

# 사회적 기업의 성공요인과 내부고객만족이 기업성과에 미치는 영향

-제주지역을 중심으로-

The Effect of Social Enterprises' Success Factors and  
Internal Customer Satisfaction on the Corporate Performance

-Focusing on Jeju Region-

강 태 훈\* · 김 형 길\*\*

(Tae-hoon Kang · Hyoung-gil Kim)

## 목 차

- I. 서 론
- II. 이론적 배경
- III. 연구 방법
- IV. 실증분석
- V. 결 론

## I. 서 론

전 세계는 부의 양극화와 고령화, 지역적 불균형 등의 새로운 사회적 문제를 극복하고자 사회적 기업에 관심을 가지게 되었다. 국내에서는 2003년에 사회적 일자리 창출사업을 시도하였으나 지속적인 일자리를 만드는 데는 성공하지 못하였다. 사회적 기업의 출발은 민간의 시민 단체 및 연구자들에서 출발하였지만 이후 주도적인 추진과정은 정부에서 맡아 매우 급속히 이루어졌으며 양적인 확장이 과제의 하나로 설정되었다(박찬일,

\* 제주대학교 대학원 경영학과 박사과정

\*\* 제주대학교 경상대학 경영학과 교수

2008). 이로 인해 한국의 사회적 기업들은 영리적 성과에만 초점을 두고 기업을 운영하려고 하는 경향이 있다.

일반적으로 사회적 기업은 “영리적인 기업 활동을 통해 수익을 창출하고 창출된 수익은 사회적 목적을 위해 환원하는 기업”으로 정의하고 있다(Department of Trade and Industry, 2002). 그러나 사회적 기업은 ‘영리성’과 ‘공익성’을 갖는 특수성이 있으므로 이타적 요인들에 대한 연구가 필요하다. 사회적 기업의 지속 가능성을 높이는 것은 보조금이나 지원금이 아니라 기업의 경제활동을 통한 사업의 경쟁력 확보가 필수적이라고 볼 때 기업이 보다 성공적이고 지속적인 운영을 위해서는 바람직한 성과를 내기 위한 요인을 발견하는 것은 중요한 의미가 있다.

윤종덕(2010)에서는 창업기업의 성공요인에 대한 실증적 요구를 분석한 결과 창업기업의 성공 결정 요인으로 시장성, 기술성, 경제성, 정부정책, 경영능력으로 분석하였고, Timmons(2003)에서는 창업기회, 창조적 자원, 창업가적인 팀의 역할, 창업주도자 등을 성공요인으로 정의하였다. 이 처럼 일반 기업은 기업의 형태나 제품의 특징에 따라 성공요인들의 변수들의 차이가 있지만, 사회적 기업은 조직적, 전략적, 경영역량, 사회적 기업가 정신요인, 사업환경요인, 사회적 네트워크 등으로 성공요인을 정의 하였다(문형인, 2010), 또한, 이광우(2008)에서 사회적 기업의 성공요인으로 전략적요인, 사회적 기업가 정신, 경영 역량, 조직 구조, 사업 환경, 사회적 네트워크, 이렇게 6가지 요인의 성과에 영향을 미친다고 정의하였다.

제주특별자치도에서는 2007년 9월 이후 시행 된 사회적 기업 육성법에 의해 사회적 기업 육성에 힘써 왔지만, 지원이 끝나고 나서도 자립 할 수 있는 사회적 기업이 극소수여서 이에 대한 대안으로 지속적인 사회적 기업 성공요인분석이 필요하다.

그동안 영리성과 공익성을 동시에 추구하는 사회적 기업의 성공요인에 대한 연구는 다소 미흡하였다. 또한 경영 성과를 내부 요인들로 연계한 연구들은 부족한 현실이다. 그러므로, 기업성과에 관련된 선행 연구들은 대부분 외부고객과의 관련성만을 중심으로 연구가 이뤄져 왔는데, 사회적 기업의 내부고객만족이 기업의 성과에 어떠한 영향을 미치는지 영향 관계의 규명은 의미가 있을 것이다.

이를 토대로 사회적 기업이 지속적 성공요인으로 내부고객만족의 중요성을 사회적 기업이 지속적 성장 발전 할 수 있는 방향을 제언하고자 한다. 첫째, 사회적 기업의 이론적 고찰과 사회적 기업의 성공요인, 내부고객 만족의 구성요인을 이론적으로 고찰 하고, 둘째, 사회적 기업의 성공요인에 대한 요인 타당성을 검증하며, 사회적 기업의 성공요인

이 내부고객만족에 미치는 상관관계, 사회적 기업의 성공요인과 영리적, 공익적 성과의 관계를 검증하고, 셋째 내부고객만족이 영리적, 공익적 성과에 어떠한 영향을 미치는지 파악하고자 한다. 넷째, 제주지역 사회적 기업의 효율적인 내부고객 만족도를 향상 시키는데 시사점을 제공하고자 한다.

## II. 이론적 배경

### 2.1. 사회적 기업

#### 2.1.1. 사회적 기업의 정의

사회적 기업(social enterprise)에 대한 정의는 국가별로 처한 상황에 따라 다양한 정의가 존재한다. 사회적 기업은 사회적 목적을 가진 기업으로 인식되면서 비영리기업(non-profit enterprise), 지역사회 벤처(community wealth venture), 사회적 목적기업(social purpose enterprise) 등 다양한 이름으로 불리고 있다. 영국의 Social Enterprise London(1999)은 사회적 기업을 “사회적 목적을 갖는 사업의 형태”라고 정의하고, 사회적 기업은 사회적 경제 성장의 한부분이라고 보았다. 반면, 영국정부는 “사회적 기업은 주주나 사업주의 이익 극대화를 위해 비즈니스를 하기 보다는 사회의 목적을 우선시하는 기업으로 이 목적에 따라 기업의 생산물이 원칙적으로 비즈니스나 지역에 재투자 된다”는 사회 공헌적 조직으로 정의하고 있다(Social Enterprise: A Strategy for Success, 2002).

일반 학자들의 정의로는 Campbell(1999)은 사회적 기업을 “사회적 목적을 갖는 사업으로 지역사회에서 필요로 하는 재화 및 서비스를 생산하고 부족한 재원을 지원하는 활동을 통해 이윤을 사회적으로 보편화하고자 하는 조직”이라고 정의했다. 국내 학자들의 정의로는 “사회 공동체의 건전한 공동발전을 위해 나눔 운동을 추구하는 비영리기업이나, 창의적 시장원리에 의해 창출한 수익을 공동체를 위해 배당을 목적으로 하는 영리기업 모두를 총칭”이라고 정의하고 있다(권영준, 2008). 또한, 사회적 목적인 공익과 경제

적 목적인 이익을 동시에 추구하는 조직으로 이해 되서 흔히 “공익을 위한 민간기업”, “영리목적의 사회사업”이라는 등으로 불리고 있다(이윤제, 2010).

### 2.1.2. 사회적 기업의 특징

사회적 기업은 제3섹터 영역에서 나타나고 있으며 사회적 경제(특히 협동조합)의 요소와 비영리 조직의 요소를 결합한 것으로 함축되지만, 이는 사회적 경제나 비영리부문이 단순히 새로 발전한 것 이상의 실체라고 볼 수 있다(김성수, 2005).

사회적 기업의 특징은 첫 번째로 사회적 기업의 가장 핵심적인 특징은 일석이조(一石二鳥)이다. 이러한 특징은 기업적인 생산성과 수지타산을 신경 써야하는 동시에 사회적 시설인력을 사회로 복귀시키기 위한 효과적이고 양질의 프로그램을 운영해야 한다는 양립된 책임을 갖고 있다(정선희, 2008).

둘째로 사회적 기업의 특징은 다른 유사조직과 구분하는 요소들로서 사회적 기업과 사회적 경제나 비영리조직의 가장 큰 차이점으로 ‘기업가정신’이 발현되는 실제기업으로써 ‘사회적’성격을 가진다는 점이다(전병유, 정인수, 2003).

## 2.2. 사회적 기업의 성공요인

국내에서는 사회적 기업 성공요인에 대한 본격적인 연구는 이루어 지지 않았다. 다만, 최근 들어 사회적 기업에 대한 관심과 더불어 학술지등에 포괄적이거나 단편적인 의미에 기고는 눈에 띈다.

정선희(2007)는 첫째, 사회적 기업 창업자의 리더십을 들고 있다. 설립초기 창업자의 창업정신과 리더십은 결정적인 역할을 한다. 둘째, 명확한 목표의식이다. 사회적 기업은 ‘비즈니스 수익성’과 ‘사회적 임무’라는 두 가지 목표가 공존하고 있어 균형 있는 경영으로 지속적 수익창출이 중요하다. 셋째, 충분한 시장조사와 자산평가, 사회적 기업이라도 시장에서는 예외가 없다. 따라서 시장의 요구에 충족하는 상품을 만들어야 한다. 셋째, 명확한 책임라인 시스템구성 기업은 신속한 의사결정이 경쟁력이다. 사회적 프로그램을 운영하는 직원과 사회적기업의 경영을 담당하는 매니저의 역할분화와 전문성과 책임운영이 중요하다. 넷째, 내부 기술 인력과 외부 전문가의 결합의 중요성을 들고 있다. 여러

가지로 사회적 기업에 시사 하는바가 있으나 이는 본격적인 실증과 이론을 바탕으로 한 연구의 결과가 아니라 성공한 사회적 기업의 보편적 특성을 정리한 것이다.

이광우(2008)에서 사회적 기업의 성공요인으로 전략적 요인, 사회적 기업가정인 요인, 경영역량, 조직적 요인, 사업 환경적 요인, 사회적 네트워크요인. 이 6개의 요인들의 기업 성과에 영향을 미치는 것으로 연구가 되었다.

### 2.2.1. 전략적 요인

수익사업을 어떻게 어느 정도로 확대할 것인가에 대한 전략이 필요하다. 기존 비영리 단체나 시민단체의 지도자에 견줘 사회적 기업가에게 요구되는 자질은 조직의 운영자금 조달 능력이다. 비영리단체들도 자체 수익사업을 벌이지만 가장 부족한 것이 돈을 버는 기술인 것만은 분명하다.

사회적기업의 수익사업은 영리를 좇으려는 게 아니라 말 그대로 사회적 소명을 지속 가능하게 수행하기 위해 재정 자립도를 높이기 위해 요구되는 일종의 사회적 경영전략인 셈이다. 수익사업은 비영리조직이 사회적 서비스 프로그램의 운영비용을 조달하기 위한 목적으로 벌이는 영리활동을 말한다. 투자한 것보다 이윤을 더 내야 하는 영리사업과 본질적으로 다르다.

### 2.2.2. 사회적 기업가 정신 요인

기업가란 기업을 지배, 운영하는 경영자를 말한다. 즉, 기업가는 스스로 출자하고 동시에 기업을 경영하는 자를 규정한다. 경영학적 의미로 소유와 경영이 일치하는 기업가를 경영자형 기업가라고 지칭하지만 오늘날에는 기업을 지배하고 운영하는 기능적인 측면을 중시하여 기업을 지배하는 능력과 경영하는 능력을 동시에 가지는 창조적 리더십을 가진 자를 기업가로 정의하고 있다.

전통적으로 기업가는 기업이 성장에 영향을 미치는 가장 중요한 요인 중 하나로 기업의 경영자와 관련된 제반 요인을 말한다. 그러나 기업가 정신에 관한 연구는 아직까지 일치된 결과를 보이지 못하고 있다. 이는 연구자들 마다 접근방법이 상이하고 변수로 고려하는 특성이 다양하기 때문이라고 할 수 있다(Cooper and Gascon, 1992).

기업가정신은 경영이념의 의미로 기업가의 본래의 기능을 적극적으로 달성, 수행하는

마음가짐이다. 출자를 담당하는 기능, 경영혁신을 통한 창조정신, 리더십을 발휘한 도전 정신과 할 수 있다는 신념의 정신, 스스로 위협을 극복하는 도전과 개척정신 등이 대표적이다.

Peredo and Mclean(2006)는 사회적 기업 활동에 대한 연구에서 사회적 기업가는 우선 균형적인 판단을 보여주고 복잡한 국면에서 목표와 행동의 일관성 있는 조화를 이루어야 한다. 그리고 둘째로 사회적 기업은 뛰어난 방법으로 기회인식과 그들이 제공하고 자 하는 사회적 가치에 잘 활용하며, 셋째로 사회적 기업가는 사회적 경쟁의 장에서 상업적 기업가들에 나타나는 위험감수, 혁신성 및 적극성 참여 의지가 있어야 한다고 정리하고 있다.

### 2.2.3. 조직적 요인

김중휘(2009)에서는 문화예술 사회적 기업 ‘노리단’을 통해 조직적 요인이 사회적 기업의 성공요인에 큰 영향을 준다는 것을 진술하고 있다.

주)노리단은 개인의 능력을 충분히 발휘할 수 있도록 원활한 의사소통과 효과적 협동을 이끌어 내는 것이 성공적인 사회적 기업에 중요한 요인으로 본다.

성공한 사회적 기업에 대한 연구결과 Moshe and Lerner(2006)와 Wheeler(2003)는 경영자와 구성원과의 비전이나 창업자와의 커뮤니케이션의 용이성 등이 매우 중요한 것으로 나타나 있다.

### 2.2.4. 사업 환경적 요인

Porter(1985)는 산업 환경의 특성을 산업 내 경쟁관계, 공급자와의 관계, 수요자와의 관계, 대체제의 위협 및 잠재적 신규진입자라는 5가지 요인으로 구분하여 정의하였다. 산업 환경의 속성은 늘 변화한다는 속성을 지니고 있어 일정한 상황에 머무르지 않는다는 동태적 특성을 지니고 있으며 주변 요인으로부터 영향을 받는다는 복잡성을 지니고 있다. 또한 업종이나 상품에 따라 산업의 라이프 사이클과 주기에 따른 영향을 받고 있다(Covin and Slevan, 1991).

Roure and Madique(1987)은 사업 내 경쟁에 대하여 어떤 상품의 목표 시장이 점유율과 구매자 집중도가 높고 산업 내 경쟁강도가 낮을 때 기업의 성과가 높다고 했다.

Sandberg and Hofer(1987)는 산업마다 서로 다른 산업구조와 시장의 안정성, 진입장벽의 정도차이 등 특성을 지니고 있으며 이러한 산업특성 산업의 제품 간 이질성이 높을수록 성공적이고 산업성장률이 높을수록 경영성과가 높은 것으로 실증적인 입증을 했다.

### 2.2.5. 사회적 네트워크

Moshe and Lerner(2006)의 연구에서 사회적 기업은 열악한 사업 환경의 극복을 위해 사회인식의 확대와 사업추진에 협력적 관계형성을 위해 인적, 사회적 네트워크의 기반이 되는 학연, 지연, 사회적 친분이 두터운 것이 매우 유익한 요인으로 보고 있다.

사회적 네트워크란 자원과 전문지식을 동원하는 과정에서 다른 사람들로 하여금 아직은 불확실한 미래의 사업에 자본과 노동력에 대한 노력을 하도록 하는 것이 포함된다. 실제로 기업가의 사회적 네트워크에 통합된 사회적 자본은 그 자체로 사회적 기업의 중요한 자본이 된다.

따라서 다양한 계층과 기관과의 호의적 관계를 유지하는 것은 사회적 기업을 성장시키거나 영위하여 나아가는데 매우 중요한 것으로 연구결과 성공한 사회적 기업은 모두 이와 같은 요소를 가지고 있었다.

## 2.3. 내부 고객 만족

### 2.3.1. 내부고객 만족의 개념

내부고객 만족이 고객 만족의 출발점이 된다. 불만족한 종업원은 고객에게 좋지 못한 서비스를 제공하여 고객을 만족시키지 못하기 때문이다. 동기부여이론에 의하면 종업원을 내부 고객으로 대우하고 만족시켜 사기를 높여주는 것이 최종고객인 소비자를 만족시키기 위해 매우 효과적인 방법이 되고있다(Berry and Parasuraman, 1991). 내부 고객만족이 낮은 기업들은 최종소비자들의 만족도 또한 낮은 공통점을 가지고 있다는 것이 이를 반증해 주는 것이다(정준, 1992).

내부고객만족은 대개 직무만족이라는 개념으로 연구가 진행되어 왔다. 그러나 Heskett, James L., Jones(1994)등의 연구에 의하면, 내부 고객만족은 직무만족과 유사

하지만 직무만족을 포함하는 보다 포괄적인 개념으로 나타나고 있다. 그렇지만 직무만족의 개념을 보다 포괄적으로 파악하게 되면 직무만족은 내부고객만족의 거의 대부분이 요인으로 포함하게 되며, 내부고객만족은 '내부고객의 욕구와 기대를 충족시켜 주는 것'으로 정의할 수 있다.

### 2.3.2. 내부고객 만족의 구성요인

일반적으로 내부고객 만족을 구성하는 요인도 학자마다 그 시각에 따라 차이가 있다.

Herzberg(1966)는 내부고객만족의 요인은 위생요인과 구분되는 동기요인으로 구분하고, 내부고객만족 요인으로는 직무수행 그 자체(일 그 자체의 관심, 업무), 안정감, 성취감, 책임감, 승진 등을 제시하였다. Organ과 Hamner(1982)는 직무만족도가 높게 작용하는 요인으로 높은 보수, 직무에 자율성, 직무로부터 내재하는 강한 보상을 들고 있으며, Locke(1976)는 직무자체, 임금, 승진, 인정, 복리후생(연금, 유급 휴가 등), 작업환경, 감독, 동료, 회사 경영방침으로 과거 조사자들이 연구한 직무차원을 정리하고 있다 (Locke, E. A., 1973). 또한 Porter와 Steers(1973)는 내부고객만족 요인들을 조직전체 요인, 작업 환경 요인, 직무내용 요인, 개인 요인 등으로 구별하고 있다.

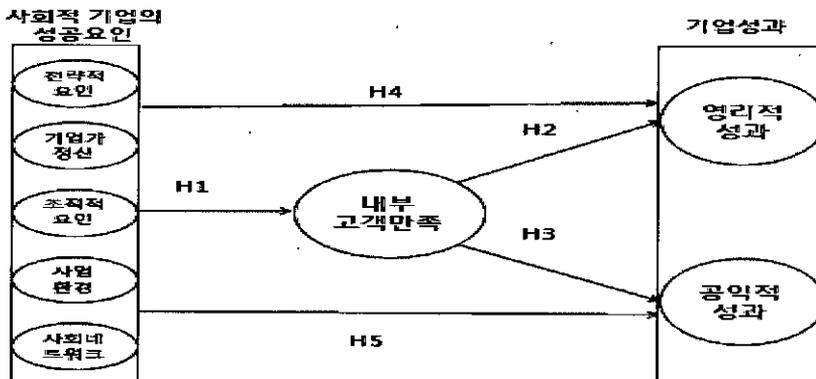
그 외에 Cornell 대학 연구소는 직무만족 요인으로 직무, 봉급, 승진, 감독, 동료 등을 Gilmer(1966)는 직무만족 요인으로 안정, 승진, 임금, 직무의 본질적인 측면, 감독, 직무의 사회적 측면, 의사소통, 작업환경, 복리후생으로 분류하고 있다.

## Ⅲ. 연구방법

### 3.1. 연구 모형 및 연구 가설

#### 3.1.1. 연구 모형

본 연구의 모형은 <그림 1> 에 나타난 바와 같다.



<그림 1> 연구 모형

### 3.1.2. 연구 가설

본 연구의 목적을 달성하기 위하여 다음과 같이 5가지 가설을 설정하였다.

(1) 사회적 기업의 영향요인인 제도효과성, 성장필요성, 운영애로성 등이 종사자만족도에 영향을 미친다고 정의했다(이태영, 2009). 송연숙(2008)에서는 보상시스템, 경영층 지원 그리고 교육훈련이 내부고객만족에 정의 영향을 미치는 것으로 조사되었다. 이광우(2008)에서 사회적 기업의 성공요인으로 전략적요인, 사회적 기업가 정신, 경영 역량, 조직 구조, 사업 환경, 사회적 네트워크, 이렇게 6가지 요인의 성과에 영향을 미친다고 정의하였다. 따라서, 선행연구의 요인들의 내부고객 만족에도 관계가 있을 것이다 가정하여 가설1을 설정하였다.

가설 1. 사회적 기업의 성공요인은 내부고객 만족에 정(+)의 상관 관계가 있을 것이다.

(2) 영리적 성과는 기업으로서의 가져야하는 본질적인 성과로 기업을 유지·발전시키기 위한 금전적인 성과와 경영자립정도로 정의한다(이광우, 2008). 사회적 기업의 수익성과는 사회적 기업이 기업활동 추구를 통해서 발생하는 제품과 서비스를 소비자들이 이용하면서 얻게 되는 것으로 사회 내에서 발생하는 효과이다(김기현, 2011). 또한, 권오경(2007)에서는 경쟁의 높은 기업 일수록 고객만족은 수익과 이익에 유의한 정(+)의 효과를 나타낸다고 하였다. 따라서, 사회적 기업의 내부고객만족의 기업의 영리적 성과에 영향을 미칠 것이라 가정하여 가설2을 설정하였다.

가설 2. 사회적 기업의 내부고객만족은 기업의 영리적 성과에 정(+)의 영향에 미칠 것이다.

(3) 공익적 성과는 사회적 기업이 본질적으로 추구하고자하는 사명감과 봉사정신 그리고 부가가치와 사회공헌으로 정의하였다(이광우, 2008). 사회서비스 제공정도와 고용창출 정도가 사회적 기업의 성과 측정 변수이다(김기현, 2011). 또한, 황정은(2010)에서 사회적 기업가의 의식이나 태도가 근로자들의 직무만족으로 연결되어 결국, 업무 이해도와 몰입도를 높이고, 성과를 위한 노력으로 변화되어 기업의 성장과 발전을 가져다주는 자산이라고 분석하였다. 따라서, 선행연구들을 토대로 사회적 기업의 내부고객만족의 기업의 공익적 성과에도 영향을 미칠 것이라 가정하여 가설3을 설정하였다.

가설 3. 사회적 기업의 내부고객만족은 기업의 공익적 성과에 정(+)<sup>의</sup> 영향을 미칠 것이다.

(4) 문형인(2010)에서는 조직적, 전략적, 경영역량, 사회적 기업가 정신요인, 사업환경 요인, 사회적 네트워크 요인이 영리적 성과에 영향을 준다고 분석하였고,, 이광우(2008)에서는 전략적요인, 사회적 기업가정신, 경영 역량, 사업 환경 요인들의 영리적 성과에 정(+)<sup>의</sup> 영향을 미친다고 분석하였다. 따라서 선행연구을 토대로 사회적 기업의 성공요인의 영리적 성과에 영향을 미칠 것이라 가정하여 가설4을 설정하였다.

가설 4. 사회적 기업의 성공요인은 영리적 성과에 정(+)<sup>의</sup> 영향을 미칠 것이다.

(5) 김기현(2011)에서는 사회서비스제공, 고용창출 정도가 사회적 기업의 공익적 성과로 정의하였고, 이광우(2008)에서는 사회적 기업가 정신, 사회적 네트워크 요인들의 공익적 성과에 정(+)<sup>의</sup> 영향을 미친다고 분석하였다. 따라서 선행연구을 토대로 사회적 기업의 성공요인의 공익적 성과에 영향을 미칠 것이라 가정하여 가설5을 설정하였다.

가설 5. 사회적 기업의 성공요인은 공익적 성과에 정(+)<sup>의</sup> 영향을 미칠 것이다.

## 3.2. 변수의 조작적 정의

### 3.2.1. 사회적 기업의 성공요인

문형인(2010)에서 조직적, 전략적, 경영역량, 사회적 기업가 정신요인, 사업환경 요인, 사회적 네트워크 요인을 사회적 기업의 성공 요인으로 정의 하였고, 이광우(2008)에서는 사회적 기업의 성공요인으로 전략적요인은 사회적 기업이 지속가능한 경쟁력을 갖출 수 있도록 실질적으로 수립하여 추구하고 있는 경영전략이라 정의하고, 사회적 기업가

정신은 새로운 시장에 대한 도전정신과 강한 의지, 추진력, 그리고 사회적 기업의 기업가로서 갖추어야할 사회적 공헌이나 헌신정도로 사회적 활동에서 기업가로서 동기를 부여해주는 동인과 이를 수행하는데 필요한 능력이라 정의하고 있다.

또한 경영 역량은 기업을 경영하는데 있어서 사회적 기업이 기업으로서 완전한 경쟁력을 갖추고 안정적인 경영활동을 할 수 있도록 이끌어가는 전문적인 경영능력이나 지식 또는 사업기회의 포착능력 등을 포함한다고 정의하고, 조직 구조는 경영자나 창업자와의 용이한 커뮤니케이션을 통한 구조적 특성을 유지하며, 또한 구성인적자원이 잠재적 역량을 발휘할 수 있도록 진취적인 분위기를 형성하여 종업원의 역량을 극대화 시킬 수 있는 기업문화라 정의하였다.

사업 환경은 사회적 기업을 둘러싼 산업환경의 가변성이나 경쟁강도와 사회적 기업의 특성을 고려하여 지원해주어야 하는 지원환경이라 정의하고, 사회적 네트워크는 사회적 기업의 열악한 여건을 극복하기 위해 사회적인 인식을 확대시키거나 사업추진에 협력적 관계의 형성을 위해 인적·사회적 네트워크의 기반이 되는 학연, 지연, 사회적 친분 등을 중요한 요인으로 여기는 것이며 또한 지역사회의 산업클러스와 연결된 호의적인 관계로 정의하였다.

선행연구를 근거로, 본 연구에서도 적용하여 성공요인을 “전략적요인, 사회적 기업가 정신, 조직적 요인, 사업 환경, 사회적 네트워크”로 정의했다. 이러한 성공요인을 측정하기 위하여, 총 40개의 측정 변수를 사용했고, 측정 항목은 전혀 그렇지 않다(1점), 매우 그렇다(7점)으로 표시하는 리커트 7점 척도를 사용했다.

### 3.2.2. 내부고객만족

Myers(1998)는 종업원만족도의 결정요인으로 성취감, 책임, 성장, 승진, 인정감, 직무수행에 의한 자기실현 등을 제시하였고, 종업원 개인이 업무에서 얻어지거나 경험한 욕구만족도에 대한 정도, 조직 및 업무에 대한 참여자들의 만족도 정도로 종업원이 그의 업무에 대하여 가지는 느낌 혹은 정서적 반응, 자기 자신의 업무를 자신이 평가하거나 직무 그 자체를 통해서 얻어지는 유쾌함이나 혹은 긍정적인 감정 상태, 종업원이 직구가치를 달성하고 촉진하는 것이라고 하였다.

송연숙(2008)에서는 보상시스템, 경영충지원, 교육훈련이 내부고객만족의 정의 영향을 미친다고 조사되었고, 이태영(2009)에서는 사회적 기업 종사만족도의 영향요인에 관한

연구를 통해 임금, 승진, 직무 책임, 승진 등의 요인으로 분석하였다. 황정은(2010)에서는 내부고객만족의 요인으로는 JDI (Job Descriptive Index)척도에 측정도구로써 직무 자체(작업에 대한 관심의 정도, 학습 및 책임부담 제공정도), 임금(임금의 총액, 공정성, 지급방법), 승진(승진의 가능성 여부), 감독(감독자의 기술, 관리능력과 조직원에 대한 배려 및 관심의 정도), 동료(동료의 우호적 태도 및 실력과 후원정도)의 5가지로 구성하고 있다. 선행연구를 근거로, 본 연구에서는 내부고객만족의 요인들을 “직무만족, 보상만족, 상사만족, 직무중요도”로 정의했다. 이러한 내부고객만족 요인을 측정하기 위하여, 총 23개의 측정 변수를 사용했고, 측정 항목은 전혀 그렇지 않다(1점), 매우 그렇다(7점)으로 표시하는 리커트 7점 척도를 사용했다.

### 3.2.3. 사회적 기업 경영성과

#### (1) 영리적 성과

영리적 성과는 이광우(2008)에서 기업으로서의 가져야하는 본질적인 성과로 기업을 유지·발전시키기 위한 금전적인 성과와 경영자립정도로 나타낼 수 있고, 사회적 기업이 성과에 사업 경쟁력을 주장한 McGee, Dowling and Megginson(1995)와 Merz and Sauber (1995)의 연구를 중심으로 고객 만족도, 경영자립도 향상, 수익적 목표 달성 등으로 구성하였다.

선행연구를 근거로, 본 연구에서는 영리적 성과를 “금전적인 성과와 경영자립정도”로 정의했다. 이러한 영리적 성과를 측정하기 위하여, 총 3개의 측정 변수를 사용했고, 측정 항목은 전혀 그렇지 않다(1점), 매우 그렇다(7점)으로 표시하는 리커트 7점 척도를 사용했다.

#### (2) 공익적 성과

공익적 성과는 Kanter and Summer(1987)와 Poter(1995), Moshe and Lerner(2006)의 연구를 중심으로 근무에 대한 자부심, 지역에 일자리 제공 등으로 구성하였다.

또한, 이광우(2008)에서 사회적 기업이 본질적으로 추구하고자하는 사명감과 봉사정신 그리고 부가가치와 사회공헌을 포함하는 성과로 나타낼 수 있다.

선행연구를 근거로, 본 연구에서는 공익적 성과를 “사명감과 봉사정신, 부가가치와 사

회공헌”으로 정의했다. 이러한 공익적 성과를 측정하기 위하여, 총 7개의 측정 변수를 사용했고, 측정 항목은 전혀 그렇지 않다(1점), 매우 그렇다(7점)으로 표시하는 리커트 7점 척도를 사용했다.

### 3.3. 조사 설계

#### 3.3.1. 자료 수집

2011년 4월 14일부터 2011년 5월 2일(18일간) 동안, 제주 지역 사회적 기업 및 예비 사회적 기업, 총 18업체를 연구자가 직접 방문 설문조사를 실시했으며, 총 201부를 배포했고 171부(85.5%)를 회수했다. 그 중 응답이 부실하거나 신뢰도가 떨어지는 10부를 제외한 최종 유효표본 161부(80.5%)를 확정해 실증분석에 사용했다.

#### 3.3.2. 분석방법

실증연구의 통계적 분석방법으로는 SPSS 12.0 프로그램을 사용해 분석했다. 자료의 분석은 크게 조사 자료의 일반적 특성 및 기초분석을 위해 기술적 총계분석인 빈도분석을 실시했으며, 조사항목의 내적일관성을 검증하기 위해 크론바하(Cronbach)의 알파( $\alpha$ )에 의한 신뢰도 분석을 사용하였다.

## IV. 실증분석

### 4.1. 표본의 일반적 특성

표본의 인구통계학적 특성은 <표 1>에서 보는 바와 같이 여성 67.3%, 남성 32.7% 순이 였으며, 연령은 40대가 43.1%로 가장 높았으며, 30대 25.0%, 50대 13.8% 순이 였으며, 학력은 고졸이하 51.0%, 소득은 100~200만원 미만이 49.4%로 높게 나타났다.

&lt;표 1&gt; 표본의 일반적 특성

| 구 분   |           | 빈도(명) | 비율(%) |
|-------|-----------|-------|-------|
| 성 별   | 남성        | 53    | 32.7  |
|       | 여성        | 109   | 67.3  |
| 연 령   | 20대       | 19    | 11.9  |
|       | 30대       | 40    | 25.0  |
|       | 40대       | 69    | 43.1  |
|       | 50대       | 22    | 13.8  |
|       | 60대 이상    | 10    | 6.3   |
| 학 력   | 고졸이하      | 76    | 51.0  |
|       | 대학재학      | 9     | 6.0   |
|       | 전문대졸      | 29    | 19.5  |
|       | 대졸이상      | 35    | 23.5  |
| 경 력   | 1년 미만     | 57    | 35.4  |
|       | 1-2년      | 47    | 29.2  |
|       | 2-3년      | 25    | 15.5  |
|       | 3-4년      | 14    | 8.7   |
|       | 4년 이상     | 18    | 11.2  |
| 직 급   | 임시직       | 37    | 23.4  |
|       | 직 원       | 85    | 53.8  |
|       | 과 장       | 31    | 19.6  |
|       | 팀장 이상     | 5     | 3.2   |
| 소 득   | 100만원 미만  | 76    | 47.5  |
|       | 100-200만원 | 79    | 49.4  |
|       | 200-300만원 | 4     | 2.5   |
|       | 300만원 이상  | 1     | 0.6   |
| 회사 업종 | 사회사업      | 31    | 19.3  |
|       | 보육        | 12    | 7.5   |
|       | 환경(청소)    | 37    | 23.0  |
|       | 제조업       | 32    | 19.9  |
|       | 서비스업      | 21    | 13.0  |
|       | 기타        | 28    | 17.4  |
| 회사 형태 | 주식회사      | 13    | 8.1   |
|       | 영농조합법인    | 16    | 9.9   |
|       | 유한회사      | 44    | 27.3  |
|       | 사회복지법인    | 51    | 31.7  |
|       | 사단법인      | 18    | 11.2  |
|       | 기타        | 19    | 11.8  |
| 총 계   |           | 162   | 100   |

## 4.2. 신뢰성 및 타당성 검증

### 4.1.1. 기업의 성공요인에 대한 신뢰성 및 타당성 검증

기업의 성공요인에 대한 신뢰성 및 타당성 검증결과는 <표 2>와 같이 나타났는데, 이 요인의 고유값은 각각 7.904, 7.330, 3.257, 2.345, 2.234 이고 총 분산설명력이

69.906%로 나타났다. 또한 신뢰도 계수를 살펴보면 모두가 0.75 이상으로 상당히 높은 내적일관성이 확보됐다고 말할 수 있다.

<표 2> 성공요인에 대한 신뢰성 및 타당성 검증 결과

|  | 요 인   | 평균              | 적재치  | 공통성  | 고유값<br>(분산%) | 신뢰<br>계수 |
|--|---|-----------------|------|------|--------------|----------|
| 조직적<br>요인                                  | 각종제도 및 규칙, 절차 등이 문서화되어있다                            | 5.02            | .838 | .805 |              |          |
|  | 각 부서에 대한 지시사항과 부서간의 협조는 반드시 문서로 하고있다                | 4.80            | .836 | .793 |              |          |
|  | 종업원들에게 직무에 관한 문서화된 상세한 작업지시서나 매뉴얼을 제공하고있다           | 5.00            | .836 | .761 |              |          |
|  | 회사의 업무처리 방식과 절차는 표준화 되어있다                           | 5.05            | .814 | .763 |              |          |
|  | 종업원들의 권한과 책임이 분명하고 구체적으로 명문화 되어있다                   | 5.05            | .798 | .803 |              |          |
|  | 종업원들에게 직무기술서에 정해진 표준에 따라 일할 것을 강조한다                 | 5.06            | .782 | .685 | 7.904        | .951     |
|  | 모든 지시사항은 공식적 계통을 통해 전달토록 강조한다.                      | 5.13            | .770 | .699 |              |          |
|  | 종업원에게 수립된 계획과 문서화, 공식화 된 규칙과 절차에 따라 업무를 처리할 것을 강조한다 | 5.23            | .724 | .712 |              |          |
|  | 회사의 직무규정이 명확하고 세분화 되어있다                             | 5.08            | .719 | .633 |              |          |
|  | 종업원들이 문서화되고 공식화된 규칙, 절차, 정책에 따라 일할 것을 강조한다.         | 5.45            | .680 | .618 |              |          |
| 기업가<br>정신                                  | 회사의 업무 진행과정이 체계적이다                                  | 4.77            | .673 | .565 |              |          |
|  | 대표자는 기업근무 및 경영관리 경험이 있다                             | 5.58            | .820 | .777 |              |          |
|  | 대표자는 우수한 비즈니스 역량을 보유하고 있다                           | 5.53            | .809 | .748 |              |          |
|  | 대표자는 업종의 기술과 경험을 보유하고 있다                            | 5.58            | .803 | .719 |              |          |
|  | 대표자는 업계, 경쟁자에 대한 지식이 많다                             | 5.72            | .785 | .748 |              |          |
|  | 대표자는 직무에 대해 전적으로 헌신적 자세를 가지고 있다.                    | 5.83            | .764 | .772 |              |          |
|  | 대표자는 공익과 영리에 대한 균형감을 가지고있다                          | 5.68            | .758 | .765 | 7.330        | .936     |
|  | 대표자는 전문교육기관에서 전공, 훈련을 받았다                           | 5.41            | .700 | .606 |              |          |
|  | 대표자는 조직 장악력이 있다                                     | 5.47            | .675 | .525 |              |          |
|  | 대표자는 반드시 해낸다는 의지가 강하다                               | 5.79            | .663 | .709 |              |          |
| 사회적<br>네트<br>워크                            | 대표자는 지역사회 의 안정, 개발에 기여하려 한다                         | 5.55            | .646 | .600 |              |          |
|  | 회사는 지역금융기관과 호의적인 관계를 갖고 있다                          | 4.64            | .749 | .636 |              |          |
|  | 회사의 제품에 대하여 충성고객이 존재한다                              | 4.87            | .714 | .665 |              |          |
|  | 회사에서 제공하는 서비스 및 상품이 복수이다                            | 4.81            | .648 | .638 | 3.257        | .832     |
|  | 회사는 인근지역기업과 호의적인 관계를 갖고 있다                          | 4.83            | .634 | .601 |              |          |
| 전략<br>요인                                   | 회사는 정부/지자체와 호의적인 관계를 갖고 있다                          | 5.03            | .566 | .682 |              |          |
|  | 회사는 가능성 있는 수요와 판로를 확보하고 있다                          | 4.95            | .699 | .723 |              |          |
|  | 내가 일하고 있는 기업은 업종 선택을 잘해다                            | 5.33            | .675 | .709 | 2.345        | .833     |
| 사업<br>환경                                   | 회사의 상품은 우수하며 시장경쟁력을 가지고 있다                          | 5.11            | .573 | .708 |              |          |
|  | 회사는 기업에서 도움과 지원을 받는다                                | 3.63            | .836 | .733 |              |          |
|  | 회사는 주요고객이 정부와 지자체로 구성되어있다                           | 3.83            | .803 | .684 | 2.234        | .752     |
|  | 회사는 전 인맥, 인적네트워크의 조력을 받고있다                          | 4.34            | .752 | .800 |              |          |
| KMO= .905, Chi-Square=3721.292, sig= .000, |   | 총 분산설명력=69.906% |      |      |              |          |

### 4.1.2. 내부고객만족에 대한 신뢰성 및 타당성 검증

내부고객만족에 대한 신뢰성 및 타당성 검증결과는 <표 3>과 같이 나타났으며, 이 요인의 고유값은 각각 10.178, 2.057, 1.173, 1.050이고 분산설명력이 21.606%, 20.267%, 17.129%, 17.093%로 총 분산설명력이 76.094%로 나타났다. 또한 신뢰도 계수를 살펴보면 모두가 0.8 이상으로 상당히 높은 내적일관성이 확보됐다고 말할 수 있다.

<표 3> 내부고객만족에 대한 신뢰성 및 타당성 검증 결과

| 요 인  |  | 평균   | 적재치  | 공통성  | 고유값<br>(분산%) | 신뢰<br>계수 |
|--|--|------|------|------|--------------|----------|
| 직무만족   | 나의 직무에 많은 흥미를 가지고있다                          | 5.19 | .827 | .780 | 10.178       | .921     |
|  | 내 자신의 능력개발에 많은 도움을 준다                        | 5.16 | .793 | .796 |              |          |
|  | 수행하는 직무에 대해 전반적으로 만족한다                       | 5.09 | .680 | .721 |              |          |
|  | 회사의 일, 미래성장 가능성, 장래성에 만족한다                   | 4.99 | .669 | .733 |              |          |
|  | 현재의 직장에서 근무하는것에 만족한다                         | 5.19 | .620 | .725 |              |          |
| 나의 직무를 통해 새로운 지식과 기술을 배운다                                  | 5.33   | .616 | .775 |      |              |          |
| 보상만족   | 나의 임금수준에 만족한다                                | 4.50 | .898 | .853 | 2.057        | .900     |
|  | 현재의 월수입으로 입사전 보다 안정된 생활을 하고있다                | 4.55 | .843 | .789 |              |          |
|  | 임금을 결정하는 방법에 만족한다                            | 4.56 | .821 | .812 |              |          |
|  | 나의 보수 수준이 다른 직원들과 비교했을때 공정하다                 | 4.86 | .761 | .728 |              |          |
| 상사만족   | 직속상사는 직무수행에 있어 나의 자율성을 인정해 준다                | 5.05 | .782 | .802 | 1.173        | .900     |
|  | 직속상사는 내가 업무를 잘 수행할 때 격려를 해준다                 | 5.27 | .778 | .843 |              |          |
|  | 직속상사는 나의 의견이나 불만을 성의있게 받아들인다                 | 5.16 | .756 | .766 |              |          |
|  | 직속상사는 일이 잘 되도록 도움을 주고있다                      | 5.23 | .740 | .794 |              |          |
| 직무<br>중요도  | 현 직무는 우리조직내에서 매우 중요하다                        | 4.97 | .768 | .735 | 1.050        | .853     |
|  | 승진에 반영되는 근무평가가 공정하다                          | 4.71 | .682 | .737 |              |          |
|  | 타인이 나의 직무를 중요하게 생각한다                         | 5.15 | .648 | .694 |              |          |
|  | 자신의 능력을 발휘 할 수 있는 여건과 업무 재량권, 부서자율성이 주어지고 있다 | 4.75 | .596 | .696 |              |          |
|  | 승진제도는 체계적으로 잘 되어있다                           | 4.49 | .591 | .678 |              |          |
| KMO= .928, Chi-Square=2369.707, sig= .000, 총 분산설명력=76.094% |  |      |      |      |              |          |

### 4.1.3. 기업성과에 대한 신뢰성 및 타당성 검증

기업성과에 대한 신뢰성 및 타당성 검증결과는 <표 4>와 같이 나타났는데, 이 요인의 고유값은 각각 5.918, 1.218이고 분산설명력이 41.944, 29.417로 총 분산설명력이 71.361%로 나타났다. 또한 신뢰도 계수를 살펴보면 모두가 0.8 이상으로 상당히 높은 내적일관성이 확보됐다고 말할 수 있다.

<표 4> 기업 성과에 대한 신뢰성 및 타당성 검증 결과

| 요 인  |                           | 평균              | 적재치  | 공통성  | 고유값<br>(분산%) | 신뢰계수 |
|--|---------------------------|-----------------|------|------|--------------|------|
| 공익적<br>성과                                  | 지역주민으로부터 환영을 받는다          | 5.29            | .849 | .739 | 5.918        | .914 |
|  | 회사근무에 대한 자부심을 가지고있다.      | 5.30            | .835 | .728 |              |      |
|  | 지역에 일자리를 제공하고 있다          | 5.36            | .799 | .710 |              |      |
|  | 지역 환경 보존에 기여한다            | 5.32            | .785 | .716 |              |      |
|  | 제품 및 서비스에 대한 고객만족도가 상승하였다 | 5.16            | .677 | .667 |              |      |
|  | 회사의 이익을 공익적 사업에 투자한다      | 5.28            | .664 | .636 |              |      |
|  | 회사는 사회의 안정화에 기여한다         | 5.31            | .647 | .627 |              |      |
| 영리적<br>성과                                  | 경영 자립도가 향상되고 있다           | 4.77            | .849 | .818 | 1.218        | .868 |
|  | 수익적 목표물 달성하였다             | 4.59            | .838 | .745 |              |      |
|  | 지속적으로 매출이 증가하고 있다         | 4.82            | .828 | .750 |              |      |
| KMO= .889, Chi-Square=1036.310, sig= .000, |                           | 총 분산설명력=71.361% |      |      |              |      |

### 4.3. 가설 검증

#### 4.3.1. 가설 1

가설 1. 사회적 기업의 성공요인은 내부고객 만족에 정(+)의 상관 관계가 있을 것이다.  
 가설 1-1 전략적요인은 내부고객 만족에 정(+)의 상관 관계가 있을 것이다.  
 가설 1-2 사회적 기업가 정신은 내부고객 만족에 정(+)의 상관 관계가 있을 것이다.  
 가설 1-3 조직적 요인은 내부고객 만족에 정(+)의 상관 관계가 있을 것이다.  
 가설 1-4 사업 환경은 내부고객 만족에 정(+)의 상관 관계가 있을 것이다.  
 가설 1-5 사회적 네트워크는 내부고객 만족에 정(+)의 상관 관계가 있을 것이다.

분석결과 <표 5>에서 알 수 있듯이 기업의 성공요인인 사업환경 요인을 제외한 전략 요인, 기업가정신, 조직적요인, 사회네트워크는 내부고객만족 요인인 직무만족, 보상만족, 상사만족, 직무중요도 에 대해서는 모두 유의한 정(+)의 상관관계를 가지고 있으며, 사업환경 요인에 대해서는 보상만족과 직무중요도에서만 약한 상관관계를 나타내고 있었으며 직무만족과 상사만족에서는 상관관계가 없는 것으로 나타났다. 또한 나머지 4개

요인과 내부고객 만족 간에 있어서 상관관계 계수가 대부분 0.4 이상이어서 비교적 높은 상관관계가 있다고 볼 수 있다. 특히 직무만족과 사업환경을 제외한 성공요인간의 상관관계가 가장 높은 것을 확인할 수 있다.

<표 5> 성공요인과 내부고객만족 상관관계 분석

| 구 분   | 전략요인   | 기업가정신  | 조직적요인  | 사업환경   | 사회네트워크 |
|-------|--------|--------|--------|--------|--------|
| 직무만족  | .665** | .661** | .692** | .151   | .522** |
| 보상만족  | .408** | .421** | .481** | .260** | .367** |
| 상사만족  | .570** | .553** | .519** | .101   | .495** |
| 직무중요도 | .591** | .583** | .631** | .242** | .504** |

주) \*\* p<0.01

#### 4.3.2. 가설 2

가설 2. 사회적 기업의 내부고객만족은 기업의 영리적 성과에 정(+)의 영향에 미칠 것이다.  
 가설 2-1 직무만족은 영리적 성과에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.  
 가설 2-2 보상만족은 영리적 성과에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.  
 가설 2-3 상사만족은 영리적 성과에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.  
 가설 2-4 직무중요도는 영리적 성과에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

보상만족과 직무중요도는 영리적 성과에 정(+)의 영향을 미치고, 회귀모형의 적합성 또한 각각  $p < 0.01$ ,  $p < 0.1$  수준에서 유의한 것으로 나타났다.

도출된 회귀모형에서 독립변수가 종속변수를 설명해 주는 결정계수( $R^2$ )는 0.273을 보여 전체 설명력은 27.3%로 분석됐다. 따라서 종속변수와 독립변수 간에 상관관계가 있다고 할 수 있으며, 또한 회귀모형이 통계적으로 유의한 것이라고 판명됐다고 말할 수 있다. 한편 독립변수간의 다중공선성의 정도를 나타내는 VIF값은 모두 10보다 작아 회귀모형은 문제가 없는 것으로 판명됐다.

이와 같이 보상만족과 직무중요도는 영리적 성과에 각각 ( $\beta=0.141$ ) ( $\beta=0.439$ )으로 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다.

<표 6> 내부고객 만족과 영리적 성과와의 영향관계분석

| 요인  |       | 비 표준화계수 |      | 표준화계수 | t 값   | 유의<br>확률 | 공선성 통계량 |       |
|---|-------|---------|------|-------|-------|----------|---------|-------|
|   |       | B       | 표준오차 | 베타    |       |          | 공차한계    | VIF   |
| 영리적<br>성과   | (상수)  | 1.788   | .413 |       | 4.334 | .000***  |         |       |
|   | 직무만족  | .001    | .128 | .001  | .006  | .896     | .323    | 3.099 |
|   | 보상만족  | .141    | .081 | .147  | 1.732 | .075*    | .643    | 1.556 |
|   | 상사만족  | .024    | .101 | .024  | .239  | .781     | .449    | 2.225 |
|   | 직무중요도 | .439    | .119 | .412  | 3.677 | .000***  | .369    | 2.709 |
| F값=14.717, R <sup>2</sup> =.273, 수정된 R <sup>2</sup> =.254, 유의확률 0.00*** |       |         |      |       |       |          |         |       |

주) \*\*\* p<0.01, \* p<0.1

### 4.3.3. 가설 3

가설 3. 사회적 기업의 내부고객만족은 기업의 공익적 성과에 정(+ )의 영향을 미칠 것이다.  
 가설 3-1 직무만족은 공익적 성과에 정(+ )의 영향을 미칠 것이다.  
 가설 3-2 보상만족은 공익적 성과에 정(+ )의 영향을 미칠 것이다.  
 가설 3-3 상사만족은 공익적 성과에 정(+ )의 영향을 미칠 것이다.  
 가설 3-4 직무중요도는 공익적 성과에 정(+ )의 영향을 미칠 것이다.

직무만족과 상사만족, 직무중요도는 공익적 성과에 정(+ )의 영향을 미치고, 회귀모형의 적합성 또한 각각 p<0.01, p<0.05 수준에서 유의한 것으로 나타났다.

도출된 회귀모형에서 독립변수가 종속변수를 설명해 주는 결정계수(R<sup>2</sup>)는 0.555을 보여 전체 설명력은 55.5%로 분석됐다. 따라서 종속변수와 독립변수 간에 상관관계가 있다고 할 수 있으며, 또한 회귀모델이 통계적으로 유의한 것이라고 판명됐다고 말할 수 있다. 한편 독립변수간의 다중공선성의 정도를 나타내는 VIF값은 모두 10보다 작아 회귀모델은 문제가 없는 것으로 판명됐다.

이와 같이 직무만족과 상사만족, 직무중요도는 공익적 성과에 각각 (β=0.382) (β=0.129) (β=0.180) 으로 정(+ )의 영향을 미치는 것으로 나타났다.

<표 7> 내부고객 만족과 공익적 성과와의 영향관계분석

| 요인  | 비 표준화계수 |       | 표준화계수 | t 값  | 유의<br>확률 | 공선성 통계량 |      |       |
|---|---------|-------|-------|------|----------|---------|------|-------|
|   | B       | 표준오차  | 베타    |      |          | 공차한계    | VIF  |       |
| 공익적<br>성과   | (상수)    | 1.555 | .275  |      | 5.663    | .000*** |      |       |
|   | 직무만족    | .382  | .085  | .420 | 4.484    | .000*** | .323 | 3.099 |
|   | 보상만족    | .050  | .054  | .061 | .914     | .362    | .643 | 1.556 |
|   | 상사만족    | .129  | .067  | .154 | 1.934    | .045**  | .449 | 2.225 |
|   | 직무중요도   | .180  | .079  | .199 | 2.266    | .025**  | .369 | 2.709 |
| F값=48.995, R <sup>2</sup> =.555, 수정된 R <sup>2</sup> =.544, 유의확률 0.00*** |         |       |       |      |          |         |      |       |

주) \*\*\* p<0.01, \*\* p<0.05

#### 4.3.4. 가설 4

가설 4. 사회적 기업의 성공요인은 영리적 성과에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.  
 가설 4-1. 전략적 요인은 영리적 성과에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.  
 가설 4-2. 기업가 정신 요인은 영리적 성과에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.  
 가설 4-3. 조직적 요인은 영리적 성과에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.  
 가설 4-4. 사업환경 요인은 영리적 성과에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.  
 가설 4-5. 사회적 네트워크 요인은 영리적 성과에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

기업의 성공요인 중 사업 환경 요인과 사회네트워크 요인은 영리적 성과에 정(+)의 영향을 미치고, 회귀모형의 적합성 또한 각각 p<0.01, p<0.05 수준에서 유의한 것으로 나타났다.

도출된 회귀모형에서 독립변수가 종속변수를 설명해 주는 결정계수(R<sup>2</sup>)는 0.455을 보여 전체 설명력은 45.5%로 분석됐다. 따라서 종속변수와 독립변수 간에 상관관계가 있다고 할 수 있으며, 또한 회귀모델이 통계적으로 유의한 것이라고 판명됐다고 말할 수 있다. 한편 독립변수간의 다중공선성의 정도를 나타내는 VIF값은 모두 10보다 작아 회귀모델은 문제가 없는 것으로 판명됐다.

이와 같이 사업환경 요인과 사회네트워크 요인은 영리적 성과에 각각 (β=0.144) (β=0.498) 으로 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다.

<표 8> 기업의 성공요인과 영리적 성과와의 영향관계분석

| 요인  | 비 표준화계수 |      | 표준화계수 | t 값   | 유의<br>확률 | 공선성 통계량 |       |
|---|---------|------|-------|-------|----------|---------|-------|
|   | B       | 표준오차 | 베타    |       |          | 공차한계    | VIF   |
| (상수)  | .242    | .437 |       | .554  | .580     |         |       |
| 전략요인  | .022    | .092 | .021  | .243  | .808     | .455    | 2.197 |
| 기업가정신   | .137    | .100 | .114  | 1.365 | .174     | .501    | 1.996 |
| 조직적요인   | .106    | .088 | .099  | 1.214 | .227     | .528    | 1.896 |
| 사업환경  | .144    | .057 | .164  | 2.531 | .012**   | .831    | 1.204 |
| 사회네트워크  | .498    | .097 | .441  | 5.149 | .000***  | .475    | 2.104 |
| F값=26.090. R <sup>2</sup> =.455. 수정된 R <sup>2</sup> =.438. 유의확률 0.00*** |         |      |       |       |          |         |       |

주) \*\*\* p<0.01, \*\* p<0.05

#### 4.3.5. 가설 5

가설 5. 사회적 기업의 성공요인은 공익적 성과에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

가설 5-1. 전략적 요인은 공익적 성과에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

가설 5-2. 기업가 정신 요인은 공익적 성과에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

가설 5-3. 조직적 요인은 공익적 성과에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

가설 5-4. 사업환경 요인은 공익적 성과에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

가설 5-5. 사회적 네트워크 요인은 공익적 성과에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

기업의 성공요인 중 전략요인과 기업가 정신, 조직적 요인, 사회네트워크 요인은 공익적 성과에 정(+)의 영향을 미치고, 회귀모형의 적합성 또한 각각 p<0.05, p<0.01 수준에서 유의한 것으로 나타났다. 도출된 회귀모형에서 독립변수가 종속변수를 설명해 주는 결정계수(R<sup>2</sup>)는 0.680을 보여 전체 설명력은 68.0%로 분석됐다. 따라서 종속변수와 독립변수 간에 상관관계가 있다고 할 수 있으며, 또한 회귀모델이 통계적으로 유의한 것이라고 판명됐다고 말할 수 있다. 한편 독립변수간의 다중공선성의 정도를 나타내는 VIF 값은 모두 10보다 작아 회귀모델은 문제가 없는 것으로 판명됐다. 이와 같이 전략요인과 기업가정신, 조직적 요인, 사회네트워크 요인은 공익적 성과에 각각(β=0.121) (β=0.263) (β=0.188) (β=0.352)으로 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다.

&lt;표 9&gt; 기업의 성공요인과 공익적 성과와의 영향관계분석

| 요인        | 비 표준화계수   |      | 표준화계수 | t 값  | 유의<br>확률 | 공선성 통계량 |      |       |
|-----------|---|------|-------|------|----------|---------|------|-------|
|           | B   | 표준오차 | 베타    |      |          | 공차한계    | VIF  |       |
| 공익적<br>성과 | (상수)  | .375 | .285  |      | 1.316    | .190    |      |       |
|           | 전략요인  | .121 | .060  | .135 | 2.008    | .046**  | .455 | 2.197 |
|           | 기업가정신   | .263 | .065  | .258 | 4.026    | .000*** | .501 | 1.996 |
|           | 조직적요인   | .188 | .057  | .205 | 3.285    | .001*** | .528 | 1.896 |
|           | 사업환경  | .033 | .037  | .045 | .897     | .371    | .831 | 1.204 |
|           | 사회네트워크  | .352 | .063  | .367 | 5.581    | .000*** | .475 | 2.104 |
|           | F값=66.295, $R^2=.680$ , 수정된 $R^2=.670$ , 유의확률 0.00*** |      |       |      |          |         |      |       |

주) \*\* p<0.05, \*\*\* p<0.01

## V. 결 론

오늘날 많은 나라와 기업들의 더불어 살아가는 방법으로 사회적 기업에 관심을 두고 투자를 하고 있다. 현재의 국내 사회적 기업은 성장초기단계의 수준이지만, 청년실업문제와 고령화, 소외 계층 등의 사회문제를 해결하기 위해 국가적 차원에서 사회적 기업의 적극적인 육성방안을 제시하고 있다. 하지만 사회적 기업의 성과에만 집중하다 보니 지속가능한 기업 운영 보다는 정부의 지원에 의존하는 것이 현실이다.

본 연구의 실증 분석 결과를 바탕으로 다음과 같은 시사점을 제시한다.

첫째, 제주 지역 사회적 기업 내부 고객만족 중 보상만족과 직무 중요도가 영리적 성과에 정의 영향을 주는 것으로 분석되었다. 그러므로 직원들의 보상만족과 근로자 최저 임금 상향조정과 기업에서는 성과금 측정 제도 개선 및 교육 프로그램 개발이 필요하다.

둘째, 직무만족과 상사만족, 직무 중요도가 공익적 성과에 정의 영향을 주는 것으로 분석되었다. 그러므로 정책적인 사회적 기업의 인재 육성 프로그램 개발과 운영 및 인턴십 연계 프로그램 개발로 지역사회와 사회적 기업의 친밀도를 높일 필요가 있고, 사회적 기업에 종사하는 자긍심을 높일 수 있는 동기 부여 프로그램이 필요하다.

셋째, 사회적 기업의 성공요인으로 사회적네트워크는 영리적/ 공익적 성과 둘 다 정의 영향을 미치는 것으로 분석 되었다. 이 결과에 의해 사회적네트워크 향상을 위해 기업과

정부의 긴밀한 협조 관계가 필요하고 그 예로 사회적 기업 육성 전담 부서 설치를 통한 일관성 있는 행정지원서비스 시스템 정착이 우선시 되어야 할 것이다. 지속적인 사회적 네트워크를 통해 현 시점의 사회문제를 함께 풀어 나가고 세계가 주목하는 제주, 더불어 함께 사는 제주를 위해 정부와 기업, 고객이 하나가 되는 사회적 기업 활성화 캠페인이 성공적인 제주 사회적 기업을 만들어 나가는데 중요한 역할을 할 것이다.

본 연구에서 제주지역 사회적 기업의 보다 성장 가능한 기업으로 나아 가기위해 시사점을 제시하고 있지만 제주지역의 사회적 기업과 내부고객만을 대상으로 연구하여 연구결과의 일반화에는 한계가 있다. 제주에 국한 된 것이 아니라 타 지방 사회적 기업을 비교 분석을 통한 제주 지역 사회적 기업 연구가 이뤄진다면 보다 유익한 결과를 얻을 수 있을 것이다.

## 참고문헌

- 곽영욱(2009), “사회적기업의 창업성공요인과 활성화 방안에 관한 연구”, 진주산업대학교, 석사학위논문.
- 권오경(2007), “고객만족이 기업성가에 미치는 영향: 경쟁정도에 따른 영향을 중심으로”, 이화여자대학교 대학원, 석사학위논문.
- 김기현(2011), “사회적기업의 성과에 미치는 영향 요인에 관한 사례연구”, 순천대학교, 박사학위논문.
- 김성수(2005), “제3섹터 사업성공의 결정요인에 관한 실증적 연구”, 원광대학교, 박사학위논문, 21-23.
- 노동부(2008), 사회적 기업 현황 및 육성 정책.
- 노동부(2009), 사회적 기업 개요집.
- 문형인(2010), “문화예술분야 사회적 기업의 특성과 성공요인”, 목포대학교 대학원, 석사학위논문.
- 박찬임(2008), “사회적 기업 창출 및 육성을 위한 과제”, 노동리뷰, 한국노동연구원, 제43호.
- 송연숙(2008), “미용서비스업의 내부마케팅, 내부고객만족, 서비스품질, 재방문의도의 관계”, 배재대학교, 박사학위논문. 37.
- 윤종덕(2010), “창업기업의 성공요인에 대한 실증적 요구”, 서경대학교 경영대학원, 석사학위논문.
- 이광우(2008), “지속가능한 사회적 기업의 성공요인에 관한 연구”, 송실대학교 박사학위논문.
- 이운제(2010), “사회적 기업 경제”, 탐복스.
- 이태영(2010), “사회적 기업 종사만족도의 영향요인에 관한 연구: 전남지역 사회적 기업을 중심으로”, 조선대학교 대학원 석사학위논문.
- 전병유, 정인수(2003), “지역별 일자리 창출”, 한국노동연구원.
- 정선희(2008), “사회적 기업”, 다우, 24.
- 황정은(2010), “사회적 기업가에 대한 인식이 근로자 직무만족에 미치는 영향에 관한 연

구” 송실대학교 대학원 박사학위논문.

Betty, L.L. & Parasuraman(1991). *Marketing Services, Competing through Quality*, The Free Press, New York, NY.

Campbell Mike(1999), “The Third System Employment and Local Development Volume Synthesis Report”, Policy Research Institute.

Department of Trade and Industry(2002), “Social Enterprise : A strategy for Success”, Social Enterprise Development Agency.

Gilmer, B. H.(1966), *Industrial Psychology*, 2nd ed. Tokyo: McGraw-Hill Kogakusha, 279-283.

Heskett, James L, Jones, Thomas O.(1994), “Putting the Service-profit Chain to Work”, *Harvard Business*, March-April, Vol.72, No.2.

Kanter and Summer(1987). *Doing Well While Doing Good: Dilemmas of performance Measurement in Non-profit Organizations and the need for a Multiple-constituency Approach*. In W. W. Powell (Ed), *The Non-Profit Sector : A Research Handbook*. New Haven, CN:Yale University Press.

Locke, E. A.(1976), *The nature and Causes of Job Satisfaction*, in M. D. Dunnette, ed., *Handbook of Industrial and Organizational Psychology*, Chicago: Rand McNally, 1302.

McGee, Dowling and Megginson(1995), *Cooperative Strategy and New Venture Performance : The Role of Business Strategy and Management*. *Experience, Strategic Management Journal*, 16, 565-580.

Merz and Sauber(1995), *Profiles of Managerial Activities in Small Firms*. *Strategic Management Journal*, 16, 551-564.

Moshe and Lerner(2006), “Gauging the Success of Social Ventures Initiated by Individual Social Entrepreneurs”, *Journal of World Business*. 41. 6-20.

Myers, M. S.(1998), "Who are your Motivated Workers," *Harvard Business Review*, 42, 73-88.

Porter, Michael E(1995), “Competitive Advantage : Creating and Sustaining Superior Performance”, The Free Press, New York, 4-10.

Porter, L. W., and Steers, R. M(1973), “Organizational, Work and Personal Factors

in Employee Turnover and Absenteeism”, Psychological Bulletin, 151-176.  
Social Enterprise London(1999), Social Enterprise in London : Case studies in  
Economic Participation Social Enterprise London.