

사회적 기업가정신이 CSR 활동과 사회적 성과에 미치는 영향에 관한 연구

장성희(경북대학교 경영학부 BK21플러스 연구교수)*

국 문 요 약

본 연구는 사회적 기업가정신이 기업의 사회적 책임(Corporate Social Responsibility: CSR) 활동과 사회적 성과에 영향을 미치는 요인을 분석하는 것이 목적이다. 연구의 목적을 달성하기 위해서 사회적 기업, 사회적 기업가정신, CSR 활동에 관한 이론적 배경을 바탕으로 연구모형 및 가설을 설정하였다. 사회적 기업가정신은 혁신성, 진취성, 위험감수성, 사회적 가치지향성 등으로 분류하였고, CSR 활동은 지역사회 책임, 자선적 책임, 환경적 책임 등으로 분류하였다. 본 연구에서 제안된 연구모형은 사회적 기업이 115명을 대상으로 Smart PLS 2.0을 이용하여 실증분석을 하였다. 분석결과, 첫째, 사회적 기업가정신은 CSR 활동(지역사회의 책임, 자선적 책임, 환경적 책임)에 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 둘째, CSR 활동(지역사회의 책임, 자선적 책임, 환경적 책임)은 사회적 성과에 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 본 연구의 결과는 사회적 기업가정신과 CSR 활동 및 사회적 성과와의 영향력을 검증하여 사회적 기업이 지속적으로 성장할 수 있는 전략적 시사점을 제공할 수 있을 것이다.

핵심주제어: 사회적 기업, 사회적 기업가정신, 기업의 사회적 책임(CSR), 사회적 성과

1. 서론

최근 세계적으로 주목을 받고 있는 사회적 기업은 사회적 목적을 우선적으로 수행하면서 비즈니스 활동을 수행하는 조직으로, 사회적 가치와 경제적 가치를 동시에 추구하는 기업이다. 사회적 목적 추구하고 경제적 가치를 동시에 추구하는 방식이 어떻게 보면 모순된 것처럼 보이지만, 사회를 변화시키는 혁신과 창조를 가져올 수 있는 동력이 될 수 있을 것이다.

우리나라에서는 1997년 IMF 금융위기로 인해 실업과 빈곤이 사회문제로 대두되면서 공공근로사업, 국민기초생활보장법 및 사회적일자리창출사업 등을 시행하였지만, 정부재정 지원도가 높고 지속가능한 일자리 창출의 한계로 인해 사회적 기업이 등장하게 되었다. 정부에서는 사회적 기업을 육성하기 위하여 2007년 7월 ‘사회적기업 육성법’을 제정하여 국가와 지자체 수준에서 사회적 기업을 지원하고 있다. ‘사회적기업 육성법’ 제2조에 의하면, 사회적 기업은 취약계층에게 사회서비스 또는 일자리를 제공하거나 지역사회에 공헌함으로써 지역주민의 삶의 질을 높이는 등의 사회적 목적을 추구하면서 재화 및 서비스의 생산·판매 등 영업활동을 하는 기업을 말한다. 사회적 기업은 매년 급증해 2013년 7월 11일 기준 856개의 사회적 기업으로 인증을 받았으며, 계속적으로 증가하고 있는 추세이다. 국내 사회적기업의 정부지원정책은

‘사회적기업 육성법’에 의해 사회적 기업으로 인증을 받게 되면 정부로부터 재정지원, 경영지원, 세제상 지원 및 인력양성 지원 등의 혜택을 받게 된다.

사회적 기업은 단순한 기업의 사회적 책임(Corporate Social Responsibility: CSR) 활동을 넘어서 기업의 이윤을 지역사회 환원 및 고용창출을 통하여 사회적 가치와 경제적 가치를 동시에 창출할 수 있는 공유가치 창출(Creating Shared Value: CSV)에 중점을 두어야 할 것이다. 이러한 사회적 기업은 공유가치 창출과 지속가능 경영 관점에서 사회적 가치 추구를 최우선으로 두고 혁신 활동을 추구하는 사회적 기업가정신과 CSR 활동이 요구된다.

사회적 기업에 관한 여러 선행연구에서는 사회적 기업가정신에 대한 중요성을 강조하면서 사회적 기업가정신이 성과를 향상시킨다는 연구가 많이 발표되어 왔다(Jang & Bhan, 2010; Kim, 2012; Lee, 2008; Lee, 2011; Sharir & Lerner, 2006). CSR 활동에 관한 연구에서도 CSR 활동을 분류하여 성과와의 관련성에 대한 연구가 대부분이다(Carroll, 1991; Dahlsrud, 2008; Maignan, 2001). 최근에는 사회적 기업과 CSR 활동의 연계가 필요하며(Kim & Ko, 2011), 사회적 기업과 CSR은 다른 개념으로 분리해서 이해해야 된다고 주장하고 있다(Crisan & Borza, 2012; Nam, Jo & Chung, 2010).

따라서 본 연구의 목적은 사회적 기업가정신이 CSR 활동과 사회적 성과와의 관련성을 검증하는 것이다. 연구목적은 달

* 제 1저자, 경북대학교 경영학부 BK21플러스 연구교수, bobae33@hanmail.net.

성하기 위하여 사회적 기업가를 대상으로 실증분석을 하였다. 이러한 연구는 사회적 기업에서 사회적 기업가정신의 중요성과 기업의 사회적 책임활동과 사회적 성과를 향상시킬 수 있는 중요한 시사점을 제공할 수 있을 것이다.

II. 이론적 배경

2.1 사회적 기업

사회적 기업(social enterprise)은 경제활동과 수익활동을 통해 취약계층에게 지속가능한 일자리 창출, 지역사회 활성화, 사회서비스 확충 및 윤리적 시장 확산 등 사회적 목적을 최우선으로 추구하는 비영리조직이다. 사회적 기업은 제품을 생산·판매하는 제조업은 물론, 교육·문화·의료서비스에 이르는 다양한 분야에서 활동을 하고 있으며, 2007년 7월부터 2012년 12월까지 총 18,700여 개의 일자리를 창출하여 지역경제 발전에도 많은 도움을 주고 있다. 사회적 기업은 취약계층에게 소득창출의 기회를 제공하고, 지역사회에 환원할 수 있는 사회적 기업의 역할이 앞으로도 꾸준히 확대될 것이다(Korea Social Enterprise Promotion Agency, 2012).

사회적 기업에 관한 여러 선행연구에서는 사회적 기업의 성공요인과 성과에 대한 연구가 많이 발표되어왔다. Sharir & Lerner(2006)는 사회적 벤처기업의 성공요인에 대해 분석하였다. 이스라엘 33개 사회적 벤처기업을 대상으로 사회적 벤처기업의 성공요인을 분석한 결과, 기업가의 이전 창업 및 경영경험과 헌신적인 몰입, 사회적 네트워크 형성, 초기창업단계의 가용자본금, 공공기관 및 비영리조직과 장기적인 협력관계 형성 등으로 나타났다. Jang & Bhan(2010)은 사회적 기업의 기업가지향성과 시장지향성이 경제적 성과 및 사회적 성과에 미치는 영향에 대해 연구하였다. 기업가지향성과 시장지향성이 경제적 성과 보다 사회적 성과를 더 향상시키는 것으로 나타났다. Lee(2011)는 사회적 기업가정신과 성과와의 관련성에 대해 연구하였다. 연구결과, 사회적 기업가정신이 사회적 가치창출과 지속가능성에 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났고, 사회적 가치창출은 지속가능성에 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 사회적 기업가정신이 사회적 기업의 사회적 가치창출과 지속가능성에 중요한 영향을 미친다는 것을 증명하였다. Kim(2012)는 사회적 기업의 창업성과에 영향을 미치는 요인과 정부지원정책활용도 및 사회적 네트워크의 조절효과에 대해 검증하였다. 사회적 기업의 지속적인 성장과 발전을 위해서는 정부의 직접적인 지원의 효율성을 높이고, 기업의 내부 경쟁력을 갖추는 것이 최우선 과제라고 주장하였다.

2.2 사회적 기업가정신

기업가정신(entrepreneurship)은 기업이 지속적으로 성과를 향상시키고, 성장하기 위해 끊임없이 새로운 사업기회를 찾는

데 중요한 역할을 한다. 기업가가 어떠한 위험도 감수를 하며, 진취적이고 혁신적으로 활동하려는 기업가의 성향을 기업가정신이라고 한다(Morris & Paul, 1987). 기업가정신에 관한 여러 선행연구에서 기업가정신을 혁신성, 진취성, 위험감수성으로 분류(Lim and Yun, 2012; Yoon-Kwak & Seo, 2012)하여 기업가정신과 기업의 성과에 관한 연구를 수행하였으며, 기업가정신과 시장지향성 그리고 사회적 자본 등을 향상시킨다는 연구도 다수 이루어져왔다.

사회적 기업에 관한 연구에서도 기업가정신이 중요하게 연구되어 왔는데, 특히 사회적 기업가의 사회적 기업가정신에 대한 연구들이 발표 되고 있다. Lee(2011)는 사회적 기업이 사회적 서비스를 안정적으로 공급하고 양질의 일자리 창출을 통한 사회적 기업의 지속가능성을 위해서 사회적 기업가정신(social entrepreneurship)에 대한 체계적인 연구가 필요하다고 주장하였다.

사회적 기업가정신은 사회적 목적을 달성하기 위하여 사회적 가치 창출, 혁신성, 진취성 및 위험감수성 등의 특징을 가지고 있으며(Mort-Weerawardena & Carnegie, 2003), 혁신성, 진취성, 위험감수성을 바탕으로 사회적 가치 창출을 실현하는 것이다(Weerawardena & Mort, 2006). 또한 사회적 가치를 창출하기 위해 혁신적이고, 위험을 감수하면서 제한된 자원으로 과감하게 실천하여 기회를 모색하는 일련의 활동이다(Peredo & McLean, 2006). Lee(2011)의 연구에서는 사회적 기업가정신을 혁신추구성, 진취성, 위험관리활동 등으로 분류하여 연구하였는데, 최근에 발표되는 사회적 기업가정신에 관한 연구에서는 사회적 가치지향성과 사회적 목적추구 등을 고려해야 된다고 주장하고 있다(Bae, 2011; Choi, 2012; Lee, 2011). Choi(2012)는 사회적 기업은 경제적 가치보다는 사회적 가치를 더 우선적으로 고려하고 있기 때문에, 혁신성, 진취성, 위험감수성 보다 우선적으로 사회적 가치지향성 측면을 고려해야 된다고 하였다. 본 연구에서는 사회적 기업가정신을 혁신성, 진취성, 위험감수성, 사회적 가치지향성 등으로 분류하여 연구하고자 한다.

첫째, 혁신성(innovativeness)은 새로운 아이디어와 방법을 통해 제품 및 서비스, 프로세스를 개발하기 위해 창조적인 프로세스를 통해 새로운 것을 기꺼이 도입하고 그것을 적용하려는 성향이다(Lumpkin & Dess, 1996). 둘째, 진취성(proactiveness)은 새로운 기회를 포착하기 위한 기업가의 노력으로, 경쟁자보다 먼저 새로운 제품 및 서비스를 도입하고자 미래지향적으로 예측할 수 있고, 공격적으로 경쟁자를 압도할 수 있는 성향이다. 셋째, 위험감수성(risk-taking)은 새로운 시장의 진출 및 제도를 도입하는데 있어서 어떠한 위험이 있더라도 과감하게 행동해서 기꺼이 새로운 사업기회를 포착할 수 있는 능력이다. 마지막으로, 사회적 가치지향성(social value orientation)은 지역사회문제를 해결하기 위해 자원, 기회요소, 새로운 방법 등을 결합하고, 이러한 과정을 통해 발생하는 이익은 개인이 아닌 공동체 또는 지역사회의 이익으로 귀속될 수 있도록 노력하는 것을 말한다. 즉 개인이 아니라

공동체, 사회적 연대를 지향하고, 공공의 이익을 실천하려는 성향이다(Choi, 2012). Kim(2012)은 사회적 창업가정신을 혁신 추구성, 진취성, 위험감수성, 사회적 가치지향성 등으로 분류하여 연구하였다.

이러한 사회적 기업가정신은 경제적 성과 및 사회적 성과를 향상시키는 것으로 나타났고(Kim, 2012; Jang, 2012; Lee, 2008), 사회적 가치창출과 사회적 기업의 지속가능성에도 긍정적인 영향을 미치는 것으로 나타났다(Lee, 2011).

2.3 CSR 활동과 성과

2.3.1 CSR 활동

기업의 사회적 책임에 대한 개념은 여러 분야에서 적용하여 정의하였기 때문에, 연구자들마다 다양하게 제시하고 있다. Sinder-Hill & Martin(2003)은 다양한 이해관계자들을 만족시키기 위해 기업이 공적으로 행하는 자기표시 및 인상적 경영기법이라고 하였고, Hopkins(2004)는 기업의 내부 및 외부의 이해관계자들을 위해 기업의 수익을 제공해 주면서 높은 삶의 질을 추구하며, 이들을 윤리적으로 책임감 있게 대하는 것이라고 하였다. Jang & Chae(2007)은 기업이 사회의 한 구성원으로서 지켜야할 책임을 다함과 동시에 사회와 사회구성원의 발전을 위해 기업의 자원을 투자하는 행위라고 하였다. 오늘날 CSR 활동은 기업의 장기적인 경쟁력을 강화하기 위한 경영전략으로서, 지속가능한 기업으로 성장하기 위해 경제적 이익을 창출하고 환경 및 사회적 책임을 전략적으로 활용하여 경쟁우위를 창출하는 새로운 경영전략의 개념으로 발전하였다(Lee & Kim, 2010).

최근 기업들은 제품 자체에 CSR 속성을 부여하고(친환경 상품), 생산 과정 및 기술에 환경 친화적이거나 에너지 절약 등의 속성을 부여하여 경쟁기업과 차별화를 시도하고 있다. 이러한 CSR 활동은 비즈니스 전략과 연계하여 비즈니스 가치를 창출할 수 있고, 이해관계자들과의 관계 강화 및 지역 사회에도 긍정적인 명성을 구축할 수 있으며, 각종 경영 위험을 줄이는데 많은 도움을 준다. 이에 반해 기업은 CSR 활동으로 인해 추가적인 비용이 발생하여 기업의 성과에 부정적인 영향을 미치며, 경영자의 CSR 활동은 기업의 핵심 업무를 분산시킬 수 있다(Wang & Bansal, 2012).

CSR 활동에 관한 연구에서는 CSR 활동을 여러 가지 차원으로 구분하였다. Carroll(1991)은 CSR 활동을 경제적 책임, 법적 책임, 윤리적 책임, 자선적 책임 등의 4가지 차원으로 구분하였고, Maignan(2001)의 연구에서도 Carroll(1991)의 연구에서 분류한 기업의 사회적 책임을 4가지로 분류하였다. Dahlsrud(2008)는 환경적 책임, 사회적 책임, 경제적 책임, 이해관계자에 대한 책임, 자선적 책임 등의 5가지 차원으로 구분하여 연구하였다. Wang & Bansal(2012)은 CSR 활동을 지역 사회, 종업원 관계, 환경, 제품과 생산 그리고 기타 이해관계자 등 5개의 범주로 분류하였다.

본 연구에서 사회적 기업의 CSR 활동은 지역사회의 책임, 자선적 책임 그리고 환경적 책임 등으로 분류하였다. 지역사

회(community)는 공동의 이익을 위해서 지리적으로 같은 지역에서 살아가는 사람들의 집단이다(Beckley, 1998). 지역사회에 대한 헌신, 지역사회에 대한 지원 및 지역사회에 대한 의식 등이 CSR 활동의 영역이 될 수 있다(Niehm-Swinernery & Miller, 2008). 사회적 기업에서도 지역사회에 대한 책임활동은 중요한 기업의 사회적 책임이 될 것이다.

자선적 책임(philanthropic responsibility) 활동은 지역사회에 대한 자원을 기부하여 주민들의 삶의 질을 향상(Carroll, 1991)시키는 것 이외에도 기업과 사회 간의 관계를 강화시키기 위해 사회에 기부하는 것을 말한다. 즉 자선적 책임은 인간복지나 선의를 촉진시키는 행위에 적극적으로 참여하며, 예술, 교육 및 문화 등에 재정적으로 기부하는 것을 포함한다.

환경에 대한 중요성이 증가하면서 제품 및 공정의 그린화를 통한 환경효율성을 증시하기 시작하였으며, 자원의 생산성과 오염의 사전예방 등에 집중하면서 환경적 책임(environmental responsibility) 활동이 중요하게 인식되고 있다. Sen & Bhattacharya(2001)는 기업의 사회적 책임활동으로 환경보호를 들고 있으며, Dahlsrud(2008)는 기업은 환경보호에 대한 의무가 있으며, 사업운영에 있어서 환경적 요인을 고려해야 한다고 하였다. 사회적 기업에서도 친환경 제품 생산, 유해 폐기물 관리 및 재활용 등과 같은 환경적 책임 활동을 해야 할 것이다.

2.3.2 CSR 활동과 성과에 관한 연구

최근 기업에서 기업의 지속가능성(corporate sustainability)에 관한 문제를 CSR 활동에 접목시키려는 움직임이 확산되면서 CSR 활동을 기업존속을 위한 필수 불가결한 존재로 인식하기 시작하였다. CSR 활동은 기업이 선택의 유무가 아니라, 지속적으로 경쟁우위를 확보할 수 있는 핵심 전략으로서의 중요성이 점점 증가하고 있다(Byun & Kim, 2011).

CSR 활동과 성과에 관한 여러 선행연구에서는 재무성과에 부정적인 영향(Pava & Krausz, 1996; Wang & Bansal, 2012)과 긍정적인 영향(Byun & Kim, 2011; Kim-Park & Khulan, 2012; Mishra & Suar, 2010; Swanson, 1999)의 상반된 관점이 있다. 부정적인 관점은 주주가치 극대화가 목표인 기업의 입장에서 경영자가 CSR 활동은 바람직하지 못한 행동이며, 이로 인해 주주가치의 희생을 가져와 재무성과에 부정적인 영향을 미친다는 것이다(Pava & Krausz, 1996). 이에 반해, 긍정적인 관점은 기업은 여러 이해관계자들과 갈등이 생기게 되면 추가적인 비용이나 위험이 증가할 수 있는데, CSR 활동은 기업과 이해관계자간의 갈등을 감소시켜 궁극적으로는 기업의 가치를 증가시킬 수 있어 재무성과에 긍정적인 영향을 미친다는 것이다(Swanson, 1999).

Mishra & Suar(2010)는 인도 기업에서 기업의 사회적 책임이 기업성과에 영향을 미치는지에 대해 연구하였다. 기업의 사회적 책임을 종업원, 고객, 투자자, 커뮤니티, 환경, 공급자로 분류하였고, 이러한 기업의 다양한 이해관계자들의 사회적 책임이 재무성과와 비재무성과에 중요한 영향을 미치는 것으

로 나타났다. Byun & Kim(2011)은 CSR 활동이 기업성과를 향상시킨다는 연구결과를 제시하였다. 이익창출 책임, 사회공헌 책임, 사회혁신 책임과 같은 전략적 사회적 책임활동이 사회적 성과를 향상시키는 것으로 나타났다. Kim-Park & Khulan(2012)은 한국기업의 CSR 활동이 공유가치창출에 영향을 미치는 연구를 수행하였다. CSR 활동이 사회경제적 가치와 경영성과에 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다.

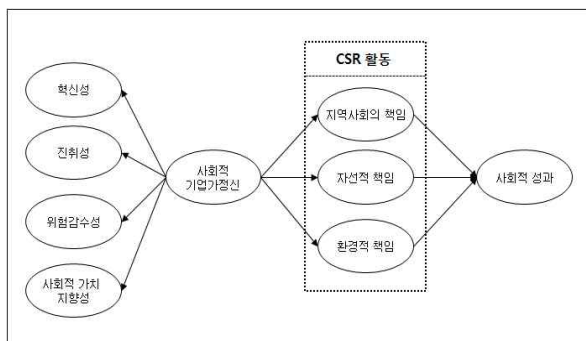
Wang & Bansal(2012)은 캐나다의 8년 이하의 벤처기업들을 대상으로 벤처기업의 CSR 활동, 장기지향성 그리고 재무성과와의 관련성을 검증하였다. CSR 활동은 재무성과에 부정적인 영향을 미쳤으며, 장기지향성은 CSR 활동이 재무성과에 영향을 미치는데 있어서 조절효과가 있는 것으로 나타났다. 즉 벤처기업의 장기지향성이 강할수록 CSR 활동이 재무성과에 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다.

본 연구에서는 사회적 기업의 CSR 활동이 지역 주민들의 소득이나 고용을 창출하여 지역사회의 발전을 가져올 수 있는 사회적 성과가 더 중요하다고 연구자는 판단하여 사회적 성과와의 관련성을 검증하고자 한다.

III. 연구설계

3.1 연구모형

본 연구는 사회적 기업가정신이 CSR 활동과 사회적 성과에 영향을 미치는 요인을 검증하는 것이 목적이다. 사회적 기업가정신은 혁신적이고 진취적이며, 위험을 감수할 수 있는 기업가정신에서 공익과 영리에 대한 균형감을 가지고 사회적 가치를 창출할 수 있는 능력을 말한다. 이러한 사회적 기업가정신은 일반적인 기업가정신과 구분이 되며, Bae(2011), Choi(2012), Kim(2011) 등의 연구에서 이용된 혁신성, 진취성, 위험감수성, 사회적 가치지향성 등으로 분류하였다. CSR 활동은 Carroll(1991), Dahlsrud(2008), Wang & Bansal(2012) 등의 연구를 기반으로 지역사회 책임, 자선적 책임 및 환경적 책임 등으로 분류하였다. Kim-Park & Khulan(2012), Chung(2011), Yun(2013) 등의 연구들을 기반으로 사회적 기업가정신이 CSR 활동과 사회적 성과에 영향을 미칠 것이라 예상되어 <그림 1>과 같은 연구모형을 설정하였다.



<그림 1> 연구모형

3.2 가설설정

3.2.1 사회적 기업가정신과 CSR 활동

사회적 기업가정신은 사회적 가치 추구를 최우선에 두고 새로운 기회를 포착하기 위해 혁신적이고 진취적이며 위험을 감수할 수 있는 기업가의 강한 도전정신이라고 할 수 있다. 사회적 기업가정신과 기업의 사회적 책임은 다른 개념이며, 사회적 기업에서는 CSR 활동을 통해서 조직을 유지할 수 있다(Crisan & Borza, 2012).

사회적 기업가정신은 기업의 사회적 책임활동을 증가시키는 것으로 나타났다. Hwang(2007)은 지역벤처기업이 지녀야 할 기업가정신 중 혁신추구성이 가장 요구되며, 사회적 책임은 경제적 책임과 사회적 공헌 책임이라고 하였다. Yun(2013)은 기업가정신과 CSR 활동이 경영성과에 미치는 영향에 대해 분석하였다. 기업가정신(혁신성, 위험감수성, 진취성)이 CSR 활동에 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다. Chung(2011)은 외식 가맹점사업자의 기업가정신과 CSR 활동이 가맹점의 경영성과에 관한 연구를 수행하였다. 혁신성, 진취성, 위험감수성이 CSR 활동에 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났으며, 기업가정신 중 혁신성이 CSR 활동에 가장 많은 영향을 미치는 것으로 나타났다. Kim-Park & Khulan(2012)은 기업가 지향성과 CSR 활동과의 관련성에 대해 검증하였다.

따라서 사회적 기업가정신이 지역사회 책임, 자선적 책임 및 환경적 책임 등의 CSR 활동에 정(+)의 영향을 미칠 것이라는 다음과 같은 가설을 설정하였다.

가설 1. 사회적 기업가정신은 CSR 활동에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

가설 1-1. 사회적 기업가정신은 지역사회 책임에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

가설 1-2. 사회적 기업가정신은 자선적 책임에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

가설 1-3. 사회적 기업가정신은 환경적 책임에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

3.2.2 CSR 활동과 사회적 성과

CSR 활동과 성과에 관한 연구에서 CSR 활동으로 재무성과가 감소한다는 연구와 CSR 활동으로 좋은 기업이미지를 만들어 오히려 재무성과가 증가한다는 연구들로 나누어지고 있다. CSR 활동과 비재무 성과와의 관계는 대부분의 연구에서 비재무적인 성과를 증가시킨다고 하였다.

Kim-Park & Khulan(2012)은 CSR 활동의 공유가치창출에 대한 연구에서, CSR 활동이 사회경제적 성과에 직접적인 영향을 미친다고 하였다. 사회경제적 성과는 지역의 고용 및 주민소득의 증가, 지역의 교육의 질 향상, 지역의 협력업체, 물류 및 산업단지의 형성정도 등을 이용하여 측정하였다. Yun(2013)의 연구에서 사회적 책임, 환경적 책임, 경제적 책

임 등의 CSR 활동이 비재무성과에 정(+)¹의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 비재무 성과에는 종업원의 직무만족도, 고객 만족, 브랜드 이미지, 기업의 명성, 제품 및 서비스의 경쟁력 등이다. Chung(2011)은 법적 책임과 윤리적 책임과 같은 CSR 활동이 비재무적 성과에 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났으나, 재무적 성과에는 유의한 영향을 미치지 않는 것으로 나타났다. Park & Park(2013)은 자선적 책임이 마케팅 이미지, 미래 이미지, 사품 이미지, CEO 이미지를 증가시키는 것으로 나타났고, 환경적 책임은 미래이미지, CEO 이미지를 증가시키는 것으로 나타났다.

따라서 사회적 기업의 지역사회 책임, 자선적 책임 및 환경적 책임이 사회적 성과에 정(+)¹ 영향을 미칠 것이라는 다음과 같은 가설을 설정하였다.

가설2. CSR 활동은 사회적 성과에 정(+)¹의 영향을 미칠 것이다.

가설2-1. 지역사회 책임은 사회적 성과에 정(+)¹의 영향을 미칠 것이다.

가설2-2. 자선적 책임은 사회적 성과에 정(+)¹의 영향을 미칠 것이다.

가설2-3. 환경적 책임은 사회적 성과에 정(+)¹의 영향을 미칠 것이다.

3.3 변수의 조작적 정의 및 측정항목

본 연구에서는 선행연구를 기반으로 설정한 연구모형과 가설을 검증하기 위해 변수의 조작적 정의를 수행하였다. 첫째, 사회적 기업가정신에서 혁신성은 기업의 성장, 혁신 및 발전에 대한 혁신 및 창의력을 가진 기업가, 진취성은 새로운 기회를 포착하기 위해 진취적으로 행동하는 기업가, 위험감수성은 어떠한 위험에도 새로운 일에 도전하는 기업가, 그리고 사회적 가치지향성은 개인이 아니라 지역사회 및 공공의 이익을 실천하는 기업가로 정의하였다.

둘째, CSR 활동에서 지역사회의 책임은 사회적 기업이 지역사회의 발전을 위해 책임을 다하는 정도, 자선적 책임은 사회적 기업이 사회에 봉사하고 후원하는 정도, 그리고 환경적 책임은 사회적 기업이 환경문제를 중요하게 인식하고 환경에 대해 책임을 다하는 정도로 정의하였다.

마지막으로, 사회적 성과는 사회적 기업이 지역사회에 기여하는 정도로 정의하였다.

본 연구에서는 가설을 검증하기 위하여 설문지 조사를 이용한 연구방법이며, 설문지 내용은 선행연구에서 이미 타당성을 인정받은 문항으로 구성하였다. 인구통계학적 변수를 제외한 모든 변수를 7점 리커트 척도로 측정하였으며, ‘전혀 그렇지 않다(1)’에서 ‘매우 그렇다(7)’로 응답하도록 하였다.

<표 1>은 연구변수의 측정항목 및 관련 연구자를 나타낸 것이다.

<표 1> 연구변수의 측정항목

연구 변수	측정항목
혁신성	<ul style="list-style-type: none"> • 신제품 및 서비스 개발의 노력정도 • 제품 및 서비스를 혁신적으로 개발하여 경영성과를 향상시키기 위해 노력하는 정도 • 기업의 성장, 혁신, 발전이라는 이념으로 기업을 운영하는 정도 • 신제품 및 서비스에 대한 마케팅을 강조하고, 창의적인 방법을 개발하기 위해 노력하는 정도
	Frishammar and Horte(2007), Gonzalez-Benito Gonzalez-Benito & Munoz-Gallego(2009)
진취성	<ul style="list-style-type: none"> • 신제품 개발에서 경쟁기업 보다 앞서리기 위해 진취적인 자세로 임하는 정도 • 불확실성이 높은 경우에도 새로운 기회를 포착하기 위해 진취적인 행동을 하는 정도 • 끊임없이 틈새시장을 찾고 새로운 시장을 신속하게 공략하는 정도 • 새로운 시장창출과 그 시장에서 주도적인 위치를 확보하기 위해 노력하는 정도
	Frishammar and Horte(2007), Gonzalez-Benito Gonzalez-Benito & Munoz-Gallego(2009)
위험 감수성	<ul style="list-style-type: none"> • 위험이 있더라도 새롭고 도전적인 일을 좋아하는 정도 • 위험이 있더라도 새로운 것에 도전하는 일을 하는 정도 • 위험을 무릅쓰고 환경변화에 대응하여 전략을 수립하고 실천하는 정도 • 위험이 높더라도 수익이 큰 사업을 선호하는 정도
	Frishammar and Horte(2007), Gonzalez-Benito Gonzalez-Benito & Munoz-Gallego(2009)
사회적 가치 지향성	<ul style="list-style-type: none"> • 지역사회의 안정과 개발에 기여하고자 하는 정도 • 공익과 영리에 대한 균형감을 가지고 있는 정도 • 현재의 업무에 대해 자부심을 가지고 있는 정도 • 현재의 직무에 대해 헌신적인 자세를 가지고 있는 정도
	Sharir & Lerner(2006), Kim(2012)
지역 사회의 책임	<ul style="list-style-type: none"> • 지역사회에 환원하는 정도 • 지역 비즈니스 발전을 위해 기부하는 정도 • 지역학교 교육프로그램 개발의 도움 정도 • 지역사회와 의사소통하는데 개방의 정도
	Wang & Bansal(2012)
자선적 책임	<ul style="list-style-type: none"> • 자선단체에 후원하는 정도 • 지속적으로 기금모금 행사에 후원하는 정도 • 어린이 프로그램, 스포츠 팀 등에 후원하는 정도 • 해외 빈곤아동을 후원하는 정도
	Wang & Bansal(2012)
환경적 책임	<ul style="list-style-type: none"> • 환경문제를 중요하게 인식하는 정도 • ISO14001 표준을 실현하는 정도 • 환경 친화적인 재활용 물질로 포장하는 정도 • 쓰레기 배출량을 줄이기 위해 기술 개발하는 정도
	Wang & Bansal(2012)
사회적 성과	<ul style="list-style-type: none"> • 지역 주민들의 소득이 증가한 정도 • 지역의 보건, 안전 및 환경이 개선된 정도 • 지역의 교육의 질이 향상된 정도 • 지역의 협력업체가 증가한 정도 • 지역의 물류 및 산업단지가 형성된 정도 • 지역의 고용창출을 위해 노력하는 정도
	Kim Park & Khulan(2012), Sharir & Lerner(2006)

IV. 실증결과분석

4.1 연구의 표본 및 조사방법

본 연구의 자료 수집은 고용노동부에서 사회적 기업으로 인증 받은 856개의 사회적 기업(2013년 7월 11일자)의 기업가를 대상으로 우편설문을 이용하여 설문을 회수하였다. 조사기간은 2013년 7월 24일부터 10월 31일까지이며, 총 856부를 배포하였다. 주소불명 및 수취거절 등으로 64부가 반송되었으

며, 총 120부의 설문지를 회수하였다. 이 중 불성실하게 응답한 5부를 제외한 115부를 본 연구의 분석에 이용하였다.

본 연구에서는 표본수의 타당성을 검증하기 위해서 G*Power 3.0 프로그램을 이용한 통계적 검증력 분석(statistical power analysis)을 하였다. G*Power 3.0 프로그램은 PLS분석에서 필요한 최소필요표본수를 산출하여 적절한 표본수를 확인할 수 있다. 분석결과, 최소 77개의 표본수가 필요한 것으로 나타나 본 연구의 표본수가 타당하다고 할 수 있다.

표본의 특성을 보면, 기업가의 성별은 남성이 69명(60.0%), 여성이 46명(40%)으로 나타났고, 연령은 41~50세가 57명으로 49.6%를 차지하고 있으며, 학력은 대졸이 58명(50.4%), 대학원 이상이 24명(20.9%)로 나타나 사회적 기업가의 학력이 높은 것을 알 수 있다. 사회적 기업의 종업원 수는 11~20명이 32개(27.8%), 21~50명이 31개(27.0%), 6~10명이 27개(23.5%)로 나타났고, 업종은 제조업이 36개(31.3%)로 가장 많았으며, 다음으로 서비스(19.1%), 청소용역(13.1%) 등의 순으로 나타났다. 그리고 월 매출액은 2,000만원 이상이 78개(69%) 기업으로 나타났고, 사회적 목적은 일자리 제공형이 67개 기업(58.3%)으로 가장 많았으며, 혼합형이 35개 기업(30.4%)으로 분포되어 있다. <표 2>는 표본의 특성을 나타낸 것이다.

4.2 측정모형의 평가

통계 분석방법은 Smart PLS 2.0을 이용하여 구조방정식 모형을 분석하고자 한다. PLS는 다변량 분석을 위한 2세대 구조방정식 모델의 하나로, 주요인 분석법을 사용하여 기존의 구조방정식 방법의 큰 제약인 수집된 자료의 정규분포에 대한 엄격한 가정으로부터 자유롭다. 기존의 구조방정식 방법들은 모델의 적합성을 추정하는 것을 주목표로 하지만, PLS는 독립변수들이 종속변수를 얼마나 잘 예측해 주는지를 나타내 주는 R²값으로 나타난다(Yoo-Kim & Moon, 2008). 본 연구에서는 PLS가 본 연구에 적합한 분석방법이라 평가되어 Smart PLS 2.0을 이용하였다.

본 연구에서 제안하는 연구모형의 변수 간 인과관계 검증에 앞서 측정도구에 대한 내적일관성(신뢰성) 및 타당성 검증을 실시하였다. 측정모형의 신뢰성을 평가하기 위하여 각 구성개념의 Cronbach's α , 합성신뢰도(Composite Reliability: CR), 평균분산추출(Average Variance Extracted: AVE)을 이용하였다. Cronbach's α 값은 사회과학 연구에서 가장 일반적으로 사용되는 신뢰성 검증 방법이다. CR은 한 구성개념의 측정변수들 간 공유분산을 나타내는 것으로, 일반적으로 0.7 이상이 되면 구성개념의 신뢰성을 평가하는데, 모든 변수의 CR 값이 0.7 이상으로 나타나 신뢰성이 있다고 본다. AVE는 한 측정변수가 그 구성개념에 의해 설명되는 분산의 비율을 나타내는 것으로 일반적으로 0.5 이상이 되면 구성개념의 신뢰성이 있다고 판단한다.

타당성을 평가하기 위해 집중타당성(convergent validity)과 판별타당성(discriminant validity)을 이용하였다. 집중타당성은

한 구성개념을 측정하는 다중 척도가 어느 정도로 일치하는지 상관관계 정도를 분석하는 것이다. 판별타당성은 상이한 개념들 간 척도들의 차이의 정도를 분석하는 것이다. 집중타당성은 각 구성개념에 속한 측정항목의 추정치가 0.5 이상, 판별타당성은 각 구성개념에 대한 AVE의 제곱근이 0.7 이상이고 두 구성개념들 간의 상관계수 값보다 큰 경우에 집중타당성 및 판별타당성이 있는 것으로 판단한다.

<표 2> 표본의 특성

구분		빈도	비율(%)
성별	남성	69	60.0
	여성	46	40.0
	계	115	100.0
연령	30세 이하	7	6.1
	31~40세	40	34.8
	41~50세	57	49.6
	51세 이상	11	9.5
	계	115	100.0
학력	고졸	18	15.7
	전문대졸	15	13.0
	대졸	58	50.4
	대학원이상	24	20.9
계	115	100.0	
월 매출액	500만원 미만	11	9.7
	500~1,000만원 미만	7	6.2
	1,000~2,000만원 미만	17	15.1
	2,000~5,000만원 미만	26	23.0
	5,000~1억 미만	25	22.1
	1억 이상	27	23.9
	미응답	2	-
계	115	100.0	
종업원수	5명 이하	5	4.3
	6~10명	27	23.5
	11~20명	32	27.8
	21~50명	31	27.0
	51~100명	14	12.2
	100명 이상	6	5.2
계	115	100.0	
업종	사회사업	6	5.2
	보육	4	3.5
	청소용역	15	13.1
	제조업	36	31.3
	서비스업	22	19.1
	의료	4	3.5
	환경(재활용)	12	10.4
	기타	16	13.9
계	115	100.0	
사회적 목적	일자리 제공형	67	58.3
	사회서비스 제공형	8	7.0
	혼합형	35	30.4
	기타형	5	4.3
계	115	100.0	

4.2.1 1차 요인의 측정모형 분석

먼저, 본 연구에서 2차 요인으로 설정된 사회적 기업가정신 구성개념의 1차 요인에 대한 측정모형의 신뢰성 및 타당성을 분석하였다. 본 연구에서는 <표 3>과 같이 각 구성개념의 요인적재값이 0.5 이상으로 나타나 집중타당성이 있으며, Cronbach's α 가 수용기준인 0.7 이상, CR이 0.7 이상, AVE가 0.5 이상으로 모두 만족할 만한 수준으로 나타나 신뢰성이 있는 것으로 평가된다.

본 연구에서는 1차 요인의 판별타당성을 평가하기 위해 AVE를 활용하였다. <표 4>에서 나타난 바와 같이 각 구성개념들의 AVE 제공근이 0.7 이상이고 다른 구성개념들 간의 상관계수보다 모두 큰 것으로 나타나 판별타당성이 확보되었다.

<표 3> 1차 요인의 신뢰성 및 타당성분석 결과

변수	항목	요인적재량	AVE	CR	Cronbach's α
혁신성	IN1	.902	.828	.951	.931
	IN2	.944			
	IN3	.904			
	IN4	.889			
진취성	PR1	.874	.672	.886	.843
	PR2	.597			
	PR3	.912			
	PR4	.918			
위험 감수성	RI1	.822	.674	.892	.837
	RI2	.910			
	RI3	.822			
	RI4	.721			
사회적 가치 지향성	SV1	.824	.716	.910	.868
	SV2	.862			
	SV3	.856			
	SV4	.842			

<표 4> 1차 요인의 판별타당성 분석 결과

변수	혁신성	진취성	위험감수성	가치지향성
혁신성	.910**			
진취성	.617	.820		
위험감수성	.292	.463	.821	
가치지향성	.549	.446	.231	.846

주) ** 대각선에 제시되어 있는 값은 AVE의 제공근.

4.2.2 2차 요인의 측정모형 분석

1차 요인의 측정모형을 분석한 결과 나타난 측정값을 2차 요인의 측정지표로 사용하게 되는데, 본 연구에서는 잠재변수 요인점수(latent variable score)를 사용하여 사회적 기업가정신에 대한 2차 요인의 측정모형을 평가하였다. 잠재변수 요인점수는 Smart PLS에서 지원하는 것으로 Wilson & Henseler(2007), Kim & Kim(2012) 등의 연구에서 이용되었다. Ko & Kwon(2008)은 요인점수(factor score), 다변량평균(multivariate mean), 요인 적재값의 가중치를 이용한 가중평균값 등이 사용 될 수 있다고 하였다.

2차 요인 모형의 신뢰성 및 타당성은 <표 5>에 제시되었다. <표 5>와 같이 각 구성개념의 요인적재값이 0.5 이상으로 나타나 집중타당성이 있으며, Cronbach's α가 수용기준인 0.7 이상, CR이 0.7 이상, AVE가 0.5 이상으로 모두 만족할 만한 수준으로 나타나 신뢰성이 있는 것으로 평가된다.

판별타당성 평가는 <표 6>에서와 같이 각 구성개념들의 AVE 제공근이 0.7 이상이고 다른 구성개념들 간의 상관계수

보다 모두 큰 것으로 나타나 판별타당성이 확보된 것으로 평가할 수 있다.

<표 5> 2차 요인의 신뢰성 및 타당성분석 결과

변수	항목	가중값	요인 적재량	AVE	CR	Cronbach's α
사회적 기업가 정신	혁신(IN)	.845	-	.566	.835	.757
	진취(PR)	.759				
	위험(RI)	.524				
	가치(SV)	.837				
지역 사회의 책임	CR1		-	.576	.843	.750
	CR2	.773				
	CR3	.829				
	CR4	.644				
자선적 책임	PR1		-	.528	.814	.708
	PR2	.772				
	PR3	.855				
	PR4	.657				
환경적 책임	ER1		-	.612	.863	.791
	ER2	.760				
	ER3	.797				
	ER4	.807				
사회적 성과	SP1		-	.632	.911	.883
	SP2	.788				
	SP3	.796				
	SP4	.812				
	SP5	.852				
	SP6	.776				

<표 6> 2차 요인의 판별타당성 분석 결과

변수	기업가	지역	자선	환경	사회
기업가	.752**				
지역	.540	.759			
자선	.229	.593	.727		
환경	.343	.390	.424	.782	
사회	.288	.466	.498	.415	.795

주) ** 대각선에 제시되어 있는 값은 AVE의 제공근.

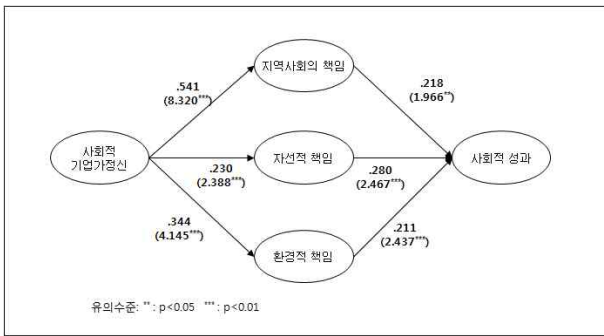
4.3 가설검증 및 논의

본 연구에서 제안하는 사회적 기업가정신, CSR 활동의 3개 변수 그리고 사회적 성과 변수에 대한 영향관계를 검증하기 위해 구조모형 검증을 실시하였다. 본 연구에서 제안된 모형에 대한 경로분석 결과는 <그림 2>와 같다.

첫째, 사회적 기업가정신은 지역사회의 책임, 자선적 책임 및 환경적 책임에 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타나 가설 1-1(경로계수=0.541, $t=8.320$), 가설 1-2(경로계수=0.230, $t=2.388$) 가설 1-3(경로계수=0.344, $t=4.145$)이 채택되었다. 혁신성, 진취성, 위험감수성 및 사회적 가치지향성을 가진 사회적 기업가는 지역사회의 책임, 자선적 책임 및 환경적 책임을 잘 수행한다는 것을 알 수 있다. 이러한 연구결과는 기업가정신이 기업의 사회적 책임에 정(+)의 영향을 미친다는 Chung(2011), Yun(2013) 등의 연구결과와 일치한다.

둘째, 지역사회의 책임, 자선적 책임 및 환경적 책임은 사회적 성과에 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타나 가설 2-1(경로계수=0.218, $t=1.966$), 가설 2-2(경로계수=0.280, $t=2.467$), 가

설 2-3(경로계수=0.211, $t=2.437$)이 채택되었다. 사회적 기업의 지역사회의 책임, 자선적 책임 및 환경적 책임과 같은 CSR 활동을 잘 수행할수록 사회적 성과가 향상된다는 것을 알 수 있다. 이러한 연구결과는 CSR 활동이 사회적 성과 및 비재무적 성과를 향상시킨다는 Kim·Park & Khulan(2012), Park & Park(2013), Yun(2013) 등의 연구의 결과와 일치한다. <표 7>은 가설검증 결과를 요약한 것이다.



<그림 2> 경로분석의 결과

<표 7> 가설검증 결과

경로		경로계수	t 값	채택유무
가설 1-1	사회적 기업가정신->지역사회	.541	8.320 ^{***}	채택
가설 1-2	사회적 기업가정신->자선	.230	2.388 ^{**}	채택
가설 1-3	사회적 기업가정신->환경	.344	4.145 ^{***}	채택
가설 2-1	지역사회-> 사회적 성과	.218	1.966 ^{**}	채택
가설 2-2	자선->사회적 성과	.280	2.467 ^{**}	채택
가설 2-3	환경->사회적 성과	.211	2.437 ^{**}	채택

** : p<0.05 *** : p<0.01

V. 결론

5.1 연구결과의 요약

사회적 기업은 비즈니스 활동을 통해 창출된 수익을 지역사회 및 사회취약 계층에게 일자리를 제공하거나 사회서비스를 제공하여 지역 주민들의 삶의 가치와 질을 향상시킬 수 있다. 이러한 사회적 기업은 사회적 가치 추구를 최우선에 두고 혁신 활동을 추진하는 사회적 기업가정신과 사회적 책임 활동을 다함으로써 사회적 성과가 향상될 수 있을 것이다.

본 연구는 사회적 기업가정신이 CSR 활동과 사회적 성과에 영향을 미치는 요인을 분석하는 것이 목적이다. 사회적 기업, 사회적 기업가정신 및 CSR 활동에 관한 이론적 배경을 바탕으로 연구모형을 개발하였으며, 사회적 기업으로 인증을 받은 115개의 기업을 대상으로 실증분석을 하였다. 본 연구의 분석결과를 요약하면 다음과 같다.

첫째, 사회적 기업가정신은 혁신성, 진취성, 위험감수성, 사회적 가치지향성 등으로 분류된다. Bae(2011)는 기업가정신(혁신성, 진취성, 위험감수성) 이외에 사회적 목적 추구를 포함하여 사회적 기업가정신에 대한 개념을 정립하였으며, Choi(2012)와 Kim(2012) 등의 연구에서도 사회적 가치지향성의 개념이 포함되어야 한다는 연구결과와 같이, 본 연구에서도 사회적 기업가정신에 사회적 가치지향성을 포함하여 실증적으로 검증하였다.

둘째, 사회적 기업가정신은 지역사회의 책임, 자선적 책임 및 환경적 책임과 같은 CSR 활동을 증가시키는 것으로 나타났다. 사회적 기업가정신이 CSR 활동 중 지역사회의 책임에 가장 중요한 영향을 미치는 것으로 나타났다. 사회적 기업은 여러 가지 사회적 책임이 있겠지만, 무엇보다도 지역사회의 발전을 위해 지역사회에 환원하고 지역사회와 의사소통하는 지역사회에 대한 책임 활동이 중요한 사회적 기업의 책임이라는 것을 알 수 있다.

마지막으로, CSR 활동(지역사회의 책임, 자선적 책임, 환경적 책임)은 사회적 성과를 향상시키는 것으로 나타났다. 사회적 기업의 CSR 활동은 지역 주민들의 소득을 증가시키고, 지역사회의 교육, 보건, 행정 및 환경이 개선이 되어 지역사회 삶의 가치를 향상시킨다는 것을 알 수 있다.

5.2 연구의 시사점 및 한계점

본 연구의 결과를 바탕으로 연구의 시사점 및 한계점을 제시할 수 있다. 이상의 연구결과의 시사점은 첫째, 본 연구에서는 사회적 기업가정신을 혁신성, 진취성, 위험감수성, 사회적 가치지향성으로 분류하였으며, 이러한 사회적 기업가정신이 CSR 활동에 영향을 미치는지에 대해 분석하였는데 의의가 있을 것이다. 사회적 기업은 자선적 지원금이나 기부에 의존해오던 비영리단체와는 다른 펀딩 방식을 가지고 있다. 스스로 수익을 창출함으로써 자립해야 하며, 그러기 위해서는 다른 영리 기업처럼 경쟁력을 갖춰야만 생존을 보장받을 수 있다(Chung, 2007). 사회적 기업이 수익을 창출하고 경쟁력을 확보하기 위해서는 기업가에게 사회적 기업가정신이 필요하다고 할 수 있다. 사회적 기업가는 혁신적이고 진취적이며 어떠한 위험도 감수하면서 사회적 가치를 지향할 수 있는 성향을 지녀야 할 것이다. 사회적 기업가가 지녀야 할 사회적 기업가정신으로는 혁신성과 사회적 가치지향성이 가장 중요하게 요구된다는 것을 알 수 있다.

둘째, 본 연구는 사회적 기업을 대상으로 사회적 기업가정신, CSR 활동 그리고 사회적 성과와의 관련성을 검증하였는데 연구의 의의가 있을 것이다. 사회적 기업가정신이 지역사회의 책임, 자선적 책임 및 환경적 책임을 증가시키고, 이러한 CSR 활동은 사회적 성과를 향상시킨다는 것을 본 연구의 결과를 통해 알 수 있다. 사회적 기업의 기업가들은 다양한 사회적 책임활동을 수행하고 있다. 우리나라의 사회적 기업의 예를 들면, 21세기 친환경 특수 클리닝 분야를 개척한

청소 전문회사인 ‘(주)늘푸른 사람들’의 경우, 인체에 무해하고 환경 친화적인 성분으로 제품을 생산하고 있으며, 제품의 내용물을 다 사용하고 난 뒤, 양동이로 재활용할 수 있도록 하는 환경 친화적 배려도 하고 있다. 또 다른 청소 전문업체 ‘(주)함께 일하는 세상’에서도 친환경적 세제를 사용하여 청소를 하고 있다. 결식아동 도시락 제조업체 ‘사랑의 손맛’은 결식아동들이 주로 지정된 식당에 가서 무료 급식으로 끼니를 해결하는 경우가 많았는데, 식당을 이용하는 것이 창피한 결식아동들이 식당에 가기를 기피하는 바람에 이용률이 떨어지고 있었다. 그에 따라 결식아동들의 집까지 도시락을 배달하는 지원 형태로 변경하였다(Chung, 2007). 이러한 사회적 기업의 기업가들은 비즈니스 활동을 통해 수익사업을 하면서 다양한 사회적 책임 활동도 수행하고 있다.

셋째, 본 연구에서는 CSR 활동을 지역사회의 책임, 자선적 책임 및 환경적 책임 등으로 분류하였으며, CSR 활동과 사회적 성과를 검증하였다는데 의의가 있을 것이다. 이러한 결과는 지역사회와 사회 전체의 삶을 향상시키기 위해 노력하는 사회적 기업의 의지라고 할 수 있다. 본 연구는 사회적 기업이 지역공동체에 참여하고 고용을 창출하며, 사회적 투자를 통해 지역주민들의 삶의 가치를 향상시킬 수 있다는 중요한 시사점을 제시하였다.

본 연구의 결과를 바탕으로 연구의 한계점 및 향후 연구방향을 제시할 수 있다. 본 연구의 한계점은 첫째, 사회적 기업 연구에서 기업의 사회적 책임(CSR)에 관한 선행연구가 부족하여 벤처기업 및 일반 기업에 관한 선행연구의 측정항목을 원용하였다. 따라서 전적으로 사회적 기업에 대한 측정항목이라고 보는 데는 한계가 있다. 사회적 기업의 특성에 맞는 측정항목을 보완하여 연구할 필요가 있을 것이다. 둘째, 본 연구에서는 CSR 활동에 영향을 미치는 요인을 사회적 기업가정신 변수만을 고려하고 있는데, 사회적 기업가정신 이외에 CSR 활동에 영향을 미칠 수 있는 변수를 고려하여 연구할 필요가 있을 것이다. 셋째, 본 연구에서는 사회적 성과를 측정하는데 있어서 사회적 기업가의 주관적인 판단으로 측정하였다는 한계점을 가지고 있다. 또한 본 연구에서는 사회적 기업의 재무성과를 측정하는데 어려움이 있어서 재무성과를 고려하지 않고 있는데, CSR 활동과 재무성과와의 영향 관계를 추가적으로 분석을 하는 것도 연구에 많은 의의가 있을 것으로 판단된다.

향후 연구에서는 이러한 한계점을 보완하여 기업의 사회적 책임에 영향을 미치는 다양한 변수들을 포함하여 연구할 수 있으며, 사회적 성과 이외에도 재무성과와의 영향력에 관한 연구도 사회적 기업의 CSR 활동과 성과에 관한 연구에 많은 도움이 될 것으로 판단된다.

REFERENCE

Bae, K. H.(2011), A Study on the Concept of Social Entrepreneurship: Using Structural Equation Modeling,

Korean Policy Sciences Review, 15(2), 199-227.
 Beckley, T. M.(1998), The Futility of Community Sustainability in an Interdependent World, *Ecoforestry*, 13(1), 34-40.
 Byun, S. Y. and Kim, J. W.(2011), Strategic CSR and Corporate Performance in Korean and Japanese Corporations, *International Business Journal*, 22(1), 83-110.
 Carroll, A. B.(1991), The Pyramid of Corporate Social Responsibility: Toward the Moral Management of Organizational Stakeholders, *Business Horizons*, 34(4), 39-48.
 Choi, J. S.(2012), *Sustainability and Entrepreneurship in Social Enterprise*, Korean Studies Information Press.
 Chung, S. H.(2007), *Social Enterprise in Korea*, DaWoo Press.
 Chung, S. H.(2011), An Effect Exerting over Business Achievement of Franchise by Entrepreneurship and CSR Activity of Restaurant Business Franchisees, Master's Thesis, Chung-Ang University.
 Crisan, C. M., and Borza, A.(2012), Social Entrepreneurship and Corporate Social Responsibilities, *International Business Research*, 5(2), 106-113.
 Dahlsrud, A.(2008), How Corporate Social Responsibility is Defined: An Analysis of 37 Definitions, *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 15(1), 1-13.
 Frishammar, J., and Horte, S. A.(2007), The Role of Market Orientation and Entrepreneurial Orientation for New Product Development Performance in Manufacturing Firms, *Technology Analysis & Strategic Management*, 19(6), 765-788.
 Gonzalez-Benito, O., Gonzalez-Benito, J. and Munoz-Gallego, P. A.(2009), Role of Entrepreneurship and Market Orientation in Firms' Success, *European Journal of Marketing*, 43(3/4), 500-522.
 Hopkins, M.(2004), Corporate Social Responsibility: An Issues Paper, *Working Paper*, 27, 1-33.
 Hwang, I. P.(2007), Entrepreneurship and Social Responsibility in Local Ventures, *International Area Studies Review*, 11(3), 734-758.
 Jang, J. W. and Chae, S. I.(2007), The Effects of Corporate Social Responsibility on the Performance: Impact on Market Orientation and Executive Support, *Korean Academic Society of Business Administration: The Ninth Conference*.
 Jang, S. H. and Bahn, S. S.(2010), The Effects of Entrepreneurial Orientation and Market Orientation on the Economic and Social Performance of a Social Enterprise, *Daehan Journal of Business*, 23(6), 3479-3496.
 Jang, S. H.(2012), The Effects of Entrepreneurs and Environmental Characteristics, Social Entrepreneurship on the Performance of Social Enterprise, *Journal of Business Research*, 27(3), 223-245.
 Kim, J. K. and Kim, S. H.(2012), Intention to Disclose Personal Information in LBS: Based on Privacy Calculus Perspective, *The Journal of Information*

- Systems*, 21(4), 55-79.
- Kim, K. M. and Ko, D. W.(2011), Linkage Between Social Responsibility and Social Enterprises in Korea Tourism Industry, *Korean Journal of Tourism Research*, 26(5), 43-61.
- Kim, S. J., Park, E. B. and Khulan, T.(2012), An Empirical Study on Shared Value Created by CSR Activities of Korean Corporations, *Logos Management Review*, 10(4), 1-28.
- Kim, Y. T.(2012), An Empirical Study on the Affecting Factors of Social Enterprise Entrepreneurial Performance, Doctoral Dissertation, Chung-Ang University.
- Ko, M. H. and Kwon, S. D.(2008), A Study on the Effects of User Participation on Stickiness and Continued Use on Internet Community, *Asia Pacific Journal of Information Systems*, 18(2), 41-72.
- Korea Social Enterprise Promotion Agency(2012), Social Enterprise Directory, Retrieved January 6, 2014 from http://www.socialenterprise.or.kr/notice/docu_books.do.
- Lee, A. J. and Kim, J. H.(2010), A Study on the Effect of Corporate Social Responsibility on Organizational Trust and Performance in Hospitality Industry, *Journal of Foodservice Management*, 13(1), 31-58.
- Lee, K. W.(2008), An Empirical Study on the Success Factors of Sustainable Social Enterprise, Doctoral Dissertation, Soongsil University.
- Lee, Y. T.(2011), A Study on the Relationship Social Entrepreneurship and Performance in Social Enterprises, *Journal of Human Resource Management Research*, 18(3), 129-150.
- Lim, J. O. and Yun, H. D.(2012), "A Study on the Corporate Internal Factors Influencing the Motivation and Performance for Overseas Expansion of Korean Ventures," *Asia-Pacific Journal of Business Venturing and Entrepreneurship*, 7(4), 87-100.
- Lumpkin, G. T., and Dess, G. G.(1996), Clarifying the Entrepreneurial Orientation Construct and Linking Its Performance, *Academy of Management Review*, 2(1), 135-172.
- Maignan, I.(2001), Consumers' Perceptions of Corporate Social Responsibilities: A Cross-Cultural Comparison, *Journal of Business Ethics*, 30(1), 57-72.
- Mishra, S. and Suar, D.(2010), Does Corporate Social Responsibility Influence Firm Performance of Indian Companies?, *Journal of Business Ethics*, 95(4), 571-601.
- Morris, M. H., and Paul, G. W.(1987), "The Relationship Between Entrepreneurship and Marketing in Established Firms, *Journal of Business Venturing*, 2(3), 247-259.
- Mort, G. S., Weerawardena, J. and Carnegie, K.(2003), Social Entrepreneurship: Towards Conceptualization, *International Journal of Nonprofit and Voluntary Sector Marketing*, 8(1), 77-88.
- Nam, S. Y., Jo, C. H. and Chung, M. K.(2010), Concetpualization and Typology of Social Enterprises Revisited: For Understanding of the Dynamics of Their Growth with Varieties of Organizational from and Structure, *Journal of Creativity and Innovation*, 3(2), 129-273.
- Niehm, L. S., Swinnery, J. and Miller, N. J. (2008), Community Social Responsibility and Its Consequences for Family Business Performance, *Journal of Small Business Management*, 46(3), 331-350.
- Park, S. R. and Park, H. S.(2013), A Study of the Effect of Corporate Social Responsibility in Mediated Corporate Image on Corporate Performance, *Korean Journal of Business Administration*, 26(4), 961-985.
- Pava, M., and Krausz, J.(1996), The Association Between Corporate Social Responsibility and Financial Performance: The Paradox of Social Cost, *Journal of Business Ethics*, 15(3), 321-357.
- Peredo, A. M. and McLean, M.(2006), Social Entrepreneurship: A Critical Review of the Concept, *Journal of World Business*, 41(1), 56-65.
- Sen, S. and Bhattacharya, C. B.(2001), Does Doing Good Always Lead to Doing Better? Consumer Reactions to Corporate Social Responsibility, *Journal of Marketing Research*, 38(2), 225-243.
- Sharir, M. and Lerner, M.(2006), Gauging the Success of Social Ventures Initiated by Individual Social Entrepreneurs, *Journal of World Business*, 41(1), 6-20.
- Snider, J., Hill, R. P. and Martin, D.(2003), Corporate Social Responsibility in the 21st Century: A View from the World's Most Successful Firms, *Journal of Business Ethics*, 48(2), 175-187.
- Swanson, D. L.(1999), Toward and Integrative Theory of Business and Society: A Research Strategy for Corporate Social Performance, *Academy of Management Review*, 24(3), 506-521.
- Wang, T. and Bansal, P.(2012), Social Responsibility in New Ventures: Profiting from a Long-Term Orientation, *Strategic Management Journal*, 33(10), 1135-1153.
- Weerawardena, J. and Mort, G. S.(2006), Investigating Social Entrepreneurship: A Multidimensional Model, *Journal of World Business*, 41(1), 21-35.
- Wilson, B., and Henseler, J.(2007), Modeling Reflective Higher-Order Constructs using Three Approaches with PLS Path Modeling: A Monte Carlo Comparison, *Australian and New Zealand Marketing Academy Conference*, 791-800.
- Yoo, C. W., Kim, Y. J., Moon, J. H. and Choe, Y. C.(2008), The Effect of Herding Behavior and Perceived Usefulness on Intention to Purchase e-Learning Content: Comparison Analysis by Purchase Experience, *Asia Pacific Journal of Information Systems*, 18(4), 105-130.
- Yoon, H. D., Kwak, K. Y. and Seo, R. B.(2012), "The Effects of Global Entrepreneurship and Social Capital within Supply Chain on the Export Performance," *Asia-Pacific Journal of Business Venturing and Entrepreneurship*, 7(3), 1-16.
- Yun, J. W.(2013), A Study on the Effect of CSR and Entrepreneurship on Business Management Performance, *Korea International Accounting Review*, 50(8), 87-106.

The Effects Social Entrepreneurship and CSR Activities on Performance of Social Enterprise

Jang, Sung Hee*

Abstract

The purpose of this study is to examine the factors influencing social performance of social entrepreneurship and Corporate Social Responsibility(CSR) activities. This model tests various theoretical research hypotheses relating to social enterprise, social entrepreneurship, and CSR activities. Social entrepreneurship have been classified as innovativeness, proactiveness, risk-taking, and social value orientation. And CSR activities have been classified as community responsibility, philanthropic responsibility, and environmental responsibility. The proposed model is analyzed to target social entrepreneurs. Valid 115 questionnaires have been collected within three months of 2013. Smart Partial Least Square(PLS) 2.0 have been utilized for deriving the study results. The result of hypothesis testing are as follows.

First, social entrepreneurship positively influence community responsibility, philanthropic responsibility, and environmental responsibility. Second, community responsibility, philanthropic responsibility, and environmental responsibility positively influence social performance in social enterprise.

The results of this study will provide various implications to improve social performance and social entrepreneurship in social enterprise.

Keywords: Social Enterprise, Social Entrepreneurship, Corporate Social Responsibility, Social Performance

* BK21 Plus Research Professor, School of Business Administration, Kyungpook National University. bobae33@hanmail.net.