

사회적기업의 성과와 지속가능성의 성공요인에 관한 연구

(A Study on the Antecedent Factors of Performance and
Sustainability of Social Enterprises)

이진민¹⁾, 이상식^{2)*}

(Lee Jin-Min and Lee Sang-Shik)

요약 2007년 사회적기업육성법이 제정된 이후 사회적기업 육성이 본격화되고 있는 현시점에서 사회적기업의 성공요인이 사회적기업의 성과와 지속가능성에 어떤 영향을 미치는지를 검증하는 데 목적이 있다. 본 연구의 목적을 수행하기 위해 사회적기업의 성공요인을 독립변수로 하고, 성과를 매개변수로 하며, 지속가능성을 종속변수로 하는 연구모형을 설정하였다. 이를 통해 사회적기업의 성과와 지속가능성의 성공요인에 대해 검증하고자 가설을 세웠다.

연구 결과 경제적 성과는 전략, 경영역량, 사업 환경, 사회적기업가정신이 지속가능성에 미치는 영향에 부분 매개하는 것으로 나타났으며, 사회적 성과는 전략, 경영역량, 사회적기업가정신이 지속가능성에 미치는 영향에 부분 매개 하는 것으로 나타났다. 사회적기업의 지속가능성을 위해서는 경제적 성과와 사회적 성과를 동시에 추구할 때 가능하다. 즉, 사회적기업이 지속가능하기 위해서는 전략, 경영역량, 사회적기업가정신이 핵심요인이라 할 수 있다.

핵심주제어 : 사회적기업, 경제적성과, 사회적성과, 지속가능성, 성공요인

Abstract After the Enactment of Support of Social Enterprise in 2007, Cultivation of Social Enterprises has been Promoted in Earnest these days. This Study Attempts to Examine the Factors that Affect the Sustainability of Social Enterprise, Which is the Current Policy Issue Regarding the Social Enterprise.

For this Purpose, the Study Developed a Research Model that has Antecedent Factors(strategy, managerial capability, business environment and social entrepreneurship) of Social Enterprise as an Independent Variable, Performance as Parameter and Sustainability as a Dependent Variable. Using this Model, the Study Established Hypotheses that Examine the Performance and Antecedent Factors of Sustainability of Social Enterprise.

According to the Hypothesis Testing Results, the Economic Performance Showed Partial Mediating Effect on the Impact of Strategy, Management Capacity, Business Environment and Social Entrepreneurial Spirit on the Sustainability. As for the Social Performance, Strategy, Management Capacity and Social Entrepreneurial Spirit Turned out to Partially Mediate the Impact on Sustainability. Meanwhile, The Social Performance did not Show Mediating Effect in the Impact of Business Environment on Sustainability.

Key Words : Social Enterprise, Economic Performance, Social Performance, Sustainability, Antecedent Factors

※ Corresponding Author : idbtjf@naver.com

Manuscript received April 18, 2017 / revised April 24, 2017

/ accepted April 26, 2017

1) 경성대학교 경영학과, 제1저자

2) 경성대학교 경영학과, 교신저자

1. 서론

IMF 외환위기 이후 지난 10여 년간 신자유주의 영향 하에서 급격한 양적 성장의 시대를 맞았으나 그 이면에는 사회 양극화와 계층 간 빈부 격차 심화라는 경제적 문제에 직면하면서 사회적 기업에 대한 관심이 대두하였다[1]. 이러한 관심은 사회 취약계층을 위한 일자리 창출과 사회서비스 제공을 지원하면서 동시에 기업으로서도 성장해야 하는 경제적 가치와 사회적 가치를 동시에 추구할 수 있을 것이라는 기대에서 비롯되었다. 더욱이 최근 악화된 경제 상황 속에서 정부가 제공하기 어려운 사회·경제적 가치를 대체할 수 있을 것이라는 공공부문의 고민이 서로 만나는 접점에서 이 문제를 해결할 대안으로 사회적 기업은 주목받고 있다[2]. 또 어려운 상황에 부딪친 각 지역사회 취약계층의 고용을 유지하고 지역경제에도 도움이 되는 사업을 통해 지역사회 재생과 통합을 도모할 수 있을 거라는 점도 사회적 기업이 관심받는 이유다.

정부는 2007년 사회적기업 육성법을 제정하고, 2008년 사회적기업 기본계획을 세워 법적·제도적 토대 속에서 사회적기업에 대한 지원을 지속해 오고 있으며, 2017년 현재 1,709개의 사회적기업이 고용노동부로부터 인증받아 운영 중이지만 아직은 정부지원의 의존성을 벗어나 지속가능성에 대한 기대 효과가 그리 높지 않다. 우리나라와 영국의 사회적기업을 비교하면 그 성격이나 규모에서 다른 모습을 나타낸다.

최근 정부의 강력한 정책 의지에 따라 대기업 자본이 사회적기업에 투자되고 있으며, 여타 기업들도 사회적기업 설립을 검토하고 있다.

대기업과 연계된 사회적기업의 경우 모기업의 안정적 지원과 기업 이미지에 의해 성과가 높게 나타날 것으로 예측된다. 반면 시민사회단체가 사회적기업으로 전환된 경우 기업적 의식이 부족하고 정부지원에 대한 의존율이 높으므로 지속적 성장이나 성과가 낮게 나타날 것으로 예상된다.

사회적기업은 영리와 비영리 기업의 중간 형태로 일자리 창출이라는 경제적 성과와 사회서비스 제공이라는 사회적 성과를 동시에 달성하는 것이 기업의 목적이다. 그러므로 사회적기업이

지속가능하기 위해서는 경제적 성과와 사회적 성과가 동시에 충족되어야 한다고 본다.

따라서 본 연구는 사회적기업이 추구하는 성과를 달성하는 데 필요한 성공요인들을 분석하고, 이 중 전략, 경영역량, 사회적 기업가정신, 사업 환경에 초점을 맞추어 이 성공요인들이 사회적기업의 성과와 지속가능성에 어떤 영향을 미치는지를 검증하는 데 목적이 있다.

이를 통해 사회적기업의 성과에 직접적인 영향을 미치는 요인들을 찾고, 이를 바탕으로 사회적기업이 지속 가능하기 위해서 갖추어야 할 요소들이 무엇인지에 대한 보다 구체적인 탐색이 가능할 것이라 생각한다.

2. 이론적 고찰

2.1 사회적기업의 정의

사회적기업은 비영리 기업과 영리기업의 중간 개념으로, 전 세계적으로 널리 사용되고 있는 용어이나, 나라별로 도입 시기, 조직형태 등의 차이를 보이며 구체적으로 합의된 개념은 없으며, 다양한 견해가 제기되고 있다. OECD 보고서[3]에서는 사회적기업이란 ‘공공의 이해를 위해 수행되며, 이윤 극대화가 아닌 특정한 사회·경제적 목표 달성을 최종 목적으로 하는 기업’이라고 설명하고, ‘사회적 배제와 실업과 같은 문제에 혁신적인 해결책을 제시하는, 공익을 위한 모든 민간 활동’을 사회적기업이라 정의했다. 또한, 사회적기업이란 대체로 사회적 목적인 공익과 경제적 목적인 이익을 동시에 추구하는 조직이다. 그래서 흔히 사회적기업은 ‘공익을 위한 민간기업’, ‘영리 목적의 사회사업’ 등으로 불리고 있으며[4], 유럽에서는 ‘사회적 목적을 가진 기업’, ‘시민 기업’, ‘커뮤니티비즈니스’, ‘공동체 복지기업’, ‘협동조합기업’으로 표현하기도 한다[5, 6].

우리나라의 경우 2007년 제정된 사회적기업 육성법 제2조 제1항에 의하면 ‘사회적기업이란 취약계층에게 사회서비스 또는 일자리를 제공하거나 지역사회에 공헌함으로써 지역주민의 삶의 질을 높이는 등의 사회적 목적을 추구하며 재화

및 서비스의 생산·판매 등 영업활동을 하는 기업으로서 고용노동부 장관의 인증을 받는 자'라고 정의했다.

이러한 사회적기업에 대한 다양한 개념 정의를 토대로 사회적기업을 다음과 같이 정의하고자 한다. 사회적기업이란 사회적 목적 실현을 기업의 목표로 하고 영업활동을 수행하는 기업이라 정의할 수 있다. 구체적으로 취약계층에게 일자리 또는 사회서비스를 제공하고 이를 통해 지역주민과 취약계층의 삶의 질을 향상하기 위한 사회적 목적을 추구함과 동시에 생산·판매·서비스 등 다양한 영리활동을 수행하는 조직을 뜻한다.

2.2 사회적기업의 성공요인에 관한 연구

최근 사회적기업의 인증제도가 도입된 후 국내 사회적기업의 성과나 성공 요인을 대상으로 하는 연구들이 매우 활발하게 진행되고 있다.

Kim et al.,[7]는 사회적기업의 유형별 성공사례를 선정하고 관계자와의 인터뷰에 의한 질적 연구를 통해 사회적기업의 성공 요인을 기업가정신, 전략적 요인, 조직구조와 운영요인 등으로 구성하였다. 분석결과 첫째, 사회적기업의 성과에는 지역의 인적·물적 자원동원이 중요하게 영향을 미치는 것으로 나타났다. 둘째, 사회적기업의 운영성과에 영향을 주는 요인으로 사회적 기업가정신 요인이 매우 중요하게 작용하는 것으로 나타났다. 셋째, 사회적기업은 종업원들과의 의사소통을 중요하게 생각하고 있고, 시민 사회적 전통이 강한 사회적기업일수록 조직운동을 지역주민의 참여를 중심으로 운영되고 있는 것으로 나타났다. 위의 결과를 바탕으로 향후 사회적기업의 지속 가능한 성장을 위해서는 실업률을 낮추기 위한 일자리 창출로만 접근하는 것은 매우 위험할 수 있으므로 인건비지원 중심에서 벗어나 사회적기업이 살아남을 수 있도록 다양한 제도적인 지원도 마련되어야 할 것이라고 제안했다.

Lee[8]는 사회적기업의 성공 요인에 대한 연구에서, 사회적기업의 성공에 영향을 미치는 독립변수를 첫째, 전략적 요인, 둘째, 사회적 기업가정신 요인, 셋째, 경영역량 요인, 넷째, 조직구조 요인, 다섯째, 사업 환경적 요인, 여섯째, 사회 환

경 및 사회적 네트워크 요인으로 구성하였으며, 종속변수는 영리적 성과와 공익적 성과로 구성하였다. 분석결과로는 전략적 요인, 사회적 기업가정신 요인, 경영역량 요인, 사업 환경 및 사회적 네트워크 요인은 영리적 성과에 정의 영향을 미치는 것으로 나타났으며, 사회적 기업가정신 요인, 사업 환경 및 사회적 네트워크 요인은 공익적 성과에 정의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 반면, 조직구조 요인은 공익적 성과 모두에서 음의 영향을 미치는 것으로 나타났다.

과거 전통적인 기업의 성공요인은 대규모의 표준화되고 통제된 조직이었다[9].

한국형 사회적기업의 성공 요인을 성공한 사회적 기업가와 일반 사회적 기업가로 나누어 분석한 연구에서 전략적 요인, 경영역량 요인, 창업가적 요인, 사회복지 요인, 공익·지역사회발전 요인, 환경적 요인을 독립변수로 구성하였으며, 경제적 차원, 사회적 차원, 공통 차원을 종속변수로 구성하여 분석하였다. 그 결과 성공한 사회적 기업가의 경우가 일반 사회적 기업가의 경우보다 전략적 요인, 경영역량 요인, 사회복지 요인, 공익·지역사회발전 요인, 환경적 요인이 경제적 차원, 사회적 차원, 공통 차원에 더 큰 영향을 미치는 것으로 나타났다[10].

Boyer et al.,[11]도 SEED(Supporting Entrepreneurs for Sustainable Development)에서 선정한 사회적기업의 주요 요인을 파악함으로써, 선발 사회적기업은 경쟁우위 원천에 대한 지속적인 관리의 중요성을 일깨워주고, 후발 사회적기업의 모범사례를 통해 기업의 가치사슬 창출 과정을 벤치마킹 할 기회를 제공하고자 하였다.

이를 위하여, 2005년과 2007년에 SEED에서 선정한 사회적기업을 대상으로 2차례에 걸친 인터뷰형식의 간이평가방법을 실시하였다. 그 결과 8가지의 성공 요인과 13가지의 성과지표를 발견하였다.

사회적기업의 8가지 주요 성공 요인에는 리더십, 파트너십, 명확한 혁신의 입증 가능성, 영업 계획에 맞는 마케팅, 경제·환경·사회적 성과의 트리플 바텀라인(Triple Bottom Line : TBL)에 대한 계획, 장·단기 복지혜택, 지역사회 참여, 위험 관리 등을 확인할 수 있었다. 이러한 분석결과는

SEED 입장에서 볼 때, 사회적기업 선정 시 평가 자료로 사용될 수 있을 뿐만 아니라 사회적기업의 새로운 선정기준 마련에도 지침으로 활용될 수 있다. 또한, 사회적기업의 투자자 입장에서 볼 때도 대상 사회적기업의 성공 가능성에 대해 가늠해 볼 수 있어 지원액이나 투자액 결정에도 도움을 줄 수 있다.

2.3 사회적기업의 성과에 관한 연구

사회적 목적 실현을 추구하는 사회적기업의 성과는 정량화하기 어렵고, 사회구성원의 시각 차이가 존재하기 때문에 측정하기 어렵다[12]. 또한, 사회적기업 성과측정의 어려움과 연구자들이 사용하는 측정지표에 대한 논쟁이 존재하지만[13], 사회적기업의 성과 측정에 대해 연구자들의 공통된 의견으로 최소 두 가지 영역인 경제적 성과와 사회적 성과 두 가지로 측정되어야 한다고 주장하고 있다[14].

사회적기업의 현실적 문제를 해결하기 위해 Lee and Kwon[15]은 공익적 성과와 영리적 성과를 추구하는 사회적기업의 역량 요인이 무엇인지에 대하여 연구하였다. 이를 위해 4가지 역량 요인(기업가적 요인, 조직적 요인, 환경적 요인, 전략적 요인)과 사회적기업의 성과 간의 구조적 관계를 검증하였다. 그 결과로 첫째, 사회적기업의 기업가적 요인은 영리적 성과와 공익적 성과 모두에 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다. 둘째, 파트너십과 종업원의 역량으로 구성된 조직적 요인은 영리적 성과에 유의한 영향을 미쳤다. 셋째, 환경적 요인, 전략적 요인 모두 영리적 성과에 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다. 즉, 기업가적 요인을 제외한 나머지 3개의 요인은 공익적 성과에 유의한 영향을 미치지 않았다. 그리고 사회적기업의 공익적 성과는 영리적 성과의 매개 효과를 통하여 영향을 받는 것으로 나타났다. 이는 향후 사회적기업의 지속적 성장과 발전을 위해서는 기업에 대한 정부의 직접적 지원보다 기업적 역량을 키우는 일이 중요한 과제이며, 이를 위해 제도의 개선과 지속적인 경영지원, 상품개발의 지원 등이 요구된다고 주장하였다.

Choi[16]는 사회적기업의 성과를 경제적 성과, 사

회적 성과, 경제 사회적 영향으로 세분화하여 정책 분야에 직접 관계된 전문가를 대상으로 사회적기업 성과에 대한 지원정책의 우선순위를 분석한 결과, 사회적 성과가 가장 높은 우선순위를 나타냈으며, 성과별 세부항목의 전체 우선순위는 취약계층 고용증대, 근로조건 개선 및 취약계층 사회서비스 증대가 전체의 상위 우선순위로 분석되었다. 이러한 상대적 우선순위에 따른 정책대안으로 간접지원이 가장 적합한 지원방식이라고 주장하였다.

Miles et al.,[17] 등의 연구에서는 기존 연구를 바탕으로 사회적기업의 성과를 사회적 성과와 경제적 성과로 구분하여 측정하였다. 이 연구에서는 기부자와 수혜자의 만족도, 수혜자들에 제공하는 편익, 사회 환경에 대한 기업가의 책임 경영 등을 나타내는 9개 설문항목으로 사회적 성과를 측정하였고, 경제적 성과는 재무 개선 정도, 생존 가능성, 제품 및 서비스 제공의 효율성과 효과성 등을 나타내는 6개 항목으로 측정하였다. 연구 결과, 사회적기업의 경제적 성과는 사회적기업이 자금조성을 시작할 때부터 사회적기업 성향이나 기업가정신과는 무관하고, 사회적 가치 지향은 사회적기업의 경제적 성과 향상과 연결되지 않음을 밝혔다.

Liu et al.,[18] 등의 연구에서도 Voss and Voss[18]의 연구를 토대로 사회적기업의 성과를 사회적 성과와 경제적 성과로 구분하여 측정하였다. 이 연구에서는 사회적 성과를 사회적 서비스 제공의 향상 정도 등을 묻는 3개 설문항목으로 측정하였고, 경제적 성과는 매출과 이익의 증가 정도 등을 묻는 4개 항목으로 측정하였다. 연구 결과 사회적기업의 성과와 전략 지향적 개념의 관련성에 대해 제시하였고, 사회적기업의 경영전략 이해를 돕는 것에 기여했다.

2.4 사회적기업의 지속가능성에 관한 연구

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 사회 구성원의 책임을 다하는 것으로 해석할 수 있다[20].

사회적기업의 지속가능성이란 사회적기업이 지속해서 유지되면서 사회적기업 본연의 목적을 달성할 가능성 정도를 의미하는 것으로 일자리를 제공하고, 취약계층이나 지역주민들에게 사회서비스를 지속해서 제공할 수 있는가를 말하는 것이다[21].

사회적기업의 고유한 특성을 고려한 지속가능성의 개념에 대해 DTI[22]에서는 첫째, 보조금에 의존하지 않고 재정적으로 지속할 수 있어야 하고, 둘째, 재정수입은 100% 영리활동을 통해 확보할 수 있어야 하고, 셋째, 경제적 목표와 사회적 목표를 동시에 추구함으로써 지속가능성이 확보된다고 제시하고 있다.

Chang et al.,[23]은 사회적기업의 지속가능성을 사회적기업이 유지되면서 본래의 목적을 달성할 수 있을지에 대한 가능성의 정도로서 사회적기업이 지속 가능한 일자리 제공과 사회서비스를 확충할 수 있는지를 의미한다고 정의하고, 측정에 비교의 시각과 시간개념을 도입하였다. 예를 들어, 타 기업 대비 향후 종업원 고용 증가 가능성, 타 기업 대비 향후 사회적 서비스 제공범위 확대 가능성, 타 기업 대비 향후 대기업으로부터 지원 받을 가능성, 그리고 향후 경쟁력 및 성장 가능성으로 사회적기업의 지속가능성을 판단하고 있다.

Lee et al.,[24]는 근거이론을 통한 사회적기업의 지속발전 모형에 대한 연구에서 사회적기업과의 심층 인터뷰를 통해 다음과 같은 결론을 도출하였다. 첫째, 기업의 마케팅 전략 요인이나 차별화된 상품 및 서비스의 개발, 질적 향상 등 상품 및 서비스 경쟁력 강화를 중요한 요인으로 파악되었고, 둘째, 조직 정서나 집단지성과 같은 조직 문화를 유지하기 위한 조직관리 전략 역시 주요 핵심요인으로 파악되었고, 셋째, 홍보 및 마케팅 전략도 중요한 요인으로 파악되었고, 넷째, 전략적 요인이 사회적기업의 지속발전에 직접적인 영향을 미치는 한편, 조직문화 및 리더의 역할, 그리고 내외적 기관과의 연계, 법·제도적 인프라 등은 간접적으로, 혹은 전략이 미치는 효과를 조절할 수 있는 배경이 되는 요인으로 파악되었다. 따라서 더 적절한 법·제도적 인프라를 구축하는

것이 사회적기업의 지속발전을 담보할 수 있는 것으로 나타났다.

3. 연구방법

3.1 연구모형

사회적기업의 지속가능성은 사회적기업이 추구하는 목적을 달성할 수 있을지에 대한 가능성을 말한다. 즉, 지속적인 일자리제공과 사회서비스 제공이 가능한지를 의미하고, 사회적기업의 경제적 성과와 사회적 성과가 동시에 상승할 때 사회적기업의 목표를 실현할 수 있다는 것을 나타낸다.

본 연구는 사회적기업의 성공요인이 사회적기업의 성과와 지속가능성에 미치는 영향 요인에 대하여 분석하는 것을 목적으로 한다.

이러한 연구목적에 위해 사회적기업의 성공요인으로 사회적기업이 가지고 있는 상품/서비스의 우수한 경쟁력과 같은 전략과 새로운 시도나 시장에 대한 관심과 같은 사회적 기업가정신, 경영자의 경영관리 경험이나 업계 경쟁자에 대한 지식과 같은 경영역량, 지역사회와의 인적·물적 네트워크와 같은 사업 환경으로 사회적기업의 성공요인을 설정하였다. 또한, 사회적기업의 성과를 경제적 성과, 사회적 성과로 구분하고 성공요인이 지속가능성에 미치는 영향에 성과가 매개역할을 하는지 살펴보고자 한다. 따라서 본 연구는 이상에서 살펴본 선행연구를 토대로 설정한 가설들에 포함된 변수 간의 관계를<Fig 1>에 제시하였다.

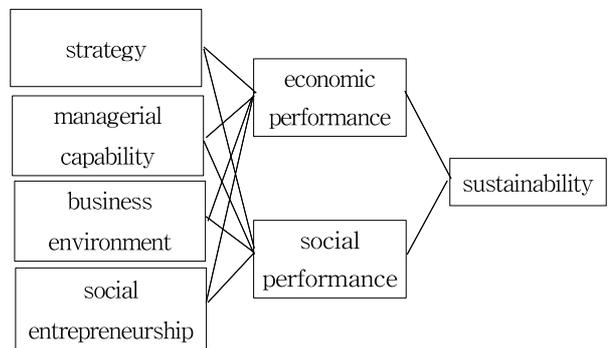


Fig. 1 Study Model

3.2 가설설정

본 연구는 사회적기업의 성공요인이 지속적 가능성에 미치는 영향에 성과의 매개역할을 실증적으로 밝혀내고자 한다. 이를 위해 종속변수는 지속가능성으로 종속변수에 영향을 미치는 독립변수는 사회적기업의 성공요인으로 전략, 경영역량, 사회적 기업가정신, 사업 환경으로 설정하고, 지속가능성과 성공요인에 매개역할을 하는 변수로 경제적 성과와 사회적 성과로 설정하고 이러한 연구 목적을 달성하기 위하여 다음과 같이 가설을 설정하였다.

3.2.1 성공요인과 성과와의 관계

3.2.1.1 전략

전략은 사회적기업이 지속 가능한 경쟁력을 확보하기 위해 수행하는 중요한 요인이다[10].

Duchesneau and Gartner[25], Maurice[26], Jeong [27]에 의해 사전시장조사의 중요성이 인식되었으며, Chang and Lee[28]는 기업의 명확한 비전과 목표를 통해 시장 확보의 안정성이 확인된다고 주장하였다.

사회적기업에서 전략은 영리적 측면에서는 상업적 기업과 같은 맥락에서 작동하리라는 것이 일반적 의견이며, 사회적기업의 전략에 포함될 수 있는 요인으로 업종선정과 시장경쟁력, 진입 시장에 대한 사전시장조사 등이 있다. 이러한 요인이 사회적기업의 성과에 영향을 미친다는 결과를 Lee[8]의 연구에서 밝힌 바 있다. Kim[29]도 사회적기업의 상품의 우수성, 사전의 시장조사, 수요 판로의 확보 등이 성과에 직접적인 영향을 미친다고 주장하였다.

3.2.1.2 경영역량

경영역량이란 사회적기업이 성공적인 창업과 안정적인 경영활동을 지속해서 경영해 나가기 위해 사회적 기업가에게 요구되는 전문적인 경영 능력, 지식 또는 경험 등을 말한다[8].

Stuart and Abetti[30]는 기업의 수익률을 높이는 기업가는 기술적, 기능적 교육수준이 높고 그들의 분야에서 기술적 능력과 전문성을 가지고 있다고 했다.

Wheeler et al.,[31], Sharir and Lerner[32]은 기업가의 경영역량은 기업가의 이전 경험이나 직업, 교육 등에서 얻어진다고 했으며, Baum et al.,[33]은 조직 장악 능력, 사업기회 포착능력을 기업가의 일반적 경영역량으로 구분하여 정의하였으며, 이는 기업의 성과에 영향을 미친다고 하였다.

3.2.1.3 사업 환경

기업의 사업 환경은 기업성과에 유의한 영향을 미치는 것으로 알려졌다[34, 35]. 사회적기업은 취약계층을 위한 일자리제공과 사회서비스제공이라는 공익적 목적이 기본이 되어야 하는 환경적 특성이 있다. 이러한 사회적기업의 환경적 특성상 지역사회로부터의 지원, 정부와 지자체의 지원 등이 기업성과에 영향을 미칠 수 있다. 그리고 지역사회로부터의 인적·물적 네트워크 형성은 사회적기업이 가지고 있는 사업 환경의 특징이라고 할 수 있다[36].

Sharir and Lerner[32]은 사회적기업의 지원 환경에 대해, Kang[37]은 정부의 지원에 대해, Lee[8]는 사업의 경쟁 환경 등의 사업 환경 요소가 성과에 영향을 미친다고 하였다.

3.2.1.4 사회적 기업가정신

기업가정신의 학술적 정의를 보면 ‘현재 보유하고 있는 자원인 능력에 구애받지 않고, 기회를 포착하고 추구하는, 사고방식 및 행동양식’이라고 할 수 있다[38, 39]. 또한, 20세기 경제학자 Joseph Schumpeter는 기업가의 힘을 혁신과 개선에 초점을 맞추는 것이라고 하였으며[39], Austin et al.,[11]은 사회적 기업가정신을 비영리기관이나 기업, 정부부문 내에서 또는 서로 연계하여 일어나는 혁신적인 사회적 가치 창출 활동이라고 하였다.

Jeong[27]는 사회적 기업가정신을 공익과 영리와의 균형을 판단할 수 있는 감각이라고 하였고, Lee[8], Lee[41], Kim et al.,[42], Choi and Jeong [43] 등의 선행연구를 바탕으로 사회적 기업가정신의 주요 요인으로 채택했다. 따라서 본 연구는 이상에서 살펴본 선행연구에 기초하여 다음과

같이 가설을 설정하였다.

- H1. 사회적기업의 성공요인이 지속가능성에 미치는 영향에 경제적 성과가 매개역할을 할 것이다.
- H1-1 사회적기업의 전략이 지속가능성에 미치는 영향에 경제적 성과가 매개역할을 할 것이다.
- H1-2 사회적기업의 경영역량이 지속가능성에 미치는 영향에 경제적 성과가 매개역할을 할 것이다.
- H1-3 사회적기업의 사업 환경이 지속가능성에 미치는 영향에 경제적 성과가 매개역할을 할 것이다.
- H1-4 사회적기업의 사회적 기업가정신이 지속가능성에 미치는 영향에 경제적 성과가 매개역할을 할 것이다.
- H2. 사회적기업의 성공요인이 지속가능성에 미치는 영향에 사회적 성과가 매개역할을 할 것이다.
- H2-1 사회적기업의 전략이 지속가능성에 미치는 영향에 사회적 성과가 매개역할을 할 것이다.
- H2-2 사회적기업의 경영역량이 지속가능성에 미치는 영향에 사회적 성과가 매개역할을 할 것이다.
- H2-3 사회적기업의 사업 환경이 지속가능성에 미치는 영향에 사회적 성과가 매개역할을 할 것이다.
- H2-4 사회적기업의 사회적 기업가정신이 지속가능성에 미치는 영향에 사회적 성과가 매개역할을 할 것이다.

3.3 변수의 측정

본 연구는 앞에서 제시한 연구모형과 가설을 검증하기 위하여 다음의 <Table 3-1>과 같은 항목들로 구성된 설문지를 작성하였다. 설문지는 크게 8개의 부분으로 나누어있다. 독립변수인 전략 6개 항목, 사회적 기업가정신 4개 항목, 경영역량 7개 항목, 사업 환경 7개 항목, 사회적기업의 경제적 성과 5개 항목, 사회적 성과 5개 항목,

지속가능성 47문항으로 구성되어 있다.

3.4 자료수집 방법

본 연구의 조사 대상은 한국사회적기업진흥원에서 제공하는 사회적기업 리스트 중 2015년 2월 까지 인증받은 전국에 있는 1,350개 사회적기업 중 연구자가 800곳을 무작위적으로 선별하였다.

설문의 응답자는 사회적기업의 경영자, 실무자 등을 대상으로 하였으며, 수집방법으로 팩스와 직접방문을 병행하여 응답률을 높이려고 하였다.

자료 수집을 위해 기존 문헌을 통해 본 연구에 맞게 설문지를 수정하였으며, 설문문항은 일반적 특성을 제외하고는 7개 항목으로 구성하였으며, ‘매우 그렇지 않다’를 1점으로 ‘매우 그렇다’를 5점으로 표시하는 리커트 5점 척도를 사용하였다.

2015년 3월 1일부터 3월 31일까지 한 달에 걸쳐 총 800개의 기관을 대상으로 배부하였으며, 본 연구자가 거주하고 있는 부산지역을 중심으로 직접 방문 조사방식을 추가로 하여 총 161부가 회수되어 총 20.13%의 회수율을 나타냈다. 이 가운데 기재 내용이 누락된 자료와 불성실하게 기재한 자료 5부를 제외하고 최종적으로 156부를 분석대상으로 활용하였다.

3.5 분석 방법

본 연구는 연구 목적에 적합한 통계기법으로 실증분석을 하기 위해 SPSS 22.0을 이용하여 분석하였다. 분석기법은 표본의 인구통계학적 특성을 파악하기 위해 빈도분석(frequency analysis)을 하고, 변수 간 내적 일관성(internal reliability)을 검증하기 위하여 신뢰성 분석을 통해 Crinbach's Alpha 값을 알아보고, 변수 간의 요인의 타당성을 측정하기 위해 탐색적 요인분석(exploratory factor analysis)을 실시하였다. 가설 검증과정에서 각 변수 간의 상관관계를 살펴보기 위해 상관관계분석(correlation analysis)을 하였다.

사회적기업의 성공요인이 지속가능성에 미치는 영향에 대해 경제적·사회적 성과의 매개 효과를 검증하기 위해 Baron and Kenny의 3단계 분석 절차에 따라 매개 회귀분석을 실시하였다.

Table 3-1 Questionnaire items and sources by variables

Factors		Evaluation Items	References
independent variable	strategy	Excellence in selection of industry Excellence competitiveness of products/services Securing potential demand and market Loyal customer presence for product / service Pre-market research, presence of loyal customers Continuation of public relations and marketing activities	Lee(2008), Kim(2013), Park(2014)
	social entrepreneurship	Interest in new initiatives or markets A willingness to do it Taking risks to management’s job Aggressive acceptance of creative and promising ideas	Lee(2008), Choi(2012), Kim(2013)
	managerial capability	Corporate work and management experience Has the skills and experience of the current industry Knowledge of industry competitors, ability to capture business opportunities Have excellent business competence Organizational control	Lee(2008), Chang(2012), Park(2014)
	business environment	Competitive environment situation of industry Community Human and Material Network A friendly relationship with local businesses Favorable relationship with government / local government Government / local support, Organizational Value and Directionality Change in management environment	Lee(2008), Kim(2013), Park(2014)
parameter	economic performance	Sustained sales growth Whether a profitable goal is met Increased customer satisfaction with products / services Appropriateness of personnel expenses to sales Improvement of management self-sufficiency	Lee(2008), Chang(2012), Park(2014)
	social performance	Provide local jobs Democratic decision-making structure Whether the company is friendly to local residents Investing in profit-making business Contribution to social stabilization	Lee(2008), Chang(2012), Park(2014)
dependent variable	sustainability	Sustainability of employment Expansion of social service provision Sustainability of the financial support and support of an organization Improve competitiveness	Chang(2012), Choi(2014), Park(2014)
Total		47	

4. 연구결과

4.1 표본의 통계적 특성

표본의 일반적인 특성을 알아보기 위하여 빈도와 백분율로 살펴보았으며, 성별, 나이, 지역, 사회적기업 유형, 근로자 수, 취약계층 근로자 수, 사회적기업 인증 연도, 조직형태, 직위로 구분하였다. 분석한 결과는 다음과 같다.

응답자 총 156명 중 남자는 69명(44.2%), 여자는 87명(55.8%)으로 나타났으며, 연령대를 살펴보면 40세 이상 ~ 50세 미만이 65명(41.7%)으로 가장 높은 비중을 차지하였고 다음으로 30세 이상 ~ 40세 미만 46명(29.5%), 50세 이상 ~ 60세 미만 31명(19.9%), 60세 이상(5.1%), 30세 미만 6명(3.8%) 순으로 나타났다.

사회적기업의 회사 내 직위는 실무자가 86명(55.1%)으로 가장 높은 비중을 차지하였고, 다음으로 경영진 68명(43.6%) 기타 2명(1.3%) 순으로 나타났다.

사회적기업을 운영하는 지역은 부산이 24곳(15.4%)으로 가장 높은 비중을 차지하였고, 다음으로 경기 14곳(9.0%), 강원·전북 각 13곳(8.3%), 경북 12곳(7.7%), 서울·인천 각 11곳(7.1%), 경남 10곳(6.4%), 충북 9곳(5.8%), 울산, 전남, 충남 각 8곳(5.1%), 제주 5곳(3.2%), 대전 4곳(2.6%), 광주, 대구 각 3곳(1.9%) 순으로 나타났다.

사회적기업의 유형은 일자리제공형이 103곳(66%)으로 가장 높은 비중을 차지하였고, 다음으로 혼합형 24곳(15.4%), 사회서비스제공형 10곳(6.4%), 지역사회공헌형 4곳(2.6%), 기타형 15곳(9.6%) 순으로 나타났다.

사회적기업의 연평균 근로자 수는 6~10인 이하가 52곳(33.3%)으로 가장 높은 비중을 차지하였고, 다음으로 31인 이상 36곳(23.1%), 11~15인 이하 34곳(21.8%), 21~30인 이하 18곳(11.5%), 16~20인 이하 10곳(6.4%), 5인 이하 6곳(3.8%) 순으로 나타났다.

근로자 중 취약계층 근로자 수는 4~6인 이하 44곳(28.2%)으로 가장 높은 비중을 차지하였고, 다음으로 7~10인 이하 30곳(10.2%), 21인 이상 30곳(10.2%), 3인 이하가 25곳(16%), 11~15인 이하 19곳(12.2%), 16~20인 이하 8곳(5.1%) 순으로 나타났다.

사회적기업 인증 연도는 2013년에 인증 받은 기업이 38곳(24.4%)으로 가장 높은 비중을 차지하였고, 다음으로 2014년 36곳(23.1%), 2012년 19곳(12.2%), 2008년, 2011년 각 16곳(10.3%), 2010년 13곳(8.3%), 2009년 8곳(5.1%), 2015년 6곳(3.8%), 2007년 4곳(2.6%) 순으로 나타났다.

사회적기업의 조직형태는 주식회사가 81곳(51.9%)으로 가장 높은 비중을 차지하였고, 다음으로 사단법인 21곳(13.5%), 유한회사 15곳(9.6%), 사회복지법인 10곳(6.4%) 협동조합 8곳(5.1%), 비영리민간단체 7곳(4.5%), 재단법인 3곳(1.9%), 기타 11곳(7%) 순으로 나타났다. 분석결과는 <Table 4-1>과 같다.

4.2 신뢰성 및 타당성 검증

4.2.1 사회적기업의 성공요인에 대한 신뢰성 및 타당성 검증

본 연구는 구성하는 모든 변수는 하나의 개념을 측정하는 데 있어서 여러 항목을 이용하고 있으므로 신뢰성 분석을 하는 여러 가지 방법 중 내적 일관성을 토대로 측정도구의 신뢰성을 분석하였다. 그 기준으로는 Cronbach's Alpha 계수를 사용하여 판단하였다.

일반적으로 신뢰도 계수는 탐색적 연구에서는 0.6이상이면 충분하고, 기초연구 분야에서는 0.8, 나아가 중요한 결정이 요구되는 응용연구 분야에서는 0.9 이상이면 된다고 주장한다.

본 논문에서는 일반적으로 요구되는 신뢰도 계수는 값이 0.6 이상이면 측정도구의 신뢰성에는 별 문제가 없는 것으로 간주하였다.

탐색적 연구(exploratory research)에서는 일반적으로 사회과학 분야에서는 신뢰도 계수를 0.6 이상이면 측정도구의 신뢰성에 문제가 없는 것으로 판단한다. 사회적기업의 성공 요인에 대한 타당성(validity) 분석을 위해 탐색적 요인분석을 하였으며, 요인분석은 개별항목 간의 상관관계가 높은 것들끼리 하나의 요인으로 묶음으로써 동일한 개념을 측정한다. 본 연구는 요인분석의 가장 기본적인 요인추출방법으로 주성분 분석을 이용하였고, 요인 간의 독립적 해석력을 높이기 위해 요인회전의 방법으로 베리맥스(varimax rotation)를

Table 4-1 Demographic Characteristic

		N	%			N	%	
region	Gangwon	13	8.3	number of woker	≤5	6	3.8	
	Gyeonggi	14	9		6-10	52	33.3	
	Gyeongnam	10	6.4		11-15	34	21.8	
	Gyeongbu	12	7.7		16-20	10	6.4	
	Gwangju	3	1.9		21-30	18	11.5	
	Daegu	3	1.9		≥31	36	23.1	
	Daejeon	4	2.6		합계	156	100	
	Busan	24	15.4	socailly disadvantaged calss woker	≤3	25	16	
	Seoul	11	7.1		4-6	44	28.2	
	Ulsan	8	5.1		7-10	30	19.2	
	Incheon	11	7.1		11-15	19	12.2	
	Jeonnam	8	5.1		16-20	8	5.1	
	Jeonbuk	13	8.3		≥21	30	19.2	
	Jeju	5	3.2		Total	156	100	
	Chungnam	8	5.1		certification year	2007	4	2.6
	Chungbuk	9	5.8			2008	16	10.3
	Total	156	100	2009		8	5.1	
	sex	male	69	44.2		2010	13	8.3
		fmale	87	55.8		2011	16	10.3
Total		156	100	2012		19	12.2	
age		∠30	6	3.8		2013	38	24.4
	≥30-∠40	46	29.5	2014		36	23.1	
	≥40-∠50	65	41.7	2015		6	3.8	
	≥50-∠60	31	19.9	Total		156	100	
	≥60	8	5.1	organization form	foundation corporation	3	1.9	
	Total	156	100		incorporated assoction	21	13.5	
position	directors	68	43.6		corporation	81	51.9	
	staff	86	55.1		privat company	15	9.6	
	others	2	1.3		npo	7	4.5	
	Total	156	100		socail welfare organ	10	6.4	
type of social enterprise	work integration	103	66		cooperative	8	5.1	
	social service provider	10	6.4		others	11	7	
	local community contrib	4	2.6	Total	156	100		
	complex	24	15.4					
	other	15	9.6					
	Total	156	100					

이용하였다. 또한 요인의 수는 고유값을 기준으로 1.0 이상의 값을 보이는 요인만을 선택하였다. KMO(Kaiser-Meyer-Olkin)와 Bartlett의 구성

형 검증은 변수 간의 상관관계가 다른 변수에 의해 잘 설명되는 정도를 나타낸 것으로 이 측정의 값이 적으면 요인분석을 위한 변수들의 선정이

좋지 못함을 나타낸다.

사회적기업의 성공 요인에 대한 KMO 값은 .820로 높은 것으로 나타났다. 또한, Bartlett의 구형성검증은 분석결과 1046.576이며 유의확률이 .000이므로 공통요인이 존재한다는 것으로 요인 분석의 사용이 적합하다고 결론을 내릴 수 있다. 또한, 각 요인에 대한 신뢰성을 분석하는 방법으로 내적 일관성을 측정하는 크론바하 알파(Chronbach's Alpha) 계수를 이용해 신뢰성을 분석하였다.

요인분석을 통하여 사회적기업의 성공요인으로 전략, 사회적 기업가정신, 경영역량, 사업 환경이라는 4개의 독립변수가 도출되었다.

요인분석결과 도출된 4개의 요인이 고유값(eigen value) 1 이상으로 나왔지만, 요인별 측정 항목들의 내적 타당성이 맞지 않는 측정항목들이 존재하여 본 연구의 논리에 맞게 몇 차례 요인분석을 하여 추출된 4개 성분의 고유치는 사회적 기업가정신 2.912, 사업 환경 2.844, 경영역량 2.462, 전략 1.869로 분석되었으며, 추출된 요인의 분산은 사회적 기업가정신 19.411, 사업 환경 18.961, 경영역량 16.411, 전략 12.461로 전체 67.244%의 누적분산을 가지는 것으로 나타났다.

각각의 요인들에 대하여 크론바하 알파 값을 살펴보면 사회적 기업가정신 0.687, 사업 환경 0.696, 경영역량 0.650, 전략 0.662로 측정항목 간 신뢰성이 높은 것으로 나타났다.

요인분석 결과, 사회적 기업가정신이 크게 4개의 하위차원으로, 경영역량이 크게 4개의 하위차원으로 사업 환경이 크게 4개의 하위차원으로, 전략이 크게 3개의 하위차원으로 나뉘는 것을 확인할 수 있었다.

각각의 변수를 측정한 지표를 합산하여 평균한 값을 '사회적 기업가정신', '경영역량', '사업 환경', '전략'이라는 개념의 대표값으로 정의하고 후속 분석에 사용하였다.

4.2.2 사회적기업의 성과와 지속가능성에 대한 신뢰성 및 타당성 검증

요인분석을 통하여 사회적기업의 성과로 경제적 성과, 사회적 성과 2개의 매개변수가 도출되었고, 채택된 항목들에 대한 분석결과는 다음과 같다.

경제적 성과를 구성하는 항목은 중 '매출액 대비 인건비의 적정성' 항목은 탈락하였고, '지속적 매출 증가', '수익적 목표 달성', '제품/서비스에 대한 고객만족도 상승', '경영자립도의 상승' 등 5개의 항목은 채택되었고, 사회적 성과를 측정하는 '지역에 일자리 제공', '사회의 안정화 기여' 항목은 탈락하였고, '민주적 의사결정 구조', '지역주민에게 친근한 기업으로 인식', '이익의 공익적 사업에 대한 투자' 등 3개의 항목은 채택되었다. 지속가능성에 대한 측정항목 '고용의 지속가능성', '사회적 서비스 제공의 확대 가능성', '기관이나 단체의 후원과 지원의 지속가능성', '경쟁력 향상' 등 4개 항목이 모두 채택되었다.

사회적기업의 성과와 지속가능성의 고유치는 경제적 성과 4.915, 사회적 성과 1.081, 지속가능성 1.665로 분석되었으며, 추출된 요인의 분산은 경제적 성과 24.446, 사회적 성과 21.316, 지속가능성 23.889로 전체 69.651%의 누적분산을 가지는 것으로 나타났다.

KMO의 값은 .857로 높은 것으로 나타났다. 또한, Bartlett의 구형성검증치 분석결과는 893.688, 유의확률은 .000로 공통요인이 존재한다는 것으로 요인분석의 사용이 적합하다고 결론을 내릴 수 있다.

사회적기업의 경제적 성과, 사회적 성과, 지속가능성에 대한 신뢰성 분석결과, 각각의 요인들에 대하여 크론바하 알파 값을 살펴보면 경제적 성과 0.87, 사회적 성과 0.837, 지속가능성 0.785로 측정항목의 신뢰도에는 문제가 없는 것으로 나타났다.

4.3 변수간의 상관관계

본 연구에서는 변수들 간의 관련성 정도를 파악하기 위해 피어슨 상관관계분석(Pearson's correlation analysis)을 실시하였다. 일반적으로 상관관계 수치가 0.0~0.2이면 상관관계가 없다고 보는 것이 일반적이며, 0.2~0.4이면 낮은 상관관계가 있고, 0.4 이상이면 높은 상관관계라고 할 수 있다.

<Table 4-2>는 가설검증에 앞서 연구개념의 평균과 표준편차 그리고 상관관계를 보여준다. 독립변수들 간에 0.8이상의 높은 상관관계를 보

Table 4-2 Correlation

	mean	SD	strategy	social entrepreneur ship	manag erial capability	business environ ment	economic perfor mance	social perfor mance	sustain ability
strategy	3.85	.64	1						
social entrepreneur ship	4.11	.60	.435**	1					
managerial capability	3.80	.70	.432**	.438**	1				
business environment	3.74	.68	.404**	.317**	.432**	1			
economic performance	3.32	.74	.369**	.328**	.460**	.531**	1		
social performance	4.16	.67	.199*	.236**	.408**	.630**	.530**	1	
sustainability	3.71	.68	.486**	.411**	.390**	.450**	.524**	.335**	1

* = p<0.1, ** = p<0.05, *** =p<0.01

이지 않아 다중공선성(multicollinearity) 문제는 없는 것으로 판단된다.

4.4 연구가설의 검증

본 연구의 가설 검증을 위해 Baron and Kenny의 3단계 매개 회귀분석을 실시하였다.

매개 효과(mediator effect)는 독립변수의 역할에 따라 완전매개(complete mediator)와 부분매개(partial mediator)로 구분하고 각 매개 효과가 성립되기 위해서는 다음 네 가지 조건들이 충족되어야 한다. 첫째, 1단계에서 독립변수가 매개변수에 유의적인 영향을 미치는지 검증하고, 둘째, 2단계에서 독립변수는 종속변수에 유의적인 영향을 미치는지 검증하고, 셋째, 3단계에서 독립변수와 매개변수가 동시에 종속변수에 영향을 미치는지를 검증한다. 마지막으로, 매개변수를 포함한 회귀방정식에서 종속변수에 대한 독립 변수의 영향은 3단계의 경우보다 적거나 전혀 없어야 한다. 감소한 경우는 부분매개 효과가 존재함을 의미하며, 없는 경우는 완전매개 효과가 존재함을 의미한다.

4.4.1 사회적기업의 성공요인이 지속가능성에 미치는 영향에 대해 경제적 성과의 매개 효과 검증

사회적기업의 성공요인이 지속가능성에 미치는 영향에 대해 경제적 성과의 매개 효과에 대한 분석결과를 <Table 4-3>에 제시하고 있다.

사회적기업의 성공요인 중 전략이 지속가능성에 미치는 영향에 대해 경제적 성과의 매개 회귀분석 검증결과, 1단계인 전략이 경제적 성과에 미치는 영향은 $\beta=.369(p=.000)$ 로 $p<.001$ 수준에서 유의하였고, 2단계에서 전략이 지속가능성에 미치는 영향이 $\beta=.486(p=.000)$ 으로 유의하였고, 3단계에서 전략과 경제적 성과가 지속가능성에 미치는 영향이 $\beta=.339(p=.000)$ 와 $.389(p=.000)$ 로 $p<.01$ 수준에서 유의한 영향을 미치고 있음을 알 수 있다. 1단계, 2단계 및 3단계 조건이 충족되었으며, 전략이 지속가능성에 미치는 영향이 감소되어 부분매개 효과가 있음을 보여주고 있다. 그러므로 H1-1은 채택되었다.

사회적기업의 성공요인 중 경영역량이 지속가능성에 미치는 영향에 대해 경제적 성과의 매개 회귀분석 검증결과, 1단계인 경영역량이 경제적 성과에 미치는 영향은 $\beta=.460(p=.000)$ 으로 $p<.001$

Table 4-3 Mediating Effect of Economic Performance

	test	step 1	step 2	step 3
H1-1	IV DV	economic performance	sustainability	sustainability
	strategy	.369***	.486***	.339***
	economic performance			.398***
	R ²	.136	.236	.373
	F	24.320***	47.689***	45.590***
H1-2	managerial capability	.460***	.390***	.189**
	economic performance			.436***
	R ²	.136	.236	.373
	F	41.366***	27.628***	33.141***
H1-3	business environment	.531***	.450***	.239***
	economic performance			.396***
	R ²	.282	.202	.315
	F	60.562***	39.078***	35.204***
H1-4	social entrepreneurship	.328***	.411***	.269***
	economic performance			.435***
	R ²	.108	.169	.338
	F	18.580***	31.375***	39.130***

수준에서 유의하였고, 2단계에서 경영역량이 지속가능성에 미치는 영향이 $\beta=.390(p=.0.00)$ 으로 유의하였고, 3단계에서 경영역량과 경제적 성과가 지속가능성에 미치는 영향이 $\beta=.189(p=.0.014)$ 와 $.436(p=.0.00)$ 으로 $p<0.01$ 수준에서 유의한 영향을 미치고 있음을 알 수 있다. 1단계, 2단계 및 3단계 조건이 충족되었으며, 경영역량이 지속가능성에 미치는 영향이 감소되어 부분매개 효과가 있음을 보여주고 있다. 그러므로 H1-2은 채택되었다.

사회적기업의 성공요인 중 사업 환경이 지속가능성에 미치는 영향에 대해 경제적 성과의 매개 회귀분석 검증결과, 1단계인 사업 환경이 경제적 성과에 미치는 영향은 $\beta=.531(p=.0.00)$ 로 $p<.001$ 수준에서 유의하였고, 2단계에서 사업 환경이 지속가능성에 미치는 영향이 $\beta=.450(p=.0.00)$ 으로

유의하였고, 3단계에서 사업 환경과 경제적 성과가 지속가능성에 미치는 영향이 $\beta=.239(p=.0.003)$ 와 $.396(p=.0.00)$ 으로 $p<0.01$ 수준에서 유의한 영향을 미치고 있음을 알 수 있다. 1단계, 2단계 및 3단계 조건이 충족되었으며, 사업 환경이 지속가능성에 미치는 영향이 감소되어 부분매개 효과가 있음을 보여주고 있다. 그러므로 H1-3은 채택되었다.

사회적기업의 성공요인 중 사회적 기업가정신이 지속가능성에 미치는 영향에 대해 경제적 성과의 매개 회귀분석 검증결과, 1단계인 사회적 기업가정신이 경제적 성과에 미치는 영향은 $\beta=.328(p=.0.00)$ 로 $p<.001$ 수준에서 유의하였고, 2단계에서 사회적 기업가정신이 지속가능성에 미치는 영향이 $\beta=.411(p=.0.00)$ 로 유의하였고, 3단계에서 사회적 기업가정신과 경제적 성과가 지속

Table 4-4 Mediating Effect of Social Performance

	test	step 1	step 2	step 3
H2-1	IV DV	social performance	sustainability	sustainability
	strategy	.199**	.486***	.437***
	social performance			.249**
	R ²	.039	.236	.296
	F	6.321***	47.689***	32.140***
H2-2	managerial capability	.408***	.390***	.304***
	social performance			.212***
	R ²	.166	.152	.189
	F	30.696***	27.628***	17.878***
H2-3	business environment	.630***	.450***	.396***
	social performance			.086
	R ²	.397	.202	.207
	F	101.378***	39.078***	19.954***
H2-4	social entrepreneurship	.236***	.411***	.352***
	social performance			.252***
	R ²	.056	.169	.229
	F	9.075***	31.375***	22.775***

가능성에 미치는 영향이 $\beta=.269(p=.00)$ 와 $.435(p=.00)$ 로 $p<0.01$ 수준에서 유의한 영향을 미치고 있음을 알 수 있다. 1단계, 2단계 및 3단계 조건이 충족되었으며, 경영역량이 지속가능성에 미치는 영향이 감소되어 부분매개 효과가 있음을 보여주고 있다. 그러므로 H1-4은 채택되었다.

4.4.2 사회적기업의 성공요인이 지속가능성에 미치는 영향에 대해 사회적 성과의 매개 효과 검증

사회적기업의 성공요인이 지속가능성에 미치는 영향에 대해 사회적 성과의 매개 효과에 대한 분석결과를 <Table 4-4>에 제시하고 있다.

사회적기업의 성공요인 중 전략이 지속가능성에 미치는 영향에 대해 사회적 성과의 매개 회귀분석 검증결과, 1단계인 전략이 사회적 성과에

미치는 영향은 $\beta=.199(p=.013)$ 로 $p<.005$ 수준에서 유의하였고, 2단계에서 전략이 지속가능성에 미치는 영향이 $\beta=.486(p=.00)$ 으로 유의하였고, 3단계에서 전략과 사회적 성과가 지속가능성에 미치는 영향이 $\beta=.437(p=.00)$ 과 $.249(p=.00)$ 로 $p<0.01$ 수준에서 유의한 영향을 미치고 있음을 알 수 있다. 1단계, 2단계 및 3단계 조건이 충족되었으며, 전략이 지속가능성에 미치는 영향이 감소되어 부분매개 효과가 있음을 보여주고 있다. 그러므로 H2-1은 채택되었다.

사회적기업의 성공요인 중 경영역량이 지속가능성에 미치는 영향에 대해 사회적 성과의 매개 회귀분석 검증결과, 1단계인 경영역량이 사회적 성과에 미치는 영향은 $\beta=.408(p=.00)$ 로 $p<.001$ 수준에서 유의하였고, 2단계에서 경영역량이 지속가능성에 미치는 영향이 $\beta=.390(p=.00)$ 으로

유의하였고, 3단계에서 경영역량과 사회적 성과가 지속가능성에 미치는 영향이 $\beta=.304(p=.000)$ 와 $.212(p=.0009)$ 로 $p<0.01$ 수준에서 유의한 영향을 미치고 있음을 알 수 있다. 1단계, 2단계 및 3단계 조건이 충족되었으며, 경영역량이 지속가능성에 미치는 영향이 감소되어 부분매개 효과가 있음을 보여주고 있다. 그러므로 H2-2은 채택되었다.

사회적기업의 성공요인 중 사업 환경이 지속가능성에 미치는 영향에 대해 사회적 성과의 매개회귀분석 검증결과, 1단계인 사업 환경이 사회적 성과에 미치는 영향은 $\beta=.630(p=.000)$ 으로 $p<.001$ 수준에서 유의하였고, 2단계에서 사업 환경이 지속가능성에 미치는 영향이 $\beta=.450(p=.000)$ 으로 유의하였고, 3단계에서 사업 환경과 사회적 성과가 지속가능성에 미치는 영향이 $\beta=.396(p=.000)$ 과 $\beta=.086(p=.354)$ 으로 $p<0.01$ 수준에서 유의한 영향을 미치지 않음을 알 수 있다. 그러므로 H2-3은 기각되었다.

사회적기업의 성공요인 중 사회적 기업가정신이 지속가능성에 미치는 영향에 대해 사회적 성과의 매개회귀분석 검증결과, 1단계인 사회적 기업가정신이 사회적 성과에 미치는 영향은 $\beta=.236(p=.0003)$ 으로 $p<.001$ 수준에서 유의하였고, 2단계에서 사회적기업가정신이 지속가능성에 미치는 영향이 $\beta=.411(p=.000)$ 로 유의하였고, 3단계에서 사회적 기업가정신과 사회적 성과가 지속가능성에 미치는 영향이 $\beta=.352(p=.000)$ 와 $.252(p=.0001)$ 로 $p<0.01$ 수준에서 유의한 영향을 미치고 있음을 알 수 있다. 1단계, 2단계 및 3단계 조건이 충족되었으며, 사회적 기업가정신이 지속가능성에 미치는 영향이 감소되어 부분매개 효과가 있음을 보여주고 있다. 그러므로 H2-4은 채택되었다.

5. 결론

5.1 연구의 결과의 요약 및 시사점

본 연구는 사회적기업의 성공요인이 지속가능성에 미치는 영향에 성과가 매개역할을 하는지에 대해 알아보고자 하였다.

연구 목적을 수행하기 위하여 사회적기업의 성공요인을 독립변수(전략, 경영역량, 사회적 기업가정신, 사업 환경)로 하고, 사회적기업의 경제적 성과와 사회적 성과를 매개변수로 하며, 지속가능성을 종속변수로 하는 연구모형을 설정하였다. 이를 통해 사회적기업의 성공요인이 지속가능성에 미치는 영향에 성과가 매개역할을 할 것이라는 가설을 검증하고자 가설을 세웠다.

본 연구의 연구가설에 대한 연구결과를 종합하면 다음과 같다.

첫째, 사회적기업의 성공요인 중 전략이 지속가능성에 미치는 영향에 경제적 성과와 사회적 성과가 매개역할을 할 것이라는 H1-1과 H2-1의 경우 전략이 뛰어날수록 경제적 성과와 사회적 성과가 올라가고 그로 인해 사회적기업이 지속할 수 있도록 영향을 미치는 것으로 나타나 H1-1과 H2-1은 채택되었다.

둘째, 사회적기업의 성공요인 중 경영역량이 지속가능성에 미치는 영향에 경제적 성과와 사회적 성과가 매개역할을 할 것이라는 H1-2와 H2-2의 경우 경영역량이 뛰어날수록 경제적 성과와 사회적 성과가 올라가고 그로 인해 사회적기업이 지속 가능할 수 있도록 영향을 미치는 것으로 나타나 H1-2와 H2-2는 채택되었다.

셋째, 사회적기업의 성공요인 중 사업 환경이 지속가능성에 미치는 영향에 경제적 성과와 사회적 성과가 매개역할을 할 것이라는 가설의 경우 사업 환경이 지속가능성에 미치는 영향에 대해 경제적 성과가 매개할 것이라는 H1-3의 경우 사업 환경이 좋을수록 경제적 성과가 올라가고 그로 인해 사회적기업이 지속 가능할 수 있도록 영향을 미치는 것으로 나타나 H1-3은 채택되었으나, H2-3의 경우 사업 환경이 사회적 성과와 지속가능성에는 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다, 사업 환경이 좋다고 하여 사회적 성과가 올라가고 그로 인해 사회적기업의 지속가능성에 미치는 영향을 미치지 못하는 것으로 나타나 H2-3은 기각되었다.

넷째, 사회적기업의 사회적 기업가정신이 지속가능성에 미치는 영향에 경제적 성과와 사회적 성과가 매개역할을 할 것이라는 H1-4와 H2-4의 경우 사회적 기업가정신이 우수할수록 경제적 성

과와 사회적 성과가 올라가고 그로 인해 사회적 기업이 지속 가능할 수 있도록 영향을 미치는 것으로 나타나 H1-4와 H2-4는 채택되었다.

사회적기업이 효과적인 전략을 수행하기 위해서는 기업의 명확한 비전과 목표를 바탕으로 수익성이 높은 업종 선택과 이를 위한 충분한 시장 조사가 이루어져야 하며 제공하는 제품 또는 서비스 역시 시장에서 충분한 경쟁력을 가지고 있어야 한다.

사회적기업은 사회적 목표와 더불어 경제적 목표를 추구하는 이중성을 띤다. 따라서 효율적인 수익 증가를 위해서는 경영자의 경영역량은 중요한 역할을 한다. 또한, 경영자의 역할은 조직의 발전을 논할 때 중요한 요인 중의 하나이다. 사회적기업의 성공 여부를 가름하는 결정적 요인 역시 경영자의 자질과 역할에 있다.

기업을 운영하고 경영하는 자를 기업가라고 한다. 이는 사회적기업은 기업가의 정신에 따라 그 기업이 나아갈 방향이 정해진다고 볼 수 있다. 이렇듯 사회적 기업가정신은 사회적기업의 경영 이념의 하나로 기업가 본래의 기능을 적극적으로 달성하려는 마음가짐으로 사회적기업의 사회적 역할을 추구하기 위해서 중요한 요인이다.

사업 환경은 사회적기업이 지속 가능할 수 있는 환경이 얼마나 조성되어 있는지를 살펴보는 요인으로, 사회적기업이 추구하는 사회적 목적 실현과 이를 지속할 수 있는 경제적 기반이 조화를 이루어 사회적기업의 경영에 시너지 효과를 발휘할 수 있는 역할을 한다.

이렇듯 사회적기업의 전략, 경영역량, 사회적 기업가정신, 사업 환경이 조화를 이룰 때 사회적기업의 경제적 성과와 지속가능성에 중요한 역할을 할 것이다.

Haugh[44]은 사회적기업을 사회적 목적을 실현하기 위해 거래 및 수익활동을 전개하는 조직이라고 하였다. 이것은 사회적기업의 영리활동이 사회적기업이 추구하고자 하는 가치나 사회적 목적의 실현을 지원하는 것을 의미한다. 즉, 사회적기업이 추구하는 가치와 사회적 목적을 실현하기 위해서는 공익과 영리가 적절히 조화를 이루어야 한다.

이러한 조화를 위해 조직이 지향하는 가치와 방향을 충실히 수용하여 업무에 실천할 수 있어

야 하고, 기업가는 공익과 영리에 대한 균형감을 잊어버리지 않도록 노력해야 한다. 또한, 사회적기업이 다양한 사회적 목적을 실현하는 데 필요한 경제적 활동은 물론 인적·물적 자원을 효과적으로 동원할 수 있는 환경이 조성될 필요가 있다. 이를 위해서는 사회적기업과 관련된 다양한 이해당사자들과의 상호협력과 유기적인 협력적 네트워크를 구축하는 것이 요구된다. 이를 통해 사회적기업은 지속가능성을 제고시킬 뿐만 아니라 사회적기업으로서 본연의 정체성 확립에도 기여할 것으로 생각된다[37].

5.2 연구의 한계점

본 연구의 한계점을 다음과 같다.

첫째, 본 연구의 표본이 전체 사회적기업을 대표하기에는 한계가 있다. 본 연구는 사회적기업의 지역별 분포를 고려하여 표본을 선정하였으며, 또한 사회적기업의 여러 특성(유형, 지역, 규모, 조직형태 등)을 구분하여 표본을 선정하였으나 여전히 표본 선정상의 한계점은 있다. 따라서 본 연구의 표본을 포함한 광범위한 사회적기업의 여러 특성(유형, 지역, 규모, 조직형태 등)들을 대상으로 확대하여 사회적기업의 성과 및 지속가능성에 미치는 요인들에 대해 다양한 분석을 할 필요가 있다.

둘째, 본 연구는 설문조사 및 자료수집상의 한계점이 있다. 설문조사를 통하여 연구를 진행하였기 때문에 질적 특성을 갖는 항목들에 대하여도 연구대상자의 인식을 단순히 서열척도를 이용하여 계량화하는 방법을 적용하였으며, 그 결과 실제의 상태와 다르게 평균적 차이가 나타날 수도 있다. 향후 연구에서는 사회적기업의 성과를 객관적으로 측정할 수 있는 도구를 개발할 필요가 있겠다.

셋째, 본 연구는 전국에 있는 사회적기업을 대상으로 하였으나, 조사대상 범위의 한계로 일부 지역의 경우 설문회수에 어려움이 있어 설문 응답 업체의 분포가 부산에 다소 편중된 경향이 있는 편이다

넷째, 본 연구를 위해 선행연구를 참고하여 변수들을 정리하였다. 그러나 실제 사회적기업 경

영의 현실적인 상황에 대해 충분한 고려를 하지 않았다. 사회적기업의 성과와 지속가능성과 관련된 연구를 위해서는 실제 사회적기업의 현실을 체계적으로 분석하는 것이 필요할 것이다.

마지막으로 사회적기업의 사회적 성과와 경제적 성과를 측정하기 위해 사회적기업이 가진 특성을 반영할 수 있도록 측정지표를 개발하는 것이 필요하며, 사회적기업의 경영공시 확대를 통해 사회적기업의 성과 측정에 있어 매출액이나 순이익 등 객관적인 재무성과 지표를 도입하여 사회적기업의 성과와 지속가능성에 대해 더 객관적이고 효과적인 평가 검증이 가능하도록 해야 할 것이다.

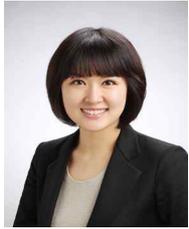
향후 연구에서는 이러한 한계점을 보완하여 사회적기업 유형별, 조직별, 규모별, 지역별 사회적기업의 성과와 지속가능성에 대한 비교 연구를 해 볼 수 있을 것이다.

References

- [1] Kim, G. H., "A Case Study on the Factors of the Social Enterprise Performance", Department of Public Administration The Graduate School Sunchon national university, 2011
- [2] Ministry of Labor, Social Job Creation Project, 2003
- [3] OECD, Social Enterprises, OECD Publishing, 1999.
- [4] Lee, Y. J., Social Enterprise Economy, Seoul:Top Books, 2010.
- [5] Kim B. H. and Kim, J. H., "World Social Enterprise Status and Strategy" Korean Academic Information, 2010.
- [6] Jin, Y. S. and Lee, J. K., "Study of the Corporate Image and Product Attitude in View of Consumer Perception of Corporate Social Responsibility ; - Focus on the Moderating Effect of Self-Image Accordance", Journal of Korea Academia-Industrial Cooperation Society, Vol. 15, No. 12, pp. 7077-7092, 2014.
- [7] Kim, G. H., Kim, S. M. and Choi, H. R., "A Case Study on the Factors of the Social Enterprise Performance", The Journal of Peace Studies, Vol.12, No.4, pp.389-412, 2011.
- [8] Lee, K. W., "An Empirical on the Success Factors of Sustainable Social Enterprise", Korean Association of Nonprofit Organization Research, Vol.2009 No.1, pp.1-45, 2009.
- [9] Choi, S. Y., Jung, C.H. and Park, K. H., "A study for the Evaluation of Success Factors on Virtual Enterprise Using AHP Method", The Journal of Internet Electronic Commerce Research, Vol.7, No.1, pp.133-156, 2007.
- [10] Ahn, Y. G. and Park, E. R., "A Comparative Analysis of Critical Success Factors for Social Enterprise in Korea", Korean Association of Industrial Business Administration, Vol.15, No.3, pp.25-43, 2011.
- [11] Boyer, D., Creech, H., and Paas, L., "Critical Success Factors and Performance Measures for Start-up Social and Environmental Enterprises", Report for SEED Initiative Research Programme, pp.115-139, 2008.
- [12] Austin, J., Stevenson, H., and Wei J., "Social and Commercial Entrepreneurship: Same, Different, or Both", Entrepreneurship Theory and Practice, Vol.3, No.1, pp.1-22, 2006.
- [13] Urban, B., "Social Entrepreneurship in South Africa: Delineating the Construct with Associated Skills" International Journal of Entrepreneurial Behavior and Research, Vol.14, No.5, pp.346-364, 2008.
- [14] Kneiding, C., and Tracey, P., "Towards a Performance Measurement Framework for Community Development Finance Institutions in the UK", Journal of Business Ethics, Vol.86, No.3, pp.327-345,

- 2009.
- [15] Lee, K. W. and Kwon J. H., "An Empirical Study on the Effect of Capacity Factors on Profit and Public Outcome of Social Enterprise", *The Journal of Business Education*, Vol.23, No.1, pp.261-292, 2009.
- [16] Choi, J. K. and Park, H. S., "The Comparison of Actors' Recognition on Social Enterprise Promotion Policy in Local Government: Focusing on Social Enterprises' Managers and Officials in Kyunggi-do", *Korean Association of Space & Environment Research*, Vol.24, No.3, pp.47-85, 2014.
- [17] Miles, M. P., Verreynne, M. L., and Luke, B., "Social Enterprises and the Performance Advantages of a Vincentian Marketing Orientation.", *Journal of business ethics*, Vol.123. No.4. pp.549-556, 2014.
- [18] Liu, G., Eng, T. Y., and Takeda, S., An Investigation of Marketing Capabilities and Social Enterprise Performance in the UK and Japan. *Entrepreneurship Theory and Practice*, Vol.39. No.2. pp.267-298, 2015.
- [19] Voss, Z. G., and Voss, G. B., "Exploring the Impact of Organizational Values and Strategic Orientation on Performance in Not-For-Profit Professional Theatre", *International Journal of Arts Management*, pp.62-76, 2000.
- [20] Bebbington, J. and Gray, R., "An Account of Sustainability :Failure, Success and a Reconceptualization", *Critical Perspectives on Accounting*. Vol.12. No.5. pp.557-587. 2000.
- [21] Park, N. Y., "Study on What Makes Social Enterprises Sustainable : Centering on Jeollanam-do's Social Enterprises", Department of Public Administration Graduate School Chonnam National University, 2014.
- [22] DTI, "Social Enterprise: A Strategy for Success." Social Enterprise Unit, 2002.
- [23] Chang, Y. R., Hong, J. H. and Cha, J. H., "A Study on the Factors Which Have Influence on the Performance and Sustainability of Social Enterprises", *Korea Accounting Information Association*, Vol. 30, No.2, pp.175-207, 2012.
- [24] Lee, Y. B., Park, S. W., Nam, S. Y. and Chung, M. K., "Exploring a Sustainable Development Model for Social Enterprises Based on the Grounded Theory: Focusing on Social Enterprises in Seoul", *Korean society and public administration*, Vol.22, No.4, pp.355-387, 2012.
- [25] Duchesneau, D. A., and Gartner, W. B., "A Profile of New Venture Success and Failure in an Emerging Industry". *Journal of Business Venturing*, Vol.5, No.5, pp.297-312, 1990.
- [26] Maurice, S., "Lessons from the Equator Initiative: Honey Care Africa's Beekeeping in Rural Kenya", Center for Community-Based Resource Management, 2004.
- [27] Jeong, S. H., "Sustainable Development of Social Enterprises", *Korean Center for City and Environment Research*, Vol.80, pp.64-74, 2006.
- [28] Chang, D. S. and Lee, J. W., "Success Factors of High-Tech Ventures Across Stages of Growth", *Korean Journal of Management*, Vol.19, No.2, 59-92, 2001.
- [29] Kim, G. H., "A Case Study on the Factors of the Social Enterprise Performance", Department of Public Administration The Graduate school Suncheon national university, 2011.
- [30] Stuart, R. W., and Abetti, P. A., "Impact of Entrepreneurial and Management Experience on Early Performance", *Journal of business venturing*, Vol.5, No.3, pp.51-162, 1990.
- [31] Wheeler, D., K. McKague, and J. Thomson.

- "Sustainable Livelihoods and the Private Sector: How Development Agencies can Strengthen Sustainable Local Enterprise Network: Executive Summary", Toronto: Schulich School of Business, York University, 2003.
- [32] Sharir, M., and Lerner, M., "Gauging the Success of Social Ventures Initiated by Individual Social Entrepreneurs", *Journal of World Business*, Vol.41, No.1, pp.6-20, 2006.
- [33] Baum, J. R., and Locke, E. A., "The Relationship of Entrepreneurial Traits, Skill, and Motivation to Subsequent Venture Growth", *Journal of Applied Psychology*, Vol.89, No.4, pp.587, 2004.
- [34] Roure J. B. and Maidique M. A., "Linking Prefunding Factors and High-Technology Venture Success; An Exploratory Study.", *Journal of Business Venturing*, Vol.1, No.3, pp.295-306, 1986.
- [35] Maxmillan, I. E., and Day, D. L., "Corporate Ventures into Industria Markets: Dynamics of Aggressive Entry.", *Journal of Business Venturing*, Vol.2, No.1, pp.29-40, 1987.
- [36] Smock, K., "Democracy in Action: Community Organizing and Urban Change", Columbia University Press, 2004.
- [37] Kang, B. J., "An Empirical Study on the Factors of the Social Enterprise Enhancement Based on the Governance Building in Korea", Department of Public Administration Graduate School of the University of Seoul, 2011.
- [38] Stevenson, H. H., "A Perspective on Entrepreneurship", Vol.13. Cambridge, Massachusetts: Harvard Business School, 1983.
- [39] Bae, Z. T. and Cha, M. S., "Expanding and Revitalizing Entrepreneurship in Korea", *The Korean Association of Small Business Studies*, Vol.31, No.1, pp.109-128, 2009.
- [40] Kim, Y. J., Park S. H. and Park J. S., "The Effect of the Sixth Industrial Entrepreneurship by Social Capital on Business Performances", *The Journal of Information Systems*, Vol.25, No.3, pp.147-173, 2016.
- [41] Lee, Y. T., "A Study on the ESC Model Development of Social Enterprise", *Research Institute for Social Enterprise all rights reserved*, Vol.1, No.1, pp.62-92, 2008.
- [42] Kim, S. Y, Kwon, H. Y. and Han, Y. O., "The Study on the success factors of Corporate Associated Social Enterprise", *Korean Association of Nonprofit Organization Research*, Vol.8, No.3, pp.133-166, 2010.
- [43] Choi, M. H. and Jeong, M. G., "An Empirical Study on the Relationship Between Social Enterprise Performance and Social Entrepreneurship", *Creation and Innovation*, Vol.6, No.2, pp.29-55, 2013.
- [44] Haugh, H., "A Research Agenda for Social Entrepreneurship", *Social Enterprise Journal*. Vol.1. No.1. pp.1-12, 2005.



이진민 (Lee Jim-Min)

- 정회원
- 경성대학교 경영학석사
- 경성대학교 경영학박사
- 경성대학교 경영학과 외래교수

- 관심분야 : 사회적기업, 서비스운영관리, 생산 운영관리, 고객서비스전략



이상식 (Lee Sang-Shik)

- 미국 University of Nebraska - Lincoln 경영학박사
- 현 경성대학교 경영학부 교수

- 관심분야 : 서비스운영관리, 고객경험관리, 서비스디자인경영, 사회적기업과 소셜임팩트