

사회적기업가정신과 조직성과 간의 관계에서 사회공헌활동의 매개효과 검증

The Mediating Effect of Social Contribution Activities on the Relationship between Social Entrepreneurship and Organizational Performance

김수진, 김남숙

승실대학교 평생교육·HRD전공

Soo-jin Kim(powerksj0728@naver.com), Nam-sook Kim(tbr211@ssu.ac.kr)

요약

사회적기업가정신은 조직성과에 핵심적인 역할을 담당하며 사회공헌활동은 조직구성원들의 사회적기업 가치 인식과 성과공유에 관계가 있다. 이에 본 연구는 사회적기업가정신과 조직성과 간의 관계에서 사회공헌활동의 매개효과 검증에 목적이 있다. 연구를 위해 사회적기업 구성원을 대상으로 설문조사를 실시하고 유효한 186부의 자료를 통계분석에 활용하였다. 통계분석은 측정변수의 신뢰도, 확인적 요인분석, 상관관계분석, 매개효과분석을 사용하였다. 연구 결과는 다음과 같다. 첫째, 사회적기업가정신, 사회공헌활동, 조직성과 간에는 정적으로 유의한 상관관계가 나타났다. 둘째, 사회적기업가정신은 조직성과에 유의한 정(+)의 상관관계를 나타냈다. 사회적기업가정신의 하위요인 중 사회적 목적, 진취성은 조직몰입에 유의한 영향을 미쳤다. 셋째, 사회공헌활동은 조직성과에 유의한 정(+)의 관계를 나타냈다. 넷째, 사회적기업가정신과 조직성과 간 관계에서 사회공헌활동은 부분매개효과가 나타났다. 이는 사회적기업의 성과향상에 사회공헌활동이 중요한 역할 담당하고 있음을 시사한다.

■ 중심어 : | 사회적기업가정신 | 조직성과 | 사회공헌활동 |

Abstract

Social entrepreneurship plays a key role in organizational performance, and social contribution activities are related to organizational members' perception of social enterprise value and performance sharing. The purpose of this study is to verify the mediating effect of social contribution activities in the relationship between social entrepreneurship and organizational performance. For the study, a questionnaire survey was conducted on members of social enterprises, and data of 186 valid copies were used for statistical analysis. Statistical analysis used reliability of measurement variables, confirmatory factor analysis, correlation analysis, and mediating effect analysis. The results of the study are as follows. First, there was a significant correlation between social entrepreneurship, social contribution activities, and organizational performance. Second, social entrepreneurship has a significant correlation with organizational performance. Social purpose and initiative, sub-factors of social entrepreneurship, had a significant influence on organizational commitment. Third, social contribution activities showed a significant relationship with organizational performance. Fourth, in the relationship between social entrepreneurship and organizational performance, social contribution activities showed a partial mediating effect. This suggests that social contribution activities play an important role in improving the performance of social enterprises.

■ keyword : | Social Entrepreneurship | Organizational Performance | Social Contribution Activities |

I. 서론

2007년 사회적기업육성법이 시행되었을 때 55개에 불과하던 사회적기업은 2019년 기준 약 2.7만 개, 취업자 수는 약 28만 명을 넘어섰다[1]. 사회적기업은 급속한 경제성장으로 인한 소득 양극화, 실업률 급증과 같은 사회적 갈등 문제 해결을 위한 대안적 경제체제로 주목받았다. 정부의 사회적기업 육성정책은 비약적인 양적성장을 가져오는 마중물 역할을 해왔으나, 질적인 성장은 충분히 이뤄지지 못하고 있는 것이 현실이다. 사회적기업도 기업으로서 역할과 기능을 유지해야 하지만 정부가 사회적 문제 해결에만 초점을 두고 육성하여 지속가능한 생존과 자립 역량을 키우는데 소홀히 했다는 비판이 있다[2]. 기업의 지속성 수준을 일반기업과 비교해보면, 2017년 기준 업력이 10년 미만인 사회적기업은 69.0%에 달했으나, 일반 중소기업 40.8%, 중소기업서비스업 49.7%로 집계되었다. 사회적기업의 자립 역량을 수익성으로 살펴보면 인증 초기 평균 당기 순이익률이 5.1%이나 5년이 경과된 시점에서는 수익성 평균이 마이너스 수준으로 급격히 하락하는 모습을 나타내고 있다[3] 상당수의 사회적기업이 정부의 재정지원 기간에는 양호한 수익성을 보이거나 재정지원이 중단되고 나면 수익성이 급속도로 악화되는 형태를 보인다[4]. 이와 같은 현실에서 본다면 사회적기업은 정부 지원과 후원이 중단되더라도 지속가능한 경영이 유지되기 위해서 조직성고가 중요하다. 사회적기업의 조직성고는 지속가능한 경영을 바탕으로 생존을 결정짓는 중요한 요인이다[5]. 사회적기업의 조직성고는 경제적 성과인 이윤추구와 비영리조직 특성인 지역사회 가치실현을 동시에 추구하는 특성이 있다[6][7]. 초기 사회적기업이 양적 부양책에 기반한 성장을 이뤄왔다면 이제는 지속성 확보와 성장의 기반이 되는 조직성고에 관심이 필요하다. 사회적기업도 기업의 속성을 지니고 있기에 특정한 재화와 사회서비스 제공을 통해 경제적 수익 구조를 형성하고 수익 활동을 통해 이윤을 창출을 목표로 해야 한다[8]. 사회적기업의 조직성고는 정부 의존도를 줄이고 시장 경제 활동을 통해 안정적인 조직 운영의 기반이 된다. 사회적기업의 조직성고와 지속적인 운영 동력에 사회적기업가정신이 핵심적인 역할을 담

당하게 된다[9]. 사회적기업의 특성인 양적·질적 성장을 통한 사회적 선순환 체제를 만들어내기 위해서는 사회적기업 리더들의 역할이 중요하다. 일반적인 기업에서도 기업가정신이 발달하고 성장하면 기업이 성공하는 것과 같이 사회적기업가정신의 함양과 발달은 사회적기업 성장의 필수적인 요인이다[10][11]. 수익향상, 높은 생산성 등과 같은 사회적기업의 성과는 경영자의 특성이 중요한 요인으로 작용하고 있다[12-15]. 다수의 연구에서 사회적기업가정신과 사회적기업의 성과와의 유의한 영향 관계를 제시하고 있다[16-18]. 기업가정신과 사회적기업가정신의 차이점은 사회적기업도 영리기업처럼 수익성을 추구하지만, 사회적 가치를 실현, 사회적 문제 해결에 기여하는 기업이다. 사회적기업은 사회적 목적과 경제적 목적을 모두 달성시킬 수 있는 혁신적인 사업내용과 불확실한 성공을 위해 투자·지원할 수 있는 기업가정신과 무엇보다 사회적가치 실현에 더 큰 목표를 두어야 하기에 리더의 사회적기업가정신은 중요하다. 사회적기업가는 기업가로서 조직성과를 추구함과 동시에 사회적 가치와 책임을 사회공헌활동으로 실천할 수 있어야 한다. 사회적기업의 사회공헌활동은 기업 정체성뿐만 아니라 조직구성원들에게도 사회적기업의 가치와 목적 공유에 긍정적인 영향을 줄 수 있다. 기업의 사회공헌활동은 기업이미지나 소비자의 호감도를 증대시킴으로써 구성원의 일체감과 자부심을 고취시킬 수 있다[19]. 조직과 구성원의 가치가 부합되면 조직 성과인 조직몰입에 영향을 주며[20] 기업의 가치지향, 윤리적 가치를 구성원이 인식하게 될 때 조직몰입과 유사한 조직 적합성에 긍정적인 영향을 준다[21]. 사회적기업가의 사회공헌활동은 조직구성원들이 사회적기업의 핵심 가치를 지지하고 이해하게 됨에 따라 구성원들의 조직몰입, 직무성과, 직무 열의와 같은 조직성과와 관련이 있음을 짐작할 수 있다. 이상적인 사회적기업의 모델은 사회적 가치와 경제적 가치를 통합해 이윤을 창출하고 이를 다시 사회적 가치증진에 선순환되도록 하는 것이다[22]. 궁극적으로 사회적기업도 '기업'으로서 지속가능성을 높이기 위해서는 조직성고가 뒷받침되어야 하며, 이러한 성과가 사회적성과 창출로 이어지게 된다. 이상의 논의를 중심으로 사회적기업가정신은 조직성고에 영향을 미칠 수 있으며, 두 변인의 관계에서

사회공헌활동은 매개변인으로 작용할 가능성이 있음을 시사한다. 그러나 기존의 연구들은 사회적기업가정신과 조직성과, 구성원들의 가치공유에 영향을 주는 사회공헌활동과의 관련성을 선별적으로 확인했다는 제한점이 있다. 이에 본 연구에서는 사회적기업가정신과 조직성과 간의 관계에서 사회공헌활동의 매개효과를 검증하고자 한다.

II. 이론적배경과 선행연구

1. 사회적기업과 사회적기업가정신

사회적기업의 개념에 대한 논의는 다양하지만 공통적으로 기업적 이윤이 아닌 사회적 가치 추구를 최우선 목적으로 둔 새로운 방식의 비즈니스라는 점에서는 공통적이다[2]. 2007년 사회적기업 인증제도의 도입은 관심과 양적성장의 계기가 되었다. 고용불안, 양극화와 같은 사회문제가 대두되면서 공공성을 추구하며 문제를 해결할 수 있는 대안으로 주목받게 된 것이다[23]. 사회적기업은 이윤 창출이라는 경제적 가치와 사회적 목적달성이라는 가치를 동시에 추구함으로써 사회문제를 해결할 수 있는 대안적 가치로 관심을 받기 시작하였다[24]. 사회적기업이 관심을 받기 시작하면서 중요한 핵심으로 떠오른 것이 바로 사회적 기업가정신이다[25]. 사회적 기업가정신은 사회적기업 경영에 필요한 기업가정신이라고 볼 수 있다. 이윤을 최우선으로 하는 일반기업과는 달리 사회적 가치를 목적으로 기업의 지속성과 사회적 문제를 고민하며 해결하고자 하는 정신이다[26]. 일반적으로 사회적기업가정신은 사회적 목적달성을 위해 사회적가치 창출, 혁신적 성향, 진취성, 위험감수성 등으로 제시된다[27-29]. 이는 사회적기업가정신의 의사결정 특성 즉, 기업가적 자세로 개념화한 것이며 기업가정신 연구에서 가장 보편적으로 통용되는 개념이다. 사회적기업가정신은 새로운 기회 추구에 필요한 중요한 활동, 조직 내부의 운영전략, 의사결정 방법 등과 관련된 과정으로 사회적기업 운영에 중요한 영향을 미친다[30]. 사회적기업가정신은 기업에 이익을 가져다주는 새로운 사업을 창출하며[31], 기업의 경쟁

우위, 재무성과를 높이고[32] 구성원의 동기유발, 직무몰입의 조직성과를 창출하는 효과가 있다[33].

2. 사회적기업가정신, 조직성과, 사회공헌활동 간의 관계

사회적기업과 정신과 조직성과 간의 관계를 살펴보면, 사회적기업의 성과는 사회적기업의 지속가능성에 주요한 요소가 된다. 조직성과는 접근방법에 따라 다양하게 정의될 수 있는데 전통적인 기업가정신의 목적인 경제적 이익 추구하고 함께 사회적기업은 사회적 목적, 사회적 가치 창출을 함께 고려해야 한다[34].

사회적기업의 성과는 일반적인 경제적 성과와 사회적 성과를 의미하나, 지속가능성, 목적달성과 같은 용어로 혼용하여 사용하기도 한다[35]. 사회적기업의 조직성과는 기업의 특성과 연구 목적에 따라 사회적 성과로는 취약계층 고용, 이윤의 사회적 재투자, 지역사회 공헌 등이 제시되며, 경제적 성과는 매출액, 영업이익, 당기순이익, 자본-자산-부채 등으로 조직성과를 측정하기도 한다[36-40]. 사회적기업가정신은 영리적 성과와 공익적 성과를 가져오는 것으로 볼 수 있다[41]. 일반적으로 기업가정신은 조직성과와 영향 관계에 있으며[34] 조직성과 하위요인인 직무성과에 긍정적인 영향을 미친다[42]. 사회적 기업가정신도 구성원의 직무열의[43], 직무태도[44]에 긍정적인 관계를 나타내고 있다. 사회적기업가정신과 조직성과와의 관계에서 사회적기업가정신은 조직몰입과[34] 기업성과에도 영향을 주는 것으로 나타났다[45].

사회적기업가정신과 사회공헌활동과의 관계 연구 대부분이 활성화방안과 당위성을 강조하고 있으며 직접적인 영향 관계, 효과성을 분석한 연구는 희소하다. 사회적기업과 사회공헌활동의 관계에서 사회적기업의 사회공헌활동은 기업의 사회적 책임을 이행하고, 기업의 이미지 개선과 봉사활동을 통한 구성원 간의 유대감이 향상되는 것으로 나타났다[46]. 사회적기업의 사내 기업가정신과 공유가치 창출과의 관계에서 조직구성원이 사내기업가 정신을 공유하게 되면, 고객의 입장을 이해·공감할 수 있게 되며, 사회적 가치 창출과 기업의 홍보 효과로 이어지는 긍정적인 영향을 주는 것으로 나

타났다[47]. 사회공헌활동과 조직성과와의 관계에서 기업의 사회공헌활동은 기업이 다양한 자산과 핵심역량을 사회에 투자하여 사회적 가치를 창출하고 지역사회 발전을 도모하는 사회참여 활동으로 볼 수 있다[50]. 기업구성원들의 사회공헌활동 참여동기가 자발적 혹은 비자발적인 것에 상관없이 구성원들의 기업이미지 인식에 영향을 주는 것으로 나타났다[51]. 기업의 사회적 책임 활동과 조직신뢰, 조직몰입의 관계에서 기업의 윤리 경영 수준은 종업원의 조직신뢰 및 조직몰입에 긍정적인 영향을 주는 것으로 나타났다[52]. 제조업, 금융업, 서비스업에 종사하는 직원들을 대상으로 기업의 사회공헌활동이 기업평판에 미치는 영향 연구에서 기업의 지속가능성과 경영에 있어서 사회공헌활동의 필요성 인식이 높게 나타났다. 사회공헌활동에 대한 최고경영자의 인식과 의지가 높을수록 기업의 평판은 높아지는 것으로 나타났다[53].

사회공헌활동이 조직성과 하위요인인 직무만족과 조직몰입에 미치는 영향 연구에서 사회공헌활동이 증가할수록 직무만족도가 증가하는 것으로 나타났다[50]. 또한, 사회공헌활동과 직무만족 관계에서 사회공헌활동 활성화가 직무만족을 향상시키는 것으로 나타났다[34]. 또한, 사회공헌활동은 조직구성원의 직무만족, 조직몰입을 향상시키고 기업의 경영성과에도 긍정적인 영향을 미치는 것으로 나타났다. 사회공헌활동과 직무열의 간의 관계에서 사회공헌활동이 직무열의에 유의한 정(+)의 영향을 주는 것으로 나타났다[54]. 기업 사회공헌활동 참여동기가 조직성과에 미치는 영향 연구에서 강제적 동기, 자발적 동기 모두 조직성과에 직접적인 효과를 발생시키는 것으로 나타났다[55]. 이에 기업의 사회공헌활동은 조직성과 달성에 영향을 주는 요인임을 유추할 수 있다.

III. 연구방법

1. 가설 및 연구모형

본 연구는 사회적기업 구성원이 인식하는 기업가정신이 조직성과와의 관계에서 사회공헌활동의 매개효과

를 검정을 위해 이론적 모형을 구축하고 이를 실증적으로 검정하는데 목적이 있다. 선행 연구를 근거로 이들 관계에 대한 연구모형을 설정하였고[그림1] 연구가설은 다음과 같다.

[가설1] 사회적기업가정신은 조직성과에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

[가설2] 사회적기업가정신은 사회공헌활동에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

[가설3] 사회공헌활동은 조직성과에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

[가설3] 사회공헌활동은 사회적기업가정신과 조직성과의 관계를 매개할 것이다.



그림 1. 연구모형

2. 연구대상 및 자료수집

연구대상자 선정을 위해 1차적으로 한국사회적기업진흥원이 제공하는 인증 사회적기업 리스트를 참조하여 표본 집단을 선정하였다. 사회적기업 유형으로는 일자리 제공형과 지역사회 공헌형 사회적기업 구성원들을 주된 대상으로 선정하였다. 본 연구에서의 사회공헌활동의 개념을 광의적으로 해석하여 주된 활동 분야로 문화, 예술, 교육, 사회복지, 환경, 보육 등의 서비스를 제공하는 사회적기업을 조사대상에 포함하였다 연구참여자는 편의표본추출법(convenience sampling)을 사용하여 해당 기업에서 1년 이상 유급 근로자로 재직하고 있는 종사자를 대상으로 선정하였다. 사회적기업 대표의 기업가정신을 객관적 관점에서 측정하기 위해 사회적기업 구성원이 인식하는 대표의 기업가정신과 조직성과, 사회공헌 활동을 중심으로 설문조사를 실시하였다. 설문지는 설문 웹사이트 링크를 활용하여 2020년 11월 2일~11월13일까지 실시되었다. 배포된 설문지 200부 중 불성실한 응답을 제외한 총 186부가 최종 분석에 활용되었다.

3. 측정도구

3.1 독립변수 : 사회적기업가정신

사회적기업 구성원이 인식한 리더의 사회적기업가정신 측정을 위하여 Miller(1983)[56]의 경험적 연구를 기반으로 Helm과 Anderson(2010)[57]이 사용한 3가지 요인 혁신성(4문항), 진취성(4문항), 위험감수성(4문항)에 배귀희(2011)[58]의 사회적가치지향성(4문항)이 추가된 도구를 사용하였다.

3.2 매개변수 : 사회공헌활동

기업의 사회공헌활동을 조사하기 위하여 문은주(2017)[19]가 사용한 척도를 사용하였으며, 이 척도는 14개 문항으로 선행 연구와 동일하게 네 가지 요인으로 사회적 책임활동의 적합성(5문항), 사회공헌활동 참여도(4문항), 강제적 참여동기(3문항), 자발적 참여동기(2문항)로 구분하였다.

3.3 종속변수 : 조직성과

조직성과 측정을 위한 하위변인은 직무성과(5문항), 직무열의(9문항), 조직몰입(5문항)으로 구성하였다. 직무성과측정은 Stump와 Hartman(1984)[59], Jaworski(1993)[60]의 연구를 바탕으로 수행한 본인의 업무를 바라보는 정도, 직무성과수준, 직무성과 능력, 타인과의 비교, 업무 기한 준수 5가지 문항으로 구성하였다. 직무열의는 업무에 대한 긍정적, 헌신적인 마음가짐으로 Schaufeli, Bakker, & Salanova(2006) [61] 문항을 토대로 하준철(2020)[33]이 연구에 사용한 도구를 활용하였다. 조직몰입은 Meyer & Allen(1991) [62]의 3가지 조직몰입 중 정서적몰입을 사용하였다.

4. 자료분석

본 연구에서 수집된 자료 분석과 검증은 SPSS WIN 25.0을 활용하여 다음과 같이 분석하였다. 첫째, 연구

대상자의 인구통계학적 특성은 빈도분석을 실시하였다. 둘째, 측정도구의 신뢰도 검증은 척도의 문항 간 내적 일치도인 Cronbach α 계수를 산출하였다. 타당도는 확인적 요인분석을 통하여 검증하였다. 셋째, 기술통계를 통해 연구변인의 표준편차, 왜도, 첨도를 산출 하였다. 넷째, 사회적기업가정신, 조직성과, 사회공헌활동의 하위요인별 관련성은 Pearson의 상관분석을 통해 살펴보았다. 다섯째, 사회적기업가정신이 조직성과에 미치는 영향에서 사회공헌활동의 매개효과를 검증하기 위해 부트스트래핑(bootstrapping)을 이용하여 매개효과 검증방법인 Hayes(2013)의 PROCESS macro (Model 4)를 실시하였다.

IV. 연구결과

1. 조사대상자의 인구통계학적 특성

자료수집에 참여한 대상의 분포는 다음과 같다[표 1].

표 1. 조사대상자의 인구통계학적 특성

구 분		n	%
성별	남성	63	33.9
	여성	123	66.1
연령	20대	11	5.9
	30대	17	9.1
	40대	47	25.3
	50대	88	47.3
	60대 이상	23	12.4
활동 분야	문화, 예술, 교육	33	17.7
	사회복지, 청소, 환경	64	34.4
	보육, 간병, 가사지원, 관광, 운동	12	6.5
	기타	77	41.4
근무연 수	1-3년 미만	61	32.8
	4-7년 미만	59	31.7
	8년 이상	66	35.5

2. 측정변수의 신뢰도 및 타당성검증

2.1 측정도구 신뢰도 검증

측정변수의 신뢰도 검증 결과 사회적 기업가정신의 전체 Cronbach α 는 .971, 하위요인별 사회적목적 .939, 혁신성 .938, 진취성 .920, 위험감수성 .882로 나타났다. 사회공헌활동의 전체 Cronbach α 는 .942로 나타났으며, 조직성과의 전체 Cronbach α 는 .962였다. 하위요인별 신뢰도는 다음과 같다[표 2].

표 2. 측정도구의 신뢰도 검증

구 분		문항수	신뢰도	전체 신뢰도
사회적기업가정신	사회적목적	4	.939	.971
	혁신성	4	.938	
	진취성	4	.920	
	위험감수성	4	.882	
사회공헌활동	사회적 책임활동 적합성	5	.952	.942
	사회공헌활동 참여도	4	.928	
	강제적참여동기	3	.751	
	자발적참여동기	2	.604	
조직성과	조직몰입	5	.878	.962
	직무성과	5	.906	
	직무열의	9	.960	

2.2 타당성 검증

사회적기업가정신에 대한 확인적 요인분석 결과는 다음과 같다[표 3]. 적합도 지수 중 CMIN/DF=1.791, RMR=0.023, GFI= 0.901, AGFI=0.856, NFI=0.948, CFI=0.976, RMSEA= 0.065로 적합도 수용기준에 근사한 값으로 양호하게 나타났다.

표 3. 사회적기업가정신에 대한 확인적 요인분석 결과

요인	측정문항	비표준화	표준화	S.E	t
사회적목적	→ SE1	1.000	.904		
	→ SE2	1.062	.862	.061	17.349
	→ SE3	1.048	.891	.056	18.747
	→ SE4	1.079	.904	.055	19.500
혁신성	→ SE5	1.000	.893		
	→ SE6	.921	.895	.049	18.717
	→ SE7	.941	.893	.051	18.622
	→ SE8	.928	.874	.053	17.661
진취성	→ SE9	1.000	.844		
	→ SE10	1.007	.870	.064	15.738
	→ SE11	1.046	.888	.064	16.345
	→ SE12	1.003	.846	.067	14.996
위험감수성	→ SE13	1.000	.841		
	→ SE14	.819	.686	.079	10.370
	→ SE15	.980	.819	.073	13.508
	→ SE16	1.070	.820	.079	13.495

CMIN=168.355, p=.000, CMIN/DF=1.791, RMR=.023, GFI=.901, AGFI=.856, NFI=.948, CFI=.976, RMSEA=.065

사회공헌활동에 대한 확인적 요인분석 결과 적합도 지수 중 CMIN/DF=2.129, RMR=0.048, GFI=0.912, AGFI=0.849, NFI=0.947, CFI=0.971, RMSEA=0.078로 적합도 수용기준에 근사한 값으로 양호하게 나타났다[표 4].

표 4. 사회공헌활동에 대한 확인적 요인분석 결과

요인	측정문항	비표준화	표준화	S.E	t
사회적 책임활동 적합성	→ SCA1	1.000	.873		
	→ SCA2	1.148	.931	.060	19.046
	→ SCA3	1.202	.944	.073	16.377
	→ SCA4	1.047	.860	.065	16.134
	→ SCA5	1.040	.853	.066	15.865
사회공헌활동 참여도	→ SCA11	1.000	.793		
	→ SCA12	1.137	.880	.077	14.744
	→ SCA3	1.224	.912	.086	14.292
	→ SCA14	1.256	.953	.097	12.921
강제적 참여동기	→ SCA6	1.000	.777		
	→ SCA7	.808	.528	.112	7.237
	→ SCA8	.889	.576	.112	7.970
자발적 참여동기	→ SCA9	1.000	.915		
	→ SCA10	.541	.512	.127	4.276

CMIN=129.890, p=.000, CMIN/DF=2.129, RMR=.048, GFI=.912, AGFI=.849, NFI=.947, CFI=.971, RMSEA=.078

조직성과에 대한 확인적 요인분석 결과 적합도 지수 중 CMIN/DF=1.938, RMR=0.030, GFI=0.868, AGFI=0.822, NFI=0.925, CFI=0.962, RMSEA=0.071로 적합도 수용기준에 근사한 값으로 양호하게 나타났다[표 5].

표 5. 조직성과에 대한 확인적 요인분석 결과

요인	측정문항	비표준화	표준화	S.E	t
조직몰입	→ OP1	1.000	.788		
	→ OP2	.727	.558	.115	6.301
	→ OP3	1.086	.901	.077	14.168
	→ OP4	1.209	.916	.083	14.487
	→ OP5	1.109	.877	.081	13.675
직무성과	→ OP6	1.000	.865		
	→ OP7	1.016	.822	.072	14.138
	→ OP8	.876	.787	.066	13.199
	→ OP9	1.091	.823	.077	14.197
	→ OP10	.966	.773	.076	12.789
직무열의	→ OP11	1.000	.886		
	→ OP12	.996	.870	.040	24.662
	→ OP13	.966	.711	.081	11.870
	→ OP14	1.021	.898	.056	18.356
	→ OP15	1.027	.868	.061	16.961
	→ OP16	1.058	.898	.062	17.121
	→ OP17	1.041	.879	.059	17.518
	→ OP18	1.001	.858	.060	16.598
	→ OP19	.989	.848	.061	16.153

CMIN=273.209, p=.000, CMIN/DF=1.938, RMR=.030, GFI=.868, AGFI=.822, NFI=.925, CFI=.962, RMSEA=.071

3. 측정변수의 기술통계 및 상관관계

본 연구에서 설정한 측정변수들의 기술통계 실시결과는 [표 6]과 같다. 왜도, 첨도를 통해 관측변수들의 정규성 분포를 확인하였다.

표 6. 측정변수의 기술통계

측정변인		평균	표준편차	왜도	첨도
사회적 기업가 정신	사회적목적	3.75	.834	-.495	.330
	혁신성	3.68	.856	-.615	.642
	진취성	3.70	.828	-.679	.820
	위험감수성	3.52	.816	-.368	.160
사회 공헌 활동	사회적책임활동적합성	3.64	.854	-.389	.237
	사회공헌활동참여도	3.60	.853	-.387	.170
	자발적참여동기	3.42	.864	-.331	.207
	강제적참여동기	3.23	.871	.169	-.465
조직 성과	조직몰입	3.75	.766	-.622	1.367
	직무성과	3.74	.679	-.586	1.919
	직무열의	3.69	.725	-.674	1.367

본 연구에서 설정한 변수 사회적 기업가정신, 사회공헌활동, 조직성과의 상관관계를 분석한 결과는 [표 7]과 같다. 분석결과 사회적기업가정신과 사회공헌활동의 상관성은 $r=.677(p<.01)$, 사회적 기업가정신과 조직성과는 $r=.640(p<.01)$, 사회공헌활동과 조직성과의 상관성은 $r=.590(p<.01)$ 으로 모든 변인의 상관성은 유의미하게 나타났다.

4. 사회적기업가정신과 조직성과와의 관계에서 사회공헌활동의 매개효과

표 7. 사회적기업가정신, 사회공헌활동, 조직성과간의 관계

	사회적기업가정신					사회공헌활동					조직성과			
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14
1	1													
2	.817**	1												
3	.825**	.911**	1											
4	.739**	.792**	.810**	1										
5	.914**	.948**	.949**	.902**	1									
6	.666**	.616**	.658**	.580**	.678**	1								
7	.344**	.393**	.400**	.516**	.446**	.634**	1							
8	.361**	.424**	.408**	.403**	.430**	.462**	.519**	1						
9	.635**	.582**	.616**	.582**	.650**	.799**	.696**	.502**	1					
10	.632**	.617**	.644**	.629**	.679**	.914**	.831**	.654**	.920**	1				
11	.615**	.619**	.657**	.558**	.658**	.587**	.404**	.369**	.609**	.607**	1			
12	.485**	.556**	.538**	.462**	.549**	.490**	.381**	.339**	.501**	.521**	.637**	1		
13	.533**	.548**	.565**	.473**	.569**	.494**	.343**	.308**	.530**	.517**	.734**	.787**	1	
14	.590**	.620**	.634**	.536**	.640**	.563**	.402**	.361**	.592**	.590**	.844**	.883**	.964**	1

p<.01, *p<.001

1)사회적목적, 2)혁신성, 3)진취성, 4)위험감수성, 5)사회적기업가정신

6)사회적책임활동적합성, 7)사회공헌활동참여도, 8)자발적참여동기, 9)강제적 참여동기 10)사회공헌활동 11)조직몰입 12)직무성과 13)직무열의 14)조직성과

사회적기업가정신과 조직성과 간의 관계에서 사회공헌활동의 매개효과 검증은 부트스트래핑(boot_ strapping)을 이용한 매개효과 검증방법인 Hayes (2013)의 PROCESS macro(Model 4)를 실시하였다. 사회적기업 리더의 기업가정신은 사회공헌활동에 유의한 정(+)의 영향을 나타냈다($\beta=.647, p<.001$), 사회공헌활동도 조직성과에 유의한 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다($\beta=.265, p<.001$). 또한 사회공헌활동은 사회적기업가정신과 조직성과와의 관계를 매개하였다. 즉, 조직성과에 대한 사회적 기업가정신의 총 효과는 $\beta=.538(p<.001)$ 이고, 매개변인인 사회공헌활동이 투입되어도 조직성과에 대한 기업가정신의 직접효과는 $\beta=.366(p<.001)$ 으로 유의하여 사회공헌활동이 기업가정신과 조직성과의 관계를 부분매개 하는 것으로 나타났다[표 8].

표 8. 사회적기업가정신과 조직성과 관계에서 사회공헌활동 매개효과

변인	β	se	t	p	LLCI	ULCI
매개변인 모델(준거변인 : 사회공헌활동)						
상수	1.141	.194	5.875***	.000	.758	1.524
기업가정신	.647	.052	12.475***	.000	.545	.750
준거변인 모델(준거변인 : 조직성과)						
상수	1.421	.185	7.692***	.000	1.057	1.786
기업가정신	.366	.062	5.950***	.000	.245	.488
사회공헌활동	.265	.064	4.120***	.000	.138	.392

**p<.001

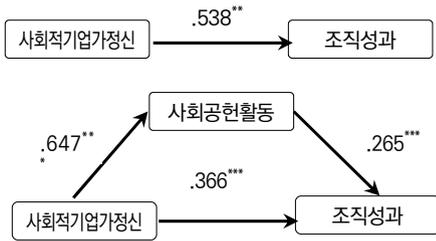


그림 2. 연구모형 매개효과

사회적기업가정신과 조직성과 간의 관계에서 사회공헌활동의 매개효과 유의성 검증을 위해 부트스트래핑(bootstrapping 5000회)을 실시하였다[표 9]. 매개효과는 부트스트래핑의 상한값과 하한값 사이에 0이 존재하지 않아 유의한 것으로 나타났다.

표 9. 사회적기업가정신과 조직성과 관계에서 사회공헌활동 매개효과에 대한 부트스트래핑결과

변인	β	se	t	p	LLCI	ULCI
총효과	.538	.047	11.389***	.000	.445	.631
직접효과	.366	.062	5.950***	.000	.245	.488
-	β	BootSE			BootLLCI	BootULCI
간접효과	.172	.105			.012	.377

***p<.001

V. 결론 및 시사점

본 연구의 목적은 사회적기업 구성원이 인식하는 리더의 사회적기업가정신과 조직성과와의 관계에서 사회공헌활동의 매개효과 검증에 있다. 연구의 결과에 대한 논의는 다음과 같다.

첫째, 사회적기업가정신과 사회공헌활동, 조직성과와의 관계에 대해 살펴본 결과, 사회적기업가정신과 사회공헌활동의 상관성은 $r=.677(p<.01)$ 이고, 사회적 기업가정신과 조직성과는 $r=.640(p<.01)$ 으로 나타났다. 사회공헌활동과 조직성과와의 상관성은 $r=.590(p<.01)$ 으로 나타났다. 각 변인별로 살펴보면 사회적기업가정신과 사회공헌활동이 가장 높은 상관관계를 보였으며, 사회적기업가정신과 조직성과, 그리고 사회공헌활동과 조직성과 순으로 나타났다. 사회적기업가정신과 조직성과

와의 관계에서 사회적기업가정신이 조직몰입에 유의한 영향을 미친다는 이준희(2016)[20], 배귀희 등(2014) [34]의 연구 결과와 일치했다. 사회적기업과 조직성과와의 관계에서 조직성과 하위요인 직무성과에서 사회적기업가정신이 긍정적인 영향을 미친다는 연구와도 일치하였다[41]. 사회적기업의 구성원들을 대상으로 한 연구에서 사회적기업가정신의 사회적목적, 혁신성이 조직성과와 유의한 영향 관계를 보인 연구 결과와도 일치했다[55]. 또한 사회적기업가정신이 구성원의 조직몰입, 직무태도, 직무열의에 유의한 정(+)의 영향을 미친다는 선행 연구와도 유사한 맥락으로 볼 수 있다 [34][42-44]. 한편, 사회적기업가정신이 직무성과 하위요인인 직무열의와 위험감수성에는 영향을 주지 않았다. 이는 임현주[46]의 연구 결과와 유사한 맥락으로 볼 수 있으나, 사회적기업가정신의 하위변인인 위험감수성이 조직성과에 영향을 미친다는 연구 결과와는 다르게 나타났다[2]. 또한, 일반기업의 기업가정신이 직무성과에 긍정적인 영향을 미친다는(이승훈)연구결과와도 유사한 맥락을 나타냈다.

둘째 사회적기업가정신은 사회공헌활동에 유의한 (+) 정적 상관관계를 보였다. 사회적기업가정신이 지역사회 인식에 영향을 미친다는 선행 연구와 유사한 맥락으로 볼 수 있다[46]. 사회적 경제조직의 성과가 사회적 성과인식에 유의한 정(+)적 영향을 미친다는 연구와 유사한 맥락으로 볼 수 있다[62]

셋째, 사회공헌활동이 조직성과에 유의한 정(+)의 영향을 나타냈다. 사회공헌활동은 조직성과의 하위요인 중 조직몰입에 가장 높은 상관관계를 보였다. 사회적공헌활동 하위요인 중 강제적 참여동기가 조직몰입에 가장 높은 상관관계를 보였다. 사회공헌이 조직몰입에 영향을 미친다는 선행 연구를 지지한다[김용숙]. 또한 사회공헌활동이 직무성과에 미친다는 선행연구[19]와 공공기관의 사회공헌활동이 직무열의에 영향을 미친다 [54]는 연구와 사회공헌활동이 조직성과에 유의한 정 (+)의 영향[51]을 미친다는 연구와도 일치하며 사회공헌활동이 조직성과 하위요인인 직무열의에 유의한 정 (+)의 영향[54]을 준다는 연구와도 일치한다.

넷째, 사회적기업가정신과 조직성과와의 관계에서 사회공헌활동은 사회적기업가정신과 조직성과와의 관계

를 매개하였다. 즉, 조직성과에 대한 사회적 기업가정신의 매개변인인 사회공헌활동이 투입되어도 조직성과에 대한 기업가정신의 직접효과는 유의하게 나타나 사회공헌활동이 사회적기업가정신과 조직성과의 관계를 부분 매개 하는 것으로 나타났다. 연구를 통해 사회적기업의 조직성과 향상에 사회공헌활동이 매개변인으로 중요한 역할을 한다는 것을 확인하였다. 이러한 결과는 기업구성원들의 사회공헌활동과 조직성과와의 관계에서 유의한 변인임을 증명한 오상환[8][19][20][26]의 연구와도 맥락을 같이한다.

이상의 연구 결과를 통해 사회적기업가정신이 조직성과에 영향을 미침에 있어 사회공헌활동이 매개 역할을 하고 있음을 확인할 수 있었다. 즉 사회적기업의 조직성과 창출에 구성원이 인식한 리더의 사회적기업가정신이 중요한 요인이며, 조직성과를 높이기 위해서는 사회공헌활동 인식을 높이는 것이 성과 측면에서 중요하다는 것을 시사한다. 특히 본 연구는 사회적기업의 지속가능성 측면에 주목하여 경제적 성과와 관련된 조직성과의 중요성을 실증적으로 규명하였다는 점에서 기존 연구와의 차별성을 찾을 수 있다. 이러한 정책적 함의에도 불구하고 본 연구는 서울지역 사회적기업과 다양한 사회적기업 유형을 포괄하지 못했다는 점에 한계가 있다.

참 고 문 헌

[1] 유두호, 엄영호, “사회적기업 역할 및 영역 확대의 필요성 분석: 국회의원의 신뢰를 중심으로,” 한국공공관리학보, 제34권, 제2호, pp.87-117, 2020.
 [2] 임재웅, 장석인, “사회적기업가정신이 조직성과에 미치는 영향,” 경영과 정보연구, 제37권, 제2호 pp.235-258, 2018.
 [3] 김용덕, “사회적기업의 이슈진단과 시사점,” IBK경제연구소, pp.235-258, 2018.
 [4] 김재홍, 이재기, “사회적기업의 경제적·사회적 성과분석: 정부지원금의 효과를 중심으로,” 한국행정논집, 제24권, 제4호, pp.1037-1064, 2012.
 [5] 김근세, 이경호, “책임운영기관의 조직문화와 효과성에 관한 연구: 운전면허시험관리단을 중심으로,” 한국행정학보, 제39권, 제3호, pp.35-51, 2005.

[6] 김문준, 이용탁, 최영근, 박순우, “사회적기업의 경제적·사회적 성과에 관한 연구,” 인적자원개발연구, 제21권, 제2호, pp.61-82, 2018.
 [7] 장석인, “사회연결망 분석을 통한 사회혁신기업과 사회적 경영(Social Business) 사례 연구: 사회적기업, 사회적 협동조합 및 Community Business를 중심으로,” 기업경영리뷰, 제8권, 제1호, pp.316-338, 2017.
 [8] 오상환, *사회적 기업가정신이 사회적기업의 시장지향성과 지속가능성에 미치는 영향*: 부산가톨릭대학교, 박사학위논문, 2018.
 [9] 최조순, *사회적 기업가정신과 사회적기업 지속가능성의 관계에 관한 탐색적 연구*, 서울시립대학교, 박사학위논문, 2012.
 [10] P. A. Dacin, M. T. Dacin, and M. Matear, “Social entrepreneurship: Why we don't need a new theory and how we move forward from here,” *The academy of management perspectives*, Vol.24, No.3, pp.37-57, 2010.
 [11] 고유상, 장인성, 문철우, 신유형, “프로세스 관점의 사회적기업가정신,” 전략경영연구, 제17권, 제2호, pp.155-184, 2014.
 [12] 박노윤, “최고경영자의 특성과 기술혁신의 관계에 관한 실증적 연구,” 한국인사관리학회, 제22권, 제2호, pp.199-229, 1998.
 [13] D. Rodriguez, R. Patel, A. Bright, D. Gregory, and M. K. Gowing, “Developing Competency Models to Promote Integrated Human Resource Practices,” *Human Resource Management*, Vol.41, No.3, pp.309-324, 2002.
 [14] T. Paul and P. Nelson, “The Distinctive Challenge of Educating Social Entrepreneurs: A Postscript and Rejoinder to the Social Issue on Entrepreneurship Education,” *Academy of Management Learning & Education*, Vol.6, No.2, pp.264-271, 2007.
 [15] J. M. Georgem and G. R. Jones, *Essentials of managing organizational behavior*, Prentice Hall, 2002.
 [16] Z. G. Voss and G. B. Voss, “Exploring the impact of organizational values and strategic orientation on performance in not-for-profit professional theatre,” *International Journal of*

- Arts Management. Vol.3, pp.62-76, 2000.
- [17] J. Thompson, G. Alvy, and A. Lees, "Social entrepreneurship: A new look at the people and the potential. Management Decisions," Vol.38, pp.328-338, 2000.
- [18] G. Liu, T. Y. Eng, and S. Takeda, "An investigation of marketing capabilities and social enterprise performance in the UK and Japan," Entrepreneursh. Theory Pract. Vol.39, pp.267-298, 2015.
- [19] 문은주, *기업사회공헌활동이 조직 동일성과 직무성 과에 미치는 영향: A 항공사 중심으로*, 경기대학교, 석사학위논문, 2017.
- [20] 이준희, *기업가정신과 사회적 자본이 사회적기업의 성과에 미치는 영향*, 충북대학교, 박사학위논문, 2016.
- [21] 유정환, *기업가적 네트워크 활동이 기업성과에 미치는 영향: 이업종 교류기업의 사회적 자본과 사회적 지지를 매개로*, 숭실대학교, 박사학위논문, 2013.
- [22] 조상미, 이재희, 송재영, 간기현, "사회적기업연구, 어디까지 왔는가?: 경향분석," 한국사회복지행정학, 제15권, 제1호, pp.105-138, 2013.
- [23] 조영복, 류정란, "부산지역 사회적기업을 위한 사회적기업 육성에 대한 연구," 인적자원관리연구, Vol.16, No.2, pp.231-244, 2009.
- [24] 신평학, *사회적 기업가정신의 전략운영요소가 지속 가능성에 미치는 영향에 관한 연구*, 목포대학교, 박사학위논문, 2016.
- [25] 강수영, 홍아정, "사회적 기업가정신 실천과정에 관한 연구," 한국HRD연구, 제8권, 제1호, pp.2-27, 2013.
- [26] 이용탁, 주규하, "사회적 기업가정신이 고객지향성과 직무만족에 미치는 영향: 소명의 매개효과," 인적자원관리연구, 제22권, 제2호, pp.107-123, 2015.
- [27] M. H. Morris and G. W. Paul, "The relationship between entrepreneurship and marketing in established firms," Journal of Business Venturing, Vol.2, No.3, pp.247-259, 2017.
- [28] H. H. Stevenson and J. C. C. Jallio, "A paradigm of entrepreneurship: Entrepreneurial management," Strategic Management Journal, Vol.11, No.5, pp.17-27, 2000.
- [29] J. G. Covin and D. P. Slevin, "The development and testing of an organizational-level entrepreneurship scale," Frontiers of entrepreneurship reseach, Vol.1, No.3, pp.628-639, 1986.
- [30] 문남희, "사회적기업가정신 척도개발 및 타당화연구 : 친사회성을 중심으로," 사회적기업연구, 제9권, 제2호, pp.3-30, 2016.
- [31] R. A. Peterson and D. G. Berger, "Entrepreneurship in organizations: Evidence from the popular music industry," Administrative Science Quarterly, Vol.15, No.2, pp.97-107, 1971.
- [32] H. Schollhammer, "Level of entrepreneurship and scanning source usage in very small business," Entrepreneurship: Theory and Practice, Vol.15, pp.19-31, 1982.
- [33] 하준철, *기업가정신과 변혁적 리더십이 조직성과에 미치는 영향: 시장지향문화의 매개효과와 신뢰 및 공정성 지각의 조절효과 분석*, 한밭대학교, 박사학위논문, 2020.
- [34] 배귀희, 박시남, 이윤재, "사회적 기업가정신이 조직 성과에 미치는 영향, 직무만족 및 조직몰입의 매개변수를 중심으로," 한국인사행정학회보, 제13권, 제3호, pp.251-276, 2014.
- [35] 이준희, "사회적 자본이 사회적 기업의 성과에 미치는 영향," 한국콘텐츠학회논문지, 제16권, 제4호, pp.644-654, 2016.
- [36] 김동철, 김정원, "사회적기업 성과분석에 관한 연구," Korea Business Review, 제20권, 제2호, pp.143-162, 2016.
- [37] 선남이, 박능후, "사회적기업의 사회경제적 성과에 미치는 영향요인 분석," 지방정부연구, 제15권, 제2호, pp.141-164, 2011.
- [38] 이광우, 권주형, "사회적기업의 역량요인이 공익적 성과와 영리적 성과에 미치는 영향," 상업교육연구, 제23권, 제1호, pp.261-292, 2009.
- [39] 장성희, "창업가의 특성, 환경적 특성과 사회적 기업가정신이 사회적기업의 성과에 영향을 미치는 요인," 경영연구, 제27권, 제3호, pp.223-245, 2012.
- [40] 조상미, 권소일, 김수정, "조직요인은 사회적기업의 성과에 영향을 미치는가?," 한국사회복지학, 제64권, 제3호, pp.29-50, 2012.

- [41] 이광우, *지속가능한 사회적 기업의 성공요인에 관한 연구*, 숭실대학교, 박사학위논문, 2008.
- [42] 이상현, *사회적 기업가정신이 사회적기업의 혁신 성과와 지역사회에 변혁에 미치는 영향에 관한 연구: 경기도 사회적기업을 중심으로*, 경희대학교, 석사학위논문, 2017.
- [43] 이은희, *사회적 기업가정신이 사회적기업 구성원의 직무몰입에 미치는 영향: 가치 일치성의 매개효과를 중심으로*, 경희대학교, 석사학위논문, 2018.
- [44] 이용탁, 주규하, "사회적 기업가정신이 고객지향성과 직무만족에 미치는 영향: 소명의 매개효과," *인적자원 관리연구*, 제22권, 제2호, pp.107-123, 2015.
- [45] 정승균, *사회적기업가 정신이 사회적기업 성과에 미치는 영향: 네트워크의 매개효과를 중심으로*, 남부대학교, 박사학위논문, 2015.
- [46] 임현주, *사회적기업과 기업 사회공헌활동의 연계방법 및 활성화방안 연구: 성남시 사례를 중심으로*, 가천대학교, 석사학위논문, 2013.
- [47] 맹현아, 최장호, 김재엽, "사회적 사내 기업가정신과 공유가치창출 : '삼성전자'와 '한국에자이'의 사례," *Korea business review*, 제23권, 제2호, pp.33-64, 2019.
- [48] 백창열, *사회공헌활동이 조직구성원의 직무만족과 조직몰입에 미치는 영향에 관한 연구*, 한성대학교, 석사학위논문, 2011.
- [49] 노연희, "직원의 기부 및 자원봉사 참여, 기업사회공헌에 대한 태도, 그리고 조직몰입 간의 관계 연구," *한국사회복지학회*, 제62권, 제4호, pp.349-376, 2010.
- [50] 손태원 "기업의 사회적 책임활동이 종사자의 조직신뢰와 조직몰입에 미치는 영향에 관한 연구", *한국항공대학교 석사학위논문*, 2009.
- [51] 김성호, *기업의 사회공헌활동이 기업평판 및 BSC 성과에 미치는 영향 연구*, 경원대학교, 박사학위논문, 2012.
- [52] 조철호, *공공기관의 사회공헌활동이 직무몰입에 미치는 영향에 관한 연구: 조직 동일시의 매개효과를 중심으로*, 울산대학교, 석사학위논문, 2016.
- [53] 이세형, "기업 사회공헌활동의 적합성과 참여동기가 조직성과에 미치는 영향: 조직신뢰 매개효과를 중심으로," *경기연구원*, 제21권, 제4호, pp.257-283, 2019.
- [54] D. Miller, "The correlates of entrepreneurship in three types of firms," *Management Science*, Vol.29, No.7, pp.770-791, 1983.
- [55] S. T. Helm and F. O. Andersson, "Beyond Taxonomy: An Empirical Validation of Social, Entrepreneurship in the Nonprofit, 2010.
- [56] 배귀희, "사회적기업가 정신(Social Entrepreneurship) 개념 구성에 관한 연구: 구조 방정식 모형을 중심으로," *한국정책과학회회보*, 제15권, 제2호, pp.199-227, 2011.
- [57] S. A. Stumpf and K. Hartman, "Individual exploration to organizational commitment or withdrawal," *Academy of Management Journal*, Vol.27, No.2, pp.308-329, 1984.
- [58] B. J. Jaworski and A. K. Kohli, "Market orientation: Antecedents and consequences," *Journal of Marketing*, Vol.57, No.3, pp.53-70, 1993.
- [59] W. B. Schaufeli, A. Bakker, and M. Salanova, "The measurement of work engagement with a short questionnaire: A cross-national study," *Journal of Medicinal Food*, Vol.66, No.4, pp.701-716, 2006.
- [60] J. P. Meyer and N. J. Allen, "A three-component conceptualization of organizational commitment," *Human resource management review*, Vol.1, No.1, pp.61-89, 1991.
- [61] A. F. Hayes, *Introduction to mediation and conditional analysis*, New York : Guilford, 2013.
- [62] 최무현, 고은주, "사회적 기업가정신이 사회적·경제적 성과에 미치는 영향: 지역사회활동도 매개효과를 중심으로," *현대사회와 행정*, Vol.29, No.2, pp.37-61, 2019.

저 자 소 개

김 수 진(Soo-Jin Kim)

정회원



- 2020년 2월 : 송실대학교 교육대학원 평생교육학과(석사)

〈관심분야〉 : 사회적기업, 지역사회교육 등

김 남 숙(Nam-Sook Kim)

정회원



- 2005년 2월 : 송실대학교 대학원 평생교육학과(석사)
- 2010년 2월 : 송실대학교 대학원 평생교육학과(박사)
- 2010년 3월 ~ 현재 : 송실대학교 교육 대학원 평생교육·HRD전공 교수

〈관심분야〉 : HRD, 평생교육, 지역사회교육, 시민교육 등