

박사학위논문

기업생태계 순환구조가 기업가정신과
사회적 네트워크를 매개로 기업성장에
미치는 영향 연구
-사회적기업 중심으로-

2018년

한 성 대 학 교 대 학 원

지식서비스&컨설팅학과

매니지먼트컨설팅전공

김 정 민

박사학위논문
지도교수 정진택

기업생태계 순환구조가 기업가정신과
사회적 네트워크를 매개로 기업성장에
미치는 영향 연구

-사회적기업 중심으로-

The effect of corporate-ecosystem circulation-structure
on corporate performance
via entrepreneurship and social networks
-Focusing on social enterprises-

2017년 12월 일

한 성 대 학 교 대 학 원

지식서비스&컨설팅학과

매니지먼트컨설팅전공

김 정 민

박사학위논문
지도교수 정진택

기업생태계 순환구조가 기업가정신과
사회적 네트워크를 매개로 기업성과에
미치는 영향 연구

-사회적기업 중심으로-

위 논문을 컨설팅학 박사학위 논문으로 제출함

2017년 12월 일

한 성 대 학 교 대 학 원

지식서비스&컨설팅학과

매니지먼트컨설팅전공

김 정 민

김정민의 컨설팅학 박사학위 논문을 인준함

2017년 12월 일

심사위원장 _____(인)

심 사 위 원 _____(인)

심 사 위 원 _____(인)

심 사 위 원 _____(인)

심 사 위 원 _____(인)

국 문 초 록

기업생태계 순환구조가 기업가정신과 사회적 네트워크를 매개로 기업성과에 미치는 영향 연구 -사회적기업 중심으로-

한 성 대 학 교 대 학 원
지 식 서 비 스 & 컨 설 텅 학 과
매 니 지 먼 트 컨 설 텅 전 공
김 정 민

노동연구원에서 매년 발간하는 사회적기업 성과분석 보고서에 의하면 사회적기업의 지난 3개년 경영성과를 분석해 본 결과 기업당 평균 매출액은 증가 추세이나, 영업이익은 3개년 연속 적자를 나타내고 있으며 고용창출은 약보합세를 나타내고 있다. 이는 매출액의 경우 정부에서 공공매출 비중이 증가함에 따른 결과로 보이며 영업활동에 다른 수익성은 여전히 적자에서 벗어나고 있지 못하고 고용창출 분야는 약보합세이나 일반인 유급근로자 수는 낮은 수익성에 따라 3개년 연속 감소하고 있는 추세이다. 이는 한국사회의 사회적기업은 정부가 조성한 우호적인 정책환경 하에서 생성되어 타성의 정도가 높은 편이기 때문에 지속가능성 또는 자생력에는 일정한 한계가 있는 것도 사실이다(김을식 외, 2011). 고용노동부(2013)의 사회적기업 활성화를 위한 선진국의 정책 실태 조사에 따르면 앞으로 사회적 기업이 지속가능한 성장을 위해 정부의 지원정책은 선진국처럼 사회적 기업이 시장에서 스스로 성장해 나갈 수 있도록 그 생태

계를 조성해주기 위한 지원으로 변화해야 한다고 하였다(고용노동부, 2013). 이에 본 연구에서는 실제적으로 사회적기업들을 대상으로 정부의 사회적기업 제도에 따른 사회적기업의 자발적 생성 및 성장여부를 확인을 통한 사회적기업 생태계의 실태 조사와 사회적기업을 설립한 기업대표들의 기업가정신 그리고 그것이 기업성과에 인과관계가 있는 지에 관한 연구를 해 보고자 하였다.

이러한 목적을 달성하기 위하여 다음과 같은 연구 과정을 진행하였다. 이론적 배경에서는 기존 선행연구 관련 문헌조사를 바탕으로 본 연구의 수행에 토대가 되는 자료들을 체계적으로 정리하고 분석하였다. 이렇게 선행 연구된 자료를 바탕으로 실증분석을 하기 위한 연구모형을 설계하고 연구가설을 설정하였다. 그리고 통계분석을 통하여 객관적인 결과를 도출하고 해석하였다. 연구모형의 통계분석을 위하여 2017년 3월 24일부터 6월 15일까지 전국에 산재해 있는 사회적기업의 대표자들을 대상으로 설문조사를 실시하였다. 이러한 방법을 통해 회수된 설문지는 125부였으나 불성실하게 응답한 설문 11부를 제외하고 남은 114부를 대상으로 실증분석을 실시하였다. 연구의 객관성을 확보하기 위하여 설문의 타당성과 신뢰성을 평가하고 연구모형의 적합도를 분석하기 위해 SPSS23.0 통계패키지와 AMOS 23.0 프로그램을 활용하였다. 본 연구에서 적용된 통계기법은 설문의 타당성을 확인하기 위하여 요인분석을 하였고 신뢰도의 검증에 위해 신뢰도 분석의 크론바흐 알파값을 확인하였다. 또한 연구모형의 적합성 확인을 통하여 모형 적합도를 확인하였으며, 그로부터 유의수준 5%로 변수들의 유의성을 검토하여 연구의 결과를 도출하였고 연구 결과를 통해 연구의 시사점을 제시하였다.

이러한 연구 과정을 통해 다음과 같은 연구 결과를 확인할 수 있었다. 첫째, 기업생태계의 순환구조 중 마케팅과 기업환경은 경제적 성과에 영향을 주는 것으로 판명되었다. 이는 사회적기업들의 창업 혹은 스케일 업 할 수 있는 기업환경이나 제품이나 서비스에 대한 마케팅 활동이 경제적 성과에 영향을 주는 것으로 보인다. 둘째, 기업생태계의 순환구조 중 마케팅, 인적자본, 사회기반시설과 기업환경은 사회적 성과에 영향을 주는 것으로 판명되었다. 셋째, 기업생태

계의 순환구조 중 자금조달, 마케팅, 인적자본과 기업환경은 기업가정신에 부(-)의영향을 주는 것으로 판명되었다. 넷째, 기업가정신이 사회적 네트워크에 영향을 주는 것으로 판명되었다. 다섯째, 사회적 네트워크는 경제적 성과에 영향을 주지 않는 것으로 분석되었다. 여섯째, 사회적 네트워크가 사회적 성과에 영향을 주는 것으로 분석되었다. 일곱째, 기업생태계의 순환구조 중 자금조달이 경제적 성과에 영향을 주는 과정에서 기업가정신과 사회적 네트워크는 부분 매개역할을 하는 것으로 판명되었으며, 기업환경이 경제적 성과에 영향을 주는 과정에서 기업가정신과 사회적 네트워크는 부분매개역할을 하는 것으로 판명되었다. 여덟째, 자금조달, 마케팅, 인적자본, 사회기반시설, 기업환경 모두 변수들이 사회적 성과에 영향을 주는 과정에서 기업가 정신과 사회적 네트워크가 매개역할을 하지 못하고 있는 것으로 판명되었다. 아홉 번째, 사회적 네트워크가 경제적 성과에 영향을 주는 과정에서 컨설팅 만족도가 조절역할을 할 것이라는 분석으로 사회적기업들을 대상으로 정부에서 지원해 주고 있는 컨설팅 만족도가 성과로 연계되고 있지 못한 것으로 보인다.

본 연구의 목적인 사회적기업 생태계의 실태 조사와 사회적기업을 설립한 기업대표들의 기업가정신 그리고 그것이 기업성과에 인과관계가 있는 지에 관한 연구에 대하여 결론적으로 사회적기업 설립 10년이 지난 이 시점까지 사회적기업들이 자발적인 생성과 성장을 위한 생태계 구축까지는 시간이 더 필요한 것으로 판단된다.

【주요어】 사회적기업, 기업생태계, 기업가정신, 사회적네트워크, 경제/사회적
성과

목 차

I. 서 론	1
1.1 연구의 목적	1
1.2 연구의 범위와 방법	4
II. 이론적 배경	6
2.1 사회적기업에 관한 이론적 고찰	6
2.1.1 사회적기업의 정의	6
2.1.2 사회적기업의 개념	7
2.1.3 사회적기업의 역할	9
2.2 기업생태계에 관한 이론적 고찰	11
2.2.1 기업생태계의 정의	11
2.2.2 기업생태계의 개념	12
2.3 기업가정신에 관한 이론적 고찰	18
2.4 컨설팅 만족도에 관한 이론적	21
2.5 기업 성과에 관한 이론적 고찰	23
III. 연구의 설계	27
3.1 연구 모형	27
3.2 연구 가설	31
3.2.1 기업 생태계 순환구조와 사회적기업 성과	31
3.2.2 기업 생태계 순환구조와 기업가정신	36
3.2.3 기업가정신과 사회적 네트워크	40

3.2.4 사회적 네트워크와 기업 성과	40
3.2.5 컨설팅 만족도의 조절효과	42
3.2.6 연구가설 요약	43
3.3 변수의 조작적 정의 및 설문지 구성	47
3.3.1 변수의 조작적 정의	47
3.3.2 설문지 구성	49
3.4 자료 수집 및 분석	50
3.4.1 자료 수집	50
3.4.2 자료 분석	50
IV. 연구 결과	51
4.1 기초통계분석	51
4.1.1 표본 특성	51
4.1.2 탐색적 요인분석 및 신뢰도 분석	54
4.2 측정모형 분석	60
4.3 가설검정	74
4.3.1 연구모형의 적합도 검정	74
4.3.2 기본가설 검정	76
4.4 매개효과 검정	81
4.5 조절효과 검정	94
4.6 가설검정 결과 요약	97
V. 결 론	100
5.1 연구결과 및 시사점	100

5.2 연구의 한계	104
참 고 문 헌	105
부 록	114
ABSTRACT	121

표 목 차

[표 I-1] 연도별 인증 사회적기업	1
[표 I-2] 연도별 사회적기업 경영성과	2
[표 II-1] 성공적인 기업생태계의 9가지 속성	16
[표 II-2] 기업생태계 구성요소	17
[표 II-3] 사회적기업의 경제적 · 사회적 성과	25
[표 III-1] 선행연구 내용	28
[표 III-2] 국내 선행연구와의 차별성	29
[표 III-3] 기업생태계 측정을 위한 분석 도메인	33
[표 III-4] ANDE에서 개발한 기업생태계 측정항목	34
[표 III-5] 창업을 위한 정부지원 사업	36
[표 III-6] 연구가설 요약	44
[표 III-7] 변수의 조작적 정의	47
[표 III-8] 설문지 구성	49
[표 III-9] 모집단과 표본	50
[표 IV-1] 표본 일반특성	52
[표 IV-2] 탐색적 요인분석과 신뢰성 분석	56
[표 IV-2] 탐색적 요인분석과 신뢰성 분석(계속)	58
[표 IV-3] 측정모형 적합도 판단기준	60
[표 IV-4] 측정모형 분석 결과	61
[표 IV-5] 2차 측정모형 분석 결과	64
[표 IV-6] 3차 측정모형 분석 결과	66
[표 IV-7] 4차 측정모형 분석 결과	68
[표 IV-8] 5차 측정모형 분석 결과	70
[표 IV-9] 6차 측정모형 분석 결과	72
[표 IV-10] 측정모형 적합도 분석 결과	74
[표 IV-11] 가설1 검증결과	76
[표 IV-12] 가설2 검증결과	77

[표 IV-13] 가설3 검정결과	78
[표 IV-14] 가설4 검정결과	79
[표 IV-15] 가설5 검정결과	79
[표 IV-16] 가설6 검정결과	80
[표 IV-19] 사회적 네트워크와 경제적 성과 조절회귀분석 결과	96
[표 IV-17] 가설검정 결과	97

그 립 목 차

[그림 Ⅱ-1] 협동조합과 비이익단체 사이에서의 사회적기업	9
[그림 Ⅱ-2] 사회적 기업의 좌표	10
[그림 Ⅱ-3] 사회적기업의 역할	11
[그림 Ⅲ-1] 컨셉 연구모형	30
[그림 Ⅲ-2] 상세 연구모형	46
[그림 Ⅳ-1] 기본가설 검정 결과	81
[그림 Ⅳ-2] 사회적 네트워크와 경제적 성과에서 컨설팅 만족도 조절효과	95

I. 서 론

1.1 연구의 목적

사회적기업은 “주로 저소득층 취약계층에 일자리를 제공하여 이들의 빈곤 및 실업 완화와 사회서비스 공급확대라는 사회적 목적을 추구함과 동시에 재화 및 서비스의 생산·판매 등 영업활동을 수행하는 기업”을 의미한다. (사회적기업 육성법 2조)

사회적기업은 2003년 사회적 일자리 창출사업의 목적으로 시작되었으며, 2007년 사회적기업 육성법에 의한 인증, 경영지원, 조세감면, 재정지원 등 정부 지원에 힘입어 비로소 양적으로 크게 성장하게 되었다(홍성우, 2011). 인증 사회적기업 수는 2013년 993개사, 2014년 1,228개사, 2015년 1,406개사이며 총 매출액은 2조 원에 달하고 있으나, 연도별 사회적기업 사업보고서(2013, 2014, 2015)에서 사회적기업 인증 수를 각각 인증 연도별, 연차별로 전년 대비 증감을 보면 모두 감소하고 있는 것으로 나타났다.(한국노동연구원, 2016)

[표 I-1] 연도별 인증 사회적기업¹⁾

(단위:개소)

연도구분 인증연도	2013년	2014년	2015년	전년대비 증감(%)
2007년	42	41	40	△1(△2.4%)
2008년	134	131	124	△7(△5.3%)
2009년	70	69	63	△6(△8.7%)
2010년	192	186	173	△13(△7.0%)
2011년	147	137	126	△11(△8.0%)
2012년	140	138	133	△5(△3.6%)
2013년	268	262	250	△12(△4.6%)
2014년	-	264	259	△5(△1.9%)
2015년	-	-	292	-
계	993	1,228	1,460	

1) 2015년 사회적기업 성과분석보고서(한국노동연구원, 2016)

또한, 사회적기업의 지난 3개년 경영성과를 분석해 본 결과 기업당 평균 매출액은 1,164백만원(2013년) → 1,193백만원(2014년) → 1,384백만원(2015년) 등으로 증가 추세이나, [표 1-2]에서 보는 바와 같이 영업이익은 3개년 연속 적자를 나타내고 있으며 고용창출은 약보합세로 나타나고 있다. 이는 매출액의 경우 정부에서 공공매출 비중이 증가함에 따른 결과로 보이며 영업활동에 다른 수익성은 여전히 적자에서 벗어나고 있지 못하고 고용창출 분야는 약보합세이나 일반인 유급근로자 수는 낮은 수익성에 따라 3개년 연속 감소하고 있는 추세이다.

[표 1-2] 연도별 사회적기업 경영성과²⁾

(단위:백만원, %, 명)

개별기업 기준 구분	2013년	2014년	2015년
평균 매출액 (공공매출비중, %)	1,164 (34.6%)	1,193 (36.5%)	1,348 (41.2%)
평균 영업손익	-114	-92	-66
평균 당기순손익	22	20	32
평균 취약계층 유급근로자수	14.2	13.9	14.5
평균 일반인 유급근로자수	9.8	9.1	9.0

이는 서구의 사회적기업이 지역사회 문제해결을 위해 자발적인 고민에서 출발한 반면(최석현 외, 2012), 한국사회의 사회적기업은 정부가 조성한 우호적인 정책환경 하에서 생성되어 타성의 정도가 높은 편이기 때문에 지속가능성 또는 자생력에는 일정한 한계가 있는 것도 사실이다.(김을식 외, 2011) 이렇듯 사회적 기업은 정부지원제도에 의존하여 스스로의 자생력을 키우는데 실패하여 아직은 뚜렷한 성과를 내지 못하고 여전히 해결해야 할 과제가 많다. 고용노동부(2013)의 사회적기업 활성화를 위한 선진국의 정책 실태 조사에 따르면 앞으로

2) 각 연도별(2013년, 2014년, 2015년) 사회적기업 성과분석보고서(한국노동연구원)

사회적 기업이 지속가능한 성장을 위해 정부의 지원정책은 선진국처럼 사회적 기업이 시장에서 스스로 성장해 나갈 수 있도록 그 생태계를 조성해주기 위한 지원으로 변화해야 한다고 하였다.(고용노동부, 2013) 또한, 사회적기업가가 갖추어야 할 정신으로서, 사회 변화를 새로운 시장수요 창출의 기회로 인식하고 미래지향적으로 변화를 시도하고 대응하는 적극적인 행동과 지속적인 신기술도입으로 사회적기업 성과에 영향을 준다(최조순, 2012)고 하였다. 이는 기업의 매출이 감소하고 여전히 영업적자에서 벗어나지 못하는 것은 사회적기업가의 정신도 영향을 준다고 볼 수 있다.

기존 선행연구는 사회적기업의 활성화를 위해 정부정책의 방향을 제안하고, 지역사회에서 안고 있는 문제해결, 발전방안과 궤를 같이하는 새로운 사회적기업의 비즈니스모델을 제시하는 연구들이 많이 있다. 선행연구는 이외에도 사회적기업의 탄생배경과 개념, 조직형태, 업종별, 유형별 분류와 매출액에 대한 논의, 현재 사회적기업의 과제 및 발전방향에 대한 논의, 향후 지속가능성에 관한 논의 등을 연구한 것으로 보인다. 이에 본 연구에서는 실제적으로 사회적기업들을 대상으로 정부의 사회적기업 제도에 따른 사회적기업의 자발적 생성 및 성장여부를 확인을 통한 사회적기업 생태계의 실태 조사와 사회적기업을 설립한 기업대표들의 기업가정신 그리고 그것이 기업성과에 인과관계가 있는 지에 관한 연구를 하고자 한다. 또한 그동안의 사회적기업들의 경영성과 창출을 위해 정부에서 컨설팅을 지원해 주었는데 실제로 기업성과에 역할을 하였는지도 연구에 포함하여 지금까지의 사회적기업의 경영성과와 관련된 여러 변인들의 영향 정도를 파악함으로써, 정부의 지원정책이 사회적기업들의 생태계 조성을 위한 지원으로 변화하는데 기여해 보고자 한다.

1.2 연구의 범위와 방법

국내에서 사회적기업은 고용노동부장관의 ‘인증’을 받은 조직에 한해 그 명칭을 사용할 수 있으며, 인증을 취득하지 않은 조직이 사회적기업을 자칭하면 법률에 의해 처벌을 받는다. 따라서 본 연구에서 사용하는 ‘사회적기업’이라는 용어는 고용노동부장관에 의해 인증된 조직을 지칭한다(사회적기업 육성법, 2007). 본 연구의 범위는 국내의 인증 사회적기업 대상이며 공간적 범위로는 전국으로 사회적기업 생태계의 속성과 사회적기업을 설립한 기업가정신이 기업의 성과에 영향을 주었는지와 사회적기업들을 대상으로 한 경영컨설팅이 역할을 하였는지를 연구해 보고자 한다. 따라서 선행연구를 토대로 사회적기업의 정의, 기업 생태계의 정의와 개념, 기업가정신 그리고 컨설팅 성과와 기업 성과와의 관계분석 등을 주제로 연구해 보고자 한다.

이론적 배경에서는 기존 선행연구 관련 문헌조사를 바탕으로 본 연구의 수행에 토대가 되는 자료들을 체계적으로 정리하고 분석하였다. 기업 생태계, 기업가정신, 컨설팅 성과 및 기업성과에 대한 연구자들의 연구를 탐색하여 그 연구결과를 정리함으로써 이론적 체계를 견고히 하였고, 이렇게 선행 연구된 자료를 바탕으로 실증분석을 하기 위한 연구모형을 설계하고 연구가설을 설정하였다. 그리고 통계분석을 통하여 객관적인 결과를 도출하고 해석하였다.

연구모형의 통계분석을 위하여 2017년 3월 24일부터 6월 15일까지 약 3개월에 걸쳐 전국에 산재해 있는 사회적기업의 대표자들을 대상으로 설문조사를 실시하였다. 이러한 방법을 통해 회수된 설문지는 125부였으나 불성실하게 응답한 설문 11부를 제외하고 남은 114부를 대상으로 실증분석을 실시하였다. 연구의 객관성을 확보하기 위하여 설문의 타당성과 신뢰성을 평가하고 연구모형의 적합도를 분석하기 위해 SPSS23.0 통계패키지와 AMOS 23.0 프로그램을 활용하였다. 본 연구에서 적용된 통계기법은 설문의 타당성을 확인하기 위하여 요인분석을 하였고 신뢰도의 검증을 위해 신뢰도 분석의 크론바흐 알파값을 확인하였다. 또한 연구모형의 적합성 확인을 통하여 모형 적합도를 확인하였으며, 그로부터 유의수준 5%로 변수들의 유의성을 검토하여 연구의 결과를 도출하였고 연구 결과를 통해 연구의 시사점을 제시하였다.

본 논문은 모두 5장으로 구성하였다.

제 I 장에서는 서론으로써 1절에는 연구의 목적을 그리고 2절에서는 본 연구에서 연구하고자 하는 범위 및 방법에 대하여 기술하였다.

제 II 장에서는 이론적 배경으로 기존의 선행연구들을 통하여 먼저 사회적기업의 정의와 현황을 살펴보고 기업의 생태계 관련한 개념과 기업 생태계를 객관적으로 측정하기 위한 구성요소들을 파악하였다. 또한 사회적기업을 창업한 대표자들의 특성을 파악하기 위한 기업가정신 관련한 선행연구를 살펴보았으며, 중소기업에 대한 컨설팅 성과와 사회적기업의 기업성과에 관한 선행연구자들의 연구 내용과 결과를 분석하였다

제 III 장에서는 선행연구를 통하여 본 연구의 주제인 연구모형을 확정하였으며 연구가설을 설정하였다. 그리고 연구모형의 독립변수, 매개변수, 조절변수와 종속변수에 관련한 변수의 조작적 정의를 수립하였으며 표본선정 및 설문 구성과 분석방법 등에 대하여도 설명하였다.

제 IV 장에서는 설문 응답자의 일반적인 특성과 본 연구내용의 핵심인 기업 생태계, 기업가정신 그리고 기업성과 간의 관계를 분석을 하였으며, 기업 생태계가 기업성과에 미치는 영향 과정에서 사회적기업에 지원한 컨설팅 성과가 기업성과에 조절역할을 하는 지에 대한 분석을 실시하였다.

제 V 장에서는 본 연구의 핵심인 사회적기업의 생태계, 사회적기업 대표자의 기업가정신이 기업성과에 미치는 영향 그리고 기업 생태계가 기업성과에 미치는 과정에서 사회적기업에 지원한 컨설팅 성과가 조절 역할을 하는 지에 대한 통계 분석 결과와 함께 이를 통한 연구 한계와 연구 결과에 대한 시사점에 대해서도 기술하였다.

끝으로, 국내외 참고문헌 및 관련 자료를 정리하였으며, 논문작성에 이용한 설문지를 첨부하였다.

Ⅱ. 이론적 배경

2.1 사회적기업에 관한 이론적 고찰

2.1.1 사회적기업의 정의

사회적 기업의 등장은 2005년 국회에서 사회적기업법 제정에 대한 논의를 시작으로 사회적기업 육성 법안이 발의되었으며, 「사회적기업 육성법」이 2006년 12월 8일 국회 본회의에서 통과하여 2007년 7월 1일자로 발효되었다.

사회적기업에 관한 정의는 다양하게 정의하고 있는데, Auteri(2003)은 사회적기업은 순수한 사업을 목적으로 시도되어 박애주의적 기업으로 변환된 조직을 말하며, 박애주의와 특별한 목적을 달성하기 위해 선택된 특별한 형태의 기업이며, Pearce(2003)은 사회적 목표가 있으며, 이윤 배분을 금지하고, 민주적 이면서 책임있는 공동소유 구조를 갖고 있는 모든 기업을 의미한다.

국내에서 사회적기업에 대한 정의는 일반적으로 사회적기업은 영리적인 기업 활동을 통해 수익을 창출하고 창출된 수익은 사회적 목적을 위해 환원하는 기업(정선희, 2004)을 말하며, 사회적기업은 ‘사회적기업’이라는 유형의 조직이 앞서서 존재했던 것이 아니라, 유럽 각국의 다양한 사회적 맥락, 특히 복지국가의 위기 속에서 비영리단체들이 사회적 서비스 전달에 참여하고, 시민단체들이 주도하여 일자리를 창출하면서 나타난 현상들을 포괄적으로 개념화한 것이다(엄형식, 2005). 또한 사회적 기업은 비이윤 추구적인 사회적 경제를 운영하는 기업(임혁백 외, 2007)이고, 사회 공동체의 건전한 공동발전을 위해 나눔 운동을 추구하는 비영리 기업이나, 창익적 시장원리에 의해 창출한 수익을 공동체를 위해 배당을 목적으로 하는 영리기업 모두를 총칭하며, 미국의 비영리 활동가들이 사회의 저소득층이나 노숙자, 그리고 삶의 위기에 처한 사람들에게 직업 훈련의 기회와 일자리를 제공하는 기업체 설립을 모색 중 사용되었는데 사회적 목적을 가진 기업으로 인식된다(최종태, 2008). 또한, 사회적 기업을 국가와 시장(민간기업)이 아닌 비영리민간단체가 협력하여 실업자 및 사회적 배제집단의

취업촉진 또는 지역사회의 삶의 질을 향상시키거나 소외계층의 사회통합을 위해 각종 서비스를 제공하는 것을 목적으로 하는 활동(유효선·김생수, 2012)으로 정의하였고, 정부의 공공성과 기업의 사업성을 결합한 개념으로 기업 활동을 통해서 정부의 공공목표를 달성하는 기업이라고 볼 수 있다(노대영, 2012).

이를 토대로 「사회적 기업 육성법」에서 사회적 기업이란 “취약계층에게 사회서비스 또는 일자리를 제공하거나 지역사회에 공헌함으로써 지역 주민의 삶의 질을 높이는 등의 사회적 목적을 추구하면서 재화 및 서비스의 생산·판매 등 영업활동을 하는 기업”으로서 적절한 인증 요건을 갖추어 사회적 기업 인증을 받는 기업을 의미한다(사회적 기업 육성법, 제2조 제1호).

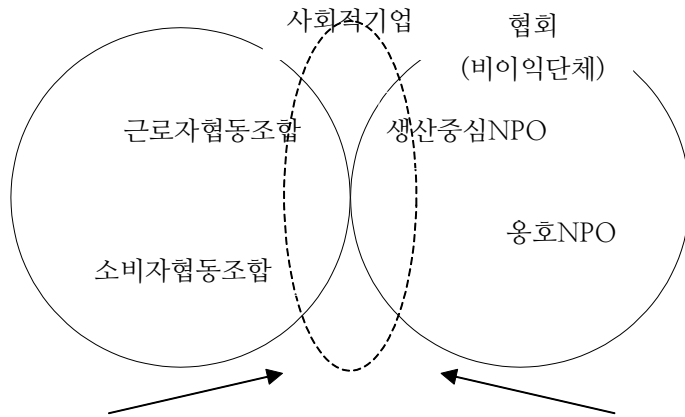
2.1.2 사회적기업의 개념

EMES³⁾ International Research Network에서의 사회적 기업 정의는 CEE(Central and Eastern Europe)와 CIS(Commonwealth of Independent States)에서 수행된 연구의 목적을 위해 현지 상황과 특수성을 고려하여 채택되었다. 세 가지 경제적 및 세 가지 사회적 기준을 포함하는 채택된 정의는 사회적기업이 자영업의 정도, 유급노동에 대한 경향, 공동체 또는 특정 집단에 이익을 주는 명시적 목표 및 자본 소유에 기반하지 않는 의사결정권으로 특징 지워지는 활동이라고 하였으며 이익을 극대화하는 조직은 제외된다고 하였다(EMES 2006 :.61). Bacchiega와 Borzaga(2001)는 사회적 기업의 혁신적 성격을 강조하기 위해 제도적 조직 이론에서 이용 가능한 도구를 사용했다. 사회적 기업을 정의하는 특성은 잠재적으로 다양한 범주의 이해 관계자가 추구하는 목표가 상충되는 것을 고려한 원래의 인센티브 제도를 형성하는 것으로 해석된다. Evers(2001)는 "사회적 자본"이라는 개념을 사용하면 그러한 "다중이해관계자, 다중 목표"구조가보다 쉽게 이해된다는 것을 입증하기 위해보다 사회 경제적인 분석을 개발했는데, 사회적 자본을 창출하는 것은 사회적기업과 같은 조직의 명

3) Emergence of social enterprises(Emergence des Entreprises Sociale)

확한 목표를 구성할 수도 있다고 하였다. Laville and Nyssens(2001)는 이러한 기업의 경제적, 사회적 및 정치적 차원을 결합한 사회적 기업의 "이상적인 유형"에 대한 통합 이론을 위한 요소를 제시했다. Evers와 마찬가지로 그들은 특정 형태로 재현되는 사회 자본의 역할을 강조하고, 또한 모든 사회 경제 조직을 위협하는 "제도적 이질동형성"에 대한 경향에 저항하기 위해 이러한 조직의 주요 자산으로 간주함으로써 사회적기업 자원의 융합성과 복합성을 강조하였다. 또한, Borzaga와 Solari(2001)는 사회적 기업 관리자와 회원들이 직면 한 주요 관리 과제를 탐구했다. 그들은 또한 사회적 기업에 특정한 거버넌스 모델을 고려했다. 이론적으로, 사회적기업 개념은 또한 전체 사회 경제에 대한 보다 통합된 접근법을 가리킬 수 있는데 사실 사회경제를 이해할 때, 논쟁의 여지가 두 가지 근원이 있는데 이는 되풀이되고 극복하기 어려워 보인다. 논쟁의 원인 중 하나는 시장에서 판매할 전체 생산량을 제공하는 시장기업과 청소년 운동 활동과 같이 강한 경제적 특성이 없는 완전히 비시장이거나 심지어 비금전적 자원이라는 것이며, 두 번째 논쟁은 소위 상호 이익 단체들(협동조합, 상호 사회 및 많은 단체들) 사이에 존재하며, 적어도 원칙적으로 회원들과 일반 이익 단체들에게 봉사하는 것을 목표로 하며, 빈곤 및 배제와 싸우는 조직 또는 개발 협력, 환경 보호 등과 관련된 조직과 같은 광범위한 지역 사회에 서비스를 제공한다는 것이다.

이 두 가지 논쟁은 [그림 II-1]에 부분적으로 설명되어 있는데 첫 번째 논쟁은 두 개의 완전히 구별된 구(sphere)의 공존으로 표현된다. 하나의 구는 협동조합의 전통을 대표하는 반면, 다른 구는 연합이니셔티브와 사회운동의 전통을 대표한다. 두 번째 논쟁은 그림의 왼쪽에 또는 오른쪽 극단에 위치해 있어 상호 관심 조직이 아니며 일반적인 관심 조직은 두 분야의 각각에서 중심 쪽으로 위치해 있다.



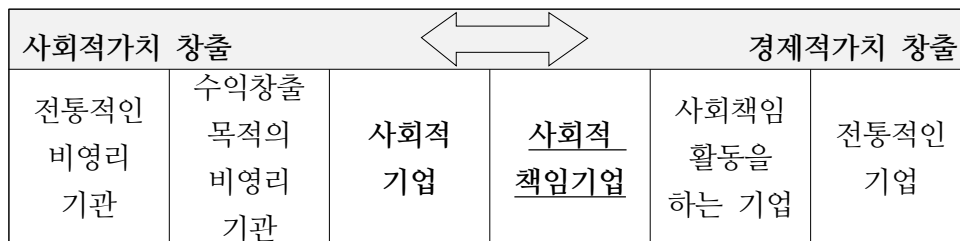
[그림 II -1] 협동조합과 비이익단체 사이에서의 사회적기업

사회적 기업 개념의 통일된 역할은 주로 두 영역 간에 상호 매력을 발생 시킨다는 사실에 있다. 이러한 조직은 단일 조직 그룹에 끌어 들여 포함하는데 각 영역 내의 각 조직에 매우 가깝기 때문에 협력적인 법적 형태 또는 회합적 법적 형태를 선택하느냐는 주로 국내법에 의해 제공되는 법적메커니즘에 달려있다. 마지막으로, 두 가지 영역을 넘어 점선은 고려해야 할 또 다른 요점을 제시합니다. 대부분의 사회적 기업은 협동조합이나 단체의 형태를 취하지 만 다른 법적 형태의 틀 내에서 발전 할 수도 있다. 벨기에에서는 사회적 목적을 가진 일부 회사의 경우가 있는데 합법적인 형태가 아닌 공유 또는 유한책임회사에 의해 제한되는 법적 형태의 회사를 선택했다. 영국에서는 새로운 "커뮤니티 이익회사"와 같은 사회적기업을 위한 완전히 다른 법적 체계를 고안하였다

2.1.3 사회적기업의 역할

사회적 기업은 비영리조직과 영리기업의 중간 개념으로, 사회적 목표를 우선적으로 추구하는 기업으로서, 주주나 소유자를 위한 이윤 극대화를 추구하기보다는 창출된 수익을 사회적 목적 달성을 위해 사회에 환원하는 기업이다

(Kerlin, 2005). 즉, 일반 노동시장으로의 진출과 적응을 위해 사회적 기업은 일종의 가교 역할을 할 수 있어야 한다(남승연·이영범, 2008). 사회적 기업의 주요 특징으로는 취약계층에 일자리 및 사회 서비스 제공 등의 사회적 목적추구, 영업 활동 수행 및 수익의 사회적 목적 재투자, 민주적인 의사 결정 구조 구비 등을 들 수 있다(임승빈, 2009).



출처: 임승빈(2009)의 자료 재인용.

[그림 II-2] 사회적 기업의 좌표

여기에서 사회적 책임기업은 주주의 이익을 목적으로 하는 영리 기업이지만, 사회적 사명에도 목적을 두고 있는 기업으로 이윤의 상당 부분을 사회적 목적에 사용할 뿐만 아니라 기업의 미션에 사회적 사명이 포함되는 경우가 많으며, 사회적 책임활동을 하는 기업은 이윤 추구를 목적으로 하지만 사회 공헌활동에 참여하는 기업으로 경영상 이익을 위해 사회 공헌 활동을 전략적으로 활용하는데 직원 자원봉사, 기업 기부, 보조금 제공 등이 이에 해당한다(임승빈, 2009)

사회적 기업의 역할은 다음과 같이 네 가지로 구분할 수 있다. 첫째로는 지속가능한 일자리제공으로 특히, 취약계층을 노동시장으로 통합하고 좋은 일자의 확대에 기여할 수 있고 둘째로는, 지역사회 공동체의 활성화로 사회적 기업은 지역사회를 통합하는 하나의 정책 수단이 될 수 있으며, 사회적인 투자 확충을 통해 지역 경제 발전에도 기여하는 점이며 셋째는, 사회 서비스 확충으로 즉, 새로운 공공 서비스의 수요를 충족시킬 수 있으며 아울러 공공 서비스의 혁신에도 기여할 수 있으며 마지막으로 넷째, 윤리적 시장의 확산으로 기업의 사회 공헌과 윤리적 경영문화의 확산, 착한 소비문화 조성에도 기여할 수 있다(최미금, 2017 재인용). 사회적 기업의 역할에 대한 내용을 살펴보면 [그림 II-3]

와 같다

지속가능한 일자리 제공 ▪ 취약계층을 노동시장으로 통합 ▪ 양질의 일자리 확대	사회서비스 확충 ▪ 공공서비스의 혁신 ▪ 신규 공공서비스에 대한 수요를 충족
지역사회 활성화 ▪ 지역사회 통합 ▪ 지역경제발전을 위한 사회적 투자 확충	윤리적 시장 확산 ▪ 착한 소비문화의 조성 ▪ 기업의 사회공헌 및 윤리경영 문화 확산

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

[그림 II-3] 사회적기업의 역할

2.2 기업 생태계에 관한 이론적 고찰

2.2.1 기업 생태계의 정의

기업 생태계(Business Ecosystem)라는 용어는 1993년 Harvard Business Review의 5/6월호에 “Predators and Prey: A New Ecology of Competition”라는 제목으로 발표한 내용에서 처음으로 사용되었다.

James Moore(1993)는 기업 생태계를 비즈니스 세계의 유기체인 상호작용하는 조직 및 개인의 기반에 이해 지원되는 경제공동체라고 정의하였다. 경제공동체는 그 자체로 생태계의 구성원인 고객에게 가치 있는 재화와 서비스를 생산하고 그 구성원에는 공급업체, 생산자, 경쟁자 및 이해관계자도 포함하는데 시간이 지남에 따라 그들은 그들의 역량과 역할을 통합하고 하나 혹은 하나 이상의 중심적인 회사가 설정한 지침을 따르는 경향이 있다고 하였다. 또한 지도력 역할을 하는 회사는 시간이 지남에 따라 변경될 수 있지만 생태계 리더의 역할은 회원들이 공유된 비전으로 이동하여 투자를 조정하고 상호지원적인 역할을 찾을 수 있기 때문에 구성원들의 커뮤니티가 가치를 부여한다고 하였다.

캘리포니아 버클리 대학의 경제학 교수인 J. Bradford DeLong은 "Why the Valley Way is Here to Stay"란 제목으로 Business 2.0 잡지에 기고한 글에서 기업 생태계를 실리콘 밸리에서 등장한 새로운 기술의 발사 패턴이라 하였다. 그는 기업 생태계를 신속한 프로토타입개발, 짧은 제품 개발주기, 초기 테스트 마케팅, 옵션 기반 보상체계, 벤처자금 펀딩, 초기 기업의 독립성 등 개발 및 새로운 기술 상용화를 위한 프로세스 생산성의 일체라고 정의하였다.

Joseph M Abe가 저술한 Business Ecology(Joseph M Abe et al, 2000)란 책에서 그는 기업 생태학을 소위 지속가능한 조직 관리 및 디자인을 위한 새로운 영역이라 정의하였는데 이는 조직으로서의 유기체 개발 및 행동이 우리가 사회 DNA라 부르는 핵심 목적 및 가치에 부합할 때 가장 성공적이라는 원칙에 기반한다고 하였다.

2.2.2 기업 생태계의 개념

2014년 9월, 중국 온라인 상거래 기업 알리바바는 기업의 비전, 철학, 그리고 성장전략을 서술한 투자설명회에서 역사상 최대 규모의 기업공개(IPO)에 성공하였다. 알리바바는 여기에서 투자설명하면서 한 단어를 최소 160번이나 반복 사용했는데, 그 단어는 바로 ‘생태계(Ecosystem)’였다.

“The lineages of the entrepreneurial ecosystem approach”(Zoltan J. Acs et al, 2017)에서 기업가 생태계 접근에는 두 가지 지배적인 계보가 있다고 하였는데 하나는 전략적인 연구와 지역 개발적인 연구이다. 두 계통은 생태계 사고에서 공통 뿌리를 공유하고, 특정 공동체에서 새로운 가치를 창출하기 위한 행위자의 상호 의존성에 초점을 맞추며 지난 수십 년 동안 산업 조직에 대한 새로운 접근법을 개발했다.

지역 개발 연구에서는 지역의 차별화된 사회 경제적 성과를 설명하기 위해 지역(생태계) 시스템을 바라보는 오랜 전통을 가지고 있다. 그것은 산업 지구, 지역 산업 클러스터 및 지역 혁신 시스템 (Stam and Spiegel 2017, Terjesen et al., 2017)과 같은 관련 개념 군으로 구성된다. 이러한 개념은 지역성과에 초점

을 맞추고 결과물로서의 혁신성, 결과물로서의 생산성 및 고용성을 공유한다. 산업 지역은 국제 시장에서 성공하기 위해서 산업 노동(Marshall, 1920)과 사회 공동체와 사람들 사이의 상호작용(Becattini 1990)을 사회적 관심 영역으로 간주한다.

클러스터 접근법은 "상호 연결된 회사, 전문 공급 업체, 서비스 제공 업체, 관련 산업의 회사 및 관련 기관 (...) 특히 경쟁하고 협력하는 분야의 지리적 집중에 초점을 맞춘다."(Porter 1998 : 197) 지역 혁신 시스템(Regional innovation systems)은 대학 및 공공 연구 기관과 같은 지식 생산 허브와 한 지역 내의 혁신적인 기업을 연결하는 네트워크 및 기관을 의미하는데 이러한 지식은 서로 다른 조직 간에 지식이 흘러넘치도록 함으로써 지역의 전반적인 혁신성을 높여 준다(Cooke et al. 1997).

전략 연구에서 비상시의 관점으로는 기업 생태계를 보완적인 제품이나 서비스를 생산하는 여러 그룹의 행위자들의 가치를 창출하는 기업의 능력을 경제 조정의 한 형태로 제안하고 있다(Iansiti and Levien 2004; Adner and Kapoor 2010, Williamson과 De Meyer 2012). 기업 생태계는 시장에서 가치 제안이 구체화 될 수 있도록 서로 협력해야 하는 파트너를 나타낸다(Adner 2017). 연구에 따르면 중요한 구조적 및 전략적 요소가 생태계 파트너들 사이에서 경제 활동을 조직 할 때 생태계에 의해 생성된 총 가치의 큰 부분을 포착할 수 있는 기업의 능력에 영향을 미친다고 하였다(Adner and Kapoor 2010, Jacobides et al., 2006).

고객을 위한 가치 창출을 위해 커뮤니티에서의 비즈니스 파트너 구성이 중요하다(Adner et al., 2013). : 생태계 전략은 최종 소비자뿐만 아니라 필요한 파트너를 끌어 들이기 위해 차별화된 가치 제안을 창출해야 한다. 그러한 참여자는 부품 공급 업체, 경쟁 업체, 보완 업체, 구매자, 사용자, 커뮤니티 및 대학 등 여러 이해 관계자 그룹을 포함 할 수 있다. 이해 관계자 간의 상호 작용과 상호 의존성을 관리 할 필요가 있기 때문에 (Uzunca 외 2016), 기업은 기존 및 미래 참가자들의 인식을 형성함으로써 중요한 역할을 한다(Gawer and Cusumano 2002; Autio and Thomas 2016).

전략 연구 관련 스트림에서는 하나의 그룹을 연결하고 있는 물리적 또는 가

상 플랫폼을 둘러싼 생태계에 중점을 둔다(Rochet and Tirole 2003, Parker and Van Alstyne 2005, Evans and Schmalensee 2016). 그러나 생태계는 반드시 플랫폼을 가지고 있지 않으므로 플랫폼은 생태계의 특성을 정의하지 않는다(Autio and Thomas 2014). 어떤 면에서 전략연구의 생태계는 산업 구조가 특정한 산업 행동 양식과 성과에 어떻게 연결되는지에 초점을 맞춘 산업 조직의 재생이라 할 수 있다(Bain 1959). 그러나 채택된 생태계 접근법은 경계가 엄격하게 정해진 제품 시장에 집착하지는 않지만 다양한 산업 분야에서 교차하는 가치 사슬 접근법을 사용한다.

두 계보는 세 가지 중요한 측면에서 다른데, 첫째, 지역 개발 연구에서는 생태계의 영토 경계에 초점을 맞추고, 전략연구는 (암묵적으로 또는 명시적으로) 글로벌 상황을 가정한다.(Zahra and Nambisan 2011) 둘째, 지역 개발 연구는 총 지역성과(총 가치 창출)의 차이를 설명하는 것이 목표이지만 전략 연구는 명확한 가치 제안을 중심으로 개별 기업의 가치 창출 및 가치 포착에 초점을 맞추고 있다. 생태계를 잘 관리한다면, 초점 기업의 가치는 증가한다.(Uzunca et al. 2016) 셋째, 전략 연구에서는 생태계의 초점 회사에 의해 주도권을 잡는 반면, 지역 개발 연구에서는 정부와 기업 연합의 역할을 촉진하는 것("제도적 차원": Amin and Thrift 1994) 이외에는 중심적인 리더십 역할을 거의 인정하지 않는다.

기업생태계 네트워크가 최근 정보산업의 발달과 글로벌화에 힘입어 공간적인 제약을 넘어서 혁신적인 비용절감으로 경쟁력을 제고하면서 비약적인 발전을 거듭하고 있는데 이러한 현상을 네트워크 정보경제(The Networked Information Economy)라고도 한다(Yochai Benkler, 2006). 예를 들어 최근 선진국의 제조업과 서비스산업의 R&D 아웃소싱 국가로 인도의 서비스산업과 정보산업 발전은 네트워크 정보경제의 대표적인 경우라 할 수 있으며, 글로벌화된 경제에서는 항공물류의 중요성 때문에 국제공항 주변이 산업클러스터로 발전하기도 한다. 따라서 글로벌화 되고 네트워크가 발달한 산업구조에서는 개별 기업의 경쟁력 보다는 전체적인 기업생태계의 경쟁력이 중요하다고 할 수 있다. 건강하고 혁신적인 기업생태계가 구축되면 자연히 그 국가의 경쟁력과 경제는 발전하게 되는 것이다(오정근, 2012).

생태계에 대한 정의는 아직까지 정확하고 보편적인 합의에 이르지 못 했지만 생태계 개념의 빠른 확산과 실용적인 용도에 대한 높은 활용성을 저평가해서는 안 된다. 생태계적인 사고는 경제와 비즈니스 환경의 근본적인 변화를 포착할 수 있는 새로운 사고 체계를 제공해준다. 관계, 파트너십, 네트워크, 연합, 그리고 협력이 중요하다는 점은 분명히 새로운 사실이 아니다. 그러나 그 중요성은 점점 더 커지고 있다. 기업이 소유하지도 않고 통제하지도 않는 자산들을 사용·활성화하고, 더욱 많은 참가자를 생태계에 참여시키고 동원하며, 그리고 참가자들의 전문 지식과 활동을 더욱 복잡한 방식으로 조직화하는 것이 가능해짐에 따라 생태계의 가능성은 빠르게 확장되고 있다. 기업 생태계 개념은 기업가정신의 상호 의존적인 공동체를 통해서 일어난다. 특히, 기업가 생태계에 관한 문헌은 기업가정신을 허용하거나 제한하는데 있어 (사회적)맥락의 역할에 중점을 두고 있으며, 그 의미에서 혁신 시스템 접근법과 기업가정신을 연결하는 것을 목표로 하고 있는 최근의 "기업가정신 시스템" 접근법과 밀접하게 관련되어 있다(Sternberg, 2007; Ylinenpää, 2009; Acs et al., 2014; Levie et al., 2013). 기업 생태계 접근법이 클러스터, 산업 지구, 혁신 시스템 및 학습 지역과 같은 다른 기존 개념과 공통점을 갖는 것은 외부 비즈니스 환경에 초점을 맞추고 있다. 기업가 생태계에 관한 최근의 대중적인 연구는 주로 기업가 및 정책 입안자 등 생태계의 핵심 이해관계자를 대상으로 하고 있으며, 그 인과 관계의 깊이와 근거는 다소 제한적이지만 학계를 대상으로 하고 있지는 않다. 최근의 기업 생태계 연구는 기업가 생태계의 성공에 중요하다고 여겨지는 몇 가지 요소 목록을 제공하고 있는데 당연히 기업가는 성공적인 생태계의 핵심으로 간주되지만 성공적인 기업 생태계에는 [표 II-1]과 같이 8개의 속성을 가지고 있다.(Feld, 2012)

[표 II-1] 성공적인 기업생태계의 9가지 속성

속성	정의
리더십	강력한 기업가 그룹은 회사를 시작하고 성장시키기 위해 눈에 보이고 접근 가능한 좋은 지역에 헌신함
중개인	효과적이고 가시적으로 잘 통합된 엑셀러레이터 및 인큐베이터와 마찬가지로 모든 단계에서 존경받는 많은 멘토와 조언자가 지원함
네트워크 밀도	가시적인 투자자, 고문, 멘토 및 지지자들과 신생 기업 및 기업가들의 공동체가 잘 연결되어 있으면 최적으로는 이런 사람들과 조직은 문화 참여를 뛰어 넘어 기꺼이 지역사회에 돌려 줌
정부	신생기업에 대하여 경제 개발, 세금 및 투자 수단 등을 포괄하는 강력한 정부지원이 있어야 함
인재	모든 분야 및 영역에서 직원을 위한 광범위하고 깊은 인재를 풀을 보유하고 있어야 하며 특히 대학은 신생 기업을 위한 훌륭한 자원을 보유하고 있으며 공동체와 잘 연결되어 있어야 함
서비스 지원	통합되고 접근 가능하며 효과적이며 적절한 가격의 전문적인 서비스(법률, 회계, 부동산, 보험 및 컨설팅)가 있어야 하며, 기업가와 커뮤니티가 서로 연결될 수 있는 시각적이며 확실한 많은 이벤트가 있어야 함
회사	대기업은 성장하는 신생기업과의 협력을 장려하는 프로그램을 만들어야 함
자본	강력하고 조밀하며 지지적인 벤처 자본가 커뮤니티, 엔젤 투자자 및 자금 조달 등이 가용하여야 하며 가시적이어야 함

출처: Feld(2012, pp. 186 - 187)

이러한 속성은 "벤처 창출", "생태계 창출" 및 "활기찬 비즈니스 부문" (Isenberg, 2010)으로 주장되는데 이러한 상이한 결과를 실현하기 위한 인과 관계 메커니즘이 어떻게 작동하는지는 불분명하다. 지역 조건과 상향식 프로세스의 역할에 대하여 강조하는 것은 지역 혁신과 성장에 관한 최근 학술 연구와 크게 일치한다(Boschma & Martin, 2010; Cooke et al., 2011). 야심찬 기업가 정신 및 기관에 대한 관심은 최근의 기업가정신 연구(Henrekson & Johansson, 2008, Stam et al., 2012)의 핵심 특징이기도 하다. Isenberg(2011)는 정책, 금융, 문화, 지원, 인적 자본 및 시장으로 생태계의 6가지 영역을 나열하였는데 이것은 각각 앞에서 언급한 속성과 [표 II-1]의 8가지 핵심 요소와 중복되는데, 성공적인 생태계 시스템을 위해 2013년 세계 경제 포럼(World Economic Forum)에 나열되어 있다.

[표 II-2] 기업생태계 구성요소

구분	부속품
접근가능한 시장	국내 및 해외시장 : 고객으로서의 정부 및 대중소기업
인적자본/인력	경영인재, 기술인재, 주인의식, 아웃소싱 및 다문화 인력 등
자본/펀딩	친구나 가족, 엔젤 투자자, 사모펀드, 벤처캐피탈 등
지원시스템/멘토	멘토/자문, 법률, 세무, 노무 등 전문서비스, 엑셀러레이터/인큐베이터, 기업가 네트워크
정부 및 정책, 시책	창업 용이성, 세금 인센티브, 기업친화적인 법률/정책, 기본적인 기업인프라, 통신 및 운송
교육/훈련	예비 대학인력, 대학 출신 인력, 기업가정신 교육을 받은 인력
주요 대학	기업가정신을 존중하는 문화 증진, Start Up기업에 새로운 아이디어 형성 및 졸업인력 공급
문화	위험과 실패에 대한 허용, 자영업 선호, 성공 사례/역할 모델, 기업가정신과 혁신에 대한 긍정적 이미지

출처: 세계 경제 포럼(2013, pp. 6-7).

앞에서 나열된 속성, 원칙 및 구성요소 등에서 기업가 생태계 접근 방식은 기업, 특히 시장 및 시장 실패에 대한 전통적인 경제적 사고의 변화를 포함하여 사람, 네트워크 및 기관에 대한 새로운 경제적 관점을 포함하고 있다. 공통분모는 기업가가 새로운 것을 창출한다는 사실이다. 가치는 다양한 제도적 맥락에서 가능하고 제한된 다양한 관리 방식에 의해 조직된다. 이것은 회사와 시장(및 시장 실패)이 무의미하다는 것을 의미하지 않는다. 그러나 시장과 기업은 다른 모든 형태의 거버넌스와 마찬가지로 항상 불완전한 거버넌스 모드이다. 더욱이 기업가정신은 시장 실패 접근법의 이상과 같이 종종 "효율적으로 시장 균형을 이루는" 상황에 대한 것이 아니라 "만드는 과정에서" 기업과 시장에 관한 것이다.

결론적으로, 기업생태계(Business Ecosystem)는 크게 두 가지 의미를 가지고 있는데, 하나는 기업이 창업 → 성장 → 구조조정 → 퇴출 → 재창업의 순환구조를 가지고 변화해 가는 환경을 의미하고, 다른 하나는 생산자와 경쟁자, 소비자, 기타 이해관계자들이 상호작용하는 조직들과 개인들의 네트워크에 기반을 둔 경제공동체를 의미하여 전자를 기업생태계의 순환구조, 후자를 기업 생태계의 네트워크(사회적 네트워킹)라고 부르기로 한다(오정근, 2012). 여기에서 기업 생태계의 네트워크는 좁게는 대기업과 중소기업, 물류기업과 유통기업 등 관련 기업과 이해관계자들이 하나의 산업클러스터(집적지역) 내에 존재함으로써 획기적인 비용절감을 통해 경쟁력을 향상시킬 수 있다.

2.3 기업가정신에 관한 이론적 고찰

기업가라는 용어는 17세기와 18세기 초 프랑스 경제에서 시작되었다. 프랑스어로, 그것은 장례식 책임자의 의미에서 장의사가 아니라 중요한 프로젝트나 활동을 수행하는 사람을 의미한다. 좀 더 구체적으로 말하면, 그것은 일하는 새롭고 더 나은 방법을 발견함으로써 경제적 진보를 자극한 벤처기업을 식별하는데 사용되었다(Dees, 1998). 가장 일반적으로 이 특별한 용어의 의미를 부여한 프랑스 경제학자는 Jean Baptiste Say이다. 19세기에 접어들면서 Say는 “기업가

는 경제적 자원을 낮은 곳에서 높은 생산성과 수확량의 영역으로 옮겨 가치를 창출한다.”고 하였다. 20세기에 들어오면서 기업가 용어와 가장 밀접하게 연관된 경제학자는 Joseph Schumpeter이었다. 그는 기업가를 자본주의의 창조 파괴적 과정을 주도하는 혁신자라고 묘사했다. 그의 말에 따르면, ‘기업가의 기능은 생산 패턴을 개혁하거나 혁명을 일으키는 것이다. 기업가는 새로운 재료 공급원이나 제품을 위한 새로운 아웃렛을 열거나 산업 재구성 등을 통해 새로운 상품을 생산하거나 새로운 방식으로 오래된 제품을 생산할 수 있는 발명이나 시도되지 않은 기술을 활용하는 등 여러 일들을 할 수 있다. Schumpeter의 기업가는 경제에 있어서 변화 요원이라 하였다. 새로운 시장에 봉사하거나 일을 하는 새로운 방식을 창조함으로써 그들은 경제를 발전시킨다.

Say와 Schumpeter는 많은 기업가가 새로운 창업을 하여, 이익 추구 비즈니스 벤처를 시작함으로써 그들의 기능을 수행하는 것이라 하였지만 비즈니스를 시작하는 것이 기업가정신의 본질이 아니라는 것은 사실이다. 다른 경제학자들이 이 용어를 다양한 뉘앙스와 함께 사용했는지 모르지만, Say-Schumpeter의 전통적인 기업가 개념은 경제 발전의 이면에 있는 촉매제와 혁신제로서 이 개념을 현대적으로 사용하기 위한 토대가 되었다. 경영 및 비즈니스 분야의 많은 연구자들은 다양한 창업 이론을 발표했지만 많은 유명한 사상가들은 Say-Schumpeter의 전통적인 개념에 충실하면서도 테마에 변화를 제공하고 있다. 예를 들어, 기업가에 관해 특별한 것을 얻으려는 시도에서 Peter Drucker는 Say의 정의로 시작하지만, 기회에 집중하여 확대하고 있다. Drucker는 기업가가 변화를 요구할 필요는 없지만 변화시키는 기회 (기술, 소비자 선호, 사회적 규범 등)를 창출하는 것으로 인식하고 있다. 그는 기업가와 기업가정신을 기업가는 항상 변화를 찾고 그것에 반응하며 기회로 활용하는 것으로 정의하고 있다. 기회라는 개념은 기업가정신에 대한 현재의 많은 정의의 중심이 되었는데 그것은 오늘날의 경영 이론가들이 높은 수익률의 영역으로 자원을 이동시키는 Say의 개념을 포함하는 방식인데 아마도 기회는 이러한 방식으로 가치를 창출할 수 있는 기회를 의미한다. 기업가들은 변화로 인한 문제보다는 가능성을 바라보는 마음가짐을 가지고 있다. Drucker에게는 사업을 시작하는 것이 기업가정신을 위해 필요하거나 충분하지 않으며, 모든 새로운 중소기업이 기업가이거

나 기업가정신을 대표하는 것은 아니라고 하였다. 그는 미국의 교외에 또 다른 조제 식품점이나 다른 멕시코 레스토랑을 열어 놓은 남편과 아내의 사례를 인용하면서 여기에서 특히 혁신적이거나 변화 지향적 인 것은 없다고 하였다. 새로운 비영리 조직에서도 마찬가지인데 새로운 조직이 모두 기업가가 되는 것은 아니다.

사회적 기업가는 사회 경제 내 특정 문제를 해결하는 것과 관련된 목표와 목적을 추구한다(Dees, 1998). 그들은 기존의 기업가와 비슷한 특성을 지니지만, 상업적 요구보다는 사회적 욕구 충족에 더 관심이 있다(Roberts and Woods, 2005). 기존의 기업가와 마찬가지로, 사회적 기업가는 혁신적이고 창의적이며 벤처 정신을 추구해야 한다. 두 유형의 기업가 사이의 특성은 매우 유사하지만 차이점은 목적과 동기 면에서 차이가 있다(Spais and Beheshti, 2016). 기존의 기업가가 돈을 벌고 사업을 성장시키는 데 관심이 있는 반면, 사회적 기업가는 사회적 만족과 어제보다 더 나은 사회가 필요하고 돕도록 염려한다(Welsh and Krueger, 2012). 사회적 기업가는 비즈니스보다 삶에 더 많은 가치가 있다는 것을 믿는다. 사람들을 돌보고 기회를 제공하는 것이 더 나은 세상으로 나아가기 위한 중요한 요소이라는 것이다. 사회적 기업가는 전통적인 기업가들이 직면 한 것과 동일한 도전에 직면해 있다(Castro and Cepeda, 2016). 그들은 사업 계획을 개발하고 성공적으로 실행해야 하며, 또한 벤처를 시작하기 위해 필요한 자원을 확보해야한다(Welsh and Pendleton, 2006). Sharir and Lerner(2006, p.7)는 "사회적 벤처의 창립과 설립은 사회적 문제와 필요에 대한 해답을 제공하기 위한 비전, 추진력, 인내가 있는 개인과 집단으로 교육, 복지, 환경 또는 건강과 관련이 있다고 하였다. 이러한 개인이나 단체는 사회적 벤처의 비전, 사명 및 전략을 정의하는 데 상당한 시간과 노력을 기울여야 한다(Memili and Welsh, 2012). 또한 사회적 벤처를 위한 구체적인 목표와 목적을 설명해야 한다. 사회적 기업가는 특정한 사회 문제 또는 필요에 대한 해답을 제공하기 위해 적절한 전략을 추구해야 한다. 그들은 전략을 명확하고 효과적인 방식으로 공식화해야 하고, 또한 새로운 벤처를 시작하고 운영하기에 충분한 자원을 모아야 한다.

사회는 잠재적인 이익을 실현할 수 있도록 기업가의 제공물을 쉽게 이해할

수 있어야 한다. 일단 사회적 기업가가 앞의 요소들을 수행하고 나면 시장에 초기 진입이 다음 중요한 단계가 될 것이다. 초기 진입의 적절한 타이밍은 예측된 결과와 목표를 달성하는 핵심 요소이다(Peng et al., 2014). 사회적 기업가정신은 관련 사회 목표의 달성이 시장에서의 경쟁력에 의존하기 때문에 '돌보는 자본주의'로 분류되었다(Hibbert et al., 2005). 기존의 기업가정신과 마찬가지로, 사회적 기업가는 먼저 자신의 경쟁을 파악한 다음 효과적으로 경쟁하기 위한 전략을 개발해야 한다. 또한, 그들은 경쟁이 비영리 또는 사회 지향적 경쟁에만 국한되지 않는다는 것을 인식해야 한다(Dees, 1998). 다음으로 우리는 Dees(1998)로 부터 채택한 사회적기업가 모델의 구성 요소를 검토하여 일차원적인 사회적 기업가 개념을 다음과 같이 정리하였다. 사회적 기업가는 (1)사회적 가치를 창출하고 유지하기 위한 사명을 채택 (2)그들의 사명에 봉사할 수 있는 새로운 기회를 인식하고 추구하는 변화 요원 (3)적응, 혁신, 학습, 적극적 교육 (4)현재 보유하고 있는 자원에 의해 제한되지 않으며, (5)사회에 기여하고 성과를 창출해야 하는 책임감을 갖는다.

2.4 컨설팅 만족도에 관한 이론적 고찰

한국사회적기업진흥원에서는 사회적기업의 경영역량 향상을 위하여 경영컨설팅 서비스를 제공하고 있는데, (예비)사회적기업을 대상으로 인사·법무·회계 등의 경영관련 코칭(Coaching)을 제공하여 기업의 기본적인 시스템 구축 지원뿐만 아니라 앞선 사회적기업가들의 현장에서 느낀 경험과 노하우를 공유하고 동종업종간의 네트워킹 지원을 자연스럽게 유도하는 기초컨설팅과 성장 및 자립단계에서 발생하는 각종 경영과제별로 맞춤형 전문컨설팅을 제공하여 자립기반을 제고하기 위한 전문컨설팅 등 2가지 종류의 컨설팅을 제공하고 있다.

기초컨설팅의 인사·노무분야에서는 권역 내 노무사들과 연계하여 근로기준법 및 취업규칙 준수 여부, 근로계약서 관리 지원, 임금대장 등 노무 관리에 대한 코칭을 지원하고, 회계·세무분야에서는 회계사나 세무사들과 연계하여 사업현황 분석, 회계 관리 등 회계 코칭을 지원한다. 법률·법무분야에서는 변호사나

법무사들과 연계하여 지적재산권, 계약서 작성, 계약 체결 등 법률·법무적인 애로사항 해소를 위한 코칭을 지원해 주고 있다. 또한 Peer consulting으로 앞선 사회적기업가의 현장 경험과 지식에 근거하여 후배 (예비)사회적기업의 전략적 경영 및 목표관리 등 경영 전반을 코칭하여 결과를 성취할 수 있도록 지원해 주고 있다. 기초컨설팅의 지원절차로는 신청/접수(지원기관) → 사전코칭(지원기관) → 실시계획서 검토(진흥원) → 집중코칭(컨설턴트 또는 멘토) → 모니터링(지원기관) → 사후코칭(컨설턴트 또는 멘토) 순으로 진행되고 있으며, 지원한도는 기업별 통 3회 한도에서 1회당 최대 500만원 이내에서 지원하고 있다.

전문컨설팅은 지속성장형, 특화형, 공동형 등 3가지 유형의 컨설팅 종류가 있는데 지속성장형은 경영전략, 마케팅, 회계, 법무, 노무 등 전략적으로 발전시켜야 할 경영/기술 등 전 분야에 대하여 집중적이고 전문적인 컨설팅을 지원하고 있으며, 특화형은 특정 분야 혹은 주제의 경영과제와 현안 문제를 해결하기 위한 컨설팅을 지원하고 있다. 마지막으로 공동형은 유사 업종이나 또는 지역의 기업들이 공동으로 겪고 있는 경영 현안 문제 해결을 위한 컨설팅을 지원하고 있다. 전문컨설팅의 지원절차는 컨설팅기관 등록(진흥원) → 신청/접수(진흥원) → 대면평가(진흥원) → 컨설팅 대상 선정(평가위원회) → 컨설팅 실시(컨설턴트) → 모니터링 및 컨설팅 결과 평가(진흥원) 순으로 진행되며 지원한도는 기업별 총 5회 내에서 지원하고 있으나 전문컨설팅은 수진기업의 도덕적 해이 방지는 물론 컨설팅 성과 제고를 위해 지원 금액에 따라 금액구간별 10~40% 정도의 기업 부담금이 있다(사회적기업진흥원 홈페이지, 2017).

기존 컨설팅 만족도와 관련된 선행연구를 살펴보면 컨설팅 만족도가 수진기업의 경영성과에 영향을 주고 있다는 것을 알 수 있다. 이는 컨설턴트 능력 및 컨설팅 만족도와 컨설팅활용도는 중소기업 경영성과에 영향을 미치는 요인으로 검증된 바(김익성, 2008) 있으며, 정부에서 중소기업을 위해 지원해 주고 있는 쿠폰제 컨설팅의 성공에 관련하여 기업관련 요인(기업형태, 업력, 기업규모, 종업원 수, 매출액)과 경영자 요인(성별, 자질, 교육 수준)과 만족도 점수 간의 관계는 통계적으로 유의하며, 컨설팅 성공에 만족도가 가장 큰 영향을 미치고, 그 다음으로 선정점수, 종업원 수 순으로 영향을 미친다(김용성 et al, 2009)고 하였다. 또한 컨설팅 만족도는 컨설팅기관과 수진기업을 중심으로 이루어지며 수

진기업의 만족도는 컨설팅 결과가 수진기업의 필요와 기대를 얼마나 충족하는가에 따라 좌우된다고 할 수 있는데, 컨설턴트가 수진기업의 니즈와 목표를 정확히 파악하고 거기에 맞게 산출물을 제공하여야 하며, 수진기업은 충분한 설명을 통해 산출물에 대해 이해하여야 하고 컨설팅 기관의 전문성 및 능력, 방법론 및 수행체계, 성실성 및 노력, 사후관리 등에 대해 신뢰하여야 만족도를 높일 수 있다(최종영, 2011)는 것을 보여 주었다.

중소기업 컨설팅의 형태는 단기컨설팅이 주류를 이루고 있는데 컨설팅 분야를 다중응답 분석한 결과로 생산관리부문, 시스템 및 인증부문, 현장개선부문의 순으로 나타났고 컨설팅사 변경은 거의 없는 것으로 나타났으며 컨설팅 효과는 계속 유지보다는 보통으로 인식하는 것으로 나타났으며, 컨설팅 결과 만족도는 컨설팅을 통하여 목표한 성과에 대한 만족이 가장 높고, 경영성과 만족도는 경영컨설팅을 통한 원가의 절감, 고객 성과 만족도는 경영컨설팅을 통한 고객관리 능력 향상, 내부 관리 성과는 경영컨설팅을 통한 생산현장의 환경 개선에서 높으며, 컨설팅 형태에 따라 장기컨설팅 보다 단기 컨설팅에서의 과정 만족도가 더 높은 것으로 나타났다(심종섭, 2012). 즉 다시 말하면 컨설팅 만족도는 경영성과에 유의한 영향을 미침을 확인할 수 있었으며, 컨설팅만족도가 높으면 높을수록 경영성과가 높아지는 것으로 나타남에 따라 의뢰기업의 컨설팅에 대한 만족도를 높이려면 컨설팅 목표 달성도, 투입자금 대비 컨설팅 성과, 컨설팅 결과물의 품질수준, 컨설팅 서비스 완료수준에 따라 컨설턴트 만족도가 중요하게 좌우됨(김정일, 2016)을 나타낸다 할 수 있다.

2.5 기업 성과에 관한 이론적 고찰

1996년 초 The Roberts Foundation Homeless Economic Development Fund에서는 사회적기업을 저소득층 개인을 위한 경제적 기회 창출을 위해 설립된 수익창출 벤처기업으로, 동시에 수익창출을 참조로 운영하는 기업으로 정의했다. 한편, NESsT(New England Sector Support Team)는 사회적 기업이라는 용어를 사용하여 비영리 단체가 사명을 수행하기 위해 자신의 수입을 창출하기 위해 사용하는 수많은 기업가정신 및 자금조달 방법을 언급하고 있다. 두

정의 모두 사회적 기업의 사회적 성과 및 재무적 성과를 포함한다. 그러나 Roberts Foundation의 정의는 NESsT의 정의가 자금 접근 방식이라고 강조하는 반면, 사회적 기업을 프로그램 접근법으로 강조하고 있다. The Nonprofit Good Practice Guide는 규율과 함께 사회적 사명의 열정과 혁신을 결합한 비영리벤처기업은 일반적으로 영리를 위한 사업과 관련되어 있다.[...]와 같은 일반론적 정의를 제공한다. The UK-based Social Enterprise Coalition은 사회적 목적을 위한 비즈니스 거래로서의 사회적 기업의 가장 단순한 정의를 광범위한 해석을 할 수 있도록 허용하고 있지만 사회적 기업의 정확한 정의에 대한 실무자와 학계 사이에서 여전히 논쟁이 있음을 상기시켜 주고 있다.

The Coalition은 사회적기업이 보여주는 공통적인 특징 중 일부를 고려하도록 하는데 먼저 기업지향으로 그들은 상품을 생산하거나 시장에 서비스를 제공하는 것과 직접 관련된다. 두 번째는 사회적 목표로 일자리 창출, 훈련 또는 지역 서비스 제공과 같은 사회적 또는 환경적 목표를 갖고 있고 그들의 윤리적 가치관에는 지역 공동체에 기술을 쌓기 위한 노력이 포함될 수 있다. 그들의 이익은 주로 그들의 사회적 목표를 성취하기 위해 재투자된다. 세 번째는 사회적 오퍼레이션으로 많은 사회적기업은 사회적 오퍼레이션으로 특징지어지고, 이들은 일반적으로 이해관계자 그룹(예:직원, 사용자, 고객, 지역 사회 그룹 및 사회 투자자) 또는 다양한 이해관계자 그룹을 대신하여 기업을 관리하는 이사회 또는 이사회 참여를 기반으로 거버넌스 및 오퍼레이션 구조가 있는 자치 단체이다. 그들은 그들의 이해관계자들과 그들의 사회, 환경 및 경제적 영향. 수익은 이해관계자에게 수익 공유로 분배되거나 커뮤니티 이익을 위해 사용된다. Coalition은 사회적 기업은 사회적 목적이 주로 있는 사업으로 잉여이익은 주주와 소유주의 이익을 극대화 할 필요성보다 주로 사업이나 지역 사회에서 그 목적을 위해 재투자된다[...]고 정의하였다. 또한 Virtue Ventures는 사회적 기업이란 사회적 문제 또는 시장 실패를 줄이거나 줄일 수 있는 사회적 목적을 위해 창업된 모든 비즈니스 벤처기업으로서 금융 분야, 혁신 및 민간 부문 사업의 결정으로 운영하면서 사회적 가치를 창출한다고 하였다. 그것의 광의적인 사용법에서, "사회 기업가"는 개인이고 "사회적기업"은 조직이다. 따라서 사회적기업은 사회적기업가라는 용어를 제도적으로 표현한 것이다.

사회적기업 성과란 사회적기업의 기준에서 경제적 기준을 지속가능한 제품의 생산과 서비스를 제공할 수 있어야 하며 이러한 제품과 서비스는 기업의 경제적 자립을 가능하게 하며, 사회적 기준을 지역사회나 특정 그룹의 사람들에게 봉사를 주된 목표로 하며, 지역사회 이익과 사회 통합을 추구하는 것을 말한다(신용석, 2009)고 하였으며 [표 II-3]과 같이 제시하고 있다.

[표 II-3] 사회적기업의 경제적 · 사회적 성과

경제적 성과		사회적 성과	
지속적인 제품생산 또는 서비스 제공	-전통적인 비영리 기관의 목표와 다르게 자선 사업 혹은 이익의 재투자만이 아님 -지속가능한 제품 생산과 서비스 제공으로 기업의 경제적 자립 가능	지역사회 이익추구	-지역사회나 취약계층에게 봉사가 목표 -지역사회 이익과 사회 통합 추구
높은 수준의 자율성 유지	-자율적 프로젝트에 자발적 참여자들에 의해 구성된 조직 -정책보조금이나 기부금을 받아도 기업 운영과 사업 참여 또는 포기의 권리 가짐	시민들의 자발적 참여	-지역사회의 문제해결을 목표로 신념 및 필요를 공유한 사람들로 하여금 자발적으로 만들어진 기업
경제적 위험성 감수	-사회적기업은 경제 리스크 감수	의사결정 구조 및 참여범위 확대	-일인일표로 의사결정 -고객과 근로자 등 다양한 이해관계자가 의사결정과정에 참여
유급 노동자 고용	-자원봉사자의 활용도 가능하나 유급노동자를 최소한 고용 필요	제한적 이윤배분	-원천적으로 이윤배분을 가능하지만 일정한도에서만 배분

출처 : 조영복(2011) 재정리

또한 사회적 기업이 정상적으로 수행함에 따라 발생하는 산출물로 경제적 성과와 사회적 성과로 구분할 수 있다(선남이·박능후, 2011). 사회적 기업의 경

영공시자료를 통해 한국사회적기업진흥원은 경제적 성과와 사회적성으로 구분하고 있는데 먼저 경제적 성과는 재무현황(자산, 부채, 자본), 매출 및 손익현황(영업이익, 당기순이익, 매출액), 경영분석지표(부채비율, 영업이익증가율, 총자본이익률)로 구분하고, 또한 사회적 성과는 고용(유급근로자 고용, 취약계층 고용, 근로자 교육 및 훈련, 근로자 보건 및 안전), 제품 및 사회서비스(취약계층 사회서비스제공, 사회서비스 및 제품 효과, 제품 및 서비스 개발과 혁신), 자원 연계 및 이윤분배(자원의 연계, 사회적 목적을 위한 이윤의 재투자), 지역사회에의 공헌(지역사회 기부, 지역 사회서비스 제공, 지역사회의 경제 활성화에의 기여), 환경(온실가스, 폐기물, 에너지, 물, 친환경 제품 구매)으로 구분한다(최미금, 2017).

Ⅲ. 연구의 설계

3.1 연구 모형

사회적기업의 성과분석 보고서에서 지난 3개년 경영성과를 분석해 본 결과 기업 당 평균 매출액은 증가 추세이나, 영업이익은 3개년 연속 적자를 나타내고 있으며 고용창출은 약보합세로 나타나고 있다. 이는 매출액의 경우 정부에서 공공매출 비중이 증가함에 따른 결과로 보이며 영업활동에 다른 수익성은 여전히 적자에서 벗어나고 있지 못하고 고용창출 분야는 약보합세이나 일반인 유급근로자 수는 낮은 수익성에 따라 3개년 연속 감소하고 있는 추세임을 파악하였는데 고용노동부(2013)의 사회적기업 활성화를 위한 선진국의 정책 실태 조사에 따르면 앞으로 사회적 기업이 지속가능한 성장을 위해 정부의 지원정책은 선진국처럼 사회적 기업이 시장에서 스스로 성장해 나갈 수 있도록 그 생태계를 조성해주기 위한 지원으로 변화해야 한다고 하였다.(고용노동부, 2013) 또한, 사회적기업가가 갖추어야 할 정신으로서, 사회 변화를 새로운 시장수요 창출의 기회로 인식하고 미래지향적으로 변화를 시도하고 대응하는 적극적인 행동과 지속적인 신기술도입으로 사회적기업 성과에 영향을 준다(최조순, 2012)고 하였다.

이에, 관련된 선행연구를 기업 생태계, 기업가정신, 사회적기업 성과에 대하여 고찰해 보았으며, 현재 몸담고 있는 학위과정인 컨설팅 관련하여 사회적기업들의 자립을 위하여 한국사회적기업진흥원에서 기초컨설팅과 전문컨설팅을 지원해 주고 있어 컨설팅 만족도도 추가적으로 살펴보았다. 특히 선행연구를 통하여 기업 생태계에는 두 가지의 이론이 혼재되어 있는데 하나는 기업이 창업 → 성장 → 구조조정 → 퇴출 → 재창업의 순환구조를 가지고 변화해 가는 환경인 기업생태계의 순환구조의 의미와 또 다른 하나는 생산자와 경쟁자, 소비자, 기타 이해관계자들이 상호작용하는 조직들과 개인들의 네트워크에 기반을 둔 경제공동체를 일컫는 기업생태계의 네트워크 의미이다(오정근, 2012). 따라서 기업 생태계의 변수를 기업생태계의 순환구조와 기업생태계의 네트워크로 분리

필요하다. 그러나 선행연구들은 기업생태계를 순환구조의 관점이나 기업생태계 네트워크 관점으로 각각 해석하여 연구하였다. 사회적기업의 생태계 관련한 연구를 정리해 보면 [표 Ⅲ-1]과 같다.

[표 Ⅲ-1] 선행연구 내용

저자	연구제목	변수 특성	연구 방법	발행 년도	발행 기관
김용태	사회적기업의 창업성과 영향 요인에 관한 실증적 연구 -정부지원정책과 사회적 네트워크를 중심으로	기업 가정 신	설문에 의한 회귀분석	2012	중앙 대학 교
장현주	조직생태학적 관점을 통한 사회적기업 생태계 탐색	창업	밀도의존 이론 실증분석	2013	한국 공공 관리 학회
라준영	사회적기업 생태계와 정책 혁신: 진화론적 관점	네트 워크	진화론적 정책모형 대비 현황파악	2014	한국 협동 조합 연구
권혁인 나운빈 이승하	지속가능한 생태계 조성을 위한 국내 협동조합의 주요 특징과 핵심 과제 연구	성공 과 실패	사례 연구	2014	한국 협동 조합 연구
이재희 조상미	사회적기업간 네트워크 특성이 조직성과에 미치는 영향 -네트워크 중심성을 중심으로	네트 워크	설문에 의한 회귀분석	2015	한국 사회 복지 행정 학회
최조순 강현철	사회적경제 지역생태계사업의 진화론적 접근	네트 워크	진화론적 정책모형 대비 FGI 및 현황파악	2015	한국 자치 행정 학회

또한 사회적기업은 특성상 일반 기업과 달리 경제적 성과 창출로 지속가능성을 담보하면서 사회적 문제 해결을 통한 성과도 창출하여야 한다는 것을 파악하여 기업 성과는 경제적 성과와 사회적 성과로 구분됨을 파악하여 이 또한 두 가지로 구분하였다.

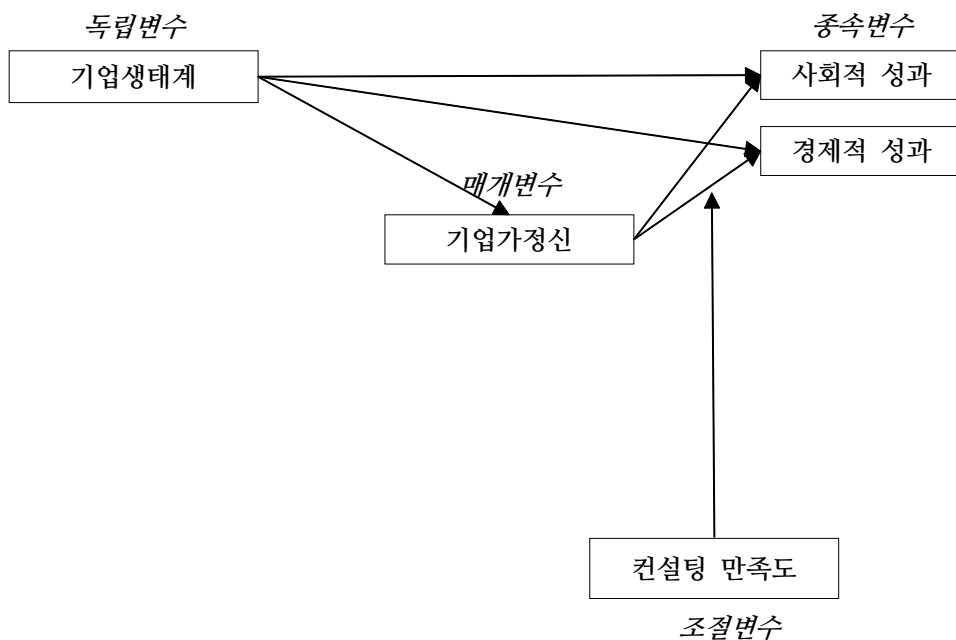
본 연구에서는 사회적기업 생태계 순환구조, 사회적기업 네트워크, 기업가정신이 사회적기업의 경제적 성과와 사회적 성과에 영향을 미치는지 알아보고자 하였으며, 또한 사회적기업을 위해 지원하는 컨설팅 만족도의 영향에 대해서도 파악해 보고자 하였다. 이러한 연구방향은 [표 Ⅲ-2]과 같이 논문의 차별성 요소인 주제, 방법, 결과 관점(이종승, 2011)에서 선행연구와의 차별성을 확보할 것으로 보인다.

[표 Ⅲ-2] 국내 선행연구와의 차별성

구분		선행연구	본 연구	차별성
주제		기업의 진화론 관점에서의 생태계 구축여부 혹은 조직성과에 대한 연구	기업성과에 대한 영향 요인에 대한 연구	있음
연구방법				
대상과 범위		사회적기업 혹은 협동조합	사회적기업	없음
변수	독립	학술적 이론에 대비한 창업 실태 파악	기업생태계의 순환구조와 네트워크, 기업가정신, 컨설팅만족도	있음
		학술적 이론에 대비한 네트워크 실태 파악		
		연결중심성 근접중심성 매개중심성		
		창업 기업가정신 경영역량 조직문화		
		인맥/네트워크 이해관계자		

		지역기업과 협력 정부지자체 협력 지역 금융기관 협력		
	종속	정책 제언/ 조직 성과	경제적 성과 사회적 성과	없음
분석결과		사례연구 질적연구 양적연구(개인대상)	설문에 의한 양적연구 (기업대상)	있음

본 연구에서는 선행연구에서 다루었던 주제와 다르게 기업생태계 순환구조를 독립변수로, 사회적기업의 경제적 성과와 사회적 성과를 종속변수로 선정하였으며 그 과정에서 기업가정신과 사회적기업의 네트워크가 매개역할을 하는지 살펴보고자 한다. 그리고 컨설팅 만족도에 있어 만족 집단과 불만족 집단 간의 경로 차이가 종속변수 중 경제적 성과에 조절역할을 하는가에 대하여 알아보기 위하여 [그림 Ⅲ-1]과 같이 연구모형을 설정하였다.



[그림 Ⅲ-1] 컨셉 연구모형

3.2 연구 가설

3.2.1 기업생태계 순환구조와 사회적기업 성과

본 연구의 목표는 기업가와 기업가정신을 둘러싼 환경을 이해하고 사회적기업의 성과제에 미치는 영향을 평가하는 것이다. 현재 기업생태계 관련한 연구는 기업가와 기업가정신을 둘러싼 환경에 대한 통찰력을 제공하고, 성과에 대한 합의와 그것을 탐지하는 방법은 여전히 진행 중인 작업으로 보이지만 강력한 기업생태계의 주요 지표가 될 수 있다. 스타트업 기업의 생태계 접근법에 의해 가장 잘 설명 될 수 있는 최근의 현상이 있다. 스타트업 내의 소규모 엘리트는 다른 사람들이 가치를 창출하고 교환 할 수 있는 플랫폼을 구축함으로써 규모를 확장 할 수 있다(Acs 외 2016). 플랫폼 비즈니스 모델은 확장성이 뛰어나며 스타트업의 대다수는 플랫폼 비즈니스 모델을 기반으로 한다(Evans 및 Schmalensee 2016). 이러한 플랫폼을 사용하면 신생 기업은 매우 짧은 기간 내에 대규모 규모와 가치 평가를 달성 할 수 있다. 많은 성공기업은 디지털 플랫폼의 성공적인 창작자이며 기업생태계의 순환구조에 의해 설명되는 현상이다. 기업가 생태계는 비즈니스 생태계의 변식지가 될 수 있다. 이것에 대한 이론적 증거는 지식과 인적 자본이 도시에 집중되어 있고 지식의 유출이 지역적이라는 것이다(Anselin et al. 1997). 우리는 성과의 척도로서 창업기업의 수를 센다. 이것은 추정 기술이 얼마나 정교한 지에 관계없이 자영업이나 새로운 회사 형성 보다는 기업가 생태계의 존재에 대한 훨씬 더 나은 지표이다(Bruns et al., 2017). 도시에 대규모의 신생 기업이 정착되면 기업의 생태계가 잘 작동한다고 추측 할 수 있다.

또한, Wheeler & Thomson(2003)은 아시아, 아프리카, 중남미의 개발도상국 중에서 성공적인 50개 지역기반 사회적 기업의 창업사례 분석을 통하여 지역 기반의 사회적기업이 지속적으로 발전하기 위해서는 사회적 자본(social capital)과 지역 내의 인적 자본(human capital), 재무적 자본(financial capital)를 효과적으로 동원(mobilize)해야 한다고 주장하였으며, 아울러 사회적 창업가 정신과 사회적 창업가의 경영능력, 지속적인 개발의욕 및 자세, 가치창출과 관

련된 파트너십 등을 제시하였다(Wheeler & Thomson, 2003). Moshe & Lerner(2006)은 이스라엘 소셜벤처(social venture)를 대상으로 3개년에 걸쳐 실시한 실증연구에서 소셜벤처의 성과를 스스로 공표한 목표를 성취한 정도, 현재의 사업을 유지하기 위해 프로그램 및 서비스의 연속성과 지속성(sustainability)을 보장할 수 있는 자원에 대한 능력, 소셜벤처의 성장과 발전을 위해 이용할 수 있는 자원 보유 등 3가지로 성과를 측정하였는데(김용태, 2012 재인용). Moshe & Lerner는 성과 영향요인을 사전 창업 및 경영경험, 헌신적인 몰입, 사회적 네트워크, 공공부문의 이슈화, 창업단계의 인력구성, 초기창업단계 가용자본금, 외부조직과의 장기적 협력, 서비스 시장테스트 등 8가지 독립변수들을 제시하였다.

기업가정신을 실현하는 생태계를 개발하는 과정은 정부, 개발 기관 및 학자들로부터 상당한 관심을 받았다. 미국의 The Council on Competitiveness (CoC), GSM협회, The Organization for Economic Co-operation and Development(OECD), The World Bank 및 The World Economic Forum과 같은 단체는 생태계의 발전을 평가하고 트래킹하기 위한 진단 도구를 개발하였다. , 또한 성공적인 벤처 자본가, 개발 컨설턴트 및 대학들이 개발한 유사한 평가 프레임 워크가 있다. 그러나 Aspen Network of Development Entrepreneurs(ANDE)에서는 기존 도구들과 분리된 접근법을 검토하여 기업생태계를 측정할 수 있는 Entrepreneurial Ecosystem Diagnostic Toolkit을 개발하였다. ANDE가 영국 개발청(Department for International Development)의 지원을 받아 기존의 기업 생태계를 매핑하고 측정할 수 있도록 Toolkit을 개발하여, 이 분석을 통해 잠재적인 도전과 기회를 진단 할 수 있도록 하였다. 이 Toolkit은 철저한 목표를 세우는 것이 아니라 다른 조직이 생태계를 구축 할 수 있는 토대를 제공하기 위한 것으로 개발된 Toolkit은 기업가 생태계의 현재 상태를 평가하는 방법론적 지침과 관련 연구자가 사용할 수 있는 자원 및 도구 세트를 제공하고 있다.

ANDE는 기업 생태계에 대한 포괄적인 평가 프레임 워크가 [표 Ⅲ-3]에서와 같이 7개 영역과 각 영역에 관련된 핵심 행위자에 초점을 맞추어야 한다고 제안하고 있다. 이러한 영역은 직접 영향력(자금조달), 부분적 직접 영향(마케

팅, 인적 자본, 사회기반 시설) 및 간접적 영향(기업환경)에 이르기까지 다양한 영역에 배치 될 수 있다고 하였다.

[표 Ⅲ-3] 기업생태계 측정을 위한 분석 도메인

직접영향	부분적 직접영향			간접영향
자금조달	마케팅	인적자본	사회기반시설	기업환경
은행	국내 기업	대학	전력	멘토 도움
벤처 캐피털	해외 기업	기술훈련	운송	정치 불안정
엔젤 투자	소비자	고등학교	인터넷/통신	경쟁 환경
펀드	유통네트워크		수도	산학 협력
	소매네트워크		가스	부패
	마케팅 네트워크			범죄

ANDE의 평가 프레임 워크에 의해 측정항목으로 자금조달영역에서는 대출 받을 때, 자본금 확충 때, 기부금 모금 때, M&A할 때 등의 애로사항을 평가하고, 경영지원 서비스영역에서는 법률 서비스, 세무 관련 서비스, 노무 서비스, 컨설팅/자문 서비스, 인큐베이터/엑셀러레이터 지원 등의 애로사항에 대하여 평가한다. 그리고 정책지원 서비스영역에서는 인허가 취득, 관세와 무역업무 관련, 근로자 관련, 세무 관련, 세율 등의 애로사항을 평가하며, 마케팅영역에서는 해외시장 개척, 시장정보의 이용가능성, 경쟁사 정보, 고객 Needs 파악 등에 대하여 애로사항을 평가한다. 인적자본 영역에서는 경영자, 엔지니어, 일반 근로자, 중간관리자 등의 채용의 애로사항에 대하여 평가하고, 사회기반 시설영역에서는 전력, 인터넷/통신, 수도, 가스, 운송 등에 대한 애로사항을 평가하며, 마지

막으로 기업환경 영역에서는 성공한 기업가로부터의 도움, 정치적 불안정성, 경쟁환경, 기업과 대학의 연구개발 협업, 부패, 범죄/도난/난동, 전반적인 기업환경 등의 애로사항을 평가하다. 이를 [표 Ⅲ-4]에 정리하였다.

[표 Ⅲ-4] ANDE에서 개발한 기업생태계 순환구조 측정항목

영역	측정항목	비고
자금 조달	대출 받을 때	
	자본금 확충 때	
	기부금 모금 때	
	M&A할 때	
경영 지원 서비스	법률 서비스	
	세무 관련 서비스	
	노무 서비스	
	컨설팅/자문 서비스	
	인큐베이터.엑셀러레이터 지원	
정책 지원	인허가 취득	
	관세와 무역업무 관련	
	근로자 관련	
	세무 관련	
	세율	
마케팅	해외시장 개척	
	시장정보의 이용가능성	
	경쟁사 정보	
	고객 Needs 파악	
인적 자본	귀사가 요구하는 자격을 갖춘 경영자 영입	
	귀사가 요구하는 자격을 갖춘 엔지니어 영입	
	잘 교육/훈련되지 않은 일반 근로자	
	귀사가 요구하는 자격을 갖춘 중간 관리자	
사회 기반 시설	전력	
	인터넷/통신	
	수도	
	가스	
	운송	
기업 환경	인근의 성공한 기업가로부터의 도움	
	정치적 불안정성	
	경쟁 환경	

	기업과 대학의 연구개발 협업	
	부패	
	범죄, 도난, 난동	
	전반적인 기업환경	

이상의 선행연구를 살펴 본 결과를 사회적기업의 창업에 영향을 주는 요인들과 성과의 관계를 연구했지만 창업을 포함한 전반적인 기업생태계를 연구한 실적은 아직 발견하지 못하였다. 따라서 본 연구에서는 세계의 여러 기관에서 사회적기업 관련 기업가정신과 생태계를 측정하는 지표를 개발된 많은 사례들 중 ANDE에서 개발한 평가항목을 바탕으로 기업생태계의 순환구조와 기업성과와의 관계를 분석해 보고자 한다. 이에 ANDE의 평가항목으로 기업생태계를 세분화하여 자금조달, 마케팅, 인적자본, 사회기반 시설, 기업환경이 기업성과에 영향을 미친다는 가설을 수립하고자 한다. 또한 선행연구에서 사회적기업의 성과는 경제적 성과와 사회적 성과로 나누어 분석해야 한다는 것을 알 수 있어 다음과 같이 가설을 수립하고자 한다.

가설1	기업생태계 순환구조가 경제적 성과에 영향을 줄 것이다
가설1-1	자금조달이 경제적 성과에 영향을 줄 것이다
가설1-2	마케팅이 경제적 성과에 영향을 줄 것이다
가설1-3	인적자본이 경제적 성과에 영향을 줄 것이다
가설1-4	사회기반시설이 경제적 성과에 영향을 줄 것이다
가설1-5	기업환경이 경제적 성과에 영향을 줄 것이다
가설2	기업생태계 순환구조가 사회적 성과에 영향을 줄 것이다
가설2-1	자금조달이 사회적 성과에 영향을 줄 것이다
가설2-2	마케팅이 사회적 성과에 영향을 줄 것이다
가설2-3	인적자본이 사회적 성과에 영향을 줄 것이다
가설2-4	사회기반시설이 사회적 성과에 영향을 줄 것이다
가설2-5	기업환경이 사회적 성과에 영향을 줄 것이다

3.2.2 기업생태계 순환구조와 기업가정신

국내의 지속적인 저성장 기조로 인해 청년 실업이 증가함에 따라 정부에서는 청년들에게 취업이 아닌 여러 창업지원 정책을 지원함으로써 기업가정신을 북돋워 주고 있다. 2017년 청년들의 창업을 위해 정부에서 지원해 주는 사업을 살펴보면 창업교육, 시설공간 제공, 멘토링·컨설팅, 사업화, R&D, 판로마케팅, 해외수출 및 정책 자금 등이다. 이는 요즈음 청년들이 기업에 취직하여 안정적인 생활에 안주하려는 것을 창업으로 유도하여 기업가정신을 키워주기 위한 정책으로 보인다. 다음은 정부에서 청년창업을 위해 지원해 주고 여러 사업들을 [표 Ⅲ-5]에 정리하였다.

[표 Ⅲ-5] 창업을 위한 정부지원 사업

구분	주무부처	사업명
창업교육	중소기업청	청소년 비즈쿨 창업아카데미 대학 기업가센터 창업대학원 장애인 맞춤형 창업 교육 시니어 기술 창업 지원사업 스마트 창작터
	문화체육 관광부	스포츠산업 창업 지원사업
	교육부	대학 창업 교육체제 구축 희망사다리 장학금
	특허청	IP기반 차세대 영재 기업인 육성 사업
시설공간	중소기업청	크리에이티브 팩토리 지원사업 창업보육센터 시제품 제작터 1인 창조기업 비즈니스센터 장애인 창업 보육실 운영 장애인 창업 점포 지원사업

	미래창조 과학부	K-Global 빅데이터 스타트업 기술 지원사업 K-Global 스마트콘텐츠 허브 활성화 지원사업
	문화체육 관광부	게임벤처 3.0
멘토링· 컨설팅	미래창조 과학부	(선진 글로벌 교육 제공) K-Global 창업 멘토링 (벤처 1세대 멘토링 프로그램 운영) 6개월 챌린지 플랫폼 엑셀러레이터 연계 지원사업 우주기술 기반 벤처창업지원 및 기업역량 강화 (STAR-Exploration)사업 연구개발특구 육성-이노폴리스 캠퍼스
	농림축산 식품부	농식품 크라우드펀딩 컨설팅 농촌현장 창업 보육
	특허청	IP 디딤돌 IP 나래
사업화	중소기업청	창업도약 패키지 선도벤처 연계 창업 지원사업 창업 인턴제 민·관 공동 창업자 발굴 육성 스마트벤처 창업 학교 상생 서포터즈 청년창업 프로그램 창업선도대학 육성 창업 성공 패키지 (舊 청년창업사관학교) 여성벤처 창업 케어 프로그램 장애인 기업 시제품 제작 지원사업 패키지형 재도전 지원사업
	미래창조 과학부	K-Global Re-Startup 민간투자 연계 지원사업 K-Global Startup 공모전 (일반) K-Global Startup 공모전 (IoT 신제품 개발) K-Global 엑셀러레이터 육성 K-Global Startup 스마트 디바이스

		K-Global 스마트 미디어 K-Global DB-Stars K-Global 클라우드 기반 SW 개발 K-Global 시큐리티 스타트업 K-Global 스타트업 다국적화 지원사업
	고용노동부	사회적 기업가 육성 사업
	문화체육 관광부	창업 발전소 스타트업 육성 관광벤처사업 발굴 및 지원사업 기술가치 평가
R&D	중소기업청	창업 성장기술 개발 (창업기업 과제) 창업 성장기술 개발 (기술창업 투자 연계 과제) 창조 혁신형 재도전 기술개발 (R&D)
	미래창조 과학부	K-Global ICT 유망기술 개발 지원사업 (ICT 창업·재도전 기술 개발 지원) 투자 연계형 기업 성장 R&D K-Global SW 전문 창업 기획사
	농림축산 식품부	농식품 벤처 창업 R&D 바우처 사업
판로마케팅 해외진출	중소기업청	글로벌 창업기업 발굴·육성 프로그램 1인 창조기업 마케팅 지원사업
	미래창조 과학부	K-Global 해외 진출 사업 K-Global 데이터 글로벌 K-Global Re-Startup 현지화 지원사업
	농림축산 식품부	농산업체 판로 지원
정책자금	중소기업청	창업기업 지원자금(일반 창업자금) 창업기업 지원자금(청년 전용 창업자금) 재창업 자금 시니어 창업 보증 엔젤투자 매칭 펀드 청년창업 펀드
	금융위원회	창업기업 보증 기술 창업기업 보증

		퍼스트펍권형 창업기업 보증 예비창업자 사전 보증
	미래창조 과학부	K-Global 정보통신 응용 기술 개발 지원사업
	농림축산 식품부	농식품 창업 아이디어 펀드
	교육부	대학창업펀드 조성

창업을 위해서는 창업자의 역량이 우선 요구되며, 창업자 본인이 잘 알고 있는 것을 파악하고 자신의 축적된 경험과 지식을 활용하기에 적합한 새로운 아이디어를 찾아 이를 차별화 시킬 수 있는 구체적인 전략을 가지고 창업하는 것이 바람직한 창업인데 성공적인 창업자에게 보이는 공통적인 개인적 특성으로 성별, 연령, 학력, 경험 등과 같은 다양한 특성을 다루고 있다(박동수, 2000). 또한 사회적기업의 창업동기요인 중 기업가정신만이 공익적 성과에 영향을 미치는 것으로 나타났으며, 이는 사회적기업의 창업과 발전을 위해서는 사회적 기업을 대상으로 하는 주요정책 수립과 집행에 있어서 사회적 기업 창업자의 창업의지와 기업가정신을 높이는 것이 무척 중요함을 시사한다(전대봉, 2015)고 하였다.

현 국내에서 청년들의 기업가정신 함양을 위해 창업에 필요한 여러 지원정책을 동원하여 취업이 아닌 창업으로 유도하는 사회적 분위기와 선행연구를 바탕으로 기업생태계 순환구조가 기업가정신에 영향을 줄 것이라는 가설을 수립하였다.

가설3	기업생태계 순환구조가 기업가정신에 영향을 줄 것이다
가설3-1	자금조달이 기업가정신에 영향을 줄 것이다
가설3-2	마케팅이 기업가정신에 영향을 줄 것이다
가설3-3	인적자본이 기업가정신에 영향을 줄 것이다
가설3-4	사회기반시설이 기업가정신에 영향을 줄 것이다
가설3-5	기업환경이 기업가정신에 영향을 줄 것이다

3.2.3 기업가정신과 사회적 네트워크

사회적기업의 기업가정신과 사회적 네트워크 관련 선행연구는 많지 않은데 네트워크가 혁신의 확산을 위해서 중요하며 따라서 왕성한 네트워크 활동을 하는 기업가들은 그렇지 않은 기업가들보다 훨씬 더 큰 성과를 만들어 낸다(김춘광, 2009)고 하였고, 기업가정신(핵심역량), 네트워크 활동, 그리고 국제화 간의 관계에서 기업가정신이 네트워크 활동에 유의한 정의 영향을 미친다(양현주, 2012)고 하였다. 또한 기업가정신은(역량)은 성과뿐만 아니라 협력 네트워킹에 직접적으로 동시에 영향을 주고 있다고 하였다.(양준환, 2009)

선행연구를 바탕으로 기업가정신이 사회적 네트워크에 영향을 줄 것이라는 가설을 수립하였다.

가설4	기업가정신이 사회적 네트워크에 영향을 줄 것이다
-----	----------------------------

3.2.4 사회적 네트워크와 기업 성과

사회적 기업이 가지는 여러 문제들을 극복하기 위해서는 사회적 네트워크는 중요한 역할을 한다. 네트워크의 크기를 공식적 네트워크, 비공식적 네트워크로 분류하여 중소기업의 네트워크 활동이 사회적기업 성과에 미치는 관계에 대해서 연구하였는데, 스타트업업보다는 스케일업의 네트워크 활동이 사회적기업 성과에 더 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다(정대용과 양준환, 2008). 창업 및 벤처기업에 관한 선행연구에서도 네트워크는 기업의 경영성과를 향상시키는 것으로 나타났으며, 기업 외부의 개인이나 조직 공식적 또는 비공식적인 접촉을 통하여 창업초기에 발생하는 여러 가지 문제점을 해결하며, 이들이 만든 제품이나 기업에 대한 고객의 인지도를 향상시킬 수 있다고 했다(양현주, 2012). 친구나 동창, 회계사, 가족이나 친척, 법조인, 정부부처, 중소기업진흥공단, 국내 연구기관, 대학, 중소기업 관련 협회, 관련 산업협회, 비경쟁기업, 고객 및 거래처,

공급자, 개인투자자, 금융기관, 벤처캐피탈, 창업보육센터 등으로 분류하여 네트워크의 신뢰가 경영성과와 관계가 있다고 하였지만 네트워크가 양적 관계가 넓거나 많다고 해서 경영성과가 좋아지는 것은 아니고 네트워크의 신뢰가 확실히 형성되어야만 경영성과가 높아질 수 있다고 하였다(양준환, 2009).

이렇듯 사회적 네트워크는 사회적기업의 성과를 향상시키는 것으로 볼 수 있는데 이를 토대로 사회적 네트워크는 사회적기업의 성과에 영향을 줄 것이라는 가설을 수립하였고 추가로 기업생태계 순환구조-자금조달, 마케팅, 인적자본, 사회기반시설, 기업환경-가 경제적 성과 · 사회적 성과에 영향을 주는 과정에서 기업과 정신과 사회적 네트워크가 매개역할을 할 것이라는 가설을 수립하였다.

가설5	사회적 네트워크는 경제적 성과에 영향을 줄 것이다
가설6	사회적 네트워크는 사회적 성과에 영향을 줄 것이다
가설7	기업생태계 순환구조가 경제적 성과에 영향을 주는 과정에서 기업가정신과 사회적 네트워크가 매개역할을 할 것이다
가설7-1	자금조달이 경제적 성과에 영향을 주는 과정에서 기업가정신과 사회적 네트워크가 매개역할을 할 것이다
가설7-2	마케팅이 경제적 성과에 영향을 주는 과정에서 기업가정신과 사회적 네트워크가 매개역할을 할 것이다
가설7-3	인적자본이 경제적 성과에 영향을 주는 과정에서 기업가정신과 사회적 네트워크가 매개역할을 할 것이다
가설7-4	사회기반시설이 경제적 성과에 영향을 주는 과정에서 기업가정신과 사회적 네트워크가 매개역할을 할 것이다
가설7-5	기업환경이 경제적 성과에 영향을 주는 과정에서 기업가정신과 사회적 네트워크가 매개역할을 할 것이다
가설8	기업생태계 순환구조가 사회적 성과에 영향을 주는 과정에서 기업가정신과 사회적 네트워크가 매개역할을 할 것이다
가설8-1	자금조달이 사회적 성과에 영향을 주는 과정에서 기업가정신과 사회적 네트워크가 매개역할을 할 것이다
가설8-2	마케팅이 사회적 성과에 영향을 주는 과정에서 기업가정신과 사회적 네트워크가 매개역할을 할 것이다
가설8-3	인적자본이 사회적 성과에 영향을 주는 과정에서 기업가정신과 사회적 네트워크가 매개역할을 할 것이다
가설8-4	사회기반시설이 사회적 성과에 영향을 주는 과정에서 기업가정신과 사회적 네트워크가 매개역할을 할 것이다
가설8-5	기업환경이 사회적 성과에 영향을 주는 과정에서 기업가정신과 사회적 네트워크가 매개역할을 할 것이다

3.2.5 컨설팅 만족도의 조절효과

컨설팅 서비스에 대한 인식과 컨설팅 서비스 과정을 구분하여 이들이 경영 성과에 영향을 미치는지 연구하였는데, 특히, 컨설팅 서비스 과정을 컨설팅 활용도와 컨설팅 만족도로 각각 측정결과 컨설팅 만족도가 높으면 경영성과에 정

(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났으며, 컨설팅 활용도 역시 경영성과에 정(+)의 영향을 미치는 것으로 분석(채준원, 2011)되었고, 컨설팅 서비스품질을 PZB (1988)의 SERVQUAL 모형으로 측정하고, 공감성, 유형성, 대응성, 신뢰성, 확신성의 5개 요인이 컨설팅 만족도와 지각된 가치를 통해 기업성과에 영향을 미치는지 연구결과 유형성, 신뢰성, 대응성, 공감성은 컨설팅 만족도에 정(+)의 영향을 미치는 것으로 실증 분석하였으며, 컨설팅 만족도가 높으면 기업성과가 높은 것으로 나타났다(최명규, 2014) 또한, 경영컨설팅과 기업성과간의 관계 및 컨설팅 활용도의 매개효과를 연구하였는데, 연구결과 컨설팅 활용도는 경영컨설팅과 경영성과의 관계에 대하여 매개효과가 있는 것으로 분석(박춘래 외, 2011)되었으며, ‘중소기업 컨설팅 서비스 결정요인’에서 컨설팅 활용도가 경영성과에 긍정적 영향을 미치고 있음을 주장하였다(채준원, 2011).

선행연구를 바탕으로 컨설팅 만족도는 기업의 경제적 성과와 관계가 있는 것을 파악하였다. 이에 사회적 네트워크가 사회적기업의 경제적 성과에 영향을 미치는 과정에서 정부에서 사회적기업의 자립을 위해 지원해 주는 컨설팅 만족도가 조절역할을 하는지 분석해 보기위해 사회적 네트워크가 경제적 성과에 영향을 미치는 과정에서 컨설팅 만족도가 조절역할을 할 것이라는 가설을 수립하였다.

가설9	사회적 네트워크가 경제적 성과에 영향을 주는 과정에서 컨설팅 만족도가 조절역할을 할 것이다
-----	---

3.2.6 연구가설 요약

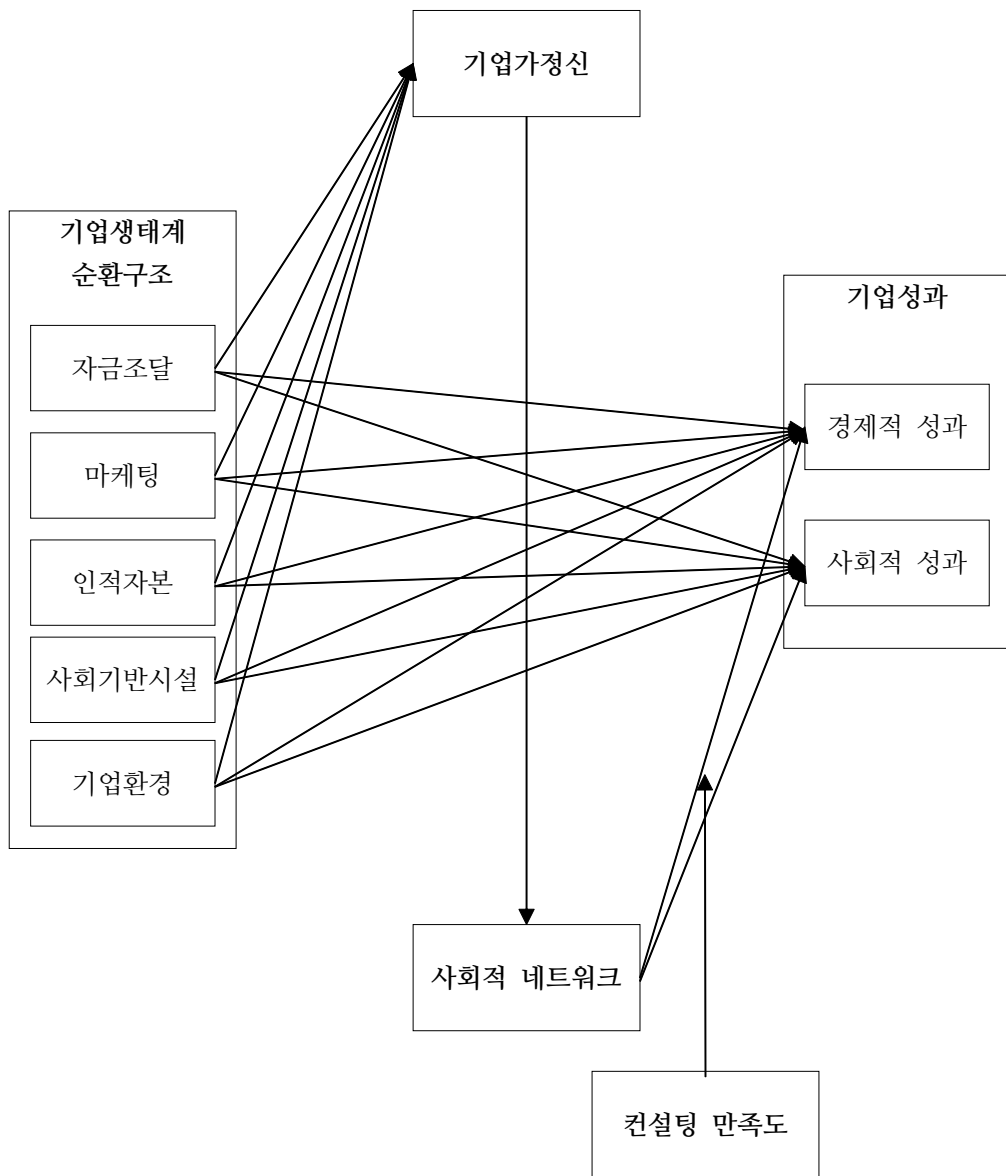
선행연구를 토대로 본 연구에서 분석해 보고자 하는 가설을 정리하면 [표 III-6]과 같다.

[표 Ⅲ-6] 연구가설 요약

가설1	기업생태계 순환구조가 경제적 성과에 영향을 줄 것이다
가설1-1	자금조달이 경제적 성과에 영향을 줄 것이다
가설1-2	마케팅이 경제적 성과에 영향을 줄 것이다
가설1-3	인적자본이 경제적 성과에 영향을 줄 것이다
가설1-4	사회기반시설이 경제적 성과에 영향을 줄 것이다
가설1-5	기업환경이 경제적 성과에 영향을 줄 것이다
가설2	기업생태계 순환구조가 사회적 성과에 영향을 줄 것이다
가설2-1	자금조달이 사회적 성과에 영향을 줄 것이다
가설2-2	마케팅이 사회적 성과에 영향을 줄 것이다
가설2-3	인적자본이 사회적 성과에 영향을 줄 것이다
가설2-4	사회기반시설이 사회적 성과에 영향을 줄 것이다
가설2-5	기업환경이 사회적 성과에 영향을 줄 것이다
가설3	기업생태계 순환구조가 기업가정신에 영향을 줄 것이다
가설3-1	자금조달이 기업가정신에 영향을 줄 것이다
가설3-2	마케팅이 기업가정신에 영향을 줄 것이다
가설3-3	인적자본이 기업가정신에 영향을 줄 것이다
가설3-4	사회기반시설이 기업가정신에 영향을 줄 것이다
가설3-5	기업환경이 기업가정신에 영향을 줄 것이다
가설4	기업가정신이 사회적 네트워크에 영향을 줄 것이다
가설5	사회적 네트워크는 경제적 성과에 영향을 줄 것이다
가설6	사회적 네트워크는 사회적 성과에 영향을 줄 것이다
가설7	기업생태계 순환구조가 경제적 성과에 영향을 주는 과정에서

	기업가정신과 사회적 네트워크가 매개역할을 할 것이다
가설7-1	자금조달이 경제적 성과에 영향을 주는 과정에서 기업가정신과 사회적 네트워크가 매개역할을 할 것이다
가설7-2	마케팅이 경제적 성과에 영향을 주는 과정에서 기업가정신과 사회적 네트워크가 매개역할을 할 것이다
가설7-3	인적자본이 경제적 성과에 영향을 주는 과정에서 기업가정신과 사회적 네트워크가 매개역할을 할 것이다
가설7-4	사회기반시설이 경제적 성과에 영향을 주는 과정에서 기업가정신과 사회적 네트워크가 매개역할을 할 것이다
가설7-5	기업환경이 경제적 성과에 영향을 주는 과정에서 기업가정신과 사회적 네트워크가 매개역할을 할 것이다
가설8	기업생태계 순환구조가 사회적 성과에 영향을 주는 과정에서 기업가정신과 사회적 네트워크가 매개역할을 할 것이다
가설8-1	자금조달이 사회적 성과에 영향을 주는 과정에서 기업가정신과 사회적 네트워크가 매개역할을 할 것이다
가설8-2	마케팅이 사회적 성과에 영향을 주는 과정에서 기업가정신과 사회적 네트워크가 매개역할을 할 것이다
가설8-3	인적자본이 사회적 성과에 영향을 주는 과정에서 기업가정신과 사회적 네트워크가 매개역할을 할 것이다
가설8-4	사회기반시설이 사회적 성과에 영향을 주는 과정에서 기업가정신과 사회적 네트워크가 매개역할을 할 것이다
가설8-5	기업환경이 사회적 성과에 영향을 주는 과정에서 기업가정신과 사회적 네트워크가 매개역할을 할 것이다
가설9	사회적 네트워크가 경제적 성과에 영향을 주는 과정에서 컨설팅 만족도가 조절역할을 할 것이다

정리된 가설에 따라 상세 연구모형을 수립하였으며 [그림 Ⅲ-2]와 같다.



[그림 Ⅲ-2] 상세 연구모형

3.3 변수의 조작적 정의 및 설문지 구성

3.3.1 변수의 조작적 정의

연구모형을 구성하고 있는 기업생태계 순환구조의 자금조달, 마케팅, 인적자본, 사회기반시설, 기업환경과 기업가정신, 사회적 네트워크, 컨설팅 만족도, 경제적 성과, 사회적 성과에 대한 개념을 선행연구를 바탕으로 측정가능하도록 조작화 하였으며 각 변수의 정의는 [표 Ⅲ-7]과 같다.

[표 Ⅲ-7] 변수의 조작적 정의

변수	조작적 정의	측정항목	관련연구
기업 생태계 순환 구조	지속적인 사회적 창업의 환경	자금조달, 마케팅 인적자본, 사회기반시설, 기업환경	Aspen Network of Development Entrepreneurs (2013)
자금 조달	기업창업부터 운영 과정 중 자금조달의 어려움 정도	대출 받을 때, 자본금 확충 때, 기부금 모금 때, M&A할 때	
마케팅	기업의 제품 혹은 서비스 판매활동의 어려움 정도	해외시장 개척, 시장정보의 이용가능성, 경쟁사 정보, 고객 Needs 파악	
인적 자본	기업의 필요인력 채용의 어려움 정도	자격을 갖춘 경영자 영입, 자격을 갖춘 엔지니어 영입, 신입 근로자, 자격을 갖춘 중간 관리자	
사회 기반 시설	기업운영에 필요한 인프라 구축의 어려움 정도	전력, 인터넷/통신, 수도, 가스, 운송	
기업 환경	기업운영에 필요한 환경 관련 어려움	성공한 기업가로부터의 도움, 정치적 불안정성, 경쟁 환경,	

		정도	기업과 대학의 R&D 협업, 부패, 범죄/도난/난동	
기업가 정신	경제적 이익을 창출하면서도 사회 문제를 해결하는 것과 관련된 목표와 목적을 추구하는 정도	진취성, 혁신성, 위험추구성	Covin and Slevin(1991)	
사회적 네트 워크	사회적기업과 네트워크 구축을 위해 노력한 정도	조직의 지속가능한 발전 및 사회적기업의 가치를 추구 하기 위해 사회적기업이 지난 6개월 동안 정보교환, 조직간 협업, 자원 교류, 시장판로 연계, 기업 간 상호 거래, 공동사업 운영 활동을 통해 상호간 도움을 주고받으며 협력관계를 구축하기 위해 노력한 일련의 활동 과정	이재희 (2015)	
컨설팅 만족도	컨설팅 결과에 대한 만족 정도	컨설팅 결과 우수성, 컨설팅 결과 유용성, 컨설팅 결과 기대효과	채준원(2011) 최명규(2014)	
경제적 성과	재무적 성과 창출 정도	매출, 수익, 재정자립도, 브랜드 가치	조상미 외, (2012)	
사회적 성과	사회적 서비스 기여 정도	지역환경 개선 및 지역주민 삶의 질, 지역사회 및 외부의 인정, 고용문제 해결, 취약계층 지원, 사회적 가치 실현	조상미 외 (2012)	

3.3.2 설문지 구성

본 연구의 가설검정을 위하여 설문지의 문항은 기존의 선행연구에 바탕을 두었으며, 고용노동부에서 인증 받은 사회적기업을 대상으로 독립변수인 기업 생태계 순환구조 측정을 위한 자금조달, 마케팅, 인적자본, 사회기반시설, 기업 환경과 매개변수인 기업가정신, 기업생태계 네트워크 측정을 위한 사회적 네트워크와 조절변수인 컨설팅 만족도, 종속변수인 경제적 성과와 사회적 성과 등의 특성에 맞는 항목으로 설문을 작성하였다. 설문지는 기업의 대표자가 스스로 응답하는 자기보고식으로 이루어졌으며, 설문은 일반사항 포함 총 73문항으로 구성하였다. 사회적기업의 일반적인 특성부문을 제외한 나머지 설문에 대하여는 Likert 5점 척도(전혀 그렇지 않다 - 그렇지 않다 - 보통이다 - 그렇다 - 매우 그렇다)를 사용하였다. 본 연구의 설문지 구성내용을 정리하면 [표 Ⅲ-8]과 같다.

[표 Ⅲ-8] 설문지 구성

설문항목			문항수	척도
독립 변수	자금조달	B11~B14	4	5점 척도
	마케팅	B41~B44	4	5점 척도
	인적자본	B51~B54	4	5점 척도
	사회기반시설	B61~B65	5	5점 척도
	기업환경	B71~B77	7	5점 척도
매개 변수	기업가정신	A1~A9	9	5점 척도
	사회적 네트워크	C1~C8	8	5점 척도
조절 효과	컨설팅 만족도	D1.1~D3.4	12	5점 척도
종속 변수	경제적 성과	E21~E25	5	5점 척도
	사회적 성과	E11~E15	5	5점 척도
일반사항			10	명목척도
합계			73	

3.4 자료 수집 및 분석

3.4.1 자료 수집

모집단은 2007년부터 고용노동부에서 인증받은 사회적기업이라 할 수 있으며, 한국사회적기업진흥원 홈페이지에서 공개열람이 가능한 전국 사회적기업 리스트(2016년12월31일기준)를 내려받은 후 2017년 3월 24일부터 6월 15일까지 약 3개월에 걸쳐 전국에 산재해 있는 사회적기업의 대표자들을 대상으로 설문조사를 실시하였다. 이러한 방법을 통해 회수된 설문지는 125부였으나 불성실하게 응답한 설문 11부를 제외하고 남은 114부를 대상으로 실증분석을 실시하였다.

[표 Ⅲ-9] 모집단과 표본

총 조사 대상수	표본 조사수	회수 건수	회수율	유효 표본수	유효율
1,646	649	125	19.3%	114	91.2%

3.4.2 자료 분석

본 연구의 실증 분석은 수집된 자료를 사회과학 통계패키지인 SPSS 23.0을 이용하였고 구조모형의 적합성을 확인하기 위해 AMOS 23.0을 활용하였다. 먼저 SPSS 23.0 통계패키지를 활용하여 응답 기업의 일반적인 특성을 처리하기 위하여 빈도분석을 실시하였으며, 탐색적 요인분석을 실시하여 측정변수가 구성개념을 얼마나 정확하게 측정하고 있는가를 살펴보았으며, 연구모형의 요인들간의 내적 일관성을 판단하는 신뢰도 검증을 실시하였다. 또한 확인요인분석을 통해 척도를 재차 정리하고 연구모형의 적합성 확인 및 기본연구가설 검정, 매개효과 검정, 집단 간 경로차이 검정을 통한 조절효과 검정을 위하여 구조방정식모형분석을 실시하였다.

IV. 연구 결과

4.1 기초통계분석

4.1.1 표본 특성

회수된 표본의 일반적인 특성에 대하여 빈도분석 한 결과, 응답자 성별로는 남자는 74명으로 64.9%, 여자는 40명으로 35.1%로 남성의 비율이 여성보다 2배 정도 많고, 응답자의 연령대별로는 20대 이하는 2명으로 1.8%, 30대는 25명으로 21.9%, 40대는 52명으로 45.6%, 50대는 27명으로 23.7%, 60대는 6명으로 5.3%, 70대 이상은 2명으로 1.8%로 나타나서 40대의 비율이 가장 큰 비중을 점유하고 있음을 알 수 있다.

응답자들의 종교는 기독교가 41명으로 36%, 불교는 16명으로 14%, 유교는 1명으로 0.9%, 천주교 16명으로 14%, 종교가 없는 무교는 37명으로 32.5%, 기타는 3명으로 2.6%로 분석되어 기독교를 종교로 갖고 있는 사람들의 비중이 가장 높았으며, 응답자들의 학력을 살펴보면 고졸미만은 1명으로 0.9%, 고졸은 12명으로 10.5%, 대졸은 71명으로 62.3%, 대학원졸 이상은 31명으로 26.3%로 대졸이 가장 많은 비중을 점유하고 있었다.

응답자들이 사회적기업에 근무한 경력으로는 3년 미만이 21명으로 18.4%, 3년 이상에서 5년 미만은 23명으로 20.2%, 5년 이상에서 7년 미만은 21명으로 18.4%, 7년 이상은 49명으로 43%로 7년 이상의 근무경력자가 가장 높은 점유율을 보이고 있었고, 응답자 소속기업들의 조직형태로는 민법상 법인은 16명으로 14%, 비영리민간단체는 11명으로 9.6%, 사회복지법인은 3명으로 2.6%, 상법상 회사는 60명으로 52.6%, 협동조합 및 영농조합 21명으로 18.4%, 기타는 3명으로 2.6%를 각각 점유하고 있어 상법상 회사가 가장 높은 비중을 차지하고 있는 것을 알 수 있다.

응답자들의 소속 업종으로 건설업이 6명으로 5.3%, 도소매업이 9명으로 7.9%, 서비스업이 57명으로 50%, 제조업이 34명으로 29.8%, 기타 8명으로

7.0%로 나타나 서비스업에 종사하는 사람이 가장 많은 것을 알 수 있으며, 응답자의 사회서비스 분야로는 간병가사지원이 1명으로 0.9%, 관광분야는 2명으로 1.8%, 교육분야는 16명으로 14.0%, 문화예술분야는 14명으로 12.3%, 사회복지분야는 19명으로 16.7%, 청소분야는 7명으로 6.1%, 환경분야는 11명으로 9.6%, 기타는 44명으로 38.6%를 구성하고 있어 기타형의 사회서비스 분야가 가장 많은 비중을 점유하고 있는 것으로 나타났다.

응답자의 사회목적 실현 유형으로는 사회서비스 제공형이 11명으로 9.6%, 일자리 제공형이 72명으로 63.2%, 지역사회 공헌형이 14명으로 12.3%, 일자리 제공과 사회서비스 제공의 혼합형 및 기타형이 17명으로 14.9%로 나타나 일자리 제공형이 가장 높은 비중으로 점유하고 있는 것으로 나타났고, 응답자들의 기업설립 년수를 살펴보면 3년 미만 기업이 32명으로 28.1%, 3년 이상~5년 미만 기업이 30명으로 26.3%, 5년 이상~7년 미만이 21명으로 18.4%, 7년 이상이 31명으로 27.2%로 기업설립 년 수는 구간별 큰 차이를 보이고 있지 않은 것으로 나타났다.

마지막으로 응답자들의 지적재산권 보유 개수는 하나도 없는 기업이 82명으로 71.9%, 1개 보유기업이 19명으로 16.7%, 2개 보유기업이 4명으로 3.5%, 3개 이상 보유기업이 9명으로 7.9%로 나타나 대부분의 기업이 지적재산권을 보유하고 있지 않는 것으로 나타나 이는 대부분의 사회적기업이 일반적인 비즈니스 모델로 서비스업종에 치우쳐져 있어 특별히 지적재산권이 필요하지 않기 때문인 것으로 보인다.

[표 IV-1] 표본 일반특성

변수	특성	빈도(%)
성별	남자	74(64.9)
	여자	40(35.1)
계		114
연령대	20대 이하	2(1.8)
	30대	25(21.9)
	40대	52(45.6)
	50대	27(23.7)

	60대	6(5.3)
	70대 이상	2(1.8)
계		114
종교	기독교	41(36.0)
	불교	16(14.0)
	유교	1(0.9)
	천주교	16(14.0)
	무교	37(32.5)
	기타	3(2.6)
계		114
학력	고졸미만	1(0.9)
	고졸	12(10.5)
	대졸	71(62.3)
	대학원졸 이상	30(26.3)
계		114
근무경력	3년 미만	21(18.4)
	3년 이상~5년 미만	23(20.2)
	5년 이상~7년 미만	21(18.4)
	7년 이상	49(43.0)
계		
조직형태	민법상 법인	16(14.0)
	비영리민간단체	11(9.6)
	사회복지법인	3(2.6)
	상법상 회사	60(52.6)
	협동조합 및 영농조합	21(18.4)
	기타	3(2.6)
계		114
업종	건설업	6(5.3)
	도소매업	9(7.9)
	서비스업	57(50.0)
	제조업	34(29.8)
	기타	8(7.0)
사회서비스	간병가사지원	1(0.9)

분야	관광	2(1.8)
	교육	16(14.0)
	문화예술	14(12.3)
	사회복지	19(16.7)
	청소	7(6.1)
	환경	11(9.6)
	기타	44(38.6)
계		114
사회적 목적 실현 유형	사회서비스 제공형	11(9.6)
	일자리 제공형	72(63.2)
	지역사회 공헌형	14(12.3)
	혼합형 및 기타형	17(14.9)
계		114
기업설립 년 수	3년 미만	32(28.1)
	3년 이상~5년 미만	30(26.3)
	5년 이상~7년 미만	21(18.4)
	7년 이상	31(27.2)
계		114
지적재산권 보유 개수	없음	82(71.9)
	1개	19(16.7)
	2개	4(3.5)
	3개 이상	9(7.9)
계		114

4.1.2 탐색적 요인분석 및 신뢰도 분석

본 연구에서 사용할 변수의 타당성과 신뢰성 검정을 위하여 자금조달, 마케팅, 인적자본, 사회기반시설, 기업환경 등의 독립변수와 기업가정신, 사회적 네트워크 등의 매개변수, 조절변수인 컨설팅 만족도와 경제적 성과, 사회적 성과 등의 종속변수 등 모든 변수에 집중 타당성과 판별 타당성 분석을 위하여 탐색

적 요인분석과 신뢰성 분석을 실시하였다. 모든 측정변수는 주성분 분석(principle component analysis)을 사용하여 구성요인을 추출하였으며, 직교회전방식(varimax)을 채택하여 요인 적재치의 단순화를 하였다. 변수 선택은 고유값 1.0이상, 집중 타당성의 요인 적재치 0.6이상, 판별 타당성의 요인 적재치는 0.4이상을 기준으로 하였다.

선택된 측정항목의 설명된 총 분산은 77.456%로 나타났으며, 전체적으로 연구모형과 동일하게 10개의 요인으로 추출되었다. 자금조달은 설문 4개 문항이 모두 채택되었고 Eigen Value값은 3.339, 설명된 분산은 총 분산 중 6.665%를 점유하였다. 또한 신뢰도는 0.893으로 신뢰도의 기준 Cronbach $\alpha > 0.8$ 을 충족하였다. 마케팅은 4개 설문문항 중 3개 문항이 채택되었으며 Eigen Value값은 1.161, 설명된 분산은 총 분산 중 2.276%이고, 신뢰도 Cronbach α 값은 0.851으로 신뢰도 기준을 충족하였다. 인적자본은 4개 설문문항이 모두 채택되었으며 Eigen Value값은 1.583, 설명된 분산은 총 분산의 3.104%이고 신뢰도 Cronbach α 값은 0.853로 신뢰도 기준을 충족하였다. 사회기반시설은 5개의 설문문항이 모두 채택되었고 Eigen Value값은 5.106, 설명된 분산은 총 분산의 9.853%이고 신뢰도 Cronbach α 값은 0.899로 신뢰도 기준을 충족하였다, 기업환경은 7개의 설문문항 중 4개가 채택되었으며 Eigen Value값은 2.011, 설명된 분산은 총 분산의 3.944%이며 신뢰도 Cronbach α 값은 0.834로 신뢰도 기준을 충족하였다.

매개변수인 기업가정신은 설문문항 9개 중 8개가 채택되었으며 Eigen Value값은 7.841, 설명된 분산은 총 분산의 15.375%이고 신뢰도 Cronbach α 값은 0.928로 신뢰도 기준을 충족하였다. 사회적 네트워크는 설문문항 8개 중 3개가 채택되었으며 Eigen Value값은 1.394, 설명된 분산은 총 분산의 2.733%이고 신뢰도 Cronbach α 값은 0.870으로 신뢰도 기준을 충족하였다. 조절변수인 컨설팅 만족도는 설문문항 12개가 모두 채택되었으며 Eigen Value값은 12.697, 설명된 분산은 총 분산의 24.896%이고 신뢰도 Cronbach α 값은 0.977로 신뢰도 기준을 충족하였다.

종속변수인 경제적 성과는 설문문항 5개 중 3개가 채택되었으며 Eigen Value값은 1.754, 설명된 분산은 총 분산의 3.440%이고 신뢰도 Cronbach α

값은 0.916으로 신뢰도 기준을 충족하였다. 마지막으로 사회적 성과는 설문문항 5개가 모두 채택되었으며 Eigen Value값은 2.637, 설명된 분산은 총 분산의 5.170%이고 신뢰도 Cronbach α 값은 0.897로 신뢰도 기준을 충족하였다. 또한 KMO 측도값은 0.798***로 유의하였으며 분석결과는 [표 IV-2]에 정리하였다.

[표 IV-2] 탐색적 요인분석과 신뢰성 분석

변수종류	변수명 (측정항목수)	사각회전 후 항목수	Factor Loading					신뢰도 (Cronbach α)
			요인1	요인2	요인3	요인4	요인5	
독립변수	자금조달 (4)	4	0.806	0.107	0.126	0.014	0.097	0.893
			0.802	0.152	0.195	0.118	0.041	
			0.786	0.205	0.167	0.048	0.220	
			0.660	0.320	0.071	0.087	0.336	
	마케팅 (4)	3	0.141	0.802	0.204	0.107	0.170	0.851
			0.199	0.794	0.160	0.195	-0.005	
			0.403	0.698	0.150	0.104	0.102	
	인적자본 (4)	4	0.178	0.205	0.784	0.104	0.150	0.853
			0.213	0.022	0.757	0.049	0.317	
			0.100	0.235	0.739	0.183	0.022	
			0.278	0.164	0.622	-0.034	0.293	
	사회시설기반 (5)	5	-0.054	0.156	0.073	0.887	0.143	0.899
			0.037	0.185	-0.019	0.861	0.135	
			-0.007	0.038	0.060	0.854	0.042	
			0.173	-0.081	0.150	0.773	0.110	
			0.158	0.143	0.016	0.647	0.258	
	기업환경 (7)	4	0.125	-0.031	0.114	0.095	0.768	0.834
			0.066	0.159	0.179	0.149	0.761	
			0.169	0.078	0.091	0.327	0.693	
			0.202	0.180	0.145	0.180	0.624	
매	기업가	8	-0.050	0.106	0.003	0.038	-0.026	-

개 변 수	정신 (9)		-0.027 0.051 -0.160 -0.022 0.144 -0.054 -0.171	0.046 0.062 0.021 0.004 0.092 -0.028 0.003	-0.061 -0.050 0.095 0.019 -0.026 -0.119 0.065	-0.116 0.088 0.014 0.076 -0.149 0.020 -0.058	-0.039 0.050 -0.066 -0.080 -0.112 0.044 0.168	
	사회적 네트 워크 (8)	3	-0.184 -0.144 -0.041	0.018 -0.004 -0.136	0.049 -0.093 -0.112	0.048 0.043 0.016	0.042 -0.052 -0.062	-
조 절 변 수	컨설팅 만족도 (12)	12	0.086 0.107 0.029 0.088 -0.023 0.132 0.021 -0.026 0.084 -0.119 0.139 0.039	0.085 0.051 0.023 0.073 0.082 0.060 0.009 0.087 0.027 0.079 0.023 -0.071	0.049 0.014 0.070 0.035 0.072 -0.009 0.075 0.149 0.070 0.023 0.116 0.112	0.060 0.121 0.095 0.107 0.144 -0.038 0.061 0.116 0.024 0.056 0.028 0.065	0.025 0.074 0.042 -0.060 0.103 0.029 0.135 0.057 -0.025 0.166 0.026 0.181	-
종 속 변 수	경제적 성과 (5)	3	0.069 0.094 0.094	-0.051 0.070 0.056	0.022 0.069 -0.016	0.037 0.006 0.110	0.097 0.111 0.010	-
	사회적 성과 (5)	5	0.001 0.051 -0.024 0.090 -0.075	-0.038 0.079 0.100 0.049 -0.049	-0.128 -0.089 -0.028 -0.019 0.030	0.032 -0.123 -0.030 0.008 0.106	-0.010 -0.100 0.090 0.022 -0.029	-
고유값			3.399	1.161	1.583	5.106	2.011	
설명된 분산(%)			6.665	2.276	3.104	9.853	3.944	

누적분산(%)	6.665	8.941	12.045	21.898	25.842	
Kaiser-Meyer-Olkin 측도 : 0.798 유의확률 : 0.000						

[표 IV-2] 탐색적 요인분석과 신뢰성 분석(계속)

변수 종류	변수명 (측정 항목 수)	사각 회전 후 항목수	Factor Loading					신뢰도 (Cron bach α)
			요인6	요인7	요인8	요인9	요인10	
독립 변수	자금 조달 (4)	4	-0.074	-0.159	0.124	0.062	0.063	-
			-0.102	-0.110	0.098	0.003	-0.023	
			-0.088	-0.055	0.037	0.083	0.013	
			-0.106	-0.077	0.199	0.102	-0.105	
	마케팅 (4)	3	0.165	0.039	0.096	-0.048	0.104	-
			0.047	-0.007	0.189	0.074	0.028	
			0.116	0.083	0.080	0.141	-0.032	
	인적 자본 (4)	4	-0.017	-0.125	0.284	0.031	-0.073	-
			-0.051	-0.014	0.149	-0.035	-0.029	
			0.035	-0.113	0.124	0.114	-0.069	
			-0.056	0.080	0.273	0.009	-0.108	
	사회 시설 기반 (5)	5	-0.040	0.082	0.136	-0.028	-0.015	-
			0.012	0.004	0.103	0.004	-0.013	
			0.029	0.158	0.131	-0.040	-0.058	
			-0.070	-0.043	0.156	-0.001	0.047	
			-0.027	-0.120	0.151	0.209	-0.081	
	기업 환경 (7)	4	-0.040	-0.022	0.152	0.033	0.052	-
			0.002	-0.033	0.126	0.103	-0.121	
			0.071	0.142	0.150	0.017	0.079	
			-0.098	-0.077	0.074	0.047	-0.042	
매 개	기업가 정신	8	0.867	0.023	0.031	0.049	0.163	0.928
			0.849	0.082	0.056	0.017	0.174	

변수	(9)		0.828	0.200	0.011	0.112	0.092		
			0.817	0.128	0.089	0.091	0.193		
			0.807	0.176	0.002	0.171	0.143		
			0.770	-0.071	0.087	0.055	0.165		
			0.689	-0.105	0.107	0.232	0.122		
			0.675	0.077	0.098	-0.037	0.117		
	사회적 네트 워크 (8)	3	0.110	0.828	0.041	0.013	0.028	0.870	
			0.191	0.827	0.114	0.170	0.031		
			0.104	0.816	0.040	-0.023	0.209		
	조절 변수	컨설팅 만족도 (12)	12	0.093	-0.003	0.919	-0.030	0.101	0.977
0.092				-0.022	0.909	0.034	0.033		
0.084				0.045	0.904	0.056	0.033		
0.061				0.085	0.900	0.055	-0.027		
0.087				-0.011	0.893	0.005	0.060		
-0.019				0.066	0.881	0.145	-0.020		
0.082				-0.060	0.876	-0.031	0.124		
0.021				0.128	0.876	0.131	0.034		
-0.001				0.102	0.874	0.147	0.045		
0.019				-0.070	0.851	-0.017	0.131		
0.010				0.093	0.831	0.251	0.062		
0.091				-0.050	0.823	0.038	0.171		
종속 변수	경제적 성과 (5)	3	0.097	0.035	0.096	0.846	0.213	0.916	
			0.205	0.035	0.169	0.821	0.215		
			0.141	0.012	0.096	0.810	0.196		
	사회적 성과 (5)	5	0.254	0.108	0.130	0.076	0.799	0.897	
			0.305	0.009	0.070	0.082	0.790		
			0.196	-0.047	0.156	0.240	0.768		
			0.331	0.070	0.152	0.305	0.667		
			0.291	0.290	0.070	0.335	0.655		
	고유값			7.841	1.394	12.697	1.754	2.637	
	설명된 분산(%)			15.375	2.733	24.896	3.440	5.170	

누적분산(%)	41.217	43.950	68.846	72.286	77.456	
Kaiser-Meyer-Olkin 측도 : 0.798 유의확률 : 0.000						

4.2 측정모형 분석

SPSS 통계 패키지를 활용하여 집중 타당성과 판별 타당성을 확인하였으므로 AMOS를 통해 측정모형에 대한 분석을 하였다. 측정모형에 대한 판단기준은 SD Jais(2007)의 “Structural Equation Modeling”의 Acceptable Model Fit값을 적용하였다.

[표 IV-3] 측정모형 적합도 판단기준

항목	Cutoff 기준	
	Good Model Fit	Acceptable Model Fit
χ^2/df	$0 \leq \chi^2/df \leq 2$	$\chi^2/df \leq 3$
RMSEA	$0 \leq RMSEA \leq 0.05$	$0.05 \leq RMSEA \leq 0.08$
SRMR	$0 \leq SRMR \leq 0.05$	$0.05 \leq SRMR \leq 0.10$
NNFI	$0.97 \leq NFI \leq 1.0$	$0.95 \leq NFI \leq 0.97$
CFI	$0.97 \leq CFI \leq 1.0$	$0.95 \leq CFI \leq 0.97$ (0.9이상)*
GFI	$0.95 \leq GFI \leq 1.0$	$0.90 \leq GFI \leq 0.95$
AGFI	$0.90 \leq AGFI \leq 1.0$	$0.85 \leq AGFI \leq 0.90$
Indicator Reliability(IR)	$IR \geq 0.4$	
t-value of the factor loading	$t\text{-value} \geq 1.69$	
Composite Reliability	$CR \geq 0.6$	

Average Variance Explained(AVE)	AVE $\geq$ 0.5
Fornell/Larcker-Criterion	AVE $\geq$ Squared Correlation

출처 : Jais, S. Structural equation modeling, 2007

*송지준, 논문작성에 필요한 SPSS/AMOS 통계분석방법, 2008

측정모형 분석 결과 NFI, NNFI(TLI), CFI, GFI, AGFI이 적합 기준을 충족하지 못하였고, χ^2/df , RMSEA, RMR, CR(0.6이상), AVE(0.5이상)은 적합 기준을 충족한 것으로 분석되었다.

[표 IV-4] 측정모형 분석 결과

측정항목			표준화 계수	표준 오차	p	CR	AVE	SMC
자금 조달	→	B11	0.881	0.116	...	10.331	0.886	0.776
	→	B12	0.864	0.110	...	10.106		0.747
	→	B13	0.744	0.120	...	8.405		0.554
	→	B14	0.789	Fix				0.623
마케팅	→	B42	0.794	0.116	...	8.548	0.889	0.631
	→	B43	0.820	0.124	...	8.817		0.672
	→	B44	0.783	Fix				0.613
인적 자본	→	B51	0.700	0.103	...	8.371	0.895	0.490
	→	B52	0.752	0.098	...	9.254		0.566
	→	B53	0.761	0.095	...	9.402		0.579
		B54	0.893	Fix				0.797
사회 기반 시설	→	B61	0.761	0.159	...	7.053	0.847	0.580
	→	B62	0.856	0.137	...	7.735		0.733
	→	B63	0.919	0.151	...	8.129		0.845
	→	B64	0.865	0.155	...	7.798		0.749
	→	B65	0.650	Fix				0.422
기업 환경	→	B71	0.770	0.134	...	7.242	0.842	0.593
	→	B72	0.725	0.151	...	6.879		0.526
	→	B73	0.794	0.137	...	7.416		0.630
	→	B74	0.705	Fix				0.496
기업가 정신	→	A1	0.818	0.103	...	8.985	0.859	0.669
	→	A2	0.629	0.124	...	6.736		0.396
	→	A3	0.835	0.117	...	9.196		0.697

	→	A4	0.866	0.123	...	9.588		0.750
	→	A5	0.859	0.120	...	9.492		0.737
	→	A6	0.885	0.117	...	9.827		0.784
	→	A7	0.646	0.115	...	6.927		0.417
	→	A8	0.744	Fix				0.553
사회적	→	C1	0.816	0.115	...	9.294		0.666
네트	→	C3	0.846	0.104	...	9.549	0.904	0.716
워크	→	C7	0.828	Fix				0.686
경제적	→	E21	0.875	0.070	...	12.450		0.766
성과	→	E22	0.918	0.074	...	13.271	0.943	0.844
	→	E23	0.873	Fix				0.762
사회적	→	E11	0.820	0.125	...	8.921		0.672
성과	→	E12	0.767	0.138	...	8.277	0.860	0.588
	→	E13	0.836	0.125	...	9.109		0.698
	→	E14	0.817	0.135	...	8.889		0.668
	→	E15	0.760	Fix				0.577

... $p < .001$

항목	Cutoff 기준		
	Acceptable Model Fit	분석결과	판정
χ^2/df	$2 \leq \chi^2/df \leq 3$	1.493	적합
RMSEA	$0.05 \leq RMSEA \leq 0.08$	0.066	적합
SRMR	$0.05 \leq SRMR \leq 0.10$	0.091	적합
NNFI(TLI)	$0.95 \leq NFI \leq 0.97$	0.878	부적합
CFI	$0.95 \leq CFI \leq 0.97$ (0.9이상)	0.889	부적합
GFI	$0.90 \leq GFI \leq 0.95$	0.706	부적합
AGFI	$0.85 \leq AGFI \leq 0.90$	0.660	부적합
Composite Reliability	$CR \geq 0.6$		적합
Average Variance Explained(AVE)	$AVE \geq 0.5$		적합
Fornell/Larcker-Criterion	$AVE > \text{Squared Correlation}$		적합

일부 적합지수가 기준 충족을 못하여 SMC가 가장 낮은 기업가정신의 설문 항목2를 제거한 후 2차 측정모형 분석을 실시하였다.

2차 측정모형 분석 결과 최초 측정모형 분석과 마찬가지로 NFI, NNFI(TLI), CFI, GFI, AGFI이 적합 기준을 충족하지 못하였고, χ^2/df , RMSEA, RMR, CR(0.6이상), AVE(0.5이상)은 적합 기준을 충족한 것으로 분석되었다.

[표 IV-5] 2차 측정모형 분석 결과

측정항목			표준화 계수	표준 오차	p	CR	AVE	SMC
자금 조달	→	B11	0.881	0.116	...	10.326	0.886	0.777
	→	B12	0.864	0.110	...	10.101		0.747
	→	B13	0.744	0.120	...	8.390		0.553
	→	B14	0.789	Fix				0.622
마케팅	→	B42	0.794	0.116	...	8.539	0.889	0.630
	→	B43	0.820	0.124	...	8.819		0.672
	→	B44	0.782	Fix				0.612
인적 자본	→	B51	0.700	0.103	...	8.370	0.891	0.490
	→	B52	0.752	0.098	...	9.256		0.566
	→	B53	0.761	0.095	...	9.401		0.579
	→	B54	0.893	Fix				0.797
사회 기반 시설	→	B61	0.761	0.159	...	7.053	0.847	0.580
	→	B62	0.856	0.137	...	7.735		0.733
	→	B63	0.919	0.151	...	8.129		0.845
	→	B64	0.865	0.155	...	7.798		0.749
	→	B65	0.650	Fix				0.422
기업 환경	→	B71	0.770	0.134	...	7.242	0.842	0.593
	→	B72	0.726	0.151	...	6.882		0.527
	→	B73	0.794	0.137	...	7.420		0.630
	→	B74	0.705	Fix				0.497
기업가 정신	→	A1	0.817	0.104	...	8.962	0.869	0.667
	→	A3	0.836	0.117	...	9.196		0.698
	→	A4	0.865	0.123	...	9.562		0.748
	→	A5	0.853	0.120	...	9.406		0.727
	→	A6	0.893	0.117	...	9.905		0.797
	→	A7	0.642	0.115	...	6.871		0.412
	→	A8	0.744	Fix				0.553
사회적 네트 워크	→	C1	0.816	0.114	...	9.294	0.905	0.666
	→	C3	0.846	0.104	...	9.550		0.716
	→	C7	0.829	Fix				0.687
경제적 성과	→	E21	0.875	0.070	...	12.451	0.943	0.766
	→	E22	0.918	0.074	...	13.271		0.844
	→	E23	0.873	Fix				0.762
사회적	→	E11	0.820	0.125	...	8.919	0.860	0.672
	→							

성과		E12	0.767	0.138	...	8.277		0.588
	→	E13	0.836	0.125	...	9.110		0.699
	→	E14	0.817	0.135	...	8.889		0.668
	→	E15	0.760	Fix				0.577

... $p < .001$

항목	Cutoff 기준		
	Acceptable Model Fit	분석결과	판정
χ^2/df	$2 \leq \chi^2/df \leq 3$	1.500	적합
RMSEA	$0.05 \leq RMSEA \leq 0.08$	0.067	적합
SRMR	$0.05 \leq SRMR \leq 0.10$	0.092	적합
NNFI(TLI)	$0.95 \leq NFI \leq 0.97$	0.880	부적합
CFI	$0.95 \leq CFI \leq 0.97$ (0.9이상)	0.891	부적합
GFI	$0.90 \leq GFI \leq 0.95$	0.709	부적합
AGFI	$0.85 \leq AGFI \leq 0.90$	0.661	부적합
Composite Reliability	$CR \geq 0.6$		적합
Average Variance Explained(AVE)	$AVE \geq 0.5$		적합
Fornell/Larcker-Criterion	$AVE > \text{Squared Correlation}$		적합

일부 적합지수가 최초 측정모형 분석과 마찬가지로 기준을 충족하지 못하여 SMC가 가장 낮은 기업가정신의 설문항목7을 제거한 후 3차 측정모형 분석을

실시하였다.

3차 측정모형 분석 결과 2차 측정모형 분석과 마찬가지로 NFI, NNFI (TLI), CFI, GFI, AGFI의 적합도가 조금씩 상향되었으나 여전히 적합 기준을 충족하지 못하였고, χ^2/df , RMSEA, RMR, CR(0.6이상), AVE(0.5이상)은 적합 기준을 충족한 것으로 분석되었다.

[표 IV-6] 3차 측정모형 분석 결과

측정항목			표준화 계수	표준 오차	p	CR	AVE	SMC
자금 조달	→	B11	0.881	0.116	...	10.318	0.886	0.777
	→	B12	0.865	0.111	...	10.101		0.748
	→	B13	0.744	0.120	...	8.383		0.553
	→	B14	0.788	Fix				0.621
마케팅	→	B42	0.795	0.116	...	8.556	0.889	0.632
	→	B43	0.820	0.124	...	8.831		0.673
	→	B44	0.783	Fix				0.613
인적 자본	→	B51	0.700	0.102	...	8.374	0.891	0.491
	→	B52	0.752	0.098	...	9.256		0.566
	→	B53	0.761	0.095	...	9.403		0.579
		B54	0.893	Fix				0.797
사회 기반 시설	→	B61	0.761	0.159	...	7.054	0.847	0.580
	→	B62	0.856	0.137	...	7.736		0.733
	→	B63	0.919	0.151	...	8.130		0.845
	→	B64	0.865	0.155	...	7.800		0.749
	→	B65	0.650	Fix				0.423
기업 환경	→	B71	0.770	0.134	...	7.244	0.842	0.593
	→	B72	0.726	0.150	...	6.884		0.527
	→	B73	0.794	0.137	...	7.424		0.631
	→	B74	0.705	Fix				0.497
기업가 정신	→	A1	0.820	0.107	...	8.833	0.869	0.672
	→	A3	0.841	0.120	...	9.802		0.707
	→	A4	0.861	0.127	...	9.321		0.742
	→	A5	0.850	0.124	...	9.187		0.722
	→	A6	0.896	0.121	...	9.732		0.804
	→	A8	0.735	Fix				0.540
사회적 네트	→	C1	0.816	0.114	...	9.295	0.905	0.666
	→	C3	0.846	0.104	...	9.552		0.716

워크	→	C7	0.828	Fix				0.686
경제적 성과	→	E21	0.875	0.070	...	12.452	0.943	0.766
	→	E22	0.918	0.074	...	13.271		0.844
	→	E23	0.873	Fix				0.762
	→	E11	0.820	0.125	...	8.920		0.672
사회적 성과	→	E12	0.767	0.138	...	8.277	0.860	0.588
	→	E13	0.836	0.125	...	9.110		0.699
	→	E14	0.817	0.135	...	8.889		0.668
	→	E15	0.760	Fix				0.577
	→							

... $p < .001$

항목	Cutoff 기준		
	Acceptable Model Fit	분석결과	판정
χ^2/df	$2 \leq \chi^2/df \leq 3$	1.479	적합
RMSEA	$0.05 \leq RMSEA \leq 0.08$	0.065	적합
SRMR	$0.05 \leq SRMR \leq 0.10$	0.092	적합
NNFI(TLI)	$0.95 \leq NFI \leq 0.97$	0.887	부적합
CFI	$0.95 \leq CFI \leq 0.97$ (0.9이상)	0.898	부적합
GFI	$0.90 \leq GFI \leq 0.95$	0.716	부적합
AGFI	$0.85 \leq AGFI \leq 0.90$	0.667	부적합
Composite Reliability	$CR \geq 0.6$		적합
Average Variance Explained(AVE)	$AVE \geq 0.5$		적합
Fornell/Larcker-Criterion	$AVE > \text{Squared Correlation}$		적합

3차 측정모형 분석에서도 일부 적합지수가 기준 충족을 못하여 SMC가 가

장 낮은 사회기반시설의 설문항목5를 제거한 후 4차 측정모형 분석을 실시하였다.

4차 측정모형 분석 결과 2차 측정모형 분석과 마찬가지로 NFI, NNFI (TLI), GFI, AGFI의 적합도가 조금씩 상향되었으나 여전히 적합 기준을 충족하지 못하였고, χ^2/df , RMSEA, RMR, CFI, CR(0.6이상), AVE(0.5이상)은 적합 기준을 충족한 것으로 분석되었다.

[표 IV-7] 4차 측정모형 분석 결과

측정항목			표준화 계수	표준 오차	p	CR	AVE	SMC
자금 조달	→	B11	0.882	0.116	...	10.312	0.886	0.777
	→	B12	0.865	0.111	...	10.096		0.748
	→	B13	0.744	0.120	...	8.380		0.553
	→	B14	0.788	Fix				0.621
마케팅	→	B42	0.795	0.116	...	8.574	0.889	0.633
	→	B43	0.819	0.124	...	8.828		0.671
	→	B44	0.784	Fix				0.614
인적 자본	→	B51	0.700	0.102	...	8.376	0.892	0.491
	→	B52	0.752	0.098	...	9.256		0.566
	→	B53	0.761	0.095	...	9.402		0.579
		B54	0.893	Fix				0.797
사회 기반 시설	→	B61	0.765	0.096	...	9.756	0.921	0.584
	→	B62	0.858	0.075	...	11.793		0.737
	→	B63	0.924	0.078	...	13.247		0.854
	→	B64	0.857	Fix				0.735
기업 환경	→	B71	0.770	0.134	...	7.243	0.842	0.593
	→	B72	0.726	0.150	...	6.886		0.527
	→	B73	0.794	0.137	...	7.421		0.630
	→	B74	0.705	Fix				0.497
기업가 정신	→	A1	0.820	0.107	...	8.833	0.875	0.672
	→	A3	0.841	0.120	...	9.081		0.707
	→	A4	0.861	0.127	...	9.319		0.742
	→	A5	0.850	0.124	...	9.186		0.722
	→	A6	0.896	0.121	...	9.730		0.804
	→	A8	0.735	Fix				0.540
사회적	→	C1	0.816	0.115	...	9.294	0.904	0.666

네트 워크	→	C3	0.846	0.104	...	9.553		0.716
	→	C7	0.828	Fix				0.686
경제적 성과	→	E21	0.875	0.070	...	12.460	0.943	0.766
	→	E22	0.919	0.074	...	13.283		0.844
	→	E23	0.873	Fix				0.762
사회적 성과	→	E11	0.820	0.124	...	8.927	0.860	0.672
	→	E12	0.767	0.138	...	8.284		0.588
	→	E13	0.836	0.125	...	9.116		0.699
	→	E14	0.817	0.135	...	8.896		0.668
	→	E15	0.760	Fix				0.578

... $p < .001$

항목	Cutoff 기준		
	Acceptable Model Fit	분석결과	판정
χ^2/df	$2 \leq \chi^2/df \leq 3$	1.487	적합
RMSEA	$0.05 \leq RMSEA \leq 0.08$	0.066	적합
SRMR	$0.05 \leq SRMR \leq 0.10$	0.089	적합
NNFI(TLI)	$0.95 \leq NFI \leq 0.97$	0.889	부적합
CFI	$0.95 \leq CFI \leq 0.97$ (0.9이상)	0.900	적합
GFI	$0.90 \leq GFI \leq 0.95$	0.724	부적합
AGFI	$0.85 \leq AGFI \leq 0.90$	0.675	부적합
Composite Reliability	$CR \geq 0.6$		적합
Average Variance Explained(AVE)	$AVE \geq 0.5$		적합
Fornell/Larcker-Criterion	$AVE > \text{Squared Correlation}$		적합

4차 측정모형 분석에서도 일부 적합지수가 기준 충족을 못하여 SMC가 가

장 낮은 인적자본의 설문항목1를 제거한 후 5차 측정모형 분석을 실시하였다.

5차 측정모형 분석 결과 4차 측정모형 분석과 마찬가지로 NFI, NNFI (TLI), GFI, AGFI의 적합도가 조금씩 상향되었으나 여전히 적합 기준을 충족하지 못하였고, χ^2/df , RMSEA, RMR, CFI, CR(0.6이상), AVE(0.5이상)은 적합 기준을 충족한 것으로 분석되었다.

[표 IV-8] 5차 측정모형 분석 결과

측정항목			표준화 계수	표준 오차	p	CR	AVE	SMC
자금 조달	→	B11	0.881	0.116	...	10.308	0.886	0.777
	→	B12	0.866	0.111	...	10.102		0.749
	→	B13	0.744	0.120	...	8.379		0.553
	→	B14	0.788	Fix				0.620
마케팅	→	B42	0.795	0.116	...	8.566	0.889	0.632
	→	B43	0.819	0.124	...	8.819		0.670
	→	B44	0.784	Fix				0.615
인적 자본	→	B52	0.736	0.109	...	8.384	0.892	0.541
	→	B53	0.804	0.106	...	9.251		0.646
		B54	0.863	Fix				0.745
사회 기반 시설	→	B61	0.764	0.096	...	9.748	0.921	0.583
	→	B62	0.858	0.075	...	11.797		0.736
	→	B63	0.924	0.078	...	13.267		0.854
	→	B64	0.858	Fix				0.736
기업 환경	→	B71	0.771	0.134	...	7.243	0.842	0.594
	→	B72	0.727	0.150	...	6.886		0.529
	→	B73	0.791	0.137	...	7.421		0.626
	→	B74	0.703	Fix				0.495
기업가 정신	→	A1	0.820	0.107	...	8.836	0.875	0.672
	→	A3	0.841	0.120	...	9.080		0.707
	→	A4	0.861	0.127	...	9.322		0.742
	→	A5	0.850	0.124	...	9.186		0.722
	→	A6	0.897	0.121	...	9.733		0.804
	→	A8	0.735	Fix				0.540
사회적 네트 워크	→	C1	0.816	0.115	...	9.295	0.904	0.666
	→	C3	0.847	0.104	...	9.552		0.717
	→	C7	0.828	Fix				0.685

경제적 성과	→	E21	0.876	0.070	...	12.473	0.943	0.767
	→	E22	0.918	0.074	...	13.284		0.843
	→	E23	0.873	Fix				0.763
사회적 성과	→	E11	0.821	0.124	...	8.960	0.860	0.674
	→	E12	0.767	0.137	...	8.303		0.588
	→	E13	0.836	0.125	...	9.137		0.698
	→	E14	0.818	0.134	...	8.922		0.669
	→	E15	0.761	Fix				0.579

... $p < .001$

항목	Cutoff 기준		
	Acceptable Model Fit	분석결과	판정
χ^2/df	$2 \leq \chi^2/df \leq 3$	1.497	적합
RMSEA	$0.05 \leq RMSEA \leq 0.08$	0.066	적합
SRMR	$0.05 \leq SRMR \leq 0.10$	0.088	적합
NNFI(TLI)	$0.95 \leq NFI \leq 0.97$	0.890	부적합
CFI	$0.95 \leq CFI \leq 0.97$ (0.9이상)	0.902	적합
GFI	$0.90 \leq GFI \leq 0.95$	0.729	부적합
AGFI	$0.85 \leq AGFI \leq 0.90$	0.679	부적합
Composite Reliability	$CR \geq 0.6$		적합
Average Variance Explained(AVE)	$AVE \geq 0.5$		적합
Fornell/Larcker-Criterion	$AVE > \text{Squared Correlation}$		적합

5차 측정모형 분석에서도 일부 적합지수가 기준 충족을 못하여 SMC가 가

장 낮은 기업환경의 설문항목4를 제거한 후 6차 측정모형 분석을 실시하였다.

6차 측정모형 분석 결과 5차 측정모형 분석과 마찬가지로 NFI, NNFI (TLI), GFI, AGFI의 적합도가 조금씩 상향되었으나 여전히 적합 기준을 충족하지 못하였고, χ^2/df , RMSEA, RMR, CFI, CR(0.6이상), AVE(0.5이상)은 적합 기준을 충족한 것으로 분석되었다.

[표 IV-9] 6차 측정모형 분석 결과

측정항목			표준화 계수	표준 오차	p	CR	AVE	SMC
자금 조달	→	B11	0.883	0.117	...	10.300	0.885	0.779
	→	B12	0.865	0.111	...	10.073		0.749
	→	B13	0.742	0.121	...	8.349		0.551
	→	B14	0.786	Fix				0.618
마케팅	→	B42	0.798	0.117	...	8.558	0.888	0.636
	→	B43	0.818	0.125	...	8.768		0.668
	→	B44	0.781	Fix				0.609
인적 자본	→	B52	0.732	0.109	...	8.357	0.900	0.536
	→	B53	0.803	0.105	...	9.268		0.644
		B54	0.866	Fix				0.749
사회 기반 시설	→	B61	0.763	0.096	...	9.734	0.921	0.582
	→	B62	0.858	0.075	...	11.818		0.737
	→	B63	0.924	0.078	...	13.282		0.854
	→	B64	0.858	Fix				0.737
기업 환경	→	B71	0.806	0.141	...	7.598	0.855	0.649
	→	B72	0.740	0.155	...	7.150		0.548
	→	B73	0.744	Fix				0.553
기업가 정신	→	A1	0.820	0.107	...	8.832	0.875	0.672
	→	A3	0.841	0.121	...	9.077		0.707
	→	A4	0.861	0.127	...	9.319		0.742
	→	A5	0.850	0.124	...	9.184		0.722
	→	A6	0.897	0.121	...	9.729		0.804
	→	A8	0.735	Fix				0.540
사회적 네트 워크	→	C1	0.818	0.115	...	9.304	0.904	0.669
	→	C3	0.847	0.104	...	9.545		0.717
	→	C7	0.827	Fix				0.685

경제적 성과	→	E21	0.873	0.070	...	12.462	0.943	0.766
	→	E22	0.917	0.074	...	13.262		0.842
	→	E23	0.875	Fix				0.763
사회적 성과	→	E11	0.820	0.124	...	8.943	0.860	0.672
	→	E12	0.767	0.137	...	8.302		0.589
	→	E13	0.834	0.125	...	9.117		0.696
	→	E14	0.817	0.134	...	8.911		0.668
	→	E15	0.761	Fix				0.579

... $p < .001$

항목	Cutoff 기준		
	Acceptable Model Fit	분석결과	판정
χ^2/df	$2 \leq \chi^2/df \leq 3$	1.516	적합
RMSEA	$0.05 \leq RMSEA \leq 0.08$	0.068	적합
SRMR	$0.05 \leq SRMR \leq 0.10$	0.086	적합
NNFI(TLI)	$0.95 \leq NFI \leq 0.97$	0.890	부적합
CFI	$0.95 \leq CFI \leq 0.97$ (0.9이상)	0.902	부적합
GFI	$0.90 \leq GFI \leq 0.95$	0.733	부적합
AGFI	$0.85 \leq AGFI \leq 0.90$	0.682	부적합
Composite Reliability	$CR \geq 0.6$		적합
Average Variance Explained(AVE)	$AVE \geq 0.5$		적합
Fornell/Larcker-Criterion	$AVE > \text{Squared Correlation}$		적합

송지준(2011)은 논문작성에 필요한 SPSS AMOS 통계분석방법에서 “일반적으로 구조방정식모델의 적합도를 판단하는 기준은 있지만, 반드시 따라야만 하는 특별한 기준치는 없다.”고 하였다. 대부분의 출간된 논문에서도 제시된 기준에 모두 부합되어야지만 모델이 적합하다고 해석하지는 않는다. 일부는 모델의 적합성 기준에 부합하기도 하고, 일부는 부합하지 않기도 하지만 최종적으로 연구자가 모델의 수용가능 여부를 결정해야 한다. GFI와 AGFI는 표본특성에 기인한 비일관성(Inconsilencies)으로 인하여 영향을 받을 수 있기 때문에 표본특성으로부터 자유로운 CFI(Comparative Fit Index)를 권고하고 있다(송지준, 2008). 이에 일부 적합지수가 기준에 부적합하지만 χ^2/df , RMSEA, RMR, CFI, CR(0.6이상), AVE(0.5이상)은 적합 기준을 충족하여 연구모형은 적합한 것으로 사료된다.

4.3 가설 검정

4.3.1 연구모형의 적합도 검정

본 연구모형의 잠재변수는 총 9개로서, 독립변수는 자금조달, 마케팅, 인적자본, 사회기반시설, 기업환경 등이며 매개변수로는 기업가정신과 사회적 네트워크이고 종속변수로는 경제적 성과와 사회적 성과 등으로 구성되어 있다. 최대우도추정법(Maximum Likelihood Estimation: MLE)을 사용하여 측정모형에 대한 6차까지의 과정을 거친 적합도 검정 결과 적합도 지수는 [표 IV-10]과 같다.

[표 IV-10] 측정모형 적합도 분석 결과

항목	Cutoff 기준							
	Model Fit	분석결과						판정
		1차	2차	3차	4차	5차	6차	

χ^2/df	$2 \leq \chi^2/df \leq 3$	1.493	1.500	1.479	1.487	1.497	1.516	적합
RMSEA	$0.05 \leq \text{RMSEA} \leq 0.08$	0.066	0.067	0.065	0.066	0.066	0.068	적합
SRMR	$0.05 \leq \text{SRMR} \leq 0.10$	0.091	0.092	0.092	0.089	0.088	0.086	적합
NNFI (TLI)	$0.95 \leq \text{NFI} \leq 0.97$	0.878	0.880	0.887	0.889	0.890	0.890	부 적합
CFI	$0.95 \leq \text{CFI} \leq 0.97$ (0.9이상)	0.889	0.891	0.898	0.900	0.902	0.902	적합
GFI	$0.90 \leq \text{GFI} \leq 0.95$	0.706	0.709	0.716	0.724	0.729	0.733	부 적합
AGFI	$0.85 \leq \text{AGFI} \leq 0.90$	0.660	0.661	0.667	0.675	0.679	0.682	부 적합
C.R	$\text{CR} \geq 0.6$	$\text{CR} \geq 0.6$						적합
AVE	$\text{AVE} \geq 0.5$	$\text{AVE} \geq 0.5$						적합
Fornell/ Larcker- Criterion	$\text{AVE} > R^2$	$\text{AVE} > \text{Squared Correlation}$						적합

4.3.2 기본가설 검정

본 연구의 가설검정 결과를 살펴보고자 한다. 첫 번째 가설은 기업생태계 순환구조가 경제적 성과에 영향을 줄 것이라는 가설로 검정해야 할 내용은 다음과 같다.

가설1	기업생태계 순환구조가 경제적 성과에 영향을 줄 것이다
가설1-1	자금조달이 경제적 성과에 영향을 줄 것이다
가설1-2	마케팅이 경제적 성과에 영향을 줄 것이다
가설1-3	인적자본이 경제적 성과에 영향을 줄 것이다
가설1-4	사회기반시설이 경제적 성과에 영향을 줄 것이다
가설1-5	기업환경이 경제적 성과에 영향을 줄 것이다

가설검정 결과 자금조달, 인적자본, 사회기반시설은 경제적 성과에 영향을 주지 않는 것으로 분석되었으며, 마케팅은 표준화 계수 0.358(C.R값=2.264, $p=0.024$), 기업환경은 표준화 계수 0.323(C.R값=2.264, $p=0.039$)로 유의한 것으로 분석되어 기업생태계의 순환구조 중 마케팅과 기업환경은 경제적 성과에 영향을 주는 것으로 판명되었다. 가설검정 결과는 [표 IV-10]과 같다.

[표 IV-11] 가설1 검정결과

경로			표준화 계수	표준 오차	C.R	p	채택 여부
자금조달	→	경제적 성과	-0.059	0.163	-0.399	0.690	기각
마케팅	→		0.358	0.206	2.264	0.024	채택
인적자본	→		-0.208	0.161	-1.411	0.158	기각
사회기반시설	→		-0.158	0.127	-1.321	0.186	기각
기업환경	→		0.323	0.206	2.063	0.039	채택

두 번째 가설은 기업생태계 순환구조가 사회적 성과에 영향을 줄 것이라는

가설로 검정해야 할 내용은 다음과 같다.

가설2	기업생태계 순환구조가 사회적 성과에 영향을 줄 것이다
가설2-1	자금조달이 사회적 성과에 영향을 줄 것이다
가설2-2	마케팅이 사회적 성과에 영향을 줄 것이다
가설2-3	인적자본이 사회적 성과에 영향을 줄 것이다
가설2-4	사회기반시설이 사회적 성과에 영향을 줄 것이다
가설2-5	기업환경이 사회적 성과에 영향을 줄 것이다

가설검정 결과 자금조달은 사회적 성과에 영향을 주지 않는 것으로 분석되었으며, 마케팅은 표준화 계수 0.567(C.R값=3.394, $p=0.000$), 인적자본은 표준화 계수 -0.400(C.R값=-2.638, $p=0.008$), 사회기반시설은 표준화 계수 -0.267(C.R값=-2.214, $p=0.027$), 기업환경은 표준화 계수 0.338(C.R값=2.151, $p=0.032$)로 유의한 것으로 분석되어 기업생태계의 순환구조 중 마케팅, 인적자본, 사회기반시설과 기업환경은 사회적 성과에 영향을 주는 것으로 판명되었다. 특히 인적자본과 사회기반시설은 사회적 성과에 부(-)의 영향을 주는데 이는 사회기반시설이 우수하고 전문인력 채용이 많은 곳은 주로 재정자립도가 높은 곳에 기업이 위치해 있어 굳이 사회적 서비스를 할 여건이 많지 않기 때문인 것으로 보인다. 두 번째 가설검정 결과는 [표 IV-11]과 같다.

[표 IV-12] 가설2 검정결과

경로			표준화 계수	표준 오차	C.R	p	채택 여부
자금조달	→	사회적 성과	-0.249	0.101	-1.668	0.095	기각
마케팅	→		0.567	0.134	3.394	...	채택
인적자본	→		-0.400	0.102	-2.638	0.008	채택
사회기반시설	→		-0.267	0.078	-2.214	0.027	채택
기업환경	→		0.338	0.127	2.151	0.032	채택

세 번째 가설은 기업생태계 순환구조가 기업가정신에 영향을 줄 것이라는 가설로 검정해야 할 내용은 다음과 같다.

가설3	기업생태계 순환구조가 기업가정신에 영향을 줄 것이다
가설3-1	자금조달이 기업가정신에 영향을 줄 것이다
가설3-2	마케팅이 기업가정신에 영향을 줄 것이다
가설3-3	인적자본이 기업가정신에 영향을 줄 것이다
가설3-4	사회기반시설이 기업가정신에 영향을 줄 것이다
가설3-5	기업환경이 기업가정신에 영향을 줄 것이다

가설검정 결과 사회기반시설은 기업가정신에 영향을 주지 않는 것으로 분석되었으며, 자금조달은 표준화 계수 -0.527 (C.R값 $=-3.303$, $p=0.000$), 마케팅은 표준화 계수 0.682 (C.R값 $=3.917$, $p=0.000$), 인적자본은 표준화 계수 -0.296 (C.R값 $=-1.991$, $p=0.047$), 기업환경은 표준화 계수 0.312 (C.R값 $=1.988$, $p=0.047$)로 유의한 것으로 분석되어 기업생태계의 순환구조 중 자금조달, 마케팅, 인적자본과 기업환경은 기업가정신에 영향을 주는 것으로 판명되었다. 특히 자금조달과 인적자본은 기업가정신에 부(-)의 영향을 주는데 자금조달과 인적자본은 사회적기업의 주로 열악한 환경으로 인해 근로자들의 처우가 낮기 때문에 기업가정신에 부의 영향을 주는 것으로 보인다. 세 번째 가설검정 결과는 [표 IV-13]과 같다.

[표 IV-13] 가설3 검정결과

경로			표준화 계수	표준 오차	C.R	p	채택 여부
자금조달	→	기업가 정신	-0.527	0.117	-3.303	...	채택
마케팅	→		0.682	0.151	3.917	...	채택
인적자본	→		-0.296	0.108	-1.991	0.047	채택
사회기반시설	→		-0.210	0.085	-1.751	0.080	기각
기업환경	→		0.312	0.138	1.988	0.047	채택

네 번째 가설은 기업가정신이 사회적 네트워크에 영향을 줄 것이라는 가설로 검정해야 할 내용은 다음과 같다.

가설4	기업가정신이 사회적 네트워크에 영향을 줄 것이다
-----	----------------------------

가설검정 결과 기업가정신은 표준화 계수 0.308(C.R값=2.926, $p=0.003$)로 유의한 것으로 분석되었다.

[표 IV-14] 가설4 검정결과

경로			표준화 계수	표준 오차	C.R	p	채택 여부
기업가정신	→	사회적 네트워크	0.308	0.128	2.926	0.003	채택

다섯 번째 가설은 사회적 네트워크는 경제적 성과에 영향을 줄 것이라는 가설로 검정해야 할 내용은 다음과 같다.

가설5	사회적 네트워크는 경제적 성과에 영향을 줄 것이다
-----	-----------------------------

가설검정 결과 사회적 네트워크는 경제적 성과에 영향을 주지 않는 것으로 분석되었다.

[표 IV-15] 가설5 검정결과

경로			표준화 계수	표준 오차	C.R	p	채택 여부
사회적 네트워크	→	경제적 성과	0.189	0.124	1.875	0.061	기각

여섯 번째 가설은 사회적 네트워크는 사회적 성과에 영향을 줄 것이라는 가설로 검정해야 할 내용은 다음과 같다.

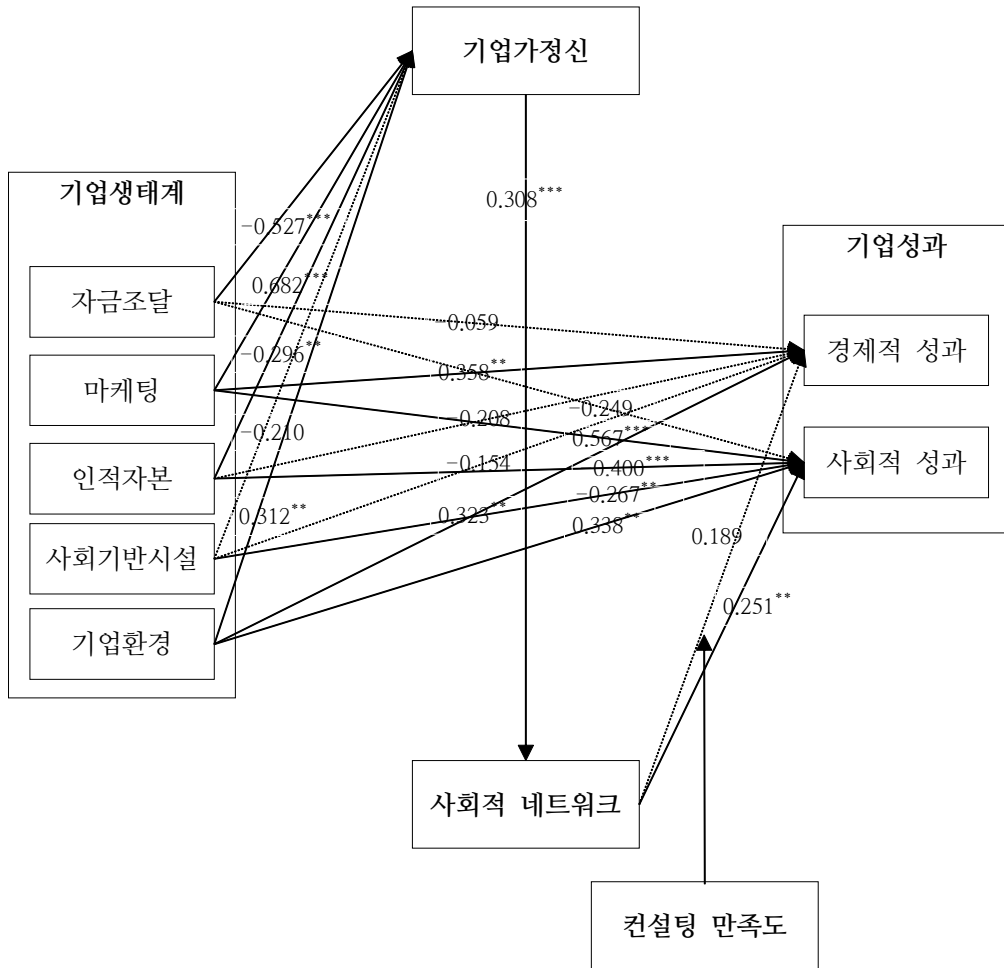
가설6	사회적 네트워크는 사회적 성과에 영향을 줄 것이다
-----	-----------------------------

가설검정 결과 사회적 네트워크는 표준화 계수(C.R값=2.514, $p=0.012$)로 사회적 성과에 영향을 주는 것으로 분석되었다.

[표 IV-16] 가설6 검정결과

경로			표준화 계수	표준 오차	C.R	p	채택 여부
사회적 네트워크	→	사회적 성과	0.251	0.075	2.514	0.012	채택

이상의 기본 가설검정 결과를 요약하면 [그림 Ⅲ-3]과 같다.



[그림 IV-1] 기본가설 검증 결과

4.4 매개효과 검증

회귀분석에 기반을 둔 Baron and Kenny와 Sobel의 매개효과 분석방법은 지난 30년 동안 많은 논문에서 사용되어 왔으나 이들의 방법은 연구모형에서 측정오차를 반영하지 못하고 있으며, 다중매개(multiple mediation)와 이중매개(double mediation) 모형과 같은 정교한 매개모형을 검증하는데 한계를 갖고

있는 것으로 보고되고 있다(Preacher and Hayes, 2004). 일반적으로 매개효과
의 신뢰구간을 계산하는 방법은 표본추출 분포가 정규분포 또는 t분포를 따른
다고 가정을 하지만 추출된 표본들이 정규분포 또는 t분포의 형태를 갖지 못하
는 경우가 존재하는데, 예를 들어 표본의 크기가 작고, 표본이 도출된 모집단이
왼쪽 또는 오른쪽 많이 치우쳐져 있거나 또는 측정한 것과 비대칭적이라면, 표
본추출의 분포(sampling distribution)가 정규분포 또는 t분포가 되지 않을 수
있어 이러한 경우에는 정규분포 또는 t분포를 사용한다면, 올바른 신뢰구간의
근사치를 제공해 줄 수 있지만, 항상 우수한 근사치를 제공하지는 못하는 문제
가 발생하므로 매개효과 통계치에 대한 표본추출분포가 정규분포 또는 t분포가
될 것을 가정할 수 없다면 부트스트랩 방법을 사용하는 것이 바람직하다(허원
무, 2013)고 하였다.

이에 본 연구에서는 부트스트랩 방법을 활용하여 매개효과를 분석하고자 한
다. 통계치의 표본추출 분포를 만들기 위해 5,000번의 부트스트랩을 수행하여
검정할 내용은 다음과 같다

가설7	기업생태계 순환구조가 경제적 성과에 영향을 주는 과정에서 기업가정신과 사회적 네트워크가 매개역할을 할 것이다
가설7-1	자금조달이 경제적 성과에 영향을 주는 과정에서 기업가정신 과 사회적 네트워크가 매개역할을 할 것이다
가설7-2	마케팅이 경제적 성과에 영향을 주는 과정에서 기업가정신과 사회적 네트워크가 매개역할을 할 것이다
가설7-3	인적자본이 경제적 성과에 영향을 주는 과정에서 기업가정신 과 사회적 네트워크가 매개역할을 할 것이다
가설7-4	사회기반시설이 경제적 성과에 영향을 주는 과정에서 기업가 정신과 사회적 네트워크가 매개역할을 할 것이다
가설7-5	기업환경이 경제적 성과에 영향을 주는 과정에서 기업가정신 과 사회적 네트워크가 매개역할을 할 것이다

가설 7-1에 대한 분석 결과 자금조달이 경제적 성과에 영향을 주는 과정에
서 직접효과는 0.2202로 유의하며 기업가정신과 사회적 네트워크의 간접효과는
-0.0799로 유의하여 부분 매개역할을 하는 것으로 판명되었다.

모형 요약

회귀모형	R	R ²	MSE	F	p
기업가정신	0.1589	0.0252	0.4773	2.8997	0.0914
사회적 네트워크	0.2620	0.0687	0.7457	8.2570	0.0049
경제적 성과	0.3818	0.1457	0.8574	6.2553	0.0006

분산분석

종속변수	변수	Coeff.	SE	t	p
기업가정신	Constant	4.4461	0.1746	25.2033	0.000
	자금조달	-0.1060	0.0623	-1.7029	0.0914
사회적 네트워크	Constant	4.6187	0.2205	20.9465	0.0049
	자금조달	-0.2236	0.0778	-2.8735	0.049
경제적 성과	Constant	0.6695	0.7044	0.9505	0.3439
	기업가정신	0.4251	0.1299	3.2717	0.0014
	사회적 네트워크	0.1559	0.1039	1.4993	0.1366
	자금조달	0.2202	0.0869	2.5340	0.0127

효과분석

	Effect	SE	t	p	
직접효과	0.2202	0.0869	2.5340	0.0127	
간접효과	Effect	Boot SE	BootLLCI	BootULCI	
	전체	-0.0799	0.0438	-0.1838	-0.0076
	기업가정신	-0.0451	0.0342	-0.1386	0.0044
	사회적 네트워크	-0.0349	0.0247	-0.1031	-0.0017

가설 7-2에 대한 분석 결과 마케팅이 경제적 성과에 영향을 주는 과정에서 직접효과와 기업가정신과 사회적 네트워크의 간접효과 모두 유의하지 않은 것으로 분석되어 매개역할을 하지 않는 것으로 판명되었다.

모형 요약

회귀모형	R	R ²	MSE	F	p
기업가정신	0.1446	0.0209	0.4759	2.3911	0.1248
사회적 네트워크	0.0540	0.0029	0.7984	0.3279	0.5681
경제적 성과	0.3489	0.1218	0.8815	5.0831	0.0025

분산분석

종속변수	변수	Coeff.	SE	t	p
기업가정신	Constant	3.8555	0.2114	18.2348	0.000
	마케팅	0.1159	0.750	1.5463	0.1248
사회적 네트워크	Constant	4.1779	0.2728	15.3128	0.000
	마케팅	-0.0554	0.0967	-0.5726	0.5681
경제적 성과	Constant	1.2255	0.6425	1.9075	0.0591
	기업가정신	0.3533	0.1329	2.6589	0.009
	사회적 네트워크	0.1123	0.1030	1.0906	0.2778
	마케팅	0.1858	0.1032	1.8004	0.0745

효과분석

	Effect	SE	t	p
직접효과	0.1858	0.1032	1.8004	0.0745
간접효과	Effect	Boot SE	BootLLCI	BootULCI
전체	0.0347	0.0416	-0.0304	0.1392
기업가정신	0.410	0.0356	-0.0045	0.1398
사회적 네트워크	-0.0062	0.0144	-0.0549	0.0102

가설 7-3에 대한 분석 결과 인적자본이 경제적 성과에 영향을 주는 과정에서 직접효과와 기업가정신과 사회적 네트워크의 간접효과 모두 유의하지 않은 것으로 분석되어 매개역할을 하지 않는 것으로 판명되었다.

모형 요약

회귀모형	R	R ²	MSE	F	p
기업가정신	0.0340	0.0012	0.4891	0.1293	0.7199
사회적 네트워크	0.1258	0.0158	0.7881	1.7999	0.1824
경제적 성과	0.3390	0.1149	0.8884	4.7607	0.0037

분산분석

종속변수	변수	Coeff.	SE	t	p
기업가정신	Constant	4.2330	0.1957	21.6260	0.000
	인적자본	-0.0254	0.0707	-0.3595	0.7199
사회적 네트워크	Constant	4.3433	0.2484	17.4819	0.000
	인적자본	-0.1205	0.0898	-1.3416	0.1824
경제적 성과	Constant	1.1666	0.6753	1.7257	0.0869
	기업가정신	0.3930	0.1316	2.9861	0.0035
	사회적 네트워크	0.1141	0.1037	1.1000	0.2737
	인적자본	0.1478	0.0961	1.5385	0.1268

효과분석

	Effect	SE	t	p	
직접효과	0.1478	0.0961	1.5385	0.1268	
간접효과	간접효과	Effect	Boot SE	BootLLCI	
	전체	-0.0237	-0.0434	-0.1128	0.0619
	기업가정신	-0.0100	0.0362	-0.0799	0.0637
	사회적 네트워크	-0.0137	0.0172	-0.0686	0.0051

가설 7-4에 대한 분석 결과 사회기반시설이 경제적 성과에 영향을 주는 과정에서 직접효과와 기업가정신과 사회적 네트워크의 간접효과 모두 유의하지 않은 것으로 분석되어 매개역할을 하지 않는 것으로 판명되었다.

모형 요약

회귀모형	R	R ²	MSE	F	p
기업가정신	0.0263	0.0007	0.4894	0.0778	0.7808
사회적 네트워크	0.0934	0.0087	0.7937	0.9863	0.3228
경제적 성과	0.3221	0.1037	0.8996	4.2436	0.0070

분산분석

종속변수	변수	Coeff.	SE	t	p
기업가정신	Constant	4.2408	0.2739	15.4850	0.000
	사회기반시설	-0.0193	0.0692	-0.2789	0.7808
사회적 네트워크	Constant	3.6929	0.3488	10.5877	0.000
	사회기반시설	0.0875	0.0881	0.9931	0.3228
경제적 성과	Constant	1.2900	0.7003	1.8422	0.0681
	기업가정신	0.3994	0.1326	3.0114	0.0032
	사회적 네트워크	0.0841	0.1041	0.8079	0.4209
	사회기반시설	0.0927	0.0944	0.9821	0.3282

효과분석

	Effect	SE	t	p	
직접효과	0.0927	0.0944	0.9821	0.3282	
간접효과	간접효과	Effect	Boot SE	BootLLCI	
	전체	-0.0003	0.0313	-0.0586	0.0657
	기업가정신	-0.0077	0.0280	-0.0643	0.0508
	사회적 네트워크	0.0074	0.0138	-0.0085	0.0537

가설 7-5에 대한 분석 결과 기업환경이 경제적 성과에 영향을 주는 과정에서 직접효과는 0.2586으로 유의하고 기업가정신과 사회적 네트워크의 간접효과는 0.0114로 유의한 것으로 분석되어 부분매개역할을 하는 것으로 판명되었다.

모형 요약

회귀모형	R	R ²	MSE	F	p
기업가정신	0.0276	0.0008	0.4893	0.0857	0.7703
사회적 네트워크	0.0218	0.0005	0.8003	0.0533	0.8178
경제적 성과	0.3808	0.1450	0.8582	6.2171	0.0006

분산분석

종속변수	변수	Coeff.	SE	t	p
기업가정신	Constant	4.2325	0.2344	18.0562	0.000
	기업환경	0.0227	0.0777	0.2927	0.7703
사회적 네트워크	Constant	4.0957	0.2998	13.6619	0.000
	기업환경	0.0229	0.0993	0.2309	0.8178
경제적 성과	Constant	0.8355	0.6728	1.2419	0.2169
	기업가정신	0.4000	0.1294	3.0916	0.0025
	사회적 네트워크	0.0986	0.1012	0.9747	0.3318
	기업환경	0.2586	0.1029	2.5134	0.0134

효과분석

	Effect	SE	t	p	
직접효과	0.2586	0.1029	2.5134	0.0134	
간접효과	Effect	Boot SE	BootLLCI	BootULCI	
	전체	0.0114	0.0393	0.0938	0.0692
	기업가정신	0.0091	0.0343	0.0814	0.0588
	사회적 네트워크	0.0023	0.0148	0.0505	0.0147

다음은 기업생태계 순환구조가 사회적 성과에 영향을 주는 과정에서 기업가 정신과 사회적 네트워크가 매개역할을 할 것이라는 가설로 검정할 내용은 다음과 같다.

가설8	기업생태계 순환구조가 사회적 성과에 영향을 주는 과정에서 기업가정신과 사회적 네트워크가 매개역할을 할 것이다
가설8-1	자금조달이 사회적 성과에 영향을 주는 과정에서 기업가정신과 사회적 네트워크가 매개역할을 할 것이다
가설8-2	마케팅이 사회적 성과에 영향을 주는 과정에서 기업가정신과 사회적 네트워크가 매개역할을 할 것이다
가설8-3	인적자본이 사회적 성과에 영향을 주는 과정에서 기업가정신과 사회적 네트워크가 매개역할을 할 것이다
가설8-4	사회기반시설이 사회적 성과에 영향을 주는 과정에서 기업가정신과 사회적 네트워크가 매개역할을 할 것이다
가설8-5	기업환경이 사회적 성과에 영향을 주는 과정에서 기업가정신과 사회적 네트워크가 매개역할을 할 것이다

가설 8-1에 대한 분석 결과 자금조달이 사회적 성과에 영향을 주는 과정에서 직접효과와 기업가정신과 사회적 네트워크의 간접효과는 모두 유의하지 않은 것으로 분석되어 매개역할을 하지 않는 것으로 판명되었다.

모형 요약

회귀모형	R	R ²	MSE	F	p
기업가정신	0.1589	0.0252	0.4773	2.8997	0.0914
사회적 네트워크	0.2620	0.0687	0.7457	8.2570	0.0049
사회적 성과	0.5437	0.2956	0.3750	15.3854	0.000

분산분석

종속변수	변수	Coeff.	SE	t	p
기업가정신	Constant	4.4461	0.1764	25.2003	0.000
	자금조달	-0.1060	0.0623	-1.7029	0.0914
사회적 네트워크	Constant	4.6187	0.2205	20.9465	0.000
	자금조달	-0.2236	0.0778	-2.8735	0.0049
사회적 성과	Constant	1.1069	0.4658	2.3763	0.0192
	기업가정신	0.5153	0.0859	5.9977	0.000
	사회적 네트워크	0.1209	0.0687	1.7584	0.0815
	자금조달	0.0663	0.0575	1.1534	0.2512

효과분석

	Effect	SE	t	p
직접효과	0.0663	0.0575	1.1534	0.2512
간접효과	간접효과	Effect	Boot SE	BootLLCI
전체	-0.0817	0.0436	-0.1706	0.0006
기업가정신	-0.0546	0.0358	-0.1313	0.0109
사회적 네트워크	-0.0270	0.0218	-0.0815	0.0021

가설 8-2에 대한 분석 결과 마케팅이 사회적 성과에 영향을 주는 과정에서 직접효과와 기업가정신과 사회적 네트워크의 간접효과는 모두 유의하지 않은 것으로 분석되어 매개역할을 하지 않는 것으로 판명되었다.

모형 요약

회귀모형	R	R ²	MSE	F	p
기업가정신	0.1446	0.0209	0.4759	2.3911	0.1248
사회적 네트워크	0.0540	0.0029	0.7984	0.3279	0.5681
사회적 성과	0.5415	0.2932	0.3762	15.2099	0.000

분산분석

종속변수	변수	Coeff.	SE	t	p
기업가정신	Constant	3.8555	0.2114	18.2348	0.000
	마케팅	0.1159	0.0750	1.5463	0.1248
사회적 네트워크	Constant	4.1779	0.2728	15.3128	0.000
	마케팅	-0.0554	0.0967	-0.5726	0.5681
사회적 성과	Constant	1.2525	0.4197	2.9841	0.0035
	기업가정신	0.4916	0.0868	5.6626	0.000
	사회적 네트워크	0.1087	0.0673	1.6158	0.1090
	마케팅	0.0659	0.0674	0.9773	0.3306

효과분석

	Effect	SE	t	p
직접효과	0.0659	0.0674	0.9773	0.3306
간접효과	간접효과	Effect	Boot SE	BootLLCI
전체	0.510	0.448	-0.0287	0.1500
기업가정신	0.0570	0.0398	-0.0069	0.1499
사회적 네트워크	-0.0060	0.0128	-0.0471	0.0083

가설 8-3에 대한 분석 결과 인적자본이 사회적 성과에 영향을 주는 과정에서 직접효과와 기업가정신과 사회적 네트워크의 간접효과는 모두 유의하지 않

은 것으로 분석되어 매개역할을 하지 않는 것으로 판명되었다.

모형 요약

회귀모형	R	R ²	MSE	F	p
기업가정신	0.0340	0.0012	0.4891	0.1293	0.7199
사회적 네트워크	0.1258	0.0158	0.7881	1.7999	0.1824
사회적 성과	0.5376	0.2890	0.3785	14.9037	0.000

분산분석

종속변수	변수	Coeff.	SE	t	p
기업가정신	Constant	4.2330	0.1957	21.6260	0.000
	인적자본	-0.0254	0.0707	-0.3595	0.7199
사회적 네트워크	Constant	4.3433	0.2484	17.4819	0.000
	인적자본	-0.1205	0.0898	-1.3416	0.1824
사회적 성과	Constant	1.5406	0.4408	3.4135	0.0009
	기업가정신	0.5054	0.0859	5.8841	0.000
	사회적 네트워크	0.0980	0.0677	1.4478	0.1505
	인적자본	-0.0344	0.0627	-0.5478	0.5850

효과분석

	Effect	SE	t	p
직접효과	-0.0344	0.0627	-0.5478	0.5850
간접효과	간접효과	Effect	Boot SE	BootLLCI
전체	-0.0247	0.0504	-0.1121	0.0855
기업가정신	-0.0129	0.0451	-0.0904	0.0848
사회적 네트워크	-0.0118	0.0145	-0.0592	0.0032

가설 8-4에 대한 분석 결과 사회기반시설이 사회적 성과에 영향을 주는 과정에서 직접효과와 기업가정신과 사회적 네트워크의 간접효과는 모두 유의하지 않은 것으로 분석되어 매개역할을 하지 않는 것으로 판명되었다.

모형 요약

회귀모형	R	R ²	MSE	F	p
기업가정신	0.0263	0.0007	0.4894	0.0778	0.7808
사회적 네트워크	0.0934	0.0087	0.7937	0.9863	0.3228
사회적 성과	0.5358	0.2871	0.3795	14.7635	0.000

분산분석

종속변수	변수	Coeff.	SE	t	p
기업가정신	Constant	4.2408	0.2739	15.4850	0.000
	사회기반시설	-0.0193	0.0692	-0.2789	0.7808
사회적 네트워크	Constant	3.6929	0.3488	10.5877	0.000
	사회기반시설	0.0875	0.0881	0.9931	0.3228
사회적 성과	Constant	1.3923	0.4548	3.0614	0.0028
	기업가정신	0.5056	0.0861	5.8703	0.000
	사회적 네트워크	0.1023	0.0676	1.5132	0.1331
	사회기반시설	0.0011	0.0613	0.0186	0.9852

효과분석

	Effect	SE	t	p
직접효과	0.0011	0.0613	0.0186	0.9852
간접효과	간접효과	Effect	Boot SE	BootLLCI
전체	-0.0008	0.0372	-0.0689	0.0802
기업가정신	-0.0098	0.0342	-0.0766	0.0628
사회적 네트워크	0.0090	0.0124	-0.0069	0.0485

가설 8-5에 대한 분석 결과 기업환경이 사회적 성과에 영향을 주는 과정에서 직접효과와 기업가정신과 사회적 네트워크의 간접효과는 모두 유의하지 않은 것으로 분석되어 매개역할을 하지 않는 것으로 판명되었다.

모형 요약

회귀모형	R	R ²	MSE	F	p
기업가정신	0.0276	0.0008	0.4893	0.0857	0.7703
사회적 네트워크	0.0218	0.0005	0.8003	0.0533	0.8178
사회적 성과	0.5376	0.2890	0.3785	14.9030	0.000

분산분석

종속변수	변수	Coeff.	SE	t	p
기업가정신	Constant	4.2325	0.2344	18.0562	0.000
	기업환경	-0.0227	0.0777	-0.2927	0.7703
사회적 네트워크	Constant	4.0957	0.2998	13.6619	0.000
	기업환경	-0.0229	0.0993	-0.2309	0.8178
사회적 성과	Constant	1.2816	0.4468	2.8685	0.0049
	기업가정신	0.5066	0.0859	5.8962	0.000
	사회적 네트워크	0.1030	0.0672	1.5336	0.1280
	기업환경	0.0373	0.0683	0.5464	0.5859

효과분석

	Effect	SE	t	p	
직접효과	0.0373	0.0683	0.5464	0.5859	
간접효과	간접효과	Effect	Boot SE	BootLLCI	
	전체	-0.0139	0.0459	-0.1043	0.0765
	기업가정신	-0.115	0.0416	-0.0987	0.0677
	사회적 네트워크	-0.0024	0.0134	-0.0412	0.0153

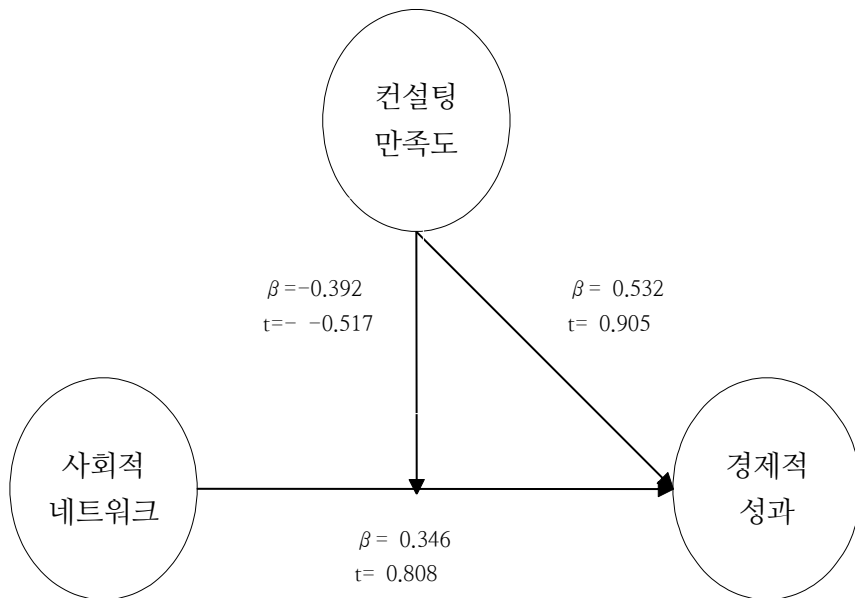
4.5 조절효과 검증

아홉 번째 가설은 사회적 네트워크가 경제적 성과에 영향을 주는 과정에서 컨설팅 만족도가 조절역할을 할 것이라는 가설로 검증해야 할 내용은 다음과 같다.

가설9	사회적 네트워크가 경제적 성과에 영향을 주는 과정에서 컨설팅 만족도가 조절역할을 할 것이다
-----	---

사회적 네트워크가 경제적 성과와의 관계에서 컨설팅 만족도에 따라 조절효과가 있는 지 확인하기 위해 AMOS를 활용하여 분석하고자 했으나 응답수가 적은 관계로 분석이 제대로 되지 않아 SPSS 23.0 패키지를 활용하여 조절회귀 분석을 실시하였다. 먼저 사회적 네트워크가 경제적 성과에 미치는 영향을 검증하였는데 사회적 네트워크가 경제적 성과에 미치는 분석 결과 R제곱값은 0.024로 총 변동의 2.4%가 회귀모형에 의해 설명된다고 할 수 있으며, 사회적 네트워크는 경제적 성과에 대하여 값 t값이 1.669, 유의확률 0.098로 10% 유의수준에서 통계적으로 유의미한 영향을 미치고 있고 표준화 계수는 0.156인 것으로 확인할 수 있었다. 다음은 사회적 네트워크와 조절변수인 컨설팅 만족도가 경제적 성과에 미치는 영향을 분석하기 위해 사회적 네트워크와 컨설팅 만족도의 더미변수에 대한 다중회귀분석을 하였다. 그 결과 사회적 네트워크와 경제적 성과의 회귀모형의 R제곱값과 비교하여 R제곱값의 변화량은 0.053 증가한 0.078이었으며, 이때의 사회적 네트워크는 경제적 성과에 대하여 t값이 1.416, 유의확률 0.159으로 유의하지 않은 것을 알 수 있었고 컨설팅 만족도는 경제적 성과에 대하여 t값이 2.532, 유의확률 0.013로 통계적으로 유의미한 영향을 미치고 있고 표준화 계수는 0.232인 것을 알 수 있었다. 마지막으로 사회적 네트워크 변수와 조절변수인 컨설팅 만족도, 그리고 상호작용항을 추가하여 종속변수인 경제적 성과에 미치는 영향을 분석하였다. 그 결과 앞서 분석한 다중회귀모의 R제곱값보다 0.002 증가한 0.080이었으며 F변화량의 유의확률 값도 0.606으로 유의하지 않았다. 이때의 사회적 네트워크는 경제적 성과에 대하여 t값이 0.808, 유의확률 0.421로 통계적으로 유의하지 않음을 알 수 있었고, 컨설팅 만

족도는 경제적 성과에 대하여 t 값이 0.905, 유의확률 0.367로 역시 통계적으로 유의하지 않았다. 사회적 네트워크와 컨설팅 만족도의 상호작용의 t 값은 -0.517, 유의확률 0.606으로 통계적으로 유의하지 않아 결과적으로 사회적 네트워크가 경제적 성과에 영향을 주는 과정에서 컨설팅 만족도가 경제적 성과에 조절역할을 하고 있지 못한 것을 알 수 있었다.



[그림 IV-2] 사회적 네트워크와 경제적 성과에서 컨설팅 만족도 조절효과

[표 IV-19] 사회적 네트워크와 경제적 성과 조절회귀분석 결과
모형 요약

모형	R	R제곱	수정된 R제곱	추정값 표준오차	통계량 변화량				
					R제곱 변화량	F 변화량	df1	df2	유의확률 F변화량
1	.156 ^a	.024	.016	.98075	.024	2.786	1	112	.098
2	.278 ^b	.078	.061	.95789	.053	6.409	1	111	.013
3	.282 ^c	.080	.055	.96107	.002	0.267	1	110	.606

- a. 예측값 : (상수), 사회적 네트워크
b. 예측값 : (상수), 사회적 네트워크, 컨설팅 만족도
c. 예측값 : (상수), 사회적 네트워크, 컨설팅 만족도, 사회적 네트워크*컨설팅 만족도

분산분석d

모형		제곱합	자유도	평균제곱	F	유의확률
1	회귀모형	2.680	1	2.680	2.786	.098 ^a
	잔차	107.729	112	0.962		
	총합	110.409	113			
2	회귀모형	8.560	2	4.280	4.665	.011 ^b
	잔차	101.849	111	0.918		
	총합	110.409	113			
3	회귀모형	8.807	3	2.936	3.178	.000 ^c
	잔차	101.602	110	0.924		
	총합	110.409	113			

- a. 예측값 : (상수), 사회적 네트워크
b. 예측값 : (상수), 사회적 네트워크, 컨설팅 만족도
c. 예측값 : (상수), 사회적 네트워크, 컨설팅 만족도, 사회적 네트워크*컨설팅 만족도
d. 종속변수 : 경제적 성과

계수a

		비표준화 계수		표준화 계수	t	유의 확률
		B	표준오차	베타		
1	(상수)	2.953	0.427		6.910	0.000
	사회적 네트워크	0.173	0.104	0.156	1.669	0.098
2	(상수)	2.233	0.507		4.383	0.000
	사회적 네트워크	0.144	0.102	0.130	1.416	0.159
	컨설팅 만족도	0.259	0.103	0.232	2.532	0.013
3	(상수)	1,179	2.084		0.566	0.573
	사회적 네트워크	0.384	0.476	0.346	0.808	0.421
	컨설팅 만족도	0.595	0.657	0.532	0.905	0.367
	사회적 네트워크 *컨설팅 만족도	-0.077	0.149	-0.392	-0.517	0.606

a. 종속변수 : 경제적 성과

4.6 가설검정 결과 요약

본 연구의 가설검정 결과를 정리하면 다음 [표 IV-20]과 같다

[표 IV-17] 가설검정 결과

가설1	기업생태계 순환구조가 경제적 성과에 영향을 줄 것이다	채택 여부
가설 1-1	자금조달이 경제적 성과에 영향을 줄 것이다	기각
가설 1-2	마케팅이 경제적 성과에 영향을 줄 것이다	채택
가설 1-3	인적자본이 경제적 성과에 영향을 줄 것이다	기각

	가설 1-4	사회기반시설이 경제적 성과에 영향을 줄 것이다	기각
	가설 1-5	기업환경이 경제적 성과에 영향을 줄 것이다	채택
가설2		기업생태계 순환구조가 사회적 성과에 영향을 줄 것이다	-
	가설 2-1	자금조달이 사회적 성과에 영향을 줄 것이다	기각
	가설 2-2	마케팅이 사회적 성과에 영향을 줄 것이다	채택
	가설 2-3	인적자본이 사회적 성과에 영향을 줄 것이다	채택
	가설 2-4	사회기반시설이 사회적 성과에 영향을 줄 것이다	채택
	가설 2-5	기업환경이 사회적 성과에 영향을 줄 것이다	채택
가설3		기업생태계 순환구조가 기업가정신에 영향을 줄 것이다	-
	가설 3-1	자금조달이 기업가정신에 영향을 줄 것이다	채택
	가설 3-2	마케팅이 기업가정신에 영향을 줄 것이다	채택
	가설 3-3	인적자본이 기업가정신에 영향을 줄 것이다	채택
	가설 3-4	사회기반시설이 기업가정신에 영향을 줄 것이다	기각
	가설 3-5	기업환경이 기업가정신에 영향을 줄 것이다	채택
가설4		기업가정신이 사회적 네트워크에 영향을 줄 것이다	채택
가설5		사회적 네트워크는 경제적 성과에 영향을 줄 것이다	기각

가설6	사회적 네트워크는 사회적 성과에 영향을 줄 것이다	채택
가설7	기업생태계 순환구조가 경제적 성과에 영향을 주는 과정에서 기업가정신과 사회적 네트워크가 매개역할을 할 것이다	-
가설 7-1	자금조달이 경제적 성과에 영향을 주는 과정에서 기업가정신과 사회적 네트워크가 매개역할을 할 것이다	부분 채택
가설 7-2	마케팅이 경제적 성과에 영향을 주는 과정에서 기업가정신과 사회적 네트워크가 매개역할을 할 것이다	기각
가설 7-3	인적자본이 경제적 성과에 영향을 주는 과정에서 기업가정신과 사회적 네트워크가 매개역할을 할 것이다	기각
가설 7-4	사회기반시설이 경제적 성과에 영향을 주는 과정에서 기업가정신과 사회적 네트워크가 매개역할을 할 것이다	기각
가설 7-5	기업환경이 경제적 성과에 영향을 주는 과정에서 기업가정신과 사회적 네트워크가 매개역할을 할 것이다	부분 채택
가설8	기업생태계 순환구조가 사회적 성과에 영향을 주는 과정에서 기업가정신과 사회적 네트워크가 매개역할을 할 것이다	-
가설 8-1	자금조달이 사회적 성과에 영향을 주는 과정에서 기업가정신과 사회적 네트워크가 매개역할을 할 것이다	기각
가설 8-2	마케팅이 사회적 성과에 영향을 주는 과정에서 기업가정신과 사회적 네트워크가 매개역할을 할 것이다	기각
가설 8-3	인적자본이 사회적 성과에 영향을 주는 과정에서 기업가정신과 사회적 네트워크가 매개역할을 할 것이다	기각
가설 8-4	사회기반시설이 사회적 성과에 영향을 주는 과정에서 기업가정신과 사회적 네트워크가 매개역할을 할 것이다	기각
가설 8-5	기업환경이 사회적 성과에 영향을 주는 과정에서 기업가정신과 사회적 네트워크가 매개역할을 할 것이다	기각
가설9	사회적 네트워크가 경제적 성과에 영향을 주는 과정에서 컨설팅 만족도가 조절역할을 할 것이다	기각

V. 결론

5.1 연구결과 및 시사점

본 연구는 실제적으로 사회적기업들을 대상으로 정부의 사회적기업 제도에 따른 사회적기업의 자발적 생성 및 성장여부를 확인하여 사회적기업 생태계의 실태 조사와 사회적기업을 설립한 기업대표들의 기업가정신 그리고 그것이 기업성과에 인과관계가 있는 지에 관한 연구를 하고자 하였으며, 또한 그동안의 사회적기업들의 경영성과 창출을 위해 정부에서 컨설팅을 지원해 주었는데 실제로 기업성과에 역할을 하였는지도 연구에 포함하여 지금까지의 사회적기업의 지속성 관련된 여러 변인들의 영향 정도를 파악함으로써, 정부의 지원정책이 사회적기업들의 생태계 조성을 위한 지원으로 변화하는데 기여해 보고자 하였다. 연구 목적 달성을 위해 사회적기업을 대상으로 설문조사를 실시한 후 분석하였으며, 그 결과를 정리하면 다음과 같다.

첫째, 기업생태계의 순환구조-자금조달, 마케팅, 인적자본, 사회기반시설, 기업환경-가 경제적 성과에 영향을 주는 가에 대한 분석으로 기업생태계의 순환구조 중 마케팅은 표준화 계수 0.358(C.R값=2.264, $p=0.024$), 기업환경은 표준화 계수 0.323(C.R값=2.264, $p=0.039$)로 유의한 것으로 분석되어 기업생태계의 순환구조 중 마케팅과 기업환경은 경제적 성과에 영향을 주는 것으로 판명되었다. 이는 사회적기업들의 창업 혹은 스케일 업 할 수 있는 기업환경이나 제품이나 서비스에 대한 마케팅 활동이 경제적 성과에 영향을 주는 것으로 보인다.

둘째, 기업생태계의 순환구조-자금조달, 마케팅, 인적자본, 사회기반시설, 기업환경-가 사회적 성과에 영향을 주는 가에 대한 분석으로 기업생태계의 순환구조 중 마케팅은 표준화 계수 0.567(C.R값=3.394, $p=0.000$), 인적자본은 표준화 계수 -0.400(C.R값=-2.638, $p=0.008$), 사회기반시설은 표준화 계수 -0.267(C.R값=-2.214, $p=0.027$), 기업환경은 표준화 계수 0.338(C.R값=2.151, $p=0.032$)로 유의한 것으로 분석되어 기업생태계의 순환구조 중 마케팅

팅, 인적자본, 사회기반시설과 기업환경은 사회적 성과에 영향을 주는 것으로 판명되었다. 이는 사회적 기업의 특성 상 경제적 성과보다는 사회적 성과창출 목적에 더 많은 비중을 두기 때문인 것으로 보인다.

셋째, 기업생태계의 순환구조-자금조달, 마케팅, 인적자본, 사회기반시설, 기업환경-가 기업가정신에 영향을 주는 가에 대한 분석으로 자금조달은 표준화 계수 -0.527 (C.R값 $=-3.303$, $p=0.000$), 마케팅은 표준화 계수 0.682 (C.R값 $=3.917$, $p=0.000$), 인적자본은 표준화 계수 -0.296 (C.R값 $=-1.991$, $p=0.047$), 기업환경은 표준화 계수 0.312 (C.R값 $=1.988$, $p=0.047$)로 유의한 것으로 분석되어 기업생태계의 순환구조 중 자금조달, 마케팅, 인적자본과 기업환경은 기업가정신에 영향을 주는 것으로 판명되었다. 특히 자금조달과 인적자본은 기업가정신에 부(-)의 영향을 주는데 자금조달과 인적자본은 사회적기업의 주로 열악한 환경으로 인해 근로자들의 처우가 낮기 때문에 기업가정신에 부의 영향을 주는 것으로 보인다.

넷째, 기업가정신이 사회적 네트워크에 영향을 주는 가에 대한 분석으로 기업가정신은 표준화 계수 0.308 (C.R값 $=2.926$, $p=0.003$)로 유의한 것으로 분석되어 사회적 네트워크에 영향을 주는 것으로 판명되었다. 이는 사회적 기업가로서 경제적 성과를 창출하기 위해서라도 네트워크의 중요성을 인식하고 있어야 하지만 사회적 성과를 창출하기 위해서라도 네트워크의 중요하기 때문인 것으로 보인다.

다섯째, 사회적 네트워크가 경제적 성과에 영향을 주는 가에 대한 분석으로 사회적 네트워크는 경제적 성과에 영향을 주지 않는 것으로 분석되었다. 이는 사회적기업들이 네트워크 구축을 위해 많은 노력을 하고 있지만 아직 실제로 경제적 성과로 아직 이어지지 못하고 있는 것으로 보인다.

여섯째, 사회적 네트워크가 사회적 성과에 영향을 주는 가에 대한 분석으로 사회적 네트워크는 표준화 계수(C.R값 $=2.514$, $p=0.012$)로 사회적 성과에 영향을 주는 것으로 분석되었다. 이는 다섯째 내용과 연계하여 생각해 보면 사회적 기업들의 네트워크는 경제적 성과보다는 사회적 성과를 위한 구축에 더 큰 비중을 두고 있는 것 같다.

일곱째, 기업생태계의 순환구조-자금조달, 마케팅, 인적자본, 사회기반시설,

기업환경-가 경제적 성과에 영향을 주는 과정에서 기업가정신과 사회적 네트워크가 매개역할을 할 것이라는 분석으로 자금조달이 경제적 성과에 영향을 주는 과정에서 직접효과는 0.2202로 유의하며 기업가정신과 사회적 네트워크의 간접효과는 -0.0799로 유의하여 부분 매개역할을 하는 것으로 판명되었으며, 기업환경이 경제적 성과에 영향을 주는 과정에서 직접효과는 0.2586으로 유의하고 기업가정신과 사회적 네트워크의 간접효과는 0.0114로 유의한 것으로 분석되어 부분매개역할을 하는 것으로 판명되었다. 이는 사회적기업의 대표자의 역할로 성과를 창출하기 위해 기업운동을 위한 자금조달에 많은 부분 관심을 가질 수밖에 없고 사회적기업은 해당지역의 지자체에서 갖고 있는 관심 정도에 따라 기업환경이 달라지기 때문인 것으로 보인다.

여덟째, 기업생태계의 순환구조-자금조달, 마케팅, 인적자본, 사회기반시설, 기업환경-가 사회적 성과에 영향을 주는 과정에서 기업가정신과 사회적 네트워크가 매개역할을 할 것이라는 분석으로 자금조달, 마케팅, 인적자본, 사회기반시설, 기업환경 모두 변수들이 사회적 성과에 영향을 주는 과정에서 기업가정신과 사회적 네트워크가 매개역할을 하지 못하고 있는 것으로 판명되었다. 이는 사회적기업들이 초기에는 사회적 가치 창출을 위한 좋은 의도를 갖고 기업을 설립하여 운영하지만 시간이 흐를수록 경쟁환경 속에서 살아남기 위하여 경제적 성과 창출에 급급하다 보니 사업초기의 의도와는 달리 사회적 성과 창출은 소홀해지기 때문인 것으로 보인다.

아홉 번째, 사회적 네트워크가 경제적 성과에 영향을 주는 과정에서 컨설팅 만족도가 조절역할을 할 것이라는 분석으로 사회적기업들을 대상으로 정부에서 지원해 주고 있는 컨설팅 만족도가 성과로 연계되고 있지 못한 것으로 보인다. 이는 정부에서의 사회적기업을 위한 컨설팅 지원 정책에 고려해야 할 사항으로 판단된다.

본 연구의 목적인 사회적기업 생태계의 실태 조사와 사회적기업을 설립한 기업대표들의 기업가정신 그리고 그것이 기업성과에 인과관계가 있는 지에 관한 연구에 대하여 결과적으로 사회적기업 설립 10년이 지난 이 시점까지 사회적기업들이 자발적인 생성과 성장을 위한 생태계 구축까지는 시간이 더 필요한

것으로 판단된다. 현재 정부에서의 마케팅 지원은 사회적기업 제품에 대한 공공 구매의 비중을 늘려 지원하는 것이 대부분이다. 하지만 공공기관에서는 구매할 사회적기업의 제품이 많지 않다고 하는데 이는 사회적기업이 서비스업 비중이 높기 때문으로 향후 사회적경제의 생태계 조성을 위해서는 제조업의 비중을 늘려가야 하는 정책이 필요한 것으로 보인다. 기업 생태계의 순환구조 속성 중 사회기반시설을 제외한 모든 속성이 기업가 정신에 영향을 주는 것으로 판명되었는데 이는 사회적으로 젊은 세대들이 창업을 통한 모험보다는 기업에 취직하여 안정적인 생활을 추구하려는 모습을 보여 주고 있어, 사회적경제의 생태계 조성을 위해 젊은 세대들에게 기업가 정신을 북돋워 줄 수 있는 다양한 제도(예를 들어, 소셜벤처 크라우드 펀딩에 정부 참여)와 혜택이 필요하다

지금까지 사회적기업 지원정책의 핵심은 주로 일자리 창출을 위한 인건비 지원에 집중되어 몇 개의 일자리를 창출할 것인지에 초점이 맞추어져 있어 이들이 달성하는 성과의 질(quality)에 대해서는 관심이 적다. 지금과 같은 직접적인 보조금 지원방식은 사회적 기업의 새로운 수익 창출 활동이나 자원 획득의 노력을 저해할 여지가 크고, 자체적 수익활동 노력의 위축은 곧 경제적 성과의 감소로 이어질 수 있으며, 정부의 지원이 사회적 기업이 창출하는 경제적 수익 뿐 아니라 사회적 수익률(SROI)도 감소시킬 수 있다(김재홍·이재기, 2012). 이는 연구결과는 오히려 정부의 지원정책이 사회적기업에게는 독으로 작용할 수도 있다는 의미이다. 그러므로 직접적인 지원보다는 제품 경쟁력 제고나 서비스 R&D 지원 등 간접적 지원이 될 수 있도록 정부의 지원정책 방향을 변경해 볼 필요가 있다. 또한 사회적기업은 공익성과 수익성을 추구함에 있어 사회적 기업가들은 수익성이 우선이라는 점을 인식할 필요도 있다. 즉 지금처럼 경영환경이 급변하는 상황에서 수익을 창출해야만 사회적 문제도 해결할 수 있다는 것이다. 설문에 응답한 기업들 중에서 약 70%(114개 중 82개사)이상이 지적재산권을 보유하고 있지 않은 결과에서 보듯이 사회적기업에서 제공하는 제품이나 서비스가 시장경쟁력을 확보해야만 지속성장이 가능한데 사회를 위한 공익성을 추구하고 있는 사회적기업 제품이나 서비스이니까 소비자들에게 이용해 달라고 하는 것은 분명 한계에 직면할 수밖에 없기 때문이다.

5.2 연구의 한계

본 연구는 사회적기업의 생태계 구축 정도를 기업가 정신과 경제적 성과 · 사회적 성과와 연계하여 실증분석을 통해 살펴 본 점에서는 의의가 있으나 다음과 같은 한계를 지니고 있다.

첫째, 표본 수의 한계이다. 본 연구는 2007년 이후 설립된 사회적기업들(2016년 기준 1,646개)이 대상이나 수집된 설문은 114개만이 활용되어 연구결과에 대한 일반화에 한계가 있다.

둘째, 사회적기업은 해당 지자체의 관심정도에 따라 여러 지원정책들로 인해 기업환경이 달라질 수 있는데 본 연구에서는 이에 대한 고려를 전혀 반영하지 못 하였다.

셋째, 본 연구에서는 기업성과를 경제적 성과와 사회적 성과로 구분하여 설문 응답자에게 5점 척도로 조사하여 분석 결과를 도출하였지만 이를 정량적인 데이터를 수집하여 분석한다면 보다 객관적인 연구가 될 수 있을 것이다.

참 고 문 헌

1. 국내문헌

- 고용노동부, 사회적기업 성과 분석보고서. (2013, 2014, 2015),
한국노동연구원.
- 김용성, 노규성, 이승희, 도재홍. (2009). 쿠폰제 컨설팅 성공요인에 관한
연구. 디지털융복합연구, 7(5), 25-32.
- 김용태. (2012). 사회적기업의 창업성과 영향요인에 관한 실증적 연구, 정부지
원정책과 사회적 네트워크를 중심으로, 중앙대학교 박사학위 청구논문.
중앙대학교 대학원 박사학위 논문.
- 김을식, 고재경, 이정훈. (2011). 사회적기업과 정부의 역할. 이슈 & 진단(16),
1-25.
- 김익성. (2008). 중소기업 컨설팅이 경영성과에 미치는 영향분석 = A study
on the performance and effects of consulting in domestic SMEs.
한독사회과학논총, 18(1), 159-186.
- 김재홍, 이재기. (2012). 사회적기업의 경제적· 사회적 성과분석.
한국행정논집, 24(4), 1037-1063.
- 김정일. (2016). 중소기업 컨설팅 수진기업의 사후관리를 통한 경영성과 및
재구매 의도에 미치는 영향 연구. 한성대학교.
- 김춘광. (2009). 기업가의 정치적 기술, 사회적 자본, 그리고 기업가적
성과 간의 관계 모형. 숭실대학교 박사학위 논문.
- 남승연, 이영범. (2008). 우리나라 사회적 기업의 유형화와 발전방향에 관한
연구: 일자리 제공형 사회적 기업을 중심으로. 사회과학연구, 34(3),
29-60.
- 노대영. (2012). 스페셜 이슈 : 사회적 기업 육성체계와 개선방안. 地方行政,
61(708), 18-21.
- 박동수. (2000). 창업 소상공인 개인특성과 사업성과의 관련성.
한국산업경영학회 발표논문집, -(), 37-54.

- 박춘래, 황서진, 이충섭. (2011). 경영컨설팅과 기업성과의 관계 및 컨설팅활동도의 매개효과. 산업경제연구, 24(6), 3371-3388.
- 선남이, 박능후. (2011). 사회적기업의 사회경제적 성과에 미치는 영향요인 분석. 지방정부연구, 15(2), 141-164.
- 사회적 기업 육성법. 제2조 제1호.
- 송지준. (2008). 논문작성에 필요한 SPSS AMOS 통계분석방법, 21세기사.
- 신용석. (2009). 관광분야 사회적기업 활성화 방안. 한국관광정책, -(38), 69-74.
- 심종섭. (2012). 중소기업 컨설팅이 기업에 미치는 만족도와 성과에 관한 연구. 한양대학교 석사학위 논문.
- 오정근. (2012). 건강하고 혁신적인 기업생태계 구축의 필요성과 방향, 바른사회 세미나 주제.
- 양준환. (2009). 한·중 중소기업의 핵심역량 및 기업가적 네트워킹 활동이 기업성과에 미치는 영향. 숭실대학교 박사학위 논문.
- 양현주. (2012). 국제기업가정신, 핵심역량, 네트워크 활동 그리고 국제화 및 기업상과 간의 관계. 영남대학교 박사학위 논문
- 엄형식. (2005). 유럽적 의미의 사회적 기업 개념과 시사점. 도시와 빈곤, 76, 78-117.
- 유효선, 김생수. (2012). 사회적 기업의 개념과 유형에 관한 고찰. 한국행정과 정책연구, 10(1), 23-45.
- 이재희. (2015). 사회적기업간 네트워크 특성과 조직성과. 이화여자대학교 박사학위 논문.
- 이종승. (2011). 교원양성과정에 있어서 교육학의 위상. 한국교육학회.
- 임승빈. (2009). 정부와 NGO. 서울: 대영문화사.
- 임혁백, 김운태, 김철주, 박찬웅, 고형면. (2007). 사회적 경제와 사회적 기업: 한국형 사회적 일자리와 사회 서비스 모색. 서울: 송정.
- 전대봉. (2015). 사회적 기업의 창업동기요인이 사회적기업의 영리적 성과와 공익적성과에 미치는 영향에 관한 연구. 한성대학교 석사학위 논문.
- 정대용, 양준환. (2008). 중소기업의 핵심역량 및 네트워킹 활동이 기업성과에

- 미치는 영향 : 한국기업가와 중국기업가의 네트워킹 특성을 중심으로 한 비교연구 = The effects of core competence and networking on firm performance - comparative study between korea and china SMEs. 한국창업학회지, 3(2), 43-69.
- 정선희. (2004). 사회적 기업. 서울: 다우출판사.
- 조상미, 권소일, 김수정. (2012). 조직요인은 사회적 기업의 성과에 영향을 미치는가? = Do organizational factors influence the outcome of social enterprise? 한국사회복지학, 64(3), 29-50.
- 채준원. (2011). 컨설팅 유형에 따른 중소기업의 컨설팅 서비스 결정요인에 관한 연구. 부산대학교 박사학위 논문.
- 최명규. (2014). 중소기업 경영컨설팅의 서비스품질이 인지된 기업성과에 미치는 영향에 관한 연구. 숭실대학교 박사학위 논문.
- 최미금. (2017). 사회적 기업의 성과에 미치는 영향요인에 관한 연구. 고려대학교 박사학위 논문.
- 최석현, 조창현, 정무권. (2012). 사회적기업의 지속가능성을 위한 지역사회 자본 형성전략에 대한 이론적 고찰. 한국거버넌스학회보, 19(1), 125-151.
- 최조순. (2012). 사회적 기업가정신과 사회적기업 지속가능성의 관계에 관한 탐색적 연구. 서울시립대학교 박사학위논문.
- 최종영. (2011). 쿠폰제컨설팅 지원사업 성과에 관한 연구. 배재대학교 석사학위 논문
- 최종태, 이광택, 장홍근, 이원재, 이철영, 변은지, 실업극복국민재단 함께 일하는 사회 정책연구원. (2008). 사회적기업, 새로운 세계. 서울: 실업극복국민재단 함께 일하는 사회 정책연구원.
- 한국사회적기업진흥원. <http://www.socialenterprise.or.kr>.
- 허원무. (2013). 매개효과 분석 방법의 최근 트렌드. 한국비즈니스리뷰, 6(3), 43-59.
- 홍성우. (2011). 우리나라 사회적기업의 인증제도 및 인증현황의 비교분석. 한국정책연구, 11(1), 257-279.

2. 국외문헌

EMES. Emergence of social enterprises(<https://emes.net/>)

World Economic Forum. <https://www.weforum.org/>

Abe, J. M., Bassett, D. A., Dempsey, P. E. (2012). Business ecology
Routledge.

Acs, Z. J., Autio, E., Szerb, L. (2014). National systems of
entrepreneurship: Measurement issues and policy implications.
Research Policy, 43(3), 476–494.

Acs, Z. J., Stam, E., Audretsch, D. B., O'Connor, A. (2017). The lineages
of the entrepreneurial ecosystem approach. Small Business
Economics, 1–10.

Acs, Z. J., Szerb, L., Autio, E. (2016). The global entrepreneurship and
development index. Global entrepreneurship and development index
2015 (pp.11–31): Springer.

Adner, R. (2017). Ecosystem as structure: An actionable construct for
strategy. Journal of Management, 43(1), 39–58.

Adner, R., Kapoor, R. (2010). Value creation in innovation ecosystems:
How the structure of technological interdependence affects firm
performance in new technology generations. Strategic Management
Journal, 31(3), 306–333.

Adner, R., Oxley, J. E., Silverman, B. S. (2013). Collaboration and
competition in business ecosystems. Collaboration and competition
in business ecosystems (pp.iii): Emerald Group Publishing Limited.

Amin, A., Thrift, N. (1994). Living in the global. Globalization,
Institutions, and Regional Development in Europe, 1–22.

Anselin, L., Acs, Z. I., Verge, A. (1997). ENTREPRENEURSHIP,
GEOGRAPHIC SPILLOVERS AND UNIVERSITY RESEARCH:
A SPATIAL ECONOMETRIC APPROACH.

Aspen Network of Development Entrepreneurs.

<https://www.aspeninstitute.org>

- Auteri, M. (2003). The entrepreneurial establishment of a nonprofit organization. *Public Organization Review*, 3(2), 171–189.
- Autio, E., Thomas, L. D. (2016). Tilting the playing field: Towards an endogenous strategic action theory of ecosystem creation., 2016(1), 11264.
- Bacchiega, A., Borzaga, C. (2001). 16 social enterprises as incentive structures. *The Emergence of Social Enterprise*, 273.
- Bain, J. (1959). *Industrial organization*. new york: John Wiley & sons, Inc.
- Benkler, Y. (2006). *The wealth of networks: How social production transforms markets and freedom* Yale University Press.
- Borzaga, C., Solari, L. (2001). 19 management challenges for social enterprises. *The Emergence of Social Enterprise*, 333.
- Boschma, R., Martin, R. (2010). The aims and scope of evolutionary economic geography. *The Handbook of Evolutionary Economic Geography*, 3–39.
- Bruns, K., Bosma, N., Sanders, M., Schramm, M. (2017). Searching for the existence of entrepreneurial ecosystems: A regional cross-section growth regression approach. *Small Business Economics*, 49(1), 31–54.
- Castro, I., Cepeda, G. (2016). Social capital, absorptive capacity and entrepreneurial behaviour in an international context. *European Journal of International Management*, 10(4), 479–495.
- Cooke, P., Asheim, B., Boschma, R., Martin, R., Schwartz, D., Tdtling, F. (2011). *Handbook of regional innovation and growth* Edward Elgar Publishing.
- Cooke, P., Uranga, M. G., Etxebarria, G. (1997). *Regional innovation*

- systems: Institutional and organisational dimensions. *Research Policy*, 26(4-5), 475-491.
- Covin, J. G., Slevin, D. P. (1991). A conceptual model of entrepreneurship as firm behavior. *Entrepreneurship: Critical Perspectives on Business and Management*, 3, 5-28.
- Dees, J. G. (1998). *The Meaning of Social Entrepreneurship*.
- Evans, D. S., Schmalensee, R. (2016). *Matchmakers: The new economics of multisided platforms* Harvard Business Review Press.
- Evers, A. (2001). The significance of social capital in the multiple goal and resource structure of social enterprises. *The Emergence of Social Enterprise*, 4, 296.
- Feld, B. (2012). *Startup communities: Building an entrepreneurial ecosystem in your city* John Wiley & Sons.
- Gawer, A., Cusumano, M. A. (2002). *Platform leadership: How intel, microsoft, and cisco drive industry innovation* Harvard Business School Press Boston.
- Henrekson, M., Johansson, D. (2008). Competencies and institutions fostering high-growth firms. *Foundations and Trends® in Entrepreneurship*, 5(1), 1-80.
- Hibbert, S. A., Hogg, G., Quinn, T. (2005). Social entrepreneurship: Understanding consumer motives for buying the big issue. *Journal of Consumer Behaviour*, 4(3), 159-172.
- Iansiti, M., Levien, R. (2004). *Keystones and dominators: Framing operating and technology strategy in a business ecosystem*. Harvard Business School, Boston, 24-25.
- Isenberg, D. (2011). *Introducing the entrepreneurship ecosystem: Four defining characteristics*. *Forbes*
<http://www.Forbes.com/sites/danisenberg/2011/05/25/introducing-the-Entrepreneurshipecosystem-Four-Defining-Characteristics>.

- Isenberg, D. J. (2010). How to start an entrepreneurial revolution. *Harvard Business Review*, 88(6), 40–50.
- Jacobides, M. G., Knudsen, T., Augier, M. (2006). Benefiting from innovation: Value creation, value appropriation and the role of industry architectures. *Research Policy*, 35(8), 1200–1221.
- Jais, S. (2007). Structural equation modeling. The Successful use of Information in Multinational Companies: An Exploratory Study of Individual Outcomes and the Influence of National Culture, 97–100.
- Kerlin, J. A. (2006). Social enterprise in the united states and europe: Understanding and learning from the differences. *Voluntas: International Journal of Voluntary and Nonprofit Organizations*, 17(3), 246.
- Laville, J., Nyssens, M. (2001). 18 the social enterprise towards a theoretical socio-economic approach.
- Marshall, A. (1920). *Principles of economics: An introductory volume* Royal Economic Society (Great Britain).
- Memili, E., Welsh, D. H. (2012). Towards a theory of non family employees' organizational identification and attachment in family firms. *Journal of Technology Management in China*, 7(3), 255–269.
- Moore, J. F. (1993). Predators and prey: A new ecology of competition. *Harvard Business Review*, 71(3), 75–83.
- Parker, G. G., Van Alstyne, M. W. (2005). Two-sided network effects: A theory of information product design. *Management Science*, 51(10), 1494–1504.
- Pearce, D. (2003). An executive summary of... the social and economic value of construction: The construction industry's contribution to sustainable development 2003 NCRISP.

- Peng, M. W., Lee, S., Hong, S. J. (2014). Entrepreneurs as intermediaries. *Journal of World Business*, 49(1), 21–31.
- Porter, M. E. (1998). *On competition* harvard business school press. Cambridge, MA Google Scholar.
- Preacher, K. J., Hayes, A. F. (2004). SPSS and SAS procedures for estimating indirect effects in simple mediation models. *Behavior Research Methods*, 36(4), 717–731.
- Pyke, F., Becattini, G., Sengenberger, W. (1990). *Industrial districts and inter-firm co-operation in Italy* International Institute for Labour Studies.
- Roberts, D., Woods, C. (2005). Changing the world on a shoestring: The concept of social entrepreneurship. *University of Auckland Business Review*, 7(1), 45–51.
- Rochet, J., Tirole, J. (2003). Platform competition in two-sided markets. *Journal of the European Economic Association*, 1(4), 990–1029.
- Sharir, M., Lerner, M. (2006). Gauging the success of social ventures initiated by individual social entrepreneurs. *Journal of World Business*, 41(1), 6–20.
- Spais, G. S., Beheshti, H. M. (2016). The evolution of social marketing and social entrepreneurship education in business and management schools: Conceptions, misconceptions and trends. *European Journal of International Management*, 10(4), 422–454.
- Stam, E., Bosma, N., Van Witteloostuijn, A., De Jong, J., Bogaert, S., Edwards, N., Jaspers, F. (2012). *Ambitious entrepreneurship. A Review of the Academic Literature and New Directions for Public Policy*, AWT Report, 41.
- Sternberg, R. (2007). Entrepreneurship, proximity and regional innovation systems. *Tijdschrift Voor Economische En Sociale Geografie*, 98(5), 652–666.

- Terjesen, S., Acs, Z., Audretsch, D., Hechavarria, D., Stam, E., White, R. (2017). Entrepreneurial ecosystems: The search for performance. University of Tampa, Unpublished.
- Uzunca, B., Sharapov, S., Tee, R. (2016). Competition and Cooperation in Ecosystems: How Industry Evolution and Governance Inseparability Shape Value Capture Over Time.
- Welsh, D. H., Krueger, N. (2012). The evolution of social entrepreneurship: What have we learned? *Journal of Technology Management in China*, 7(3), 270–290.
- Welsh, D. H., Pendleton, Y., Welsh, D., Pendleton, Y. (2006). Direct selling worldwide: The mary kay cosmetics story. *International Journal of Family Business*, 3(1), 61–68.
- Wheeler, D., McKague, K., Thomson, J. (2003). Sustainable livelihoods and the private sector: How development agencies can strengthen sustainable local enterprise network: Executive summary. Final Report, School of Business, York University.
- Williamson, P. J., De Meyer, A. (2012). Ecosystem advantage. *California Management Review*, 55(1), 24–46.
- Ylinenpää, H. (2009). Entrepreneurship and innovation systems: Towards a development of the ERIS/IRIS concept. *European Planning Studies*, 17(8), 1153–1170.
- Zahra, S. A., Nambisan, S. (2011). Entrepreneurship in global innovation ecosystems. *AMS Review*, 1(1), 4.

설 문 지

안녕하십니까?

본 조사의 내용은 통계법 제8조에 의거하여, 비밀이 보장되며,
통계목적 이외에는 절대 사용하지 않습니다.

본 설문지는 한성대학교 지식서비스 & 컨설팅대학원에서 매니지먼트컨설팅을 전공하는 학생의 박사학위 논문으로 “기업생태계 구축이 기업가정신과 사회적 네트워크를 매개로 기업성과에 미치는 영향”에 관한 설문조사입니다.

귀하께서 진솔하게 응답해 주시는 모든 내용은 연구 목적 이외의 다른 목적으로는 절대 사용되지 않으며 또한 응답해 주신 내용은 통계 분석을 위해 변환되어 처리되기 때문에, 개인이나 기업 관련 정보가 절대 노출되지 않음을 약속드립니다.

귀하의 협조에 다시 한 번 깊은 감사를 드리며, 귀사의 무궁한 발전을 기원합니다.

2017년 3월

한성대학교 지식서비스&컨설팅대학원 매니지먼트컨설팅 전공

연 구 자 김 정 민
지도교수 정 진 택

A. 기업가 정신	전혀 그렇지 않다	대체로 그렇지 않다	그저 그렇다	대체로 그렇다	매우 그렇다
A-1. 최고경영자는 바람직한 목표 달성을 위해 노력 한다.	①	②	③	④	⑤
A-2. 최고경영자는 가치창출을 위한 기회포착을 잘 한다.	①	②	③	④	⑤
A-3. 최고경영자는 사회적 가치를 조성한다.	①	②	③	④	⑤
A-4. 최고경영자는 새로운 서비스를 도입한다.	①	②	③	④	⑤
A-5. 최고경영자는 구성원의 능력개발 제고를 위해 노력한 다.	①	②	③	④	⑤
A-6. 최고의경영자는 공동이익을 추구한다.	①	②	③	④	⑤
A-7. 최고경영자는 이익을 위하여 적극적인 사업을 수행한 다.	①	②	③	④	⑤
A-8. 최고의경영자는 새로운 기업방식을 선택한다.	①	②	③	④	⑤
A-9. 최고경영자는 위험을 감수하면서도 일을 추진한다.	①	②	③	④	⑤

B. 기업 생태계	매우 심각한 애로사항 있음	상당한 애로사항 있음	중간 정도의 애로사항 있음	부분적 애로사항 있음	애로사항 없음
B-1. 현재 기업을 경영하면서 자금조달에서 느끼는 애로사항은 어느 정도인가요?					
B-1.1. 대출 받을 때	①	②	③	④	⑤
B-1.2. 자본금 확충 때	①	②	③	④	⑤

B-1.3. 기부금 모금 때	①	②	③	④	⑤
B-1.4. M&A할 때	①	②	③	④	⑤
B-4. 현재 기업을 경영하면서 마케팅과 관련하여 느끼는 애로 사항은 어느 정도 인가요?					
B-4.1. 해외 시장 개척	①	②	③	④	⑤
B-4.2. 시장정보의 이용가능성	①	②	③	④	⑤
B-4.3. 경쟁사 정보	①	②	③	④	⑤
B-4.4. 고객 Needs 파악	①	②	③	④	⑤
B-5. 현재 기업을 경영하면서 인적자본과 관련하여 느끼는 애로 사항은 어느 정도 인가요?					
B-5.1. 귀사가 요구하는 자격을 갖춘 경영자 영입	①	②	③	④	⑤
B-5.2. 귀사가 요구하는 자격을 갖춘 엔지니어 영입	①	②	③	④	⑤
B-5.3. 잘 교육/훈련되지 않은 일반 근로자	①	②	③	④	⑤
B-5.4. 귀사가 요구하는 자격을 갖춘 중간관리자	①	②	③	④	⑤
B-6. 현재 기업을 경영하면서 사회 기반시설과 관련하여 느끼는 애로 사항은 어느 정도 인가요?					
B-6.1. 전력	①	②	③	④	⑤
B-6.2. 인터넷/통신	①	②	③	④	⑤
B-6.3. 수도	①	②	③	④	⑤
B-6.4. 가스	①	②	③	④	⑤
B-6.5. 운송	①	②	③	④	⑤
B-7. 현재 기업을 경영하면서 기업환경과 관련하여 느끼는 애로 사항은 어느 정도 인가요?					
B-7.1. 인근의 성공한 기업가로부터의 도움	①	②	③	④	⑤
B-7.2. 정치적 불안정성	①	②	③	④	⑤
B-7.3. 경쟁환경	①	②	③	④	⑤
B-7.4. 기업과 대학과의 연구개발 협업	①	②	③	④	⑤
B-7.5. 부패	①	②	③	④	⑤
B-7.6. 범죄, 도난, 난동	①	②	③	④	⑤
B-7.7. 전반적인 기업환경	①	②	③	④	⑤

D. (기초 혹은 전문)컨설팅 만족도	매 우 불 만 족	불 만 족	보 통	만 족	매 우 만 족
<i>D-1. 컨설턴트가 제공한 컨설팅 결과의 우수성에 대해 평가해 주십시오.</i>					
D-1.1. 실시계획에서 제공하기로 한 해결방안을 제시하였다	①	②	③	④	⑤
D-1.2. 우리 회사 내 문제의 해결방안을 구체적으로 제시하였다	①	②	③	④	⑤
D-1.3. 컨설팅 결과는 이해하기 쉽게 작성되었다	①	②	③	④	⑤
D-1.4. 컨설팅 결과의 우수성에 대해 전반적으로 만족하였다	①	②	③	④	⑤
<i>D-2 컨설턴트가 제공한 컨설팅 결과의 유용성에 대해 평가해 주십시오.</i>					
D-2.1. 컨설팅 결과는 직면한 문제점 해결에 유용하였다	①	②	③	④	⑤
D-2.2. 컨설팅 결과 활용을 위해 충분한 설명/교육을 실시하였다	①	②	③	④	⑤
D-2.3. 컨설팅 결과 활용을 위해 사후관리지원을 제공하기로 하였다	①	②	③	④	⑤
D-2.4. 컨설팅 결과의 유용성에 대해 전반적으로 만족하였다	①	②	③	④	⑤
<i>D-3. 컨설턴트가 제공한 컨설팅 결과의 기대효과에 대해 평가해 주십시오.</i>					
D-3.1. 컨설팅을 통해 애로사항을 해결할 수 있었다	①	②	③	④	⑤
D-3.2. 컨설팅 받은 분야의 역량이 강화되었다	①	②	③	④	⑤
D-3.3. 앞으로 사업 운영에 전반적으로 도움이 될 것이다.	①	②	③	④	⑤
D-3.4. 컨설팅으로 기대되는 효과는 전반적으로 만족스럽다.	①	②	③	④	⑤

C.사회적 네트워킹	매우 그렇지 않다	그렇지 않다	보통이다	그렇다	매우 그렇다
C-1. 타 사회적기업과의 네트워크 활동이 필요하다	①	②	③	④	⑤
C-2. 현재 조직 내부로부터 타 사회적기업과 네트워크 활동에 대한 논의가 이루어지고 있다	①	②	③	④	⑤
C-3. 현재 조직이 운영하고 계시는 사업 특성을 고려하셨을 때, 타 사회적기업과의 네트워크 활동이 중요하다고 생각한다	①	②	③	④	⑤
C-4. 현재 조직은 동일 자치지역에 자리하고 있는 타 사회적기업에 대해 충분히 인식하고 있다	①	②	③	④	⑤
C-5. 현재 조직은 같은 권역에 자리하고 있는 타 사회적기업에 대해 충분히 인식하고 있다.	①	②	③	④	⑤
C-6. 현재 조직이 위치하고 있는 지역자치단체는 사회적기업 간 네트워크 활동이 활발히 이루어질 수 있도록 적극적으로 지원해 주고 있다	①	②	③	④	⑤
C-7. 현재 향후 지속적으로 타 사회적기업과 네트워크를 구축해나가고 싶은 의사가 있다	①	②	③	④	⑤
C-8. 현재 조직은 다양한 외부 전문가(교수, 변호사, 법무사, 세무사, 회계사, 컨설턴트, 노무사, 기술가 등)와 교류활동을 하고 있다.	①	②	③	④	⑤

E. 사회적기업 성과	전혀 그렇지 않다	대체로 그렇지 않다	그저 그렇다	대체로 그렇다	매우 그렇다
<i>E-1. 사회적 성과</i>					
E-1.1. 우리 조직은 지역환경 개선 및 지역주민 삶의 질 향상에 기여하고 있다.	①	②	③	④	⑤
E-1.2. 우리 조직은 지역사회 뿐 아니라 외부에서도 인정을 받고 있다.	①	②	③	④	⑤
E-1.3. 우리 조직은 지역 내 고용문제 해결에 기여하고 있다.	①	②	③	④	⑤
E-1.4. 우리 조직은 취약계층의 사회서비스 제공율이 증가하고 있다.	①	②	③	④	⑤
E-1.5. 우리 조직은 사회적기업이 지니고 있는 사회적 가치를 실현해가고 있다.	①	②	③	④	⑤
<i>E-2. 경제적 성과</i>					
E-2.1. 우리조직은 지속적으로 매출이 증가하고 있다.	①	②	③	④	⑤
E-2.2. 우리조직은 전년대비 올해 수익목표를 달성하고 있다.	①	②	③	④	⑤
E-2.3. 우리조직의 재정자립도가 향상되고 있다.	①	②	③	④	⑤
E-2.4. 우리조직의 제품(서비스)에 대한 고객의 만족도가 향상되고 있다.	①	②	③	④	⑤
E-2.5. 우리조직의 브랜드 가치가 향상되고 있다.	①	②	③	④	⑤

F. 사회인구학적 내용
F-1. 귀하의 성별은 무엇입니까? ①남자 ②여자
F-2. 귀하의 연령 몇 세입니까? ①20대 ②30대 ③40대 ④50대 ⑤60대 ⑥70세 이상
F-3. 귀하의 종교는 무엇입니까? ①기독교 ②천주교 ③불교 ④유교 ⑤무교 ⑥기타
F-4. 귀하의 최종 학력은 다음 중 어디에 해당하나요? ①고졸미만 ②고졸 ③대졸 ④대졸이상
F-5. 귀하의 근무 경력은 몇 년입니까? ①3년미만 ②3년이상~5년미만 ③5년이상~7년미만 ④7년이상
F-6. 조직 형태는 무엇입니까? ①비영리민간단체 ②사회복지법인 ③협동조합 및.영농조합 ④민법상 법인 ⑥상법상회사 ⑦기타
F-7. 업종은 무엇입니까? ①제조 ②서비스 ③도소매 ④건설 ⑤기타
F-7. 사회 서비스 분야는 무엇입니까? ①문화예술 ②청소 ③교육 ④환경 ⑤사회복지 ⑥간병가사지원 ⑦관광 ⑧기타
F-8. 사회적 목적 실현 유형은 무엇입니까? ①일자리제공형 ②사회서비스제공형 ③지역사회공헌형 ④혼합형 및 기타형
F-9. 기업설립 년 수는 얼마나 되었습니까? ①3년미만 ②3년이상~5년미만 ③5년이상~7년 미만 ④7년이상
F-10. 지식재산권 보유 건 수는 몇 개입니까? ①없음 ②1개 ③2개 ④3개이상

ABSTRACT

The effect of corporate–ecosystem circulation–structure
on corporate performance
via entrepreneurship and social networks
–Focusing on social enterprises–

Kim, Jung–Min

Major in Management Consulting

Dept. of Knowledge Service & Consulting

The Graduate School

Hansung University

According to the annual Social–Enterprise Performance–Analysis Report published by the Labor Relations Research Institute, the analysis of the social enterprise's business performance for the past three years shows that the average sales per company is increasing but the operating profit is showing three consecutive years of deficit, and job creation shows little change. For the sales, increase in government's public sales proportion seems responsible and sales activity income is still in deficit. Job creation is flat, and the number of paid worker (non–disabled) is decreasing for 3 consecutive years due to low profitability. It is true that Korean social enterprises have limited sustainability or self–sufficiency because they are raised by the government's friendly policy environment, and they are resting on their laurels (Kim et al., 2011). The Ministry of

Employment and Labor (2013) performed factual survey of the vitalization policies for social enterprises in developed countries. The survey pointed out that the government's support policies should change for sustainable growth of Korean social enterprises in the future, creating an ecosystem as in developed countries (Ministry of Employment and Labor, 2013). Current study involves factual survey of social enterprise ecosystem based on spontaneous formation and growth of social enterprises according to government's policy on social enterprises, entrepreneurship of founders, and their causality to the performance of the social enterprises.

In order to achieve these objectives, the following research was carried out. For theoretical background, literature survey of the previous studies was performed. Based on the acquired data from the previous study, We systematically designed our research model and set up hypothesis for empirical analysis. Statistical analysis was used to interpret/analyze objective results. For the statistical analysis of the research model, we surveyed the representatives of social enterprises scattered throughout the country from March 24 to June 15, 2017. The questionnaires collected through the survey were 125 copies, but only 114 copies were used for actual empirical analysis, excluding 11 incomplete copies. To ensure the objectivity of the research, SPSS23.0 statistical package and AMOS 23.0 program were used to evaluate the validity and reliability of the questionnaire, and to analyze validity of the research model. Factor analysis was applied to confirm the validity of the questionnaire and the cronbach α value of the reliability analysis was checked for verification. In addition, model validity was verified by checking the conformity of the research model, and significance level of 5% was used to determine the significance of the variables, and the

results of the study were derived.

The results of the study are summarized as follows. First, marketing and business environment among the circulation structure of corporate ecosystem has been found to affect economic performance. This indicates that the business environment for the startup or scale up, and marketing activities on product and services affect the economic performance. Second, marketing, human capital, social infrastructures and business environment among the circulation structure of corporate ecosystem have been found to affect social performance. Third, it was found that financing, marketing, human capital and business environment have a negative effect on entrepreneurship. Fourth, entrepreneurship has been found to influence social networks. Fifth, it is analyzed that social network does not affect economic performance. Sixth, social network was analyzed to affect social performance. Seventh, it is found that entrepreneurship and social network play a part in the process of financing affects the economic performance. In the process of business environment affecting economic performance, entrepreneurship and social network were proven to be mediators. Eighth, variables such as funding, marketing, human capital, infrastructure, and business environment indicate that entrepreneurship and social networks do not play a mediating role in the process of affecting social performance. Ninth, the analysis that consulting satisfaction will play a role in the process of social network affecting economic performance, it seems that the consulting satisfaction (supported by the government for social enterprises) is not linked to the actual performance.

Current research involved factual survey of social enterprise ecosystem, entrepreneurship of founders, and the causality to the

performance of the social enterprises. As a conclusion, it will still take more time to establish the ecosystem for the voluntary formation and growth of social enterprises, even after 10 years since the first establishment of Korean social enterprises.

Key words: social enterprise, corporate ecosystem, entrepreneurship, social network, economic/social performance