

# 기업가정신과 사회적 기업 성과의 관계에 미치는 사회적 자본의 매개효과

## The Mediator Effect of Social Capital in Relationship between Entrepreneurship and Social Enterprise Performance

이준희

한국복지대학교 게임 콘텐츠과

Jun-Hee Lee(xmlsea@hanmail.net)

### 요약

본 논문에서는 사회적 기업에서 기업가정신과 사회적 자본을 기반으로 기업과 지역사회의 공진화의 기반을 구축하기 위한 선순환 요소를 발굴하고자 한다. 이를 위해서 기업가정신의 구성변인으로서 혁신성, 진취성, 위험감수성에 사회적가치추구를 추가하고, 사회적 자본을 구조적 자본, 인지적 자본, 관계적 자본으로 분류하였다. 기업가정신과 사회적 기업의 성과의 관계에서 사회적 자본의 매개효과에 대한 실증 분석을 위해 6개의 가설을 정한 후 상관 분석과 회귀 분석을 실시하였다. 본 연구 결과를 요약하면 다음과 같다. 첫째, 기업가정신과 사회적 기업의 경제적 성과에서 관계적 자본은 완전매개효과를 갖는다. 둘째, 기업가정신과 사회적 기업의 사회적 성과에서 관계적 자본은 완전매개효과를 갖는다.

■ 중심어 : | 기업가정신 | 사회적 자본 | 사회적 기업 성과 |

### Abstract

The purpose of this study was to identify the elements of virtuous cycle to lay a foundation for the coevolution of corporations and communities based on the entrepreneurship and social capital of social enterprises. The study first set out to add the pursuit of social goals to the components of entrepreneurship, namely innovation, progressive spirit, and risk sensitivity and categorized social capital into structural, cognitive, and relational capital. The study set six hypotheses and performed correlation and regression analysis to empirically analyze mediator effect of social capital in relationship between entrepreneurship and social enterprise performance. The findings were summarized as follows: First, relational capital had full mediated effect between entrepreneurship and economic performance of social enterprise. Second, relational capital had full mediated effect between entrepreneurship and social performance of social enterprise.

■ keyword : | Entrepreneurship | Social Capital | Social Enterprise Performance |

## I. 서론

사회적 기업을 지속가능하게 하기 위해서는 정부의

금전적 인센티브에 앞서 사회적 소명을 수행하도록 자발적이고 적극적으로 사회문제해결에 참여하는 기업가 정신뿐만 아니라 정부에 지나치게 의존하지 않으면서

접수일자 : 2015년 12월 16일

수정일자 : 2015년 12월 28일

심사완료일 : 2015년 12월 29일

교신저자 : 이준희, e-mail : xmlsea@hanmail.net

공공성과 영리성을 적절하게 결합하기 위한 지역사회와의 긴밀한 연계의 필요성이 지속적으로 제시되고 있다.

지역사회를 기반으로 하는 사회적 기업은 신뢰와 내부자원의 부족으로 지역사회나 다른 기업과의 네트워크를 구축하고 기업 스스로의 역량뿐 아니라 다른 자원을 동원하는 활동들을 통하여 생존해 나간다. 다양한 이해관계자와의 협력관계는 일반 기업과는 다른 사회적 기업의 독특한 특징이며 시민이 사회적 기업의 공동생산자로서 참여하고 이는 사회적 기업의 자원동원의 중요한 연결망으로 이어지기 때문에 사회적 기업의 사회적 자본 축적 능력은 사회적 기업의 성과향상과 나아가서는 지속가능성을 높이기 위해서 매우 중요하다.

본 연구에서는 사회적 기업에서 기업가정신과 사회적 자본을 기반으로 기업과 지역사회의 공진화의 기반을 구축하기 위한 선순환 요소를 발굴하고자 한다. 이를 위해서 사회적 기업의 기본원리로서 사회적 자본이 역할을 하는지, 만일 역할을 한다면 사회적 자본을 형성하는 목적을 위한 새롭고 차별화되는 과정으로서 민간 영역의 행위자에 의해 수행되는 행동[1]으로 정의되는 사회적 기업가정신의 특징에 대한 정의를 근거로 기업가정신을 중심으로 사회적 자본의 형성을 확인하기 위하여 기업가정신과 사회적 기업의 성과 간에서 사회적 자본의 매개효과를 검증하고자 한다.

구체적으로 기업가정신과 사회적 기업의 성과(경제적 성과, 사회적 성과), 기업가정신과 사회적 자본, 사회적 자본과 사회적 기업 성과와의 관계특성을 중심으로 '기업가정신 → 사회적 자본 → 사회적 기업의 성과'로의 연결여부에 대한 의문점을 해결하고자 한다.

본 연구에서의 연구결과는 사회적 기업을 대상으로 기업가정신과 사회적 자본의 사회적 기업의 성과와의 연계에 관한 실증적 분석결과를 통해 사회적 기업의 경영자나 정책 수립자에게 지역사회와 동반성장하면서 사회적 기업의 성과향상 및 지속적인 발전을 위한 전략을 수립하는데 유용한 시사점을 제공할 것으로 판단된다.

## II. 이론적 배경

### 1. 기업가정신과 사회적 자본의 연계

기업가적 성향이 사회적 자본을 발견하고 외부자원을 확보하는데 중요한 역할을 수행한다고 알려져 있으며[2] 사회적 자본의 협업은 상호 보완작용을 함으로써 강력한 효과를 발휘할 수 있다.

일반적으로 시장에는 위험과 불확실성이 존재하기 때문에 경제주체들이 시장에서 주어진 새로운 기회를 활용하기 위한 선택과 그러한 선택의 결과에 대한 정보가 잘 알려져 있지 않다[3]. 이런 상황에서는 개별 경제주체들은 자신에게 필요한 지식과 정보를 획득하기 위해서 대개 자신들이 가지고 있는 사회적 네트워크나 신뢰에 기초한 유대관계 또는 그 관계 속에서 공유하고 있는 규범이나 가치 등에 기초하여 필요한 지식과 정보를 획득하고 의사결정을 하기도 한다.

이는 곧 위험과 불확실성이 존재하는 시장에서 창의적인 개별 경제주체들이 실제로 시장에 존재하는 기회를 발견하고 그것을 활용하여 시장의 변화를 주도하고, 그러한 변화를 통해 창의적인 아이디어를 상업화하는 과정에서 사회적 자본의 중요성을 제기한다. 지금까지 많은 사회적 자본론자들은 이론적 측면에서 사회적 자본이 기업가정신에 긍정적인 영향을 미친다고 주장해 왔다[4].

사회적 자본과 기업가정신 간의 관계에 관한 이론적 논의들을 좀 더 구체적으로 살펴보면 다음과 같다. 먼저, 경제주체들 간에 신뢰가 형성되어 있다면, 이들 간의 거래나 협상에 필요한 비용은 줄어들고 의사결정에 소요되는 비용도 줄어들 것이다[5]. 따라서 창의적인 아이디어를 가진 경제주체들은 새로운 기업의 창업이나 기존 기업의 확장을 좀 더 선호할 가능성이 존재한다.

Thornton & Flynn[6]에 따르면, 신뢰에 기초한 응집력과 결속력이 있는 사회적 네트워크는 지식과 정보의 흐름을 원활히 해줄 뿐만 아니라 불확실성이 존재하는 시장에서 새로운 혁신을 위한 투자 위험을 감소시켜준다. 아울러 개인이나 조직, 기업들을 서로 연결시켜주는 네트워크들은 기업가정신을 촉진시키는데 필요한 다양한 요소와 정보 및 자원들을 제공해준다[7]. 창의적인 기업가들의 경우, 창업이나 기존 기업의 확장을 위해서는 사회적 네트워크의 구축 및 활용이 중요함을 잘 알고 있기 때문에 지식정보화 사회에서 기회의 활용을 위

해 다양한 사회적 네트워크를 구축, 발전시키고 적극적으로 활용하고자 한다[8].

Hamel[9]의 논의에 따르면, 사회 네트워크는 경제주체들이 기업가정신을 발휘하는 과정에 영향을 줄 뿐만 아니라 다른 경제주체들의 스킬들을 내부화시킴으로써 새로운 기회를 창출하기도 한다. 예를 들어, 벤처캐피탈 기업들은 벤처기업들과 관련된 네트워크 속의 한 구성원들이면서 동시에, 이들 벤처캐피탈 기업들의 벤처투자자에 대한 참여는 다른 투자자들에게 투자위험의 감소를 암시해주는 중요한 요소가 된다[10].

시민의식 또는 사회규범이 확립되어 있는 수준이 높은 경우에는 그렇지 않은 경우에 비해 일반 시민들이 개인의 사익보다는 공익에 좀 더 가치를 두고, 공익추구를 위해 서로 협력하는 경향을 가지게 된다[11].

## 2. 사회적 자본과 기업의 성과 연계

경영자의 네트워크 활동과 기업의 지속적인 성과와 밀접한 관계가 있다는 논의는 꾸준히 있어왔다. 기업이 네트워크 활동을 수행하는 이유는 네트워크 구성원들 간의 역량을 효과적으로 재조합하여 위험을 분산하거나 자사가 가지고 있는 역량을 보다 효율적으로 활용할 수 있기 때문이다[12].

Lerner, Brush & Hisrich[13]는 기업가의 네트워킹 활동이 기업의 수익에 유의한 관계가 있으며, 외부 컨설턴트들의 활용이 기업의 수익과 관계가 있다고 하였다. 활발한 네트워킹을 하는 기업의 기업가들은 그렇지 않은 기업가들보다 더 많은 성과를 올리는 것으로 나타났다.

Adler & Kwon[14]에 의하면 사회적 자본을 결속력의 정도로 파악했으며 규범은 기업 간 행동양식을 형성하는데 중요한 역할을 한다. 중소기업에 있어서 결속력은 조직과 구성원들 간에 형성되는 공동체의식이나 신뢰를 통해 강화될 수 있다.

Lee & Miller[15]는 한국기업을 대상으로 한 실증적 연구에서 조직 내 공동체의식을 강화하기 위해 조직구성원들에 대한 조직차원의 배려가 경쟁력 제고 및 기업 성과에 중요한 영향을 미친다는 사실을 발견했다. 이후에 조직구성원들에 대한 조직차원의 배려가 조직구성

원들의 조직에 대한 헌신이나 몰입, 참여 등을 증대시켜 결과적으로 조직의 성과향상에 크게 기여할 수 있다는 사실도 발견했다. 이들은 한국의 기업들은 전통적으로 가부장주의와 공동체의식이 강한 특징을 보이며, 유교문화에 속해 있기 때문에[16] 조직차원의 배려가 기업 성과에 중요한 영향을 미친다고 주장한다.

경영전략 학자들 중에는 조직내부의 결속력을 높이기 위한 이러한 사회적 자본들이 기업의 경쟁력 제고를 위한 중요한 무기가 될 수 있음을 주장한 경우들이 많다[17].

가용자원의 규모가 크지 않고, 지극히 제한적인 중소기업들은 그 한계를 극복하기 위해 이종(異種) 간 네트워크를 구축하고 협력체계를 갖추기 위해 노력한다. 중소기업융합교류회에 가입하여 활동 중인 전국 315명의 중소기업 기업가 응답을 활용하여 분석결과, 네트워킹에서 얻을 수 있는 긍정적 심리효과인 사회적 지지가 네트워킹 활동과 기업성과를 완전매개하는 것으로 나타났다. 또한 사회적 자본의 효과성인 정보 및 자원접근성은 부분적인 매개효과가 있음이 확인되었다[18].

조직비전이 조직구성원들의 조직변화에 대한 태도에 미치는 영향: 조직신뢰의 매개효과[19]에 의하면 조직비전 명료성은 조직구성원들의 조직변화에 대한 태도에 긍정적인 영향력을 보이고 있었으며, 사회적 기업의 경우에는 조직의 비전이 공유되고 종업원의 가치관과 조직 가치관의 일치 정도가 높을수록 조직시민행동을 보다 활발히 유발하는 것으로 확인되었다[20].

최고경영진의 인적 및 사회적 자본이 기업성과와 벤처캐피탈 투자에 미치는 영향[21]에서는 최고 경영진의 인적 및 사회적 자본이 창업부터 기업공개까지의 재무성과와 벤처캐피탈의 투자 결정에 미치는 영향을 분석하였는데 약 300여개의 2000년부터 2005년까지 등록된 벤처 코스닥 기업을 사용하여 분석한 결과, 최고경영진의 인적 및 사회적 자본을 측정된 변수 모두는 기업성과와 정(+)의 관계를 갖는 것으로, 즉 기업의 성과에 긍정적인 영향을 주는 것으로 나타났다.

Blyler & Coff[22]는 사회적 자본은 자원의 통합, 재결합, 배출할 수 있는 기업의 역량을 향상시킬 수 있음을 제안하였다. 공급망 참여 기업들이 서로 신뢰할 때,

다른 기업들이 자신들의 자원의 이용에 대한 걱정 없이, 자신들의 자원을 기꺼이 공유하고자 한다.

Nahapiet & Ghoshal[23]은 기업 내 연결 네트워크는 경쟁 우위를 창출할 수 있는 지식의 소싱(sourcing)과 진파를 촉진시킴을 파악하였다.

### III. 연구의 설계

#### 1. 연구의 모형과 연구가설

기업가정신과 사회적 자본 및 기업의 성과 연계에 대한 선행연구를 바탕으로 기업가정신과 사회적 기업의 성과 간에서 사회적 자본의 연관성을 추론할 수 있다. 따라서 실증분석을 통해 기업가정신과 사회적 기업의 성과 간에서 사회적 자본의 매개효과를 규명할 필요가 있다.

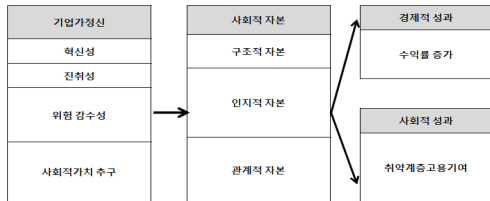


그림 1. 연구모형

표 1. 기업가정신과 사회적 기업의 성과에서 사회적 자본의 매개효과 가설 설정

가설1	기업가정신과 경제적 성과 관계에서 구조적 자본이 매개역할을 할 것이다.
가설2	기업가정신과 경제적 성과 관계에서 인지적 자본이 매개역할을 할 것이다.
가설3	기업가정신과 경제적 성과 관계에서 관계적 자본이 매개역할을 할 것이다.
가설4	기업가정신과 사회적 성과 관계에서 구조적 자본이 매개역할을 할 것이다.
가설5	기업가정신과 사회적 성과 관계에서 인지적 자본이 매개역할을 할 것이다.
가설6	기업가정신과 사회적 성과 관계에서 관계적 자본이 매개역할을 할 것이다.

#### 2. 측정변수의 정의 및 설문지 구성

##### 2.1 변수의 조작적 정의

혁신성은 기업성장과 전략적 위치를 강화하기 위한

중요한 수단으로 제품생산의 새로운 기술혁신과 새롭게 적극적으로 시도하는 경영관리활동을 의미하고 새로운 아이디어, 제품과 서비스 그리고 프로세스 개발을 목표로 한 실험과 창조적 프로세스를 통해 새로운 것을 기꺼이 도입하는 기업의 성향으로 정의한다.

진취성은 변화의 인식과 자발적인 경쟁에 대한 통찰력을 제공하고 기업 환경 변화창출과 미래 수요의 예상 활동 및 경쟁에서 새로운 제품과 서비스를 도입하는 진취적이고 적극적으로 경쟁자를 제압하는 자발적인 기업가적 자세로 정의한다.

위험감수성은 기업이 새로운 사업성공의 확신이 없을지라도 과감하게 활동해서 기꺼이 새로운 사업기회를 포착하는 능력으로 정의한다.

사회적가치추구는 사회적 목적(사회적 가치 창출)과 이해관계자에 대한 책임성을 갖고 수익은 사회적 목적을 위해 재투자를 추구하는 성향으로 정의한다.

구조적 자본은 구성원들 간의 네트워크 연결형태나 구성으로 정의한다[26]. 인지적 자본은 서로 유대관계를 가지는 사람들이 공유하고 있는 의미체계, 언어와 코드로 정의한다[26]. 관계적 자본은 행위자들 간의 직접적인 유대 관계의 역할과 상호작용의 관계적 결과를 강조하여 신뢰, 규범과 상호규제, 상호의무와 기대, 서로에 대한 동일화로 정의한다[23].

경제적 성과는 양적 성장은 물론, 질적 성장을 동반하여 사회적 기업이 사회 전반에 걸쳐 기업 활동을 함으로써 나타나는 결과[27]로 정의한다.

사회적 성과란 사회적 기업이 궁극적으로 추구하고자 하는 가치 및 사회공헌의 달성정도로 정의한다.

구체적인 변수로서는 다음과 같은 3가지 주요 변수를 다루고 있다.

첫째, 독립변수로 기업가정신이다.

둘째, 기업가정신의 발현을 통한 설문 응답자의 노력에 의한 사회적 자본의 형성을 전제로 매개변수로서의 사회적 자본의 하위변인인 구조적 자본, 인지적 자본, 관계적 자본이다. 사회적 자본 특성의 변수는 김동현 외[24]의 연구를 참고하여 항목을 구성하였다.

셋째, 종속변수인 사회적 기업의 경제적 성과와 사회적 성과이다. 경제적 성과와 사회적 성과의 변수는 최

무현 외[25]의 연구를 참고하여 변수를 구성하였다.

표 2. 변수의 설정

요인	변수	항목
기업가 정신	혁신성	①신제품 및 서비스 개발의 노력정도 ②제품 및 서비스를 혁신적으로 개발하여 경영성과를 향상시키기 위해 노력하는 정도 ③기업의 성장, 혁신, 발전이라는 이념으로 기업을 운영하는 정도 ④신제품 및 서비스에 대한 마케팅을 강조하고, 창의적인 방법을 개발하기 위해 노력하는 정도
	진취성	①신제품 개발에서 경쟁기업 보다 앞서기 위해 진취적인 자세로 임하는 정도 ②불확실성이 높은 경우에도 새로운 기회를 포착하기 위해 진취적인 행동을 하는 정도 ③끊임없이 틈새시장을 찾고 새로운 시장을 신속하게 공략하는 정도 ④새로운 시장창출과 그 시장에서 주도적인 위치를 확보하기 위해 노력하는 정도
	위험감수성	①위험이 있더라도 새롭고 도전적인 일을 좋아하는 정도 ②위험이 있더라도 새로운 것에 도전하는 일을 하는 정도 ③위험을 무릅쓰고 환경변화에 대응하여 전략을 수립하고 실천하는 정도 ④위험이 높더라도 수익이 큰 사업을 선호하는 정도
	사회적가치추구	①혁신적인 방법으로 사회문제를 해결 ②영업활동을 통하여 창출한 이익을 사회적 기업의 유지·확대에 재투자
사회적 자본	구조적 자본	①의사소통 ②접촉의 용이성
	인지적 자본	①비전의 명확성 ②비전 공유
	관계적 자본	①규범과 규칙의 확립 ②규범과 규칙의 준수 ③사람에 대한 신뢰성 ④공공정책에 대한 신뢰성 ⑤다른 주민들에 대한 신뢰 ⑥지역사회조직에 대한 신뢰 ⑦지역사회 기관에 대한 신뢰 ⑧지역행사참석 ⑨갈등해결 노력하며 상호협력 ⑩업무협조
사회적 기업의 성과	경제적 성과	①수익률증가
	사회적 성과	①취약계층고용기여

2.2 설문지 구성

본 연구는 기존연구에서 사용되었던 여러 가지 항목들 중에서 비교적 적합도가 높은 항목들을 선택하고 필요한 경우에는 기존의 측정 항목들을 본 연구의 목적에 부합되게 수정하거나 새로운 항목을 개발하였다.

첫째, 기업가정신은 Frishammar & Horte[28]가 사용하였던 전통적인 사회적 기업가정신을 설명하는 요인으로 제시되어 장성희[29]의 연구에서도 검증된 3가지

요인에 고용노동부·한국사회적기업진흥원[30]을 참고하여 사회적가치추구라는 요인을 추가하여 설문문항을 구성하였으며 리커트 5점 척도로 측정하였다.

첫째, 사회적 자본은 김동현 외[24]의 연구를 바탕으로 본 연구에 맞게 재구성하여 설문문항을 구성하였으며 리커트 5점 척도로 측정하였다.

둘째, 사회적 기업의 성과는 최무현 외[25]의 연구를 바탕으로 사회적 기업의 경제적 성과를 구성하는 항목은 수익률증가를 사용, 사회적 기업의 사회적 성과를 구성하는 항목은 취약계층고용기여로 구성하였으며 리커트 5점 척도로 측정하였다.

3. 자료의 수집 및 연구방법

본 연구를 위한 표본은 한국사회적기업진흥원에 등록된 인증 사회적 기업의 구성원을 주요 모집단으로 했다. 이는 표본 선정 범위를 명확히 함으로써 연구 결과에 신뢰성을 담보하기 위함이다. 표본 대상의 기업은 전국의 인증 사회적 기업 250개로 무작위(random) 추출하고 2015년 3월부터 10월까지 온라인 메일과 우편 송부, 방문을 통하여 총 228부의 설문지를 회수하였고 이중 불성실한 답변이나 빠진 항목이 있는 설문지 등을 제외하고 200부의 설문지를 분석에 이용하였다.

연구목적에 달성하기 위하여 독립변수로 구분된 사회적 자본에 대하여 종속변수인 사회적 기업의 성과 간의 관계를 상관분석과 회귀분석을 통하여 검증하였다. 각 변수를 측정하고 있는 척도에 대한 타당성 검증을 위해 요인 분석을 실시한 후 타당하지 못하다고 판단되는 변수를 제외하고 척도들의 신뢰도를 검증하기 위해 크론바하 알파 계수를 이용하여 내적 일관성을 검사하였다.

IV. 실증분석 결과

1. 기초통계량분석 결과

표본의 인구사회학적 특성을 살펴보면 성별의 경우 남성이 70.0%, 여성이 30.0%로 나타났다. 남성 응답자가 여성 응답자보다 많았다. 연령의 경우 20대가 34.0%,

30대가 24.0%, 40대가 35.0%, 50대가 7.0%로 나타났다. 학력의 경우 고졸이 8.0%, 전문대졸이 47.0%, 대졸이 45.0%로 나타났다. 석사, 박사는 응답자에 조사되지 않았다. 직급의 경우 대표가 72.0%, 임원이 21.0%, 종사자가 7.0%로 나타나 대표자와 임원이 주로 응답자로 조사되었다. 조직의 경우 사단법인이 2.0%, 재단법인이 4.0%, 사회복지법인이 21.0%, 소비자생활협동조합이 2.0%, 상법에 따른 회사가 30.0%, 상법에 따른 합자조합이 3.0%, 비영리민간단체가 2.0%, 민법상조합이 18.0%, 협동조합이 18.0%로 나타났다. 유형의 경우 일자리제공형이 33.0%, 사회서비스제공형이 12.0%, 지역사회공헌형이 6.0%, 혼합형이 49.0%로 나타났다.

표 3. 표본의 일반적 특성 (n=200)

변수명	주요 내용	빈도	백분비(%)
성별	남	140	70.0%
	여	60	30.0%
연령	20대	68	34.0%
	30대	48	24.0%
	40대	70	35.0%
	50대	14	7.0%
	고졸	16	8.0%
학력	전문대졸	94	47.0%
	대졸	90	45.0%
	대졸	14	7.0%
응답자직급	대표	144	72.0%
	임원	42	21.0%
	종사자	14	7.0%
	사단법인	4	2.0%
조직	재단법인	8	4.0%
	사회복지법인	42	21.0%
	소비자생활협동조합	4	2.0%
	상법에 따른 회사	60	30.0%
	상법에 따른 합자조합	6	3.0%
	비영리민간단체	4	2.0%
	민법상조합	36	18.0%
	협동조합	36	18.0%
유형	일자리제공형	66	33.0%
	사회서비스제공형	24	12.0%
	지역사회공헌형	12	6.0%
	혼합형	98	49.0%
합계		200	100.0%

## 2. 측정변수의 요인분석 및 신뢰도 분석

변수들의 판별 타당도를 검증하기 위해 본 연구는 예비 조사를 통해 부적절한 항목으로 판정된 설문항목들을 제외하고 본 조사를 실시하여 우선 탐색적 요인분석과 신뢰도 분석을 수행하였다.

표 4. 기업가정신 요인분석 및 신뢰도

변수	하위변인	요인1	요인2	요인3	요인4	전체	% 분산	% 누적	Cronbach's α
위험감수성 (요인 1)	위험감수성3	.852	.077	.205	-.031	2.561	23.281	23.281	.769
	위험감수성2	.702	.303	.118	.118				
	위험감수성4	.634	-.040	.206	.106				
진취성 (요인 2)	진취성1	.061	.805	.128	.122	1.770	16.093	39.374	.724
	진취성2	.217	.733	.077	.119				
혁신성 (요인 3)	혁신성2	.398	.251	.715	.093	1.574	14.312	53.687	.680
	혁신성1	.522	.143	.666	.098				
	혁신성3	-.272	.454	.592	.055				
사회적가치추구 (요인 4)	사회적가치추구3	.448	-.050	-.064	.649	1.193	10.848	64.535	.639
	사회적가치추구1	.347	.292	.112	.607				
	사회적가치추구2	.252	.329	.363	.572				

KMO=.855, 근사카이제곱=1136.31, p=.000

기업가정신 요인분석을 통하여 위험감수성, 진취성, 혁신성, 사회적가치추구로 총 요인이 4가지로 구분되었으며, 고유값이 1.193 이상으로 나타났다. 입력 변수들 간의 상관관계 정도를 나타내는 KMO 검증 및 Bartlett의 구형성 검증을 실시결과를 보면, KMO=.855, Bartlett 구형성 검증  $\chi^2=1136.31(p=.000)$ , 설명력은 64.53%로 나타나 모형의 설명력은 검증되었다.

표 5. 사회적 자본 요인분석 및 신뢰도

변수	하위변인	요인1	요인2	요인3	전체	% 분산	% 누적	Cronbach's α
관계적 자본	호혜적규범1	.847	.154	.096	3.728	33.890	33.890	.790
	호혜적규범2	.733	.388	.140				
	신뢰1	.575	-.141	.192				
	신뢰2	.575	.072	.051				
	단체참여	.783	.254	.540				
	협력1	.767	.324	.459				
구조적 자본	네트연결성2	.123	.895	.053	1.995	18.137	52.027	.723
	네트연결성1	.097	.806	.020				
인지적 자본	비전설정및공유2	-.040	.154	.725	1.458	13.253	65.280	.695
	비전설정및공유1	-.027	.388	.594				

KMO=.754, 근사카이제곱=817.757, p=.000

사회적 자본 요인분석을 통하여 구조적 자본, 인지적 자본, 관계적 자본 3가지로 구분되었으며, 고유값이

1.458 이상으로 나타났다. 입력 변수들 간의 상관관계 정도를 나타내는 KMO 검증 및 Bartlett의 구형성 검증을 실시결과를 보면, KMO=.754, Bartlett 구형성 검증  $\chi^2=817.757(p=.000)$ , 설명력은 65.28%로 나타나 모형의 설명력은 검증되었다.

표 6. 성과관련 요인분석 및 신뢰도

변수	하위변인	요인1	요인2	전체	% 분산	% 누적	Cronbach's $\alpha$
사회적 성과	취약계층고용기여	.971	.238	1.000	50.000	50.000	.630
경제적 성과	수익률증가	.238	.971	1.000	50.000	100.000	.630

KMO=.500, 근사카이제곱=47.475, p=.000

성과관련 요인분석을 통하여 고유값이 1.00이상으로 나타났다. KMO=.500는 Bartlett 구형성 검증  $\chi^2=47.475(p=.000)$ , 설명력은 100%로 나타나 모형의 설명력은 검증되었다.

### 3. 측정변수의 상관분석

본 연구의 가설을 검증하기 위하여 먼저 각 변수들 간의 관계를 확인하기 위하여 상관관계 분석을 실시하였다. 분석에는 Pearson 상관 계수가 활용되었으며, 양측검증 방법으로 유의성을 확인하였다.

표 7. 기업가정신과 사회적 자본 간의 상관관계

변수	1	2	3	4	5	6	7	8	9
1.기업가정신	1								
2.혁신성	.761**	1							
3.진취성	.671**	.401**	1						
4.위험감수성	.762**	.440**	.262**	1					
5.사회적 가치추구	.773**	.434**	.345**	.521**	1				
6.구조적자본	.289**	.213**	.178**	.199**	.269**	1			
7.인적자본	.431**	.253**	.218**	.457**	.338**	.330**	1		
8.관계적자본	.36**	.517**	.545**	.400**	.431**	.330**	.420**	1	
9.사회적자본	.570**	.408**	.385**	.453**	.445**	.772**	.775**	.717**	1

\* p<.05, \*\* p<.01, \*\*\* p<.001

기업가정신과 사회적 자본의 상관관계 분석을 실시한 결과 기업가정신과 사회적 자본 간의 경우에도

.570(p<.01)으로 유의한 정적인(+) 상관관계를 보였음을 알 수 있다. 기업가정신 하위변인의 경우에도 혁신성, 진취성, 위험감수성, 사회적 가치추구의 경우에 각각 .408(p<.01), .385(p<.01), .453(p<.01), .445(p<.01)로 유의한 상관관계를 보였다.

### 4. 기업가정신과 사회적 기업 성과 간에 사회적 자본의 매개효과 검증

Baron & Kenny[31]의 분석법으로 매개효과를 검증하기 위해서는 다음과 같은 가설을 만족해야 한다. 첫째, 독립변인이 매개변인에 유의한 영향을 미쳐야 하고, 둘째, 독립변인은 종속변인에 유의한 영향을 미쳐야 하고, 셋째, 매개변인이 종속변인에 유의한 영향을 주어야 한다. 마지막 세 번째 가설을 검증하는 회귀분석에서 매개변인을 추가할 때 독립변인의 계수가 유의미 수준에서 무의미 수준으로 떨어지는 경우에는 완전매개관계, 계수가 감소하기는 하나 무의미 수준으로 떨어지지 않는 경우에는 부분매개관계가 성립된다.

표 8. 경제적 성과에서 구조적 자본의 매개효과

단계	항목	비표준화 계수		표준화 계수 $\beta$	t	유의확률
		B	표준 오차			
1단계 : 기업가정신 →매개변인	(상수)	2.377	.351		6.772	.000
	기업가정신	.400	.094	.289	4.241***	.000
	R제곱=.083 수정된 R제곱=.079 F=17.988***					
2단계 : 기업가정신 → 경제적 성과	(상수)	2.008	.322		6.244	.000
	기업가정신	.433	.086	.336	5.015***	.000
	R제곱=.113 수정된 R제곱=.108 F=25.149***					
3단계 : 기업가정신, 매개변인 → 경제적 성과	(상수)	1.314	.433		3.036	.003
	기업가정신	.544	.109	.344	4.976***	.000
	구조적 자본	.073	.079	.064	.920	.359
R제곱=.135 수정된 R제곱=.126 F=15.407***						

\* p<.05, \*\* p<.01, \*\*\* p<.001

구조적 자본이 매개효과를 갖는지 검증하기 위해서 먼저 독립변수가 매개변수에 미치는 영향에서 기업가정신  $\beta=.289$ 로 나타나 구조적 자본에 긍정적인 영향을

미치는 것으로 나타났다( $p<.001$ ). 따라서 매개효과의 첫 번째 조건을 만족하는 것으로 나타났다.

다음으로 2단계에서 독립변수가 종속변인에 미치는 영향의 경우에  $\beta=.336$ 으로 나타나 유의한 정적인 영향을 미치는 것으로 나타나 두 번째 조건을 만족하는 것을 알 수 있다.

3단계에서 독립변수와 매개변수를 투입한 결과 독립변수만 유의하게 나타났다. 즉, 구조적 자본에 있어서 기업가정신이 사회적 기업의 경제적 성과에 미치는 영향을 매개하지 않는 것을 알 수 있다.

표 9. 경제적 성과에서 인지적 자본의 매개효과

단계	항목	비표준화 계수		표준화 계수	t	유의확률
		B	표준오차			
1단계 : 기업가정신 → 매개변인	(상수)	1.604	.302		5.305	.000
	기업가정신	.545	.081	.431	6.716***	.000
	R제곱=.186 수정된 R제곱=.181 F=45.102***					
2단계 : 기업가정신 → 경제적 성과	(상수)	2.008	.322		6.244	.000
	기업가정신	.433	.086	.336	5.015***	.000
	R제곱=.113 수정된 R제곱=.108 F=25.149***					
3단계 : 기업가정신, 매개변인 → 경제적 성과	(상수)	1.625	.417		3.900	.000
	기업가정신	.620	.116	.393	5.347	.000***
	인지적자본	-.086	.092	-.069	-.943	.347
R제곱=.135 수정된 R제곱=.127 F=15.432***						

\*  $p<.05$ , \*\*  $p<.01$ , \*\*\*  $p<.001$

인지적 자본이 매개효과를 갖는지 검증하기 위해서 먼저 독립변수가 매개변수에 미치는 영향에서 기업가정신  $\beta=.431$ 로 나타나 인지적 자본에 긍정적인 영향을 미치는 것으로 나타났다( $p<.001$ ). 따라서 매개효과의 첫 번째 조건을 만족하는 것으로 나타났다.

다음으로 2단계에서 독립변수가 종속변인에 미치는 영향의 경우에  $\beta=.336$ 으로 나타나 유의한 정적인 영향을 미치는 것으로 나타나 두 번째 조건을 만족하는 것을 알 수 있다.

3단계에서 독립변수와 매개변수를 투입한 결과 3단계에서 독립변수와 매개변수를 투입한 결과 독립변수인 기업가정신은  $\beta=.393$ ( $p<.001$ )으로 유의하게 나타났으나 매개변수인 인지적 자본은 유의하게 나타나지 않았다. 즉, 인지적 자본에 있어서 기업가정신이 사회적

기업의 경제적 성과에 미치는 영향을 매개하지 않는 것을 알 수 있다.

표 10. 경제적 성과에서 관계적 자본의 매개효과

단계	항목	비표준화 계수		표준화 계수	t	유의확률
		B	표준오차			
1단계 : 기업가정신 → 매개변인	(상수)	1.384	.202		6.856	.000
	기업가정신	.628	.054	.636	11.587***	.000
	R제곱=.404 수정된 R제곱=.401 F=134.249***					
2단계 : 기업가정신 → 경제적 성과	(상수)	2.008	.322		6.244	.000
	기업가정신	.433	.086	.336	5.015***	.000
	R제곱=.113 수정된 R제곱=.108 F=25.149***					
3단계 : 기업가정신, 매개변인 → 경제적 성과	(상수)	.270	.387		.697	.486
	기업가정신	.021	.121	.013	.174	.862
	관계적자본	.879	.122	.550	7.178***	.000
R제곱=.312 수정된 R제곱=.305 F=44.588***						

\*  $p<.05$ , \*\*  $p<.01$ , \*\*\*  $p<.001$

관계적 자본이 매개효과를 갖는지 검증하기 위해서 먼저 독립변수가 매개변수에 미치는 영향에서 기업가정신  $\beta=.636$ ( $p<.001$ )으로 나타나 관계적 자본에 긍정적인 영향을 미치는 것으로 나타났다. 따라서 매개효과의 첫 번째 조건을 만족하는 것으로 나타났다.

다음으로 2단계에서 독립변수가 종속변인에 미치는 영향의 경우에  $\beta=.336$ 으로 나타나 유의한 정적인 영향을 미치는 것으로 나타나 두 번째 조건을 만족하는 것을 알 수 있다.

표 11. 사회적 성과에서 구조적 자본의 매개효과

단계	항목	비표준화 계수		표준화 계수	t	유의확률
		B	표준오차			
1단계 : 기업가정신 → 매개변인	(상수)	2.377	.351		6.772	.000
	기업가정신	.400	.094	.289	4.241***	.000
	R제곱=.083 수정된 R제곱=.079 F=17.988***					
2단계 : 기업가정신 → 사회적 성과	(상수)	2.530	.372		6.799	.000
	기업가정신	.293	.100	.204	2.933**	.004
	R제곱=.042 수정된 R제곱=.037 F=8.602**					
3단계 : 기업가정신, 매개변인 → 사회적 성과	(상수)	2.608	.414		6.304	.000
	기업가정신	.306	.105	.213	2.929**	.004
	구조적자본	-.033	.075	-.032	-.439	.661
R제곱=.043 수정된 R제곱=.033 F=4.380*						

\*  $p<.05$ , \*\*  $p<.01$ , \*\*\*  $p<.001$



3단계에서 독립변수와 매개변수를 투입한 결과 매개변수인 관계적 자본은  $\beta=.550(p<.001)$ 으로 유의하게 나타났으나 독립변수인 기업가정신은 유의하게 나타나지 않았다. 즉, 관계적 자본에 있어서 기업가정신이 사회적 기업의 경제적 성과에 미치는 영향을 완전매개하는 것을 알 수 있다.

구조적 자본이 매개효과를 갖는지 검증하기 위해서 먼저 독립변수가 매개변수에 미치는 영향에서 기업가정신  $\beta=.289$ 로 나타나 구조적 자본에 긍정적인 영향을 미치는 것으로 나타났다( $p<.001$ ). 따라서 매개효과 첫 번째 조건을 만족하는 것으로 나타났다.

다음으로 2단계에서 독립변수가 종속변인에 미치는 영향의 경우에  $\beta=.204(p<.01)$ 로 나타나 유의한 정적인 영향을 미치는 것으로 나타나 두 번째 조건을 만족하는 것을 알 수 있다.

3단계에서 독립변수와 매개변수를 투입한 결과 3단계에서 독립변수와 매개변수를 투입한 결과 독립변수인 기업가정신은  $\beta=.213(p<.01)$ 로 유의하게 나타났으나 매개변수인 구조적 자본은 유의하게 나타나지 않았다. 즉, 구조적 자본에 있어서 기업가정신이 사회적 기업의 사회적 성과에 미치는 영향을 매개하지 않는 것을 알 수 있다.

표 12. 사회적 성과에서 인지적 자본의 매개효과

단계	항목	비표준화 계수		표준화 계수	t	유의확률
		B	표준 오차			
1단계 : 기업가정신 →매개변인	(상수)	1.604	.302		5.305	.000
	기업가정신	.545	.081	.431	6.716***	.000
	R제곱=.186 수정된 R제곱=.181 F=45.102***					
2단계 : 기업가정신 → 사회적 성과	(상수)	2.530	.372		6.799	.000
	기업가정신	.293	.100	.204	2.933**	.004
	R제곱=.042 수정된 R제곱=.037 F=8.602**					
3단계 : 기업가정신, 매개변인 → 사회적 성과	(상수)	2.354	.397		5.929	.000
	기업가정신	.233	.111	.162	2.111*	.036
	인지적자본	.109	.087	.097	1.254	.211
R제곱=.049 수정된 R제곱=.040 F=5.100**						

\* p<.05, \*\* p<.01, \*\*\* p<.001

인지적 자본이 매개효과를 갖는지 검증하기 위해서

먼저 독립변수가 매개변수에 미치는 영향에서 기업가정신  $\beta=.431$ 로 나타나 인지적 자본에 긍정적인 영향을 미치는 것으로 나타났다( $p<.001$ ). 따라서 매개효과 첫 번째 조건을 만족하는 것으로 나타났다.

다음으로 2단계에서 독립변수가 종속변인에 미치는 영향의 경우에  $\beta=.204(p<.01)$ 로 나타나 유의한 정적인 영향을 미치는 것으로 나타나 두 번째 조건을 만족하는 것을 알 수 있다.

3단계에서 독립변수와 매개변수를 투입한 결과 독립변수인 기업가정신은  $\beta=.162(p<.05)$ 로 나타났으나 매개변수인 인지적 자본은 유의하게 나타나지 않았다. 즉, 인지적 자본에 있어서 기업가정신이 사회적 기업의 사회적 성과에 미치는 영향을 매개하지 않는 것을 알 수 있다.

표 13. 사회적 성과에서 관계적 자본의 매개효과

단계	항목	비표준화 계수		표준화 계수	t	유의확률
		B	표준오차			
1단계 : 기업가정신 →매개변인	(상수)	1.384	.202		6.856	.000
	기업가정신	.628	.054	.636	11.587***	.000
	R제곱=.404 수정된 R제곱=.401 F=134.249***					
2단계 : 기업가정신 → 사회적 성과	(상수)	2.530	.372		6.799	.000
	기업가정신	.293	.100	.204	2.933**	.004
	R제곱=.042 수정된 R제곱=.037 F=8.602**					
3단계 : 기업가정신, 매개변인 → 사회적 성과	(상수)	1.645	.389		4.226	.000
	기업가정신	-.109	.122	-.076	-.892	.373
	관계적자본	.639	.123	.440	5.192	.000
R제곱=.157 수정된 R제곱=.148 F=18.345***						

\* p<.05, \*\* p<.01, \*\*\* p<.001

관계적 자본이 매개효과를 갖는지 검증하기 위해서 먼저 독립변수가 매개변수에 미치는 영향에서 기업가정신  $\beta=.636(p<.001)$ 으로 나타나 관계적 자본에 긍정적인 영향을 미치는 것으로 나타났다. 따라서 매개효과 첫 번째 조건을 만족하는 것으로 나타났다.

다음으로 2단계에서 독립변수가 종속변인에 미치는 영향의 경우에  $\beta=.204(p<.01)$ 로 나타나 유의한 정적인 영향을 미치는 것으로 나타나 두 번째 조건을 만족하는 것을 알 수 있다.

3단계에서 독립변수와 매개변수를 투입한 결과 매개

변수인 관계적 자본은  $\beta=.440(p<.001)$ 으로 유의하게 나타났으나 독립변수인 기업가정신은 유의하게 나타나지 않았다. 즉, 관계적 자본에 있어서 기업가정신이 사회적 기업의 사회적 성과에 미치는 영향을 완전매개하는 것을 알 수 있다.

## V. 결론

본 연구는 사회문제해결을 위한 사회적 기업을 대상으로 기업가정신이 사회적 기업의 성과에 미치는 영향에서 사회적 자본의 매개효과에 대한 실증 분석이다. 즉, 기업가정신의 발현을 통하여 응답자가 형성하고 있는 사회적 자본을 통하여 사회적 기업의 성과에 어떤 영향을 미치는가를 검증하는데 연구 목적이 있으며 사회적 기업 성과 영향 요인의 중요한 부분을 차지하는 사회적 자본의 형성에 주목하고 실증분석을 통하여 사회적 기업의 선순환 요인을 제시하였다.

연구 결과를 요약하면 다음과 같다. 첫째, 기업가정신과 사회적 기업의 경제적 성과에서 관계적 자본은 완전매개효과를 갖는다. 둘째, 기업가정신과 사회적 기업의 사회적 성과에서 관계적 자본은 완전매개효과를 갖는다.

본 연구결과를 통한 시사점은 다음과 같다.

첫째, 기업가정신은 관계적 자본의 형성을 통하여 가장 효과적인 조직(기업)과 지역사회 발전의 선순환을 갖게 한다는 것을 시사점을 준다. 따라서 기업가정신과 관계적 자본의 효과적인 연계방안을 모색할 필요가 있다.

둘째, 사회적 자본과 사회적 기업의 성과 연계측면에서 보면 사회적 자본을 효과적으로 형성하고 유지하기 위해서 유관기관에서는 전문적이고 체계적인 관리차원에서 지역의 사회적 자본 지원센터 운영 등을 통하여 적극적인 지원책 모색이 필요하고 사회적 기업에서는 기업가정신의 발현이 성과로 이어지기 위해서 관계적 자본 형성을 위한 노력이 병행되어야 한다.

셋째, 매개효과를 갖지 못하는 구조적 자본에서 사회적 기업의 중간지원 조직의 역량 강화 등을 통해 사회

적 기업의 가치사슬 연계가 좀 더 긴밀하게 작동할 수 있는 방향 모색, 인 지적 자본에서 사회적 기업의 운영에서 명확한 비전 설정과 공유를 위한 투명한 정보공개 등 대책마련의 필요성을 제시한다.

넷째, 정부에서는 인건비 지원으로 사회적 기업의 창업 유도, 단기적인 고용창출 등의 단선적인 사고에서 벗어나서 기업가정신의 발현으로 사회적 자본의 형성과 지역사회개발, 지역문제해결, 시민참여로 이어질 수 있는 통합적 사고방식에 의한 정책입안이 필요하고 기업에서는 사회적 소명의식을 갖고 장기적인 목표설정과 지역사회와 함께 발전할 수 있는 전략적인 비즈니스 모델 개발이 필요하다.

그러나 본 연구는 응답자가 사회적기업의 대표 및 임원에 치중되어 일반화의 한계를 가지며 사회적 기업의 성과측정에서 다양한 변수가 포함되지 못한 한계를 갖는다. 또한 기업가정신과 사회적 자본이 기업의 내부·외부환경, 기업의 성장단계에 따라 변할 수 있는 만큼, 기업가정신과 사회적 자본 측정에 오차가 있을 수 있다.

이러한 한계에도 불구하고, 기업가정신과 사회적 기업 성과 간에 사회적 자본의 매개효과를 실증적으로 검증함으로써 향후 정부의 사회적 기업의 선순환 발전을 위한 지원정책과 기업가에게 새로운 토대를 마련해 줄 것이다.

향후에는 사회적 자본과 사회적 기업의 성과 간에 기업가정신의 매개효과에 관한 연구 및 조직특성을 반영한 효과적인 사회적 자본 형성에 대한 연구가 필요하다고 판단한다.

## 참고 문헌

- [1] J. Thompson, G. Alvyand, and A. Lees, "Social entrepreneurship: a new look at the people and the potential," *Management Decision*, Vol.38, pp.328-338, 2000.
- [2] H. Aldrich and R. A. Ellen, "Even dwarfs started small: Liabilities of age and size and

- their strategic implications,” *Research in organizational behavior*, Vol.8, pp.165-198, 1986.
- [3] E. Stam, “Does entrepreneurship capital matter?,” *Entrepreneurship Theory and Practice*, Vol.28, pp.419-429, 2008.
- [4] H. E. Aldrich and M. Martinez *Handbook of entrepreneurship research: An interdisciplinary survey and introduction*, London: Kluwer, pp.359-399, 2003.
- [5] R. Landry, N. Amara, and M. Lamari, “Does social capital determine innovation? To what extent?,” *Technological Forecasting and Social Change*, Vol.69, pp.681-701, 2002.
- [6] P. H. Thornton and K. H. Flynn, *Handbook of Entrepreneurship Research: An Interdisciplinary Survey and Introduction*, London: Kluwer, pp.21-34, 2003.
- [7] J. Hessels, *International Entrepreneurship : Value Creation Across National Borders*, Rotterdam: Erasmus Research Institute of Management, 2008.
- [8] P. H. Kim and H. E. Aldrich, “Social capital and entrepreneurship,” *Foundations and Trends in Entrepreneurship*, Vol.1, No.2, pp.1-52, 2005.
- [9] G. Hamel, “Competition for competence and interpartner learning within international strategic alliances,” *Strategic Management Journal*, Vol.12, pp.83-103, 1991.
- [10] T. E. Stuart, H. Hoang, and R. C. Hybels, “Interorganizational endorsements and the performance of entrepreneurial ventures,” *Administrative Science Quarterly*, Vol.44, pp.315-349, 1999.
- [11] M. Dakhli and D. de Clercq, “Human capital, social capital, and innovation: A multi-country study,” *Entrepreneurship & Regional Development*, Vol.16, pp.107-128, 2004.
- [12] 정대용, 양준환, “중소기업의 핵심역량 및 네트워킹 활동이 기업성장에 미치는 영향: 한국기업가와 중국기업가의 네트워킹 특성을 중심으로 한 비교,” *한국경영학회 통합학술대회 논문집*, 2008.
- [13] M. Lerner, C. Brush, and R. Hisrich, “Israeli Women Entrepreneurs: An Examination of Factors Affecting Performance,” *Journal of Business Venturing*, Vol.12, No.4, pp.315-339, 1997.
- [14] P. S. Adler and S. W. Kwon, “Social Capital: Prospects for a New Concept,” *Academy of Management Review*, Vol.27, No.1, pp.17-40, 2002.
- [15] J. Lee and D. Miller, “People Matter: Commitment to Employees, Strategy and Performance in Korea Firms,” *Strategic Management Journal*, Vol.20, No.5, pp.579-593, 1999.
- [16] 이장우, 이민화, “신바람 경영: 개념적 모델,” *경영학연구*, 제24권, pp.339-369, 1995.
- [17] J. B. Barney, “Firm Resource and Sustained Competitive Advantage,” *Journal of Management*, Vol.17, No.1, pp.99-120, 1991.
- [18] 정대용, 유정환, “기업가적 네트워킹 활동이 사회적 자본과 사회적 지지를 매개로 기업성장에 미치는 영향,” *한국인사관리학회 학술대회 발표 논문집*, pp.367-395, 2012.
- [19] 김기근, 문명, 조윤형, “조직비전이 조직구성원들의 조직변화에 대한 태도에 미치는 영향: 조직 신뢰의 매개효과,” *한국인사관리학회 하계학술대회 발표 논문집*, pp.504-520, 2012.
- [20] 이용재, “사회적 기업에서 비전공유와 가치일치가 근로자의 조직시민행동에 미치는 영향,” *한국콘텐츠학회논문지*, 제12권, 제3호, pp.211-212, 2012.
- [21] 최영근, “최고경영진의 인적 및 사회적 자본이 기업성과와 벤처캐피탈 투자에 미치는 영향,” *POSRI경영경제연구*, 제11권, 제1호, pp.108-139, 2011.
- [22] Blyler, Maureen and Russell W. Coff, “Dynamic Capabilities, Social Capital, and Rent Appropriation: Ties that Split Pies,” *Strategic Journal*, Vol.24, No.7, pp.677-686, 2003.

- [23] J. Nahapiet and S. Ghoshal, "Social capital, intellectual capital and the organizational advantage," *Academy of Management Review*, Vol.23, No.2, pp.242-266, 1998.
- [24] 김동현, 김영재, 이영찬, *기업의 사회적 자본과 인적자원개발*, 한국직업능력개발원, 2006.
- [25] 최무현, 이영범, 정무권, "사회적 기업의 지속가능성에 대한 실증분석 : 조직역량, 지역자산활용, 성과를 중심으로," *한국행정학회 국제학술대회 발표논문집*, 2013.
- [26] W. Tsai and S. Ghoshal, "Social capital and value creation: the role of intrafirm networks," *Academy of Management Journal*, Vol.41, No.4, pp.464-476, 1998.
- [27] 박미란, *사회적 기업 경영자의 리더십 역량과 기업환경특성 및 네트워크 활동이 기업성공에 미치는 영향에 관한 연구*, 호남대학교, 석사학위논문, 2012.
- [28] J. Frishemmar and S. A. Horte, "The Role of Market Orientation and Entrepreneurial Orientation for New Product Development Performance in Manufacturing Firms," *Technology Analysis & Strategic Management*, Vol.19, No.6, pp.765-788, 2007.
- [29] 장성희, "기업가지향성, 시장지향성, 기업의 사회적 책임이 사회적 기업의 성과에 미치는 영향," *한국콘텐츠학회논문지*, 제14권, 제6호, pp.360-361, 2014.
- [30] 고용노동부·한국사회적기업진흥원, *사회적 기업 인증 업무매뉴얼*, 2015.
- [31] R. M. Baron and D. A. Kenny, "The Moderator-mediator Variable Distinction in Social Psychological Research," *Journal of Personality and Social Psychology*, Vol.51, No.6, p.1177, 1986.

저 자 소 개

이 준 희(Jun-Hee Lee)

중신회원



- 1995년 2월 : 충북대학교 컴퓨터 공학과(공학사)
- 1998년 8월 : 충북대학교 컴퓨터 공학과(공학석사)
- 2016년 2월 : 충북대학교 경영정보학과(경영학박사)

▪ 2015년 3월 ~ 현재 : 한국복지대학교 게임 콘텐츠과 외래교수

<관심분야> : 사회적 기업, 게임 콘텐츠