

# 사회적 기업가 정신에 영향을 미치는 요인에 관한 연구\*

최 지원\*\*

김 준 기\*\*\*

## 국문요약

본 연구는 사회적 기업가를 대상으로 한 설문조사를 바탕으로 혁신성, 진취성, 위험감수성 및 사회적 목적으로 구성된 사회적 기업가 정신을 측정하는 것을 목표로 한다. 이에 2013년 현재 고용노동부에서 인증을 받은 사회적 기업 중 159개 기관을 대상으로 한 설문을 통해 사회적 기업가 정신의 현황 및 특성을 분석하고, 사회적 기업가 정신에 영향을 미치는 제도적, 기관특성 요인을 분석하였다. 그 결과 첫째, 사회적 기업가는 사회적 목적을 중시하는 반면 위험감수에는 상대적으로 소극적인 태도를 보였다. 또한, 그들은 혁신성이나 진취성과 같은 요소들을 더욱 신장시켜 경제적 목적을 추구하고자 하나, 위험을 감수하지 않는 범위 내에서 안정적으로 기업을 운영하고자 함을 알 수 있었다. 둘째, 중앙 및 지방정부의 세부지원 내용에 따라 사회적 기업가 정신 각 요소에 차이가 있고, 기관의 유형 및 규모 또한 사회적 기업가 정신에 유의미한 차이를 나타냈다. 따라서 정부는 적절한 제도적 지원을 통해 사회적 기업가 정신의 발현이 이루어지도록 하고, 이로 인해 사회적 기업의 자생력 확보 및 지속 가능한 성장이 추구되도록 해야 할 것이다.

주제어: 사회적 기업가 정신, 정부지원, 기관특성요인

## I. 서론

1990년대 중반 이후 유럽을 중심으로 대두한 사회적 기업은 제 3섹터(the third sector)의 하위 부문을 구성하는 새로운 유형의 사업체로, 수익성을 중시하는 기업과 공익성을 추구하는 제 3섹터의 특징을 동시에 갖고 있는 혼합(hybrid)조직이다. 국가별로 학자별로 상이한 접근을 지녀 엄밀한 정의는 어렵지만(Dees, 1998; Austin et al., 2006; 조영복 외, 2008; 이용탁, 2009), “영리적인 기업 활동을 통해 수익을 창출하고, 창출된 수익은 사회적 목적을 위해 환원하는 기업”으로 불

\* 심사과정에서 유익한 심사평을 해주신 심사자분들께 감사드립니다. 본 논문은 최지원의 석사논문(2014)를 발전시킨 논문입니다.

\*\* 제1저자

\*\*\* 교신저자

수 있다. 두 단어의 비중으로 보자면, ‘기업’이 공익창출을 위한 수단이며 수식어인 ‘사회적’이 주된 용어라고 볼 수 있다. 이는 사회적 목적을 추구하기 위해서 장기적으로 조직의 생존 및 성장에 도모되어야 하며, 사회적 기업의 이윤 창출 등의 경제적 측면을 간과할 수 없음을 뜻한다.

그러나 동태적인 환경의 제약 속에서 사회적 기업의 운영은 실제로 창출된 이윤의 일정 부분을 공익을 위해 사용한다거나, 민주적 의사결정에 따른 조직운동을 하는 등 현실적인 어려움에 직면한다. 따라서 사회적 기업은 중앙이나 지방정부 차원의 지원을 통해 내실화를 다질 필요가 있다. 이러한 문제의식하에서 정부는 2007년 7월 「사회적 기업법」 제정을 통해 사회적 기업을 지원하고 있으며, 지방정부 차원에서도 각 자치단체 차원에서 지역형(예비)사회적 기업을 선발해 육성하고 있다.

이러한 중앙 및 지방정부의 지원은 성공적인 사회적 기업을 운영할 수 있는 토대가 되기도 하나, 기업 운영에 있어 정부에 대한 의존도를 높이는 계기로 작용할 수도 있다. 실제로도 자생적으로 생겨난 유럽의 사회적 기업이나 민간의 기부금이나 후원에 의존도가 높은 미국과 달리, 한국의 사회적 기업은 운영에서 정부에 대한 높은 의존도를 보이는 경우가 많다. 특히 지원이 종료된 이후에 재정적 자립에 어려움을 겪고 있어 문제로 지적되기도 한다. 2011년 진행된 한 설문조사에 따르면, 사회적 기업은 기업 운영에서 가장 중요한 요소로 재원마련을 꼽았으며, 전체 업체 중 83.1%는 지원이 중단될 경우 기업운영이 어려워질 것으로 예상했다(권용탁·김덕주, 2011). 사회적 기업의 정부지원에 대한 강한 의존은 사회적 기업이 경제적 목적을 통해 제 기능을 발휘할 수 없는 우리나라의 현 상황을 방증하며, 이는 경영자의 소명의식 부족에서 초래된다고 볼 수 있다. 사회적 기업에 대한 개념과 의식이 부족한 경영자에 의해 설립된 사회적 기업은 본질적인 사회적 목적추구보다 외부지원이나 우혜제도를 이용한 기업경영에 관심을 둔다. 결국, 외부의 지원이 끊긴 이후에는 사회적 기업으로서 지속 가능한 발전을 하기 어려운 상태에 놓이게 된다.

사회적 기업이 지속 가능한 발전을 도모하기 위해서는 역량을 갖춘 사회적 기업가(Social Entrepreneur)의 역할이 중요한 요소로 작용한다(이용탁, 2009). 사회적 기업을 직접 운영하는 주체로서 사회적 기업가의 경영전략 및 가치와 신념 체계는 사회적 기업운영에 중요한 역할을 할 수 있기 때문이다(Dees, 1998, 이용탁, 2009; 배귀희, 2011). 따라서 사회적 기업의 성공적인 운영을 위해 사회적 기업가들에게 초점을 두고 이들의 사회적 기업가 정신을 연구할 필요가 있다. 그러나 한국은 사회적 기업에 대한 학문적인 관심의 증가와는 달리 아직 사회적 기업가 혹은 사회적 기업가 정신에 관한 논의가 부족하다.<sup>1)</sup>

이에 본 연구는 사회적 기업가를 사회적 기업의 장기적 발전을 위한 필수요소로 보고, 사회적 기업가가 발휘하는 사회적 기업가 정신에 초점을 두고 연구를 진행하겠다. 구체적으로 사회적 기업가의 가치 및 신념 체계를 살피기 위해 혁신성, 진취성, 위험감수성 및 사회적 목적으로 구성된 사회적 기업가 정신의 측정을 수행하고자 한다. 정부에 대한 의존도가 높은 현황을 살펴보고, 정부의 지원과 같은 중앙 및 지방의 제도적인 요인이 사회적 기업가 정신 발현에 어떠한 영향을 미치는지 살펴볼 것이다. 또한, 사회적 기업 자체의 어떠한 특성이 사회적 기업가 정신에

1) 이에 관해 사회적 기업가 정신에 관해 고찰한 이용탁(2009)이나 사회적 기업가 정신을 한국적인 맥락에 적용해 개념을 구성한 배귀희(2011)의 연구가 대표적이다.

영향을 미치는지를 보겠다. 이를 위해 첫째, 변화의 촉진자로서 성공적인 사회적 기업을 운영하기 위한 가치체계인 사회적 기업가 정신에 대한 실무자들의 현황 및 효과성에 대한 인식을 측정하고, 둘째, 제도적 요인과 조직특성요인에 따라 사회적 기업가 정신이 어떠한 차이를 나타내는지를 분석한다. 이러한 분석을 통해 향후 사회적 기업의 지속가능성을 도모하기 위한 제도설계에 대해 논의하고자 한다.

## Ⅱ. 이론적 배경과 선행연구 검토

### 1. 사회적 기업 및 사회적 기업가 정신

#### 1) 사회적 기업(social enterprise)

사회적 기업의 이해를 위해서는 이론적 배경으로 제 3섹터 내 ‘비영리조직’과 ‘사회적 경제’ 개념을 살펴볼 필요가 있다. 엄밀히 말하면 비영리조직과 사회적 경제는 동일한 개념으로 사용되지 않는다. 그러나 두 개념의 공통분모를 통해 사회적 기업의 특성이 무엇인지 살펴볼 수 있다(Borzaga & Defourny, 2001). 우선 공통으로 활동의 목적과 관련하여 창출된 잉여는 ‘사회화’됨을 알 수 있다. 절대적이든 부분적이든 잉여는 활동 확대를 위해 재투자되어야 하며 조직을 통제하는 몇몇 사람들보다는 전체 구성원의 혜택을 위한 방향으로 사용되어야 한다. 둘째, 비상업적 지원이 공통으로 이루어진다. 제 3섹터에서는 공동체나 특정 집단을 대상으로 이들에게 혜택을 줌으로써 보조금 지급이 정당화되는 경우가 흔하다. 사회적 기업도 시장에서 유래된 자원뿐 아니라, 공동체의 이름으로 공공기관에서 배정되는 비상업적 자원을 통해서 자금을 조달한다. 이때의 자금으로 보통 기부금 및 봉사자의 노동 등 비화폐적 자원이 포함된다. 셋째, 특유의 조직방향이 있다. 제 3섹터 조직은 자체적인 의사결정기구를 지닌 자율적 조직이며, 사회적 기업 또한 민주적 의사 결정 과정을 통해 결정이 이루어진다. 사회적 기업은 일반적으로 구성원(유급노동자, 봉사자, 이용자, 지역사회 등을 대표하는 기타 파트너들)을 조직의 관리나 통제기구에 포함한다. 이때 구성원이 갖는 권한은 기여한 분담금 액수와 비례하지 않는다.

사회적 기업은 기존 비영리조직에서 더 나아가 ‘경제적 활동’을 포함한다. Salamon(2002)은 비영리조직은 봉사를 기반으로 자원을 동원해야 하는 본질적 한계를 지닌다고 본다. 그러나 사회적 기업은 자원의 조달에서 비영리조직의 이러한 한계를 극복할 수 있다. 사회적 기업은 혼합조직이라는 특성상, 세 가지 경제영역에서의 여러 가지 방법에 따라 사회자본을 동원하거나 창출하기 위해 각각의 경제영역을 활용할 수 있기 때문이다(Borzaga & Defourny, 2001).

이렇듯, 경제적·사회적 측면을 모두 지닌 사회적 기업에 대해, 사회적 기업에 대한 대표적 연구기관인 EMES 네트워크는 각 차원의 기준을 다음과 같이 제시하고 있다(Borzaga & Defourny, 2001). 경제적 차원의 기준으로 ①지속적으로 재화를 생산하거나 서비스를 공급하고 ②다른 조직으로부터 관리받지 않는 고도의 자율성을 지니며 ③경제적 리스크를 상정하고 ④최소한의 유

급노동자의 존재를 규정한다. 사회적 측면은 ①지역사회나 특정한 집단에 공헌한다는 명확한 목적을 토대로 ②시민의 자발적인 참여로 구성하며 ③의사결정의 권한이 자본소유에 기인하지 않으며 ④민주적으로 의사결정이 이루어지며 ⑤이윤비분배 제약이 전제된다.

## 2) 사회적 기업가 정신(social entrepreneurship)

사회적 기업가 정신을 논의하기 위해 개념의 모델이 되는 사적 영역의 ‘기업가 정신’을 살펴볼 필요가 있다. 기업가 정신에 관한 논의는 Schumpeter(1990)로부터 출발한다. 기업가(entrepreneur)에 대한 그의 고전적 정의에 따르면, 발전은 생산의 과정에서 발명으로 이루어지며 기업가는 그것을 실행하는 사람이다. 기업가의 역할은 ①신상품을 산출하거나 ②구성품을 생산하기 위해 시도된 적 없는 기술적 가능성을 도입함으로써 ③원재료의 새로운 공급이나 ④생산물의 새로운 판로를 개척함으로써 ⑤활동분야의 재조직화 해 생산방식을 혁신하는 데 있다.

변화와 혁신을 목표로 하는 행태의 일반적 패턴을 강조하는 슈페터의 논의는 Young(2013)으로 이어져 제 3섹터의 비영리 기업가 정신(nonprofit entrepreneurship)에도 적용된다. 그는 비영리 부문의 다양한 사례분석을 통해 Schumpeter의 기업가 정신은 영리분야에서 정부영역까지 광범위한 틀에서 조직적이고 영역적 행태(organizational and sectoral behavior)의 많은 중요한 측면들을 특징지을 수 있다고 보았다. Badelt(1997) 또한 비영리 부문에서의 기업가 정신을 언급하며, 슈페터의 기업가 정신이 공급측면의 강조와 기업가가 비영리 부문에 참여하고자 하는 선호를 고려함으로써 비영리 부문에 대한 인식을 확장했다고 본다.

그러나 이러한 유사점에도 불구하고, 비영리 부문의 기업가들을 위시한 사회적 기업가는 일반적인 상업적 기업가와 달리 다음과 같은 차이가 있다(Austin et al., 2006). 첫째, 시장실패(market failure)에 대한 시각이다. 상업적 영역의 기업가들에게는 시장기능의 실패가 문제가 되지 않지만, 공익적 목적을 추구하는 사회적 기업가들에게 시장실패는 새로운 기회가 될 수 있다. 둘째, 미션(mission)에 관해서이다. 상업적 영역의 기업가들은 이윤 극대화를 모토로 하는 수익창출에 최우선 가치를 둔다. 반면, 사회적 기업가들은 수익창출은 공익을 위한 수단으로 여기며, 공익을 위한 사회적 가치 창출에 더 비중을 둔다. 셋째, 성과측정(performance measurement)의 관점에서 서로 다르다. 상업적 기업가들은 재무적 성과로 성과가 측정된다. 수익성과 판매량 중심의 비교적 계량화되고 측정이 용이한 상업적 성과들과 달리, 사회적 기업가들은 비계량화, 다인과정, 시간차원, 그리고 사회적 영향이 만들어내는 인지적 차이 등에 인해 영향력 측정에 어려움을 느낀다. 마지막으로 자원동원(resource mobilization)과 관련하여 상업적 기업가들이 궁극적으로 이윤을 추구하고 달리 사회적 기업가들은 비화폐적 보상(nonpecuniary compensation)을 추구한다. 따라서 상업적 기업가들은 자원을 확보하기 위해 자산을 처분하거나 인적자원을 활용할 수 있다. 반면, 사회적 기업가는 기업의 일차적 목표가 공익창출이기 때문에 자원동원에 다소 어려움이 존재할 수 있으며, 이럴 때 기금이나 정부의 지원에 의존하게 된다.

〈표 1〉 상업적 기업가와 다른 사회적 기업가 특성

구 분	특 성
시장실패	상업기업가의 문제는 사회적 기업가의 기회
미션	공익을 위한 사회적 가치창출
자원동원	비화폐적 보상
성과측정	사회적 영향력의 측정의 어려움 (비계량화, 다인과성, 시간차원, 사회적 영향이 만들어내는 인지적 차이)

자료: Austin et al.(2006)

Dees(1998)는 변화의 촉진자(change agent)로서 사회적 기업가의 역할을 강조한다. 이원재(2008) 또한 “사회적 기업 중에 지향점을 잃지 않고 수익성과 공익 사이의 균형을 유지하고 있는 사례를 보면, 거기엔 언제나 열정적이고 창의적이며 전문성을 지닌 사회적 기업가가 있었다는 공통점을 발견하게 된다.”라고 하였다. 경제적 목적과 사회적 목적을 동시에 추구하는 특수한 형태의 사회적 기업은 조직의 운영에서 이 두 가치를 조화롭게 조정할 역량을 지닌 사회적 기업가가 필요함을 알 수 있다.

이들이 발현하는 사회적 기업가 정신에 대해서는 많은 학자에 의해 다양하게 정의되고 있다. 연구경향을 살펴보면 다음과 같이 세 부류로 나눌 수 있다. 첫째, 사회적 기업가 정신을 사회적 활동을 지원하기 위한 이익창출을 모색하는 행위로 보는 연구자들이 있다(Campbell, 1997; Austin et al., 2006). 둘째, 사회적 변화를 초래하는 주체로서 사회적 기업가 정신을 규정한다(Dees, 1998; Prabhu, 1998; Thompson, 2002; Harding, 2004). 셋째, 사회적 책임을 강조하는 연구 부류가 있다(CornWall, 1998; Wallace, 1999).<sup>2)</sup>

〈표 2〉 사회적 기업가 정신에 관한 선행연구

저자	연구내용	사회적 기업가 정신의 정의
Campbell (1997)	의료산업의 새로운 사회적 목적기업을 발전시키기 위한 처방	사회적 목적 기업은 공동체에 필요한 재화와 서비스를 공급하고 비수익적 활동을 지원하기 위한 이익을 창출함
Leadbeater (1997)	영국 정부가 제공하지 못하는 서비스를 공급하는 사회적 기업의 활용을 조사	부족한 사회적 수요를 충족시키기 위해 사용되는 저사용 자원(under-utilized resources)의 확인
CornWall (1998)	저소득 지역에 기업가가 갖는 사회적 영향 기술	지역을 개선하기 위한 사회적 책임을 갖는 기업가
Dees (1998)	사회적 기업가 정신의 정의	사회적 기업가는 사회 영역의 변화주체(change agent)의 기능을 담당함
Prabhu (1998)	사회적 기업가적 리더십 개념 조사	사회변화와 고객 집단의 발전을 주된 목표로 삼는 조직

2) 김준기·이준영(2009)의 내용을 재구성

Wallace (1999)	지역 발전을 촉진하는 사회적 목적 기업의 역할 탐색	지역과의 사회적·정치적 결속 때문에 지역 개선에 대한 사회적 책임을 갖는 기업가
Thompson (2002)	사회적 기업가 정신의 범위 설정	사회적 자본 조성을 목적으로 새로운 것을 추가하는 과정
Harding (2004)	사회적 기업가 정신의 정의와 영향	새로운 활동이나 기업 형태를 촉진하기 위한 사회적 목적이 동기인 기업가
Austin et al.(2006)	사회적·상업적 기업가 정신의 비교	사회적 가치를 창조하기 위한 행위
Chell (2007)	사회적 기업과 기업가 정신의 융합에 대한 이론적 연구	기업가 정신은 궁극적으로 사회적·경제적 가치를 모두 추구해야하며 사회적 기업과 일반 기업 모두에 적용되어야 함
Vasakarla (2008)	사회적 기업가의 행위 특성에 대한 연구	혁신적 기업모델로서 사회적 영향을 동기로 하는 기업가
이용탁 (2009)	사회적 기업가 정신에 관한 이론적 고찰	사회적 가치를 창출하기 위한 경영구조나 기금확보 전략을 모색하는 비영리조직의 이니셔티브

자료: 김준기·이준영(2009)을 인용 및 추가

사회적 기업가 정신에 대한 논의 또한 학자마다 상이함과 같이 사회적 기업가 정신을 구성하는 요소 또한 각기 다르다. 본 연구에서는 사회적 기업가 정신의 구성요소를 혁신성(innovativeness), 진취성(proactiveness), 위험감수(risk management)를 기본<sup>3)</sup>으로 한국의 사회적 기업 특성상, 사회적 목적이라는 요인을 추가하여 분석한 배귀희(2011)의 연구를 따라 혁신성, 진취성, 위험감수성, 사회적 목적이라는 네 가지 요인을 기준으로 측정하겠다(배귀희, 2009). 다양한 요소 중에서도 혁신성, 진취성, 위험감수성을 채택한 이유는 이 세 가지 요소가 국내 사회적 기업가 정신의 연구에서 주로 사용되는 요소이기 때문이며, 사회적 목적을 추가한 것은 사회적 목적을 우선시하는 한국의 특징적인 상황을 반영하고자 함이다.

Lumpin & Dess(1996)에 따르면 혁신성이란 새로운 제품, 서비스, 기술적 프로세스를 창출하기 위한 새로운 아이디어, 참신성, 실험, 창조적 과정을 지원하는 기업의 성향이다. 장성희 외.(2011)는 기업가 정신에서 혁신성을 조직이 기술혁신을 강조하거나, 제품의 디자인, 시장조사, 광고활동을 적극적으로 추진하며, 공정혁신 및 관리관행기법을 적극적으로 도입하려는 경영관리활동으로 정의한다. 즉, 기업가의 혁신성은 외부환경의 불확실성과 자원의 제약에도 불구하고, 새로운 기회를 창출하기 위해 지속해서 활동하고 조직을 변화시키고자 하는 경영자의 노력이라고 볼 수 있다(Lumpin & Dess, 1996). 진취성이란 다른 산업, 영역, 커뮤니티가 하기 이전에 미래에의 영향력 변화를 기대하고 프로그램, 서비스, 정책 또는 과정을 실현하려는 기업의 미래지향적 예측 능력이다. 진취성에 관한 초기 연구는 기업가가 새로운 제품, 기술, 행정적 기술을 도입하게 되는

3) 혁신성, 진취성, 위험감수성은 특성은 본래 사적영역에서 기업가가 지니는 기업가 정신의 주요 구성요소로 사용되기도 하나(Zahra,1993; Covin & Slevin 2002), 사회적 기업가 정신의 구성요소로 이 세 가지 요소를 포함하는 연구(Weerawardena & Sullivan, 2006; 이용탁, 2009; Helm & Anderson, 2010)를 토대로 사회적 기업가 정신을 측정하는 주요 요소로 선정하였다.

환경변화에 초점을 두었다면, 그 이후에 진취성은 새로운 제품과 서비스를 빠르게 도입하는 능력을 중시한다. 진취성에는 경쟁자보다 먼저 새로운 제품 및 과정을 도입해 시장 내 선점자 이점을 추구하기 위해 노력하는 진보적인 성향이 포함된다(Lumpin and Dess, 1996에서 재인용). 위험감수란 위험에도 불구하고 자원을 투입하고자 하는 기업가의 의지이다(Lumpin and Dess, 1996에서 재인용). 이러한 행동은 재정적일 필요는 없지만, 대부분 위험은 재정과 관련된 것에서 나타난다. 사회적 목적이란 사회적 기업가 정신에서 가장 핵심적인 개념이다. 주어진 사회적 환경에서 변화를 주도하는 주체인 사회적 기업가들은 사회적 목적을 추구함에 개인적 혹은 사적인 가치들이 아니라 사회적 가치(Social Value)를 창출하고 유지하는 요소가 포함되어야 한다.

〈표 3〉 사회적 기업가 정신의 구성요인

연구자	대상조직	사회적 기업가 정신의 구성요인
Waddock-post (1991)	공공부문조직 /사회적활동	① 복잡한 문제를 다루는 능력 ② 신용도 ③ 집합적 목적을 위한 헌신
Leadbeater (1997)	비영리조직/ 사회적활동	① 활기찬 리더십 ② 한정된 자원의 창조적 활용 ③ 장기적 고객관계의 유지
Dees (1998)	공공조직/ 비영리조직	5가지 주요 차원: 사회적 미션, 새로운 기회포착, 지속적 혁신, 활동의 대담함, 책임성의 추구
Borins (2000)	공공부문조직	① 혁신의 원천 ② 혁신유형 ③ 혁신을 이끄는 요건 ④ 혁신의 지지자 ⑤ 혁신의 장애물을 측정함
CCSE (2001)	비영리조직과 기업	① 기업의 사회적 책임활동 ② 비영리조직의 기업가적 활동
Smallbone et al. (2001)	영리기업과 NFPs	고용창출, 연수제공, 주에서 제공하지 않는 서비스 제공, 재정적 자원, 사회적자본이득 창출, 물리적 자원 제공, 독점과의 전쟁
Shaw et al. (2002)	비영리조직	창조성, 기업가성향, 윤리적 활동
Thompson (2002)	비영리조직	사례연구를 통한 네 가지 특성: 직무창출, 사업장의 효율적 활동, 후원자들의 개발, 사람에 대한 도움 활동
Sullivan et al. (2003)	비영리조직	① 사회적 미션의 수행 ② 균형된 판단 ③ 보다 나은 사회적 가치창출을 위한 기회 인식과 활용 ④ 혁신적, 진취적, 위험감수성향

자료: Weerawardena & Sullivan (2006)을 인용 및 추가

## 2. 사회적 기업가에 영향을 미치는 요인

사회적 기업가에게 영향을 미치는 요인에 대한 선행연구를 보면, 조상미 외.(2013)에서는 사회적 기업의 지속가능성을 측정하기 위해 제도요인, 조직상황요인, 외부환경요인, 정부의존도, 사회적 기업의 지속성을 변수로 선정하였다. 박명선·강상목(2012)의 연구에서는 사회적 기업의 성공을 위한 요인의 중요도 분석을 통해 외부적 요인인 정부/지자체 정책 요인과 사회자본, 사업환경 요인 등과 내부적 요인인 경영전략, 사회적 기업가 정신, 경영역량, 조직구조 등 기업 내부적

요인과 같은 변수를 고려한다.

본 논문에서는 사회적 기업보다 사회적 기업가에게 보다 초점을 맞추어 어떠한 요소가 사회적 기업가에게 영향을 미치는지에 대해 살펴보고자 하며, 이를 위해 제도적 요인과 기관특성요인을 고려하겠다. 한국의 사회적 기업은 정부에 대한 의존이 높으므로 사회적 기업가 정신 발현에 있어 중앙 및 지방정부에 의한 제도요인의 고려가 필요하다. 또한, 내부적으로 기관특성에 따른 사회적 기업가 정신 발현을 고려함으로써 앞으로 어떠한 형태의 기업에서 사회적 기업가 정신의 발현이 잘 나타나는지 살펴보겠다.

### 1) 제도요인: 중앙 및 지방정부

비영리 부문의 활동은 봉사를 기반으로 자원을 동원해야 한다는 본질적 한계를 지닌다(Salamon, 2002). 그러나 사회적 기업은 자원의 조달에서 이러한 비영리조직의 ‘박애적 적자(philanthropic shortfall)’를 극복한다. 혼합조직이라는 특성상, 정부, 시장, 그리고 시민사회라는 세 가지 경제영역에서 여러 가지 방법에 따라 사회 자원을 동원하거나 창출하기 위해 각각의 경제영역을 활용할 수 있기 때문이다(Borzaga & Defourny, 2001). 그러나 동태적인 환경의 제약 속에서 사회적 기업의 공익 추구는 운영에서 현실적인 어려움에 직면한다. 실제 사회적 기업은 사회적 목적을 실현하기 위해 투입비용보다 낮게 가격을 책정하거나 발생한 이윤을 지역사회에 재투자하는 등 대부분 운영에 어려움을 보이고 있다.<sup>4)</sup> 따라서 정부는 2007년 7월 「사회적 기업법」에서 제정된 「사회적 기업 육성법」과 동법 시행령·시행규칙에 근거하여 사회적 기업에 대한 보조금을 지급하고 있다.

〈표 4〉 법·제도적 측면에서의 정부지원

지원 항목	육성법 조항	지원 내용
재정 지원	13조2항 및 14조	- 고용보험료, 산업재해보상보험료, 건강보험, 국민연금 지원 - 예산의 범위에서 사회적 기업의 운영에 필요한 인건비, 운영경비, 자문 비용 등 지원
경영 지원	10조	- 정부출연기관이나 민간단체에 위탁하여 사회적 기업의 설립 및 운영에 필요한 경영·기술·세무·노무(勞務)·회계 등의 분야에 대한 전문적인 자문 및 정보 제공 등의 지원 - 설립운영에 필요한 전문인력의 육성, 사회적 기업 근로자의 능력향상을 위하여 교육훈련
시설비 지원	11조	- 국가 및 지방자치단체는 사회적 기업의 설립 또는 운영에 필요한 부지구입비·시설비 등을 지원·용자하거나 국유·공유 재산 및 물품을 대부하거나 사용하게 할 수 있다
우선 구매	12조	- 공공기관은 사회적 기업이 생산한 재화나 서비스의 우선구매를 촉진해야 함
세제 지원	13조	- 국세 및 지방세 감면

자료: 국가법령정보센터(<http://www.law.go.kr>)

4) 2008년 사회적 기업들의 총 사업비는 2,120억 원으로 이 중 64.3%는 매출로 충당되었고, 27.8%는 정부지원으로 충당되었다. 대부분의 사회적 기업이 정부의 지원금이 없다면 큰 영업 손실을 입었을 것을 알 수 있다(곽선화, 2010). 또한 사회적 기업은 기업의 운영에 있어서 가장 중요한 요소로 재원마련을 꼽았으며, 전체 업체 중 83.1%는 지원이 중단될 경우 기업운영이 어려워질 것으로 예상했다(권용덕·김덕주, 2011).



사회적 기업 육성사업은 대표적으로 예비, 인증 사회적 기업 모두에 인건비를 최대 5년간 지원하고 있다.<sup>5)</sup> 사업개발비의 경우에는 사회적 기업의 기술개발, R&D, 홍보 및 마케팅 등 경영 능력 향상을 위해 최대 5년간 지급한다. 경영지원의 경우, 사회적 기업의 설립 및 운영에 필요한 경영, 세무, 노무, 회계 등에 관해 컨설팅 및 정보 제공 등을 지원한다. 또한, 정부는 사회적 기업의 판로를 지원하기 위해 사회적 기업이 생산하는 제품이나 서비스를 공공기관이 우선으로 구매 하도록 권고하고 있다. 현재는 일반 시장에서의 판로개척을 지원하기 위해 사회적 기업제품을 소개하는 인터넷 사이트(<http://www.estore36.5.co.kr>)를 운영 중이다. 각 지방자치단체 또한 지역 사회발전을 위해 지역형 사회적 기업을 설립하고 육성하고 있다. 사회적 기업에 대한 정부의 지원제도에 대한 보다 자세한 내용은 <표 5>와 같다.

<표 5> 사회적 기업에 대한 정부의 지원 체계

지원제도	지원내용	지원대상	
		예비	인증
경영지원 등	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 사회적 기업의 설립(인증) 및 운영에 필요한 경영·세무·노무·회계 등 경영컨설팅 및 정보 제공 등 지원</li> <li>• 지원한도                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 사회적 기업: 연간 10~20백만 원, 3년간 총 20~30백 만 원</li> <li>- 예비 사회적 기업: 연간 3백만 원, 3년간 총 5백만 원</li> </ul> </li> <li>* 예비 사회적 기업이 사회적 기업으로 전환 시 기존 지원금액 공제</li> </ul>	○	○
공공기관 우선구매 권고	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 사회적 기업이 생산하는 생산품이나 서비스의 우선 구매를 권고</li> </ul>	△	○
시설비 등 지원	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 사회적 기업의 설립·운영에 필요한 부지 구입비·시설비 등을 지원·용자하거나 국·공유지 임대 등 지원</li> <li>* 미소금융재단(60억) 및 중소기업청 창업자금(100억)을 활용</li> </ul>	-	○
세제지원 제공	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 사회적 기업에 법인세·소득세 4년간 50% 감면</li> </ul>	-	○
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 사회적 기업에게 기부를 하는 연계기업에 그 기부금을 법인소득의 5% 범위 내에서 손금 산입 처리</li> </ul>	-	○
사회보험료 지원	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 사업주 부담 4대 사회보험료 일부 지원 (4년간, 1인당 79천원)</li> </ul>	-	○
재정 지원	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 사회적 기업이 전략기획, 회계, 마케팅 등 사업 운영에 필요한 전문 인력 및 대기업 퇴직전문 인력고용시 인건비 지원</li> <li>• 150만원 한도(3년간, 기관당 전문 인력 3명·대기업 퇴직 전문 인력 2명, 수혜 기관에 자부담* 부과)</li> <li>* 자부담률: 10%(1차년도)→30%(2차년도)→50%(3차년도))</li> </ul>	-	○
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 사회적 기업이 사회적일자리 창출사업 참여시 참여자 인건비 지원</li> <li>• '12년 1인당 월 1,042천원(사업자 부담분 사회보험료 포함)</li> <li>* 연차별 지원비 차등지급                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- 예비사회적 기업: 1년차 100%, 2년차 90%</li> <li>- 사회적 기업: 1년차 90%, 2년차 80%, 3년차 70%</li> </ul> </li> </ul>	○	○

5) 사회적 육성사업은 고용노동부, 보건복지부 등 9개 부처에서 1조 2,861억 원(2011년 기준) 규모로 추진 중인 사회서비스 일자리 사업의 일환으로 시작되었다. 2012년 사회적 기업 육성 사업 예산은 1,760억 4,300만 원으로 사업비는 인건비, 사업개발비 보조, 경영지원, 지원기관운영, 모태펀드 등으로 구성된다(사회적 기업 지원 사업평가, 2012).

사업개발비 지원	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 사회적 기업의 기술개발, R&amp;D, 홍보 및 마케팅 등 경영능력 향상을 위한 사업비 지원</li> <li>* 고용노동부 80%, 지자체 20%로 매칭하여 사회적 기업은 7천만원, 예비사회적 기업은 3천만 원 한도로 지원</li> </ul>	○	○
모태펀드	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 민간자본시장을 활용한 사회적 기업에 대한 투자 기재</li> </ul>	○	○
네트워크	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 네트워크 구축 및 역량강화 지원</li> </ul>	○	○

자료: 국회예산정책처 (2012), 사회적 기업 육성사업 평가

사회적 기업은 설립 초기 정부의 지원이나 재단 등의 기금지원을 통해 기업의 내실화를 다져야 한다. 그러나 자립을 목표로 하는 사회적 기업의 지속가능성에 대한 정부지원은 투입된 예산에 비해 단기적인 일자리 창출에 그치고 있다(노대명, 2006; 배진영, 2010; 김혜원, 2011; 김재홍·김재기, 2012). 또한, 사회적 기업에 대한 정부지원은 초기에 그쳐야함에도 불구하고, 대부분의 사회적 기업들이 재정적 자립에 어려움을 겪고 있어 정부의 지원 없이 계속 유지될 수 있을지에 대해서도 회의적인 시각이 많다(김용기, 2012).

특히, 현재 정부의 인건비 위주의 정책은 사회적 기업을 지원받기 용이한 분야에 머무르게 해 사회적 기업이 더욱 발전할 기회를 앗아갈 수 있으며, 보조금을 목적으로 하는 유사 사회적 기업의 난립을 초래할 수 있다(국회예산처, 2012). 즉, 사회적 기업의 설립은 공익(사회적 목적)을 고려함에서 시작되어야 하는데, 지원금과 같은 강력한 인센티브로 인해 사회적 목적이 부족한 경영자가 사회적 기업을 설립하는 부작용이 초래될 수 있다(국회예산처, 2012). 따라서 일률적인 재정적 지원보다는 사회적 기업가 정신을 활성화할 수 있는 더욱 적절한 지원정책에 대해 고민할 필요가 있다.

〈표 6〉 사회적 기업 보조금 횡령 등 형사 입건 현황

사 례	내 용
A기업 대표 한 모씨(광주)	- 사회적 기업 설립하여 국고지원금 개인용도 유용
사회적 기업 대표 김 모씨(울산)	- 장애인 시설을 짓겠다며 한국장애인 고용촉진공단에서 1억 9600만원을 융자받은 뒤 회사 운영자금으로 사용
예비 사회적 기업 본부장, 창원고용센터 전·현직 공무원 5명(창원)	- 퇴직한 직원이 계속 근무하는 것처럼 서류를 꾸며 보조금 횡령 - 직원에게 일 대신 교육을 받게한 후 보조금 일부 횡령 - 창원고용센터 전·현직 공무원 5명, 부정수급 사실 알고도 관리·감독 소홀
재활근로작업장 원장(이춘)	- 차명계좌 만들어 회삿돈 횡령 - 정상가격보다 제품을 싸게 납품한 뒤 리베이트 받는 방식으로 회사에 손해
성폭력 피해여성 지원하는 사회적 기업 대표	- 지원금 부정수급
예비 사회적 기업 대표, 직원 2명(포항)	- 직원 수를 허위로 늘려 지원금 부정수급 - 민간 후원금 횡령

자료: 국회예산처 (2012)를 인용 및 추가

## 2) 기관특성요인: 기관연령, 규모, 유형

사회적 기업의 지속 가능한 성장을 위해서는 제도적 지원뿐 아니라 사회적 기업 자체의 내부적 역량도 중요하다. 그중에서도 기관의 연령이나 규모와 같은 기관의 고유특성(specific characteristics)은 기관의 성장과 어떠한 관계를 갖는지는 중요한 이슈가 될 수 있다. 점차 증가하는 사회적 기업이 본연의 목적을 추구해야 하는지 소규모의 형태가 유리한지 아니면 장기적인 발전을 위해 조직의 규모를 확장해야 하는지에 대한 시사점을 제공해줄 수 있을 것이기 때문이다. Maslow의 욕구계층이론에 따르면 인간이 경제적 안정을 추구하는 안전의 욕구(Safety Needs)가 충족되어야 더 상위의 욕구인 사회적 욕구(Belongingness and Love Needs), 존경의 욕구(Esteem Needs), 그리고 자아실현의 욕구(Self-actualization Needs)를 추구한다(Maslow, 1987). 이러한 맥락에서 사회적 기업가가 마음껏 기업가 정신을 추구해 조직의 성장 및 공익적 목적을 도모하기 위해서는 어느 정도 사업이 안정화되고 뒷받침되어야 한다는 의미로 해석할 수 있다. 반면에 대규모의 크기와 같은 요소는 사회적 기업의 공익추구와 상반되는 운영방식을 초래해 사회적 목적 추구를 저해하는 결과를 초래할 수도 있다.

기관에 고유특성에 관한 선행연구는 다음과 같다. 상업적 영역에서 기업연령과 규모 등 기업 고유특성과 기업의 성장을 주제로 논의한 연구는 기업의 성장과 규모는 반비례한다고 주장한 Gibrat (1931)과 기업의 성장은 기업연령에 반비례한다는 Jovanomic (1982)의 논의로부터 출발한다(신동령, 2011). 이후 연구에서 기업규모 및 연령은 분석대상 국가 및 기업 등에 따라 매우 다양한 결과를 나타낸다. 성호용 (2000)은 규모(종업원 수) 및 업력이 기업성장에 미치는 영향을 검토한 결과, 기업규모는 성장의 정(+)의 효과를 미치며, 업력은 부(-)의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 그러나 뒤이은 연구(성호용, 2003)에서는 기업규모가 부(-)의 영향을 미쳐 선행연구와 상반된 결과가 나타난다. 이인권 (2002)에서는 기업규모(종업원 수, 매출액)와 업력이 기업성장에 부(-)의 영향을 미치는 것으로 나타났다. Park et al. (2010)에서는 기업규모와 업력이 성장률에 부(-)의 영향을 미치는 것으로 제시되었다. 그 외 연구결과는 다음의 <표 7>과 같다.

기관의 연령 및 규모와 같은 기관의 고유특성에 대한 연구는 사적 영역에서 기업의 성장과 더불어 연구되어왔으나, 사회적 기업에 대해서는 이를 고려한 연구가 부족한 실정이다. 또한, 이러한 기관 특성적 요소가 기업가 정신에 영향을 끼친다는 연구도 전무하다. 김종수(2013)의 경우가 기관고유특성과 사회적 기업에 관해 충남 지역 사회적 기업을 토대로 내적인 규모의 경제를 통해 인력창출 효과를 배가시키는지를 연구한 것이 유일한 경우이다. 그에 의하면 인건비를 지원하면 사회적 기업이 자체예산에 의해 고용을 창출하는데 기여하는 것으로 나타났다. 이는 지원을 통한 노동력 증가가 내적 규모의 경제를 실현하게 해, 자체 예산에 의한 고용 또한 증가하도록 작용했기 때문이다.

〈표 7〉 기관특성(규모, 기관연령)과 성장에 관한 연구

구분	학자	결과	구분	학자	결과
규모	Mansfield (1962) Kumar (1985) Hall (1987) Mata (1994) Hart-Oulton (1996) Goddard (2002) Almus-Nerlinger (1999)	부(-)의 영향	연령	Evans(1987) Dunne-Samuelson(1989) Reid(1993) Dunne-Hughes(1989) Liu(1999) Yasuda(2005) Oliviera-Fortunato(2006)	부(-)의 영향
	Singh-Whittington (1975)	정(+) 영향		Das(1995) Almus-Nerlinger(1995) Audretsch-Elston(2006)	정(+) 영향

자료: 신동령(2011)의 내용을 재구성

다음으로 사회적 기업의 유형은 그 기준이 무엇인가에 따라 다양하다. OECD(2006)는 주된 수행기능에 따라 사회적 기업을 사회통합형과 노동시장통합형으로 구분한다. 사회통합형 사회적 기업은 취약계층에게 사회서비스를 제공하는 것을 주된 목적으로 하고, 노동시장 통합형 사회적 기업은 취약계층에게 일자리를 제공하여 이들의 경제적·심리적 자립을 지원한다. 경제적 활동과 사회적 활동의 통합 정도에 따라 일체형, 일부중첩형, 분리형으로 나누기도 한다. 김경휘·반정호(2006)는 우리나라 상황에 적합한 사회적 기업의 유형을 탐색적으로 고찰한다. 사회적 기업은 정부에 의해 보호된 시장을 형성하고, 종교적·박애주의적 성격을 받는 공공부조형(public assistance type, PAT), 지역사회에서 필요로 하는 재화 및 서비스를 생산하여 제공하고, 이익은 지역사회에 재투자하는 지역사회친화형(local friendly type, LFT), 사회적 가치뿐 아니라 개인 및 조직의 이윤창출에 주목적을 지니는 시장친화형(market friendly type, MFT)으로 유형화하여 비교·분석한다. 남승연·이영범(2008)은 유럽의 노동통합형 사회적 기업에 관한 EMES 연구보고서의 노동통합 방식과 근로자의 신분, 교육훈련 형태, 대상집단의 특성 동원된 자원의 유형 등 5가지 기준을 토대로 우리나라 일자리제공형 사회적 기업을 세분하여 유형화를 시도한다.

「사회적 기업육성법」에서는 사회적 목적에 따라 사회적 기업의 유형을 분류한다. 고용노동부의 분류기준에 따르면 사회적 기업은 명시적으로 표방하는 설립 및 운영 목적에 따라 취약계층에서 일자리를 제공하는 노동통합형, 취약계층에게 사회서비스를 제공하는 사회서비스 제공형, 취약계층에게 일자리와 사회서비스를 모두 제공하는 혼합형이 있다. 이에 더해 사회적목적의 실현여부를 단순히 계량적으로 판단하기 곤란한 경우 기타형으로, 지역사회 주민의 삶의 질 향상에 기여하는 기업으로 지역에 거주하는 취약계층의 비율이나 사회서비스를 제공받는 지역사회공헌형으로 분류한다. 그중에서도 특히 지역사회 공헌형 사회적 기업은 국내에서 2010년 이후 꾸준히 증가하고 있다(사회적기업진흥원, 2012), 2012년 유형별 현황을 보면 일자리 제공형(62.2%), 혼합형(16.2%), 기타형(13.9%), 사회서비스 제공형(6.6%), 지역사회공헌형(0.9%)을 차지한다(고용노동부, 2013).

〈표 8〉 사회적 기업 유형에 따른 인증요건

유형	내용
일자리 제공형	취약계층의 고용비율을 30%이상 달성
사회서비스 제공형	사회서비스를 제공받은 취약계층의 비율이 30%이상
혼합형	취약계층의 고용비율과 사회서비스 제공비율이 20%이상
기타형	사회적 기업 육성위원회의 심의를 거쳐 고용노동부 장관이 사회적목적의 실현 여부를 판단
지역사회공헌형	지역에 거주하는 취약계층의 비율이나 사회서비스를 제공받는 취약계층의 비율이 20%이상

자료: 사회적기업진흥원(<http://www.socialenterprise.or.kr>)

### Ⅲ. 분석 방법

본 연구에서는 사회적 기업가 정신을 측정하기 위해 2013년 고용노동부에서 인증을 받은 사회적 기업 913개 중 861개의 사회적 기업의 사회적 기업가를 대상으로, 2012년 9월부터 10월까지 두 달에 걸쳐 설문조사를 시행했다. 원칙적으로 하나의 사회적 기업에 한 사람의 대표 사회적 기업가가 응답했고, 회수된 설문지는 총 159개(18.47%)이다. 분석방법은 집단 간 평균 비교(one-way ANOVA)를 사용하였고, 집단 간 평균비교를 통해 제도요인 및 조직특성요인에 따라 사회적 기업가 정신이 어떠한 차이를 나타내는지 분석하였다.

연구를 진행하기 위해 배귀희(2011)의 논의를 참고하여 혁신성, 위험감수, 진취성, 사회적 목적의 조작적 정의 및 서열척도를 바탕으로 한 측정 기준을 설정한다. 배귀희(2011)는 기존 사회적 기업가 정신을 측정에 기존 혁신성, 위험감수, 진취성에 더해 한국적 특성을 반영하는 사회적 목적을 추가한 척도 및 기준을 사용하였다. <표 9>에 제시되었듯이, 4개 변수의 12개 항목을 측정하였다. 각 구성지표를 포괄한 설문 문항을 구성함에는 혁신성, 진취성, 위험감수성에 대한 문항구성이 포함된 Helm & Anderson (2010)과 González-Benito, Ó., González-Benito, J., & Muñoz-Gallego, P. A.(2009)의 논문을 참고하여 이해하기 쉬운 문항으로 문항을 구성했다. 이러한 선행 연구를 토대로 사회적 기업가 정신 중 각 요소를 잘 측정할 수 있는 질문을 작성하고 설문을 시행하였다. 특히 각 항목에 대한 현재 상황을 측정하는 ‘현황’에 앞으로 그러한 항목이 기업운영에 도우며 될지에 관해 묻는 ‘효과성’ 항목을 더해 문항을 구성했다. 측정 결과 Cronbach  $\alpha$  값이 사회적 기업가 정신의 현황은 0.870가, 사회적 기업가 정신과 관련해 느끼는 효과성은 0.911로 나와 변수의 구성에 문제가 없는 것으로 판단되었다.

〈표 9〉 사회적 기업가 정신의 구성지표

상위지표	하위지표
혁신성	새로운 제품과 서비스 개발을 위해 지속적으로 노력하는 정도
	혁신적인 변화를 통한 조직의 성과제고
	창의적인 기업활동을 개발하기 위해 노력하는 정도
진취성	상대기업보다 주도적으로 행동
	경쟁사보다 항상 우위에 있는 정도
	새로운 프로그램을 개발하기 위해 기꺼이 노력
위험감수	위험이 있어도 수익이 큰 사업을 선호하는 정도
	위험이 있어도 새롭고 도전적인 일을 하는 정도
	이익을 극대화하기 위해 적극적이고 과감한 기업활동을 수행
사회적 목적	사회적 기업가는 조직의 사회적으로 바람직한 목표달성을 추구
	조직의 이윤추구 이외에도 사회적 목적을 동시에 추구
	개인의 이익과 지역공동체 및 조직구성원의 이익을 동시 추구

출처: 배귀희(2011)

## IV. 분석 결과

### 1. 사회적 기업 현황 분석

사회적 기업은 사회적 목적에 따라 일자리 제공형, 사회서비스 제공형, 혼합형, 기타형, 지역 사회 공헌형으로 구분된다. 2013년도 「사회적 기업의 인증현황」을 통해 사회적 기업 전체를 사회적 목적 실현 유형별로 살펴보면 일자리제공형(62.2%), 혼합형(16.2%), 기타형(13.9%), 사회서비스 제공형(6.6%), 지역사회공헌형(0.9%)의 순으로 일자리 제공형이 압도적인 수를 차지하고 있다. 본 설문결과에서도 마찬가지로 일자리 제공형이 다수(61.8%)를 차지하고 있으며, 그 외 혼합형(16.6%), 기타형(11.5%), 사회서비스 제공형(6.4%), 지역사회공헌형(2.5%)도 사회적 기업 전 수조사와 비슷한 비율을 유지하고 있음을 볼 수 있다.

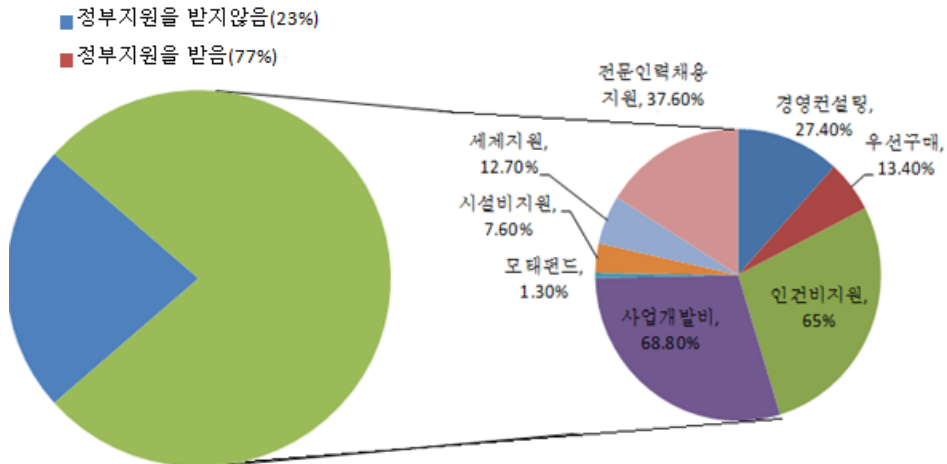
설립시기와 관련, 한국에서 사회적 기업은 외환위기 이후 일자리 창출을 위해 정부 차원에서 도입되었고, 2007년 7월 「사회적기업 육성법」이 시행되어 정부 차원의 지원이 체계화된 이후 사회적 기업 인증을 통해 사회적 기업이 눈에 띄게 등장하고 있다. 조사 결과도 금융위기가 시작되기 전의 설립된 경우는 전체의 8.4%에 불과했으며, 금융위기 이후 점차 도입되기 시작해 2007년을 기점으로 눈에 띄게 많이 등장하고 있다.(6.8%→24.3%→68.9%) 이는 사회적 기업이 자생적으로 성장했다기보다는 정부의 정책의 일환으로 도입되면서 정부의 지원을 바탕으로 설립되었다는 설명을 뒷받침하는 것으로 볼 수 있다. 사회적 기업에 관한 통계결과는 <표 10>과 같다.

〈표 10〉 사회적 기업에 관한 기초통계

	구분	N	비율	변인	구분	N	비율
직원 수	1-10명	50	31.8	설립 시기	IMF 이전	10	6.8
	11-100명	99	63.1		IMF -법제정 전	36	24.3
	100명이상	7	4.5		사회적 기업법 제정 후	102	68.9
유형	일자리제공형	97	61.8	월 매출액	100-500만원	2	1.3
	사회서비스 제공형	10	6.4		500-1000만원	2	1.3
	혼합형	26	16.6		2000-5000만원	2	5.7
	기타형	18	11.5		5000-1억	8	12.1
	지역사회공헌형	4	2.5		1억 이상	123	78.3

한편, 사회적 기업의 수입현황을 보면 대부분 정부지원을 포함하고 있기 때문에, 사회적 기업의 총 수입규모 대비 총지출 규모를 보면 자금으로 인해 경영상 어려움을 겪고 있는지, 지원금이 어떠한 역할을 하는지 등을 볼 수 있다(사회적 기업 육성사업 평가, 2012). 2010년을 기준으로, 총수입 대비 지출규모를 보면 평균 96.5%이다. 정부지원과 외부투자가 이루어지고 있다는 걸 감안하면, 실제 매출보다 지출이 더 큼을 알 수 있다. 따라서 정부의 지원금이 없다면 경영에 어려움이 초래됨을 유추할 수 있다. 본 설문에서도 정부지원을 받는 경우는 <그림 1>의 통계치에서 볼 수 있는 바와 같이 전체 121개이며 정부지원을 받는 경우가 전체의 77.0%, 정부의 지원을 받지 않는 경우가 36개(23.0%)로 대부분의 사회적 기업이 정부지원에 상당부분 의존하고 있음을 알 수 있다. 정부지원의 세부항목을 보면 사업개발비(68.8%)와 인건비(65.0%) 그리고 전문인력채용(37.6%)이 지원의 다수를 차지한다. 정부의 사회적 기업에 관한 예산현황을 보면, 역시 일자리 창출 인건비 및 사업개발비가 예산의 주를 이루고 있음을 확인해볼 수 있다.

〈그림 1〉 정부지원 현황



## 2. 사회적 기업가 정신의 기초 분석

본 논문은 사회적 기업가 정신의 구성요소를 혁신성, 진취성, 위험감수성, 사회적 목적의 4가지 유형으로 구분한다. 이때 항목별로 현재 사회적 기업가 정신의 현황을 묻는 물음(이하 ‘현황’)과 사회적 기업가 정신이 경영환경 미치는 영향에 대한 질문(이하 ‘효과성’)을 포함했다.

<표 11>에 평균치를 비교해보면, 사회적 목적을 포함해 혁신성, 진취성, 위험감수성 모두 중간 기준인 3을 넘는다. 현황과 효과성 모두 사회적 목적이 5점 척도 중 각각 4.25와 4.15로 다른 유형과 비교했을 때, 가장 높은 수치를 차지했다. 사회적 기업이 경제적 목적(수익성)과 사회적 목적(공익성)을 동시에 추구하지 않고, 공익성을 더욱 비중을 두고 있음을 확인할 수 있다. 반면, 위험감수는 현황과 효과성 모두 다른 요인들보다 낮은 수치를 보였다. 위험에도 불구하고 자원을 투입하고자 하는 기업가의 의지를 나타내는 위험감수 행동이 대부분 재정과 관련된 것이라는 것을 통해 본다면 사회적 기업이 사회적 목적(공익)에 더욱 비중을 두고 있는 것과 마찬가지로 맥락에서 재정과 관련된 위험추구에는 상대적으로 소극적인 태도를 보이며 위험감수의 효과에 대해서도 큰 비중을 두지 않음을 알 수 있다.

사회적 기업가의 현황과 효과성 인식을 보면, 혁신성과 진취성에 대해서는 효과성에 대한 응답의 평균값이 더 높았다. 반면, 위험감수와 사회적 목적 추구의 경우는 현황보다 효과성에 대한 인식이 더 낮았다. 기업을 운영함에, 현재 사회적 목적을 충분히 실천하고 있음을 의미함과 동시에 보다 혁신적이고 진취적으로 나아가야 한다는 기업가들의 인식을 대변한다. 그러나 위험감수 요소를 보면, 사회적 기업가들은 기업을 운영하면서 위험감수를 할 필요가 없다고 생각하고 있음을 알 수 있다. 사회적 기업의 특성상 예상된 결과로 볼 수 있다. 결과적으로 사회적 기업가들은 사회적 목적을 충분히 실천하고 있다. 또한, 이들은 앞으로 혁신성이나 진취성과 같은 요소들을 더욱 신장시켜 경제적 목적을 추구하고자 하나, 위험을 감수하지 않는 범위 내에서 안정적으로 기업을 운영해나가고자 함을 알 수 있다.

〈표 11〉 사회적 기업가 정신에 관한 기초통계량

	변수	N	Mean	S.D.	변수	Mean	S.D.
혁신성	현황	121	3.65	.596	효과성	3.76	.716
진취성		121	3.64	.720		3.67	.658
위험감수		121	3.53	.730		3.36	.811
사회적목적		121	4.25	.565		4.15	.671

## 3. 사회적 기업가 정신에 영향을 미치는 요인분석

### 1) 정부지원에 따른 사회적 기업가 정신 차이 분석

사회적 기업의 특성과 사회적 기업가 정신 간 관계를 분석하고자 한다. 이를 위해 사회적 기업의 특성을 제도적 측면(정부지원)과 기관 특성(조직연령, 규모, 유형)으로 구분하여 종속변수인 사회적 기업가 정신에 차이가 있는지를 집단 간 평균비교(one way ANOVA)를 통해 살펴보겠다.



〈표 12〉 정부지원에 따른 사회적 기업가 정신 차이검증

		혁신성_현황		진취성_현황		위험감수_현황		사회적 목적_현황	
		F값	Sig.	F값	Sig.	F값	Sig.	F값	Sig.
정 부 지 원	경영컨설팅	3.421	0.066*	0.073	0.788	2.769	0.098*	3.433	0.066*
	공공기관 우선구매	0.015	0.903	1.889	0.171	0.413	0.521	0.137	.712
	인건비	1.113	0.293	0.019	0.890	1.005	0.318	0.301	0.584
	사업개발비	7.143	.008***	2.909	0.090*	4.845	0.029**	0.642	0.424
	전문인력채용	0.153	0.697	0.268	0.606	0.040	0.841	0.005	0.946
	모태펀드	0.527	0.469	0.258	0.612	1.939	0.166	0.289	0.591
	시설비지원	0.007	0.935	1.874	0.173	0.851	0.358	0.095	0.758
	세제지원	0.014	0.906	1.473	0.227	0.003	0.959	0.001	0.969

주) \*\*\* p<0.01, \*\* p<0.05, \*p<0.1, two tailed test

사업개발비를 지원받는 경우 사회적 기업가 정신의 구성요소 중 혁신성, 진취성, 그리고 위험감수성에 유의미한 차이가 존재한다. 사업개발비 지원이란 지속적·안정적 수익구조 기반 마련을 위해 브랜드(로고), 기술개발 등 R&D비용, 판로개척을 위한 홍보·마케팅, 제품의 성능 및 품질개선 비용 등을 지원하는 사업에 대한 지원을 말한다. 단순히 인건비 및 시설비 측면에서의 지원보다 조직의 사업을 다양화할 수 있도록 사업개발비 측면을 지원하는 것이 사회적 기업가 정신에 효과적인 차이를 발생시킬 수 있음을 의미한다. 또한, 공공기관 우선 구매 등 제도적으로 판로를 개척하는 것보다는 실제 기관에서 자율적으로 사업을 개발할 수 있도록 지원하는 것이 효과적일 수 있음을 추측해볼 수 있다.

경영컨설팅의 경우 경제적 측면(혁신성, 위험감수성) 및 사회적 목적 전반에 유의미한 차이가 존재한다. 사회적 기업에서 경영컨설팅이란 사회적 기업의 설립(인증) 및 운영에 필요한 경영·세무·노무·회계 등 경영컨설팅 및 정보제공 등의 지원을 말한다. 조직이 운영되기 위해서는 조직의 미션과 이를 실행할 전략이 필요하다. 미션 측면에서 사회적 기업가는 이윤창출을 최종목표로 하는 상업적 기업가와 달리, 이윤창출을 수단으로 공익을 추구한다. 일반 상업적 영역, 제 3섹터의 성격을 모두 지닌 특수한 형태의 사회적 기업은 그 운영에 있어 미션에 맞는 경영전략이 필요하다. 분석결과, 경제적 측면(혁신성, 위험감수성) 및 사회적 목적 전반에 유의미한 차이가 존재한다는 것은 조직의 미션을 달성하기 위한 전략으로서의 경영컨설팅이 사회적 기업의 미션달성에 유의미한 효과를 나타냄을 알 수 있다. 따라서 정부지원에서 경영컨설팅은 사회적 기업가에 영향을 미침을 생각해 볼 수 있다.

## 2) 기관특성에 따른 사회적 기업가 정신 차이 분석

기관특성(유형, 규모, 연령)에 따른 사회적 기업가 정신 분석에 따르면 기관 유형에 따라 사회적 목적 추구하는 정도가 유의미한 차이를 보였다.

첫째, 기관 유형은 사회적 목적에 유의미한 차이를 보였다. 사회적 목적에 따라 일자리 제공형, 사회서비스 제공형, 혼합형, 기타형, 지역사회 공헌형으로 나누어져 있다. 연구결과에서도 경제적 목적의 현황에서는 차이가 나타나지 않지만 사회적 목적에서 차이가 나는 것은 기존의 기관 유형 분류가 사회적 목적에 따라 세부적으로 설정되어 있음을 나타낸다. 둘째, 기관 규모에 관하여 경제적 측면과 사회적 목적 모두에 유의미한 차이를 보이는 것은 사회적 기업가 정신 구성요소의 전반에 유의미한 차이가 있음을 나타낸다. 사회적 기업가 정신의 발현을 위해서 조직 규모가 중요하게 작용함을 의미한다고 해석할 수 있다. 셋째, 기관 연령에 대해서는 사회적 기업의 연령 자체가 낮고, 거의 동일한 시기에 많이 생겨났기 때문에 유의미한 차이를 보이지 않은 것으로 볼 수 있다. 한국의 사회적 기업은 외환위기로 일자리창출 정책으로 정부차원에서 도입되어 관련 법 시행이후 지원이 더욱 체계화되면서 대부분 설립되었기 때문이다.

〈표 13〉 정부지원에 따른 사회적 기업가 정신 차이검증

		혁신성_현황		진취성_현황		위험감수_현황		사회적 목적_현황	
		F값	Sig.	F값	Sig.	F값	Sig.	F값	Sig.
기관 유형		0.658	0.622	0.401	0.808	0.859	0.491	2.370	0.055*
기관 규모	직원수	1.019	0.399	2.293	0.062*	0.942	0.419	2.630	0.044**
	매출액	2.898	0.016**	2.111	0.067*	2.095	0.069*	3.374	0.007***
기관 연령		1.403	0.126	1.082	0.375	1.072	0.386	1.169	0.289

주) \*\*\* p<0.01, \*\* p<0.05, \*p<0.1, two tailed test

#### 4. 소결

본 연구에서는 사회적 기업가 정신을 진취성, 혁신성 및 위험감수라는 경제적 측면과 사회적 목적 추구의 측면으로 구분하여 측정하였다. 측정 결과, 사회적 기업은 사회적 목표 추구에 더욱 비중을 두고, 제정과 관련된 위험추구에는 상대적으로 소극적인 태도를 보임을 알 수 있었다. 또한, 진취성, 혁신성과 같은 요소들을 더욱 신장시켜 경제적 측면을 추구하고자 하나, 위험을 감수하지 않는 범위 내에서 안정적으로 기업을 운영해나감을 추측해 볼 수 있다.

또한, 사회적 기업가 정신은 사회적 기업의 특성에 따라 상이한 결과가 나타났다. 우선 정부지원에 따른 사회적 기업가 정신에 대한 집단 간 차이분석 결과, 정부의 사업개발비, 경영컨설팅 지원 여부는 사회적 기업이 정신 발현에 유의미한 차이를 주는 것으로 나타났다. 상대적으로 사회적 기업의 사업수행과 이를 위한 지식 및 기술이전의 측면에서 경영컨설팅 지원 여부에 따라 사회적 기업가 정신의 발현이 다르게 나타난다고 볼 수 있다. 그러나 인건비 지원이나 우선구매와 같은 지원의 경우 유의미한 차이가 나타나지 않았다. 물론 사회적 기업을 통한 고용창출의 효과 등의 측면에서 인건비 지원 및 전문인력 채용 등이 중요하게 고려될 수 있지만, 이것이 사회적 기업가 정신에는 유의미하게 영향을 미치지 못함을 생각해 볼 수 있다. 또한, 공공기관 등

을 중심으로 사회적 기업 제품의 우선구매 등을 통한 지원은 사회적 기업 스스로 자생력을 확보하여 기관을 운영하는 측면에서는 영향을 미치지 어렵다고 볼 수 있다.

한편, 기관특성에 따른 사회적 기업가 정신 차이 분석에서 기관 유형에 따라 사회적 기업가 정신이 유의미한 차이를 나타냈다. 현 사회적 기업의 분류가 사회적 목적에 따라 구분되고 있음을 고려할 때, 기업 유형에 따라 사회적 목적 추구의 기업가 정신이 다르게 나타날 수 있음을 생각해 볼 수 있다. 기관 규모는 사회적 기업가 정신 전반에 유의미한 차이를 보여, 사회적 기업가 정신 발현에 조직규모가 큰 영향을 미친다고 볼 수 있다. 그리고 기관연령의 경우, 대부분의 사회적 기업이 법제정 이후 설립되어 연령에 따라 사회적 기업가 정신이 유의미한 차이를 보이지는 않았다.

이상의 결과들을 종합할 때, 정책적 측면에서 중앙정부 및 지방정부의 사회적 기업에 대한 지원 유형과 세부지원 내용에 따라 사회적 기업가 정신에 유의미한 차이가 있음에 주목할 필요가 있다. 즉, 정부의 사회적 기업에 대한 지원을 위한 제도설계가 중요하게 고려되는 것이다. 조직이 운영되려면 조직의 존립목적에 대한 미션과 목표를 토대로 구체적인 운영방식을 설정해야 한다. 특히 상업적 기업이나 비영리단체의 성격을 모두 지닌 특수한 형태의 사회적 기업의 경우, 공익추구라는 미션을 달성하고 시장에서 살아남기 위해 더욱 적절한 세부전략을 창출해야만 한다. 그러나 대부분의 사회적 기업가들은 공익이라는 사회적 목표에 치우쳐, 경영을 위한 전략 마련 및 운영에 어려움을 느끼는 경우가 많다. 이러한 상황에서 정부가 기술 및 지식이전을 통해 사회적 기업에 대해 적절한 지원을 한다면, 사회적 기업가들이 사회적 기업가 정신을 발현하여 기업의 성장 및 발전에 기여할 수 있을 것이다. 그뿐만 아니라, 사회적 기업의 지속 가능한 성장을 위해서 급변하는 시장 환경에 대한 적응이 필수적인데, 이 경우 경영컨설팅 지원은 사회적 기업에 외부의 객관적인 평가를 제공해 새로운 경영전략 창출을 도울 수 있을 것이다.

## V. 결론

경제활동을 통해 공익을 추구하는 제3의 경제주체로서 사회적 기업은 동태적인 환경의 제약 속에서 경제적 목적 추구에 현실적인 어려움에 직면한다. 사회적 목적을 추구하기 위해서는 이윤 창출 등 경제적 측면을 간과할 수 없으며, 이를 위해서는 장기적으로 역량을 갖춘 사회적 기업가(Social Entrepreneur)가 필요하다. 이러한 배경에서 본 연구는 사회적 기업가 정신이 어떻게 나타나고 있으며, 정부의 지원 및 기관특성에 따라 사회적 기업가 정신이 어떻게 나타나는지를 분석하는데 목적이 있다. 사회적 기업을 운영하는 주체인 사회적 기업가의 사회적 기업가 정신 발현을 통해 사회적 기업의 지속가능성 및 발전을 추구하기 위한 것이다.

기존 선행연구들을 검토한 결과, 정부지원의 인력창출 효과나 지속가능성과 같은 성과에 초점을 두고 사회적 기업가 정신에 대해서는 개념 및 통합적 틀, 구성요소 등에 머무른 경우는 상당수가 존재하였다. 그러나 본 논문에서는 이러한 선행연구의 축적에서 나아가 현재 한국의 사회적 기업들을 대상으로 사회적 기업가 정신을 직접 측정하고자 하였다. 이를 위해 사회적 기업가

를 대상으로 한 설문 분석을 시행하였고, 관련 연구들을 참고하여 혁신성, 진취성, 위험감수성 및 사회적 목적으로 구성된 사회적 기업가 정신을 측정하였다. 또한, 제도적 측면에서 정부지원과 연령, 규모 및 기관유형에 따른 사회적 기업가 정신을 살펴보았다.

분석결과 첫째, 사회적 기업가들은 사회적 목적(공익성)에 더욱 비중을 두고 있음을 확인할 수 있었다. 반면, 상대적으로 위험감수에는 소극적인 태도를 보이며 그 효과에 대해서도 큰 비중을 두지 않는 것으로 나타났다. 또한, 사회적 기업가들은 앞으로 혁신성이나 진취성과 같은 요소들을 더욱 신장시켜 경제적 목적을 추구하고자 하나, 위험을 감수하지 않고 안정적으로 기업을 운영해나가고자 함을 알 수 있다. 둘째, 정부지원 및 기관특성에 따른 사회적 기업가 정신에 대한 분석을 통해, 정부지원이 다양하게 이루어지고 있는 현실에서 지원 유형과 세부지원 내용에 따라 사회적 기업가 정신에 차이가 있음을 확인하였고, 기관의 규모에 따라 사회적 기업가 정신이 다르게 나타날 수 있음을 확인했다.

이러한 분석결과를 바탕으로 몇 가지 시사점을 도출할 수 있다. 우선 현재 한국의 사회적 기업의 경우, 혁신성과 진취성 및 위험감수의 경제적 측면보다 사회적 목적 추구가 우선시되는 경향이 있다. 물론 사회적 기업이 공익달성을 목표로 하므로 사회적 목적을 중요하게 고려될 필요가 있다. 그러나 이윤창출 등의 경제적 측면 또한 기업의 지속적 운영의 측면에서 중요하게 고려되어야 한다. 이를 위해서는 경제적 측면의 요소들이 발현될 수 있는 여건이 마련되어야 할 것이다.

그리고 정부지원이 이미 다양하게 이루어지고 있는 상황에서, 지원 여부보다 지원 유형과 세부지원 내용이 중요하다. 현재 정부의 인건비 위주의 지원제도는 지원금과 같은 강력한 인센티브로 사회적 기업 본연의 목적추구에 부정적인 영향을 초래하는 경우가 있다. 사회적 기업이 지원받기 용이한 분야에 머무르게 해 장기적으로 더욱 발전할 기회를 앗아갈 수 있으며, 일정기간의 정부지원이 종료된 이후 사회적 기업을 정부의 지원금 없이는 운영할 수 없는 상태로 초래할 수 있다. 본 논문은 일률적인 정부의 지원제도에서 벗어나 사회적 기업가 정신을 신장시킬 수 있는 더욱 적절한 지원정책에 대해 살펴보았다. 즉, 사회적 기업에 대한 정책적 지원을 위해서는 단기적인 비용보전과 구매실적을 위한 지원보다는 장기적 관점에서 사업을 개발하고 확대할 수 있는 여건을 마련하고, 실제 관리 운영에 기여할 수 있는 지식이전이 중요한 것이다. 이용재·김봉환(2013)의 연구에 따르면 사회적 기업은 공공기관과의 연계가 활발한 반면, 기업과 민간 등의 외부자원과의 연계는 활발하지 못한 것으로 나타났다. 사회적 기업의 지속가능성을 위해 기업, 민간단체 등 지역사회와의 자원연계를 토대로 기업경쟁력을 확보할 수 있도록 적절한 지원정책을 수립할 필요가 있다. 이러한 측면에서 정부와 사회구성원들 간 수평적 협력을 특징으로 하는 협력적 거버넌스(collaborative governance) 틀 안에서, 사회적 기업이 자생력을 확보하고 지속 가능한 성장을 도모할 수 있도록 관리자·설계자로서 정부의 역할에 대한 신중한 고민이 필요하겠 다(이명석 외, 2009).

그러나 본 연구에는 다음과 같은 한계가 존재한다. 첫째, 조사방법 상의 한계가 있다. 본 연구에서는 서베이 분석을 시행하였다. 이때 정부지원을 측정하면서 객관적인 데이터가 요구되나 조사방법 상의 한계로 정부지원 측정이 명확히 이루어지지 않았다. 사회적 기업가 정신 측정에 관

해서는 본인의 스스로 상태에 관해 응답하는 것이므로 서베이가 적합할 수 있다. 그러나 응답의 과정에서 사회적 소망성 편향(social desirability bias)이 존재할 수 있다. 인증기업을 전체로 한 전수조사였지만, 실제 응답률이 159명(18.47%)으로 분석의 대표성의 문제가 제기되어, 연구결과를 일반화하기 어렵다는 한계도 존재한다. 따라서 이후 인증기업뿐만 아니라 마찬가지로 정부의 지원을 받는 예비 인증기업까지 확대하여 조사할 필요가 있다. 둘째, 내용적 측면에서의 한계로 영역 자체의 한계점이 있다. 사회적 기업가 정신에 대한 연구는 이에 대한 관심이 많아지고 있지만, 아직 이론상으로도 실증적으로나 선행연구가 충분히 이루어지지 못했다. 사회적 기업이 충분히 성숙해 사회적 기업가 정신이 마음껏 발휘될 수 있는 토양이 확보되지 않은 상황에서 이를 측정한다는 것이 시기상조로 여겨질 수 있다. 과연 한국적 맥락에서 사회적 기업가 정신을 측정할 수 있는지, 사회적 기업가 정신이 혁신성, 진취성, 위험감수, 그리고 사회적 목적 추구로 세분될 수 있는지에 대한 규명작업이 인터뷰, 심층면접 등의 질적 연구의 보강을 통해 이루어져야 한다.

사회적 기업에 대한 관심이 높아지고 있지만, 기존의 연구들은 정부지원의 인력창출 효과나 양적 성장에 관한 논의가 대부분이다. 이러한 상황에서 본 연구에서는 사회적 기업의 지속 가능한 성장을 위해 사회적 기업가를 초점에 두고, 사회적 기업가 정신에 대한 구성요소를 실제 한국적 상황에 적용하여 측정하였다는 점에서 의의가 있다. 결국, 경제적 측면과 사회적 목적 측면에서의 사회적 기업가 정신이 균형 있게 발현될 수 있도록 법·제도적 지원이 이루어져야 할 것이다. 혁신성, 진취성 및 위험감수 측면에서의 기업가 정신이 발현되고, 이를 통해 기업이 지속 가능성을 확보하는 것은 궁극적으로 사회적 목적 추구의 토대를 마련할 것이다. 이는 파급효과를 미치게 지역사회 발전에 기여할 것으로 기대된다.

## 참고문헌

- 국회예산처. (2012). 「사회적 기업 육성사업 평가」
- 김경휘·반정호. (2006). 한국 상황에서의 사회적 기업의 개념과 유형에 관한 소고. 「노동정책연구」, 6(4), 31-54.
- 권용덕·김덕주. (2011). 경남 사회적 기업의 운영 및 생태계 분석. 「사회적 기업연구」, 4(2), 107-136.
- 김용기. (2012). 스페셜 이슈: 사회적기업과 일자리 창출. 「지방행정」, 61(708), 10-13.
- 김재홍·김재기 (2012), 사회적 기업에 대한 정부지원금의 고용창출 효과분석, 「지방정부연구」, 16(3), 135-163.
- 김종수·홍성호. (2013). 충남 사회적 기업의 고용창출효과에 대한 실증분석. 「도시행정학보」, 26(2), 97-117.
- 김준기·이준영. (2009). 사회적 기업 연구의 현재와 행정학적 의의. 「한국행정학회 하계학술발표논문집」, 2009(단일호), 1-16.
- 김혜원. (2011). 한국의 사회적기업 지원정책의 개선방안 연구: 일자리 창출 중심의 지원에 대한

- 비판을 중심으로. 「한국사회정책」, 18(1): 209-238.
- 남승연·이영범. (2008). 우리나라 사회적 기업의 유형화와 발전방향에 관한 연구: 일자리 제공형 사회적 기업을 중심으로. 「사회과학연구」, 34(3), 29-60.
- 노대명. (2006). 사회서비스 부문 고용창출 방안에 대한 연구. 사회적 일자리 사업 개편을 중심으로. 「보건사회연구」, 25(2).
- 박명선·강상목. (2012). 학술연구: 계층분석기법(AHP) 을 이용한 사회적기업의 성공요인 중요도 분석. 「기업가정신과 벤처연구(구 벤처경영연구)」, 15(3), 69-88.
- 박원우·김미숙·정상명·허규만. (2007). 「동일방법편의(Common Method Bias) 의 원인과 해결방안. 인사·조직연구」, 15(1), 89-188.
- 배귀희. (2011). 사회적 기업가정신(Social Entrepreneurship)개념 구성에 관한 연구: 구조방정식 모형을 중심으로. 「한국정책과학학회보」, 제 15권(2), pp.199-227.
- 배진영. (2010). 한국의 사회적 기업의 실체와 평가. 자유기업원. 사회적기업육성법. 법률 제8361호(일부개정 2007. 4. 11). 한국사회적기업진흥원 홈페이지 <http://www.socialenterprise.go.kr>.
- 성효용. (2000). 기업성장률과 규모 및 나이에 관한 실증연구: 한국제조업체를 대상으로. 「산업조직연구」, 8(2), 71-85.
- 성효용. (2003). 외국인직접투자기업의 성장요인에 대한 실증분석: 기업규모 및 나이를 중심으로. 「산업조직연구」, 11(2), 29-45.
- 신동령. (2011). 한국 제조기업의 규모 및 업력과 성장의 관계에 관한 실증적 연구. 「한일경상논집」, 51(단일호), 67-92.
- 이명석·배재현·양세진. (2009). 협력적 거버넌스와 정부의 역할-사회적 기업 사례를 중심으로. 「한국정책학회보」, 18(4), 145-172.
- 이원재. (2008). 「새로운 미래 사회적 기업: 사회적 기업가 정신과 경영전략 사례」. 한겨레경제연구소
- 이용재·김봉환 (2013). 사회적기업 자원연계 현황 및 활성화 방안. 한국콘텐츠학회논문지, 13(6), 227-235.
- 이용탁. (2009). 사회적 기업가정신에 관한 이론적 고찰, 「사회적 기업연구」, 2(2), pp.5-28.
- 이인권. (2002). 한국 기업의 성장 동학에 관한 연구. 「국제경제연구」, 8(1), 85-109.
- 정규진·서인석·장희선. (2012). 사회적 기업의 지속가능성에 대한 탐색적 연구: 자원의존이론의 관점을 중심으로. 「한국행정학회 하계학술발표논문집」, 2012(단일호), 1-27.
- 조상미 외. (2011). 사회적 기업 정책특징 비교분석 연구: 영국, 프랑스, 이탈리아, 한국을 중심으로. 「사회복지정책」 vol.38(2), pp.1-38.
- 조영복 외. (2008). 사회적 기업 육성을 위한 중장기 정책 방향. 「Social Enterprise Studies」, 사회적 기업연구원. 1(2), 61-89.
- 한국사회적기업진흥원 홈페이지 <http://www.socialenterprise.or.kr>.
- 한창근·박은영·오단이. (2013). 사회적기업 교육과 사회적기업가 정신과의 상관관계 연구 사회적 기업 아카데미를 중심으로. 「사회복지연구」, 44(1), 33-60.

- OECD대표부. (2006). 「OECD 국가의 사회적기업과 시사점」.
- Alter, S. K. (2006). Social enterprise models and their mission and money relationships. *Social entrepreneurship: New models of sustainable social change*, 205-232.
- Austin, J. E., Leonard, H., Reficco, E., & Wei-Skillern, J. (2006). Social Entrepreneurship: It's For Corporations, Too. *Social Entrepreneurship: New Models of Sustainable Social Change*, Oxford University Press, Oxford, 169-204.
- Badelt, C. (1997). Entrepreneurship theories of the non-profit sector. *Voluntas: International Journal of Voluntary and Nonprofit Organizations*, 8(2), 162-178.
- Borzaga, C. & Defourny, J. (Ed.)(2001). *The emergence of social enterprise*. London: Routledge; 박대석·박상하·고두갑(역). 「사회적기업 1: 이론과 실제편」. 서울: (주)시그마프레스, 2009.
- Covin, J. G., & Slevin, D. P. (2002). 「A conceptual model of entrepreneurship as firm behavior」. *Entrepreneurship: Critical Perspectives on Business and Management*, vol. 3. London: Routledge. 5-28.
- González-Benito, Ó., González-Benito, J., & Muñoz-Gallego, P. A. (2009). Role of entrepreneurship and market orientation in firms' success. *European Journal of Marketing*, 43(3/4), 500-522.
- Helm, S. T., & Andersson, F. O. (2010). Beyond taxonomy: An empirical validation of social entrepreneurship in the nonprofit sector. *Nonprofit Management and Leadership*, 20(3), 259-276.
- Lumpkin, G. T., & Dess, G. G. (1996). Clarifying the entrepreneurial orientation construct and linking it to performance. *Academy of management Review*, 21(1), 135-172.
- Nicholls, A.(Ed.). (2006). *Social Entrepreneurship: New Models of Sustainable Social Change: New Models of Sustainable Social Change*. Oxford University Press.
- Park, Y., Shin, J., & Kim, T. (2010). Firm size, age, industrial networking, and growth: A case of the Korean manufacturing industry. *Small Business Economics*, 35(2), 153-168.
- Salamon, L. M.(Ed.). (2002). *The tools of government: A guide to the new governance*. Oxford University Press.
- Schumpeter, J. A. (1990), 「자본주의·사회주의·민주주의」, 삼성출판사.
- Weerawardena, J., & Mort, G. S. (2006). Investigating social entrepreneurship: A multidimensional model. *Journal of world business*, 41(1), 21-35.
- Young, D. R. (2013). *If not for profit, for what?*. Lexington Books.
- Zahra, S. A. (1993). A conceptual model of entrepreneurship as firm behavior: a critique and extension. *Entrepreneurship theory and practice*, 17, 5-5.

최지원(崔志源): 서울대학교 행정대학원 석사(chanlanhy@hanmail.net).

김준기(金俊基): 서울대학교 행정대학원 교수(jkkim@snu.ac.kr).

Abstract

## A Study on Social Entrepreneurship

Choi, Jiwon

Kim, Junki

This research is based on a survey conducted on social entrepreneurship integrating innovation, pro-activeness, risk-taking and social mission in Korea. The researchers attempt to interpret data to understand the current situation for social entrepreneurs. Furthermore, The researchers examine institutional factors and specific characteristic of agencies to determine whether those factors influence social entrepreneurship.

The results of the analysis are as follows: First, social entrepreneurs consider their respective social obligations as being more important than any other aspect. Risk-taking is the least important of all aspects. Using innovation and proactiveness, Social entrepreneurs aim to pursue economic objectives in innovative and pro-active ways while, operating within the comfortable limits of risk-taking. Second, the differences between various aspects of social entrepreneurship is statistically significant in terms of typology, scale, and subsections of government support. For the growth and sustainability of social entrepreneurs, governments should promote social entrepreneur by supporting their innovation, proactiveness, risk-taking and social obligations.

Key Words: Social entrepreneurship, Government support, Agency specific character