단계의 연구에 머물러 있고 사회적기업을 대상으로 한 실증연구의 경우에도 한 두 개의 성공사례나 제한된 표본의 기업을 대상으로 성과 결정요인을 규명하고 있다(김희철, 2015).

사회적기업의 성과분석은 사회적기업의 본질적인 특성을 반영하는 것이어야 하는데, 사회적기업도 하나의 기업이므로 지속가능성은 가장 중요한

고려요인이고 사회적기업의 지속성을 위해 경제적 성과분석은 일반 영리기업과 마찬가지로 매우 중요하다(김희철, 2015). 또한, 사회적기업은 민간과 공공부문에서 제공하기 어려운 사회적 서비스를 제공하여 사회적 가치를 창출하는 것을 목적으로 하기 때문에 사회적 성과도 분석되어야 한다(김희철, 2015).

이인재(2006)는 사회적기업의 이념지향과 유사한 생산공동체의 4가지 성공요인을 사회적기업의 성공요인으로 제시하였다. 첫째, 시장성과 미래의 성장가능성 등을 고려한 업종선택, 둘째, 사업분야에 리더십과 전문지식을 갖춘 경영자, 셋째 지역사회의 인적·물적 사회적지원, 마지막으로 조직내부의 상호통제시스템과 갈등문제에 대한 해결안이 필요하다고 제시하였다.

정선희(2007)는 창업자의 리더십, 명확한 목표의식, 충분한 시장조사와 자산평가, 명확한 책임라인 시스템 구성 및 신속한 의사결정력, 내부의 기술인력과 외부 전문가의 적절한 결합을 사회적기업의 6가지 성공요인으로 제시하였다.

정명희(2008)는 사례연구를 통해 책임있는 경영자, 관련기관 네트워크를 통한 지원, 지속적인 자기발전 노력과 인프라 구축, 업무메뉴얼의 정비와 업무절차의 관리 등을 사회적기업의 성공요인으로 제시하였고, 이광우 외(2009)는 사회적기업의 성과와 기업가적, 조직적, 환경적, 전략적 요인 등 크게 4가지 역량요인과의 관계 분석을 통해 사회적기업의 기업가적 요인은 영리적, 공익적 성과 모두에 영향을 미치고, 조직적, 환경적, 전략적 요인은 영리적 성과에만 영향을 미치는 것으로 나타났고, 영리적 성과가 공익적 성과에 매개효과가 있음을 확인하였다.

이광우(2008)의 경우는 ‘지속가능한 사회적기업의 성공요인에 관한 연구’에서 전략적요인, 사회적 기업가정신, 경영역량, 조직구조, 사업환경 그리고 사회적 네트워크를 6가지 성공요인으로 설정하고 성공요인이 성과에 미치

는 영향을 연구하여, 전략적 요인, 사회적기업가정신, 경영역량, 사업환경은 영리적 성과에, 사회적 기업가정신, 사회적 네트워크는 공익적 성과에 유의한 영향을 미치는 것을 밝혀냈다. 그리고 영리적 성과가 공익적 성과에 유의한 영향을 미치는 것도 확인하였다.

안영규 외(2011)는 성공한 사회적기업과 일반 사회적기업간의 집단분석을 통해 정부지원과 경영진, 사회인식변화와 기술력 등을 주요 성공요인으로 제시하였으며, 특히 가장 중요한 성공요인으로 정부지원을 제시하였다. 한편 한승일 외(2012)는 CEO의 사회적 책임의식, 경영역량, 기업가정신과 같은 CEO의 능력과 내·외부 시장환경, 기술환경, 사회적 네트워크와 정부지원과 같은 기업의 내·외부 환경이 경영성과에 미치는 영향을 분석하여 사회적기업의 성공요인에 관한 연구를 통해 CEO의 경영능력과 사회적 네트워크와 정부지원을 성공요인으로 분석하였다.

김기현 외(2011)는 사회적기업의 성과요인들을 기업가정신, 전략적요인, 조직구조와 운영요인으로 구성하고, 사례연구를 통하여 첫째, 지역의 인적 자원과 물적자원 동원이 사회적기업의 성과에 중요한 영향을 미치며, 둘째, 운영성과에 영향을 주는 요인으로 사회적 기업가정신도 매우 중요하게 작용하며, 셋째, 종업원들과의 의사소통을 중요하게 생각하며, 시민 사회적 전통이 강할수록 참여적 조직운영이 근간으로 작동하고 있음을 제시하였다.

장영란 외(2012)는 구성원 특성요인으로 최고경영자와 종업원역량과 사회적기업가 교육이수, 그리고 사회적기업 특성요인으로 지배구조, 회계시스템, 그리고 사회적기업 인증성적이 성과와 지속가능성에 미치는 영향에 대해 분석하여, 첫째, 최고경영자와 종업원역량, 사회적기업 인증성적이 높을수록, 회계시스템의 운영이 좋을수록 경제적 성과가 높은 것으로 나타났으나, 구성원 특성요인 중 사회적기업가의 교육이수와 기업특성 요인 중 지

배구조와 인증여부는 경제적 성과에 유의한 영향을 미치지 못하는 것으로 나타났다.

둘째, 최고경영자와 종업원의 역량이 높을수록, 교육과정을 잘 이수하고, 회계시스템 운영이 좋을수록, 지배구조가 민주적일수록, 인증성적이 높을수록 사회적 성과가 높아지는 것으로 나타났지만 인증여부는 사회적 성과에 유의한 영향을 미치지 못하는 것으로 나타났다.

셋째, 경제적 성과와 사회적 성과 간의 연관성 분석에서는 사회적 성과는 경제적 성과에 또한 경제적 성과도 사회적 성과에 부(-)의 영향을 미치는 것으로 나타났다.

넷째, 사회적기업의 지속가능성은 경제적 성과와 사회적 성과가 높을수록 함께 높아지는 것으로 나타났다.

강태훈 외(2013)는 제주지역 사회적기업의 성공요인과 내부고객 만족이 기업성과에 미치는 영향에 관한 연구에서 사업환경 요인과 사회적 네트워크 요인이 영리적 성과에 전략적 요인, 기업가정신 요인, 조직적 요인, 사회적 네트워크 요인이 공익적 성과에 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다.

김정호 외(2016)는 ㈜노리단의 사례를 통해 사회적 기업 요인, 경영 전략적 요인, 사회적 협력체제 요인, 조직적 요인, 환경적 요인을 성공요인으로 제시하고, 보다 결정적인 성공요인으로는 사회적 협력체제 요인이 작용하고 있음을 밝혔다.

임효민(2016)은 한국 구세군에서 운영 중인 사회적기업을 대상으로 지속가능발전의 성공요인 도출을 목적으로 진행한 실증연구에서 7개의 요인인 전략적요인, 사회적 기업가정신, 경영역량, 조직적요인, 사업환경, 사회적 네트워크, 종교적 충성도 등과 기업의 성과 간의 관계를 분석하였는데, 전략적 요인, 사회적 기업가정신, 사업환경, 사회적 네트워크가 영리적 성과

에, 사회적 기업가정신, 경영역량, 사업환경, 사회적 네트워크, 종교적 충성도는 공익적 성과에 영향을 미치는 것을 확인하였다.

사회적기업의 성공에 관한 해외연구로 Villeneuve-Smith(2004)는 사회적기업 성공의 특징적인 7가지 요소로 고객의 요구에 맞춘 기업경영, 외부협력체제와 적극적인 소통, 지속적인 새 제품과 서비스 개발, 현재의 성공에 집착하지 말 것, 규모의 한계 및 영리기업과의 차이 인정, 성공 가능성을 열고 다양한 분야에서 교훈을 얻을 것을 조언하고 있다.

Moshe and Lerner(2006)는 1990년대에 설립된 이스라엘의 소셜벤처 33개사에 대하여 1999년에서 2001년까지 3년간 지속적인 사업을 영위할 수 있도록 한 성공요인에 대한 연구를 수행하였는데, 2차에 걸친 검증 결과 기업가의 사회적 네트워크 형성과 벤처성공에 대한 기업가의 전적인 헌신, 설립단계의 자본기반과 공개토론에서 벤처가 갖는 생각의 용인, 자원봉사자들의 비율을 포함한 벤처기업의 인적자원 구성과 장기적으로 공공부문과 비영리부문의 협력 형성하기, 소셜벤처 서비스가 시장테스트(경쟁력)에서 견딜 수 있는 능력과 기업들의 이전 경영경험 등 8가지가 이스라엘 소셜벤처의 중요한 성공요인임을 확인하였다.

사회적기업 관련 연구는 많은 연구자들을 통해서 다양하게 수행되어 오고 있고, 특히 인증 사회적기업에 대한 인건비의 지원이 끝나는 시점 전후로 사회적기업 성공요인과 관련된 연구를 활발하게 진행해 왔는데 각각의 연구마다 분석요인을 다양하게 정의하여 성과요인과 지속가능성 요인 등을 도출하고 있다(이현주, 2015). 분석요인은 대체로 전략적요인, 사회적기업가정신, 경영역량, 조직요인의 내부요인과 사업환경, 사회적 네트워크, 정책요인의 외부요인으로 정의하여 수행하였으며, 성과요인은 경제적 성과와 사회적 성과 요인으로 구분하여 결론을 도출하고 있다.

사회적기업의 성과와 성공요인에 대한 국내 연구는 <표 12>에서 보는 바와 같다.

<표 12> 사회적기업의 성과에 미치는 영향요인(국내연구)

연구자	기업가	환경	조직	과정
이인재 (2006)	리더십, 전문지식	사회적지원	상호통제시스템, 갈등문제해결	업종선택
정선희 (2007)	리더십, 목표의식		명확한책임라인, 신속한의사결정, 내부인력과 외부전문가조화	시장조사, 자산평가
이광우 (2008)	경영역량, 기업가정신	사회적 네트워크, 사업환경	종사원 사명, 조직 의사소통, 외부전문가영입, 종사원 기술역량,	업종선택, 사전시장조사, 상품경쟁력, 수요와 판로 확보, 업무프로세스
정명희 (2008)	책임감	관련기관 네트워크	자기발전노력 인프라구축	업무매뉴얼정비, 업무절차관리
이광우· 권주형 (2009)	사회적 기업가정신	사회적지원	박애주의, 소명감	업종선택, 사전시장조사, 시장경쟁력
안영규· 박의룡 (2011)	리더십, 경영경험	사회인식변화, 정부지원		기술력, 시장경쟁력
김기현 (2011)	사회적 기업가정신	자원동원(지역, 국가, 지자체, 시민), 네트워크, 정부지원	조직형태, 교육훈련, 의사소통	시장경쟁력
장영란 외(2012)	경영자역량		지배구조, 종업원역량, 사회적기업가교육 이수	회계시스템, 인증성적
강태훈· 김형길 (2013)	기업가정신	사회적 네트워크	내부만족, 의사소통	업종선택, 사전시장조사, 시장경쟁력

김정호· 주상호 (2016)	창의성, 혁신성, 리더십 사회적	인적·사회적 네트워크	자율성	고객과 지역에 초점
임효민 (2016)	기업가정신, 경영역량	외부/정부지원, 사회적 네트워크	교육훈련	제품다양성, 시장확보

이영문(2018), “사회적기업의 성과에 미치는 영향 요인”에서 재구성

나. 사회적기업의 지속가능성에 관한 연구

사회적기업의 지속가능성이란 사회적기업이 지속해서 유지되면서 사회적 기업 본연의 목적을 달성할 가능성 정도를 의미하는 것으로 일자리를 제공하고, 취약계층이나 지역주민들에게 사회서비스를 지속해서 제공할 수 있는가를 말하는 것이다(박내영, 2014). 기업의 지속가능성을 조직적 측면, 기업적 측면으로 나누어 보면, 조직적 측면에서의 지속가능성은 조직의 목적과 활동이 더 나은 상태를 위해 장기적으로 성장해 가는 것이라고 할 수 있으며, 기업적 측면으로는 경제적 수익창출과 함께 윤리적인 부분까지 고려하여 사회구성원의 책임을 다하는 것으로 해석할 수 있다(Bebbington, 2000).

DTI(2002)에서는 사회적기업의 고유한 특성을 고려하여 지속가능성의 개념을 설명하였는데 첫째, 재정적으로 지속함에 있어서 보조금에 의존하지 않아야 하고, 둘째, 100% 영리활동을 통해 재정수입을 확보할 수 있어야 하며 셋째, 경제적·사회적 목표를 함께 추구하여야 한다고 제시하였다.

이광우(2008)는 사회적기업의 지속가능한 성공적 경영을 위해 재정지원의 중요성과 함께 시장경쟁력을 확보할 수 있는 기업으로 육성해야함을 강조하며, 사회적기업이 장기적인 성장 또는 지속성을 갖게 되는 저변에는 자체생존을 위한 기술개발능력과 서비스의 질적 향상에 바탕이 되는 인력

의 뒷받침이 중요함을 제시하였다.

오미옥(2009)은 사회적기업의 지속가능한 성장을 위한 제언으로 첫째, 소규모 사회적기업에 대한 정부의 재정적 지원 필요성, 둘째, 초기 단계에서 사회적기업의 지원 필요성, 셋째, 사회적기업에 제공되는 지원 및 교육훈련이 지역사회개발을 위한 사회적기업의 현실에 맞는 내용으로 진행되어야 함을 제시하였다.

장영란(2011)은 사회적기업의 구성원 특성요인인 최고경영자의 역량, 종업원 역량, 사회적기업가 교육 이수율과 사회적기업의 기업특성 요인인 지배구조, 회계시스템, 사회적기업 인증성적이 사회적기업의 경제적 성과와 사회적 성과에 어떤 영향을 미치는지 분석하고, 이러한 영향요인들이 사회적기업의 지속가능성에 영향을 미치는지를 분석하여, 사회적기업의 경제적 성과와 사회적 성과가 높을수록 사회적기업의 지속가능성이 높아진다고 하였다. 또한 향후 종업원의 고용 증가, 사회적 서비스 제공범위 확대, 대기업으로부터의 지원 가능성과 향후 경쟁력 및 성장 가능성으로 지속가능성을 판단하고 있다.

이영범 외(2012)는 근거이론적 분석을 통해 사회적기업의 지속가능발전에 대한 영향요인을 첫째, 전략적 요인으로 상품 및 서비스의 경쟁력 강화, 사업의 전략적 관리, 조직 관리, 기업 및 시장 파악, 마케팅 강화 등으로, 둘째, 중재적 요인으로는 조직문화, 기관연계 및 지원, 사회적기업가 정신, 사회적 영향력 등을 제시하였고, 최조순(2012)의 경우는 사업적기업의 지속가능성에 대해 자원의 다양성, 자원의 안정성, 네트워크 형성 등 환경적 측면의 요인들도 중요하게 고려해야 한다고 하였다.

한편 송태수(2012)는 지역사회의 정치·경제 네트워크의 재구조화, 지역사회로부터의 신뢰 획득, 지역사회의 상호호혜성 확산 등을 지속가능 요인으로 제시하였으며, 김학실(2012)은 사회적기업의 지속가능성을 담보하기 위

하여 사회적기업에 대한 홍보는 물론 정부와 자치단체의 지원 강화가 필요하다고 주장하였다.

최영출 외(2015)는 사회적기업의 지속가능성에 미치는 조건들로 제도적 측면에서의 지원장치 확보, 재정확보를 위한 새로운 비즈니스 모델 개발, 사회적기업 경영자의 성격과 역할, 사회적기업의 네트워크 중요성 등으로 제시하였으며, 단기적 관점에서 사회적기업가의 영리분야 종사 경험, 사회적경제 네트워크에의 참여정도, 사회적기업을 대상으로 한 전문컨설팅을 받은 경험, 경영자 개인의 사회적기업 전문교육 이수 경험, 그리고 지역 내 사회적기업 지원기관의 활용 정도 등을 포함하였다.

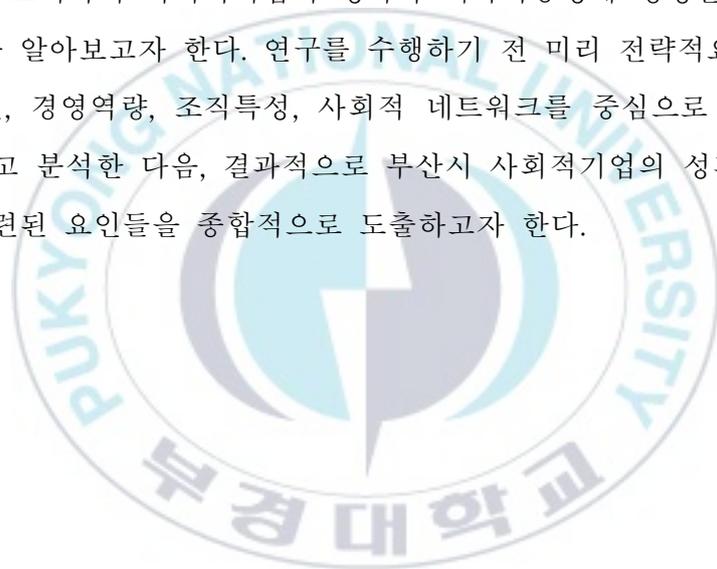
이진민(2015)은 사회적기업의 선행요인(전략, 경영역량, 사업환경, 사회적기업가정신)이 지속 가능성에 미치는 영향에 성과의 매개역할 분석을 통해 전략과 경영역량이 뛰어날수록, 그리고 사회적 기업가정신이 우수할수록 경제적 성과와 사회적 성과가 올라가고 그로 인해 지속가능성이 높아진다고 하였다. 사업환경의 경우 사업환경이 좋을수록 경제적 성과가 올라가고 지속가능성에 영향을 미치지만 사회적 성과와 지속가능성에는 유의한 영향을 미치지 않는 것으로 주장하였다.

이덕수(2016)는 일반적인 기업은 재무적 성장과 존속을 기업의 지속가능성이라고 볼 수 있으나 사회적기업은 재무적 성과만으로 지속가능성을 판단하는 것은 곤란한데, 이는 사회적기업의 궁극적인 목적이 사회문제 해결, 즉 사회적 가치의 창출이기 때문이며, 따라서 사회적기업의 지속가능성은 경제적 지속가능성과 사회적 지속가능성을 균형감 있게 동시에 달성하는 것이라고 하였다.

한세억(2017)은 사회적기업의 지속가능성 제고를 위한 연구를 통해 공동가치 창출의 의미와 가능성을 모색하여 사회적 기업에 공동가치창출 적용 영역의 발굴과 실천을 위해 다양한 플랫폼, 역량강화와 지도자 육성, 중재

자 역할을 하는 기관 설립, 사회혁신 프로그램 지원펀드 조성, 사회혁신 모델을 지원하는 법령제정과 정책 마련이 시급하고 사회적 기업가 양성시스템이 활성화되어야 한다고 하였다.

따라서 본 연구에서는 부산지역의 사회적기업을 대상으로 사회적기업의 성과와 지속가능성 요인에 관한 연구를 수행하고자 한다. 이를 위해 연구자가 과거에 직접 사회적기업 관련 업무를 접하면서 체득한 부산 사회적기업의 사업 및 운영형태, 규모, 대표자 및 종사원들의 인식 및 국내외 선행 연구 등을 고려하여 사회적기업의 성과와 지속가능성에 영향을 미치는 성공요인들을 알아보하고자 한다. 연구를 수행하기 전 미리 전략적요인, 사회적기업가정신, 경영역량, 조직특성, 사회적 네트워크를 중심으로 성공요인들을 선정하고 분석한 다음, 결과적으로 부산시 사회적기업의 성과와 지속가능성에 관련된 요인들을 종합적으로 도출하고자 한다.



Ⅲ. 연구모형 및 가설

1. 연구모형

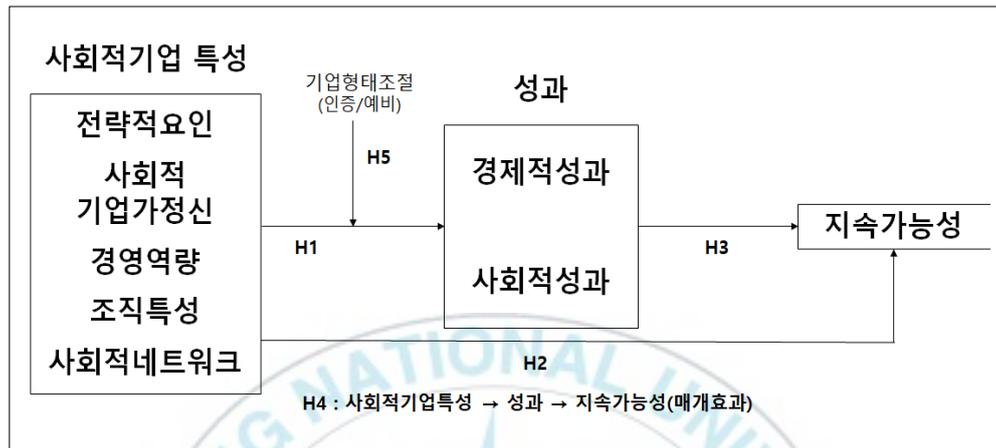
본 연구에서는 국내외 사회적기업의 성과와 지속가능성에 관한 이론들의 경험적 연구를 근거로 사회적기업 특성이 성과와 지속가능성 간의 구조적인 관계를 설명하고 예측할 수 있는 모형을 제시하여 사회적기업의 성과와 지속가능성에 영향을 미치는 성공요인들을 도출해내고 부산시 사회적기업의 지속가능성과 관련된 성공요인을 분석하고자 한다.

이러한 연구목적을 위해 사회적기업의 특성 중 성공요인으로 생각할 수 있는 요인으로는 첫째, 업종선정이나 상품/서비스의 시장경쟁력과 같은 전략적 요인, 둘째, 목표달성에 대한 의지, 영리와 공익에 대한 균형감과 같은 사회적 기업가정신, 셋째, 경영관리 경험이나 조직리더십, 경쟁기업에 대한 정보와 지식 같은 경영역량, 넷째, 대표자와 종업원 간의 원활한 의사소통, 사회적 소명감과 같은 조직특성, 다섯째, 지역사회와의 인적·물적 네트워크와 같은 사회적 네트워크로 사회적기업의 성공요인을 설정하였다.

그리고 성과를 경제적 성과와 사회적 성과로 구분하고, 이런 성공요인들 간의 구조적인 관계에서 성공요인이 지속가능성에 미치는 영향에 성과가 매개효과가 있는지를 검증하고, 또한 기업형태(인증사회적기업/예비사회적기업)의 차이에 의해 성과에 미치는 조절효과도 분석하고자 한다.

이상의 내용을 바탕으로 요인들 간의 관계를 단순화하여 본 연구의 모형을 다음 <그림 2>와 같이 설정하였다.

<그림 2> 연구모형



2. 가설의 설정

가. 기업특성과 성과 간의 관계

사회적기업의 성과분석은 사회적기업의 특성을 반영하는 것으로 경제적 성과와 사회적 성과를 동시에 분석하여야 한다. 사회적기업의 성과에 영향을 미치는 기업특성 요인들은 다양하다. 이광우(2008)는 성과에 미치는 성공요인으로 전략적 요인, 사회적기업가정신, 경영역량, 조직구조, 사업환경, 사회적네트워크 등 기업 환경적 요인에 초점을 두고 연구하여, 전략적 요인, 사회적기업가정신, 경영역량, 사업환경은 영리적 성과에 사회적기업가정신, 사회적 네트워크는 공익적 성과에 유의한 영향을 미치는 것을 밝혀냈다. 안영규 외(2011)는 성공한 사회적기업과 일반 사회적기업 간의 집단 분석을 통해 정부지원과 경영진, 사회인식변화와 기술력 등을 주요 성공요

인으로 제시하였으며, 특히 가장 중요한 성공요인으로 정부지원을 제시하였다.

김기현 외(2011)는 사회적기업의 성과요인들을 기업가정신, 전략적요인, 조직구조와 운영요인으로 구성하고, 지역의 인적자원과 물적자원 동원이 사회적기업의 성과에 중요한 영향을 미치며, 운영성과에 영향을 주는 요인으로는 사회적 기업가정신도 매우 중요하게 작용하며, 종업원들과의 의사소통을 중요하게 생각하며, 시민 사회적 전통이 강할수록 참여적 조직운영이 근간으로 작동하고 있음을 제시하였다. 한편 한승일 외(2012)는 기업의 내·외부 환경이 경영성과에 미치는 영향을 분석하여 사회적기업의 성공요인에 관한 연구를 통해 CEO의 경영능력과 사회적 네트워크와 정부지원을 성공요인으로 분석하였다.

임효민(2016)은 성과에 영향을 미치는 성공요인으로 전략적 요인, 사회적 기업가정신, 경영역량, 조직적요인, 사업환경, 사회적네트워크, 종교적 충성도로 설정하고 성과 간의 관계를 분석하였는데, 전략적 요인, 사회적 기업가정신, 사업환경, 사회적 네트워크가 영리적 성과에, 사회적 기업가정신, 경영역량, 사업환경, 사회적 네트워크, 종교적 충성도는 공익적 성과에 영향을 미치는 것을 확인하였다.

본 연구에서는 선행연구들을 바탕으로 다음과 같은 가설을 도출하였다.

H1. 사회적기업 특성은 성과에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

1-1 전략적 요인은 경제적 성과에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

1-2 사회적 기업가정신은 경제적 성과에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

1-3 경영역량은 경제적 성과에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

1-4 조직특성은 경제적 성과에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

1-5 사회적 네트워크는 경제적 성과에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

- 1-6 전략적 요인은 사회적 성과에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.
- 1-7 사회적 기업가정신은 사회적 성과에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.
- 1-8 경영역량은 사회적 성과에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.
- 1-9 조직특성은 사회적 성과에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.
- 1-10 사회적 네트워크는 경제적 성과에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

나. 기업특성과 지속가능성 간의 관계

지속가능성은 사회적기업의 특성을 반영하는데, 이는 사회적기업이 지속해서 유지되면서 사회적기업 본연의 목적을 달성할 가능성 정도를 의미하는 것이다.

이광우(2008)는 사회적기업이 장기적인 성장 또는 지속성을 갖게 되는 저변에는 기술개발능력과 인력의 뒷받침의 중요성을 제시하였고, 이영범 외(2012)는 지속가능발전에 대한 영향요인을 전략적 요인으로는 상품 및 서비스의 경쟁력 강화, 사업의 전략적 관리, 조직 관리, 기업 및 시장 파악, 마케팅 강화 등으로, 그리고 중재적 요인으로는 조직문화, 기관연계 및 지원, 사회적기업가 정신, 사회적 영향력 등을 제시하였다.

최조순(2012)의 경우는 사업적기업의 지속가능성에 대해 자원의 다양성, 자원의 안정성, 네트워크 형성 등 환경적 측면의 요인들도 중요하게 고려해야 한다고 하였고, 송태수(2012)는 지역사회 정치·경제 네트워크의 재구조화, 지역사회로부터의 신뢰 획득, 지역사회의 상호호혜성 확산 등을 지속가능 요인으로 제시하였다. 김학실(2012)은 사회적기업의 지속가능성을 담보하기 위하여 사회적기업에 대한 홍보는 물론 정부와 자치단체의 지원 강화가 필요하다고 주장하였다.

이러한 선행연구들을 바탕으로 다음과 같은 가설을 도출하였다.

H2. 사회적기업 특성은 지속가능성에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

2-1 전략적 요인은 지속가능성에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

2-2 사회적 기업가정신은 지속가능성에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

2-3 경영역량은 지속가능성에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

2-4 조직특성은 지속가능성에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

2-5 사회적 네트워크는 지속가능성에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

다. 성과와 지속가능성 간의 관계

사회적기업의 지속가능성이란 기업으로서 운영을 시작한 이후, 사회적 가치와 기업적 가치실현이라는 설립 초기의 목적을 안정적으로 유지해 나가는 능력을 의미하는 것으로, 경제적 성과와 사회적 성과, 자립적인 재정 구조를 통하여 지속가능성을 담보하는 것이다.

장영란(2011)은 사회적기업의 구성원 특성요인과 기업특성 요인이 경제적 성과와 사회적 성과에 어떤 영향을 미치는지 분석하고, 이러한 영향요인들이 사회적기업의 지속가능성에 영향을 미치는지를 분석하여 사회적기업의 경제적 성과와 사회적 성과가 높을수록 사회적기업의 지속가능성이 높아진다고 하였다.

이진민(2015)은 사회적기업의 선행요인(전략, 경영역량, 사업환경, 사회적 기업가정신)이 지속가능성에 미치는 영향에 성과의 매개역할 분석을 통해 전략과 경영역량이 뛰어날수록, 그리고 사회적 기업가정신이 우수할수록 경제적 성과와 사회적 성과가 올라가고 그로 인해 지속가능성이 높아진다고 하였다. 사업환경의 경우 사업환경이 좋을수록 경제적 성과가 올라가고 지속가능성에 영향을 미치지만 사회적 성과와 지속가능성에는 유의한 영향

을 미치지 못하는 것으로 주장하였다.

이덕수(2016)는 사회적기업의 지속가능성은 경제적 지속가능성과 사회적 지속가능성을 균형감 있게 동시에 달성하는 것이라고 하였다.

본 연구에서는 선행연구들을 바탕으로 다음과 같은 가설을 도출하였다.

H3. 성과는 지속가능성에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

3-1 경제적 성과는 지속가능성에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

3-2 사회적 성과는 지속가능성에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

H4. 사회적기업 특성은 성과를 매개로하여 지속가능성에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

4-1 전략적 요인은 경제적 성과를 매개로하여 지속가능성에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

4-2 사회적 기업가정신은 경제적성과를 매개로하여 지속가능성에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

4-3 경영역량은 경제적성과를 매개로하여 지속가능성에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

4-4 조직특성은 경제적성과를 매개로하여 지속가능성에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

4-5 사회적 네트워크는 경제적성과를 매개로하여 지속가능성에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

4-6 전략적 요인은 사회적 성과를 매개로하여 지속가능성에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

4-7 사회적 기업가정신은 사회적 성과를 매개로하여 지속가능성에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

4-8 경영역량은 사회적 성과를 매개로하여 지속가능성에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

4-9 조직특성은 사회적 성과를 매개로하여 지속가능성에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

4-10 사회적 네트워크는 사회적 성과를 매개로하여 지속가능성에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

라. 기업형태(예비/인증사회적기업)의 조절효과

사회적기업의 기업형태는 예비사회적기업과 인증사회적기업으로 나눌 수 있는데, 사회적기업은 사회적기업육성법 제2조에 의거 ‘인증요건을 갖추어 고용노동부장관의 인증을 받은 자’로 정의하고 있다. 반면에 예비사회적기업은 사회적기업의 이전단계로 볼 수 있으며, 사회적기업이 추구하고자 하는 사회적목적을 실현하여 기업활동을 수행하고 있으나, 몇 가지 인증요건을 갖추지 못해 현재 사회적기업 인증을 받지 못하고 있는 기업이다.

장영란 외(2012)는 구성원 특성요인과 기업특성이 성과와 지속가능성에 미치는 영향에 대한 분석에서 기업특성요인 중 인증여부가 경제적 성과와 사회적 성과에 유의한 영향을 미치지 못하는 것으로 발표하였다.

본 연구에서는 부산의 사회적기업도 기업형태에 따라 사회적기업 특성이 성과에 미치는 영향에 차이가 있는지 조절효과 검증을 위해 선행연구를 바탕으로 다음과 같은 가설을 도출하였다.

H5. 사회적기업 특성이 성과에 미치는 영향은 기업형태별로 차이가 있을 것이다.

5-1 전략적 요인이 경제적 성과에 미치는 영향은 기업형태별로 차이가

있을 것이다.

5-2 사회적 기업가정신이 경제적 성과에 미치는 영향은 기업형태별로 차이가 있을 것이다.

5-3 경영역량이 경제적 성과에 미치는 영향은 기업형태별로 차이가 있을 것이다.

5-4 조직특성이 경제적 성과에 미치는 영향은 기업형태별로 차이가 있을 것이다.

5-5 사회적 네트워크가 경제적 성과에 미치는 영향은 기업형태별로 차이가 있을 것이다.

5-6 전략적 요인이 사회적 성과에 미치는 영향은 기업형태별로 차이가 있을 것이다.

5-7 사회적 기업가정신이 사회적 성과에 미치는 영향은 기업형태별로 차이가 있을 것이다.

5-8 경영역량이 사회적 성과에 미치는 영향은 기업형태별로 차이가 있을 것이다.

5-9 조직특성이 사회적 성과에 미치는 영향은 기업형태별로 차이가 있을 것이다.

5-10 사회적 네트워크가 사회적 성과에 미치는 영향은 기업형태별로 차이가 있을 것이다.

3. 변수의 조작적 정의

가. 전략적 요인

전략적 요인은 사회적기업이 지속가능한 경쟁력을 확보하기 위해 수행하는 일련의 경영전략으로 나타낼 수 있으며, 사회적기업이 경영전략을 효과적으로 수행하기 위해서는 명확한 비전과 목표하에 수익성 높은 업종선택과 관련된 시장기회 인식능력이 남보다 뛰어나야 하며 그들이 제공하는 제품 역시 시장에서 충분한 경쟁력을 확보해야 한다(안영규·박의룡, 2011).

사회적기업도 기업의 하나이므로 경제적 성과와 사회적 성과를 내기 위한 전략적 요인이 중요하다. 기업을 대상으로 전략이 성과에 미치는 영향을 분석한 Sandberg & Hofer(1987)의 연구에서 기업의 성과가 차별화 전략을 구사하는 기업의 경우, 높게 나타나는 점을 입증하였다.

사회적기업에서 전략은 영리적 측면에서는 상업적 기업과 같은 맥락에서 전략적 요인이 작동하리라는 것이 일반적인 논의로서, 사회적기업의 전략적 요인에 포함될 수 있는 영역은 업종선정과 시장경쟁력, 진입시장에 대한 사전 시장조사 등으로 나타낼 수 있다(이광우, 2008).

업종선정은 이인재(2006), 안영규·박의룡(2011) 등이 사회적기업을 대상으로 수행한 연구에서 사업의 성공여부에 영향을 주는 요인임을 지적하였다. 김기현(2011)도 사건의 시장조사, 상품의 우수성, 수요 판로의 확보 등이 직접적으로 성과에 영향을 미친다고 주장하였다. 임효민(2016)은 제품다양성, 시장확보, 충성고객 등과 같은 전략적 요인이 직접적으로 영리적 성과에 영향을 미친다고 하였다.

사회적기업이 효과적인 경영전략을 수행하여 기업의 성과를 높이기 위해서는 명확한 비전과 목표를 바탕으로 수익성이 높은 업종선택과 이를 위한

충분한 시장조사가 이루어져야 하며 제공하는 상품 또는 서비스 역시 시장에서 충분한 경쟁력을 가지고 있어야 한다(이진민, 2015).

본 연구에서는 이광우(2008), 안영규·박의룡(2011), 이진민(2015), 임효민(2016) 등의 선행연구를 바탕으로 전략적 요인을 업종선정과 제품/서비스의 시장경쟁력으로 구성하였다.

<표 13> 전략적 요인에 대한 조작적 정의와 측정항목

구 분	내 용
조작적 정의	사회적기업이 지속가능한 경쟁력을 확보하기 위해 수행하는 일련의 경영전략
측정항목	현명한 업종선정, 제품(서비스)의 시장경쟁력, 지속가능한 수요와 판로, 제품(서비스)의 다양성, 제품(서비스)에 대한 충성고객 존재, 업무프로세스의 체계성, 창업 시 사전 시장조사

출처: Sandberg & Hofer(1987), 이광우(2008), 안영규·박의룡(2011), 이진민(2015), 임효민(2016).

나. 사회적 기업가정신

사회적 기업가정신의 핵심을 ‘사회적(social)’과 ‘기업가정신’이라고 정의한 Nicholls(2006)와 Peredo and McLean(2006)은 사회적 기업가정신의 가장 핵심요인을 ‘사회적’과 관련된 요소라고 했다. 사회적기업가 정신은 사회적 목적을 달성하기 위해 사회적가치 창출, 혁신성, 진취성, 위험감수성 등의 특징을 가지고 있다(Mort, Weerawardena, and Carnegie, 2003).

사회적 기업가정신에 대해 김기현(2013)은 새로운 시장에 대한 도전정신, 강한 의지와 추진력, 기업가로서 갖추어야 할 사회적 공헌이나 헌신 정도

로 나타낼 수 있다고 하였으며, 이인재(2006)는 직접적인 성과에 기업가의 사회적 지원과 협조가 중요한 요소로 작용한다고 지적하였고, 정선희(2007)는 영리와 공익과의 균형을 판단할 수 있는 감각이라고 하였으며, 이광우(2008), 김수영 외(2010) 등의 선행연구를 바탕으로 사회에 대한 기여 정도, 기술혁신과 교육이수, 리더십 등을 사회적 기업가정신의 주요 요인으로 고려하였다.

따라서 본 연구에서는 이인재(2006), 정선희(2007), 이광우(2008), 김수영 외(2010), 김기현(2013), 임효민(2016) 등의 선행연구를 바탕으로 사회적기업가정신을 목표의식, 지역사회 안정과 개발에 기여, 영리와 공익에 대한 균형감, 직무에 대한 헌신적인 자세로 구성하였다.

<표 14> 사회적 기업가정신에 대한 조작적 정의와 측정항목

구 분	내 용
조작적 정의	새로운 시장에 대한 도전정신, 강한 의지와 추진력, 그리고 기업가로서 갖추어야 할 사회적 공헌이나 헌신
측정항목	새로운 시도나 새로운 시장에 대한 관심, 목표 달성 의지, 위험감수, 지역사회 기여, 영리와 공익에 대한 균형감, 직무에 대한 헌신

출처: 이인재(2006), 정선희(2007), 이광우(2008), 김수영 외(2010), 임효민(2016).

다. 경영역량

경영역량이란 기업가정신과 더불어 기업을 경영하는 데 있어 사회적기업이 기업으로서 완전한 경쟁력을 갖추고 안정적인 경영 활동을 할 수 있도록 이끌어 가는 경영자의 능력이며, 특히 경영역량은 새로운 사업기회를

포착하거나 시장에 진입하는데 매우 중요한 요인으로 이전의 경영경험이나 전문적인 지식, 조직 장악력 등으로 나타낼 수 있다고 하였다(이광우, 2008). 안영규 외(2011)는 경영역량에 대해 사회적기업가에게 요구되는 전문적인 경영능력과 지식 또는 경험 등을 말하며, 특히, 리더십, 사업능력 및 경영경험 등이 사회적기업의 성공에 큰 영향을 미친다고 하였다.

Stuart and Abetti(1990)의 연구결과에 의하면 창업경험이 성과에 큰 상관관계가 있다고 알려졌다. 그리고 창업경험은 초기단계 산업구조에서 실패를 줄일 수 있어 성과간에 유의한 결과가 도출되었다고 Sandberg and Hofer(1987)의 연구에서 밝히고 있다. 이스라엘의 사회적벤처 성공요인에 대한 연구에서도 성공한 기업가 13명 중 7명은 벤처기업을 이전에 경영했던 경험이 있는 것으로 나타났다.

이인재(2006)는 사회적기업인 김온의 사례를 통해 사회적기업가는 조직 운영에 있어 뛰어난 지도력을 갖춘 전문경영인이 필요하다고 하였다. 경영자의 경영역량이 수입 창출과 같은 사업성과에 영향을 미친다는 것을 나타낸다. Moshe and Lerner(2006)의 경우, 기업가의 경영역량은 기업가의 이전 기업운영 경험이나 직업 및 교육 등에서 얻어진다고 하였다.

Baum et al.(2001)은 조직 장악능력과 사업기회 포착능력을 기업의 성과에 영향을 미치는 기업가의 일반적 경영역량으로 구분하여 정의하였다.

이광우(2008)는 경영자의 현 업종에 대한 기술경험이나 비즈니스역량이 사회적기업의 영리적 성과에 중요한 변수로 작용한다고 하였고, 이진민(2015)과 임효민(2016)도 경영역량이 사회적기업의 성과에 영향을 미친다고 하였다.

본 연구는 Moshe and Lerner(2006), 이인재(2006), 이광우(2008), 장영란(2011), 안영규·박의룡(2011), 박내영(2014), 이진민(2015), 임효민(2016) 등의 선행연구를 바탕으로 경영역량을 우수한 비즈니스 역량 보유, 조직 리더십, 경쟁기업에 대한 정보나 지식, 사업기회 포착능력으로 구성하였다.

<표 15> 경영역량에 대한 조작적 정의와 측정항목

구 분	내 용
조작적 정의	사회적기업이 기업으로서 기업경영을 하는 데 있어 완전한 경쟁력을 갖추고 안정적인 경영 활동을 할 수 있도록 이끌어 가는 경영자의 능력
측정항목	기업근무나 경영관리 경험, 현 업종에 대한 기술과 경험 보유, 비즈니스 역량, 전문교육기관에서 정공, 훈련 과정 이수, 리더십, 경쟁기업에 대한 정보나 지식, 새로운 사업기회 포착능력

출처: Sandberg and Hofer(1987), Moshe and Lerner(2006), 이인재(2006), 이광우(2008), 장영란(2011), 안영규 · 박의룡(2011), 박내영(2014), 이진민(2015), 임효민(2016).

라. 조직특성

벤처기업의 성장에 있어서 강길원(2004)은 벤처기업의 조직구조와 기업 문화 특성이 성과에 영향을 미치는 중요한 요인으로 보고 있다. 성공한 사회적기업에 대한 Moshe and Lerner(2006)와 Wheeler et al.(2003)의 연구 결과는 경영자와 구성원의 비전 공유나 창업자와의 커뮤니케이션 용이성 등이 사회적기업의 성공에 매우 중요한 것으로 주장하고 있다.

사회적기업의 성공을 위한 조직특성 요인은 경영자나 창업자가 용이한 커뮤니케이션을 통한 구조 특성을 유지하며, 또한 구성 인적자원이 잠재적 역량을 발휘할 수 있도록 진취적인 분위기를 형성하여 종업원의 역량을 극대화 시킬 수 있는 기업문화라고 정의할 수 있다(이광우, 2008).

조직적요인은 권한의 계층, 커뮤니케이션의 정도와 의사소통 등으로 형성되며, 기관의 조직구조가 민주적이면 의사소통이 원활하고 주인의식이 높아 사회적기업의 성과는 높아질 것으로 기대된다고 하였다(임효민,

2016). 김영훈(2011)은 전문가 영입 업무 협조, 기술역량, 표준화, 성과관리 등을 중요한 요인으로 사용하였다.

이현주(2015)의 연구에서는 사회적기업이 일정비율 이상 취약계층을 고용해야 하므로, 조직운영 시 조직의 인적구성을 인력의 특수성을 고려할 필요가 있다고 강조하고 있다. 특히 조직원의 강점 강화 및 외부 인력의 활용 등을 통해 사회적기업이 성공적으로 생존할 수 있음을 보여주고 있는데 조직이 안정적으로 운영되기 위해서는 개개인의 존엄성을 인정해주어야만 한다. 특히 모든 의사결정에 있어서 개인에게 일정 비율의 의사결정권을 부여함으로써 민주적인 의사결정방식으로 운영하는 것이 매우 중요하다고 하였다(임효민, 2016).

본 연구에서는 Moshe and Lerner(2006), 이광우(2008), 김영훈(2011), 임효민(2016) 등의 선행연구를 바탕으로 조직특성을 의사소통 및 의사결정의 민주성, 구성원의 역량, 사회적기업으로서의 사회적 소명감 등으로 구성하였다.

<표 16> 조직특성에 대한 조작적 정의와 측정항목

구 분	내 용
조작적 정의	조직특성은 경영자나 창업자와의 용이한 커뮤니케이션을 통한 구조적 특성을 유지하며 구성 인적자원이 잠재적 역량발휘가 가능하도록 진취적인 분위기 형성을 통해 종업원의 역량을 극대화 시킬 수 있는 기업문화
측정항목	창업자와 종업원의 의견일치, 원활한 의사소통, 협의에 의한 의사결정, 종업원의 도움행위에 대한 보람, 종업원의 사회적 소명감, 종업원의 기술역량 보유, 외부전문가 영입

출처: Moshe and Lerner(2006), 이광우(2008), 김영훈(2011), 임효민(2016).

마. 사회적 네트워크

네트워크는 성장이나 역량강화를 위해 추진할 수 있는 주요한 전략적 수단으로 특히, 벤처기업이나 사회적기업 등 상대적으로 규모가 작고 경쟁력이 높지 않은 기업에게는 더욱 중요한 전략적 활동이다. 네트워크의 핵심개념은 전략적 우위를 확보하기 위해 기업간에 자발적으로 이루어지는 협력적 계약으로 기술, 정보, 생산, 자본, 제품, 서비스 등의 다양한 자원에 대한 교환 및 공유를 포함하는 포괄적인 개념으로 볼 수 있다(박우성·박재용, 2005).

사회적 기업의 중요한 목적 중 하나는 지역경제발전과 지역공동체 형성이며 이러한 목적을 달성하기 위해 지역 유관기관과의 협력적 네트워크 구축은 매우 중요한 요인이며, 사회적기업으로서 중요한 역할을 담당하기 위해서도 필수적인 부분이다.

Moshe and Lerner(2006)의 연구에 의하면 사회적기업은 열악한 사업환경을 극복하기 위해 사회인식의 확대와 사업추진을 할 때 인적, 사회적 네트워크의 기반이 되는 학연과 지연, 그리고 사회적 친분을 매우 유익한 요인으로 보고 있다. 그리고 이러한 사회적 네트워크는 지역사회의 산업 클러스터와 연결된 호의적인 관계로도 나타낼 수 있다.

사회적 네트워크란 인적, 물적자원과 전문지식을 동원하는 과정에서 제3자로 하여금 당장은 불확실한 미래의 사업에 자본과 노동력을 투자하도록 하는 것이 포함(김영훈, 2011)되는데, 따라서 다양한 계층과 기관과의 호의적 관계를 유지하는 것은 사회적기업을 성장시키거나 영위하여 나아가는데 매우 중요한 것으로 연구결과 성공한 사회적기업은 모두 이와 같은 요소를 가지고 있다.

이현주(2015)는 사례조사를 통해 사회적 네트워크를 통해 자연스럽게 제

품이 홍보되어 매출로 연결된다는 연구를 진행한 바 있다. 사회적기업이 지역사회의 다양한 네트워크를 사회적기업 지원 네트워크로 재구조화하는 데에는 시장주도적 경제활동과 효율적인 관리운영 못지않게 특히 지역사회로부터 신뢰를 얻는 것이 중요하다(임효민, 2016).

그 동안 사회적기업의 네트워크는 태생적 속성상 성과결정의 역량요인 중에서도 중요하게 다루어져 왔다(Baron and Markman, 2000; Pfeffer and Salanick, 2003). 이광우(2009)는 국내 사회적기업에 대한 연구에서 사회적 네트워크가 공익적 성과에 긍정적 영향을 미친다는 결과를 보고하였고, 정무관(2013)은 기업사례 분석을 통해 자립기반 확보와 고용창출 관점에서 사회적기업과 중소기업 간의 연계를 강조하였다. 최석현 외(2012)도 사회적기업의 성과에 네트워크의 형성이 중요하며 지역사회 내에 산재된 자원을 네트워크를 통해 어떻게 동원하느냐에 따라 성과가 결정된다고 하였다. 또한 이재희 외(2015)는 사업적기업의 네트워크 특성이 사회적기업의 성과에 영향을 미친다는 연구결과를 보고하였다.

본 연구에서는 Moshe and Lerner(2006), 이광우(2008), 임효민(2016) 등의 선행연구를 바탕으로 사회적 네트워크를 인적네트워크, 제품의 주요고객, 외부기관과의 관계, 금융기관과의 관계 등으로 구성하였다.

<표 17> 사회적 네트워크에 대한 조작적 정의와 측정항목

구 분	내 용
조작적 정의	네트워크는 열악한 사회적기업의 여건을 극복하기 위해 사회적 인식을 확대시키거나 사업추진에 있어 협력적 관계의 형성을 위한 인적·사회적 네트워크의 기반이 되는 학연과 지연, 그리고 사회적 친분 등을 중요한 요인으로 여기는 것이며, 지역사회의 산업 클러스트와 연결된 호의적인 관계

측정항목	정부와 지자체의 지원, 제품(서비스)의 주요고객, 외부기업의 도움과 지원, 인적네트워크의 도움, 지역주민 설득 또는 홍보, 지역 기업 및 기관과 호의적인 관계, 정부/지자체 및 지역 금융기관과 호의적인 관계
------	---

출처: Moshe and Lerner(2006), 이광우(2008), 임효민(2016).

바. 경제적 성과

사회적기업은 경제적 성과와 더불어 사회적 성과를 동시에 달성해야 하는 목표를 갖기에 경제적 성과와 사회적 성과를 모두 고려해야 한다. 그러므로 사회적기업의 평가에서 한 가지 성과만으로 평가해서는 정확한 결과를 얻을 수 없다.

사회적기업은 복잡한 사회의 문제를 해결하기 위해 설립되며, 발생하는 사회적 이익(social benefit)은 무형적인 것으로 정량화하기가 어렵다(Dees and Anderson, 2003)는 문제점 때문에 여러 다양한 방법을 통하여 사회적기업의 성과를 측정하고자 하는 노력이 시도되고 있다.

사회적기업은 취약계층에게 사회 서비스 또는 일자리를 제공하거나 지역 사회에 공헌함으로써 지역주민의 삶의 질을 높이는 등 사회적 목적을 추구하면서 재화 및 서비스의 생산·판매와 같은 영업활동을 하는 기업으로 정의하고 있다(사회적기업육성법 제2조). 그러므로 사회적기업의 경제적 성과는 서비스의 생산·판매와 같은 영업활동을 하는 기업적 특성이며, 사회적 성과는 취약계층에게 일자리를 제공하는 것과 취약계층에게 사회적 서비스를 제공하는 것, 그리고 지역사회에 공헌하는 것으로 볼 수 있다. 사회적기업의 성과와 관련한 연구에서는 경제적 성과와 사회적 성과로 사회적기업의 성과를 구분하고 있다.

이광우(2008)는 사회적기업의 경제적 성과는 기업을 유지하고 발전시키기 위한 금전적인 성과와 경영자립 정도로 나타낼 수 있다고 하였으며, 경제적 성과의 측정항목으로는 고객만족도, 경영자립도, 매출 및 수익목표 달성 등으로 구성하였고, 임효민(2016)도 경제적 성과로 매출증가, 경영자립도, 수익목표 달성 등으로 구성하였다.

본 연구에서는 이광우(2008), 임효민(2016) 등의 선행연구를 바탕으로 경제적 성과를 매출증가, 영업이익증가, 경영자립도 향상, 수익목표, 시설 및 설비 투자로 구성하였다.

<표 18> 경제적 성과에 대한 조작적 정의와 측정항목

구 분	내 용
조작적 정의	기업을 유지·발전시키기 위한 금전적인 성과와 경영자립
측정항목	지속적인 매출증가와 영업이익 증가, 경영자립도, 수익적 목표 달성, 시설 및 설비 투자 증가, 고객만족도 상승

출처: 이광우(2008), 임효민(2016).

사. 사회적 성과

이광우(2008)는 사회적기업이 본질적으로 추구하고자 하는 사명감과 봉사정신, 부가가치와 사회공헌을 포함하는 사회적 성과로 나타낼 수 있다고 하였으며, 사회적 성과의 측정항목으로는 지역 일자리 제공, 이익의 공익적 사업 투자 등을 도입하였고, 임효민(2016)도 사회적 성과로 지역일자리 제공, 사회의 안정화 기여, 이익의 공익 사업 재투자 등으로 구성하였다.

본 연구에서는 이광우(2008), 임효민(2016) 등의 선행연구를 바탕으로 사

회적 성과를 고용창출, 사회서비스 제공, 지역사회 발전기여 등으로 구성하였다.

<표 19> 사회적 성과에 대한 조작적 정의와 측정항목

구 분	내 용
조작적 정의	사회적 기업이 본질적으로 추구하고자 하는 사명감과 봉사정신 그리고 부가가치와 사회공헌을 포함하는 성과
측정항목	고용창출 기여, 공익적 사업 투자, 근무에 대한 자부심과 높은 직무만족도, 지역사회 기여, 지역주민들의 환영, 사회 안정화에 기여

출처: 이광우(2008), 임효민(2016).

아. 지속가능성

김재홍과 이재기(2012)는 사회적기업이 창출하는 경제적·사회적 가치는 지속가능성과 밀접한 관련이 있다고 하였다. 사회적기업의 지속가능성이란 기업으로서 운영을 시작한 이후, 사회적 가치와 기업적 가치실현이라는 애초의 목적을 안정적으로 유지해 나가는 능력을 의미한다고 할 수 있는데, 사회적기업이 자립 가능한 재정구조를 갖추고 있는지, 지속해서 사회적 목적을 추구할 수 있는지에 대해서는 부정적인 견해가 많다(Crainer, 2012; 광선화, 2013).

지속가능성은 사회적기업의 특성을 반영하는데, 첫째, 정부 보조금에 의존하지 않고, 재정적으로 지속 가능하여야 하고 둘째, 재정수입은 영리활동을 통해 확보하여야 하며 셋째, 경제적 목표와 사회적 목표를 동시에 달성해야 한다(DTI, 2002; Tracey and Anne, 2008). 즉 사회적기업은 경제적

성과, 사회적 성과, 자립적인 재정구조를 통하여 지속가능성을 담보하는 것이다(Perrini, Tencati, 2006).

장영란(2011)은 사회적기업의 지속가능성에 대해 사회적기업이 유지되면서 본래의 목적을 달성할 수 있을지에 대한 가능성의 정도로서 지속가능한 일자리 제공과 사회서비스를 확충 가능성을 의미한다고 정의하고, 사회적기업 구성원들의 인식을, 첫째, 고용의 지속가능, 둘째, 사회적 서비스제공의 지속가능, 셋째, 기관이나 단체의 후원과 지원의 지속가능, 넷째, 기업으로부터의 지원과 제휴, 다섯째, 경쟁력 성장가능성의 5가지 항목으로 측정하여 사회적기업의 지속가능성을 판단하고 있다.

본 연구에서는 이광우(2008), 장영란(2011), 임효민(2016) 등의 선행연구를 바탕으로 지속가능성의 측정항목으로 고용가능, 사회서비스 제공범위 확대, 기관이나 단체로부터의 후원과 지원, 대기업으로부터의 지원과 제휴 등으로 구성하였다.

<표 20> 지속가능성에 대한 조작적 정의와 측정항목

구 분	내 용
조작적 정의	기업으로서 운영이 시작된 이후, 사회적 가치와 기업적 가치실현이라는 애초의 목적을 안정적으로 유지해 나가는 능력
측정항목	종업원 고용 가능성, 사회서비스 제공 확대 가능성, 기관·단체로부터 경제적 기원과 후원 가능성, 대기업으로부터의 지원과 제휴 가능성, 지속 성장 가능성

출처: 이광우(2008), 장영란(2011), 임효민(2016).

4. 변수의 측정

본 연구의 측정은 사회적기업 특성으로 기업의 전략적 요인, 사회적 기업가정신, 경영역량, 조직특성, 사회적 네트워크, 성과에 관한 사항으로 경제적 성과와 사회적 성과, 그리고 지속가능성에 관한 사항, 조사대상자의 인구통계학적 및 기업의 일반적인 사항 등 10개 영역으로 구성되어 있으며, 전략적 요인의 측정변수 7개, 사회적 기업가정신의 측정변수 6개, 경영역량의 측정변수 7개, 조직특성의 측정변수 7개, 사회적 네트워크의 측정변수 8개, 경제적 성과의 측정변수 6개, 사회적 성과의 측정변수 6개, 지속가능성의 측정변수 5개, 그리고 인구통계학적 및 기업의 일반적인 사항 12개 등 총 64개로 구성되어 있다.

첫째, 전략적 요인으로는 현명한 업종선정, 제품(서비스)의 시장경쟁력, 지속가능한 수요와 판로, 제품(서비스)의 다양성, 제품(서비스)에 대한 충성고객 존재, 업무프로세스의 체계성, 창업 시 사전 시장조사 등 7개 문항으로 구성하였다.

둘째, 사회적 기업가정신으로는 새로운 시도나 시장에 대한 관심, 목표달성 의지, 위험감수, 지역사회 기여, 영리와 공익에 대한 균형감, 직무에 대한 헌신 등 6개의 문항으로 구성하였다.

셋째, 경영역량으로는 기업근무나 경영관리 경험, 현 업종에 대한 기술과 경험 보유, 비즈니스 역량, 전문교육기관에서 정공, 훈련과정 이수, 리더십, 경쟁기업에 대한 정보나 지식, 새로운 사업기회 포착 능력 등 7개의 항목으로 구성하였다.

넷째, 조직특성으로는 창업자와 종업원의 의견일치, 원활한 의사소통, 협의에 의한 의사결정, 종업원의 도움행위에 대한 보람, 종업원의 사회적 소명감, 종업원의 기술역량 보유, 외부전문가 영입 등 7개의 문항으로 구성하

였다.

다섯째, 사회적 네트워크로는 정부와 지자체의 지원, 제품(서비스)의 주요고객, 외부기업의 도움과 지원, 인적네트워크의 도움, 지역주민 설득 또는 홍보, 지역 기업 및 기관과 호의적인 관계, 정부/지자체와 호의적인 관계, 지역 금융기관과 호의적인 관계 등 8개의 문항으로 구성하였다.

여섯째, 경제적 성과로는 지속적인 매출증가와 영업이익의 증가, 경영자립도, 수익적 목표달성, 시설 및 설비 투자 증가, 고객만족도 상승 등 6개의 항목으로 구성하였다.

일곱째, 사회적 성과로는 고용창출 기여, 공익적 사업 투자, 근무에 대한 자부심과 높은 직무만족도, 지역사회 기여, 지역주민들의 환영, 사회 안정화에 기여 등 6개의 항목으로 구성하였다.

여덟째, 지속가능성으로는 종업원 고용 가능성, 사회서비스 제공 확대 가능성, 기관·단체로부터 경제적 지원과 후원 가능성, 대기업으로부터의 지원과 제휴 가능성, 지속 성장 가능성 등 5개의 항목으로 구성하였다.

아홉째, 인구통계학적 및 기업의 일반적인 사항으로는 12개의 항목으로 구성하였고, 설문은 <표 21>와 같다.

<표 21> 설문은의 구성

변 수	설 명	측정 척도
전략적요인	현명한 업종선정	7점 척도
	제품(서비스)의 시장경쟁력	
	지속가능한 수요와 판로	
	제품(서비스)의 다양성	
	제품(서비스)에 대한 충성고객 존재	
	업무프로세스의 체계성	
	창업 시 사전 시장조사	

사회적 기업가정신	새로운 시도나 시장에 대한 관심	7점 척도
	목표 달성 의지	
	위험감수	
	지역사회 기여	
	영리와 공익에 대한 균형감	
	직무에 대한 헌신	
경영역량	기업근무나 경영관리 경험	7점 척도
	현 업종에 대한 기술과 경험 보유	
	비즈니스 역량	
	전문교육기관에서 정공, 훈련과정 이수	
	리더십	
	경쟁기업에 대한 정보나 지식	
조직특성	새로운 사업기회 포착 능력	7점 척도
	창업자와 종업원의 의견일치	
	원활한 의사소통	
	협의에 의한 의사결정	
	종업원의 도움행위에 대한 보람	
	종업원의 사회적 소명감	
사회적 네트워크	종업원의 기술역량 보유	7점 척도
	외부전문가 영입	
	정부와 지자체의 지원	
	제품(서비스)의 주요고객	
	외부기업의 도움과 지원	
	인적네트워크의 도움	
경제적 성과	지역주민 설득 또는 홍보	7점 척도
	지역 기업 및 기관과 호의적인 관계	
	정부/지자체와 호의적인 관계	
	지역 금융기관과 호의적인 관계	
	지속적인 매출증가와 영업이익 증가	
사회적 성과	경영자립도	7점 척도
	수익적 목표 달성	
	시설 및 설비 투자 증가	
	고객만족도 상승	
사회적 성과	고용창출 기여	7점 척도
	공익적 사업 투자	
	근무에 대한 자부심과 높은 직무만족도	
	지역사회 기여	

	지역주민들의 환영	
	사회 안정화에 기여	
지속가능성	종업원 고용 가능성	7점 척도
	사회서비스 제공 확대 가능성	
	기관·단체로부터 경제적 기원과 후원 가능성	
	대기업으로부터의 지원과 제휴 가능성	
	지속 성장 가능성	
인구통계학적 사항	대표자의 성별, 연령, 최종학력, 사업장 지역, 주업종, 창업기간, 기업형태, 인증연도, 지정연도, 기업유형, 조직형태, 직원수, 취약계층 직원수	명목척도

5. 자료수집 및 분석방법

가. 자료수집

본 연구의 조사대상은 2019년 3월 기준으로 부산시에 소재하는 예비사회적기업 99개소와 인증사회적기업 103개의 대표자를 대상으로 설문을 실시하였으며, 수집방법으로는 이메일, 구글 On-Line 설문조사, 그리고 직접방문 조사를 사용하였다.

자료수집 기간은 2019년 7월 29일부터 8월 18일까지 3주에 걸쳐 실시하였으며, 123부의 설문지가 회수되었다. 이 가운데 불성실하게 답변한 2부를 제거하여 총 121부의 설문지가 연구모형 검증을 위해 사용되었다.

나. 분석방법

본 연구에서는 설정된 연구목적과 가설들을 검증하기 위하여 사회과학에서 많이 사용하는 통계프로그램인 SPSS 25.0을 이용하여 분석하였다. 먼저 표본의 인구통계학적 특성을 살펴보기 위해 빈도분석을 하고, 변수들의 신뢰성을 살펴보기 위해 Cronbach's Alpha 계수를 활용한 신뢰성분석을 실시하였으며, 변수 간 요인의 타당성 측정을 위해 요인분석을 시행하였다. 또한 가설 검증과정에서 상관관계분석(correlation analysis)을 통해 각 변수 간의 상관관계를 살펴보았다.

독립변수인 사회적기업의 특성(전략적 요인, 사회적 기업가정신, 경영역량, 조직특성, 사회적 네트워크) 요인과 종속변수인 경제적성과, 사회적성과, 지속가능성 요인에 대하여 직접적으로 영향을 미치는지를 알기 위해 다중회귀분석을 실시하였다.

사회적기업의 기업특성이 지속가능성에 미치는 영향에 대해 경제적 성과와 사회적 성과의 매개 효과를 Baron and Kenny(1986)의 3단계 분석절차에 따라 매개효과 회귀분석을 통해 검증 하였다.

사회적기업의 특성이 기업형태(예비/인증 사회적기업)에 의해 성과에 미치는 조절효과가 있는지 알아보기 위해 조절효과 회귀분석을 실시하였다.

IV. 실증연구의 분석 및 검증

1. 표본의 일반적 특성

표본의 일반적인 특성 분석을 위해 인구통계학적 특성인 성별, 연령, 최종학력, 사업장 지역, 주업종, 창업기간, 기업형태, 사회적기업 인증연도, 예비사회적기업 지정연도, 기업유형, 조직형태, 직원수, 취약계층 직원수에 대하여 빈도분석을 하였으며, 그 결과는 <표 22>와 같다.

분석결과에 의하면, 표본의 전체 응답자 121명 중 성별은 남성이 63명(52.1%), 여성이 58명(47.9%)으로 나타났다. 연령대별로는 20대 12명(9.9%), 30대 30명(24.9%), 40대 44명(36.4%), 50대 26명(21.5%), 60대 이상 9명(7.4%)으로 나타났다. 최종학력은 고졸 이하 9명(7.4%), 전문대졸 19명(15.7%), 대학교졸 81명(66.9%), 대학원졸 12명(9.9%)으로 나타났다. 사업장 지역은 강서구 3개(2.5%), 금정구 16개(13.2%), 남구 6개(5.0%), 동구 5개(4.1%), 동래구 8개(6.6%), 부산진구 17개(14%), 북구 10개(8.3%), 사상구 9개(7.4%), 사하구 5개(4.1%), 서구 3개(2.5%), 수영구 13개(10.7%), 중구 6개(5.0%), 연제구 9개(7.4%), 해운대구 11개(9.1%)로 나타났다.

주업종은 제조업 37개(30.6%), 사회복지 2개(1.7%), 보육·교육서비스업 23개(19.0%), 보건·간병·가사지원 2개(1.7%), 물류 및 도소매업 6개(5.0%), 문화·예술 13개(10.7%), 환경·산림보존 6개(5.0%), 관광·도시재생 4개(3.3%), 정보통신 및 출판서비스업 11개(9.1%), 기타 17개(14%)로 나타났다. 창업기간은 1년 미만 30개(24.8%), 1년 이상~3년 미만 36개(29.8%), 3년 이상~5년 미만 20개(16.5%), 5년 이상~7년 미만 14개(11.6%), 7년 이상

21개(17.4%)로 나타났다.

기업형태는 예비사회적기업 60개(49.6%), 인증사회적기업 61개(50.4)이고, 인증사회적기업의 인증연도는 2018년 6개(5.0%), 2017년 7개(5.8%), 2016년 7개(5.8%), 2015년 8개(6.6%), 2014년 이전 22개(18.2%), 해당사항 없음 60개(49.5%-예비사회적기업임)로 나타났으며, 예비사회적기업의 지정연도는 2018년 45개(37.2%), 2017년 13개(10.7%), 2016년 2개(1.7%), 해당사항 없음 61개(50.4%-인증사회적기업임)로 나타났다.

사회적기업의 유형은 일자리제공형 42개(34.7%), 사회서비스제공형 16개(13.2%), 지역사회공헌형 4개(3.3%), 혼합형 16개(13.2%), 창의혁신형(기타형) 43개(35.5%)로 나타났으며, 조직형태는 주식회사 103개(85.1%), 사단법인 8개(6.6%), 사회복지법인 4개(3.3%), 협동조합 6개(5.0%)로 나타났다.

사회적기업의 직원수는 1인 이하 10개(8.3%), 2~3인 이하 38개(31.4%), 4~7인 이하 32(26.4%), 8~11인 이하 10(8.3%), 12~15인 이하 10(8.3%), 16~19인 이하 2개(1.7%), 20인 이상 19개(15.7%)로 나타났으며, 취약계층 직원수는 3인 이하 82개(67.8%), 4~6인 이하 16(13.2%), 7~10인 이하 4개(3.3%), 11~15인 이하 7(5.8%), 16인 이상 12(9.9%)로 나타났다.

<표 22> 인구통계적 특성

구분	항목	빈도	%	구분	항목	빈도	%
성별	남성	63	52.1	학력	고졸이하	9	7.4
	여성	58	47.9		전문대졸	19	15.7
연령	20대	12	9.9		대학교졸	81	66.9
	30대	30	24.8		대학원졸	12	9.9
	40대	44	36.4	주업종	제조업	37	30.6
	50대	26	21.5		사회복지	2	1.7
	60대 이상	9	7.4		보육·교육서비스업	23	19.0

사업장 지역	강서구	3	2.5		보건·간병·가사지원	2	1.7
	금정구	16	13.2		물류·도소매업	6	5.0
	남구	6	5.0		문화·예술	13	10.7
	동구	5	4.1		환경·산림보존	6	5.0
	동래구	8	6.6		관광·도시재생	4	3.3
	진구	17	14.0		정보통신·출판서비스	11	9.1
	북구	10	8.3		기타	17	14.0
	사상구	9	7.4		창업 기간	1년 미만	30
	사하구	5	4.1	1년 이상~3년 미만		36	29.8
	서구	3	2.5	3년 이상~5년 미만		20	16.5
	수영구	13	10.7	5년 이상~7년 미만		14	11.6
	중구	6	5.0	7년 이상		21	17.4
	연제구	9	7.4	유형		일자리제공형	42
	해운대구	11	9.1		사회서비스제공형	16	13.2
기업 형태	예비	60	49.6		지역사회제공형	4	3.3
	인증	61	50.4		혼합형	16	13.2
인증 연도	2018년	6	5.0		창의혁신형	43	35.5
	2017년	7	5.8		2018년	45	37.2
	2016년	7	5.8	지정 연도	2017년	13	10.7
	2015년	8	6.6		2016년	2	1.7
	2014년	11	9.1		해당사항 없음	61	50.4
	2014년 이전	22	18.2	조직 형태	주식회사	103	85.1
	해당사항없음	60	49.5		사단법인	8	6.6
직원 수	1인 이하	10	8.3		취약 계층 직원 수	사회복지법인	4
	2~3인 이하	38	31.4	협동조합		6	5.0
	4~7인 이하	32	26.4	3인 이하		82	67.8
	8~11인 이하	10	8.3	4~6인 이하	16	13.2	
	12~15인 이하	10	8.3	7~10인 이하	4	3.3	
	16~19인 이하	2	1.7	11~15인 이하	7	5.8	
	20인 이상	19	15.7	16인 이상	12	9.9	
합계	121	100	합계		121	100	

2. 기술통계 및 상관관계 분석

가. 기술통계 분석

기술통계 분석을 실시하여 변수들의 기술적 통계값을 알아보았다. 각요인별 최소값, 최대값, 평균, 표준편차, 왜도와 첨도는 <표 23>과 같다.

<표 23> 기술통계분석

기업 특성	내용	최소값	최대값	평균	표준편차	왜도	첨도
전략적 요인	업종선정을 잘 하였다	4	7	5.48	.886	-.010	-.699
	제품(서비스)는 시장경쟁력을 가지고 있다	3	7	5.70	.928	-.771	.563
사회적 기업가 정신	목표에 대해 반드시 해낸다는 의지가 강하다.	4	7	6.37	.754	-.975	.267
	지역사회의 안정과 개발에 기여하고자 하는 의지가 있다.	3	7	6.10	.870	-.735	.248
	영리와 공익에 대한 균형감을 가지고 있다.	3	7	5.72	1.035	-.513	-.316
	직무에 대해 전적으로 헌신하고자 하는 자세를 가지고 있다.	3	7	6.23	.947	-1.140	.642
경영 역량	뛰어난 비즈니스 역량을 보유하고 있다.	2	7	5.29	1.151	-.922	.843
	조직을 잘 이끌어가는 리더십을 가지고 있다.	2	7	5.59	.872	-1.304	3.485
	관련업체와 경쟁기업에 대한 정보나 지식이 많다.	3	7	5.94	1.185	-.802	-.480
	새로운 사업에 대한 기회 포착이 뛰어나다.	3	7	5.50	1.034	-.494	-.395
조직 특성	창업자(대표)와 종업원의 의견이 일치한다.	2	7	5.41	.843	-.909	3.183
	창업자(대표)와 종업원이 원활한 의사소통이 된다.	3	7	5.76	.806	-.892	1.495

	종업원들은 사회적 소명감을 가지고 있다.	1	7	5.46	1.140	-1.226	2.772
사회적 네트 워크	제품(서비스)의 주요고객이 정부와 지자체이다.	1	7	3.88	1.714	-.363	-.701
	인적네트워크(개인후원 등)를 통해 도움을 받고 있다.	1	7	3.11	1.760	.226	-1.062
	정부 또는 지자체와 호의적인 관계를 맺고 있다.	1	7	5.20	1.301	-1.137	1.464
	지역의 금융기관과 호의적인 관계를 맺고 있다.	1	7	4.35	1.788	-.858	-.432
경제적 성과	지속적으로 매출이 증가하고 있다.	2	7	5.08	1.208	-.478	.269
	지속적으로 영업이익이 증가하고 있다.	1	7	4.88	1.273	-.840	1.176
	경영자립도가 향상되고 있다.	2	7	4.93	1.034	-.355	.623
	수익적 목표를 달성하고 있다.	1	7	4.76	1.238	-.575	1.003
	시설 및 설비 투자가 증가하고 있다.	1	7	4.99	1.262	-.617	.597
사회적 성과	이익을 공익적 사업에 투자하고 있다.(사회서비스 제공)	3	7	5.88	1.077	-.808	.033
	지역사회의 발전과 환경보호에 기여하고 있다.	3	7	5.65	1.116	-.447	-.362
	지역주민들로부터 환영을 받고 있다.	2	7	5.33	1.075	-.286	.350
지속 가능성	향후에 보다 많은 종업원을 고용할 수 있을 것으로 생각한다.	3	7	5.70	1.115	-.559	-.525
	향후에 사회서비스 제공 범위가 확대될 것으로 생각한다.	3	7	5.79	1.042	-.634	-.029
	향후에 많은 기관이나 단체로부터 경제적 후원과 지원을 받을 수 있을 것으로 생각한다.	1	7	5.02	1.258	-.823	1.868
	향후에 대기업으로부터 지원과 제휴를 받을 수 있을 것으로 생각한다.	1	7	4.64	1.688	-.308	-.607
	향후에 경쟁력을 갖추고 지속적으로 성장할 것으로 생각한다.	2	7	5.77	1.078	-.660	.724

일변량과 다변량을 모두 검토하고 정규성 항목 중 왜도와 첨도를 파악하였다. 왜도는 절대값 3 이하, 첨도는 절대값 8 이하를 만족하면 정규분포 조건을 충족한다고 판단한다. 왜도와 첨도는 정규성 검토 결과 문제가 없는 것으로 판단하였다.

나. 상관관계 분석

연구가설에 사용되는 중요한 변수들의 관련성을 살펴보기 위해 <표 24>와 같이 Pearson 상관분석을 실시하였다. 각 변수에 대한 평균값, 표준편차, 변수간 상관관계를 나타내고 있으며 측정변수들 간 상관계수가 0.8 이상이 없으므로 다중공선성에는 문제가 없는 것으로 판단하였다. 연구변수들 간의 상관계수 값은 유의수준 $p < .01$ 에서 상관관계가 있는 것으로 나타났다.

<표 24> 주요 변수간 상관관계 분석

변 수	1	2	3	4	5	6	7	8
전략적요인	1							
사회적기업가정신	.482**	1						
경영역량	.470**	.368**	1					
조직특성	.278**	.410**	.520**	1				
사회적네트워크	.037	.137	.311**	.155	1			
경제적성과	.342**	.174	.258**	.114	.251**	1		
사회적성과	.521**	.611**	.446**	.457**	.166	.151	1	
지속가능성	.524**	.433**	.255**	.422**	-.004	.301**	.555**	1

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

변수들 간의 상관관계를 살펴보면 경제적 성과는 전략적요인 .342, 경영역량 .258, 사회적네트워크 .251, 지속가능성 .301로 $p=0.01$ 에서 유의적인 양(+)의 상관관계가 있는 것으로 나타났다. 사회적 성과는 전략적요인 .521, 사회적 기업가정신 .611, 경영역량 .446, 조직특성 .457, 지속가능성 .555로 $p=0.01$ 에서 유의적인 양(+)의 상관관계가 있는 것으로 나타났다. 지속가능성은 전략적요인 .524, 사회적 기업가정신 .433, 경영역량 .255, 조직특성 .422, 경제적 성과 .301, 사회적 성과 .555로 $p=0.01$ 에서 유의적인 양(+)의 상관관계가 있는 것으로 나타났다.

3. 신뢰성과 타당성 분석

연구가설의 검증에 앞서 분석에 사용된 변수들의 신뢰성과 타당성 검증을 실시하였다. 신뢰성이란 동일한 개념을 반복하여 측정했을 때 일관성 있는 결과를 나타내 주는 정도를 뜻하며, 타당성이란 측정하고자 하는 품질이나 속성을 검사도구가 얼마나 충실히 측정했는가를 의미한다(이훈영, 2008). 본 연구에서는 내적일관성을 통한 신뢰성분석과 타당성 분석을 위해 탐색적 요인분석을 실시하였다.

가. 사회적기업의 특성에 대한 신뢰성 및 탐색적 요인분석

본 연구는 구성하는 모든 변수가 하나의 개념을 측정하는 데 있어서 여러 항목을 이용하고 있으므로 사용된 측정변수들의 신뢰성 분석을 위해 여러 가지 방법 중 내적 일관성을 나타내는 Cronbach's α 계수를 사용하여 판단하였다. 동일한 것에 대해 반복 측정했을 경우, 동일한 측정값을 얻을 가능성을

알아보기 위해 신뢰성 검증 또는 Cronbach's α 검증을 실시하는데 0.6 이상이면 신뢰성이 있다고 판단한다(이훈영, 2012).

성과와 지속가능성의 성공 요인에 대한 타당성 분석을 위해 개별항목 간의 상관관계가 높은 것들끼리 하나의 요인으로 묶음으로써 동일한 개념을 측정하는 탐색적 요인분석을 하였다.

탐색적 요인분석에서 고유값(eigen value)은 요인이 설명해 주는 분산의 양을 의미하는 것으로 1이하가 되면 1개의 요인이 1개의 변수에 해당하는 분산도 설명하지 못하기 때문에 1이상인 요인의 수를 결정하였으며, 요인 추출 방식은 주성분 분석, 요인 회전방식은 베리맥스(Varimax) 회전 방법을 사용하였고, KMO와 Bartlett의 구형성 검증도 동시에 진행하였다.

KMO의 경우, 일반적으로 0.7 이상이면 양호한 것으로 판단하는데 본 연구에서는 사회적기업의 특성에 대한 KMO 값은 0.738이 나왔으므로 양호하다고 판단하였다. 또한, Bartlett의 구형성 검증에서는 1285.998이며 유의확률이 .000이므로 적합하다고 판단하였고, 각 요인에 대한 신뢰성 분석방법으로 크론바하 알파(Cronbach's α) 계수를 이용해 신뢰성을 분석하였다.

요인분석결과 고유값(eigen value)기준인 1 이상으로 나왔으나, 요인별 측정항목들의 내적타당성이 맞지 않는 항목들이 존재하여 몇 차례 요인분석을 통해 채택된 최종 측정항목은 <표 25>와 같다.

전략적요인의 측정항목 중 지속가능한 수요와 판로의 확보, 제품(서비스)의 다양성, 제품(서비스)에 대한 충성고객의 존재 여부, 업무 프로세스의 체계성, 창업 시 사전 시장조사 항목은 제거되고 업종선정의 우수성, 제품(서비스)의 시장 경쟁력 2개 항목이 채택되었다.

사회적 기업가정신의 측정항목 중 새로운 시장에 대한 관심, 위험감수 항목은 제거되고 목표 달성 의지, 지역사회 기여, 영리와 공익에 대한 균형감, 직무에 대한 헌신의 4개 항목이 채택되었다.

경영역량의 측정항목 중 기업근무나 경영관리 경험, 현 업종에 대한 기술과 경험 보유, 전문교육기관에서 전공·훈련과정 이수 항목은 제거되고 우수한 비즈니스 역량 보유, 리더십, 경쟁기업에 대한 정보나 지식 보유, 새로운 사업기회 포착 능력의 4개 항목이 채택되었다.

조직특성의 측정항목 중 협의에 의한 의사결정, 종업원의 도움행위에 대한 보람, 종업원의 기술역량 보유, 외부전문가 영입 항목은 제거되고, 창업자와 종업원의 의견일치, 원활한 의사소통, 종업원의 사회적 소명감의 3개 항목이 채택되었다.

사회적 네트워크의 측정항목 중 정부와 지자체의 지원, 외부기업의 도움과 지원, 지역주민 설득 또는 홍보, 지역 기업 및 기관과 호의적인 관계 항목은 제거되고 제품(서비스)의 주요고객이 정부와 지자체, 인적네트워크의 도움, 정부 또는 지자체와 호의적인 관계, 그리고 지역 금융기관과 호의적인 관계의 4개 항목이 채택되었다.

요인분석을 통하여 추출된 5개 성분의 고유치는 경영역량 3.386, 사회적 네트워크 2.663, 사회적 기업가정신 2.661, 조직특성 2.466, 전략적요인이 1.741로 분석되었으며, 추출된 요인의 분산은 경영역량 19.916, 사회적 네트워크 15.663, 사회적 기업가정신 15.650, 조직특성 14.445, 전략적요인이 10.239로 전체 75.913%의 누적분산을 가지는 것으로 나타났다.

각각의 요인들에 대하여 Chronbach의 알파 값을 살펴보면 경영역량 .907, 사회적 네트워크 .804, 사회적 기업가정신 .821, 조직특성 .770, 전략적요인 .758로 나타나 측정항목 간의 신뢰성이 높은 것으로 나타났다.

<표 25> 사회적기업의 특성에 대한 요인분석

설문항목	성분					Cronbach의 알파
	1	2	3	4	5	

경영 역량	우수한 비즈니스 역량 보유	.842	.222	-.004	.158	.109	.907
	리더십	.811	.103	.231	.245	.114	
	경쟁기업에 대한 정보나 지식 보유	.811	.127	.074	.212	.200	
	새로운 사업기회 포착 능력	.795	.132	-.029	.367	.254	
	지역 금융기관과 호의적인 관계	.282	.848	.020	-.084	.126	
제품(서비스)의 주요고객이 정부 와 지자체	.117	.799	.115	-.052	-.161		
정부 또는 지자체 와 호의적인 관계	.000	.741	.420	.129	-.074		
인적네트워크의 도움	.060	.730	-.253	.181	.083		
직무에 대한 헌신	.052	.139	.886	.139	.004	.821	
지역사회 기여	-.037	.048	.780	.186	.278		
목표 달성 의지	.519	-.196	.642	-.103	.167		
영리와 공익에 대 한 균형감	.192	.074	.609	.437	.338		
조직 특성	창업자와 종업원 의 의견일치	.169	.076	.205	.830	.240	.770
	종업원의 사회적 소명감	.231	.164	.084	.756	.020	
	원활한 의사소통	.292	-.150	.111	.747	-.081	
전략적 요인	제품(서비스)의 시장 경쟁력	.219	-.089	.310	-.068	.803	.758
	업종 선정의 우수성	.326	.033	.113	.232	.793	
	고유치	3.386	2.663	2.661	2.456	1.741	
분산율(%)	19.916	15.663	15.650	14.445	10.239		
누적분산율(%)	19.916	35.579	51.229	65.675	75.913		
KMO			.738				
구형성 검증치			1285.998				
유의확률			.000**				

** p<.01 , * p<.05

나. 사회적기업의 성과와 지속가능성에 대한 신뢰성 및 탐색적 요인분석

요인분석을 통하여 사회적기업 성과로 경제적 성과와 사회적 성과의 2개 변수가 도출되었고, 채택항목들에 대한 분석결과는 <표 26>과 같다.

경제적 성과의 측정항목 중 제품에 대한 고객만족도 상승이 제거되고, 지속적인 영업이익 증가, 지속적인 매출 증가, 수익적 목표 달성, 경영자립도 향상, 시설 및 설비 투자 증가의 5개 항목이 채택되었다.

사회적 성과의 측정항목 중 고용창출 기여, 근무에 대한 자부심과 사회의 안정화 기여 항목이 제거되고, 이익의 공익적 사업 투자, 지역사회의 발전과 환경에 기여, 지역 주민들로부터 환영의 3개 항목이 채택되었다.

지속가능성의 측정항목인 종업원의 고용 가능성, 사회서비스 제공 확대, 기관·단체로부터 경제적 지원과 후원 가능성, 대기업으로부터의 지원과 제휴 가능성, 지속성장 가능성 5개 항목이 모두 채택되었다.

<표 26> 사회적기업의 성과와 지속가능성의 요인분석

설문항목		성분			Cronbach 알파
		1	2	3	
경제적 성과	지속적인 영업이익 증가	.928	.113	-.108	.907
	지속적인 매출 증가	.895	.213	-.012	
	수익적 목표 달성	.874	.294	-.171	
	경영자립도 향상	.817	.024	.295	
	시설 및 설비 투자증가	.702	-.060	.281	
지속가 능성	대기업으로부터 지원과 제휴	.065	.807	.055	.831
	기관이나 단체로부터 경제적 후원과 지원	.041	.754	.163	
	지속적인 성장	.188	.741	.360	
	종업원 고용 가능성	.336	.684	.216	
	사회서비스 제공 범위 확대	.024	.649	.483	

사회적 성과	지역사회의 발전과 환경보호 에 기여	.093	.195	.880	.857
	이익의 공익적 사업에 투자	.110	.208	.870	
	지역 주민들로부터의 환영	-.065	.411	.708	
고유치		3.765	3.057	2.679	
분산율(%)		28.961	23.515	20.604	
누적분산율(%)		28.961	52.476	73.081	
KMO		.796			
구형성 검증치		1128.226			
유의확률		.000**			

** p<.01 , * p<.05

4. 연구가설 검증

가. 경제적 성과에 영향을 주는 각 변수의 다중회귀 분석

전략적요인, 사회적 기업가정신, 경영역량, 조직특성, 사회적네트워크가 경제적 성과에 미치는 영향을 분석하기 위해 다중회귀분석을 실시한 결과 ($R^2=.177$, $F=4.934$, $p<.01$)로 95% 신뢰수준에서 통계적으로 유의한 영향관계가 있는 것으로 <표 27>과 같이 나타났다. 한편 Durbin-Watson 통계량은 1.990으로 잔차의 독립성 가정을 위배하지 않는 것으로 평가되었고, 분산팽창지수(VIF ; Variance Inflation Factor)도 모두 10 미만으로 나타나 다중공선성 문제는 없는 것으로 판단되었다.

가설의 채택기각여부를 독립변수별 유의도를 통해 살펴보면, 전략적요인 ($\beta=.325$, $p<.01$), 사회적네트워크($\beta=.229$, $p<.05$)가 95% 신뢰수준 이상에서 통계적으로 유의한 영향을 미치고 있다. 이 중 전략적요인이 경제적 성과에 더 큰 영향이 있는 것으로 나타났다.

<표 27> 경제적 성과에 영향을 주는 각 변수의 다중회귀 분석

측정항목	비표준화 계수		표준화 계수	t	p	공선성 통계량
	B	표준오차 (S.E)	β			VIF
(상수)	1.962	.863		2.274	.025	
전략적요인	.412	.133	.325	3.101	.002**	1.539
사회적 기업가정신	-.032	.145	-.023	-.220	.826	1.473
경영역량	.066	.123	.060	0.533	.595	1.788
조직특성	-.045	.136	-.034	-.331	.741	1.491
사회적 네트워크	.180	.071	.229	2.541	.012*	1.134
$R^2=.177, \text{adj}R^2=.141, F=4.934, p<.01, D-W=1.990$						

** p<.01, * p<.05

나. 사회적 성과에 영향을 주는 각 변수의 다중회귀 분석

전략적요인, 사회적 기업가정신, 경영역량, 조직특성, 사회적네트워크가 사회적 성과에 미치는 영향을 분석하기 위해 다중회귀분석을 실시한 결과 ($R^2=.489, F=21.985, p<.01$), 95% 신뢰수준에서 통계적으로 유의한 영향관계가 있는 것으로 <표 28>과 같이 나타났다. 한편, Durbin-Watson 통계량은 1.624로 잔차의 독립성 가정을 위배하지 않는 것으로 평가되었고, 분산팽창지수(VIF ; Variance Inflation Factor)도 모두 10 미만으로 나타나 다중공선성 문제는 없는 것으로 판단되었다.

가설의 채택기각여부를 독립변수별 유의도를 통해 살펴보면, 전략적요인 ($\beta=.247, p<.01$), 사회적 기업가정신($\beta=.380, p<.01$), 조직특성($\beta=.184, p<.05$)가 95% 신뢰수준 이상에서 통계적으로 유의한 영향을 미치고 있다. 이중 사회적 기업가정신이 사회적 성과에 가장 큰 영향을 미치는 것으로 나타났다.

<표 28> 사회적 성과에 영향을 주는 각 변수의 다중회귀 분석

측정항목	비표준화 계수		표준화 계수	t	p	공선성 통계량
	B	표준오차 (S.E)	β			VIF
(상수)	-.920	.635		-1.450	.150	
전략적요인	.292	.098	.247	2.992	.003**	1.539
사회적 기업가정신	.499	.106	.380	4.700	.000**	1.473
경영역량	.079	.091	.078	.872	.385	1.788
조직특성	.227	.100	.184	2.262	.026*	1.491
사회적 네트워크	.038	.052	.052	.735	.464	1.134
$R^2=.489, \text{adj}R^2=.466, F=21.985, p<.01, D-W=1.624$						

** p<.01, * p<.05

다. 지속가능성에 영향을 주는 각 변수의 다중회귀 분석

전략적요인, 사회적 기업가정신, 경영역량, 조직특성, 사회적네트워크가 지속가능성에 미치는 영향을 분석하기 위해 다중회귀분석을 실시한 결과 ($R^2=.393, F=14.887, p<.01$), 90% 신뢰수준에서 통계적으로 유의한 영향관계가 있는 것으로 <표 29>와 같이 나타났다. 한편, Durbin-Watson 통계량은 2.057로 잔차의 독립성 가정을 위배하지 않는 것으로 평가되었고, 분산팽창지수(VIF ; Variance Inflation Factor)도 모두 10미만으로 나타나 다중공선성 문제는 없는 것으로 판단되었다.

가설의 채택기각여부를 독립변수별 유의도를 통해 살펴보면, 전략적요인 ($\beta=.439, p<.01$), 사회적 기업가정신($\beta=.152, p<.1$), 경영역량($\beta=-.167, p<.1$), 조직특성($\beta=.330, p<.01$)가 90% 신뢰수준 이상에서 통계적으로 유의한 영향을 미치고 있다. 이중 전략적요인이 지속가능성에 가장 큰 영향이 있는 것으로 나타났다.

<표 29> 지속가능성에 영향을 주는 각 변수의 다중회귀 분석

측정항목	비표준화 계수		표준화 계수	t	p	공선성 통계량
	B	표준오차 (S.E)	β			VIF
(상수)	.012	.700		.017	.987	
전략적요인	.524	.108	.439	4.870	.000**	1.539
사회적 기업가정신	.203	.117	.152	1.729	.086*	1.473
경영역량	-.172	.100	-.167	-1.715	.089*	1.788
조직특성	.412	.111	.330	3.718	.000**	1.491
사회적 네트워크	-.030	.057	-.040	-.522	.603	1.134
$R^2=.393, \text{adj}R^2=.367, F=14.887, p<.01, D-W=2.057$						

** p<.01, * p<.1

라. 성과가 지속가능성에 영향을 주는 각 변수의 다중회귀 분석

사회적기업의 경제적 성과와 사회적 성과가 지속가능성에 미치는 영향을 분석하기 위해 다중회귀분석을 실시한 결과($R^2=.357, F=32.715, p<.01$)로 95% 신뢰수준에서 통계적으로 유의한 영향관계가 있는 것으로 <표 30>과 같이 나타났다. 한편, Durbin-Watson 통계량은 2.213으로 잔차의 독립성 가정을 위배하지 않는 것으로 평가되었고, 분산팽창지수(VIF ; Variance Inflation Factor)도 모두 10미만으로 나타나 다중공선성 문제는 없는 것으로 판단되었다.

가설의 채택기각여부를 독립변수별 유의도를 통해 살펴보면, 경제적 성과($\beta=.223, p<.01$), 사회적 성과($\beta=.522, p<.01$)가 99% 신뢰수준 이상에서 통계적으로 유의한 영향을 미치고 있다. 이중 사회적 성과가 경제적 성과보다 지속가능성에 더 큰 영향이 있는 것으로 나타났다.

<표 30> 지속가능성에 영향을 주는 각 변수의 다중회귀 분석

측정항목	비표준화 계수		표준화 계수	t	p	공선성 통계량
	B	표준오차 (S.E)	β			VIF
(상수)	1.379	.512		2.694	.008	
경제적 성과	.210	.071	.223	2.980	.003**	1.023
사회적 성과	.528	.076	.522	6.983	.000**	1.023
$R^2=.357, \text{adj}R^2=.346, F=32.715, p<.01, D-W=2.213$						

** p<.01, * p<.05

마. 사회적기업의 특성이 지속가능성에 미치는 영향에 대한 성과의 매개효과 검증

본 연구의 가설을 검증하기 위해 Baron and Kenny(1986)의 3단계 매개회귀분석을 실시하였다. 변수의 매개효과가 성립되기 위해서는 다음과 같은 네 가지 조건들이 모두 충족되어야 한다. 첫째, 1단계 독립변수가 매개변수에 미치는 영향이 유의하고, 둘째, 2단계 독립변수가 종속변수에 미치는 영향이 유의하고, 셋째, 3단계 독립변수와 매개변수가 종속변수에 동시에 미치는 영향이 유의한지 검증한다. 넷째, 매개변수를 포함하고 있는 회귀방정식에서 종속변수에 대한 독립변수의 영향은 3단계에서의 표준화 계수 크기가 2단계의 표준화 계수 크기보다 적거나 전혀 없어야 한다. 감소한 경우는 부분매개효과가, 없는 경우는 완전매개효과가 존재함을 의미한다.

(1) 경제적 성과의 매개효과 검증

사회적기업의 특성이 지속가능성에 미치는 영향에 대한 경제적 성과의 매개효과를 검증하기 위해 사회적기업의 특성(전략적요인, 사회적 기업가

정신, 경영역량, 조직특성, 사회적네트워크)을 독립변수, 경제적 성과를 매개변수, 지속가능성을 종속변수로 설정하여 다중회귀분석을 분석한 결과는 <표 31>과 같다.

<표 31> 사회적기업 특성, 경제적 성과, 지속가능성의 매개효과 검증

검증단계	단계 1	단계 2	단계 3
변수	경제적 성과	지속가능성	지속가능성
전략적요인	.325**	.439**	.383**
사회적기업가정신	-.023	.152	.156
경영역량	.060	-.167	-.177
조직특성	-.034	.330**	.336**
사회적네트워크	.229*	-.040	-.079
경제적 성과			.171*
R ²	.177	.393	.417
F	4.934**	14.887**	13.584**

** p<.01, * p<.05

경제적 성과의 매개효과를 검증한 결과 1단계, 2단계, 3단계에서 모두 지속가능성에 유의한 영향을 미치는 변수는 전략적요인으로 1단계 경제적 성과에 미치는 영향은 $\beta=.325(p=0.00)$, $p<.01$ 수준에서 유의하였고, 2단계 전략적요인이 지속가능성에 미치는 영향은 $\beta=.439(p=0.00)$, $p<.01$ 수준에서 유의하였고, 3단계 전략적요인과 경제적 성과가 지속가능성에 미치는 영향이 $\beta=.383(p=0.00)$, $p<.01$ 수준에서 유의하였다. 앞서 언급한 Baron & Kenny(1986)의 매개효과 검증 단계에서 3단계의 표준화 계수 크기가 2단계의 표준화 계수 크기보다 적거나 전혀 없어야 매개효과가 있다고 하였고 이를 비교한 결과 전략적요인의 2단계 표준화 계수 .439에서 3단계 표준화 계수 .383으로 적게 나타나 부분매개효과를 보여주고 있다.

(2) 사회적 성과의 매개효과 검증

사회적기업의 특성이 지속가능성에 미치는 영향에 대한 사회적 성과의 매개효과를 검증하기 위해 사회적기업의 특성(전략적요인, 사회적 기업가정신, 경영역량, 조직특성, 사회적네트워크)을 독립변수, 사회적 성과를 매개변수, 지속가능성을 종속변수로 설정하여 다중회귀분석을 분석한 결과는 <표 32>와 같다.

<표 32> 사회적기업 특성, 사회적 성과, 지속가능성의 매개효과 검증

검증단계	단계 1	단계 2	단계 3
변수	사회적 성과	지속가능성	지속가능성
전략적요인	0.247**	0.439**	0.360**
사회적기업가정신	0.380**	0.152	0.031
경영역량	0.078	-0.167	-0.191*
조직특성	0.184*	0.330***	0.271**
사회적네트워크	0.052	-0.040	-0.057
사회적 성과			0.320**
R ²	.489	.393	.445
F	21.985**	14.887**	15.254**

** p<.01, * p<.05

사회적 성과의 매개효과를 검증한 결과 1단계, 2단계, 3단계에서 모두 지속가능성에 유의한 영향을 미치는 변수는 전략적요인과 조직특성으로 나타났다. 전략적요인의 경우 1단계 경제적 성과에 미치는 영향은 $\beta = .247(p=0.00)$, $p<.01$ 수준에서 유의하였고, 2단계 지속가능성에 미치는 영향은 $\beta = .439(p=0.00)$, $p<.01$ 수준에서 유의하였고, 3단계 전략적요인과 사회적 성과가 지속가능성에 미치는 영향이 $\beta = .360(p=0.00)$, $p<.01$ 수준에서

유의하였다. 2단계 표준화 계수가 .439에서 .360으로 적게 나타나 부분매개 효과를 보여주고 있다. 조직특성의 경우 1단계 경제적 성과에 미치는 영향은 $\beta=.184(p=0.00)$, $p<.05$ 수준에서 유의하였고, 2단계 지속가능성에 미치는 영향은 $\beta=.330(p=0.00)$, $p<.01$ 수준에서 유의하였고, 3단계 조직특성과 사회적 성과가 지속가능성에 미치는 영향이 $\beta=.271(p=0.00)$, $p<.01$ 수준에서 유의하였다. 2단계 표준화 계수가 .330에서 .271로 적게 나타나 조직특성 또한 부분매개효과를 보여주고 있다.

바. 사회적기업의 특성과 성과와의 사이에서 기업형태(예비/인증 사회적기업)의 조절효과 검증

사회적기업의 특성인 전략적요인, 사회적 기업가정신, 경영역량, 조직특성, 사회적 네트워크가 성과에 영향을 미치는 데 있어, 기업형태의 조절효과 검증을 위해 위계적 회귀분석을 실시하였다. 1단계에서는 독립변수인 전략적요인, 사회적 기업가정신, 경영역량, 조직특성, 사회적 네트워크가 성과에 미치는 영향을 검증하였고, 2단계에서는 조절변수인 기업형태(더미변수 : 예비=0, 인증=1)를 추가로 투입하였으며, 3단계에서는 조절변수와 독립변수 간 상호작용 변수를 투입하였다. 다중공선성 문제를 해결하기 위해 조절변수와 독립변수는 표준화 변환을 실시하여 분석하였다.

(1) 사회적기업의 특성과 경제적 성과 사이에서의 조절효과 검증

사회적기업의 특성과 경제적 성과 사이에서의 조절효과 검증 결과 회귀 모형은 1단계($F=4.934$, $p<.01$), 2단계($F=4.077$, $p<.01$), 3단계($F=3.841$, $p<.01$)에서 통계적으로 모두 유의하게 나타났으며 회귀모형의 설명력은 1단계에서 17.7%(수정된 R제곱은 14.1%), 2단계에서 17.7%((수정된 R제곱

은 13.3%), 3단계에서 27.9%(수정된 R제곱은 20.7%)로 나타났다. 한편 Durbin-Watson 통계량은 1.893으로 잔차의 독립성 가정을 위배하지 않는 것으로 평가되었고, 분산팽창지수(VIF)도 모두 10미만으로 나타나 다중공선성 문제는 없는 것으로 판단되었다.

회귀계수의 검증결과 1단계에서는 전략적요인($\beta=.325, p<.01$), 사회적 네트워크($\beta=.229, p<.05$)이 정(+)적으로 유의하게 나타났다. 즉, 전략적요인과 사회적 네트워크가 좋을수록 경제적 성과가 높아지는 것으로 검증되었다. 2단계에서는 기업형태가 경제적 성과에 유의한 영향을 미치지 못하는 것으로 나타났다. 3단계에서는 사회적 네트워크와 기업형태간 상호작용 변수만 부(-)적으로 유의하게 나타났다($\beta=-.321, p<.01$). 즉, 사회적 네트워크가 경제적 성과에 영향을 미치는 데 있어 부(-)적으로 조절역할을 하는 것으로 나타났으며, 기업형태는 사회적 네트워크가 경제적 성과에 미치는 부(-)의 영향을 높여주는 것으로 검증되었다.

<표 33> 사회적기업의 특성과 경제적 성과 사이에서 기업형태의 조절효과 검증

단계	변수	B	S.E	β	t	p	F	R ² (_{adj} R ²)
1	(상수)	4.929	.087		56.816	.000	4.934**	.177 (.141)
	전략적요인	.335	.108	.325	3.101	.002**		
	사회적기업가정신	-.023	.106	-.023	-.220	.826		
	경영역량	.062	.116	.060	.533	.595		
	조직특성	-.035	.106	-.034	-.331	.741		
	사회적네트워크	.236	.093	.229	2.541	.012*		
2	(상수)	4.929	.087		56.570	.000	4.077**	.177 (.133)
	전략적요인	.334	.110	.324	3.041	.003**		
	사회적기업가정신	-.023	.106	-.022	-.214	.831		
	경영역량	.067	.134	.065	.501	.617		
	조직특성	-.039	.117	-.038	-.333	.739		

	사회적네트워크	.237	.096	.231	2.481	.015*		
	기업특성	-.009	.109	-.008	-.080	.937		
3	(상수)	5.090	.116		43.720	.000	3.841**	.279 (207)
	전략적요인	.424	.123	.412	3.457	.001**		
	사회적기업가정신	-.053	.108	-.051	-.490	.625		
	경영역량	.050	.178	.049	.283	.778		
	조직특성	.073	.160	.071	.458	.648		
	사회적네트워크	.056	.119	.055	.472	.638		
	기업특성	.064	.117	.062	.546	.586		
	전략*기업특성	.159	.123	.154	1.292	.199		
	기업가정신*기업특성	.098	.108	.095	.906	.367		
	경영역량*기업특성	-.146	.178	-.130	-.822	.413		
	조직특성*기업특성	.035	.160	.034	.221	.826		
	네트워크*기업특성	-.350	.119	-.321	-2.939	.004**		

** p<.01 , * p<.05

(2) 사회적기업의 특성과 사회적 성과 사이에서의 조절효과 검증

사회적기업의 특성과 사회적 성과 사이에서의 조절효과 검증 결과 회귀 모형은 1단계(F=21.985, p<.01), 2단계(F=18.424, p<.01), 3단계(F=16.300, p<.01)에서 통계적으로 모두 유의하게 나타났으며 회귀모형의 설명력은 1 단계에서 48.9%(수정된 R제곱은 46.6%), 2단계에서 49.2%((수정된 R제곱은 46.6%), 3단계에서 62.2%(수정된 R제곱은 58.4%)로 나타났다. 한편 Durbin-Watson 통계량은 1.644로 잔차의 독립성 가정을 위배하지 않는 것으로 평가되었고, 분산팽창지수(VIF)도 모두 10미만으로 나타나 다중공선성 문제는 없는 것으로 판단되었다.

회귀계수의 검증결과 1단계에서는 전략적요인($\beta=.247$, p<.01), 사회적 기업가정신($\beta=.380$, p<.01), 조직특성($\beta=.184$, p<.05)이 정(+)적으로 유의하게 나타났다. 즉, 전략적요인, 사회적 기업가정신과 조직특성이 뛰어들수록 사회적 성과가 높아지는 것으로 검증되었다. 2단계에서는 기업형태가 사회적

성과에 유의한 영향을 미치지 못하는 것으로 나타났다. 3단계에서는 사회적 기업가정신과 기업형태의 상호작용 변수가 부(-)적으로 유의하게 나타났다($\beta = -.227, p < .01$), 그리고 조직특성과 기업형태의 상호작용 변수는 정(+)적으로 유의하게 나타났다($\beta = .416, p < .01$). 즉, 사회적 기업가정신은 사회적 성과에 영향을 미치는 데 있어 부(-)적으로, 조직특성은 정(+)적으로 조절적인 역할을 하는 것으로 나타났으며, 기업형태는 사회적 기업가정신이 사회적 성과에 미치는 영향에는 부(-)의 영향을, 조직특성은 정(+)의 영향을 높여주는 것으로 검증되었다.

<표 34> 사회적기업의 특성과 사회적 성과 사이에서 기업형태의 조절효과 검증

단계	변수	B	S.E	β	t	p	F	R ² (adjR ²)
1	(상수)	5.620	.064		88.103	0.000	21.985**	.489 (.466)
	전략적요인	.238	.079	.247	2.992	.003**		
	사회적기업가정신	.365	.078	.380	4.700	.000**		
	경영역량	.075	.086	.078	.872	.385		
	조직특성	.177	.078	.184	2.262	.026*		
	사회적네트워크	.050	.068	.052	.735	.464		
2	(상수)	5.620	.064		88.029	.000	18.424**	.492 (.466)
	전략적요인	.227	.080	.236	2.822	.006**		
	사회적기업가정신	.369	.078	.385	4.741	.000**		
	경영역량	.118	.099	.123	1.201	.232		
	조직특성	.146	.086	.152	1.704	.091*		
	사회적네트워크	.065	.070	.067	.920	.360		
	기업특성	-.071	.080	-.074	-.898	.371		
3	(상수)	5.807	.079		73.799	.000	16.300**	.622 (.584)
	전략적요인	.229	.083	.239	2.762	.007**		
	사회적기업가정신	.454	.073	.473	6.241	.000**		

경영역량	-.081	.120	-.085	-.676	.500
조직특성	.288	.108	.300	2.665	.009**
사회적네트워크	.094	.081	.097	1.161	.248
기업특성	.005	.079	.005	.065	.948
전략*기업특성	-.080	.083	-.084	-.969	.335
기업가정신*기업특성	-.219	.073	-.227	-3.002	.003**
경영역량*기업특성	-.302	.120	-.288	-2.511	.014*
조직특성*기업특성	.402	.108	.416	3.729	.000**
네트워크*기업특성	-.029	.081	-.029	-.365	.716

** p<.01 , * p<.1

사. 가설검증 결과의 요약

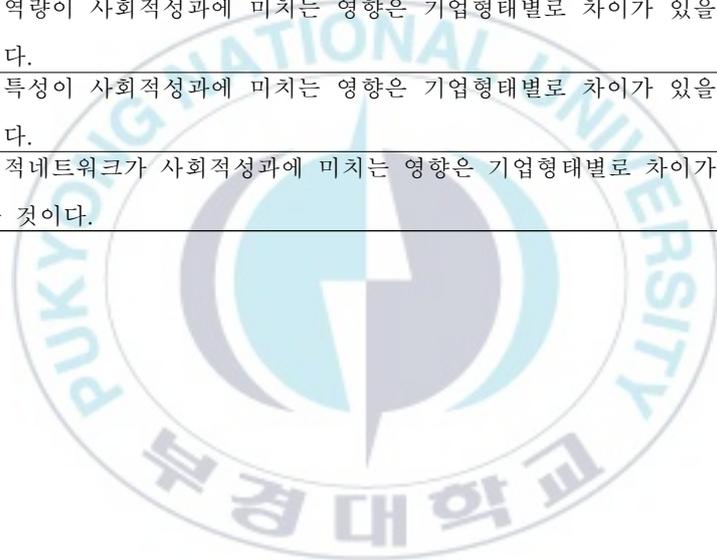
위에서 검증한 가설검증의 결과를 요약하여 정리하면 <표 35>와 같다.

<표 35> 가설검증 결과

가 설		검증결과
H1	사회적기업 특성은 성과에 정(+)^{의 영향을 미칠 것이다.}	
1-1	전략적요인은 경제적성과에 정(+) ^{의 영향을 미칠 것이다.}	채택
1-2	사회적기업가정신은 경제적성과에 정(+) ^{의 영향을 미칠 것이다.}	기각
1-3	경영역량은 경제적성과에 정(+) ^{의 영향을 미칠 것이다.}	기각
1-4	조직특성은 경제적성과에 정(+) ^{의 영향을 미칠 것이다.}	기각
1-5	사회적네트워크는 경제적성과에 정(+) ^{의 영향을 미칠 것이다.}	채택
1-6	전략적요인은 사회적성과에 정(+) ^{의 영향을 미칠 것이다.}	채택
1-7	사회적기업가정신은 사회적성과에 정(+) ^{의 영향을 미칠 것이다.}	채택
1-8	경영역량은 사회적성과에 정(+) ^{의 영향을 미칠 것이다.}	기각
1-9	조직특성은 사회적성과에 정(+) ^{의 영향을 미칠 것이다.}	채택
1-10	사회적네트워크는 경제적성과에 정(+) ^{의 영향을 미칠 것이다.}	기각
H2	사회적기업 특성은 지속가능성에 정(+)^{의 영향을 미칠 것이다.}	

2-1	전략적요인은 지속가능성에 정(+) ^{의 영향을 미칠 것이다.}	채택
2-2	사회적기업가정신은 지속가능성에 정(+) ^{의 영향을 미칠 것이다.}	채택
2-3	경영역량은 지속가능성에 정(+) ^{의 영향을 미칠 것이다.}	채택
2-4	조직특성은 지속가능성에 정(+) ^{의 영향을 미칠 것이다.}	채택
2-5	사회적네트워크는 지속가능성에 정(+) ^{의 영향을 미칠 것이다.}	기각
H3	성과는 지속가능성에 정(+)^{의 영향을 미칠 것이다.}	
3-1	경제적성과는 지속가능성에 정(+) ^{의 영향을 미칠 것이다.}	채택
3-1	사회적성과는 지속가능성에 정(+) ^{의 영향을 미칠 것이다.}	채택
H4	사회적기업 특성은 성과를 매개로하여 지속가능성에 정(+)^{의 영향을 미칠 것이다.}	
4-1	전략적요인은 경제적성과를 매개로하여 지속가능성에 정(+) ^{의 영향을 미칠 것이다.}	채택
4-2	사회적기업가정신은 경제적성과를 매개로하여 지속가능성에 정(+) ^{의 영향을 미칠 것이다.}	기각
4-3	경영역량은 경제적성과를 매개로하여 지속가능성에 정(+) ^{의 영향을 미칠 것이다.}	기각
4-4	조직특성은 경제적성과를 매개로하여 지속가능성에 정(+) ^{의 영향을 미칠 것이다.}	기각
4-5	사회적네트워크는 경제적성과를 매개로하여 지속가능성에 정(+) ^{의 영향을 미칠 것이다.}	기각
4-7	전략적요인은 사회적성과를 매개로하여 지속가능성에 정(+) ^{의 영향을 미칠 것이다.}	채택
4-7	사회적기업가정신은 사회적성과를 매개로하여 지속가능성에 정(+) ^{의 영향을 미칠 것이다.}	기각
4-8	경영역량은 사회적성과를 매개로하여 지속가능성에 정(+) ^{의 영향을 미칠 것이다.}	기각
4-9	조직특성은 사회적성과를 매개로하여 지속가능성에 정(+) ^{의 영향을 미칠 것이다.}	채택
4-10	사회적네트워크는 사회적성과를 매개로하여 지속가능성에 정(+) ^{의 영향을 미칠 것이다.}	기각
H5	사회적기업 특성이 성과에 미치는 영향은 기업형태별로 차이가 있을 것이다.	
5-1	전략적요인이 경제적성과에 미치는 영향은 기업형태별로 차이가 있을 것이다.	기각
5-2	사회적기업가정신이 경제적성과에 미치는 영향은 기업형태별로 차이	기각

	가 있을 것이다.	
5-3	경영역량이 경제적성과에 미치는 영향은 기업형태별로 차이가 있을 것이다.	기각
5-4	조직특성이 경제적성과에 미치는 영향은 기업형태별로 차이가 있을 것이다.	기각
5-5	사회적네트워크가 경제적성과에 미치는 영향은 기업형태별로 차이가 있을 것이다.	채택
5-6	전략적요인이 사회적성과에 미치는 영향은 기업형태별로 차이가 있을 것이다.	기각
5-7	사회적기업가정신이 사회적성과에 미치는 영향은 기업형태별로 차이가 있을 것이다.	채택
5-8	경영역량이 사회적성과에 미치는 영향은 기업형태별로 차이가 있을 것이다.	기각
5-9	조직특성이 사회적성과에 미치는 영향은 기업형태별로 차이가 있을 것이다.	채택
5-10	사회적네트워크가 사회적성과에 미치는 영향은 기업형태별로 차이가 있을 것이다.	기각



V. 결 론

1. 연구결과 요약

본 연구에서는 사회적기업의 현안 과제인 성과와 지속가능성에 영향을 미치는 요인들에 대하여 연구를 하였다. 즉 사회적기업의 특성인 전략적요인, 사회적기업가정신, 경영역량, 조직특성, 그리고 사회적 네트워크를 요인으로 경제적 성과와 사회적 성과에 어떠한 영향을 미치는지 알아보고, 또한 이러한 성과들이 지속가능성에 미치는 영향들에 대해서 분석하였다. 또한 사회적기업의 특성이 성과를 매개로 지속가능성에 미치는 영향과 기업형태(예비/인증 사회적기업)가 사회적기업의 특성과 성과에 조절효과가 있는지를 실증분석하였다.

본 연구를 통해 도출된 분석결과를 요약하면 다음과 같다.

첫째, 사회적기업의 특성이 경제적 성과에 미치는 영향에 대한 분석결과, 전략적요인과 사회적 네트워크가 경제적 성과에 정(+)의 영향을 미치고, 이 중 전략적요인이 경제적 성과에 더 큰 영향이 있는 것으로 나타났다. 이는 이진민(2015)의 전략, 이광우(2008), 임효민(2016)의 전략적요인과 사회적 네트워크가 사회적기업의 영리적 성과에 정(+)의 영향을 미칠 것이라는 연구와 박내영(2014)의 전략적요인과 네트워크 활용정도가 영리적 성과에 정(+)의 영향을 미친다는 연구와 일치한다.

둘째, 사회적기업의 특성이 사회적 성과에 미치는 영향에 대한 분석결과, 전략적요인, 사회적 기업가정신, 조직특성이 사회적 성과에 정(+)의 영향을 미치고, 이 중 사회적 기업가정신이 사회적 성과에 가장 큰 영향을 미치는 것으로 나타났다. 이는 이광우(2008), 박내영(2014)의 전략적요인과 사회적 기업가정신이 그리고 임효민(2016)의 사회적 기업가정신이 사회적 성과에 정(+)의 영향을 미친다는 연구와 부

분 일치한다.

셋째, 사회적기업의 특성이 지속가능성에 미치는 영향에 대한 분석결과, 전략적 요인, 사회적 기업가정신, 경영역량, 조직특성이 지속가능성에 정(+)의 영향을 미치고, 이 중 전략적요인이 지속가능성에 가장 큰 영향을 미치는 것으로 나타났다. 이는 이진민(2015)의 전략, 사회적 기업가정신, 경영역량이 지속가능성에 정(+)의 영향을 미친다는 연구와 부분 일치한다.

넷째, 사회적기업의 성과가 지속가능성에 미치는 영향에 대한 분석결과 경제적 성과와 사회적 성과 모두 지속가능성에 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 이 중 사회적 성과가 지속가능성에 더 큰 영향을 미치는 것으로 나타났다. 이는 장영란(2012)의 경제적 성과와 사회적 성과가 높을수록 지속가능성이 높아진다는 연구와 일치한다.

다섯째, 사회적기업의 특성이 지속가능성에 미치는 영향에 대한 성과의 매개효과 검증 분석결과, 경제적 성과는 전략적요인, 사회적 성과는 전략적요인과 조직특성에 부분 매개효과가 있는 것으로 나타났다. 이는 이진민(2015)의 전략이 경제적 성과와 사회적 성과에 부분 매개 효과가 있다는 연구와 부분 일치한다.

여섯째, 사회적기업의 특성과 성과와의 사이에서 기업형태(예비/인증사회적기업)의 조절효과 검증 분석결과, 경제적 성과와의 사이에서는 사회적네트워크가 부(-)적으로, 사회적 성과와의 사이에서는 사회적 기업가정신은 부(-)적으로 조직특성은 정(+)적으로 조절적인 역할을 하는 것으로 나타났다.

2. 연구의 시사점

본 연구는 부산시 사회적기업들을 대상으로 사회적기업의 특성과 성과, 그리고 지속가능성과의 구조적 관계를 살펴봄으로써 다음과 같은 다양한 시사점을

제시할 수 있게 되었다.

가. 이론적 시사점

첫 번째로는 기존의 선행연구가 대부분 전국의 사회적기업 또는 부산 이외의 특정지역 사회적기업을 대상으로 연구가 이루어진 것에 비해 본 연구는 부산지역의 사회적기업을 대상으로 기업특성, 성과와 지속가능성과의 관계를 실증 분석하였다는 것에 의의가 있겠다.

부산은 이론적 배경에서 살펴보았듯이 서울과 경기 지역이 다른 지역에 비하여 상대적으로 10% 이상의 높은 비율로 분포하고 있는 것에 비하면 부산은 4.8%로 상대적으로 인증 사회적기업의 숫자가 적다고 하겠다. 사회적기업육성법이 도입된 지 12년이 지난 현시점에서 부산의 사회적기업만을 대상으로 사회적기업이 가지고 있는 여러 특성들이 성과와 지속가능성에 영향을 미치는 요인들을 분석하고 제시함으로써 부산의 사회적기업들의 지속가능성을 제고시키고 본연의 정체성을 확립시키는 데 기여할 것으로 생각된다.

둘째, 부산 사회적기업의 경우에도 경제적 성과와 사회적 성과가 높아지면 지속가능성에 유의한 영향으로 나타나고 있는 점을 본 연구를 통해 실증적으로 검증하였다. 따라서 사회적기업이 경제적 성과와 더불어 동시에 사회적 가치를 추구하는 사회적 성과를 달성하여야만 지속가능 경영이 가능하다는 것을 보여주고 있다.

셋째, 창업시의 업종선정이나 상품/서비스의 시장경쟁력과 같은 전략적요인이 경제적 성과와 사회적 성과 뿐만 아니라 지속가능성에도 영향을 미치는 중요한 성공요인임을 확인할 수 있었다.

넷째, 선행연구에서는 사회적기업의 기업특성인 전략적요인, 사회적기업가정신, 경영역량, 조직특성, 사회적 네트워크가 직접적으로 지속가능성에 미치는

영향에 대한 검증은 드물었다. 본 연구를 통해 전략적요인, 사회적기업가정신, 경영역량, 조직특성이 지속가능성에 유의한 영향을 미친다는 결과와 경영역량의 경우 비록 성과에는 유의한 영향을 미치지 않았지만 지속가능성에는 유의한 영향을 미친다는 의미있는 결과가 제시되었다. 이렇듯 사회적기업이 가지고 있는 다양한 전략, 사회적기업가정신, 대표자의 경영역량, 의사소통이 원활한 조직특성, 사회적 네트워크가 상호 조화를 이룰 때 지속가능성이 높아짐을 알 수 있다.

나. 실무적 시사점

본 연구는 앞서와 같은 의미있는 이론적 시사점과 더불어 다음과 같은 실무적 시사점을 제시하고자 한다.

첫째, 창업시 업종선정, 상품(서비스)의 시장경쟁력과 같은 전략적요인은 사회적기업의 경제적 성과와 사회적 성과, 그리고 지속가능성에 직접적으로 유의한 영향을 미치는 아주 중요한 요인으로 확인된 바, 지속적인 성과와 지속가능경영을 위한 기업의 명확한 비전과 목표와 같은 구체적인 전략수립을 통해 경영을 전략적으로 실행해야 함을 알 수 있었다.

둘째, 직무에 대한 헌신, 지역사회 기여, 목표달성 의지, 영리와 공익에 대한 균형감과 같은 사회적기업가정신은 사회적 성과와 지속가능성에 유의한 영향을 미치는 중요한 요인으로 확인되었다. 그러므로, 사회적기업가 정신에 충만한 사회적기업가를 발굴하고 양성하기 위해 사회적으로 더 많은 노력을 기울일 필요가 있겠다.

셋째, 우수한 비즈니스 역량, 리더십, 경쟁기업에 대한 정보나 지식 보유, 새로운 사업기회 포착과 같은 대표자의 경영역량은 지속가능성에 영향을 주는 요인으로 성과에는 직접적인 영향을 주지는 않지만, 사회적기업을 유지·지속시켜주는 요인임을 확인할 수 있었다. 그러므로 향후 성과와 연계되기 위해서는 추가적인 교육훈련

이나 사업에 대한 지속적인 경영자문이나 컨설팅이 요구된다.

넷째, 창업자와 종업원의 의견일치, 종업원의 사회적 소명감, 원활한 의사소통과 같은 조직특성은 사회적 성과와 지속가능성에 유의한 영향을 미치고, 예비사회적기업에서 인증사회적기업으로 전환 될수록 사회적 성과에 더 정(+)의 유의한 영향을 주는 요인임을 확인할 수 있었다. 그러나 사회적기업도 지속가능하기 위해서는 경제적 성과에 대한 부분도 중요하므로 이러한 경제적 성과와 연계하기 위해서는 종업원의 관련기술 역량강화, 외부전문가 영입 등을 고려할 필요가 있겠다.

다섯째, 정부/지자체로 구성된 고객, 인적네트워크의 도움, 정부/지자체와의 호의적인 관계, 그리고 지역금융기관과의 호의적인 관계와 같은 사회적 네트워크는 경제적 성과에 정(+)의 영향을 미치지만 예비사회적기업에서 인증사회적기업으로 전환 될수록 사회적 네트워크가 경제적 성과에 부(-)적인 영향을 미치는 요인으로 확인되었다. 이는 인증사회적기업으로 갈수록 정부지원이나 외부지원이 줄어들거나 중단됨을 나타내는 것으로 정부/지자체, 나아가 지역기관이나 주민들과 연계된 대응이 요구된다.

3. 연구의 한계점 및 향후 연구방향

본 연구는 부산시 사회적기업들을 대상으로 기업특성과 성과, 지속가능성 간의 관계를 살펴봄으로써 유용한 학문적, 실무적 시사점을 제시하였음에도 불구하고 몇 가지 다음과 같은 연구의 한계를 지니고 있다.

첫째, 본 연구의 표본이 전국의 사회적기업이나 부산의 사회적기업을 대표하기에는 한계가 있다. 또한 사회적기업의 대표자들만을 대상으로 설문조사를 하여 임원이나 일반 종업원이 느끼는 인식에 차이가 있을 수 있어 본 연구를 일반화 하는데는 한계가 있을 수 있다. 향후 연구에서는 충분한 표본과 설문 대상자를 일반 종업

원으로 확대한다면 연구결과를 일반화할 수 있을 것으로 생각된다.

둘째, 설문조사와 자료수집상의 한계가 있다. 설문조사를 기초로 연구를 수행하였기에 질적 특성을 갖는 항목들에 대해서도 연구대상자들의 인식을 단순히 7점 척도나 서열척도를 이용하여 계량화하는 방법을 사용하였다. 그러므로 측정상 편(bias)이 존재할 가능성이 있다. 향후 연구에서는 사회적기업의 경제적 성과와 사회적 성과를 측정하기 위해 매출액, 순이익, 취약계층 고용비율, 사회서비스 제공비율 등 객관적인 재무성과 지표를 평가하여, 사회적기업의 성과와 지속가능성에 대해 보다 더 객관적이고 효과적인 검증이 이루어져야 할 것이다. 이를 위하여 사회적기업의 경영공시를 확대하거나 의무화할 필요가 있겠다.

셋째, 선행연구에도 살펴 보았듯이 성과와 지속가능성에 영향을 미치는 성공요인들은 아주 다양하다. 그러나 본 연구를 위해 성공요인들에 대한 제한된 변수들을 구성하여 연구를 하였다. 향후 사회적기업의 여러 특성(지역, 업종, 사업기간, 유형, 기업형태, 조직형태, 규모 등)과 변수들을 이용하여 성과와 지속가능성에 미치는 영향 요인들을 분석할 필요가 있을 것으로 생각된다.

마지막으로, 본 연구는 부산의 사회적기업을 대상으로 한정하여 성과와 지속가능성에 대한 연구를 하였다. 향후 전국의 사회적기업을 대상으로 본 연구의 성공요인을 포함한 다양한 측면의 성과와 지속가능성에 대한 연구가 필요할 것으로 생각된다.

[참고문헌]

- 강길원 (2014), “벤처기업의 성공요인에 관한 사례연구,” 조선대학교대학원 석사학위논문.
- 강태훈·김형길 (2013), “사회적 기업의 성공요인과 내부고객만족이 기업성장에 미치는 영향,” **산경논집**, 30, 1-26.
- 고용노동부 (2019), “사회적기업 육성법 일부 개정안 국무회의 의결: 다양한 사회적기업 진입 촉진을 위해 인증제를 등록제로 개편,” 8월 20일.
- 곽선화 (2013), “사회적기업의 성장에 관한 양적 분석-2007~2010년 경제적 성과를 중심으로,” **경영과 정보연구**, 32(1), 289-309.
- 김기현 (2011), “사회적기업의 성과에 미치는 영향요인에 관한 사례연구,” 순천대학교대학원 박사학위논문.
- 김기현 (2013), “사회적기업의 성과에 영향을 미치는 요인에 관한 연구: 조직유형 및 형태를 중심으로,” 고려대학교대학원 박사학위논문.
- 김기현·김선명·최혁라 (2011), “사회적기업의 성과요인에 관한 질적 연구,” **평화학연구**, 12(4), 389-412.
- 김동철·김정원 (2016), “사회적기업 성과분석에 관한 연구,” **Korea Business Review**, 20(2), 143-162.
- 김성기 (2009), “사회적기업 특성에 관한 쟁점과 함의,” **사회복지정책**, 36(2), 139-166.
- 김성기 (2010), “사회적기업의 지속가능성 연구: 다중이해당사자 참여를 중심으로,” 성공회대학교대학원 박사학위논문.
- 김성기 (2011), “지방정부의 공공자원과 연계한 사회적기업 개발 방안: 남양주시 예산 분석을 중심으로,” **사회적기업연구**, 4(1), 26-54.

- 김수영·권희연·한용외 (2010), “기업연계형 사회적기업의 성과요인에 관한 연구,” **한국비영리학회**, 8(3), 133-166.
- 김영훈 (2011), “사회적기업의 성공요인 분석: 유형별 사례분석을 중심으로,” 서울대학교대학원 석사학위논문.
- 김용태·박재환 (2013), “사회적기업 창업성과 영향요인 연구,” **경영교육연구**, 78, 303-327.
- 김재홍·이재기 (2012), “사회적기업의 경제적·사회적 성과분석: 정부지원금의 효과를 중심으로,” **한국행정논집**, 24(4), 1037-1064.
- 김정호·주상호 (2016), “사회서비스 제공형 사회적기업의 성공요인 연구: N사례기업 중심으로,” **경영컨설팅연구**, 16(3), 215-225.
- 김학실 (2011), “한국·영국·일본의 사회적기업 지원제도 비교,” **한국비교정부학보**, 15(2), 129-154.
- 김학실 (2012), “지역사회에서 사회적기업의 지속가능성 요인 탐색,” **지방정부연구**, 16(1), 259-277.
- 김희철 (2015), “사회적기업의 성과 분석에 관한 연구,” **대한경영학회지**, 28(7), 1797-1812.
- 남상각 (2018), “사회적기업의 지속가능경영 결정요인에 관한 연구,” 전북대학교대학원 박사학위논문.
- 박내영 (2014), “사회적기업의 지속가능성 영향요인에 관한 연구: 전남지역 사회적기업을 중심으로,” 전남대학교대학원 박사학위논문.
- 박우성·박재용 (2005), “네트워크특성이 벤처기업의 경영성과에 미치는 영향에 관한 연구,” **인사관리연구**, 29(1), 115-140.
- 손인철 (2012), “지속가능한 사회적기업의 발전방안에 관한 연구,” 국민대학교 대학원박사학위논문.
- 송태수 (2012), “사회적기업의 지속가능한 발전에 관한 소고,” **한국정책**

- 연구, 12(4), 309-324.
- 신용석 (2010), “관광분야 사회적기업에 대한 이론적 고찰,” **관광학연구**, 34(9), 33-49.
- 안영규·박의룡(2011), “한국형 사회적기업의 주요 성공요인에 대한 차이분석,” **국제경영리뷰**, 15(3), 25-43.
- 오미옥 (2009), “사회적기업의 특성과 연관된 지속가능한 성장 방안,” **한국지역사회복지학**, 31, 79-98.
- 옥정원·강승화 (2010), “사회적기업 육성에 대한 역량 및 전망에 대한 연구: 부산지역 사회적기업 관련업체들의 인식을 중심으로,” **사회적기업연구**, 3(2), 56-75.
- 윤미영 (2011), “한국과 일본의 사회적기업에 관한 연구: 영리기업과 비영리조직의 협력사업 모델,” 이화여자대학교대학원 석사학위논문.
- 이광우 (2008), “지속가능한 사회적기업의 성공요인에 관한 연구,” **숭실대학교대학원 박사학위논문**.
- 이광우·권주형 (2009), “사회적기업의 역량요인이 공익적 성과와 영리적 성과에 미치는 영향,” **상업교육연구**, 23(1), 261-292.
- 이덕수 (2016), “사회적기업 현황과 지속가능성을 위한 제언,” **한국산업정보학회논문지**, 21(6), 95-107.
- 이영문 (2018), “사회적기업의 성과에 영향을 미치는 요인에 대한 탐색적 연구: IT업종 조절효과를 중심으로,” **숭실대학교대학원 박사학위논문**.
- 이영범·박성우·남승연·정무권 (2012), “근거이론을 통한 사회적기업의 지속발전 모형에 대한 연구,” **한국사회와 행정연구**, 22(4), 355-387.
- 이인재 (2006), “사회적 기업 ‘컴윈’ 성공요인과 발전과제,” **동향과 전망**, 66, 63-82.
- 이인재 외 (2014), “사회적기업 육성 정책 평가 및 과제,” **고용노동부**.

- 이재준 (2016), “퇴직가 재고용이 사회적기업의 지속가능성에 미치는 영향에 관한 연구,” 목포대학교대학원 박사학위논문.
- 이재희·조상미 (2015), “사회적기업간 네트워크 특성이 조직성과에 미치는 영향,” **한국사회복지행정학**, 17(2), 89-125.
- 이진민 (2015), “사회적기업의 성과와 지속가능성의 선행요인에 관한 연구,” 경성대학교대학원 박사학위논문.
- 이진민·이상식 (2017), “사회적기업의 성과와 지속가능성의 성공요인에 관한 연구,” **한국산업정보학회논문지**, 22(2), 123-142.
- 이현주 (2015), “노인 사회적기업의 성공요인에 관한 사례연구”, **한국 위기관리논집**, 11(7), 202-204.
- 이훈영 (2008), “연구조사방법론,” 청람.
- 임영언 (2017), “일본에서의 사회적 기업문화가 고용창출에 미치는 효과,” **대한일어일문학회 학술대회 발표논문 요지집**, 285-292.
- 임효민 (2016), “사회적기업의 지속가능발전을 위한 성공요인에 관한 연구,” 성결대학교일반대학원 박사학위논문.
- 장영란 (2011), “사회적기업의 성과 및 지속가능성에 영향을 미치는 요인 연구,” 단국대학교대학원 박사학위논문.
- 장영란·홍정화·차진화 (2012). “사회적기업의 성과 및 지속가능성에 영향을 미치는 요인에 대한 연구,” **회계정보연구**, 20(2), 175-207.
- 장홍근·윤윤규·송민수·김향아·김성규 (2011), “사회적기업과 인적자원전략,” 한국노동연구원, p.60.
- 정명희 (2008), “한국의 사회적 기업의 성공요인에 관한 연구,” 한신대학교대학원 석사학위논문.
- 정무관 (2013), “사회적기업, 지역사회와 중소기업의 상생전략: (주)건화의 사례를 중심으로,” **경영컨설팅연구**, 12(2), 187-209.

- 정선희 (2007), “성공하는 사회적기업의 모든 것,” 노동부.
- 정수현·김숙연·김재환·이정화 (2013), “사회적기업 제품에 대한 소비
가치가 태도 및 구매의도에 미치는 영향: 대학생을 중심으로,” **서비
스경영학회지**, 14(5), 229-249.
- 조상미·김진숙 (2014), “일본, 홍콩, 한국의 사회적기업 지원체계 및 지원방
법 비교연구,” **한국사회복지학**, 66(2), 287-317.
- 조상미·선민정·강대성 (2017), “사회적기업육성법의 주요쟁점 및 개선
방안에 관한 연구 - 지속가능한 사회적기업을 향하여,” **비판사회정
책**, 54, 209-259.
- 최석현·조창현·정무권 (2012), “사회적기업의 지속가능성을 위한 지역사회
자본 형성전략에 대한 이론적 고찰,” **한국거버넌스학회보**, 19(1),
125-151.
- 최영출·이상엽 (2015), “사회적기업의 지속가능성에 미치는 영향 요인:
QCA 방법의 적용,” **한국비교정부학보**, 19(1), 157-178.
- 최조순 (2012), “사회적 기업가정신과 사회적기업 지속가능성의 관계에 관
한 탐색적 연구,” 서울시립대학교대학원 박사학위논문.
- 최혁라·김선명·김기현(2012), “사회적기업의 지역사회 자원연계 활성화를
위한 사례연구,” **한국콘텐츠학회 논문지**, 12(1), 308-317.
- 한국사회적기업진흥원 (2019), <http://www.socialenterprise.or.kr>
- 한세억 (2017), “사회적기업의 성공요인과 시사점 -친환경 사회적기업
사례분석을 중심으로,” **사회적경제와 정책연구**, 7(1), 115-154.
- 한승일·문종범·유왕진 (2012), “사회적기업 성공 요인에 관한 연구,”
한국창업학회지, 7(4), 33-49.
- Anderson, J. C. & D. W. Gerbing (1988), "Structural Equation

- Modeling in Practice: A Review and Recommended Two-Step Approach," *Psychological Bulletin*, 103(3), 411-423.
- Austin, J., H. Stevenson, and J. Wei (2006), "Social and Commercial Entrepreneurship : Same, Different, or Both," *Entrepreneurship Theory and Practice*, 3(1), 1-22.
- Baron, R. A. and G. D. Markman (2000), "Beyond Social Capital: The Role of Social Skills in Entrepreneurs' Success," *Academy of Management Executive*, 14(1) 106-116.
- Baron, R. M. and D. A. Kenny (1986). "The Moderator - Mediator Variable Distinction in Social Psychological Research: Conceptual, Strategic, and Statistical Considerations," *Journal of Personality and Social Psychology*, 51(6), 1173-1182.
- Baum, J. R., E. A. Locke, and K. G. Smith (2001), "A Multidimensional Model of Venture Growth," *Academy of Management Journal*, 44(2), 292-303.
- Bebbington, J. and R. Gray (2000), "An Account of Sustainability : Failure, Success and a Reconceptualization," *Critical Perspectives on Accounting*, 12(5), 557-587.
- Craimer, S. (2012), "Social Enterprise: The Quiet Revolution," *Business Strategy Review*, 23(4), 14-21.
- Dees, J. G. and B. B. Anderson (2003), "For-Profit Social Ventures," *International Journal of Entrepreneurship Education*, 2, 1-26.
- DTI (2002), "Social Enterprise: A Strategy for Success," UK: Department of Trade and Industry. Retrieved from <http://www.dti.gov.uk>.

- Kerlin, J. A. (2006), "Social Enterprise in the United States and Europe: Understanding and Learning from the Difference," *International Journal of Voluntary and Nonprofit Organizations*, 17, 247-263.
- Laville, J. (2003), "A New European Socioeconomic Perspective," *Review of Social Economy*, 61(3), 389-405.
- Mort, G., J. Weerawardena, & K. Carnegie (2003), "Social Entrepreneurship: Towards Conceptualization," *International Journal of Nonprofit and Voluntary Sector Marketing*, 8(1), 76-88.
- Moshe, Sharir & Miri Lerner (2006), "Gauging the Success of Social Venture Initiated by Individual Social Entrepreneurs," *Journal of World Business*, 41(1), 6-20.
- Nicholls, Alex (2006), *Social Entrepreneurship: New Models of Sustainable Social Change*, Oxford University Press Inc., New York.
- Nyssens, M. & J. Kerlin (2005), *Social Enterprise in Europe*, Unpublished Paper.
- OECD (1999), *Social Enterprises*, OECD Publishing, Paris, <http://dx.doi.org/10.1787/9789264182332-en>
- Perrini, F. & A. Tencati (2006), "Sustainability and Stakeholder Management: The Need for New Corporate Performance Evaluation and Reporting Systems," *Business Strategy and the Environment*, 15(5), 296-308.
- Peredo, A. M. and M. McLean (2006), "Social Entrepreneurship: A Critical Review of the Concept," *Journal of World Business*, 41,

56-65.

- Pfeffer, J. and G. R. Salancik (2003), *The External Control of Organizations: A Resource Dependence Perspective*, Stanford Business Books, Stanford.
- Sandberg, William R. and Charles W. Hofer (1987), "Improving New Venture Performance: The Role of Strategy Industrial Structure and the Entrepreneur," *Journal of Business Venturing*, 2, 5-28.
- Stuart, R. W. and P. A. Abetti (1990), "Impact of Entrepreneurial and Management Experience on Early Performance," *Journal of Business Venturing*, 5(3), 51-162.
- Tracey, S. & B. Anne (2008), *OECD Insights Sustainable Development Linking Economy, Society, Environment: Linking Economy, Society, Environment*, OECD Publishing.
- Urban, B.(2008), "Social Entrepreneurship in South Africa : Delineating the Construct with Associated Skills," *International Journal of Entrepreneurial Behavior and Research*, 14(5), 346-364.
- Villeneuve-Smith, Frank (2004), "The Seven Pillars Social Enterprise," *Nonprofit World*, 22(1), 12-28.
- Wheeler, D., K. McKague, and J. Thomson (2003), "Sustainable Livelihoods and the Private Sector: How Development Agencies Can Strengthen Sustainable Local Enterprise Network: Executive Summary," Toronto: Schulich School of Business, York University.

[부 록]

설 문 지

안녕하십니까? 귀하의 무궁한 발전을 기원합니다.

저는 부경대학교 대학원 경영컨설팅 박사과정에서 “사회적기업의 창업성과와 지속가능경영의 영향요인에 관한 연구”에 관해 박사학위 논문을 준비하고 있습니다.

본 설문의 내용은 부산 (예비)사회적기업의 성공요인 분석을 통하여 부산의 사회적기업을 활성화시키고 지속가능한 성공모델 방안을 구하는데 소중한 자료로써 활용될 예정입니다. 또한 이를 통하여 부산의 사회적기업을 보다 성장시키고 지속 가능한 방법과 대안을 찾기 위한 발전적인 방향 제시와 좋은 정책 제안을 만드는데 활용할 예정입니다.

본 설문의 답변에 대해서는 맞고 틀림이 없을 뿐만 아니라 무기명으로 통계 처리되어 개인적인 내용이 별도로 평가되지 않습니다. 귀하께서 생각하시는 내용을 그대로 응답해 주시면 소중한 자료로 활용될 것입니다.

수집된 자료는 순수 연구목적으로만 사용되며, 조사에 답변하신 내용은 연구 목적 이외의 어떠한 목적으로도 사용하지 않을 것을 약속드립니다.

바쁘시더라도 설문에 **빠짐없이 솔직하고 성의있게** 응답해 주시기 바랍니다.

본 설문조사에 협조해 주신데 대해 깊이 감사드립니다.

- 연구자 : 문 주 상
- 지도교수 : 김 완 민 (부경대학교 경영대학 경영학부 교수)
- 전화번호 : 010-3290-5443, 051-509 - 6267
- 이 메 일 : stepanjs@hanmail.net

I. 응답자 선정문항

※ 다음은 응답자의 일반적인 사항에 대한 질문입니다. 해당되는 답변에 표시해 주시기 바랍니다.

SQ0. 귀하의 성별은 무엇입니까?

- ① 남성 ② 여성

SQ1. 귀하의 연령은 어떻게 되십니까?

- ① 20대 ② 30대 ③ 40대 ④ 50대 ⑤ 60대 이상

SQ2. 귀하의 최종학력은 어떻게 되십니까?

- ① 중졸이하 ② 고졸이하 ③ 전문대졸 이하 ④ 대학교졸 이하 ⑤ 대학원졸 이상

II. 기업의 일반적인 사항

※ 다음은 귀사의 일반적인 사항에 대한 질문입니다. 해당되는 답변에 표시해 주시기 바랍니다.

SQ3. 귀사가 사업장을 운영하고 있는 지역은 어디입니까?

- ① 강서구 ② 금정구 ③ 기장군 ④ 남구 ⑤ 동구 ⑥ 동래구
⑦ 부산진구 ⑧ 북구 ⑨ 사상구 ⑩ 사하구 ⑪ 서구 ⑫ 수영구
⑬ 중구 ⑭ 연제구 ⑮ 영도구 ⑯ 해운대구

SQ4. 귀사의 주업종은 무엇입니까?

- ① 1차 산업(농업, 임업, 수산업) ② 제조업 ③ 사회복지 ④ 보육·교육서비스업
⑤ 보건·간병·가사지원 ⑥ 물류 및 도소매업 ⑦ 문화·예술 ⑧ 환경·산림보존
⑨ 관광, 도시재생 ⑩ 정보통신 및 출판서비스업 ⑪ 기타

SQ5. 귀사의 창업(사업)기간은 얼마나 되었습니까?

- ① 1년 미만 ② 1년 이상 ~ 3년 미만 ③ 3년 이상 ~ 5년 미만
④ 5년 이상 ~ 7년 미만 ⑤ 7년 이상

SQ6. 귀사의 사회적기업 형태는 무엇입니까?

- ① 인증사회적기업 ② 예비사회적기업

SQ7. 귀사의 사회적기업 인증 연도는 언제입니까?(인증 사회적기업인 경우)

- ① 2019년 ② 2018년 ③ 2017년 ④ 2016년 ⑤ 2015년 ⑥ 2014년
⑦ 2014년 이전 ⑧ 해당사항없음

SQ8. 귀사의 예비 사회적기업 지정 연도는 언제입니까?(예비 사회적기업인 경우)

- ① 2019년 ② 2018년 ③ 2017년 ④ 2016년 ⑤ 2016년 이전
⑥ 해당사항없음

SQ9. 귀사의 (예비)사회적기업 유형은 무엇입니까?

- ① 일자리제공형 ② 사회서비스제공형 ③ 지역사회공헌형 ④ 혼합형
⑤ 창의혁신형

SQ10. 귀사의 조직형태는 어떻게 되십니까?

- ① 주식회사 ② 사단법인 ③ 재단법인 ④ 합명회사 ⑤ 합자회사
⑥ 유한회사 ⑦ 공익법인 ⑧ 비영리민간단체 ⑨ 사회복지법인
⑩ 소비자생활협동조합 ⑪ 협동조합 ⑫ 기타()

SQ11. 귀사의 직원수는 몇 명입니까?

- ① 1인이하 ② 2~3인 이하 ③ 4~7인 이하 ④ 8~11인 이하
⑤ 12~15인 이하 ⑥ 16~19인 이하 ⑦ 20인 이상

SQ12. 귀사의 직원 중 취약계층 직원수는 몇 명입니까?

- ① 3인이하 ② 4~6인 이하 ③ 7~10인 이하 ④ 11~15인 이하 ⑤ 16인 이상

Ⅲ. 사회적기업 특성

1. 다음은 기업의 **전략적 요인**에 관한 내용입니다..

질문을 읽고 즉각적인 느낌이나 생각을 토대로 질문 내용에 대해 1~7점 사이의 점수에 표시해 주시기 바랍니다. 예시) 1점(전혀 그렇지 않다), 4점(보통이다), 7점(매우 그렇다)

질 문 내 용	전혀 그렇지 않다	보통 이다	매우 그렇다
1. 우리회사는 업종선정을 잘 하였다.	①--②--③--④--⑤--⑥--⑦		
2. 우리회사가 제공하는 제품(서비스)는 시장경쟁력을 가지고 있다.	①--②--③--④--⑤--⑥--⑦		
3. 우리회사는 지속가능한 수요와 판로를 확보하고 있다.	①--②--③--④--⑤--⑥--⑦		
4. 우리회사는 제공할 수 있는 제품(서비스)가 다양하다.	①--②--③--④--⑤--⑥--⑦		
5. 우리회사는 제품(서비스)에 대한 충성고객이 있다.	①--②--③--④--⑤--⑥--⑦		
6. 우리회사는 업무프로세스가 체계적이고 잘 정립되어 있다.	①--②--③--④--⑤--⑥--⑦		
7. 우리회사는 창업 시 제품(서비스)에 대한 사전 시장조사가 충분히 이루어졌다.	①--②--③--④--⑤--⑥--⑦		

2. 다음은 창업자(대표)의 **사회적기업가정신**에 관한 내용입니다..

질 문 내 용	전혀 그렇지 않다	보통 이다	매우 그렇다
1. 창업자(대표)는 새로운 시도나 새로운 시장에 관심이 많다.	①--②--③--④--⑤--⑥--⑦		
2. 창업자(대표)는 목표에 대해 반드시 해낸다는 의지가 강하다.	①--②--③--④--⑤--⑥--⑦		
3. 창업자(대표)는 위험이 따르더라도 목표한 일은 추진한다.	①--②--③--④--⑤--⑥--⑦		

4. 창업자(대표)는 지역사회의 안정과 개발에 기여하고자 하는 의지가 있다.	①--②--③--④--⑤--⑥--⑦
5. 창업자(대표)는 영리와 공익에 대한 균형감을 가지고 있다.	①--②--③--④--⑤--⑥--⑦
6. 창업자(대표)는 직무에 대해 전적으로 헌신하고자 하는 자세를 가지고 있다.	①--②--③--④--⑤--⑥--⑦

3. 다음은 창업자(대표)의 **경영역량**에 관한 내용입니다.

질 문 내 용	전혀 그렇지 않다	보통 이다	매우 그렇다
1. 창업자(대표)는 기업근무 또는 경영관리 경험을 가지고 있다.	①--②--③--④--⑤--⑥--⑦		
2. 창업자(대표)는 현 업종에 대한 기술과 경험을 보유하고 있다.	①--②--③--④--⑤--⑥--⑦		
3. 창업자(대표)는 뛰어난 비즈니스 역량을 보유하고 있다.	①--②--③--④--⑤--⑥--⑦		
4. 창업자(대표)는 전문교육기관에서 전공하거나 교육훈련과정을 이수하였다.	①--②--③--④--⑤--⑥--⑦		
5. 창업자(대표)는 조직을 잘 이끌어가는 리더십을 가지고 있다.	①--②--③--④--⑤--⑥--⑦		
6. 창업자(대표)는 관련업계와 경쟁기업에 대한 정보나 지식이 많다.	①--②--③--④--⑤--⑥--⑦		
7. 창업자(대표)는 새로운 사업에 대한 기회 포착이 뛰어나다.	①--②--③--④--⑤--⑥--⑦		

4. 다음은 기업의 **조직특성**에 관한 내용입니다.

질 문 내 용	전혀 그렇지 않다	보통 이다	매우 그렇다
1. 우리회사는 창업자(대표)와 종업원의 의견이 일치한다.	①--②--③--④--⑤--⑥--⑦		
2. 우리회사는 창업자(대표)와 종업원이 원활한 의	①--②--③--④--⑤--⑥--⑦		

사소통이 된다.	
3. 우리회사는 창업자(대표)와 종업원이 협의에 의해 의사결정을 내린다.	①--②--③--④--⑤--⑥--⑦
4. 우리회사의 종업원들은 남에게 도움 주는 것을 보람으로 생각한다.	①--②--③--④--⑤--⑥--⑦
5. 우리회사의 종업원들은 사회적 소명감을 가지고 있다.	①--②--③--④--⑤--⑥--⑦
6. 우리회사의 종업원들은 조직에 필요한 기술역량을 보유하고 있다.	①--②--③--④--⑤--⑥--⑦
7. 우리회사는 경영역량을 강화하기 위해 외부전문가를 영입한 적이 있다.	①--②--③--④--⑤--⑥--⑦

5. 다음은 기업의 사회적 네트워크에 관한 내용입니다.

질 문 내 용	전혀 그렇지 않다	보통이다	매우 그렇다
1. 우리회사는 정부와 지자체의 지원을 받고 있다.	①--②--③--④--⑤--⑥--⑦		
2. 우리회사는 제품(서비스)의 주요고객이 정부와 지자체이다.	①--②--③--④--⑤--⑥--⑦		
3. 우리회사는 외부 기업에서 도움과 지원을 받고 있다.	①--②--③--④--⑤--⑥--⑦		
4. 우리회사는 인적네트워크(개인후원 등)를 통해 도움을 받고 있다.	①--②--③--④--⑤--⑥--⑦		
5. 우리회사는 사업추진을 위해 지역주민을 설득하거나 홍보 등이 필요했다.	①--②--③--④--⑤--⑥--⑦		
6. 우리회사는 가까운 지역의 기업 및 기관과 호의적인 관계를 맺고 있다.	①--②--③--④--⑤--⑥--⑦		
7. 우리회사는 정부 또는 지자체와 호의적인 관계를 맺고 있다.	①--②--③--④--⑤--⑥--⑦		
8. 우리회사는 지역의 금융기관과 호의적인 관계를 맺고 있다.	①--②--③--④--⑤--⑥--⑦		

IV. 성과에 관한 사항

1. 다음은 기업의 **경제적성**과에 관한 질문입니다.

질 문 내 용	전혀 그렇지 않다	보통 이다	매우 그렇다
1. 우리회사는 지속적으로 매출이 증가하고 있다.	①--②--③--④--⑤--⑥--⑦		
2. 우리회사는 지속적으로 영업이익이 증가하고 있다.	①--②--③--④--⑤--⑥--⑦		
3. 우리회사는 경영자립도가 향상되고 있다.	①--②--③--④--⑤--⑥--⑦		
4. 우리회사는 수익적 목표를 달성하고 있다.	①--②--③--④--⑤--⑥--⑦		
5. 우리회사는 시설 및 설비에 대한 투자가 증가하고 있다.	①--②--③--④--⑤--⑥--⑦		
6. 우리회사는 제품(서비스)에 대한 고객 만족도가 상승하고 있다.	①--②--③--④--⑤--⑥--⑦		

2. 다음은 기업의 **사회적성**과에 관한 질문입니다.

질 문 내 용	전혀 그렇지 않다	보통 이다	매우 그렇다
1. 우리회사는 고용창출에 기여하고 있다.(일자리 제공)	①--②--③--④--⑤--⑥--⑦		
2. 우리회사는 이익을 공익적 사업에 투자하고 있다.(사회서비스 제공)	①--②--③--④--⑤--⑥--⑦		
3. 우리회사 직원들은 근무에 대한 자부심이 강하고, 직무만족도가 높다.	①--②--③--④--⑤--⑥--⑦		
4. 우리회사는 지역사회의 발전과 환경보호에 기여하고 있다.	①--②--③--④--⑤--⑥--⑦		
5. 우리회사는 지역주민들로부터 환영을 받고 있다.	①--②--③--④--⑤--⑥--⑦		
6. 우리회사는 사회의 안정화에 기여하고 있다.			

V. 지속가능성에 관한 사항

1. 다음은 기업의 지속가능성에 관한 질문입니다.

질 문 내 용	전혀 그렇지 않다	보통 이다	매우 그렇다
1. 우리회사는 향후에 보다 많은 종업원을 고용할 수 있을 것으로 생각한다.	①--②--③--④--⑤--⑥--⑦		
2. 우리회사는 향후에 사회서비스 제공 범위가 확대될 것으로 생각한다.	①--②--③--④--⑤--⑥--⑦		
3. 우리회사는 향후에 많은 기관이나 단체로부터 경제적후원과 지원을 받을 수 있을 것으로 생각한다.	①--②--③--④--⑤--⑥--⑦		
4. 우리회사는 향후에 대기업으로부터 지원과 제휴를 받을 수 있을 것으로 생각한다.	①--②--③--④--⑤--⑥--⑦		
5. 우리회사의 향후에 경쟁력을 갖추고 지속적으로 성장할 것으로 생각한다.	①--②--③--④--⑤--⑥--⑦		