

연구논문

사회적기업의 네트워크 활동과 사회적·경제적 성과의 관계: 지역관계의 매개효과를 중심으로*

박 현 희**

박 은 영***

- I. 서론
- II. 이론적 배경
- III. 연구설계
- IV. 분석결과
- V. 함의 및 결론

〈요약〉

본 연구는 사회적기업의 네트워크 활동이 사회적·경제적 성과에 미치는 영향을 지역 관계(local embeddedness)의 매개효과를 중심으로 살펴보았다. 본 연구를 위해 정부로부터 인증을 받은 전국의 사회적기업을 대상으로 설문조사를 하였으며, 121개의 전국의 사회적기업으로부터 수집한 설문 응답을 Hayes(2013)의 부트스트랩 기법을 이용하여 매개효과를 검증하였다. 분석 결과에 의하면, 의사결정기구(주주총회, 이사회, 운영위원회, 노사협의회)와의 효과적인 네트워크 활동은 사회적기업의 사회적·경제적 성과에 직·간접적으로 긍정적인 효과를 미치는 것으로 나타났다. 또한 지역협의회 및 지방자치단체와 활발한 네트워크 활동을 하고 있는 사회적기업일수록 지역사회의 주요 이해관계자들과 적극적으로 소통하고, 협력하며, 공동의 거버넌스를 구축하는 등의 지역관계를 긴밀히 구축함으로써 간접적으로 사회적·경제적 성과를 향상시키고 있는 것으로 나타났다. 이 연구는 기업 전략으로서의 네트워크 활동은 일회적인 것이 아니라 반복적인 상호작용을 통해 지역배태성을 높일 경우에만 성과를 향상시킨다는 사실과 더불어 그에 따른 지역관계의 중요성을 부각시키고 있다.

[주제어: 사회적기업, 네트워크 활동, 성과, 지역관계, 매개효과]

* 이 논문은 2016년 대한민국 교육부와 한국연구재단의 지원을 받아 수행된 연구임 (NRF-과제번호: NRF-2016S1A5A8019632).

** 제1저자 & 교신저자, 국민대학교 행정정책학부 조교수(hhpark@kookmin.ac.kr)

*** 국민대학교 행정학과 대학원 석사과정

I. 서론

사회적기업은 민간이 주체가 되어 사회적 가치 실현을 위한 재화와 용역을 생산하는 동시에, 조직의 존속에 필요한 자원을 기업 활동을 통해 충당한다는 점에서 기존의 기업 또는 비영리조직과는 구분되는 형태의 조직이다(이시원, 최희성, 2015). 2007년 「사회적기업 육성법」이 시행된 후 사회적기업은 놀라울 정도의 양적 성장을 이루었으며, 2017년 9월 현재 925개의 예비사회적기업(사회적기업 SEIS 통합정보시스템, 2017. 9)을 비롯해 1,776개(2017. 9. 7 기준)의 사회적기업이 정부로부터 인증을 받아 활동 중이다(사회적기업진흥원, 2017). 사회적기업의 가장 중요한 성과로는 고용창출 효과로, 2015년 기준 인증 사회적기업에 고용된 취약계층근로자는 21,096명(평균 취약계층근로자 14.4명), 일반 근로자는 13,124명으로 총 34,220명의 일자리를 창출한 것으로 나타났다(한국노동연구원, 2016). 그러나 사회적기업의 영업외수익 가운데 정부지원금이 평균 76.9%나 된다는 사실을 비추어볼 때, 정부의 지원이 종료되는 시점에서 사회적기업의 존립 자체가 위협을 받을 수 있을 것으로 예상된다는 점에서 사회적기업의 지속가능성 및 성과에 대한 논의가 시급하다고 하겠다(한국노동연구원, 2016).

정부는 사회적기업의 지속가능성을 높이기 위해 사회적기업의 생태계 조성을 목표로 하는 ‘제2차 사회적기업 육성 기본계획’을 발표하였는데, 구체적으로는 사회적기업의 자생력 강화, 기업별 맞춤형 지원체계 마련, 사회적기업의 네트워크 구축 및 지원, 지역 내 민간 부문과의 파트너십을 강화하는 것을 주요 골자로 하고 있다(관계부처합동, 2013). 이는 2007년 「사회적기업 육성법」이 시행된 후 초기 사회적기업 지원 정책들은 사회적기업이 뿌리내릴 수 있는 법적·제도적인 틀을 마련하고 직접적인 재정지원을 통해 기업의 초기 생존을 돕는 등의 양적 성장을 목표로 하고 있었다면, 2013년부터 2017년 사이의 2차 육성정책은 사회적 가치를 실질적으로 실현하고 지속적으로 성장하는 사회적기업을 육성하는 질적 성장을 목표로 하고 있다고 할 수 있다. 이러한 정부 정책의 방향 전환의 핵심적인 취지는 사회적기업의 네트워크의 활성화라고 할 수 있다.

즉, 사회적기업은 신생 벤처기업과 마찬가지로 태생적 불리함-즉, 신생의 불리함(liabilities of newness), 소규모의 불리함(liabilities of smallness)-을 갖고 있기 때문에 시장 내에서의 존립 여부가 위태로울 수밖에 없다(Aldrich & Auster, 1986; Gruber &

Henkel, 2006). 이러한 근본적 한계점을 극복하기 위해서는 사회적기업은 기업 차원에서 적극적인 네트워크 활동을 통해 지역 사회에 존재하는 가용 자원을 획득하고, 시장 수요의 변화에 신속하게 새로운 서비스나 재화를 생산할 수 있는 조직적 체계를 구축하는 노력이 반드시 필요하다(정대용, 김춘광, 2010a, 2010b, 2011; 정대용, 노경훈, 2009).

기존 연구들은 사회적기업의 네트워크 활동이 중요함을 강조해 왔으나, 실질적으로 네트워크 활동의 결과물이 무엇이며, 어떠한 기제를 통해 조직의 성과에 영향을 미치는지에 대한 연구는 상당히 부족한 실정이다. 특히 사회적기업이 태생적으로 지역 사회의 사회문제 해결을 위해 자생적으로 발생한 조직이라는 점을 비추어볼 때, 사회적기업의 네트워크 활동은 지역사회의 핵심적인 이해관계자들과의 긴밀한 의사소통 체계를 형성하고, 공동의 협력 체계 및 거버넌스 체계를 구축하는 등의 보다 장기적이고 밀착된 관계를 형성하여야만 원래 목표로 한 사회적·경제적 성과를 달성할 수 있을 것으로 예상된다. 그러나 사회적기업의 네트워크 활동, 지역사회와의 관계, 그리고 성과의 관계를 살펴본 연구는 전무한 상태이며, 이에 따라 본 연구는 이와 같은 네트워크 활동, 지역사회와의 관계, 성과 간의 기제를 밝히는 것을 목표로 하고 있다.

II. 이론적 배경

1. 사회적기업의 성과

사회적기업은 취약계층의 고용 문제 해결 등의 사회적 목표를 추구하는 동시에 경제적 자립도를 유지하기 위해 상업적 목표를 동시에 추구하는 독특한 형태의 조직이다(김재홍, 이재기, 2012; 문병기, 2012; 박수지, 엄태영, 2010; 이용탁, 2009; 이재희, 조상미, 2015; 조영복, 류정란, 2014; 최석현, 남승연, 2015). 또한 한국의 사회적기업은 그 법인 형태에 있어서도 다양한 형태를 취하고 있으며, 그에 따라 경제적 이윤에 대한 법적인 배분 방식도 상이하다. 이러한 사회적기업의 특수성으로 인해 사회적기업의 성과는 명확하게 정의하기 어려운 영역으로 남아있는 실태이다. 그러나 김순양(2008)은 사회적기업의 성과를 정의하려면 성과의 개념적 모호성에 대한 논의 그 자체보다는 먼저 평가의 주체와 대상, 그리고 평가결과의 활용 목적 등을 고려해야 한다고

주장하고 있다. 이러한 관점에서 본다면 사회적기업의 성과는 첫째, 해당 기업이 목표로 하고 있는 사회적 목적을 얼마나 실현했는지를 평가하는 사회적 성과가 한 축이 될 것이며, 둘째, 동시에 경제적 자립도와 같은 경제적 성과를 사회적기업이 달성해야할 또 하나의 주된 성과로 보아야 할 것이다(김정인, 2014; 이용탁, 주규하, 2014). 조상미 외(2013)는 과거의 사회적기업을 다룬 논문들을 분석한 결과 대부분의 연구들이 사회적기업의 성과를 사회적·경제적 성과를 동시에 검증하고 있다고 지적하였는데, 이는 비록 이 두 목표 가운데 어느 한 차원도 간과할 수 없는 성과의 중요한 요소라는 점을 반증하는 것이라고 할 수 있다.

1) 사회적 성과

사회적 성과는 사회적기업이 목표로 하고 있는 사회적 가치창출 정도를 의미하는 것으로, 사회적기업이 창출하는 사회적 성과는 “사회적기업이 생산한 가치 중 경제적으로 환산할 수 없는 비화폐적 가치”이다(선남이, 박능후, 2011: 144). 이러한 사회적 가치는 정량화하기 어렵다는 특징을 갖고 있을 뿐만 아니라(곽선희, 2009; 조상미 외, 2012), 그 사회가 직면한 가장 큰 사회적 문제와 직접적으로 연결되어 있기 때문에 특정 사회적 맥락마다 평가가 다를 수 있다. 한국의 사회적기업이 목표로 하고 있는 가장 중요한 사회적 성과는 취약계층을 위한 고용 창출과 사회적 서비스 제공과 더불어(김창범, 이찬영, 2015; 반성식 외, 2011; 이용탁, 2009; 홍효석, 김예경, 2016), 이를 통해 궁극적으로 지역 환경을 개선하고 지역민의 삶의 질을 향상하는 등의 지역 발전을 도모하는 것이라고 할 수 있다(이재희, 조상미, 2015; 장영란 외, 2012; 정상훈 외, 2015).

2) 경제적 성과

사회적기업의 경제적 성과에 대한 논의는 아직도 활발하게 진행 중이다. 일부에서는 사회적기업의 경제적 성과를 지나치게 강조할 경우 사회적기업에 고용된 취약계층 노동인력의 고용유지 및 노동조건의 개선을 어렵게 만든다고 지적하고 있다(박수지, 엄태영, 2010; 이정봉, 2010). 그러나 사회적기업의 경제적 지속가능성이 위협받을 경우 궁극적으로 사회적 비용이 증가하게 됨에 따라 그 본질적인 사회적 기능을 상실하

게 된다는 점에서 경제적 성과 역시 사회적기업의 간과할 수 없는 성과의 한 축이라고 할 수 있다.

경제적 성과를 측정하는 가장 단순한 방법은 재무제표 상의 매출액, 영업이익, 당기순이익과 같은 지표를 성과로 보는 방법이다(김정인, 2014; 김창범, 이찬영, 2015; 이용탁, 2009; 최석현, 남승연, 2015). 이와 유사하게 수익목표의 달성 여부, 재정자립도의 향상 등이 사회적기업의 주요한 경제적 성과라고 할 수 있을 것이다. 경제적 성과의 또 하나의 영역은 사회적기업의 시장 내에서의 기업 가치나 브랜드 가치의 향상으로 이는 향후 소비자의 구매여부에 영향을 줄 수 있으며, 경쟁자들에 대한 상대적 우위를 선점하게 하는 중요한 요인으로 작용할 수 있는 중요한 기업의 자산이다(김세윤, 양동우, 2011; 이재희, 조상미, 2015).

2. 사회적기업의 성과에 영향을 미치는 요인

1) 네트워크 활동(networking activity)

사회적기업의 네트워크 활동이란 사회적기업이 시장 내에서 경쟁우위를 차지하고 외부 자원을 획득하기 위해 적극적으로 다른 사회적 행위자(social actor)와 전략적이고 선택적인 상호작용으로 정의할 수 있다(Jarillo, 1989). 사회적기업은 대기업에 비해 신생의 불리함, 소규모의 불리함과 같은 한계점을 갖고 있으므로 이를 극복하기 위해서는 적극적인 네트워크 활동을 통해 시장에 대한 정보를 획득하고, 자원을 확보하고, 경쟁우위를 선점하여야만 생존의 가능성을 높일 수 있다(서도원, 2011; 이재희, 조상미, 2015; 정대용, 김춘광, 2010a, 2010b, 2011; 정대용, 노경훈, 2009). 이러한 관점에서 볼 때, 2013년 7월 고용노동부가 발표한 ‘사회적기업 활성화 추진 계획’ 역시 무조건적이고 일차원적인 재정지원에 초점을 맞춘 정부지원을 지양하고 사회적기업의 네트워크 강화를 목표로 하고 있는데 이는 사회적기업의 네트워크 활동의 경제적 가치를 강조하고 있는 것이라 할 수 있다(반성식 외, 2011; 이재희, 조상미, 2015; 고용노동부, 2013; Jarillo, 1989).

사회적기업의 네트워크 활동의 중요성에 대해서는 일반적으로 공감하고 있는 반면, 네트워크 활동이 실제로 성과에 긍정적인 영향을 주는지에 대한 실증연구의 결과는 다소 혼재되어 있는 상황이다. 예를 들어, Lerner 외(1997)는 사회적기업은 네트워

크 활동을 통해 새로운 서비스 개발 및 기회를 창출함으로써 수익을 높일 수 있다고 하였다. 한국의 사회적기업들을 대상으로 한 기존 연구들도 네트워크 활동이 성과에 유의미한 영향을 미치는 것으로 나타났다(김영옥 외, 2012; 이준희, 2016; 조상미 외, 2012; 조연성, 박건영, 2010). 이에 반해 일부 연구는 사회적기업의 네트워크 활동은 성과에 간접적인 효과만 존재하는 것으로 나타나거나 또는 전혀 효과가 없는 것으로 나타났다. 예를 들어, 반성식 외(2011)는 사회적기업의 네트워크 활동은 성과에 직접적인 효과가 아닌 간접적인 효과, 즉 기업가정신이 성과에 미치는 긍정적인 영향을 조절하는 역할을 하는 것으로 나타났으나, 정대용, 노경훈(2009)의 연구에서는 네트워크 활동은 기업가정신을 매개로 간접적으로 기업성과에 영향을 미치는 것으로 나타났다. 또한, 최석현, 남승연(2015)의 연구에서는 정부로부터 인증을 받은 사회적기업의 경제적·사회적 성과는 조직 내부의 역량에 의해 좌우되며 네트워크 활동은 이에 영향을 미치지 않는다고 주장하였다. 조남신(2003)의 벤처기업을 대상으로 한 연구에서는 네트워크 활동이 반드시 경제적 성과로 이어지는 것은 아니며, 네트워크 활동을 통해 조직의 학습이 이루어지고 그를 통해 조직역량이 향상될 때 성과에 긍정적인 영향을 준다고 하였다.

이렇게 연구결과들이 혼재되어 있는 원인은 네트워크 활동과 사회적기업의 성과 간의 복잡한 역학관계가 존재하기 때문일 수 있다. 즉, 반성식 외(2011)의 연구나 정대용, 노경훈(2010)의 연구 결과에서 나타난 바와 같이 네트워크 활동은 매개변수 또는 조절변수를 통해 간접적으로 성과에 영향을 미치는 기제가 존재할 수 있다는 것이다. 네트워크 활동을 통해 사회적기업은 분명 새로운 자원 또는 시장기회를 확보할 수 있으나, 동시에 네트워크 활동을 위해서는 시간과 노력, 기타 자원을 소모하는 등의 기회비용이 발생한다. 또한 이렇게 확보한 자원과 잠재적 기회가 반드시 수익창출로 이어지는 것은 아니라는 점에서 인력 또는 자원이 풍부하지 않은 사회적기업으로서는 네트워크 활동에 지나친 자원을 사용하는 것은 위험 요인으로 작용할 수 있다. 따라서 네트워크 활동으로 인한 기회비용을 줄이고 성과를 향상하기 위해서는, 뚜렷한 전략적인 방향성이 있어야 한다. 특히 지역 사회 기반의 사회적기업은 지역사회에 배태되고, 그를 통해 기업의 성과를 높이는 것을 네트워크 활동의 전략적 목표로 삼아야 한다고 보고, 지역관계의 네트워크 활동과 성과 간의 매개효과에 초점을 맞추고자 한다.

2) 네트워크 활동의 산물로서의 지역관계(local embeddedness)

지역관계란 개별 사회적기업이 지역사회의 주요 이해관계자들과 협력적 공동체를 형성하고 있는 정도를 의미한다(조상미, 김아래미, 2015). 지역관계라는 개념은 정부의 정책기조가 사회적기업과 지역사회와의 연계를 강화하고 있기 때문에, 최근 사회적기업의 연구에서 중요한 주제로 대두되고 있으나 아직 개념적으로 좀 더 심도 깊은 논의가 필요한 상태이다. 최근 논의되고 있는 지역관계의 개념은 기존 연구에서 배태성(social embeddedness)의 개념에 그 뿌리를 두고 있다고 볼 수 있다. 배태성(embeddedness)은 조직의 경제적 활동이 비경제적 주체들과의 관계에 의해 제한되는 정도를 의미하는데, 사회적 행위자들은 상호작용을 반복하면서 그들만의 사회적 규범과 비공식적 관계의 구조를 형성하게 되며, 그렇게 형성된 비공식적 사회구조 내에서 규범을 따르는 행위자에 대해 신뢰하는 경향이 있다는 것이다(Granovetter, 1985). 따라서 그들 간의 경제적 교환 행위는 경제적 합리성보다는 신뢰에 기초하여 거래비용을 줄이는 방식으로 거래가 이루어지게 되는 특성을 갖고 있다. 따라서 사회적기업의 지역관계란 개별 사회적기업이 지역사회의 핵심 이해관계자들로 구성되어 있는 지배구조, 즉 거버넌스에의 접근가능한 정도로 정의될 수 있으며, 이러한 접근성을 확보했느냐의 여부는 사회적기업의 경제적 활동 및 그 성과에 큰 영향을 준다고 할 수 있다.

그러나 지역관계의 개념은 네트워크 활동과는 구분되어야 한다. 네트워크 활동이 개별 사회적기업이 생존에 필요한 자원을 획득하기 위해 의도적이고 전략적으로 자원을 보유하고 있는 자(resource holder)를 선택하여 상호작용을 하는 행위에 초점을 맞추고 있는 반면, 지역관계는 반복적이고 지속적인 네트워크 활동에서 파생된 결과물이다. 즉, 네트워크 활동은 일회적이고 일방적인 상호작용(예: 사회적기업이 생산한 제품을 우선구매제도를 통해 지방자치단체에 판매하는 거래 행위)에 초점을 맞춘다면, 지역관계는 장기적인 신뢰관계를 바탕으로 구축된 쌍방간의 관계에 기초하고 있는 것으로 궁극적으로 사회적기업이 지역사회의 핵심 이해관계자들에 얼마나 접근 가능한지, 거버넌스의 구성원으로써 과연 핵심 이해관계자들의 의사결정에 영향을 미칠 수 있는지의 여부를 의미한다는 점에서 개념적으로 구분되며, 네트워크 활동의 산출물이다.

아직까지 지역관계에 대한 실증연구는 비교적 한정적으로 이루어져 왔으나, 대부분 해당 지역에 밀착된 사회적기업일수록 더 높은 발전가능성을 지니고 있음을 시사하고 있다(한상일, 2011). 또한 지역관계가 공고한 사회적기업일수록 지역민들과의 공

동유대감을 이끌어내는 등 지역사회에 사회적으로 공헌하면서도 동시에 성장을 지속하고 있는 것으로 나타났다(문순영, 2010; 박지선, 전은주, 2012; 최혁라 외, 2012). 따라서 지역관계는 사회적기업의 경제적 성과 뿐만 아니라 사회적 목표 달성에도 긍정적인 영향을 미치는 것으로 보인다. 장익훈(2012)의 연구는 지역 사회에 대한 기업의 배태성이 지역농산물을 거래하는 온라인 쇼핑몰을 이용하는 고객의 제품에 대한 신뢰도를 높여준다고 주장하고 있다.

기존의 연구들이 주로 지역관계의 신뢰와 정당성 확보, 거래비용의 감소 효과에 초점을 맞추고 있다면, Kalantaridis & Bika(2006)의 영국 Cumbria지역 사례를 연구는 사회적기업에 있어 지역관계의 중요성에 대한 보다 실질적 근거들을 제시하고 있다. 첫째, 지역 인력은 지역 내 다른 고용의 기회가 제한되므로 이직을 위한 준비보다는 자신이 일하는 사회적기업에 몰입하고 충성할 가능성이 높다. 둘째, 잠재적 시장 확대를 위해 외부 지역까지 서비스를 제공하는 것보다 특정 지역에 집중하는 것이 운영 비용(예: 교통비, 통신비, 운송비 등)을 줄여줄 수 있다. 셋째, 상대적으로 규모가 큰 기업들이 제공하는 제품이나 서비스와는 차별화된 그 지역의 특색을 살릴 수 있는 상품의 개발 또는 시장의 규모가 작아 경제성이 떨어져 다른 기업들이 신규 투자를 꺼리는 틈새시장을 개발할 가능성이 높다는 것이다.

이러한 지역관계에 대한 논의를 지역사회의 사회적기업의 영리활동에 있어서의 기능에 대한 논의로 확장해본다면, 박지선, 전은주(2012)는 사회적기업의 활동에 있어서 지역사회의 기능을 1) 잠재적 소비자, 2) 가용자원의 제공 및 공조의 기능, 3) 지역사회의 규범을 강화하는 사회통제의 기능, 4) 지역사회 발전을 위한 사회적 통합 기능으로 정리하고 있다. 이는 사회적기업은 이러한 지역사회에 배태됨으로써(embedded) 해당 지역이 당면한 사회적 문제와 지역사회가 필요로 하는 사회서비스 및 제품의 수요를 보다 정확히 파악하고 새로운 시장 기회를 창출해나감으로써 영리추구와 지역발전을 함께 추구할 수 있음을 시사하는 것이다(유일 외, 2013; 최석현 외, 2012).

지역사회는 또한 사회적기업의 경제적 활동에서 직접적인 시장기회를 제공하는 이상의 기능을 하고 있다. 지역사회는 해당 지역의 구성원들의 행동을 문화, 규범 등을 통해 비공식적으로 규제하고, 해당 지역사회의 구성원들은 공동체 의식을 공유하는 속성을 갖고 있으므로, 지역사회의 지배구조를 구성하고 있는 핵심 이해관계자들과 협력적 관계를 맺고 함께 거버넌스 활동에 참여하고 있는 사회적기업은 지역사회 구성원들로부터 쉽게 정당성(legitimacy)을 획득할 수 있다고 하겠다. Hoang과

Antoncic(2003)은 이러한 지역사회에의 배태성 정도가 인지도가 낮은 소규모의 기업의 제품을 구매하는 소비자의 입장에서 감당해야 하는 위험인식(perceived risk)의 정도를 낮춰줌으로써 궁극적으로 사회적기업의 경제적 성과에 큰 영향을 줄 수 있다고 주장하고 있다. 따라서 사회적기업의 지역사회 주요 이해관계자들과의 협력관계를 맺고 있는 정도는 사회적기업의 목표 달성과 지속적 성장을 위한 핵심적인 요소라고 할 수 있다.

III. 연구설계

1. 가설 및 연구모형

위에서 논의된 이론적 배경을 바탕으로, 본 연구는 사회적기업의 네트워크 활동이 지역사회와 사회적기업 간의 배태성을 높임으로써 성과를 향상시킬 수 있다는 가설을 검증하고자 한다. 특히 본 연구는 지역관계가 실제로 네트워크 활동과 성과 간의 관계에 매개효과를 갖고 있는지에 초점을 맞추고자 하며, 그에 따라 다음과 같은 연구모형과 가설을 설정하였다. 또한 사회적기업의 네트워크 활동 가운데, 기존 연구에서 전략적으로 가장 중요한 네트워크 활동의 대상으로 나타났던 민간 부문 행위자인 1) 의사결정기구와 2)지역협의회, 정부부문에서는 3) 지방자치단체와 4)중앙정부와의 네트워크 활동에 초점을 맞춰 가설을 설정하였다.

1) 지역관계의 의사결정기구와의 네트워크 활동과 성과 간의 매개효과

「사회적기업육성법」에 의하면, 사회적기업은 정부로부터 인증을 받기 위해서는 “서비스 수혜자, 근로자 등 이해관계자가 참여하는 의사결정구조를 갖출 것”¹⁾을 요구하고 있다(김성기, 2009; 이나경, 황순택, 2010; 최석현 외, 2012; 한상진, 2009). 이러한 의사결정기구에는 주주총회, 이사회, 운영위원회, 노사협의회 등이 포함되며, 의사결정기구와의 적극적인 네트워크 활동은 지역관계를 구축하는 중요한 수단이 될 수 있다. 즉, 의사결정기구 활용을 통해, 구성원들이 사회적기업의 운영과 관련된 주요

1) 「사회적기업육성법」 제8조(사회적기업의 인증 요건 및 인증절차) 1항 4호

의사결정과정에서 참여함으로써 긍정적 동기부여를 하게 되며(박준철, 홍순복, 2007; 이나경, 황순택, 2010), 구성원들로 하여금 조직에 몰입하고 조직발전을 위해 자신의 지역사회와의 인적 네트워크를 적극적으로 활용할 수 있다. 따라서 의사결정기구와의 네트워크 활동은 지역관계를 강화시키고, 그를 매개로 사회적기업의 성과를 높일 것으로 예상된다.

H1a. 의사결정기구와의 네트워크 활동은 지역관계를 매개로 사회적기업의 사회적 성과에 영향을 미칠 것이다.

H2a. 의사결정기구와의 네트워크 활동은 지역관계를 매개로 사회적기업의 경제적 성과에 영향을 미칠 것이다.

2) 지역관계의 지역협의회와의 네트워크 활동과 성과 간의 매개효과

지역협의회는 해당 지역 내 사회적기업들 간의 교류 및 소통을 목적으로 구성된 조직으로 사회적기업들 간의 활동 지원을 위해 다양한 기관들과의 연계, 홍보, 지원 등과 같은 사업들을 진행한다. 기존 연구에 의하면 사회적기업의 비영리조직과의 네트워크 활동을 통해 공동의 사회목표를 추구하는 협력관계를 구축함으로써 사회적 성과를 향상시킬 수 있으며(김영옥 외, 2012), 다른 사회적기업들과의 네트워크 역시 사회적·경제적 성과에 긍정적인 영향을 주는 것으로 나타났다(이준희, 2016). 즉, 이러한 지역협의회와의 네트워크 활동을 통해 사회적기업은 지역 사회가 추구하는 특유의 공동체 의식을 공유하고 지역사회에 대한 정보 및 지식이 풍부한 다른 사회적기업들과 긴밀한 공동체를 구축하고, 이를 통해 지역사회의 환경변화에 대한 민감한 정보를 신속하게 얻을 수 있을 뿐만 아니라 새로운 재화 및 서비스를 개발하고 이를 통해 성과를 높일 수 있을 것으로 예상된다.

H1b. 지역협의회와의 네트워크 활동은 지역관계를 매개로 사회적기업의 사회적 성과에 영향을 미칠 것이다.

H2b. 지역협의회와의 네트워크는 활동은 지역관계를 매개로 사회적기업의 경제적 성과에 영향을 미칠 것이다.

3) 지역관계의 정부기관(지방자치단체와 중앙정부)과의 네트워크 활동과 성과

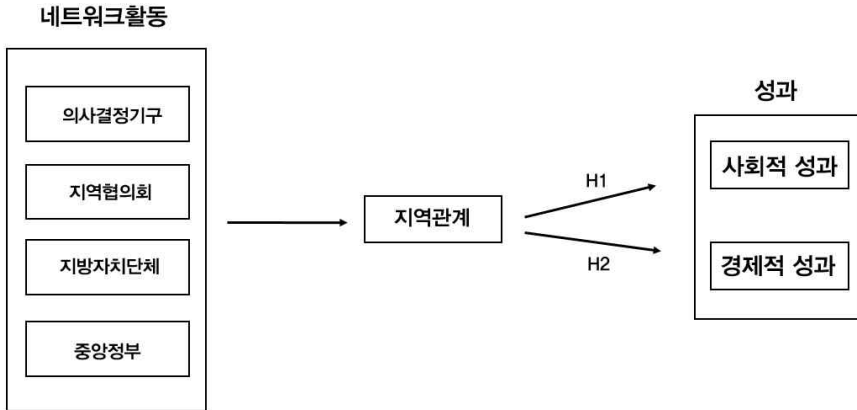
기존 연구는 사회적기업이 네트워크를 구축하는 과정에서 정부의 역할을 강조하

고 있다. 신생 사회적기업의 경우 태생적 불리함으로 주도적으로 네트워크를 구축해 나가는 것이 어려울 수 있기 때문에 정부가 적극적으로 사회적기업과 사회의 다양한 주체들과의 파트너십과 거버넌스 구축을 주도할 때 기업의 경쟁력이 강화된다고 주장하고 있다(신국현, 서순탁, 2014; 조상미 외, 2012). 이에 따라 지방자치단체들은 사회적기업 육성을 위한 다양한 사업들을 진행하고 있다. 따라서 사회적기업은 지방자치단체와의 네트워크 활동을 통해 직접적인 자원의 확보가 가능하다. 또한 지방자치단체는 지역사회에 상당한 영향력을 보유하고 있기 때문에, 사회적기업의 입장에서는 지방자치단체와의 네트워크 활동을 통해 해당 권역 내에서 다양한 지역사회와의 연계에 실질적인 도움을 얻을 수 있는 관계를 형성해 나갈 수 있는 것이다(김혜원, 2011). 최근 사회적 경제의 활성화를 위해 고용노동부 이외의 중앙부처들도 사회적기업을 위한 육성 사업들을 지원해왔는데, 사회적기업들은 이를 통해 재정적 자원을 확보할 수 있다는 점에서 중앙 정부와의 네트워크 활동을 활발하게 유지해 왔다. 또한 이렇게 중앙정부로부터의 인증, 재원 확보 등은 지역사회에서의 사회적기업의 정당성(legitimacy)과 수용성을 높일 수 있다는 점에서 지역관계를 강화시키고 궁극적으로 사회적·경제적 성과에 긍정적인 영향을 미칠 수 있을 것으로 예측된다.

- H1c. 지방자치단체와의 네트워크 활동은 지역관계를 매개로 사회적기업의 사회적 성과에 영향을 미칠 것이다.
- H2c. 지방자치단체와의 네트워크 활동은 지역관계를 매개로 사회적기업의 경제적 성과에 영향을 미칠 것이다.
- H1d. 중앙정부와의 네트워크 활동은 지역관계를 매개로 사회적기업의 사회적 성과에 영향을 미칠 것이다.
- H2d. 중앙정부와의 네트워크 활동은 지역관계를 매개로 사회적기업의 경제적 성과에 영향을 미칠 것이다.

위의 가설을 바탕으로 다음의 <그림 1>과 같은 연구모형을 설정하였다.

〈그림 1〉 연구 모형



2. 측정도구

1) 사회적기업의 성과: 사회적 성과 및 경제적 성과

사회적 성과란 사회적기업이 조직의 궁극적인 목표인 사회 문제 해결 및 새로운 사회 가치 창출에 공헌하는 정도를 의미한다. 특히 한국 사회적기업의 사회적 성과는 크게 취약계층의 삶의 질 개선 및 지역사회 개발이라 판단하고, 이를 Sharir & Lerner(2006)의 연구를 바탕으로 조상미 외(2012)가 개발한 9개 항목을 이용해 측정하였다. 이 가운데 4개 항목은 지역사회에의 고용창출, 사회문제 해결, 취약계층에 서비스 제공 등 취약계층의 삶의 질 개선을 목표로 한 항목들로 구성되어 있으며, 5개 항목은 지역인식 고취, 삶의 질 향상, 윤리적 소비 고취 등 지역사회의 삶의 질 개선 및 개발에 기여하는 정도를 측정하고 있다.

경제적 성과란 사회적기업을 유지할 위한 금전적 성과(기업매출)와 기업 성장을 위한 기업 가치의 향상(기업가치)으로 정의하였다. 당기순이익 등의 객관적인 지표는 금전적 성과를 직접적으로 보여줄 수 있는 반면, 사회적기업의 특성상 각종 지원금이 당기순이익에 포함되기 때문에 이와 같은 객관적 지표가 반드시 재정자립도를 의미하지는 않는다는 점에서 그 한계점을 갖고 있다. 따라서 사회적기업들의 경영자가 주관적으로 판단한 경제적 성과가 사회적기업들이 처한 맥락에 보다 적합하다고 판단하여,

본 연구에서는 Merz & Sauber(1995)가 개발하고 조상미 외(2012)가 번역하여 신뢰도와 타당도를 검증한 6개의 Likert 5점 척도 항목을 사용하였다. 이 항목들은 응답자의 주관적인 경제적 성과(매출증가 및 영업이익 증가 정도, 수익목표 달성 정도, 재정자립도 향상 정도, 고객만족도 및 브랜드 가치 향상 정도)의 정도를 측정하도록 고안되었다.

2) 네트워크 활동

네트워크 활동을 측정하기 위해 응답 기업에게 기업활동에 지원을 제공하는 개인 또는 기관들 가운데, 실질적 상호작용이 있는 조직의 이름을 명시하고 상호작용의 빈도수와 상호작용의 만족도(관계의 강도)를 Likert 5점 척도로 표시하도록 하였다. 구체적으로 의사결정기구와의 네트워크 활동은 사회적기업이 의사결정과정에 있어 의사결정기구-주주총회, 이사회, 운영위원회, 노사협의회-와의 연평균 회의개최건수(상호작용의 빈도)와 의사결정의 활용의 효과성 정도를 Likert 5점 척도로 측정한 값(상호작용의 강도)을 가중치로 조절한 값을 네트워크 값으로 사용하였다. 지역협의회, 중앙정부, 지방자치단체와의 조직과의 네트워크 활동의 네트워크 활동의 빈도와 5점 척도로 측정한 만족도(관계의 강도)를 가중치로 조절한 값을 네트워크 활동으로 정의하였다.

3) 지역관계

본 연구모형의 매개변수인 지역관계는 지역 사회 내의 배태성을 강조한다는 점에서, 사회적기업을 둘러싼 지역 내 핵심 이해관계자들과의 공동체 형성에의 참여 정도로 정의하였다. 공동체 형성에의 참여 정도라는 것은 기존의 많은 연구에서 지적하고 있듯이 지극히 추상적인 개념이라 다양한 측정 방법이 존재하며, 이에 대한 논란도 많다(Kalantaridis & Bika, 2006). 본 연구에서는 Sharir & Lerner(2006)의 연구에서 사용되었던 측정도구를 조상미, 김아래미(2015)가 번역하여 신뢰도와 타당도를 검증한 3개 항목을 연구에 사용하였다. 사회적기업과 지역사회 이해관계자들 간의 의사소통 정도, 협력의 정도, 거버넌스 구축에의 참여 정도를 측정하였다. 각 항목은 Likert 5점 척도로 측정되었다.

Ⅳ. 분석 결과

1. 연구의 표본 및 자료 수집

1) 설문 응답자 선정

본 연구를 위해 고용노동부의 인증을 받은 1,735개(2016년 12월 27일 기준)의 전국의 사회적기업이 연구대상으로 선정되었다(사회적기업진흥원, 2016). 본 연구의 분석 단위는 기업 단위로 각 사회적기업의 최고경영자 또는 해당 기업에서 조직의 재정 정보 및 기획 등에 대한 정보를 상세히 알고 있고 전체 운영 상태를 파악하고 있는 핵심 실무자에게 응답을 요청하였다.

〈표 1〉 응답 기업들의 분포

구분	항목	빈도	%	구분	항목	빈도	%
법인 형태	상법상 회사	58	48.3	지역	서울	18	14.9
	민법상법인	17	14.2		경기	18	14.9
	비영리민간단체	6	5		광주	16	13.2
	사회복지법인	6	5		대구	19	15.7
	영농(어)업조합	4	3.3		강원	6	5
	농(어)업회사	1	0.8		충청	12	9.9
	사회적협동조합	4	3.3		전라	5	4.2
	협동조합	17	14.2		경상	23	18
	기타 법인 및 단체	7	5.8		기타	4	3.3
	합계	120	100		합계	121	100
사회적 목적 유형	일자리제공형	85	70.2	사회 서비스 분야	사회복지	14	12
	지역사회공헌형	9	7.4		환경	12	10.3
	사회서비스제공형	3	2.5		청소	14	12
	혼합형	12	9.9		고용	13	11.1
	기타형	12	9.9		교육	15	12.8
	합계	121	100		문화예술	15	12.8
					기타	26	29.1
					합계	117	100

2) 자료 수집

본 연구는 2017년 3월부터 5월까지 실시한 설문 조사에서 수집된 데이터를 바탕으로 이루어졌다. 설문 조사를 위해 한국사회적기업진흥원(2016)이 공개한 주소지를 이용해 1,735개 사회적기업에 설문지를 송부하였다. 주소불명으로 반송된 143부를 제외한 1,592부 가운데 124부의 설문지를 회수하였으며(응답율 7.7%), 이 가운데 불성실한 응답을 보인 3부를 제외한 121부를 분석 대상으로 활용하였다.

응답 기업 중 정규직 직원수가 9명 이하인 기업은 60개(50.8%), 10명에서 19명 이하인 기업은 26개(21.6%)로 전체 121개 기업 가운데 72.6%가 소규모의 사회적기업이었다. 응답 기업들의 조직 연령(organizational age)은 사회적기업 인증 후 3년 이하가 75개로 전체의 63.1%를 차지하였다. 응답 기업들의 지역 분포는 대체로 지역별 균형을 이루는 것으로 나타났다. 기타 설문 참여 기업들의 상세한 정보—법인형태, 소재 지역, 사회적 목적 유형, 사회서비스 분야—는 위의 <표 1>과 같다.

<표 2> 타당도 및 신뢰도 분석 결과

변수 및 하위 차원		측정항목	요인적재량		크론바흐 알파계수
사회적 성과	취약 계층	우리 조직은 지역내 고용문제 해결에 기여하고 있다.	.074	.773	0.770
		우리 조직은 지역사회 취약계층에게 사회서비스 제공에 기여하고 있다.	.389	.683	
		우리 조직은 지역사회뿐 아니라 외부에서도 인정을 받고 있다.	.165	.744	
		우리 조직은 사회적기업이 지니고 있는 사회적 가치를 실현해 나가고 있다.	.427	.622	
	지역 개발	우리 조직은 지역사회의 문제해결에 기여하고 있다.	.683	.391	0.783
		우리 조직은 지역사회의 환경개선에 기여하고 있다.	.872	-.082	
		우리 조직은 지역사회 주민 삶의 질 향상에 기여하고 있다.	.657	.431	
		우리 조직은 지역사회 주민들의 지역인식 고취에 기여하고 있다.	.599	.302	
경제적 성과	기업 매출	우리 조직은 지속적으로 매출이 증가하고 있다.	.866	.258	0.941
		우리 조직은 지속적으로 영업이익이 증가하고 있다.	.940	.140	
		우리 조직은 지속적으로 수익목표를 달성하고 있다.	.909	.177	
		우리 조직은 재정자립도가 향상되고 있다.	.895	.156	
	기업 가치	우리 조직의 제품 또는 서비스에 대한 고객만족도가 향상되고 있다.	.200	.886	0.802
		우리 조직의 브랜드 가치가 향상되고 있다.	.154	.902	
지역 관계	지역 관계	우리 조직은 지역사회 관계자들과 원활하게 소통하고 있다.	.903	—	0.883
		우리 조직은 지역사회 관계자들과 원활한 협력관계를 유지하고 있다.	.940	—	
		우리 조직은 지역사회 거버넌스 구축활동에 적극적으로 참여하고 있다.	.867	—	

각 기업들의 네트워크 활동의 현황에 대해 간략히 소개하자면, 평균적으로 1.4개의 중앙정부 부처(관계 강도로 조정한 평균은 2.35), 0.4개의 지방자치단체(관계 강도로 조정한 평균값은 1.24), 1.3개의 지역협의회와 네트워크 활동을 하고 있는 것으로 나타났다, 주주총회는 연평균 1회(가중치 평균 3.9), 이사회는 3.6회(가중치 평균 14.8), 운영위원회는 2.44회(가중치 평균 9.5), 노사협의회는 1.1회(가중치 평균 4.0)로 이사회를 가장 적극적으로 활용하고 있는 것으로 나타났다.

3) 데이터 분석

본 연구는 변수들의 신뢰도 검증을 위해 Cronbach's Alpha 테스트를 실시하였으며, 그 결과 모든 변수의 차원들의 Cronbach's Alpha 값은 0.7 이상으로 각 문항에 대한 신뢰성이 높게 나타났다. 또한 타당도 검증을 위해 변수의 하위 차원들 간의 독립성 확인이 용이한 베리맥스 회전(Varimax rotation) 방법을 선택하여 요인분석을 실시하였으며, 모형에 포함된 변수들 가운데 관계의 수와 강도를 이용하여 산출한 네트워크 활동을 제외한 지역관계, 사회적, 경제적 성과의 신뢰도 및 타당도 분석 결과는 위의 <표 2>와 같다.

121부의 데이터는 SPSS23.0을 이용하여 분석하였으며, 지역관계의 매개효과를 검증하기 위해서 Hayes(2013)가 개발한 PROCESS 2.16을 이용하여 부트스트랩(bootstrap) 기법을 실시하였다. 매개변수의 매개효과를 검증하는 방법으로는 Baron & Kenny(1986)가 제안한 위계적 회귀분석 기법, Z검증을 이용한 Sobel test 기법 등이 있다. 그러나 Baron & Kenny(1986)의 단계모형의 경우 독립변수의 종속변수와의 간접 효과의 크기를 가늠할 수 없다는 점에서, Sobel test의 경우에는 표본분포의 정규성을 지나치게 엄격하게 가정함으로써 매개효과 또는 조절효과 등의 간접효과 검증에서 종종 나타나는 표본분포의 비정규성을 무시하고 있다는 점에서 비현실적이라는 비판을 받아왔다(Preacher & Hayes, 2004). 특히 Sobel test의 경우 표본의 크기가 작은 경우 특히 오차가 큰 것으로 나타나 본 연구에 적용하기에는 적합하지 않은 것으로 판단하였다. Hayes(2013) 기법은 분포의 정규성에 대한 가정 없이 비모수적 반복표본추출 방법을 사용하는 부트스트랩(bootstrap) 방식이므로 표본의 크기가 작은 경우에도 매개효과를 가장 정확하게 추론할 수 있는 기법으로 평가되고 있다. 따라서 본 연구는 Hayes(2013)의 부트스트랩 기법을 이용하여 지역관계의 네트워크 활동과 기업의 성과

(사회적 성과, 경제적 성과) 간의 매개효과를 검증하였다.

2. 상관관계 분석 결과

주요 변수들 간의 상관관계 분석 결과는 다음의 <표 3>과 같다. 상관관계 분석에 의하면 사회적성과와 경제적성과는 의사결정기구와의 네트워크 활동 및 지역관계와 양(+)의 상관관계를 갖고 있는 것으로 나타났다. 이에 반해 지역협의회는 지역관계와 양(+)의 상관관계, 지역자치단체는 사회적성과 가운데 지역사회공헌도, 경제적성과 가운데 기업가치상승, 지역관계 변수와 양(+)의 상관관계를 갖고 있는 것으로 나타났다. 또한 사회적기업의 중앙정부와의 관계는 지방자치단체와의 관계와 음(-)의 상관관계를 갖고 있는 것으로 나타났다.

<표 3> 주요 변수들 간의 상관관계 분석 결과

변수	평균	표준 편차	N	1	2	3	4	5	6	7	8	9
1. 사회적성과	3.89	0.56	121	1								
2. 경제적성과	3.66	0.72	119	.388**	1							
3. 의사결정기구	3.92	0.72	120	.409**	.347**	1						
4. 지역협의회	1.27	2.17	121	.117	.041	.098	1					
5. 지자체	1.24	1.96	121	.182*	.128	.100	.035	1				
6. 중앙정부	2.35	2.02	121	.105	.088	.034	.154	-.303**	1			
7. 지역관계	3.84	0.74	119	.539**	.425**	.243**	.247**	.280**	.080	1		
8. 조직나이	8.18	5.23	120	-.111	-.102	-.271**	-.107	-.165	-.032	-.076	1	
9. 조직규모	61.20	283.6	118	-.268**	-.248**	-.145	-.044	-.079	-.011	-.219*	.073	1

** . $p < 0.01$; * . $p < 0.05$ (양측)

3. 네트워크 활동과 사회적기업의 사회적 성과 간의 지역관계의 매개효과

네트워크활동과 사회적기업의 사회적성과 간의 지역관계 변수의 매개효과를 분석한 결과는 다음과 같다. 우선 네트워크활동과 사회적성과 간의 지역관계의 매개효과를 살펴보면(표 4)²⁾, 각각의 effect size는 해당 경로(변수간의 관계의 경로)에서 독립변

2) 매개효과 검증을 위한 모든 분석 과정에서 조직연령(organizational age)과 조직규모(organizational size)의 효과가 통제되었다.

수가 종속변수에 대한 총효과, 직접효과, 간접효과의 크기를 나타내고 있다. LLCI와 ULCI는 부트스트랩 기법을 통해 산출된 신뢰구간으로 이 구간이 0을 포함하는 경우 해당 경로에서의 독립변수가 종속변수에 미치는 간접효과에 대한 귀무가설을 기각할 수 없는 것으로 판단한다.

〈표 4〉에서 의사결정기구와의 네트워크는 사회적성가에 직접적인 영향을 미칠 뿐 아니라($b=0.218$, $SE=0.061$), 지역관계를 매개로 하여 간접적으로 사회적성가에 영향을 미치는 것으로 나타났으며($b=0.077$, $SE=0.040$) 이는 95% 신뢰도 수준에서 통계적으로 유의한 것으로 나타났다. 사회적기업의 지역협의회 및 지방자치단체와의 네트워크 활동은 사회적성가에 지역관계를 구축함으로써 사회적성가를 향상하는 간접적인 효과만이 검증되었다(지역협의회: $b=0.029$, $SE=0.012$, 지방자치단체: $b=0.036$, $SE=0.013$). 이에 반해, 지역관계의 중앙정부와 사회적 성과 간의 매개효과는 통계적으로 유의하지 않았다(가설 H1d 기각). 따라서 가설 H1a, H1b, H1c는 채택되었다.

〈표 4〉 지역관계의 네트워크 활동과 사회적성과 간의 매개효과

가설	경로	Effect	Effect size	SE	LLCI	ULCI	가설
H1a	의사결정기구 ⇒지역관계 ⇒사회적성과	total	0.295	0.068	0.160	0.429	채택
		direct	0.218	0.061	0.097	0.339	
		indirect	0.077	0.040	0.012	0.168	
H1b	지역협의회 ⇒지역관계 ⇒사회적성과	total	0.029	0.024	-0.018	0.076	채택
		direct	0.000	0.021	-0.042	0.042	
		indirect	0.029	0.012	0.011	0.057	
H1c	지방자치단체 ⇒지역관계 ⇒사회적성과	total	0.046	0.026	-0.005	0.097	채택
		direct	0.011	0.023	-0.036	0.057	
		indirect	0.036	0.013	0.013	0.066	
H1d	중앙정부 ⇒지역관계 ⇒사회적성과	total	0.024	0.025	-0.026	0.074	기각
		direct	0.012	0.022	-0.031	0.055	
		indirect	0.012	0.013	-0.013	0.036	

Confidence level for confidence intervals = 95%

〈표 5〉 지역관계의 네트워크활동과 경제적성과 간의 매개효과

가설	경로	Effect	Effect size	SE	LLCI	ULCI	가설
H2a	의사결정기구 ⇒지역관계 ⇒경제적성과	total	0.351	0.088	0.177	0.526	채택
		direct	0.262	0.085	0.095	0.430	
		indirect	0.089	0.047	0.020	0.211	
H2b	지역협의회 ⇒지역관계 ⇒경제적성과	total	0.014	0.031	-0.047	0.075	채택
		direct	-0.023	0.029	-0.080	0.034	
		indirect	0.036	0.016	0.013	0.078	
H2c	지방자치단체 ⇒지역관계 ⇒경제적성과	total	0.047	0.034	-0.020	0.114	채택
		direct	0.004	0.032	-0.060	0.067	
		indirect	0.043	0.019	0.015	0.091	
H2d	중앙정부 ⇒지역관계 ⇒경제적성과	total	0.031	0.033	-0.034	0.097	기각
		direct	0.019	0.030	-0.040	0.079	
		indirect	0.012	0.013	-0.012	0.043	

Confidence level for confidence intervals = 95%

4. 네트워크 활동과 사회적기업의 경제적 성과 간의 지역관계의 매개효과

다음으로 네트워크 활동과 사회적기업의 경제적 성과 간의 지역관계 변수의 매개효과를 분석한 결과는 위의 〈표 5〉와 같다. 의사결정기구와의 네트워크는 경제적 성과에 직접적인 영향($b=0.262$, $SE=0.085$)을 미칠 뿐 아니라, 지역관계를 매개로 하여 간접적으로 경제적 성과에 영향을 미치는 것으로 나타났다($b=0.089$, $SE=0.047$). 사회적기업의 지역협의회 및 지방자치단체와의 네트워크는 지역관계를 통해 간접적으로 사회적 성과에 긍정적인 영향을 미치는 것으로 나타났다(지역협의회: $b=0.036$, $SE=0.016$, 지방자치단체: $b=0.043$, $SE=0.019$). 이에 반해 중앙정부와의 네트워크 활동은 경제적 성과에 직·간접적인 영향을 미치지 않는 것으로 나타났다. 따라서 가설 H2d를 제외한 H2a, H2b, H2c는 채택되었다.

V. 함의 및 결론

이 연구는 사회적기업의 네트워크 활동과 사회적·경제적 성과 간의 관계를 지역관계의 매개효과를 중심으로 살펴보고자 하였다. 연구 결과를 요약하자면 의사결정기

구, 지역협의회, 지방자치단체와 원활한 네트워크 활동을 하고 있는 사회적기업일수록 지역사회 내의 이해관계자들과 적극적으로 소통·협력하며, 공동의 거버넌스를 구축하는 등의 지역관계를 공고히 함으로써 사회적·경제적 성과를 향상시키는 것으로 나타났다. 이와 같은 결과는 다음과 같은 이론적, 정책적 시사점을 제공한다.

첫째, 이 연구의 결과는 기존 연구에서 명확하지 않았던 네트워크 활동과 성과 간의 관계를 밝히는데 도움이 될 것으로 기대된다. 즉, 사회적기업은 한정된 시간과 인적자원을 갖고 네트워크 활동을 구성함에 있어서 지역관계를 강화하는 등의 뚜렷한 전략적 방향성을 가져야만 성과를 향상시킬 수 있다는 것이다. 더불어, 네트워크 활동의 본질적 목표는 환경변화에 유연하게 대처하기 위해 필요한 정보와 자원의 획득이라는 관점에서, 사회적기업의 가장 중요한 환경인 지역관계 구축이야말로 사회적기업들의 네트워크 활동을 통해 달성해야 할 가장 중요한 목표라고 할 수 있을 것이다. 즉, 이 연구의 결과는 사회적기업들이 일회적인 네트워크 활동에서 그치지 않고, 반복적이고 장기적인 네트워크 활동을 통해 지역사회 핵심 이해관계자들과 신뢰와 협력에 바탕을 둔 사회적 자본을 형성하고 지역사회 거버넌스 내에 배태되어야만(socially embedded) 경제적·사회적 성과를 향상시킬 수 있음을 시사한다. 즉, 사회적기업은 지역관계 내에 배태되어야만 장기적으로 가용할 수 있는 자원을 확보하고, 지역사회 내의 사회서비스 수요에 대한 시의적절한 정보를 획득할 수 있을 뿐만 아니라, 비로소 소규모 기업으로서 불리한 요건들을 극복하며 환경적 불확실성을 줄일 수 있음을 시사한다. 따라서 향후 연구는 네트워크와 성과 간의 관계에 영향을 미칠 수 있는 변인들에 대한 연구가 보충되어야 할 것이다.

둘째, 이 연구의 결과는 사회적기업들의 의사결정 과정에서 의사결정기구의 적극적인 활용이 필요함을 시사하고 있다. 사회적기업은 대체로 규모가 작기 때문에 의사결정이 최고경영자의 의지나 기업가정신에 크게 좌우될 수 있다. 의사결정기구는 이러한 기업가 개인의 의사결정을 견제할 수 있는 권한을 지닌 주체이기도 하지만, 동시에 의사결정기구의 개별 구성원들은 개인적인 지역사회와의 인적 네트워크를 사회적기업에게 가용자원으로 제공할 수 있다는 점에서 다양한 장점을 갖고 있다고 본다. 또한 이러한 의사결정기구의 적극적 활용을 통해 새로운 아이디어의 개발, 지역사회의 서비스 수요에 대한 정확한 파악 등이 가능하고 이러한 점들은 궁극적으로 성과에 직·간접적으로 긍정적인 영향을 줄 것으로 예상된다. 이와 같은 관점에서 본다면, 현재 우리 정부는 의사결정기구의 설치를 의무화하고 있으나, 향후 단순히 의사결정기구의 설치에

그치는 것이 아니라 그 활용도를 높일 수 있도록 의사결정기구의 운용에 대한 가이드 라인을 제시하는 등의 다양한 경영지원 제도 및 정책을 마련해야 할 것이다.

셋째, 위의 결과에 의하면 지방자치단체와의 네트워크는 성과에 간접적으로 긍정적인 영향을 미치는 반면, 중앙정부와의 네트워크는 기업의 사회적·경제적 성과에 직·간접적인 영향이 없는 것으로 나타났는데 이에 대한 보다 심도 깊은 분석이 필요하다. 이와 같은 결과는, 사회적기업의 건전한 육성을 위해서는 지방자치단체의 기능이 확대되어야 함을 시사하는 것은 분명하나, 중앙정부의 지원이 의미 없음을 시사하는 것은 아니다. 현재 우리 정부의 정책은 사회적기업의 창업부터 육성·지원에 이르기까지 중앙정부의 역할이 상당한 비중을 차지하고 있다(김학실, 2012; 신국현, 서순탁, 2014; 조영복, 2011; 최무현, 2014; 최석현, 남승연, 2015). 서론에서 전술한 바와 같이, 정부의 사회적기업의 육성정책은 양적 성장에서 질적 성장을 위한 패러다임의 변화가 있었으며, 그 변화의 핵심은 그간 중앙정부의 개별 기업에 대한 인건비 지원 등의 단순 재정지원을 지양하고, 사회적기업과 지방자치단체 및 해당 지역 내의 민간 부문과의 네트워킹을 활성화함으로써 해당 사회적기업의 지역사회 내에서의 역할을 확대하는 방향으로 나아가는 것이라고 할 수 있다. 즉, 지방자치단체는 사회적기업에 판로개척, 인력개발, 운영 자문 등의 다양한 자원들을 제공할 수 있을 뿐만 아니라(김혜원, 2011), 사회적기업이 추구하는 사회적 가치가 궁극적으로 해당 지역사회의 발전을 목적으로 하고 있다는 사실을 고려할 때 해당 지역과의 밀착된 공동체 형성을 통해 지역사회와 사회적기업들이 함께 상생할 수 있는 거버넌스 체제의 구축을 위해서는 지방자치단체의 역할이 결정적임을 알 수 있다. 이러한 지역사회와의 밀착성을 높이는 것이 정부의 사회적기업의 육성정책의 결과라고 볼 수 있으므로, 본 연구의 결과를 토대로 근본적인 기능과 역할이 다른 중앙정부와의 네트워크 활동이 의미없다고 결론 짓기는 어려우며, 오히려 정부의 사회적기업 육성정책의 방향 전환이 서서히 실효성을 거두고 있는 것이라고 볼 수 있을 것이다. 따라서 이와 같은 논의와 더불어, 향후 민간기관과의 연계를 비롯한 보다 장기적인 정책 변화의 결과에 대해 향후 연구에서 보다 다각도에서 심도 깊은 논의가 필요하며, 특히 사회적기업의 육성에 있어서 지방자치단체의 역할과 기능에 대한 정책적 제고가 필요하다 하겠다.

마지막으로 본 연구의 결과가 시사하고 있는 바는 결국 사회적기업이 새로운 기회를 창출하고 지역 내의 고유의 역할을 확보하기 위해서는 지역 사회 내에서 일정부분 가용자원이 존재해야 함을 시사한다. 이와 같은 사실은 지역의 역사적, 사회적, 경제

적 자원이 비교적 존재하는 지역에서의 사회적기업의 활동은 비교적 용이하나, 이러한 자원마저 부족한 취약지역은 다시 사회적 서비스의 사각지대로 남겨질 수 있다는 우려를 갖게 한다. 따라서 이러한 지역에 대해 중앙 정부 및 지방자치단체는 잠재적으로 특성화할 수 있는 자원을 발굴하는 지역개발 작업과 사회적기업의 육성 정책을 함께 병행해 나아가야 할 것이다.

위와 같은 이론적, 실무적 공헌점에도 불구하고, 이 연구는 몇 가지 한계점을 지니고 있다. 먼저, 이 연구는 사회적기업의 유형별·지역별로 골고루 분포하고 있어 대표성을 크게 훼손하지 않는 것으로 가정할 수 있으나, 설문응답률이 7.70%에 그쳤다는 점에서 분석 결과에 대한 일반화가 어려울 수 있다는 한계점을 지닌다. 이에 덧붙여 한국의 사회적기업은 그 법인 형태가 다양하고, 담당하고 있는 사회적서비스의 유형이 광범위하여, 이익의 분배 방식이나 정부의 지원 내용과 방식 등이 다양할 수 밖에 없다. 따라서 사회적기업의 네트워크 활동과 지역관계, 성과 간의 관계를 좀 더 면밀히 검토하기 위해서는 사회적기업의 유형별, 지역별, 지원내용별 세분화된 분석이 필요하다. 그러나 본 연구에서 수집한 121 기업의 데이터를 이용해 통계적으로 의미있는 결과를 도출하기 위해서는 한정적인 분석기법만이 가능하다는 한계점이 있다. 또한 이 연구는 방법론으로 각 사회적기업의 자아중심연결망(ego-centric network) 기법을 사용함으로써, 사회적기업이 처한 네트워크 전체의 구조(network structure)를 파악할 수 없었다는 점에서 결과의 해석에서 고려해야 할 것이다. 따라서 이와 같은 한계점을 보완하기 위해 향후 연구들은 사회적기업을 대상으로 좀 더 방법론적으로 다양한 질적 연구 또는 전체 네트워크의 구조를 볼 수 있는 사회연결망 분석 등을 도입함으로써 보다 심도 깊은 연구가 가능할 것이다.

사회적기업은 공공성과 영리성을 동시에 추구하는 조직이라는 점에서 앞으로도 사회적기업에 대한 사회의 수요는 계속될 것으로 예상된다. 그러나 사회적기업의 자생능력의 제고는 정부나 해당 기업의 노력만으로는 불가능하며, 사회적경제의 활성화는 본 연구 결과가 시사하듯이, 지역사회와 사회적기업들이 서로 상생할 수 있는 사회적, 경제적, 제도적 생태계를 함께 조성해야만 가능하다고 하겠다. 즉, 정부와 민간의 이분화된 논리를 벗어나 다양한 사회적 주체들이 지역사회의 문제점과 새로운 사회적 가치 창출을 위한 방안을 함께 협의할 수 있는 협력적 공동체를 형성하고, 사회적기업의 기능과 역할을 적극적으로 포용해야 향후 사회적기업이 활성화될 수 있다고 하겠다.

참고문헌

- 곽선화. (2009). '07 인증 사회적기업의 성과분석과 과제. 『사회적기업연구』, 2(1), 37-65.
- 김성기. (2009). 사회적기업 특성에 관한 쟁점과 합의. 『사회복지정책』, 36(2): 139-166.
- 김세윤·양동우. (2011). 전략적 의사결정이 기업브랜드가치에 미치는 영향에 관한 실증연구. 『마케팅관리연구』, 16(3): 1-22.
- 김순양. (2008). 사회적 기업에 대한 성과평가 지표의 개발 및 적용. 『지방정부연구』, 12(1), 31-59.
- 김영옥·이지만·정승화·최영근. (2012). 사회적기업의 파트너십이 기업성가에 미치는 영향. 『산업관계연구』, 22(4): 65-92.
- 김재홍·이재기. (2012). 사회적기업의 경제적·사회적 성과분석. 『한국행정논집』, 24(4): 1037-1063.
- 김정인. (2014). 사회적기업의 특성 및 지원유형에 따른 성과차이 분석. 『한국사회복지행정학』, 16(2): 181-212.
- 김창범·이찬영. (2015). 한국 사회적기업의 경제적 성과와 사회적 성과에 대한 효율성 분석. 『산업경제연구』, 28(4): 1715-1738.
- 김학실. (2012). 지역사회에서 사회적기업의 지속가능성 요인 탐색. 『지방정부연구』, 16(1), 259-277.
- 김혜원. (2011). 사회적기업에 대한 정부 지원 체계 개선 방안 연구. 『사회적기업연구』, 4(1): 55-80.
- 문병기. (2012). 사회적 기업의 개념규정적 특성 및 성과평가. 『한국지방자치학회보』, 24(4): 187-214.
- 문순영. (2010). 대구·경북 사회적 기업들의 지역사회와의 관계에 관한 연구. 『사회과학연구』, 26(4): 147-173.
- 박상문·배종태. (1998). 우리나라 벤처기업의 네트워크 활동 특성: 영향요인 및 성과간의 관계 분석. 『기술혁신연구』, 6(2), 101-121.
- 박수지·엄태영. (2010). 사회적 기업이 추구하는 사회적·경제적 성과의 모순관계와 전통적인 사회경제조직의 조절효과. 『보건사회연구』, 30(2): 287-311.
- 박준철·홍순복. (2007). 세무공무원의 의사결정참여, 상사신뢰, 성과피드백이 조직몰입과 직무생산성에 미치는 영향. 『인적자원관리연구』, 14(4): 171-183.
- 박지선·전은주. (2012). EU 사회적기업들의 지역네트워킹에 관한 연구. 『EU 연구』, 30: 95-132.
- 반성식·김상표·유지현·장성희. (2011). 사회적 기업가정신, 조직문화 및 네트워크 활동이 사회적기업의 성과에 미치는 영향.

- 서도원. (2011). 사회적기업의 발전수준별 특성과 발전요소간 정합성 관계: 상황적 접근. 「산업과경영」, 24(1): 187-205.
- 선남이·박능후. (2011). 사회적기업의 사회경제적 성과에 미치는 영향요인 분석. 「지방정부연구」, 15(2), 141-164.
- 신국현·서순탁. (2014). 사회적 기업의 거버넌스 심층 분석. 「도시행정학보」, 27(1): 317-343.
- 유일·최혁라·김선명 (2013). 농촌지역 사회적기업 활성화 방안. 「한국콘텐츠학회논문지」, 13(11), 332-346.
- 이나경·황순택. (2010). 기업의 의사결정구조와 일몰입, 업무성과, 이직의도 관계. 「한국정책연구」, 10(2): 201-219.
- 이시원·최희성. (2015). 사회적 기업에 대한 학문적 연구경향에 관한 연구: 학제적 측면을 중심으로. 「한국행정논집」, 27(3), 639-673.
- 이용탁. (2009). BSC 를 이용한 사회적기업의 성과기준 개발에 관한 연구. 「인적자원관리연구」, 16: 267-287.
- 이용탁·주규하. (2014). 사회적기업 조직구성원의 조직몰입이 조직성과에 미치는 영향-조직시민행동의 매개효과. 「인적자원관리연구」, 21(3): 341-356.
- 이정봉. (2010). 배움터: 사회적 기업의 노동조건 현황과 과제. 「노동사회」, 151, 58-64.
- 이재희·조상미. (2015). 사회적기업간 네트워크 특성이 조직성과에 미치는 영향. 「한국사회복지행정학」, 17(2): 89-125.
- 이준희. (2016). 조직특성이 사회적 기업의 성과에 미치는 영향. 「사회적경제와 정책연구」, 5(2): 97-133.
- 장영란·홍정화·차진화. (2012). 사회적기업의 성과 및 지속가능성에 영향을 미치는 요인에 대한 연구. 「회계정보연구」, 30(2): 175-207.
- 장익훈. (2012). 지역 농산물 온라인 쇼핑몰 고객의 e-Loyalty 에 미치는 배태성 (Embeddedness) 의 영향 (Doctoral dissertation, 서울대학교 대학원).
- 정대용·김춘광. (2010a). 기업가의 사회적 네트워크, 정보·자원 접근, 그리고 기업가적 성과 간의 관계모형에 관한 연구. 「대한경영학회지」, 23(4), 2173-2190.
- _____. (2010b). 사회적 네트워크 확보에 기여하는 기업가의 정치적 기술에 관한 연구. 「생산성논집 (구 생산성연구)」, 24(3), 59-87.
- _____. (2011). 중소· 벤처기업가의 정치적 기술, 사회적 네트워크 그리고 기업가적 성과 간의 매개모형. 「한국산학기술학회 논문지」, 12(8), 3421-3429.
- 정대용·노경훈. (2009). 신생벤처 창업가의 행동 특성과 네트워크 활동이 기업성과에 미치는 영향에 관한 탐색적 연구. 「한국산학기술학회 논문지」, 10(11), 3354-3362.
- 정상훈·정신모·박세연. (2015). 사회적기업의 취약계층 고용이 재무적 성과와 사회적 성과에

- 미치는 영향. 『사회적기업연구』, 8(2): 59-94.
- 조상미·권소일·김수정. (2012). 조직요인은 사회적 기업의 성과에 영향을 미치는가?. 『한국사회복지학』, 64(3): 29-50.
- 조남신. (2003). 벤처기업의 네트워크 효과, 선점전략, 조직역량 및 성과에 관한 연구. 『전략경영연구』, 6(1), 1-26.
- 조상미·김아래미. (2015). 자유세션 1: 사회적기업: 사회적기업의 기업가 정신, 지역사회 관계, 경제적? 사회적 성과의 관계. 한국사회보장학회 정기학술발표논문집, 2015(2), 919-936.
- 조상미·이재희·간기현·송재영. (2013). 사회적 기업 연구, 어디까지 왔는가?: 경향분석. 『한국사회복지행정학』, 15(1): 105-138.
- 조연성·박건영. (2010). 기업가 정신과 사회적 활동으로서 NGO 네트워크 구축이 기업 성과에 미치는 영향에 관한 연구. 『현상과인식』, 34(4), 221-251.
- 조영복. (2011). 한국의 사회적기업 육성모델과 국제비교. 『사회적기업연구』, 4(1), 81-103.
- 조영복·류정란. (2014). 사회적기업의 사회적 가치 측정, 그 접근법과 발전방향의 모색. 『인적자원관리연구』, 21(3): 475-494.
- 최무현. (2014). 사회적기업의 조직역량(organizational competences)에 관한 실증 분석. 『한국조직학회보』, 11(3): 135-157.
- 최석현·남승연. (2015). 사회적기업의 성과모델에 대한 탐색적 연구. 『사회과학연구』, 26(1): 133-155.
- 최석현·조창현·정무권. (2012). 사회적기업의 지속가능성을 위한 지역사회자본 형성전략에 대한 이론적 고찰. 『한국거버넌스학회보』, 19(1): 125-151.
- 최혁라·김선명·김기현. (2012). 사회적기업의 지역사회 자원연계 활성화를 위한 사례연구. 『한국콘텐츠학회논문지』, 12(1): 308-317.
- 한계숙·김재욱·최지호. (2007). 기업간 네트워크의 특성과 혜택간의 관계: 산업 클러스터에 입지한 중소기업을 대상으로. 『중소기업연구』, 29(1): 135-162.
- 한상일. (2011). 한국의 인증 사회적 기업의 현황과 지역별 분포: 강원도 지역을 중심으로. 『창조와 혁신』, 4(1): 149-175.
- 한상진. (2009). 사회적 기업의 복합 이해당사자 구조와 사회적 기업가의 역할. 『환경사회학연구 ECO』, 13(1): 267-297.
- 홍효석·김예경. (2016). 사회적기업의 사회적, 경제적 성과에 관한 연구. 『재무와 회계정보 저널』, 16(1): 1-29.
- 고용노동부. (2013). 사회적기업 활성화 추진 계획.
- 관계부처합동. (2013). 제2차 사회적기업 육성 기본계획(2013~2017). 『사회적기업과 정책연구』, 2(2), 99-107.
- 사회적기업진흥원. (2016). 사회적기업 리스트.

사회적기업진흥원. (2017). 사회적기업 리스트.

사회적기업 SEIS 통합정보시스템. (2017. 9). 예비사회적기업 리스트.

한국노동연구원. (2015). 사회적 경제 이슈와 쟁점 연구

한국노동연구원. (2016). 2015 사회적기업 성과분석.

Aldrich, H., & Auster, E. R. (1986). Even dwarfs started small: Liabilities of age and size and their strategic implications. *Research in organizational behavior*, 8(1986), 165-186.

Baron, R. M., & Kenny, D. A. (1986). The moderator-mediator variable distinction in social psychological research: Conceptual, strategic, and statistical considerations. *Journal of personality and social psychology*, 51(6), 1173.

Goldman, S., & Kahnweiler, W. M. (2000). "A collaborator profile for executives of nonprofit organizations," *Nonprofit Management and Leadership*, 10(4): 435-450.

Granovetter, M. S. (1985). Economic action and social structure: The problem of embeddedness. *American Journal of Sociology*, 91, 481-510.

Gruber, M., & Henkel, J. (2006). New ventures based on open innovation—an empirical analysis of start-up firms in embedded Linux. *International Journal of Technology Management*, 33(4), 356-372.

Hayes, A. F. (2013). Introduction to mediation, moderation, and conditional process analysis: A regression-based approach. New York: The Guilford Press.

Hoang, H., & Antoncic, B. (2003). Network-based research in entrepreneurship: A critical review. *Journal of business venturing*, 18(2), 165-187.

Jarillo, J. C. (1989). "Entrepreneurship and growth: The strategic use of external resources," *Journal of business venturing*, 4(2): 133-147.

Kalantaridis, C., & Bika, Z. (2006). Local embeddedness and rural entrepreneurship: case-study evidence from Cumbria, England. *Environment and Planning A*, 38(8), 1561-1579.

Lerner, M., Brush, C., & Hisrich, R. (1997). "Israeli women entrepreneurs: An examination of factors affecting performance," *Journal of Business Venturing*, 12(4): 315-339.

Light, P. C. (2006). "Searching for social entrepreneurs," *Research on social entrepreneurship*: 89-104.

Merz, G., & Sauber, M. H. (1995). Profiles of managerial activities in small firms. *Strategic Management Journal*, 16(7), 551-564.

Obstfeld, D. (2005). Social Networks, the Tertius Iungens Orientation, and Involvement in

Innovation. Administrative Science Quarterly, 50(1), 100-130.

Preacher, K. J.*, & Hayes, A. F. (2004). SPSS and SAS procedures for estimating indirect effects in simple mediation models. Behavior Research Methods, Instruments, and Computers, 36, 717-731.

Renzulli, L. A., Aldrich, H., & Moody, J. (2000). "Family matters: Gender, networks, and entrepreneurial outcomes," *Social forces*, 79(2): 523-546.

Sharir, M., & Lerner, M. (2006). Gauging the success of social ventures initiated by individual social entrepreneurs. Journal of world business, 41(1), 6-20.