

장기지향성이 CSR활동과 사회적 기업의 경영성과에 미치는 영향에 대한 실증연구

장성희¹, 마윤주^{2*}

¹경북대학교 경영학부 BK21플러스, ²경북대학교 대학원 경영학부

The Effects Long-Term Orientation and CSR Activities on Business Performance in Social Enterprise

Sung Hee Jang¹ and Yoon Joo Ma^{2*}

¹BK21 Plus, School of Business Administration, Kyungpook National University

²School of Business Administration, Kyungpook National University

요약 본 연구는 사회적 기업의 장기지향성(long-term orientation)이 기업의 사회적 책임(Corporate Social Responsibility: CSR) 활동과 사회적 기업의 경영성과에 영향을 미치는 요인을 분석하는 것이 목적이다. 연구의 목적을 달성하기 위해 사회적 기업, CSR 활동, 장기지향성에 관한 이론적 배경을 바탕으로 연구모형 및 가설을 설정하였다. 본 연구에서 제안된 연구모형은 사회적 기업가 115명을 대상으로 Smart PLS 2.0을 이용하여 구조방정식 모형을 분석하였다. 분석결과, 첫째, 장기지향성은 지역사회 책임, 환경적 책임, 제품(서비스)의 책임에 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 둘째, 지역사회 책임은 재무성과 및 비재무성과에 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 셋째, 환경적 책임은 비재무성과에 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났지만, 재무성과에는 유의한 영향을 미치지 않는 것으로 나타났다. 마지막으로, 제품(서비스)의 책임은 재무성과 및 비재무성과에 유의한 영향을 미치지 않는 것으로 나타났다. 본 연구의 결과는 장기지향성과 CSR 활동의 관련성을 검증하고, CSR 활동이 사회적 기업의 성과를 향상시키고, 사회적 기업이 지속적으로 성장할 수 있는 전략적 시사점을 제공할 수 있을 것이다.

Abstract The purpose of this study is examine the factors influencing performance of long-term orientation and Corporate Social Responsibility(CSR) activities. This model tests various theoretical research hypotheses relating to social enterprise, CSR activities and long-term orientation. The proposed model is analyzed to target 115 social entrepreneurs with Smart Partial Least Square(PLS) 2.0. The result of hypothesis testing are as follows. First, long-term orientation positively influence community responsibility, environmental responsibility, and product(service) responsibility. Second, community responsibility positively influence financial and non-financial performance. Third, environmental responsibility positively influence non-financial performance, but does not significantly influence financial performance. Finally, product(service) responsibility does not significantly influence financial and non-financial performance. The results of this study will provide various implications to improve performance, long-term orientation, and CSR activities in social enterprise.

Key Words : Business Performance, Corporate Social Responsibility(CSR), Long-Term Orientation, Social Enterprise

1. 서론

사회적 기업은 저소득자, 고령자, 장애인, 경력단절여

성과 같은 취약계층에게 사회서비스와 일자리를 제공하여 지역주민의 삶의 질을 향상시키는 등의 사회적 목적을 최우선으로 추구하면서 영업활동을 통해 수익을 창출

*Corresponding Author : Yoon Joo Ma(Kyungpook National Univ.)

Tel: +82-10-7312-5770 email: proyjma@hanmail.net

Received January 7, 2014

Revised February 12, 2014

Accepted May 8, 2014

하는 기업이다. 사회적 기업은 사회적 가치와 경제적 가치를 동시에 추구하는 기업으로, 수익창출활동을 하는 비영리기관, 사회적 책임 기업, 사회적 책임 활동을 하는 기업 등이 포함된다. 사회적 기업의 종류에는 일자리 제공형, 사회서비스 제공형, 혼합형, 기타형, 지역사회 공헌형 등이 있다. 정부에서는 이러한 사회적 기업의 육성을 통해 지속가능한 일자리제공, 지역사회 활성화, 사회서비스 확충 및 윤리적 시장 확산 등으로 지속가능한 경제와 사회통합을 구현하기 위해 노력하고 있다[1].

우리나라에서는 2007년 7월 '사회적기업 육성법'을 제정하여 국가 및 지자체 수준에서 사회적 기업에 지원하고 있다. 사회적 기업은 처음으로 (주)다솜이재단을 포함하여 36개 기업이 사회적 기업으로 인증을 받았으며, 매년 증가해 2013년 7월 11일 기준 856개의 사회적 기업이 인증을 받았다. 사회적 기업으로 인증을 받기 위해서는 유급 근로자를 고용하여 영업활동을 해야 하며, 취약계층이 50% 이상(2013년까지는 30%) 고용되어야 한다. 또한 사회서비스의 50% 이상(2013년까지는 30%)을 취약계층에게 제공해야 하는 등의 조건이 만족되어야 하며, 인증 전 6개월간 총 수익이 총 노무비의 30% 이상 되어야 한다. '사회적기업 육성법'에 의해 사회적 기업으로 인증을 받게 되면, 재정지원, 경영지원, 세제상 지원 및 인력양성 지원 등의 다양한 정부의 지원을 받게 된다.

사회적 기업은 사회와 가치를 공유하는 기업, 즉 기업의 사회적 책임(Corporate Social Responsibility: CSR) 활동을 넘어서 공유가치창출(Creating Shared Value: CSV)에 중점을 두어야 할 것이다. 사회적 기업가는 장기지향적인 관점에서 경제적 수익증대 뿐만 아니라 사회·환경과 같은 윤리적인 부분까지 고려하여 사회의 구성원으로서 책임을 다해야 할 것이다.

사회적 기업에 관한 연구에서는 사회적 성과 및 경제적 성과에 영향을 미치는 요인에 대해 분석한 연구가 많이 발표되어 왔다[2-5]. 최근에는 사회적 기업과 CSR 활동의 연계가 필요하며[6], 사회적 기업과 CSR은 다른 개념으로 분리해서 이해해야 된다는 연구들[7,8]이 발표되고 있다. 이러한 연구들은 장기지향적인 관점에서 기업의 사회적 책임과 사회적 기업의 성과와의 관련성에 대해서는 연구가 이루어지지 않고 있다.

따라서 본 연구에서는 장기지향성이 CSR 활동과 사회적 기업의 경영성과에 영향을 미치는지에 대해 검증하는 것이다. 연구의 목적을 달성하기 위해서 사회적 기업

으로 인증을 받은 사회적 기업을 대상으로 실증연구를 수행하였다. 이러한 연구결과는 사회적 기업에서 장기지향성과 CSR 활동의 관련성을 검증하고, CSR 활동을 통해서 사회적 기업의 경영성과가 향상될 수 있는 중요한 시사점을 제공할 수 있을 것이다.

2. 이론적 배경

2.1 사회적 기업의 성과

사회적 기업은 지역사회를 기반으로 고용창출과 사회서비스를 제공하는 역할을 하면서 지속가능한 경제를 실현하기 위한 대안으로 떠오르고 있다. 이에 고용노동부에서는 2017년까지 사회적 기업 3천개 육성, 10만명 고용 및 협동조합, 마을기업, 자활기업 등을 포함한 사회·경제영역 등 약 50만개의 일자리를 창출하기 위해 사회적 기업제도 및 지원체계를 개편할 계획을 밝힌 바 있다. 부산시에서는 사회적 기업 200개 육성과 일자리 5,000개 창출을 목표로 하고 있으며, 경기도에서도 사회적 기업을 육성하기 위해 157억을 투입하겠다고 발표하였다. 사회적 기업은 정부 및 지방자치단체의 적극적인 육성 정책으로 급속한 증가세를 보이고 있다.

사회적 기업의 성과에 관한 연구로, Sharir and Lerner(2006)는 사회적 벤처기업의 성공요인에 대해 분석하였고[2], 김용태(2012)는 사회적 기업의 창업성과에 영향을 미치는 요인에 대해 분석하였다. 사회적 기업이 지속적으로 성장하기 위해서는 정부의 직접적인 지원의 효율성을 높이고, 내부 경쟁력을 갖추는 것이 최우선 과제라고 하였다[5]. 이용탁(2011)은 사회적 기업가정신과 성과와의 관련성에 대해 검증하였고[4], 장성희(2011)는 사회적 기업의 내부 및 외부 환경요인과 기업가정신이 사회적 기업의 성과에 영향을 미치는 요인과 네트워크 활동의 조절효과를 검증하였다[3]. 이 연구에서는 사회적 기업가정신이 사회적 기업의 성과를 향상시키며, 사회적 가치창출과 지속가능성에도 중요한 영향을 미친다는 것을 검증하였다. Miles et al.(2013)은 사회적 기업의 기업가지향성(entrepreneurial orientation)과 사회적 가치지향성(Social Value Orientation: SVO)이 경제적 성과 및 사회적 성과에 영향을 미치는지에 대해 분석하였다. 사회적 가치지향성이 사회적 성과에는 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났지만, 경제적 성과에는 유의한 영향을

미치지 않는 것으로 나타났으며, 기업가치향성이 경제적 성과에는 유의한 영향을 미치지 않는 것으로 나타났다[9].

2.2 CSR 활동

기업들은 사회적 책임에 대한 중요성을 인식하고 다양한 형태로 사회적 책임활동을 수행하고 있다. 과거에는 기업이미지 제고 차원에서 기부 및 자선활동의 형태로 사회적 책임활동을 수행하여 왔으나, 최근에 기업들은 고객, 투자자, 종업원, 협력업체, 지역사회 등 다양한 이해관계자의 요구를 수용하고 대응적 관점(responsive CSR)이 아닌 전략적 관점(strategic CSR)으로 전환하여 적극적으로 실천하려고 노력하고 있다[6].

기업의 사회적 책임은 기업의 이익을 창출하기 위한 방법으로, 환경, 윤리, 사회 현상과 관련된 책임과 기업의 무책임한 행동에 대한 이해관계자들의 관심을 관리하는 것이다[10]. Carroll(1991)은 CSR 활동을 경제적 책임, 법적 책임, 윤리적 책임 및 자선적 책임 등의 4가지 차원으로 분류하기 시작하였으며[11], 제품의 안전과 혁신 그리고 환경이 중요한 이슈로 등장하면서 환경에 대한 책임이 중요하게 다루어져왔다[12,13].

본 연구에서는 사회적 기업의 CSR 활동이므로, 지역 사회의 책임, 환경적 책임, 제품(서비스)의 책임 등의 3가지로 분류하였다. 첫째, 지역사회의 책임(community responsibility)은 공동의 이익을 위해서 지리적으로 같은 지역에 살아가는 지역사회의 후원 및 헌신이라고 할 수 있다. 즉 지역사회 후원에는 예술과 보건활동 및 의료 지원, 저소득층을 위한 교육 및 주택공급계획, 기부활동 등이 있다. 둘째, 환경적 책임(environmental responsibility)은 환경오염을 최소화하고 환경보호를 진작시키는 경영활동 및 친환경 제품 기술개발과 확산 등이다. 기업이 깨끗한 환경에 대한 관심과 환경보호에 대한 의미를 가지고 쓰레기 발생을 감소시키는 활동이다. 마지막으로, 제품(서비스)의 책임(product or service responsibility)은 환경 친화적인 제품의 생산, 환경오염의 사전 예방 및 재활용이 가능한 제품의 생산 등 이다.

2.3 장기지향성

사회적 기업의 본질적인 사명은 사회적 가치창출(social value creation)과 사회적 기업의 지속가능성(sustainability)이다. 사회적 기업이 사회적 가치창출과

지속가능성을 동시에 추구하기 위해서는 장기지향성을 가지고 CSR 활동을 수행해야 할 것이다. 사회적 기업이 장기지향적인 관점에서 CSR 활동을 수행한다면, 사회적 가치창출과 사회적 기업의 성과가 향상이 되어 지속가능한 기업이 될 것이다.

기업의 시간지향성(temporal orientation)은 장기지향성(long-term orientation)과 단기지향성(short-term orientation)으로 구분되어진다. 장기지향적인 의사결정은 효과성을 강조하는 반면, 단기지향적인 의사결정은 효율성에 초점을 맞춘다. 장기지향적인 기업은 기업의 사회적 책임 활동을 통해 많은 전략적 의사결정에 대한 이점을 실현할 수 있다. 일반적으로 장기지향성을 가진 기업은 CSR 투자가 단기적으로는 비용이 많이 발생하지만, 잠재적인 가치를 인식하고 CSR 활동을 기업의 비전으로 확장시키며, 이해관계자들에게 CSR 활동에 대한 잠재적인 가치를 제공한다. 또한 장기지향적인 기업은 법적인 책임을 잘 준수하며, 사회적·환경적인 문제를 해결하는데도 많은 도움이 된다[14].

장기지향성은 거래 당사자들 간의 상호 장기적인 협력관계에 대해 연구되어 왔다. 특히 프랜차이즈의 본사와 가맹점 간의 관계, 공급업체와 소매업체 간의 관계 및 기업과 소비자 간의 장기지향적인 관계에 영향을 미치는 요인에 대해 연구되어져 왔다. 그러나 본 연구에서는 사회적 기업이 단기적인 성과를 향상시키기 위해 노력하는 것이 아니라, 장기적인 관점에서 비전과 목표를 설정하고, 미래에 경쟁우위를 확보하기 위해 노력하는 정도를 장기지향성으로 정의하고자 한다. 이러한 장기지향성을 가진 기업은 장기적인 관점에서 CSR 활동에 투자를 할 것이며, CSR 활동을 통하여 잠재적인 가치를 실현할 수 있을 것이다.

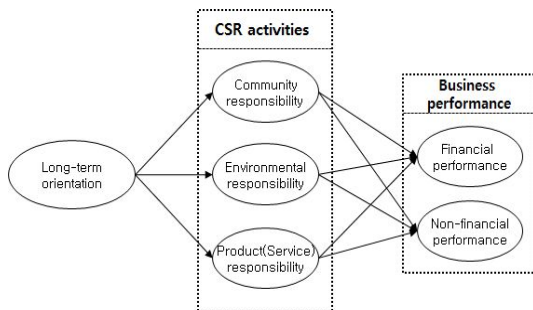
장기지향성에 관한 연구로, Lumpkin et al.(2010)은 가족기업의 장기지향성과 기업가치향성의 관계에 대해 분석하였다. 기업가치향성은 혁신성, 진취성, 위험감수성, 경쟁적인 저돌성(competitive aggressiveness), 자율성(autonomy) 등으로 분류하였다. 가족기업의 장기지향성과 혁신성, 진취성 및 자율성은 정(+)의 관련성, 그리고 위험감수성과 경쟁적인 저돌성은 부(-)의 관련성이 있는 것으로 나타났다[15]. 유사하게, Lumpkin and Brigham(2011)은 가족기업에서 장기지향성을 미래, 연속성, 인내 등의 3가지 프레임워크를 제시하였으며, 시간의 선택이 가족기업의 의사결정 및 행동에 중요한 영향

을 미치므로 표현, 자기통제, 예측 등을 식별해야 된다고 하였다[16]. Wang and Bansal(2012)은 벤처기업의 CSR 활동은 재무성과에 부정적인 영향을 끼치는 것으로 나타났다. 친환경이나 빈곤해결과 같은 사회적 문제까지 고려하면서 기업을 운영하기에는 벤처기업의 자금이나 기술력이 부족하기 때문이다. 그러나 단기 효율성 보다 장기적인 성과를 중시하는 장기지향성을 가진 벤처기업들의 경우 CSR 활동이 재무성과에 긍정적인 영향을 미치는 것으로 나타났다. 이러한 연구결과는 장기적인 관점에서 기업의 사회적 책임활동을 추진하면 벤처기업도 CSR 활동을 통한 지속가능성의 확보라는 긍정적인 효과가 나타날 수 있다는 것을 알 수 있다[14].

3. 연구모형 및 가설설정

3.1 연구모형

본 연구는 사회적 기업의 장기지향성이 CSR 활동과 사회적 기업의 경영성과에 영향을 미치는 요인을 검증하는 것이 목적이다. Wang and Bansal(2012)의 연구를 기반으로 장기지향성이 CSR 활동과 그리고 경영성과에 관한 연구모형을 제시하였다. 사회적 기업의 CSR 활동은 선행연구를 기반으로 지역사회 책임, 환경적 책임, 제품(서비스)의 책임 등으로 설정하여 재무성과 및 비재무성과의 관련성을 검증하고자 한다. [Fig. 1]은 본 연구의 연구모형이다.



[Fig. 1] The proposed research model

3.2 가설설정

3.2.1 장기지향성과 CSR 활동

장기지향적인 기업일수록 CSR 활동에 대한 투자로 단기간에 비용이 많이 발생하지만, 잠재적인 가치를 인

식하고 CSR 활동에 많은 투자를 할 것이다[14]. 사회적 기업의 경우에도 사회적 가치창출과 지속가능한 기업을 위해서 CSR 활동이 매우 중요한데, 장기지향적인 관점에서 CSR 활동을 수행한다면 기업의 사회적 책임 이상으로 사회적 공유가치를 창출할 수 있을 것이다. Wang and Bansal(2012)은 단기 효율성 보다 장기적 성과를 중시하는 장기지향성을 가진 벤처기업들의 경우 CSR 활동이 재무성과에 긍정적인 영향을 미치는 것으로 나타났다.

따라서 장기지향성이 사회적 기업의 CSR 활동에 정(+)의 영향을 미칠 것이라는 다음과 같은 가설을 설정하였다.

가설1. 장기지향성은 CSR 활동에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

가설1-1. 장기지향성은 지역사회 책임에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

가설1-2. 장기지향성은 환경적 책임에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

가설1-3. 장기지향성은 제품(서비스)의 책임에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

3.2.2 CSR 활동과 경영성과

기업의 사회적 책임에 대한 사회적 압력은 점차 증가하고 있는 추세이다. 투자자들은 사회적 책임을 수행하면서 재무성과를 증가시키기를 원하고 있으며[17], 정부의 다양한 규제의 증가 등으로 기업들은 다양한 CSR 활동을 수행해야 한다. 이러한 CSR 활동은 재무성과 및 비재무성과를 향상시키거나, 감소시킨다는 연구결과들이 많이 발표되고 있다. 그러나 CSR 활동은 특성상 재무성과가 단기적이기 보다는 장기적인 관점에서 연구를 수행해야 되기 때문에[18], 장기지향적인 관점에서 CSR 활동을 수행한다면, 기업의 경영성과를 향상시킬 수 있을 것이다[14].

CSR 활동과 기업의 성과에 관한 연구로, Stanwick and Stanwick(1998)은 기업의 사회적 성과와 기업규모, 재무성과, 환경적 성과와의 관련성을 검증하기 위해 1987~1992년까지의 기업데이터를 이용하여 분석하였다. 분석결과, 사회적 성과와 매출액 및 수익성에 긍정적인 관련이 있는 것으로 나타났다[19]. Mishra and Suar(2010)은 인도 150개의 제조 기업을 대상으로 기업의 사회적 책임이 기업성과에 미치는 영향에 대해 분석

하였다. 사회적 책임은 종업원, 고객, 투자자, 지역사회, 환경, 공급자 등으로 분류하였다. 연구결과, 기업의 사회적 책임이 재무성과 및 비재무성과에 중요한 영향을 미치는 것으로 나타났다[20].

국내연구로, 김세중 등(2012)은 한국기업의 CSR활동의 공유가치창출에 대해 연구하였는데, CSR 활동이 사회경제적 성과와 경영성과에 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났지만, CSR 활동으로 창출된 사회경제적 성과가 경쟁 환경의 질을 개선시켜서 경영성과에 영향을 미치지 못하는 것으로 나타났대[21]. 윤종원(2013)은 CSR 활동이 경영성과에 미치는 영향에 대해 분석하였다. 사회적 책임, 환경적 책임 그리고 경제적 책임은 비재무성과에 정(+)의 영향을, 경제적 책임과 사회적 책임은 재무성과에도 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났대[22]. 박상록·박현숙(2012)은 사회적 책임활동이 기업의 이미지 구성요인을 통해 기업성과에 미치는 효과를 검증하였다. 환경적 책임이 미래이미지와 CEO 이미지를 통해 기업성과에 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났대[23].

따라서 CSR 활동이 사회적 기업의 재무성과 및 비재무성과에 정(+)의 영향을 미칠 것이라는 다음과 같은 가설을 설정하였다.

- 가설2. CSR 활동은 사회적 기업의 경영성과에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.
- 가설2-1. 지역사회의 책임은 재무성과에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.
- 가설2-2. 지역사회의 책임은 비재무성과에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.
- 가설2-3. 환경적 책임은 재무성과에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.
- 가설2-4. 환경적 책임은 비재무성과에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.
- 가설2-5. 제품(서비스)의 책임은 재무성과에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.
- 가설2-6. 제품(서비스)의 책임은 비재무성과에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

3.3 변수의 조작적 정의 및 측정항목

본 연구의 측정항목은 선행연구에서 신뢰성과 타당성을 확보한 문항들을 기반으로 본 연구에 적합하도록 재

구성하였다. 인구통계학적 변수를 제외한 모든 변수는 7점 리커드 척도로 측정하였으며, ‘전혀 그렇지 않다(1)’에서 ‘매우 그렇다(7)’로 응답하도록 하였다.

본 연구에서 이용된 측정항목과 관련 연구자는 다음과 같다. 장기지향성은 장기적인 목표와 전략의 강조정도, 자원을 조달하기 위해 장기적인 문제에 대한 고려정도, 장기적인 경쟁력 구축정도, 미래의 경쟁우위 확보에 대한 관심정도 등 4개의 항목으로 측정하였으며, Miller and Friesen(1982)[24], Venkatramon(1989)[25], Wang and Bansal(2012) 등의 연구에서 이용된 설문항목을 이용하였다.

CSR 활동에서 지역사회의 책임은 지역사회에 환원하는 정도, 지역 비즈니스 발전을 위해 기부하는 정도, 지역 학교의 교육프로그램 개발에 도움 정도, 지역사회와 의사소통의 개방정도 등 4개 항목으로 측정하였으며, Wang and Bansal(2012)의 연구에서 이용된 설문항목을 이용하였다. 환경적 책임은 환경문제의 중요성 인식정도, ISO14001 표준을 실현하는 정도, 환경 친화적인 재활용 물질로 포장하는 정도, 쓰레기 배출량을 줄이기 위해 노력하는 정도 등 4개 항목으로 측정하였으며, Wang and Bansal(2012)의 연구에서 이용된 설문항목을 이용하였다. 제품(서비스)의 책임은 재생 가능한 자원을 이용하여 제품 및 서비스 생산, 천연재료를 사용하여 제품 및 서비스 생산, 인체 위해요소를 중점적으로 관리하여 제품 및 서비스 생산 등 3개 항목으로 측정하였으며, Wang and Bansal(2012)의 연구에서 이용된 설문항목을 이용하였다.

사회적 기업의 성과에서 재무성과는 평균 매출액 증가, 평균 순이익 증가, 투자한 자본대비 수익의 증가, 현금흐름의 개선 등 4개 항목으로 측정하였으며, Yao et al.(2007)[26], Wang and Bansal(2012)의 연구에서 이용된 설문항목을 이용하였다. 비재무성과는 지역 주민들의 소득의 증가, 지역의 보건, 안정 및 환경의 개선, 지역의 교육의 질의 향상, 지역의 협력업체의 증가정도 등 4개 항목으로 측정하였으며, Sharir and Lerner(2006), 김세중 등(2012)의 연구에서 이용된 설문항목을 이용하였다.

4. 실증분석 및 논의

4.1 연구의 표본 및 조사방법

본 연구의 자료 수집은 고용노동부에서 사회적 기업

으로 인증 받은 856개의 사회적 기업(2013년 7월 11일자)을 대상으로 우편설문을 이용하여 설문을 회수하였다. 조사기간은 7월 24일부터 10월 31일까지이며, 120부의 설문지를 회수하여 이 중 불성실하게 응답한 설문지 5부를 제외한 115부를 본 연구의 분석에 이용하였다.

표본의 특성을 살펴보면, 성별은 남성이 69명(60%), 여성이 46명(40%)으로 나타났고, 연령은 41~50세가 57명(49.6%)으로 가장 많으며, 학력은 대졸이 58명(50.4%), 대학원 이상이 24명(20.9%)으로 분포되어 있다. 종업원 수는 11~20명이 32개(27.8%), 21~50명이 31개(27.0%)로 나타났고, 월 매출액은 2,000만원 이상이 78개 기업으로 전체 69%를 차지하고 있다. Table 1은 표본의 특성을 나타낸 것이다.

4.2 신뢰성 및 타당성 분석

본 연구에서는 변수 간 인과관계를 검증하기 전에 측정도구에 대한 내적일관성 및 타당성을 검증하였다. 신뢰성을 검증하기 위해 Cronbach's α , 합성신뢰도(Composite Reliability: CR), 평균분산추출(Average Variance Extracted: AVE)을 이용하였다.

[Table 1] Characteristics of the respondents

Classification		Frequency	Percentage (%)
Gender	Male	69	60.0
	Female	46	40.0
	Total	115	100.0
Age	Under 30	7	6.1
	31~40	40	34.8
	41~50	57	49.6
	51+	11	9.5
	Total	115	100.0
Education level	High school under	18	15.7
	Two-year college	15	13.0
	Four-year college	58	50.4
	Graduate school or above	24	20.9
	Total	115	100.0
Number of employees	Under 5	5	4.3
	6~10	27	23.5
	11~20	32	27.8
	21~50	31	27.0
	51~100	14	12.2
	101+	6	5.2
Total	115	100.0	
Type of business	Social service	6	5.2
	Child care	4	3.5
	Cleaning service	15	13.1
	Manufacturing	36	31.3

	Service	22	19.1
	Healthcare	4	3.5
	Environment(recycling)	12	10.4
	Others	16	13.9
Total		115	100.0
Monthly sales (₩)	Under 5 million	11	9.7
	5~10 million	7	6.2
	10~20 million	17	15.1
	20~50 million	26	23.0
	50 million~1 hundred million	25	22.1
	1 hundred million+	27	23.9
	missing data	2	-
Total		115	100.0

신뢰성을 분석한 결과, 지역사회 책임의 CR3 항목을 제거하였을 때 신뢰성이 크게 개선되어 CR3 항목을 제외시킨 후 신뢰성을 분석하였다. 모든 변수의 Cronbach's α 값이 0.7 이상, CR 값은 0.8 이상, AVE 값은 0.6 이상으로 나타나 본 연구에 이용되는 모든 변수의 신뢰성이 확보되었다.

측정도구의 타당성을 평가하기 위해서 집중타당성과 판별타당성을 이용하였다. 본 연구에서는 측정항목의 요인적재량이 0.7 이상, 각 구성개념들의 AVE 제곱근이 0.7 이상이고 다른 구성개념들 간의 상관계수 보다 모두 큰 것으로 나타나 집중타당성 및 판별타당성이 확보된 것을 알 수 있다. Table 2은 집중타당성과 신뢰성 분석 결과이고, Table 3은 판별타당성 분석 결과이다.

[Table 2] Convergent validity and reliability test

Variable	Items	Factor loading	AVE	CR	Cronbach's α
Long-term	LO1	.893	.764	.928	.897
	LO2	.875			
	LO3	.888			
	LO4	.840			
Community	CR1	.864	.703	.876	.788
	CR2	.860			
	CR4	.789			
Environmental	ER1	.778	.610	.862	.791
	ER2	.795			
	ER3	.818			
	ER4	.742			
Product (service)	PR1	.839	.771	.910	.851
	PR2	.881			
	PR3	.912			
Financial	FP1	.805	.764	.928	.898
	FP2	.852			
	FP3	.936			
	FP4	.898			
Non-financial	NP1	.851	.705	.905	.863
	NP2	.844			
	NP3	.812			
	NP4	.850			

[Table 3] Discriminant validity test

Variable	1	2	3	4	5	6
1	.874					
2	.505	.874				
3	.456	.394	.781			
4	.262	.192	.502	.878		
5	.162	.346	.203	.041	.874	
6	.263	.409	.387	.249	.308	.839

Notes: 1. Long-term orientation;; 2. Community responsibility; 3. Environmental responsibility; 4. Product(service) responsibility; 5. Financial performance; 6. Non-financial performance.
 Note: The bold scores (diagonal) are the AVEs of the individual constructs. The off-diagonal scores are the squared correlations between the constructs.

4.3 가설검증

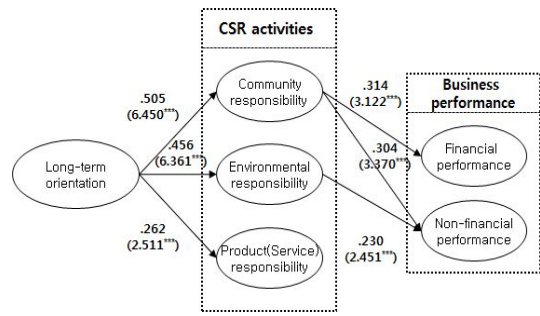
본 연구에서 제안하는 장기지향성, CSR 활동과 사회적 기업의 경영성과에 대한 영향관계를 검증하기 위해 구조모형 검증을 실시하였다. 본 연구에서 제안된 모형에 대한 경로분석 결과는 Fig. 2와 같다.

첫째, 장기지향성이 지역사회의 책임, 환경적 책임, 제품(서비스)의 책임에 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타나 가설1-1(경로계수=0.505, $t=6.450$), 가설1-2(경로계수=0.456, $t=6.361$), 가설1-3(경로계수=0.262, $t=2.511$)이 채택되었다.

둘째, 지역사회의 책임이 재무성과 및 비재무성과에 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타나 가설 2-1(경로계수=0.314, $t=3.122$), 가설2-2(경로계수=0.304, $t=3.370$)는 채택되었다.

셋째, 환경적 책임이 비재무성과에 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타나 가설 2-4(경로계수=0.230, $t=2.451$)는 채택되었으나, 재무성과에는 유의한 영향을 미치지 않는 것으로 나타나 가설 2-3(경로계수=0.118, $t=0.901$)은 기각되었다.

넷째, 제품(서비스)의 책임은 재무성과 및 비재무성과에 모두 유의한 영향을 미치지 않는 것으로 나타나 가설 2-5(경로계수=-0.079, $t=0.702$)와, 가설 2-6(경로계수=0.075, $t=0.736$)은 기각되었다.



[Fig. 2] Results of the structural equation

[Table 4] Summary of hypotheses testing

Path	Path coefficient	t-value	Result
Long-term orientation--> Community responsibility	.505	6.450***	Support
Long-term orientation--> Environmental responsibility	.456	6.361***	Support
Long-term orientation--> Product(service) responsibility	.262	2.511***	Support
Community responsibility--> Financial performance	.314	3.122***	Support
Community responsibility--> Non-financial performance	.304	3.370***	Support
Environmental responsibility--> Financial performance	.118	0.901	Not-sup port
Environmental responsibility --> Non-financial performance	.230	2.451***	Support
Product(service) responsibility --> Financial performance	-.079	0.702	Not-sup port
Product(service) responsibility --> Non-financial performance	.075	0.736	Not-sup port

Significance level: ** : p<0.05 *** : p<0.01

5. 결론

5.1 연구결과의 요약

본 연구는 사회적 기업의 장기지향성이 CSR 활동과 사회적 기업의 경영성과에 영향을 미치는 요인을 검증하는 것이 목적이다. 이러한 연구목적을 달성하기 위해 사회적 기업, CSR 활동 및 장기지향성에 관한 이론적 배경을 바탕으로 연구모형 및 가설을 설정하였고, 사회적 기업가 115명을 대상으로 실증분석을 실시하였다. 본 연구의 분석결과를 요약하면 다음과 같다.

첫째, 장기지향성은 지역사회의 책임, 환경적 책임, 제품(서비스)의 책임을 증가시키는 것으로 나타났다. 장기지향성을 가진 사회적 기업의 경우 지역사회의 책임, 환

경적 책임, 제품(서비스)의 책임 등과 같은 CSR 활동을 잘 수행한다는 것을 알 수 있다. 단기의 효율성 보다는 장기적인 효과성을 중시하는 장기지향성을 가진 벤처기업의 경우 CSR 활동으로 기업의 성과가 향상된다는 Wang and Bansal(2012)의 연구와 일치하는 연구결과이다.

둘째, 지역사회의 책임은 사회적 기업의 재무성과 및 비재무성과를 향상시키는 것으로 나타났다. 사회적 기업의 지역사회의 책임활동은 사회적 기업의 재무성과 뿐만 아니라, 지역주민들의 소득을 증가시키고 지역사회의 교육 및 행정업무를 개선시켜 지역사회 삶의 가치를 향상시킨다는 것을 알 수 있다.

셋째, 환경적 책임은 비재무성과를 향상시키는 것으로 나타났지만, 재무성과에는 유의한 영향을 미치지 않는 것으로 나타났다. 사회적 기업의 환경적 책임 활동은 사회적 기업의 재무성과에는 직접적인 영향을 미치지 않지만, 지역사회의 환경을 개선시켜 지역주민의 삶을 개선시키는데 도움을 준다는 것을 알 수 있다.

넷째, 제품(서비스)의 책임은 사회적 기업의 재무성과 및 비재무성과에 유의한 영향을 미치지 않는 것으로 나타났다. 본 연구의 표본의 특성 중 사회적 기업의 업종을 살펴보면, 제조업이 36개 기업, 서비스업이 22개 기업으로 50.4%를 차지하고 있지만, 제조업 및 서비스업 이외의 사회적 기업이 많이 분포되어 있기 때문에, 제품(서비스)의 책임이 사회적 기업의 재무 및 비재무성과에 유의한 영향을 미치지 않는 것으로 판단된다. 따라서 향후 연구에서는 제조업 및 서비스업의 사회적 기업만을 추출하여 추가분석을 해 볼 필요가 있을 것이다.

5.2 연구의 시사점 및 한계점

본 연구의 시사점은 첫째, 본 연구는 사회적 기업으로 인증을 받은 사회적 기업의 기업가를 대상으로 장기지향성, CSR 활동 그리고 사회적 기업의 성과와의 관련성을 검증하였다는데 연구의 의의가 있다. 장기지향성을 가진 사회적 기업은 CSR 활동에 긍정적인 영향을 미쳤으며, 지역사회의 책임, 환경적 책임 등은 사회적 기업의 경영 성과를 향상시키는 것을 본 연구의 결과를 통해 알 수 있다.

둘째, 본 연구에서는 사회적 기업의 특성을 고려하여 CSR 활동을 분류하였다는데 연구의 의의가 있다. CSR 활동을 지역사회의 책임, 환경적 책임, 제품(서비스)의 책임으로 분류하였다. CSR 활동은 사회적 기업의 성과에도 중요한 영향을 미치는 것으로 나타났다.

셋째, 본 연구에서는 CSR 활동과 사회적 기업의 성과와의 관련성에서 재무성과 뿐만 아니라 비재무적 성과를 고려하여 연구하였다는데 의의가 있을 것이다.

본 연구의 결과를 바탕으로 연구의 한계점 및 향후 연구방향을 제시할 수 있다. 본 연구의 한계점은 첫째, 사회적 기업에 관한 선행연구에서는 기업의 사회적 책임에 관한 연구가 부족하여 벤처기업 및 일반 기업에 관한 연구의 측정항목을 원용하여 본 연구에 이용하였다. 따라서 전적으로 사회적 기업에 대한 측정항목이라고 보는데 한계가 있다. 둘째, 본 연구에서는 CSR 활동에 영향을 미치는 요인을 장기지향성 변수만을 고려하고 있는데, 장기지향성 이외에 CSR 활동에 영향을 미칠 수 있는 다양한 변수를 고려하여 연구할 필요가 있을 것이다.

향후 연구에서는 이러한 한계점을 보완하여 기업의 사회적 책임에 영향을 미치는 다양한 변수를 포함하여 연구를 한다면 사회적 기업의 CSR 활동과 성과에 관한 연구에 많은 도움이 될 수 있을 것으로 판단된다.

References

- [1] Korea Social Enterprise Promotion Agency, Available From: <http://www.socialenterprise.or.kr/kosea/info.do> (accessed Dec., 10, 2013)
- [2] M. Sharir, M. Lerner, "Gauging the Success of Social Ventures Initiated by Individual Social Entrepreneurs," *Journal of World Business*, Vol. 41, No. 1, pp. 6-20, February, 2006.
DOI: <http://dx.doi.org/10.1016/j.jwb.2005.09.004>
- [3] S. H. Jang, "The Effects of Internal, External Environment and Entrepreneurship on the Performance of Social Enterprise: Focused on the Network Activity," *Journal of Korea Academia-Industrial Cooperation Society*, Vol. 12, No. 11, pp. 4801-4811, November, 2011.
DOI: <http://dx.doi.org/10.5762/KAIS.2011.12.11.4801>
- [4] Y. T. Lee, "A Study on the Relationship Social Entrepreneurship and Performance in Social Enterprises," *Journal of Human Resource Management, Research*, Vol. 18, No. 3, pp. 129-150, September, 2011.
- [5] Y. T. Kim, An Empirical Study on the Affecting Factors of Social Enterprise Entrepreneurial Performance, Chung-Ang University, Doctoral Dissertation, 2012.
- [6] K. M. Kim, D. W. Ko, "Linkage Between Social

- Responsibility and Social Enterprises in Korea Tourism Industry,” Korean Journal of Tourism Research, Vol. 26, No. 5, pp. 43-61, December, 2011.
- [7] S. Y. Nam, C. H. Jo, M. K. Chung, “Conceptualization and Typology of Social Enterprises Revisited: For Understanding of the Dynamics of Their Growth with Varieties of Organizational Form and Structure,” Journal of Creativity and Innovation, Vol. 3, No. 2, pp. 129-273, August, 2010.
- [8] C. M. Crisan, A. Borza, “Social Entrepreneurship and Corporate Social Responsibilities,” International Business Research, Vol. 5, No. 2, pp. 106-113, September, 2012.
DOI: <http://dx.doi.org/10.5539/ibr.v5n2p106>
- [9] Miles, M. P., M. L. Verreynne, B. Luke, R. Eversole, J. Barraket, “The Relationship of Entrepreneurial Orientation, Vincentian Values and Economic and Social Performance in Social Enterprise,” Review of Business, Vol. 33, No. 2, pp. 91-102, August, 2013.
- [10] Vaaland, T. I., M. Heide, K. Gronhaun, “Corporate Social Responsibility: Investigating Theory and Research in the Marketing Context,” European Journal of Marketing, Vol. 42, No. 9/10, pp. 927-953, October, 2008.
DOI: <http://dx.doi.org/10.1108/03090560810891082>
- [11] A. B. Carroll, “The Pyramid of Corporate Social Responsibility: Toward the Moral Management of Organizational Stakeholders,” Business Horizons, Vol. 34, No. 4, pp. 39-48, July, 1991.
DOI: [http://dx.doi.org/10.1016/0007-6813\(91\)90005-G](http://dx.doi.org/10.1016/0007-6813(91)90005-G)
- [12] S. Sen, C. B. Bhattacharya, “Does Doing Good Always Lead to Doing Better? Consumer Reactions to Corporate Social Responsibility,” Journal of Marketing Research, Vol. 38, No. 2, pp. 225-243, May, 2001.
DOI: <http://dx.doi.org/10.1509/jmkr.38.2.225.18838>
- [13] Dahlsrud, A., “How Corporate Social Responsibility is Defined: An Analysis of 37 Definitions,” Corporate Social Responsibility and Environmental Management, Vol. 15, No.1, pp. 1-13, January/February, 2008.
DOI: <http://dx.doi.org/10.1002/csr.132>
- [14] T. Wang, P. Bansal, “Social Responsibility in New Ventures: Profiting from a Long-Term Orientation,” Strategic Management Journal, Vol. 33, No. 10, pp. 1135-1153, October, 2012.
DOI: <http://dx.doi.org/10.1002/smj.1962>
- [15] G. T. Lumpkin, K. H. Brigham, Moss, T. W., “Long-Term Orientation: Implications for the Entrepreneurial Orientation and Performance of Family Businesses,” Entrepreneurship & Regional Development, Vol. 22, No. 3/4, pp. 241-264, July, 2010.
DOI: <http://dx.doi.org/10.1080/08985621003726218>
- [16] G. T. Lumpkin, K. H. Brigham, “Long-Term Orientation and Intertemporal Choice in Family Firms,” Entrepreneurship: Theory & Practice, Vol. 35, No. 6, pp. 1149-1169, November, 2011.
DOI: <http://dx.doi.org/10.1111/j.1540-6520.2011.00495.x>
- [17] M. Barnett, R. M. Salomon, “Beyond Dichotomy: The Curvilinear Relationship Between Social Responsibility and Financial Performance”, Strategic Management Journal Vol. 27, No. 11, pp. 1101-1156, November, 2006.
DOI: <http://dx.doi.org/10.1002/smj.557>
- [18] J. H. Kang, D. H. Kim, “The Study on the Relations Between Corporate Social Responsibility and Financial Performance”, Journal of Korea Academia-Industrial Cooperation Society, Vol. 11, No. 2, pp. 681-688, February, 2012.
DOI: <http://dx.doi.org/10.5762/KAIS.2010.11.2.681>
- [19] Stanwick, P. A., S. D. Stanwick, “The Relationship Between Corporate Social Performance, and Organizational Size, Financial Performance, and Environmental Performance: An Empirical Examination,” Journal of Business Ethics, Vol. 17, No. 2, pp. 195-204, January, 1998.
DOI: <http://dx.doi.org/10.1023/A:1005784421547>
- [20] Mishra, S. D. Suar, “Does Corporate Social Responsibility Influence Firm Performance of Indian Companies?,” Journal of Business Ethics, Vol. 95, No. 4, pp. 571-601, September, 2010.
DOI: <http://dx.doi.org/10.1007/s10551-010-0441-1>
- [21] S. J. Kim, E. B., Park, T. Khulan, “An Empirical Study on Shared Value Created by CSR Activities of Korean Corporations,” Logos Management Review, Vol. 10, No. 4, pp. 1-28, December, 2012.
- [22] J. W. Yun, “A Study on the Effect of CSR and Entrepreneurship on Business Management Performance,” Korea International Accounting Review, Vol. 50, No. 8, pp. 87-106, August, 2013.
- [23] S. R. Park, H. S. Park, “A Study of the Effect of Corporate Social Responsibility in Mediated Corporate Image on Corporate Performance,” Korean Journal of Business Administration, Vol. 26, No. 4, pp. 961-985, April, 2013.
- [24] D. Miller, P. H. Friesen, “Innovation in Conservative and Entrepreneurial Firms: Tow Models of Strategic Momentum, Strategic Management Journal, Vol. 3, No.

1, pp. 1-25, March, 1982.

DOI: <http://dx.doi.org/10.1002/smj.4250030102>

- [25] N. Venkatraman, "Strategic Orientation of Business Enterprises: The Construct, Dimensionality, and Measurement," *Management Science*, Vol. 35, No. 8, pp. 942-962, August, 1989.

DOI: <http://dx.doi.org/10.1287/mnsc.35.8.942>

- [26] Yao, Y. Palmer, J. and Dresner, M., "An Interorganizational Perspective on the Use of Electronically-Enabled Supply Chains," *Decision Support Systems*, Vol. 43, No. 3, pp. 884-896, April, 2007.

DOI: <http://dx.doi.org/10.1016/j.dss.2007.01.002>

장 성 희(Sung Hee Jang)

[정회원]



- 2001년 2월 : 경북대학교 일반대학원 경영학과 (경영학석사)
- 2009년 2월 : 경북대학교 일반대학원 경영학과 (경영학박사)
- 2010년 3월 ~ 2011년 2월 : 경북대학교 경영학부 BK21 Post-Doc.
- 2011년 3월 ~ 2013년 2월 : 경북대학교 경영학부 BK21 연구교수

- 2013년 11월 ~ 현재 : 경북대학교 경영학부 BK21 플러스 연구교수

<관심분야>

RFID, 그린IT, GSCM, 사회적 기업의 성과

마 윤 주(Yoon Joo Ma)

[정회원]



- 2009년 2월 : 경남과학기술대학교 벤처창업대학원 창업학과 (창업학석사)
- 2009년 3월 ~ 현재 : 경북대학교 대학원 경영학부 박사수료
- 2009년 3월 ~ 현재 : 경북대학교 문화산업연구소 연구원
- 2012년 3월 ~ 2013년 12월 : 경남과학기술대학교 강사

<관심분야>

전략 및 조직관리, 도시의 창조성, 사회적 기업, 창조경제