

# 제1회 CSES Colloquium

## 우수논문자료집

**CSES**

CENTER FOR  
SOCIAL  
ENTREPRENEURSHIP  
STUDIES  
사회적가치연구원

## 가치, 지식, 사람의 연결 사회적가치연구원이 함께 합니다

사회적가치연구원은 모든 경제행위자가 경제적 가치와 사회적 가치를 동시에 추구하는 세상을 만들기 위한 연구와 사업을 추진합니다. 공공과 민간, 대기업과 중소기업, 영리기업과 사회적 기업, 이론가와 실천가가 상생하는 사회혁신 생태계를 만드는 데 이바지합니다.



### 핵심 업무

- **사회성과인센티브** : 사회적 기업의 사회문제 해결 성과를 화폐가치로 측정하고 보상하는 프로젝트입니다. 사회성과인센티브는 SPC(Social Progress Credit)라는 개념에서부터 시작되었으며, 사회적 가치에 기반한 인센티브입니다. 우리 사회에 사회적 기업의 사회성과가 체계적으로 측정/보상되는 시스템이 마련되면, 새로운 투자와 우수한 인재가 유입되어 사회적 기업 생태계를 활성화 할 수 있습니다.
- **사회성과측정** : 사회 구성원들 간에 사회적 가치에 대한 인식을 확산시키고자 영리, 비영리, 공공기관 등 다양한 조직이 창출하는 사회적 가치를 정의, 해당 가치가 창출하는 사회성과를 측정합니다.
  - 각 조직별 특성을 반영한 사회적 가치 정의 및 성과 측정지표 발굴
  - 사회성과 측정기준에 대한 투명성 및 신뢰성 확보
  - 측정 대상조직 대/내외 이해관계자들과 효과적 의사소통 강화
- **학술/연구** : 국내외 사회과학 전 분야의 학자들과 현장 전문가들의 네트워크를 활용하여 사회적 가치, 사회문제, 사회혁신 등에 관한 깊이 있는 지식과 아이디어를 생산하고, 이를 널리 확산하고자 합니다. 이를 위해 CSES에서는 다양한 연구 프로젝트를 기획하여 진행하고 있습니다.
- 대한민국 미래지도 프로젝트, 한국사회학회 프로젝트, Social Value Survey, 동아시아 사회적 가치 포럼, CSES Round Table
- **석박사연구지원** : 사회적 가치/사회혁신 분야를 연구하고, 이론과 현장 지식을 겸비한 신진학자를 양성하여, CSES의 뜻을 함께 실천할 사람을 키웁니다.

# 목차

I. 최우수상	
1. 손선화·엄영호(연세대학교 행정학과)	5
「조직 정당성의 더블엣지(THE DOUBLE-EDGE)가 사회적 기업의 목표 변화에 미치는 영향요인 분석」	
II. 우수상	
1. 홍현우·주병기(서울대학교 경제학부)	26
「사회성과인센티브와 사회적 기업의 성과」	
III. 장려상	
1. 나수미(중소기업연구원)	56
「사회성과인센티브가 사회적 기업의 경제 성과에 미치는 영향」	

CSES

# 최우수상

손선화·엄영호(연세대학교 행정학과)

「조직 정당성의 더블엣지(the Double-Edge)가  
사회적 기업의 목표 변화에 미치는 영향요인 분석」

CSES



# 조직 정당성의 더블엣지(the Double-Edge)가 사회적 기업의 목표 변화에 미치는 영향요인 분석

손선화<sup>1)</sup>, 엄영호<sup>2)</sup>

## I. 서론

본 연구의 목적은 사회적 가치 창출을 위해 설립된 사회적 기업들이 경제적 가치 추구 과정에서 기업의 운영 목적의 변화가 나타나는지를 실증적으로 분석하고자 한다. 선한 사회적 기업가가 사회적 가치와 더불어 조직의 지속가능성을 높이기 위해 경제적 가치를 추구할 때, 현실 경제의 논리 속에서 본래의 조직 목적이 변하게 되는지를 살펴보고, 그 원인을 찾고자 한다.

사회적 기업의 생태계는 눈에 띄게 커지고 있다. 2007년 사회적 기업 육성법 실시 이후 지난해까지 정부가 인증한 전국의 사회적 기업 수는 55곳에서 1,877곳으로 급증했다(서울경제, 2018). 현 정부에서 이전 정부에 비해서 사회적 기업의 육성을 적극 지원하고자 하는 의지를 표명하고 있으며, 일자리 문제와 환경·복지 등 사회 문제를 동시에 잡기 위해 2022년까지 일자리 10만개를 창출하는 계획을 밝히기도 하였다. 급속한 성장세를 보이고 있는 사회적 기업의 태생은 사회문제해결에서 시작한다. 정부와 시장의 운영 원리인 ‘공공성’과 ‘효율성’을 결합함으로써 정부와 시장의 한계를 보완해 나가는 사회적 기업이 그 대안으로 부상하기 시작하였다(조희진·장용석, 2016).

즉, 사회적 기업은 기존 기업이 갖는 경영원리와 철학을 따르되, 사회 문제의 해결 목적을 지닌다는 점에서 기존 기업과는 차별화 된다(김재홍·이재기, 2012; 선남이·박능후, 2011). 그러나 사회적 가치 추구라는 분명하고 명확한 목적의식 하에서 호혜적 경영 원칙에 따라 운영되다보니, 수익구조 개선 및 경제적 가치 창출 측면에서 지속가능성의 한계가 드러나고 있다(최태원, 2014). 이는 사회적 기업은 사회적 가치와 경제적 가치가 분리 되서 고민되는 조직이 아니라 함께 고려되어야 하는 조직임을 의미한다. 따라서 사회적 목적을 추구하는 사회적 경제 조직 및 사회적 기업, 나아가 사회적 책임을 다하고자 하는 기업에 관한 연구는 경제적 가치와 사회적 가치 모두에 주목하고 분석해야 한다. 사회적 기업에 기대되는 역할이 이전보다 확대되면서 목표가 다양화되고 종류도 분화되었다. 그러나 조직 개별이 처한 상황에 따라 경제적 가치 창출이 우선 이루어져야 조직의 생존이 가능하므로 경영원리가 다르게 적용되어 나타나기도 한다.

기업은 이윤창출을 목적으로 유지되는 이익집단이기 때문에 기업의 이익이나 생존을 전혀 고려하지 않을 수는 없는 실정이다. 기업의 성장이나 생존이 보장된 상태에서

1) 연세대학교 행정학과 박사수료

2) 연세대학교 행정학과 박사수료

기업의 사회적 책임활동을 수반하게 되는 것이며, 기업은 기업가치를 향상시키고 기업의 이익 증대에 도움이 되는 방향에서 사회 공헌 활동을 하게 되는 것이다(정수현·김숙연, 2018). 이러한 점에서 사회적 기업은 본연의 존재 이유에 대한 정당성과 실제 운영에서의 괴리로 인해 딜레마에 처하게 된다. 이러한 운영 목적과 지속가능성의 딜레마 속에서 사회적 기업의 정당성은 더블 엣지(Double-Edge), 즉 정당성의 양극단을 경험하게 된다. 정당성의 동학(Dynamics)를 살펴보면 크게 실질적 운영(substantive management)와 상징적 운영(symbolic management)로 나뉜다(Ashforth et al., 1990). 사회적 기업도 조직의 정당성을 위하여 사회문제해결에 일조하며 사회적 가치를 추구하는 운영을 하지만 실질적인 운영에서는 조직의 생존을 위해 수익창출을 통한 경제적 가치를 도모해야하므로 정당성의 더블엣지를 경험하는 것이다.

사회적 기업의 성공가능성이 낮은 상황임에도 불구하고 이들 조직형태의 유입이 촉진되는 현상은 사회적 기업이 사회문제 해결의 새로운 대안으로 인식되면서 정당성(legitimacy)이 높아짐에 따라 이를 설립하여 불확실한 환경을 극복하려는 움직임 때문에 발생한다고 볼 수 있다(황정운·조희진, 2016). 기업들이 전통적으로 중요하게 생각했던 매출과 이익 등 재무적 성과뿐만 아니라 윤리적 문제, 환경적 문제, 사회적 문제 등 비재무성과, 즉 사회적 성과에 대해서도 함께 고려하는 경영을 통해 기업의 가치를 지속적으로 향상시키려는 경영기법을 의미한다. 불확실성에 직면할 때, 조직은 사회문화적 맥락 속에서 정당성의 확보를 통해 조직의 구조, 전략, 목표 등을 변화시키고 제도적 환경에 조응하고자 한다(Frumkin & Galaskiewicz, 2004; Meyer & Rowan, 1977; Scott, 2008). 그동안 정부의 정책으로 육성되어 왔던 사회적 기업은 정부 지원금에 의존하여 '일자리 제공 및 창출'이라는 제한된 목표에 집중되어 있다는 태생적 한계를 갖고 있다(조희진 외, 2017). 최근에는 질적인 성장을 도모하기 위하여 사회적 기업의 지속가능성을 확보하여 사회문제 해결 역량을 높이는 자성적인 목소리가 커지고 있다.

사회적 기업의 등장을 정당성 확보 차원에서 설명한 기존 연구들은 상당히 드문 편이다. Dart(2004)는 보편적 규범으로서 기능하는 시장의 원리가 비영리조직에 수용되어 나타난 것이 사회적 기업이라고 설명하고는 있지만, 규범적 차원의 설명에 그치고 있다. 오단이(2013)의 연구 또한 인증 사회적 기업 대상으로 그 형성 및 성장 과정을 정당성 확보 차원으로 설명했다는 점에서 차별화되지만, 6개 기업을 대상으로 한 질적 사례 연구이므로 그 결과를 전체 사회적 기업군으로 일반화시키기에는 한계가 있다. 본 연구에서는 사회적 기업의 실제 운영과 상징적 운영의 차이에서 오는 정당성의 더블엣지를 실증적으로 분석하고 함의점을 도출하고자 한다.

## II. 이론적 논의

### 1. 사회적 기업의 사회적 가치 창출의 의의

시장 중심의 자본주의 체제를 넘어서 보다 공평한 경제 체제로서 시장과 정부의 실패를 보완할 새로운 대안으로 떠오른 것이 사회적 경제이다. 지난 10여년간 주목 받아 온 사회적 경제는 기업의 이윤극대화만이 아닌 사회적 연대를 통한 사회적 목적의 추구, 공동체 모두에게 이익이 돌아가는 민주적 가치를 함께 조화하고자 하는 경제개념이다(Gueslin, 1998; 남승연 외, 2010; 김영철, 2011; 장용석·조희진, 2013; 장용석 외, 2015; 엄영호 외, 2018). 개별 기업 및 조직의 이익을 넘어 사회 전체의 보편적 이익을 강조하면서, 사회적 경제는 경쟁이 아닌 협력과 공유를 통해 시장원리와 차별되는 경제원리를 지닌다(장용석·조희진, 2013). 그러나 그동안 사회적 경제는 주류 경제원리로서 주목받지 못하였고(김경희, 2013; 장용석 외, 2015), 개념 역시 학자 및 상황에 따라 다양하게 정의<sup>3)</sup>되어 왔다.

사회적 경제는 시장과 사회의 이분법적 논리에서 융합과 공존을 담고 있다. 시장에 대한 대안적 자원배분과 더불어 자발적이고 호혜적인 참여경제, 자기혁신과 상호 협력 등 비시장경제적 운영원리를 담고 있다(장원봉, 2007; 신명호, 2013; 송위진, 2014; 엄영호 외, 2018). 반면 한국의 경우, 사회적 경제에 대한 관심은 비교적 최근 들어 증가하고 있으며 문재인 정권의 출범 이후 사회적 경제와 사회적 가치 창출이 화두가 되고 있다. 사회적 경제의 실현을 위한 사회적 경제 조직으로서 관심을 받는 대표적 조직 형태는 사회적 기업이다.

사회적 기업 역시 사회적 경제와 마찬가지로 개념이 명확하게 합의되지는 않았으나(Galera & Borzaga, 2009; Weerawardena & Mort, 2006), 공통적으로는 사회적 목적과 경제적 목적을 모두 추구하고 있어 비영리기관과 이윤추구를 목적으로 하는 전통적인 기업 기업의 중간적인 성격을 가지고 있어 독특한 특성을 지니고 있다(조상미 외, 2018). 사회적 기업은 경영원리로서 경제적 가치 창출을 통한 기업의 지속가능성을 추구하고 이와 더불어 사회적 가치 창출을 통한 사회적 목적을 실현하는 기존의 경영원리에서 담아내기 힘들었던 조직이다. 사회적 기업은 경제적 가치와 사회적 가치의 목적을 실현하는 혼합조직(hybrid organization)으로 설명할 수 있으며, 시장성과 공공성이 공존하는 자본주의의 대안적 모델이라고 할 수 있다(Battilana et al., 2012; 박찬임, 2008; 장성희·반성식, 2010; 장용석·조희진, 2013; 조희진, 2014).

3) 사회적 경제는 상당히 오랜 역사를 지니고 있는 개념으로, 19세기 프랑스 자유주의 경제학자 Charles Dunoyer가 그의 논문 노동의 자유(De la liberté du travail, 1830)로부터 유래한다(Dunoyer, 1973; 주성수, 2010; 신명호, 2013). 그러나 사회적 경제란 명칭이 공식적으로 사용된 것은 1900년 파리세계박람회(The Paris World Fair 1900)에서 Charles Gide가 모든 유형의 결사체들을 박람회의 한 장소로 배정하고 이를 사회적 경제로 명명한 것을 시작으로 한다(Defourny & Develtere, 1999; 장원봉, 2007; 장용석 외, 2015 재인용).



사회적 기업에 관한 연구는 목적론적이고 규범적이던 연구 일변도에서 최근 들어 사회적 기업 성과로서 경제적 가치와 더불어 사회적 가치를 측정하고 재무적 지표로 전환하고 성과를 분석하는 방향으로 나아가고 있다. 사회적 가치와 관련하여 연구자들마다 측정 방법 및 지표의 차이가 나타나고 사회적 가치 추구에 따른 성과의 결과가 혼재되면서 학자들 간 논란이 존재하는 것은 사실이다. 즉, 사회적 가치의 추구가 재무성과 및 기업 가치에 긍정적인 영향을 미친다는 연구와 부정적인 영향을 준다는 결과가 혼재되어 제기되는 것인데, 많은 연구들에서 긍정적인 효과가 나타나고 있음을 주장하고 있다(정수현·김숙연, 2018). 특히, 사회적 가치의 경우 사회적 가치에 중점을 두는 정도에 따라 다양성이 크게 나타나고 있다.

기업에서 추구하는 사회적 책임 혹은 사회적 가치가 재정적 성과 및 기업 가치에 미치는 영향을 분석한 연구들은 지역사회 재투자 및 간접 활동도 기업의 명성과 평판을 제고시켜 매출 증가 및 가치 증진에 긍정적이라고 주장한다(Schwartz, 1968; 이광운, 2011). 건전한 경영, 소비자 중심의 활동, 환경 친화, 경제 및 지역사회 기여 등이 기업에 긍정적으로 작용하는 것으로 나타났다(박헌준·이종건, 2002; 위평량·김윤호, 2006; 김창수, 2009; 김숙연, 2014; 김용현 외, 2015). 이러한 연구에서는 일반적으로 사회적 가치 혹은 사회적 성과를 경제정의지수(KEJI Index)의 건정성 및 공정성 지표, 윤리경영 지수, 사회공헌활동 등을 변수화하여 경제적 가치인 매출액, 총자산이익률, 유동비율, 주식수익률 등과 비교하였다. 반면, 사회적 기업의 경우 사회적 성과를 경제적 가치 이외에 발생하는 사회적 영향 중 화폐가치로 환산 가능한 부분을 사회적 성과로 측정하였다. 순편익, 정규직 비율, 취약계층 고용비율, SORI 활용, 취약계층 고용으로 인한 공공부문 지출감소 등을 변수화하여 측정하였으며, 사회적 비용으로 사회적 가치로 인한 기회비용, 정부 보조금 등을 활용하였다(안영규, 2010; 선남이·박능후, 2011; 한국사회적기업연구소, 2011; 김숙연, 2016). 사회적 기업 역시 사회적 가치 창출이 기업 가치에 긍정적으로 영향을 미치고 있는 연구가 대부분이었다.

기업이 추구하는 사회적 가치의 창출은 궁극적으로 기업의 이익 추구활동이며, 재무적 성과를 비롯한 경제적 가치의 향상, 운영비용의 절감을 넘어서 조직의 장기적 생존과 조직 구성원 및 소비자의 만족도 향상, 브랜드 가치 및 평단 증진 등의 다양한 기회와 가치로 이어진다(Jones and Hiller, 2005). 기업의 사회적 활동은 경제적 성과를 제고하는데 긍정적인 영향을 미칠 수 있다는 연구결과들이 제시되면서 기업의 사회적 책임 활동과 경제적 성과, 기업의 사회적 성과와 경제적 성과를 나타내는 지표들의 관계 등에 대한 실증적인 연구도 활발하게 진행되었다(정수현·김숙연, 2018). 종합하면, 사회적 기업의 운영 목표에 있어 딜레마 상황에 대해 중점을 둔 연구는 부족했으며, 본 연구에서는 이에 어떤 요인으로 인해 사회적 기업의 운영 목표를 변화하는지 밝히고자 한다.

## 2. 사회적 기업의 정당성 추구하고 실제 운영의 괴리

기업이 윤리경영과 사회적 책임을 다하고, 사회적 가치 창출을 통해 지역사회에 기여하는 경영은 소비자 및 이해관계자들로부터 기업에 대한 우호적 태도와 성과향상을 가져오게 한다. 착한 기업에 대한 소비증가 현상, 투자 유치 등이 나타나는 것 역시 이러한 맥락이다(여영준 외, 2018). 이러한 사회적 기업은 성공가능성이 일반 기업에 비하여 낮고 불확실하며, 지속가능성과 생존여부가 불투명한 상황에서 폭발적으로 증가하고 있다. 아래의 <표 1>에서 보듯, 2018년 3월말 기준 사회적 기업은 2007년 55개에서 2,196개로 성장하였다.

<표 1> 사회적 기업 현황(2018년 3월 기준)

구분	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
인증신청수	166	285	199	408	224	317	469	481	427	326	306	43
인증누적수	55	221	298	514	669	811	1080	1345	1640	1905	2161	2196
신규증원수	55	166	77	216	155	142	269	265	295	265	256	35
현재유지수	37	119	61	154	119	127	231	239	276	258	256	35

출처 : 한국사회적기업진흥원 홈페이지 참조

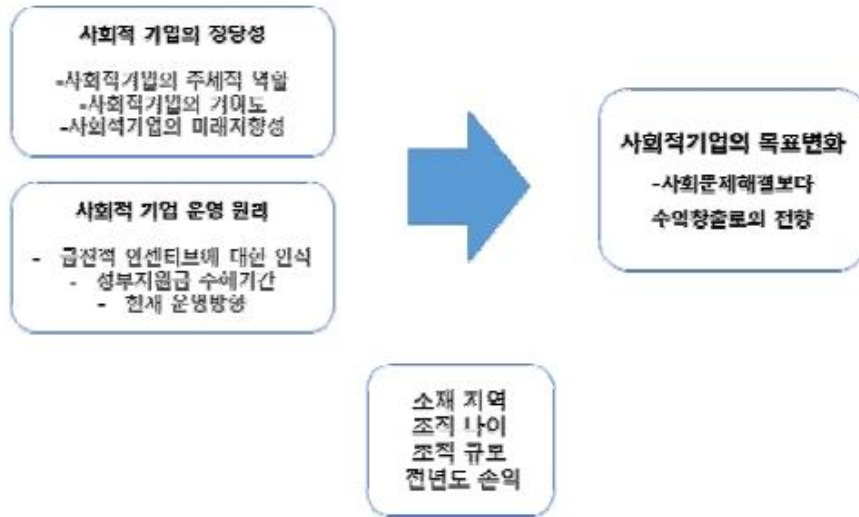
사회적 기업의 폭발적 증가 현상은 당면한 사회문제 해결을 위한 필요성과 기능적 설명만으로는 해석이 불가능하며, 보완적 설명이 필요하다. 사회적 기업의 성공을 넘어 장기적인 조직의 생존 자체가 불확실한 상황에서 조직이 사회의 당면 문제를 해결하기 위해서 존재한다고 설명하기는 어렵기 때문이다. 이러한 보완적 기제로서 구성주의적 관점의 해석이 필요하여 이를 설명하고자 한다. 사회적 기업은 조직의 정체성에 기반하여 사회적 가치를 추구하지만 실제 운영에서는 조직의 생존을 위하여 경제적 가치를 보다 더 추구할 수 있다.

정당성은 사회체계 안에서 조직의 역할을 정당화해주고, 그 자체로 자원이 되어 주지만 사회적 가치와 기대는 종종 모순적이고, 실현하기 어렵다(Ashforth et al., 1990). 제도주의 조직론에서도 '적절하고, 적합하고, 필요한 것'으로 여겨지는 신화(myth)를 조직이 수용한 결과로, 조직의 변화에 중요한 기제로서 정당성의 확보가 중요함을 강조한다(Oliver, 1991; Scott, 2008; 조희진·장용석, 2014; 조희진·장용석, 2016; 정명은·안민우, 2017; 손선화 외, 2018). 사회적 기업 역시 사회문제의 해결과 정당성의 측면에서 조직의 역할, 규칙, 목표 등이 논의 될 수 있는 것이다. 사회적 기업을 둘러싼 외부 환경의 불확실성과 예측 불가능성은 개별 조직들에게 사회문화적 맥락 속에서 정당성 확보가 결국은 사회적 기업의 지속가능성을 높일 뿐만 아니라 조직의 존재의 의미를 만들기 때문이다. 사회적 기업의 등장과 확산, 그리고 폭발적 성장은 사회적 기업이 조직의 정당성이 증가하는 과정에서 나타난 결과라고 볼 수 있는 것이다.

UNEPFI(United Nations Environment Programme Finance Initiative)에서도 이해관

계자들이 기업에 대한 투자 의사결정시 재무성과 이외에도 친환경, 사회적 기여 등 비재무적인 요소도 고려해야한다고 하는 등 체계적으로 기업의 사회적 책임의 중요성이 강조되고 있다. 하지만 기업의 사회적 책임은 규범적인 가치로 그 효과성이 입증되지 않는다면 영리 추구가 목적인 기업에게 사회적 책임 활동을 일방적으로 강요하기에는 무리가 따를 것이다(여영준 외, 2018). 자본주의와 시장경제의 위기, 정부 실패는 많은 사회적 비용을 지불하며 그 대가를 치렀다((Battilana et al., 2012). 사회는 점점 더 복잡해지고 다양해지며, 개인은 보다 주체적이고 역능성(empowerment)을 갖고, 보다 성숙된 삶과 사회의 변화를 요구하게 된다. 그러나 양극화와 불평등, 환경오염 등 사회 문제와 이슈들은 더욱 증가할 것이고 이를 해결하기 위한 대안적 모델로서 사회적 기업은 사회적 경제, 즉 시장과 사회, 효율성과 형평성, 발전과 정의의 융복합적 가치의 공존이라는 정당성을 획득해 나가고 있다. 사회적 기업은 일반 영리기업에서 주로 추구하는 경제적 가치 외에도 사회에 긍정적인 영향을 미치는 사회경제적 가치와 사회적 가치까지도 창출하는 조직으로 독특함을 지니고 있다(조상미 외, 2018). 따라서 본 연구에서는 사회적 기업의 지속가능성을 위하여 정당성과 운영원리가 수익창출로 목표 변화를 이끄는지 살펴보고자 한다. <그림 1>은 본 연구의 연구모형을 도식화한 그림이다.

<그림 1> 연구모형





### III. 연구설계

#### 1. 분석자료 및 방법

본 연구는 사회적 기업들의 경제적 가치와 사회적 가치 사이에서 기업의 운영 목적 변화가 어떠한 원인에 의하여 나타나는지를 실증적으로 분석하고자 한다. 분석 대상은 결측치(missing value)를 제외한 162개 사회적기업이며, 분석 시기는 2018년 단년도이다. 분석을 위하여 활용한 설문조사 자료 및 대상 사회적 기업은 사회적가치연구원에서 2018년 국민, 사회적기업, 사회성과인센티브 프로젝트 참여기업, NGO 등에 실시한 사회적가치서베이 DB이고 사회문제 및 해결에 대한 인식과 태도, 사회적 기업 현황, 사회적 기업의 정책 수요 그리고 사회투자자 사회적 경제에 대한 인식을 포함하고 있다.

본 연구는 종속변수의 정규분포를 가정하는 회귀분석 방법인 OLS(Ordinary Least Squares Regression)를 실시하였고, 분석을 위한 통계패키지는 STATA SE 14.0을 사용하여 분석하였다.

#### 2. 변수의 측정

##### 1) 종속변수

본 연구의 종속변수는 사회적기업의 목표 변화를 측정하고자 하였다. 보다 구체적으로 사회적 기업이 향후 기업을 운영함에 있어 사회문제해결보다 수익창출에 방점을 두는 경우를 측정한 값이다. 향후 사회적 기업의 운영에 있어 사회문제해결 혹은 수익창출 및 이윤 극대화에 대한 방향성을 가늠해볼 수 있다. 수익창출에 가까울수록 0부터 4까지 5는 둘 다 선택한 경우, 그리고 6부터 10까지 값은 사회문제 해결에 방점을 두었다고 측정하였다.

문36. 현재 귀사는 다음 활동 중 어느 쪽에 더 방점을 두고 운영되고 있습니까?



문37. 향후 귀사는 다음 활동 중 어느 쪽에 더 방점을 둘 계획이십니까?



출처: 2018 사회적 가치 서베이-사회적기업 설문지

본 연구에서는 사회적 기업 경영원리의 변화를 살펴보고자 종속변수에 사용된 문

향을 조작화하여 사용하였다. 현재 운영방향의 값에서 향후 운영방향의 값을 뺀 결과를 종속변수화 하였으며, 구체적인 예시는 다음과 같다. A 기업에서 현재 기업 운영방향 선택이 사회문제해결에 가까운 7을 선택하였으나, 향후 운영방향의 경우 수익창출에 가까운 3을 선택한 사례에서 종속변수는 '7'에서 '3'을 뺀 '4'가 된다. 이는 즉 사회적 기업이 현재에 비해 향후 사회문제해결보다는 수익창출 및 이윤 극대화 방향으로 운영목표를 변화한다고 보았다.

## 2) 독립변수

본 연구의 주요한 독립변수는 조직의 정당성이다. 조직이 제도적 환경에서 인식하는 정당성을 측정하기 위하여, 사회적 기업의 사회문제해결 의지와 사회적 기업의 운영원리로 구분하여 살펴보았다. 먼저, 첫 번째 정당성의 경우 사회적 기업이 인식하고 있는 정당성의 일반적 인식으로 사회문제 해결에 있어 사회적 기업의 주체적 역할과 사회적 기업의 기여도, 그리고 사회적 기업의 미래지향성을 측정하여 사회적 목적과 사회적 가치 창출 인식을 측정하고자 하였다. 반면 두 번째 독립변수는 사회적기업의 운영원리이다. 실제 조직 운영특성으로 인센티브에 대한 인식과 현실적 측면에서 경제적 가치 추구에 대한 정당성을 측정하고자 하였다.

사회적 기업의 주체적 역할은 사회적 기업이 현대사회의 복잡한 사회문제 해결의 대안이 될 수 있다고 인식하는지 여부이다. 사회적 기업의 기여도는 사회문제 해결에 어느 정도 기여할 수 있을지를 측정하였다. 구체적으로 소득 및 주거불안, 노동불안정, 교육불평등, 삶의 질 저하, 인구구조 및 가족 구성 변화 등 급격한 사회구조 변화, 사회통합 저해, 안전위험, 환경오염과 기후변화, 자원고갈, 자연재해 총 10개 문항을 전혀 기여하지 못할 것이다(0)부터 크게 기여할 것이다(5) 5점 척도로 측정하여 총합하였다. 또한 사회적 기업의 미래지향성은 본인의 기업 의지가 자녀에게도 그대로 인식하는지, 즉 만약에 자녀가 사회적 기업을 창업한다고 할 때, 찬성할지 여부를 찬성할 경우 1, 반대할 경우 0으로 더미변수화하였다. 사회적 기업의 운영원리 문항은 사회적 기업이 창출하는 가치를 인센티브로 제공해야 하는지, 정부 지원금의 수혜기간이 얼마나 되는지, 현재 조직운영의 방향에 대하여 측정하였다.

## 3) 통제변수

마지막으로 분석의 엄밀성을 높이기 위한 통제변수로 지역, 조직나이, 규모, 전년도 손익을 통제하였다. 어느 지역에 위치하는지에 따라 사회적 기업의 생존 및 수익 등에 차이가 나타나고 있으며, 설립 후 생존 등을 고려할 때 기업의 나이 역시 중요하다. 일반적으로 신생기업일 수록 환경변화에 민감하게 대응하는 경향이 강하고, 조직 연령이 높은 기업일수록 내부 관성으로 인해 환경 변화에 소극적인 모습



을 보인다(손선화·장용석, 2016). 또한 사회적 기업의 경우 수익성이 크지 않은 현실에서 정규직원의 수가 조직 운영에 중요한 영향을 미치고 있다<sup>4)</sup>. 손익을 통해 기업의 영업활동과 이에 대한 성과를 가늠해볼 수 있다. 사회적 기업의 여유자원(slack resource)으로 전년도 손익과 정규직원 수는 조직 규모로 활용하였다. 현금화할 수 있는 자산, 즉 여유자원이 풍부하고, 역량이 높은 기업들은 그 규모가 큰 기업에 해당한다(조희진 외, 2017). 마지막으로 전년도 손익 규모를 통제해주었다. 조직규모와 전년도 손익은 자연로그화하여 사용하였다.

이상의 논의를 바탕으로 활용한 설문문항과 측정된 변수표는 아래의 <표 2>와 같다.

<표 2> 변수표

변수명		설문문항	비고	
종속 변수	사회적 기업의 목표 변화	문36. 현재 방침을 두는 운영방향 [수익창출(0)부터 사회문제해결(10)까지]에서 문 37. 향후 방침을 두는 운영방향을 뺀 값		
독립 변수	사회적 기업의 정당성	사회적기업의 주체적 역할	문9. 귀하께서는 사회적기업이 현대 사회의 복잡한 사회문제를 해결할 수 있는 대안이 될 수 있다고 생각하십니까? 5점 척도	
		사회적기업의 기여도	문10. 사회문제들을 개선 또는 해결하는데 있어 사회적기업이 어느정도 기여할 것이라고 생각하십니까? 하위 10개 문항의 총점	
		사회적기업의 미래지향성	만약 내자녀가 사회적기업을 창업한다면 창업반대=0, 찬성=1	더미 변수
	사회적 기업 운영원리	금전적 인센티브에 대한 인식	문28. 정부 혹은 대기업에서 사회적 기업이 창출하는 사회적 가치의 성과를 측정하여 금전적으로 인센티브를 제공하는 것에 대해 어떻게 생각하십니까? 매우 부정(1)부터 매우 긍정(5) 5점 척도	
		지원금 수혜기간	문35-1. 정부 지원금 수혜 기간	
		현재 운영방향	문36. 현재 귀사는 어느쪽에 방침을 두고 운영되고 있습니까? 수익창출 및 이윤극대화(0)부터 사회문제해결(10)까지	
통제 변수	소재 지역	1.서울, 2.부산, 3.대구, 4.인천, 5.광주, 6.대전, 7.울산, 8.세종, 9.경기, 10.강원, 11.충북, 12.충		

4) 서울경제(2018.10.18.). “고비용에 협력사 일감만남 속출, 비용줄이려 사회적 기업 편법 설립 등” (<https://www.sedaily.com/NewsView/1S5YM4P11A/GD02>)

주요 내용 : “최저임금, 원자재 값 인상 등으로 고비용 구조가 심화되면서 중소기업이 그간 어떻게든 유지하려 애쓰던 대기업 공급물량까지 포기하는 가운데 업계에서는 각종 편법이 난무하고 있다. 운영비용 절감을 위해 사회적 기업을 설립해 인력과 비용을 나누거나 주 52시간 근무제를 앞두고 타사와 인력을 교환해 이를 회피하는 ‘동종업체 간 정규직 인력 교차활용’등이 대표적인 예다.”

변수명	설문문항	비고
	남, 13.전북, 14.전남, 15.경북, 16.경남, 17. 제주	
조직나이	2018-설립년도	
조직규모	정규직원수	자연로그
전년도 손익	2017 손익	자연로그

#### IV. 분석결과

##### 1. 기초통계량

실증 분석을 위한 162개 자료의 기초통계량은 아래의 <표 3>과 같다. 먼저, 종속 변수인 향후 수익창출로 운영방향을 전환하는지의 여부는 변수의 조작화를 통해 현재 운영방향과 향후 운영방향의 차로 구하였다. 평균은 -0.08 수준으로 최대값은 4, 최소값은 -7로 나타났다. 사회적 기업의 주체적 역할은 10점 척도에서 평균 6.47 수준으로 나타났다. 사회적 기업의 기여도의 경우에는 결측치를 제외한 평균은 3.26이고 최소값은 1.2, 최대값은 4.7로 나타났다. 사회적 기업의 미래지향성인 자녀의 창업에 찬성과 반대 여부는 평균은 0.87로 나타나서 찬성에 긍정적인 것으로 나타났다. 금전적 인센티브의 경우 평균 3.9 정도로 긍정적으로 인식하고 있었다. 정부 지원금의 수혜기간은 평균 3.6년으로 최대 8년까지 받은 것으로 나타났다. 사회적 기업의 현재 운영방향은 사회문제해결이 10에 가깝고 0에 가까울수록 수익창출 및 이익 극대화에 방점을 두었다고 측정했을 때, 평균 4.78로 둘 다 추구하는 것보다 약간 경제적 가치를 더 추구하고 있는 것으로 나타났다. 또한 조직 나이는 최소 4년에서 최대 33년으로 편차가 크게 나타났으며, 평균 10년의 업력을 갖고 있었다. <부록 1>은 회귀분석에 활용한 변수들 간의 상관관계 분석 결과를 제시하고 있다.

<표 3> 기초통계

변수	관측치	평균	표준오차	최소값	최대값
사회적 기업의 목표 변화	162	-0.08025	1.184676	-7	4
사회적 기업의 주체적 역할	162	6.469136	2.207196	0	10
사회적 기업의 기여도	162	3.269942	0.603563	1.2	4.7
사회적 기업의 미래지향성	162	0.876543	0.329981	0	1
금전적 인센티브에 대한 인식	162	3.895062	0.909631	1	5

지원금 수혜기간	162	3.611111	1.227278	0	8
현재 운영방향	162	4.783951	1.906899	0	10
소재 지역(서울=1)	reference				
부산광역시	162	0.074074	0.262704	0	1
대구광역시	162	0.006173	0.078567	0	1
인천광역시	162	0.049383	0.217338	0	1
광주광역시	162	0.061728	0.241408	0	1
대전광역시	162	0.024691	0.155664	0	1
울산광역시	162	0.030864	0.173486	0	1
세종특별자치시	162	0.006173	0.078567	0	1
경기도	162	0.148148	0.356348	0	1
강원도	162	0.092593	0.29076	0	1
충청북도	162	0.074074	0.262704	0	1
충청남도	162	0.049383	0.217338	0	1
전라북도	162	0.098765	0.299272	0	1
전라남도	162	0.067901	0.252356	0	1
경상북도	162	0.04321	0.20396	0	1
경상남도	162	0.049383	0.217338	0	1
제주특별자치도	162	0.04321	0.20396	0	1
조직나이	162	10.53704	5.150094	4	33
전년도 손익(로그변환)	162	7.432425	2.506799	0	12.42922
조직규모(로그변환)	162	2.208363	1.117144	0	6.109248

## 2. 실증 분석 결과

회귀분석 결과는 아래의 <표 4>와 같다. 분석은 일반 회귀모형(Model 1)과 정부지원금 수혜기간에 따른 기업 운영원리 변화 모형(Model 2)으로 구분하여 분석하였다. Model 1의 결과를 살펴보면, 사회적 기업의 정당성에서는 사회적 기업의 주체적 역할과 사회적 기업의 미래지향성이 통계적으로 유의미하게 나타났다. 사회적 기업의 현대 사회의 복잡한 사회문제를 해결 할 수 있는 대안이 된다고 인식할수록 보다 사회문제 해결에 중점을 두고 있는 것으로 나타났다. 사회문제 해결에 주체성이 낮을 때 오히려 수익창출로 전환되는 것을 알 수 있다. 사회적 기업의 기여도는 통계적으로 유의미하지 않았다. 반면, 사회적 기업의 미래지향성의 경우, 내 자녀가 사회적 기업을 창업한다고 할 때 창업을 찬성하는지 반대하는지의 문항이다. 자녀의 사회적 기업 창업을 찬성할수록 사회문제 해결을 사회적 기업의 목표로 하고 있었으나, 반대하는 경우에는 수익창출에 집중하는 것으로 나타났다.

기업의 운영원리에 있어서는 현재 운영방향과 정부 지원금의 수혜 기간이 통계적으로 유의미하였다. 현재 운영방향이 사회문제 해결에 방점을 두고 있는 경우, 수익창출로의 기업 목표 변화가 나타났다. 이는 사회문제 해결에 목표를 두고 있는 기



업들이 향후에는 수익창출로 목표를 전환하고자 함을 의미하는데, 사회적 가치와 더불어 경제적 가치가 갖는 중요성을 보여준다고 할 수 있다. 또한 정부지원금의 수혜기간이 길수록 수익창출로 목표를 변화하는 것으로 나타났다.

정부 지원금의 수혜기간과 관련해서는 정부지원금이 사회적 기업에 어떠한 영향을 미치는지에 대해 다양한 연구들에서 혼재된 결과들이 제기되었다. 따라서 수혜기간에 따른 목표 변화를 조금 더 구체적으로 살펴보았으며, Model 2에 제시하였다.

Model 2의 결과를 보면, Model 1과 전반적으로 유사하게 나타났다. 정부 지원금의 수혜기간의 경우, 플레인텀에서 통계적 유의미성은 나타나지 않았으나 음의 방향으로 나타났다. 즉, 정부지원금의 수혜기간에 길어짐에 따라 기업은 사회문제해결보다는 수익창출 및 극대화에 방점을 둔 운영목표를 설정하는 것이다. Model2에서는 지원금수혜기간의 제곱항(Square term)을 추가하여 추정해보았다. 이를 도식화해보면 수혜기간이 길어짐에 따라 수익창출의 변화 의지가 감소되는 것으로 나타났다(그림 2). 정부지원금의 수혜가 선형의 결과가 아닌 2차함수의 형태를 띠고 있는 것으로 나타났으며, 임계값은 4.95년으로 정부지원금의 수혜기간은 5년을 기점으로 그 영향력의 차이가 나타나는 것을 보여준다. 강석민(2014)에서도 매출액에 대한 정부지원의 영향에 관한 결과를 보면, 경영성과에 미치는 정부지원의 비선형 영향이 존재하고 있음을 말해주고 있다. 즉, 정부지원금 수혜기간에 따라 초기 5년까지는 사회적 기업의 생존을 위해 수익창출이라는 운영목표를 추구하는데 영향을 미칠 수 있지만, 그 이상일 경우에 정부지원이 길어질 수록 사회적기업의 사회문제해결 목표에 긍정적인 영향을 제공할 수 있음을 나타내어 정부지원금 수혜기간의 역U자형 영향이 규명되었다. 마지막으로 통제변수의 경우, 전년도 손익이 적은 사회적기업일 수록 수익창출 모델로 기업의 목표를 변화시키는 것으로 나타났다. 경제적 가치가 어느 정도 뒷받침되어야 사회문제해결에 보다 노력할 수 있고 사회적 가치가 동시에 추구될 수 있음을 보여준다. 소재지역의 경우, 서울특별시에 비해 경기도와 강원도에 소재한 사회적 기업의 경우 향후 사회문제해결에 더욱 목표설정을 하는 것으로 나타났다. 그 외 조직나이, 정규직원 수인 조직 규모는 통계적으로 유의미하지 않다.

이상의 결과를 종합하면, 사회적 기업이 사회문제를 해결하는 주체성과 미래지향성을 가질수록 수익보다는 사회문제 해결에 집중하는 것으로 나타났다. 그러나 흥미로운 결과는 현재 사회문제 해결에 기업 운영방향을 두고 있는 기업일수록 수익창출로 변화하고자 하는 것으로 나타났다. 결국 이러한 결과는 사회적 기업의 사회적 가치와 경제적 가치가 적절하게 보완되어야 지속가능성과 사회문제 해결이 가능함을 실증적으로 보여주고 있다고 할 수 있다.

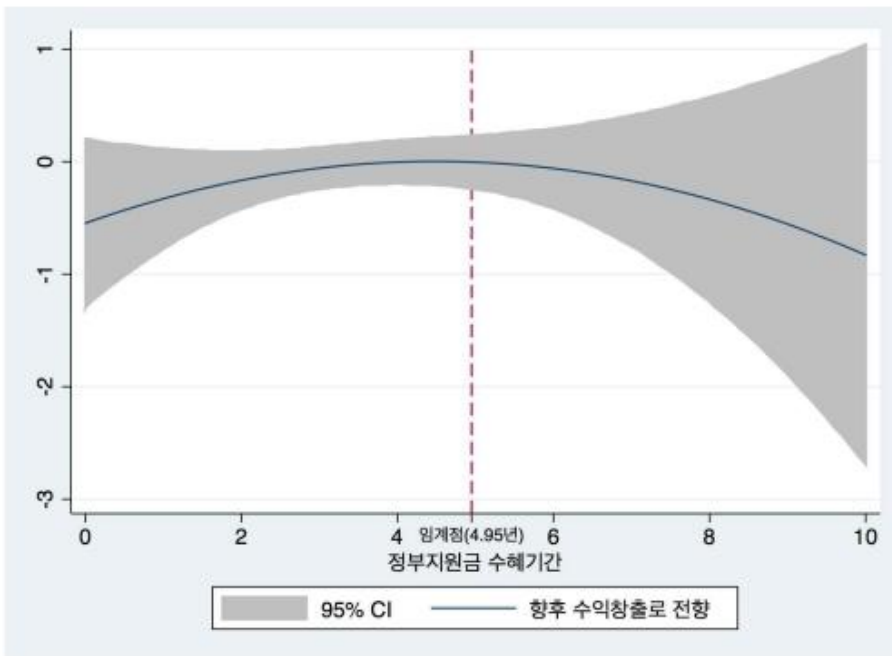
<표 4> 사회적 기업 목표변화에 미치는 영향요인 분석 결과

변수명		MODEL1	MODEL2
사회적 기업의 정당성	사회적기업의 주체적 역할	-0.080**(0.044)	-0.080**(0.046)

변수명		MODEL1	MODEL2	
	사회적기업의 기여도	0.071(0.166)	0.000(0.174)	
	사회적기업의 미래지향성	<b>-0.669** (0.295)</b>	<b>-0.567* (0.306)</b>	
기업의 운영원리	금전적 인센티브에 대한인식	-0.057(0.104)	-0.064(0.106)	
	현재운영방향	<b>0.242*** (0.051)</b>	<b>0.254*** (0.052)</b>	
	지원금 수혜기간	<b>0.137* (0.079)</b>	-0.068(0.200)	
	지원금 수혜기간 <sup>2</sup>	1		0.379(1.125)
		2		1.051(0.969)
		3		1.168(0.850)
		4		1.340(0.837)
		5		<b>1.553* (0.861)</b>
		6		<b>2.172* (1.243)</b>
		7		<b>3.724** (1.562)</b>
8			omitted	
소재 지역(서울특별시 =1)				
부산광역시		-0.159(0.459)	-0.122(0.468)	
대구광역시		-0.080(1.144)	-0.021(1.153)	
인천광역시		-0.286(0.509)	-0.223(0.539)	
광주광역시		-0.346(0.478)	-0.269(0.487)	
대전광역시		-0.459(0.660)	-0.400(0.662)	
울산광역시		0.017(0.615)	0.151(0.626)	
세종특별자치시		-0.416(1.175)	-0.452(1.189)	
경기도		<b>-0.706* (0.387)</b>	-0.543(0.402)	
강원도		<b>-0.824* (0.421)</b>	<b>-0.744* (0.439)</b>	
충청북도		0.201(0.443)	0.265(0.451)	
충청남도		0.000(0.502)	0.057(0.510)	
전라북도		0.016(0.427)	0.099(0.445)	
전라남도		0.077(0.469)	-0.001(0.486)	

변수명	MODEL1	MODEL2
경상북도	-0.342(0.530)	-0.372(0.553)
경상남도	0.113(0.504)	0.146(0.511)
제주특별자치도	-0.274(0.518)	-0.225(0.529)
조직나이	0.009(0.018)	0.009(0.018)
전년도 손익(로그변환)	<b>-0.098**(0.018)</b>	<b>-0.101**(0.041)</b>
조직규모(로그변환)	0.124(0.092)	0.139(0.094)
상수	-0.030(0.866)	-0.538(1.487)
N	162	162
R-squared/Adj R-squared	0.2854	0.1541

\*p<0.1, \*\*p<0.05, \*\*\*p<0.01, 괄호 안은 강건표준오차(robust standard error)



<그림 2> 정부지원금 수혜기간에 따른 사회적기업의 수익창출률의 목표 변화

## V. 결론 및 함의

본 연구의 목적은 우리나라 사회적기업의 목표변화에 미치는 영향요인을 실증적으로 분석하는 것이었다. 사회적 기업의 정당성과 실제 기업의 운영원리가 사회적



기업 목표 변화에 미치는 영향을 알아보기 위해 본 연구에서는 2018년 사회적가치 연구원에서 조사한 사회적기업 서베이의 문항을 활용하여 회귀분석을 실시하였다. 사회적 기업이 지닌 특수성으로서 사회적 가치와 경제적 가치의 동시 추구를 실증 분석의 대상으로 삼았다는 점과 사회적 기업의 목표 변화를 분석하였다는 점에서 기존 연구와는 차별점을 지니고 있다.

본 연구의 실증분석 결과 흥미로운 결과들이 나타났다. 첫째, 사회적기업의 정당성 즉, 일반적으로 사회적 기업에 대해 기대하는 역할과 기여도를 긍정적으로 평가할수록 해당 기업의 운영목표는 사회문제 해결에 방점을 두고 있는 것으로 나타났다. 현재 우리나라의 사회적 기업들은 정부로부터 지원금을 받기 위해서 취약계층 고용 등의 사회적 목적 실현이 필수적이기 때문에 사회적 목적 실현을 어느 정도 하고 있다고 볼 수 있다(조희진·장용석, 2016). 따라서 사회문제 해결이라는 사회적 기업의 본래 목적을 설정하고 실현하기 위해서는 정당성을 유지할 때 사회적 가치와 수익창출 및 이윤극대화를 함께 도모할 수 있음을 시사한다.

둘째, 현재 사회문제 해결에 목표를 두고 있는 기업들이 향후에는 수익창출로 목표를 전환하고자 하는 경향이 나타났다. 이는 사회적 가치와 경제적 가치를 유기적으로 연계하여야 사회적기업의 지속가능성을 높일 수 있음을 반증하는 결과이다.

셋째, 정부지원금 수혜기간이 5년 이내의 초기단계 사회적 기업의 경우, 조직의 생존을 위하여 수익창출 및 이윤극대화를 추구하지만, 그 이상 수혜 받은 경우에는 사회문제해결을 더욱 강조하는 방향으로 운영목표를 수정한다. 사회적 기업의 실제 운영과 운영목표의 변화는 역U자형의 비선형관계가 나타나 정당성의 더블엣지가 존재함을 확인하였다. 실제 정부의 지원기간이 종료된 사회적기업의 생존율은 69.1%에서 80.5%로 5년에 불과하다(한국경제, 2017). 이는 일반 창업기업 생존율보다는 높은 수치이지만 사회적 기업은 수익창출이 주사업목적이 아니므로 장기적인 사업 모델의 특징으로 인해 초기 경영에 어려움이 크게 작용한다. 이 결과는 사회적 기업의 지속가능성이 담보된다면 사회문제 해결에 보다 적극적으로 나설 수 있다는 점을 의미한다. 정부지원을 통한 조직의 생존과 경제적 이익 창출은 지속가능성의 필수적인 요인이며, 정부 이외 영역에서의 재정지원 역시 중요하다고 할 수 있다. 결국 사회문제를 해결하고 사회적 가치 창출을 위한 사회적 기업의 지속가능성을 위해서는 사회적기업 생태계의 자생력을 높이는 방안이 강구되어야하며 임팩트 투자 및 민간 투자자본의 활성화가 필요하다.

이와 같은 결과를 바탕으로 다음과 같은 정책적 함의를 도출할 수 있다. 사회적 기업의 사회문제 해결 역할을 확대하고 선순환 구조를 구축하기 위해서는 정부의 지원이 장기적으로 다양하게 이루어져야한다. 사회적 기업에 대한 정부 지원이 인건비 중심이라는 문제와 함께 창업 초창기 5년에 집중되어 있는 점도 사회적 기업 생태계 확장을 위해 해결해야하는 문제이다(고용노동부, 2014; 조희진 외, 2017 재인용). 정부의 인건비 지원 기간은 예비 사회적 기업일 경우 최대 2년, 사회적 기업일 경우 최장 3년이다. 따라서 사회적 기업의 성장에는 여전히 정부의 역할이 중요하다

며, 사회적 기업의 수익창출과 사회문제해결의 동시적 추구가 일어나려면 기업운영 전반에 걸쳐 더 많은 지원이 필요하다.

정부는 최근 사회적 기업 생태계 확장을 위해 사회적 기업 정부 인증 기준도 완화하고 중장기적으로 인증제를 등록제로 전환한다는 방침을 발표하였다. 이와 더불어 창업 준비부터 회생을 위한 단계까지 고루 지원체계를 구축하여 지원 대상과 기간을 늘릴 계획이다(서울경제, 2018). 지원 대상별 맞춤형 지원방안을 설정하여 사회적 기업이 초기에 정부지원금을 통해 지원기간이 끝난 이후에도 생존하여 경제적 가치와 더불어 현대 사회의 다양한 문제해결에 역량을 보일 수 있도록 정부의 지원이 뒷받침되어야한다.



## 참고문헌

- 김경희. 2013. 사회적 경제를 통한 지역혁신의 가능성과 한계. 공공사회연구, 3(2): 126-150.
- 김숙연. 2014. 기업의 사회공헌활동과 기업가치와의 관련성, 사회적경제와 정책연구, 3(2): 103-122.
- 김숙연. 2016. 사회적기업 가치가 사회적기업 성과에 미치는 영향, 세무회계연구, 50: 171-192.
- 김영철. 2011. 사회적 경제와 지역의 내발적 발전, 지역사회연구, 19(2): 25-49.
- 김용현·장승욱·강지은. 2015. 기업의 CSR과 장기 재무성과, 글로벌경영학회지, 12(2): 157-179.
- 김재홍·이재기. 2012. 사회적기업의 경제적·사회적 성과분석. 한국행정논집, 24(4): 1037-1063.
- 김창수. 2009. 기업의 사회적 책임 활동과 기업가치, 한국증권학회지, 38(4): 507-545.
- 남승연·조창현·정무권. 2010. 사회적 기업의 개념화와 유형화 논쟁 : 사회적 기업의 다양성과 역동성의 이해를 위하여. 창조와 혁신, 3(2): 129-173.
- 박찬임. 2008. 사회적 기업 육성정책의 쟁점과 과제. 보건복지포럼, 144: 21-33.
- 박헌준·이종진. 2002. 기업의 사회공헌활동과 재무적 성과간의 관계에 대한 실증적 연구, 인사조직연구, 10(1): pp.95-133.
- 서울경제. 2018. 2022년까지 사회적 기업에서 일자리 10만개 창출한다". 2018년 11월 09일자.
- 선남이·박능후. 2011. 사회적기업의 사회경제적 성과에 미치는 영향요인 분석, 지방정부연구, 15(2): 141-164.
- 손선화·장용석. (2016). 한국 공기업의 사회적 책임성-사회형평적 채용 결정요인 분석을 중심으로. 한국정책학회보, 25(4), 193-220.
- 손선화·엄영호·장용석. 2018. 한국 기업의 인권경영 도입에 관한 탐색적 연구. 지방정부연구, 22(2): 477-499.
- 송위진. 2014. 사회적경제 조직의 혁신활동 특성과 시사점, 동향과이슈 제14호.
- 신명호. 2013. 사회적경제, 복지국가로 가는 길인가?, 지식협동조합 좋은나라 제4회 월례정책포럼 발표집.
- 안영규. 2010. 대구경북 사회적기업의 사회경제적 영향력 평가, 대구경북연구원, 1-13.
- 엄영호·손선화·장용석. 2018. 지방정부의 사회혁신 정책 균형잡기 역할의 모색. 지방정부연구, 21(4): 369-389.
- 여영준·김범석·김우섭. 2018. 기업의 사회적 책임과 재무성과와의 선후행 관계에 대한 탐색적 연구. 경영컨설팅연구, 18(1):189-198.

- 오단이. 2013. 한국 사회적 기업의 형성 및 성장과정 연구 : 사회복지영역에서 전환한 사회적 기업을 중심으로. 성균관대학교 박사학위논문.
- 위평량·김윤호. 2006. 윤리경영과 기업가치간의 관계에 관한 실증분석, 국제지역연구, 10(1): 450-475.
- 이광윤. 2012. 기업의 사회적 책임이 회계이익조정 및 재무적 성과와 기업가치에 미치는 영향\_경제정의지수를 중심으로, 고려대학교 박사학위논문.
- 장성희·반성식. 2010. 사회적 기업의 기업가 지향성과 시장 지향성이 경제적 성과와 사회적 성과에 미치는 영향에 관한 연구. 대한경영학회지, 23(6): 3479-3496.
- 장용석·김희성·황정윤·유미현. 2015. 사회적 혁신 생태계 3.0. 서울: CS 컨설팅& 미디어.
- 장용석·조희진. 2013. 공공-민간 경영 패러다임의 융합적 전환: 변화의 추세와 조직의 대응. 인사조직연구, 21(3): 69-104.
- 장원봉. 2007. 사회적 경제의 이론과 실제. 서울: 나눔의 집.
- 정명은·안민우. 2017. 조직장, 제도적 논리 그리고 구성된 행위자- 한국 지방정부 기금의 제도화 과정 분석. 한국정책학회보, 25(3): 37-74.
- 정수현·김숙연. 2018. 기업의 사회적 성과와 재무적 성과 및 기업가치와의 관련성. 사회적경제와 정책연구, 8(1): 89-111.
- 조상미·선민정·임근혜. 2018. 사회적기업의 성과, 무엇으로 보는가?. 한국사회복지행정학, 20(2): 81-128.
- 조희진. 2014. 공공가치의 융합적 전환 : 정부의 효율성과 시장의 책임성을 중심으로. 연세대학교 박사학위논문.
- 조희진·권오영·장용석. 2017. 국가 간 비교를 통해 본 정부역량: 거버넌스 영향 요인을 중심으로. 한국행정연구, 26(3): 37-75.
- 조희진·장용석. 2014. 성과평가제도의 운영 요인 및 조직 효과성 분석: 공공기관의 전략적 선택과 제도적 조율을 중심으로. 한국정책학회보, 23(1): 343-372.
- 조희진·장용석. 2016. 사회적 기업의 지속가능성과 사회적 기업가 정신. 한국정책학회보, 25(4): 337-366.
- 조희진·손선화·장용석. 2018. 자원의존이론과 제도주의 조직론을 통해 본 기업의 고령자 고용 분석과 함의. 한국정책학회보, 27(1), 183-222.
- 주성수. 2010. 사회적 경제: 이론, 제도, 정책. 한양대학교출판부.
- 최태원. 2014. 새로운 모색, 사회적 기업. 서울: 이야기가 있는 집.
- 한국사회적기업연구소. 2011. 사회적기업의 사회적 가치 측정 사례연구. 한국사회적기업연구소.
- 한국경제. 2017. “몸집 커진 ‘착한 경제’, 인증·평가방식 개선해야 ‘날개’”. 2017년 6월 14일자.

Ashforth, B. E., & Gibbs, B. W. 1990. The double-edge of organizational

- legitimation. *Organization science*, 1(2): 177–194.
- Battilana, J., Lee, M., Walker, J., & Dorsey, C. 2012. In search of the hybrid ideal. *Stanford Social Innovation Review*, Summer 2012: 51–55.
- Dart, R. 2004. The legitimacy of social enterprise. *Nonprofit management and leadership*, 14(4): 411–424.
- Defourny, J., & Develtere, P. 1999. Origines et contours de l'économie sociale au Nord et au Sud. *L'économie sociale au Nord et au Sud*, 25–50.
- Frumkin & Galaskiewicz, 2004. Institutional isomorphism and public sector organizations. *Journal of public administration research and theory*, 14(3): 283–307.
- Galera, Giulia & Carlo Borzaga. 2009. Social Enterprise: An International Overview of Its Conceptual Evolution and Legal Implementation. *Social Enterprise Journal*, 5(3): 210–228.
- Gueslin, A. 1998. *L'invention de l'économie sociale*. Paris: Economica.
- Jones, Peter., & David Hiller. 2005. Corporate Social Responsibility as a Means of Marketing to and Communicating with Customers Within Stores: A Case Study of UK Food Retailers. *Management Research News*, 28 (10).
- Meyer, J. W. & Rowan, B. 1977. Institutionalized organizations: Formal structure as myth and ceremony. *American journal of sociology*, 83(2): 340–363.
- Oliver. 1991. Strategic responses to institutional processes. *Academy of management review*, 16(1): 145–179.
- Schwartz, R. A. 1968. Corporate Philanthropic Contributions, *The Journal of Finance*, 23(3): 479–497.
- Scott, W. Richard. 2008. Approaching adulthood: the maturing of institutional theory. *Theory and society*, 37(5): 427–442.
- Weerawardena, Jay & Gillian S. Mort. 2006. Investigating Social Entrepreneurship: A Multidimensional Model. *Journal of World Business*, 41(1): 21–35.



<부록 1> 변수의 상관관계 분석 결과

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
사회적기업의 목표변화	1										
사회적 기업의 미래지향성	-0.0913 (0.1035)	1									
사회적기업의 주체적 역할	-0.0774 (0.168)	0.1610* (0.0039)	1								
금전적 인센티브에 대한인식	0.0184 (0.744)	0.056 (0.1801)	-0.007 (0.9016)	1							
사회적기업의 기여도	0.0771 (0.1695)	0.1063 (0.0578)	0.2066* (0.0002)	0.0134 (0.8119)	1						
현재운영방향	0.3612* (0.000)	0.1485* (0.0079)	0.1101* (0.0495)	0.0520 (0.3572)	0.3468* (0.000)	1					
정부 지원금 수혜기간	0.0366 (0.5589)	-0.0346 (0.5806)	-0.0481 (0.4417)	0.0043 (0.9450)	0.0195 (0.7553)	-0.1410* (0.0235)	1				
소재 지역	0.0087 (0.8771)	-0.1288* (0.0214)	-0.0153 (0.7858)	0.1199* (0.0331)	-0.0489 (0.384)	-0.1081 (0.0538)	0.0491 (0.4323)	1			
조직나이	0.0473 (0.4000)	-0.0594 (0.2898)	0.0508 (0.366)	0.0827 (0.1426)	-0.0441 (0.4321)	0.028 (0.6187)	-0.0735 (0.2392)	-0.0497 (0.3761)	1		
전년도 손익	-0.1401 (0.0546)	0.058 (0.4281)	-0.1251 (0.0864)	0.13 (0.077)	-0.017 (0.8168)	0.0094 (0.898)	-0.0359 (0.6472)	0.0373 (0.6104)	0.098 (0.1799)	1	
조직 규모	0.0894 (0.1122)	0.1062 (0.0588)	0.0421 (0.4552)	-0.0466 (0.4102)	0.1131* (0.0443)	0.1249* (0.0262)	0.0717 (0.2508)	-0.0805 (0.1525)	0.0943 (0.0939)	0.2961* (0.000)	1

\*p<0.1

# 우수상

홍현우·주병기(서울대학교 경제학부)

「사회성과인센티브와 사회적 기업의 성과」

CSES

# 사회성과인센티브와 사회적 기업의 성과

홍현우\* · 주병기\*\*

## 초 록

본 연구의 목적은 사회성과인센티브가 사회적 기업의 성과에 미치는 영향을 살펴보는 것이다. 사회성과인센티브는 사회적 기업이 생산한 사회적 성과를 화폐단위로 측정된 후, 그에 비례하는 금전적 지원을 제공하는 제도이며, 사회성과인센티브 데이터베이스는 해당 사회적 기업에 대한 자료를 제공한다. 이를 이용한 실증분석에 앞서 사회적 기업이 이윤과 사회적 성과의 가중 합을 극대화하며 영리기업과 경쟁하는 과점시장 모형을 이론적으로 분석한다. 이를 통하여 사회성과인센티브의 지원 방식이 사회적 기업으로 하여금 더 많은 사회적 성과를 생산할 유인으로 작용한다는 것을 입증한다. 고정효과모형을 이용한 실증분석에서는 사회성과인센티브에 선정된 년차가 높은 기업일수록 사회적 성과가 높은 것으로 나타났다. 하지만, 사회성과인센티브와 총매출이익률, 영업이익률과는 유의한 관계가 존재하지 않는 것으로 나타났다. 반면, 사회성과인센티브를 반영한 보정된 당기순이익률은 사회성과인센티브 지원 1년차인 기업에 한하여 유의한 양의 관계가 있는 것으로 나타났다.

주제어: 사회성과인센티브, 사회적 기업, 경제적 성과, 사회적 성과  
JEL 분류기준: A13, P31

\* 서울대학교 경제학부 박사과정 수료, E-mail: wonderwoo@snu.ac.kr

\*\* 서울대학교 경제학부 교수, E-mail: bgju@snu.ac.kr

## I. 서론

경제 성장의 과실이 구성원 모두에게 공정하게 분배되지 못하면서 실업률 증가, 불평등 악화 등 다양한 사회경제적 문제들이 발생하고 있다. 시장경쟁에서 소외된 계층이 발생하고 이들이 시장질서에 재편입되지 못하면서 사회통합은 지속적으로 저해되며 사회후생은 감소하고 있다. 이러한 문제를 완화하기 위하여 정부의 역할이 강조되지만, 정부 정책의 비효율성 및 경직성 등의 문제로 정부 개입의 한계가 드러나고 있다.

이와 같은 시장실패 및 정부실패를 극복하기 위한 새로운 형태의 조직이 시장에 등장하기 시작하였고 많은 관심을 받고 있다. 영리활동으로부터 이익을 추구하는 것을 넘어 사회문제 해결을 통한 사회적 가치를 창출하는 것을 조직의 목적으로 하는 사적 경제주체가 제3의 조직(hybrid organization)으로 각광받고 있다. 기업의 사회적 책임(corporate social responsibility)을 강조하는 기업집단과 사회적 경제를 구성하는 소규모의 기업조직(마을기업, 협동조합, 사회적 기업, 자활기업 등)이 구체적인 사례이다. 기업의 사회적 책임에 대해서는 이미 많은 연구가 이뤄졌다. 하지만, 사회적 경제를 구성하는 소규모의 기업 내지 조직에 대한 관심은 증가하고 있으나<sup>1)</sup> 그에 대한 연구는 아직 다양하게 이뤄지지 않은 것으로 보인다. 이에 사회적 경제에 대한 포괄적인 연구의 필요성이 인정된다. 한편, 사회적 경제를 구성하는 기업 내지 조직 들은 유사한 측면도 있지만 조직 형태 및 운영방식 등에서 고유한 특성이 존재하므로 각각의 형태에 따른 연구가 독립적으로 이뤄질 필요성 또한 인정된다.

본 논문에서는 사회적 경제의 큰 축을 담당하고 있는 사회적 기업을 분석대상으로 한다. 2007년 '사회적기업 육성법'의 시행을 바탕으로 사회적 기업에 대한 인증제도가 도입되었다. 한국사회적기업진흥원에 따르면, 2018년 9월까지 59차에 걸쳐 총 2355개의 사회적 기업이 인증을 받았고 그 중 2030개 사회적 기업이 활동을 하고 있다. 인증유형별로는 일자리제공형이 67.9%로 가장 큰 비중을 차지하고 있고 기타형(11.3%), 혼합형(9.1%), 사회서비스제공형(6.3%), 지역사회공헌형(5.4%)이 그 뒤를 잇는다.<sup>2)</sup> 인증 사회적 기업에 대해서는 정부 차원의 다양한 지원<sup>3)</sup>이 이뤄지고 있다. 적지 않은 수의 사회적 기업이 인증을 받고 정부는 물론이고 외부로부터 지원을 받는다는 점에서 사회적 기업에 대한 지원의 효과 및 타당성에 대한 논의가 필요하며 국내에서도 정부지원의 효과에 대한 연구가 존재한다(김재홍·이제기 2012, 김정인 2014, 김희철 2015, 허만형·양광석 2015, 홍효석·김예경 2016, 홍현우·주

1) 19대 국회에서 '사회적경제기본법'이 발의되었으나 회기종료로 자동 폐기되었다. 20대 국회에서도 재 발의되었으나 아직까지(2018년 10월 기준) 법안으로 통과되지는 못하였다.

2) 한국사회적기업진흥원 홈페이지 참조.

[http://www.socialenterprise.or.kr/kosea/company.do?dep1\\_kind=1](http://www.socialenterprise.or.kr/kosea/company.do?dep1_kind=1) (2018.10.30.13:35에 검색).

3) 재정적 지원으로 일자리창출사업에 대한 인건비 지원, 전문인력 인건비 지원, 사업개발비 지원, 사회 보험료 지원, 세제 및 금융지원 등이 이뤄지고 있으면 그밖에도 사회적 기업 상품의 판로개척 지원 및 프로보노(사회적 기업과 전문자원봉사자의 연계) 등이 이뤄지고 있다.



병기 2017 등).

기존 연구의 대다수는 한국사회적기업진흥원에 공개된 인증 사회적 기업의 자율경영공시자료를 이용하고 있다. 자율경영공시는 사회적 기업의 사회적 목적 실현과 경영상태에 대한 정보를 다양한 이해관계자에게 자율적으로 공개하는 것이다.<sup>4)</sup> 자율경영공시자료에는 기업 개요, 기업의 지배구조, 경제적 성과(재정현황, 매출 및 손익, 지원금 수령 현황 등), 사회적 성과(취약계층 근로자 수, 사회적 일자리사업 참여 근로자 수, 근로자의 평균임금 및 근로시간, 사회서비스 수혜 인원, 이윤 재분배 등)가 포함된다. 경제적 성과에 대해서는 충분한 정보가 공개되고 있으나 사회적 성과에 대해서는 충분한 정보가 공개되고 있지 않은 것으로 판단된다. 기업이 창출한 사회적 가치를 금전으로 환산한 후, 사회적 성과로 제시하는 것이 아니기 때문이다. 자율경영공시자료에 포함된 사회성과 정보만을 가지고는 다양한 사회적 기업이 생산하는 사회적 가치를 측정하는 것은 불가능하다. 예를 들면, 일자리제공형 사회적 기업이 생산하는 사회적 가치를 화폐단위로 환산하여 측정<sup>5)</sup>하기 위해서는 사회적 기업이 고용한 취약계층 근로자들의 한계생산성(시장임금), 사회적 기업이 그들에게 지급하는 임금수준에 대한 정보가 필요하다. 하지만, 자율경영공시자료에는 일자리 제공형 사회적기업에 고용된 취약계층의 시장임금에 대한 정보가 존재하지 않는다. 정보가 필요하다. 또한, 사회서비스제공형이 창출하는 사회적 가치를 측정하기 위해서는 기업이 무상 또는 시장보다 낮은 가격으로 제공하는 사회서비스의 시장 가격이 필요하지만 이에 대한 정보 또한 존재하지 않는다. 따라서, 자율경영공시자료를 이용하여 사회적 성과를 측정하면 편의가 발생할 가능성이 존재한다.

사회적 가치 연구원이 제공한 사회성과인센티브 DB는 사회성과인센티브를 제공받는 기업들의 경제적 성과와 사회적 성과에 대한 정보를 제공한다. 사회성과인센티브가 시행된지 오래되지 않아서 참여 기업의 수가 2015년 44개, 2016년 94개, 2017년 130개로 인증사회적기업의 자율경영공시자료<sup>6)</sup>에 비하면 많이 부족하다. 하지만, 사회성과인센티브에 참여하는 모든 기업의 정보가 포함되어 있고 사회적 성과를 금전으로 환산한 정보를 제공한다는 점에서 데이터의 가치는 높다고 할 것이다.<sup>7)</sup>

본 연구의 목적은 사회성과인센티브가 사회적 기업의 성과에 미치는 영향에 대하여 이론 및 실증 분석을 행하는 것이다. 사회적 기업에 대한 경제학적 가정을 바탕

4) 자율경영공시에 참여하는 기업에게는 각종 지원 사업에서 가점을 부여하거나 우선 지원 대상으로 검토하는 인센티브가 주어진다.

5) 홍현우와 주병기(2017)에 따르면, 일자리제공형 사회적 기업이 창출하는 사회적 가치는 '∑ (사회적가치의 과급효과 정도)\*(취약계층이 처한 신용계약 정도)\*(사회적 기업이 고용한 취약계층의 임금 - 고용된 취약계층의 시장임금)'로 측정될 수 있다. 사회서비스제공형 사회적기업이 창출하는 사회적 가치의 측정방법에 대해서는 홍현우와 주병기(2016) 참조.

6) 자율경영공시에 참여한 사회적 기업의 수는 2016년 223개, 2017년 335개, 2018년 434개이다.

7) 사회적 성과를 금전으로 측정하는 것에 대한 반감이 존재하며, 측정방식에 대한 완전한 합의가 존재하지 않을 수 있다. 하지만, 사회적 가치를 금전으로 환산함으로써 기업의 지속가능성 측정, 기업 간 성과 비교 등 다양한 측면의 활용이 가능해진다는 장점이 있는 것은 명확한 사실이다. 사회성과인센티브에서 제시하는 사회적 성과의 구체적인 측정 방식에 대해서는 사회적 가치 연구원 홈페이지 참조 (<https://www.cses.re.kr>).



으로 사회성과인센티브가 사회적 기업의 의사결정에 미치는 영향을 이론 모형을 통해 분석한 결과, 사회성과인센티브는 사회적 기업이 사회성과를 더 많이 생산하도록 유인을 제공하는 것으로 나타났다. 사회성과인센티브 DB를 이용하여 사회성과인센티브와 사회적 기업의 성과를 살펴보기 위하여 Pooled OLS와 고정효과모형을 이용하였다. Pooled OLS를 통한 분석결과, 사회성과인센티브와 기업의 경제적 성과와는 유의한 관련성이 없는 것으로 나타났으나 고정효과모형을 통한 분석결과 사회성과인센티브는 당기순이익률과 유의한 양의 관계가 존재하는 것으로 나타났다. 또한, 사회성과인센티브는 기업의 사회적 성과와 긍정적인 관계가 있는 것으로 나타났다. 사회성과인센티브 목적 중에 기업의 지속가능성 증진 및 기업의 사회성과 창출 장려가 있다는 점을 고려할 때, 사회성과인센티브가 목적변수와 긍정적인 관계를 보인다는 것은 매우 고무적인 일이라고 할 것이다. 다만, 사회성과인센티브가 사회적 기업의 경제적 성과와 사회적 성과에 미치는 영향을 논의하지 못한 점은 극복되어야 할 과제이다.

본 논문의 구성은 다음과 같다. 제2장에서는 선행연구를 살펴본다. 제3장에서는 사회성과인센티브 DB에 대한 소개를 한다. 제4장에서는 사회성과인센티브가 기업의 성과에 미치는 효과를 분석하기 위한 이론 모형을 제시한다. 또한, 사회성과 DB를 이용하여 Pooled OLS와 고정효과모형을 통한 분석을 한다. 마지막으로 제5장에서는 앞 장들의 내용을 정리하고 사회성과인센티브의 향후 나아갈 방향 및 향후 연구문제에 대한 제안을 한다.

## II. 선행연구

사회적 기업에 대한 실증연구는 2010년대 초반부터 꾸준히 이뤄지고 있다.

김재홍 외(2012a)는 2010년 고용노동부의 사회적기업 성과보고 전수자료(491개)<sup>8)</sup>를 이용하여 지원금이 사회적기업의 성과에 미치는 영향을 분석하였다. 사회적 기업당 받는 평균 외부지원금은 사회적 기업이 창출하는 사회적 편익과 비슷한 수준으로 나타났다. 정부지원금은 경제적성과(EROI)에 유의한 영향을 주지 않았고, 고용노동부 및 지방자치단체의 지원금은 사회적 수익률(SROI)을 유의하게 감소시킨다고 보고하였다.<sup>9)</sup> 김재홍 외(2012a)의 연구는 국회 예산결산위원회를 통하여 확보한 사회적 기업 성과보고 전수자료를 이용했다는 점에서 연구성과에 큰 의미를 부여할 수 있는 논문으로 판단된다. 다만, 사회적 편익을 측정함에 있어서 과다측정의 문제<sup>10)</sup>

8) 김재홍 외(2012b)는 같은 데이터를 이용하여 지원금의 고용창출효과에 대한 실증분석도 하였다. 분석 결과, 취약계층 근로자수에는 고용노동부 지원금, 지방자치단체 지원금, 기업후원금이 긍정적 영향을, 일자리사업 근로자수에는 고용노동부 지원금이 긍정적 영향을 주는 것으로 나타났다. 취약계층 고용물에는 고용노동부와 타부처 지원금이 부정적 영향을, 정규직 고용물에는 고용노동부 지원금이 부정적 영향을 주는 것으로 나타났다.

9) Emerson(2003)에 따르면 'EROI = 당기순이익/자산', 'SROI = (사회적 편익-사회적 비용)/자산', 'BROI = EROI+SROI'로 정의된다.

가 존재한다는 점에 유의해야 한다.

사회적 기업에 대한 실증연구는 주로 인증 사회적 기업의 자율경영공시자료를 이용한다. 강석민(2014)은 76개의 사회적기업 공시자료를 이용하여 정부지원이 사회적기업의 경영성과에 미치는 영향을 분석하였다. 전문인력과 사업개발비의 합계를 정부지원으로 간주하였고, 사회적기업의 경영성과(매출액에 자연로그를 취한 값)에 미치는 정부지원의 비선형영향(U자형)이 있다고 하였다.

김정인(2014)은 2013년 자율경영공시를 수행한 81개의 사회적기업을 대상으로 정부 재정지원과 사회적 기업 성과 간 상관관계를 분석하였다. 인건비지원은 영업이익과 부정적인 상관관계가 있는 것으로 나타났다. 사회보험료지원은 취약계층고용율과 부정적인 상관관계를 보였으나 영업이익과는 긍정적인 상관관계가 있는 것으로 나타났다.

김희철(2015)은 2014년 자율경영공시를 수행한 116개의 사회적기업을 대상으로 사회적 기업의 경제적 성과와 사회적 성과 요인들에 대한 분석을 하였다. 분석결과, 당기순이익에는 유급근로자수와 교육훈련비가 긍정적 영향을, 순자본은 부정적 영향을 주는 것으로 나타났다. 취약계층 고용에는 조직형태, 유급근로자수, 외부지원금이 긍정적 영향을, 인증유형(일자리제공형 더미)과 교육훈련비는 부정적 영향을 주는 것으로 나타났다.

허만형 외(2015)는 2014년 자율경영공시를 수행한 116개의 사회적기업을 대상으로 사회적 기업의 고용창출 영향요인을 분석하였다. 정부의 재정지원 중 인건비지원과 사업개발지원은 고용창출에 영향을 주지 못하였으나 전문인력지원은 취약계층 고용에 긍정적인 영향을 준다고 하였다.

홍효석 외(2016)는 2015년 자율경영공시를 수행한 218개의 사회적기업을 대상으로 정부지원금 및 일반지원금이 사회적 성과와 경제적 성과에 미치는 영향을 분석하였다. 분석결과, 정부지원금 중 인건비지원과 사회보험료지원이 취약계층 고용율에 긍정적 영향을 주는 것으로 나타났다. 반면, 정부인건비 중 인건비지원과 기타지원금, 일반지원금 중 기업지원금과 모기관지원금, 일반지원금이 영업이익에 부정적인 영향을 주는 것으로 나타났다. 당기순이익에는 모든 지원금이 영향을 주지 않는 것으로 나타났다.

김동철 외(2016)는 2015년 자율경영공시를 수행한 184개의 사회적기업을 대상으로 사회적 기업의 성과를 기업특성과 지역특성별로 살펴보았다. 사회적 성과를 고용창출성과, 즉, (고용창출편익/고용창출 사회적 비용)\*100로 측정하였다. 분석결과, 고용창출성과는 인증기간, 설립기간에 따라서 유의한 차이가 있었으나 인증유형에 따른 차이는 없는 것으로 나타났다.

이양복 외(2016)는 2015년 자율경영공시를 수행한 218개의 사회적기업을 대상으로

---

10) 김재홍 외(2012a)는 근로자의 소득증가로부터 발생하는 정부의 세수증가액을 사회적 편익으로 인정하였다. 하지만, 근로자에게 세 정부로 소득이 이전되는 것이므로 사회전체적으로 볼 때 사회후생은 변하지 않는 것으로 볼 수 있다. 오히려, 조세왜곡이 발생하면 사회후생이 감소하므로 사회편익에는 부정적으로 작용할 여지가 존재한다.



사회적기업의 지배구조 특성과 네트워크 다양성이 경영성과에 미치는 영향을 분석하였다. 주요 이해관계자의 참여적 지배구조는 경제적 성과(매출액의 자연로그를 취한 값)와 취약계층 고용비율에 유의한 영향을 주지 못하는 것으로 나타났다. 네트워크 다양성은 경제적 성과에는 긍정적 영향을, 취약계층 고용비율에는 부정적 영향을 주는 것으로 나타났다. 또한, 경제적 성과와 사회적 성과는 부의 관계가 있다고 보고하였다.

홍현우와 주병기(2017)는 2015~2016년 자율경영공시자료를 이용하여 일자리제공형 사회적 기업의 성과와 정부지원의 관계를 살펴보았다. 사회적 기업의 사회적 성과를 '사회적 기업에 고용된 취약계층의 임금 - 취약계층의 시장임금\*취약계층 고용인원'으로 측정하였다. 또한, 공시자료에는 포함되지 않는 사회적 기업의 고정효과 존재를 가정하고 이를 통제하기 위해 2년차 자료를 연결하여 고정효과모형을 통하여 분석하였다. 전문인력 지원과 사회보험료 지원이 사회적 성과와 긍정적인 관계를 나타냈으나 인건비 지원은 유의한 관계가 없는 것으로 나타났다고 보고하였다. 대다수의 연구들이 1개년도의 자율경영공시자료만을 이용한 것과 달리 다년도의 자율경영공시자료를 이용하였다는 점과 사회적 가치를 화폐단위로 측정하였다는 점에서 차별성이 인정된다.

앞서 살펴본 것처럼 자율경영공시자료를 이용한 연구들은 일관된 분석결과를 보고하지 않고 있다. 사용한 데이터가 상이한 것이 가장 큰 원인으로 판단되지만, 각 연구들이 사용한 사회적 기업의 성과변수가 상이한 것도 중요한 이유일 것이다. 양질의 데이터가 확보되더라도 사회적 성과 측정에 대한 합의가 존재하지 않는다면 이와 같은 문제는 계속될 것으로 생각된다.

한편 자율경영공시자료를 이용하지 않고 사회적기업연구소에서 실시한 <사회문제와 사회혁신 2015> 조사자료를 이용한 연구도 존재한다. 조희진과 장용석(2016)은 사회적 기업가 정신을 사회적 가치와 경제적 가치를 융합적으로 인식하는 태도로 보고 이것이 사회적기업의 재무적 성과(매출액)와 사회적 성과(사회 혁신 의지와 사회적 가치 실현 행위) 간의 관계에 미치는 영향을 살펴보았다. 분석결과, 사회적 기업가 정신이 사회적 기업의 경제 성과와 사회 성과의 관계를 긍정적으로 만든다고 기여한다고 보고 하였다.

황정윤과 장용석(2017)은 정부지원이 사회적 기업의 경제적 성과(순이익)와 사회적 성과(사회문제 해결 기여도에 대한 자체평가)에 미치는 효과를 분석하였다. 분석결과 정부지원은 기업의 자립성 확립 여부에 따라 두 성과 중 하나에만 긍정적 영향을 준다고 하였다. 또한, 정부지원이 사회적 기업의 성과를 극대화하는 적정한 수준의 기간이 존재함을 보였다. 위 연구들은 자율경영공시자료를 통해서 알 수 없는 변수들, 예를 들면, 사회적 지지, 사회적기업가 정신 등과 같은 변수들을 이용하였다는 점에서 연구의 차별성이 인정되지만, 사회적 가치 측정의 객관성 및 다른 연구와의 비교가능성 측면에서 한계가 있다고 할 것이다.

### III. 사회성과인센티브 DB

#### 1. 사회성과인센티브 개관

사회성과인센티브(Social Progress Credit, 이하 SPC)는 사회적 기업이 사회문제를 해결한 성과에 비례하여 지급되는 금전적 인센티브로서 사회적 기업들의 혁신과 성장을 도모하는 제도이다. 2015년에는 44개, 2016년에는 50개, 2017년에는 36개의 사회적 기업이 SPC사업에 참여하였다.

SPC사업에 참여한 기업은 총 3년에 걸쳐 자신이 창출한 사회적 성과에 비례한 인센티브를 받게된다. 구체적인 인센티브 수령액은 다음과 같다.

$$SPC_1 = 0.25 \times SV_1$$

$$SPC_2 = 0.15 \times SV_2 + 0.25 \times (SV_2 - SV_1)$$

$$SPC_3 = 0.15 \times SV_3 + 0.25 \times (SV_3 - SV_2)$$

단, SPC는 사회성과인센티브, SV는 기업이 창출한 사회적 성과, 하첨자는 사회성과인센티브 선정년차를 의미함.

사회적 기업이 창출한 사회적 성과는 사회적 성과의 유형에 따라 사전적으로 주어진 방식에 의해서 화폐 단위로 환산된다. 특히, 사회적 기업이 생산한 사회적 성과 중 외부에서 금전으로 평가받지 못하는 부분에 한하여 SPC를 산출하는데 반영되는 사회적 성과로 인정됨에 유의해야 한다. 즉, SPC 지급에 기준이 되는 사회적 가치는 '사회적 기업이 생산한 가치-외부지원금(정부, 민간 영역 모두 포함)'이 된다. 또한, 2015년에는 사회적 가치를 양적 측면과 질적 측면으로 나눠서 측정하였으나 2016년 이후부터는 양적 측면만을 측정하였다. 본 연구에서는 년도별 비교를 위해 사회적 성과를 이용함에 있어서 질적인 측면은 배제하였다.

한편, SPC는 재무재표 상 영업외수익에 해당한다. 해당년도 사회적 성과에 대해서 차년도에 인센티브를 제공하는 형식이므로 SPC가 당기순이익에 미치는 영향을 보기 위해서는 해당년도의 당기순이익을 보정하는 작업이 필요하다. 이하에서는 이를 '보정된 당기순이익'으로 부를 것이다. 보정된 당기순이익은 해당년도의 당기순이익에 해당년도에 지급받은 SPC를 제외하고 차년도에 지급받은 SPC를 더하여 구한다. 예를 들어, SPC사업에 참여한 기업의 2016년도 보정된 당기순이익은 (2016년 당기순이익 - 2015년 SPC + 2016년 SPC)가 된다.

<표 1>은 SPC DB의 데이터 구조를 나타낸다.

표 1. SPC사업 참여년도에 따른 경제적·사회적 성과의 데이터 구조

	2014년	2015년	2016년	2017년
2015년 참여기업	SPC미참여	SPC참여	SPC참여	SPC참여
2016년 참여기업	-	SPC미참여	SPC참여	SPC참여
2017년 참여기업	-	-	SPC미참여	SPC참여

주: '-'로 표시된 경우는 데이터가 존재하지 않음. 'SPC미참여'의 경우 경제적 성과만 존재하고 'SPC참여'에는 경제적 성과와 사회적 성과가 모두 포함됨.

SPC사업에 참여한 기업들의 기초통계량은 <표2>~<표3>와 같다.

표 2. SPC사업에 선정된 기업의 특성 및 선정 이전년도의 경제적 성과

(단위: %, 년, 백만원)

		2015년도 선정	2016년도 선정	2017년도 선정
인증 여부 비율	미인증	9.09	14.00	44.44
	예비	0	16.00	0
	인증	90.91	68.00	55.56
	무응답	0	2.00	0
인증 유형 비율	일자리제공형	29.55	46.00	36.11
	사회서비스제공형	9.09	8.00	5.56
	혼합형	9.09	8.00	5.56
	지역사회공헌형	0	2.00	0
	기타형	40.91	14.00	8.33
	무응답	11.36	22.00	44.44
상법상회사비율		79.55	74.00	75.00
사업기간		7.80	5	3.75
매출액		1394.83	833.09	870.28
총매출이익		799.99	372.42	524.12
영업이익		-79.96	-46.33	-15.33
당기순이익		24.59	12.05	7.76
총매출이익률		65.47	39.97	74.06
영업이익률		-17.83	-71.87	-36.70
당기순이익률		-0.72	-3.50	-27.21
N		44	50	36

주1: 2015년도에 선정된 기업 중 2014년도 재무성고가 공개되지 않은 기업이 1개 존재하여 재무성고는 43개 기업의 평균임. 2016년도에 선정된 기업 중 2015년도 재무성고가 공개되지 않은 기업이 4개 존재하여 재무성고는 46개 기업의 평균임.

주2: 총매출이익률 = (총매출이익/총매출) \* 100,

영업이익률 = (영업이익/총매출) \* 100,

당기순이익률 = (당기순이익/총매출) \* 100.

자료: 사회적가치연구원, 『사회성과인센티브 DB』, 각 년도.

<표 2>에서 알 수 있듯이 SPC사업이 진행되면서 인증 사회적 기업의 비율은 낮아지고 있다. 이는 선정된 기업 중 정부 지원을 받지 않는 사회적 기업의 비율이 높



아지고 있다는 것으로 SPC의 효과를 정부 지원을 받는 사회적 기업과 받지 않는 사회적 기업으로 나뉘어서 살펴볼 수 있음을 의미한다. 인증받은 사회적 기업의 약 68%가 일자리제공형인 것과 비교하여 SPC사업에 선정된 기업 중 일자리제공형의 비율은 2015년 29.55%, 2016년 46%, 2017년 36.11%로 낮게 나타났다. 하지만, 인증 받지 않은 사회적 기업은 인증유형에 대해서 무응답하였으므로 일자리제공형 사회적 기업의 비율이 낮은 편이라고 단정지을 수 없다. 상법상회사 비율은 74~80%로 나타났다. 2015년 선정된 기업에 비하여 2016~2017년에 선정된 기업의 사업기간이 짧고 매출액 또한 낮아서 선정년도에 따른 기업 규모의 차이가 있는 것으로 나타났다. 2015년에 선정된 기업에 비하여 2016~2017년에 선정된 기업의 영업이익률과 당기순이익률도 좋지 않은 것으로 나타났다.

<표 3>은 SPC사업 참여기업을 선정 년차별로 구분한 후, 경제적 성과 및 사회적 성과를 년도별로 제시한 것이다. 2015년 선정기업의 경우, 매출액과 총매출이익은 지속적으로 성장하고 있으나 영업이익은 지속적으로 악화되는 것으로 나타났다. 총매출이익률은 등락을 반복하였으나 영업이익률은 지속적으로 개선되었다. 사회적 성과를 살펴보면, 총사회적성과는 증가하는 것으로 나타났다. 총사회적성과 중 고용성과가 가장 큰 비중을 차지했고 사회서비스성과가 다음으로 큰 비중을 차지했다. 2016년 선정기업의 경우 매출액, 총매출이익, 영업이익은 2015년 선정기업과 같은 추세를 보였다. 단, 총매출이익률과 영업이익률이 모두 악화되는 것으로 나타났다. 사회적 성과를 살펴보면, 총사회적성과는 역시 증가하였다. 2016년에는 사회서비스성과가 가장 큰 비중을 차지했으나 2017년에는 고용성과가 가장 큰 비중을 차지하는 것으로 나타났다. 2017년 선정기업의 경우 총사회적성과 중 사회서비스성과가 가장 큰 비중을 차지하는 것으로 나타났다. 2015년과 2016년 선정기업의 경제적 성과의 추이가 상이하게 나타나는 것은 선정단계에서 각 기업들의 차이가 반영된 것으로 볼 수 있다.

표 3. SPC사업 참여 기업의 경제적 성과 및 사회적 성과의 평균

(단위: %, 백만원)

		2015년	2016년	2017년	
2015년 선정기업	경제적 성과	매출액	1642.74	1785.24	1903.04
		총매출이익	831.94	937.13	1118.80
		영업이익	-115.92	-166.34	-3452
		당기순이익	-20.72	-38.16	25.04
		보정된 당기순이익	40.05	-30.92	44.74
		총매출이익률	64.94	61.41	64.27
		영업이익률	-12.86	-12.26	-9.62
		당기순이익률	-.22	-3.61	-4.61
	보정된 당기순이익률	5.54	-1.74	-3.62	
	사회적 성과	총사회성과	216.73	299.44	386.96
		고용성과	123.14	145.05	186.51
		사회서비스성과	63.27	102.47	121.50
		환경성과	3.00	9.74	33.88
		사회생태계성과	27.32	42.18	45.07
2016년 선정기업	경제적 성과	매출액	-	1078.65	1102.46
		총매출이익	-	492.21	515.27
		영업이익	-	-34.45	-35.43
		당기순이익	-	-12.98	2.42
		보정된 당기순이익	-	25.49	-1.66
		총매출이익률	-	55.64	51.88
		영업이익률	-	-13.32	-21.51
		당기순이익률	-	-1.93	-2.07
	보정된 당기순이익률	-	6.70	-3.28	
	사회적 성과	총사회성과	-	138.56	152.93
		고용성과	-	40.59	59.31
		사회서비스성과	-	55.54	45.23
		환경성과	-	12.54	14.57
		사회생태계성과	-	29.89	33.81
2017년 선정기업	경제적 성과	매출액	-	-	1115.50
		총매출이익	-	-	697.95
		영업이익	-	-	-12.43
		당기순이익	-	-	19.09
		보정된 당기순이익	-	-	72.05
		총매출이익률	-	-	75.49
		영업이익률	-	-	-19.06
		당기순이익률	-	-	-11.28
	보정된 당기순이익률	-	-	-4.06	
	사회적 성과	총사회성과	-	-	213.56
		고용성과	-	-	47.47
		사회서비스성과	-	-	146.30
		환경성과	-	-	8.48
		사회생태계성과	-	-	11.31

주1: 2015년도 선정기업(44개) 중 2015년 경제적 성과는 43개 기업, 2016년과 2017년 경제적 성과는 42개 기업을 대상으로 한 것임. 2016년도 선정기업(50개) 중 2016년과 2017년 경제적 성과는 46

개 기업을 대상으로 한 것임. 2017년도 선정기업(36개)는 경제적 성과가 모두 존재함.

주2: 총매출이익률 = (총매출이익/총매출) \* 100

영업이익률 = (영업이익/총매출) \* 100

당기순이익률 = (당기순이익/총매출) \* 100

보정된 당기순이익률 = (보정된 당기순이익/총매출) \* 100

자료: 사회적가치연구원, 『사회성과인센티브 DB』, 각 년도.

## IV. 모형 및 분석결과

### 1. 이론분석 - SPC와 사회적 성과를 중심으로

1절에서는 SPC가 사회적 기업의 의사결정에 미치는 영향을 살펴본다. 특히, SPC의 지원방식이 1년차와 2~3년차가 다르므로 SPC의 년차별 영향을 주요 분석 대상으로 한다.

SPC를 받는 사회적 기업의 의사결정을 분석하기 위해서 홍현우와 주병기(2017)의 모형을 이용하였다.<sup>11)</sup>  $n$ 개의 영리기업과  $m$ 개의 사회적 기업이 존재하고 각 기업이 생산하는 재화는 대체재의 성격을 지니며 각 기업은 수량경쟁을 하는 꾸르노 과점 시장을 가정한다. 영리기업은 이윤을 극대화하고 사회적 기업은 이윤과 사회적 가치의 가중 합을 극대화한다. 즉, 사회적 기업의 성과함수는 다음과 같은 형태를 띈다.

$$U_S = (1 - \alpha)\pi_S + \alpha SV_S$$

(단,  $\alpha \in (0, 1)$ 는 사회적 가치에 대한 가중치,  $SV$ 는 사회적 가치)

사회적 기업이 생산하는 사회적 가치는 사회적 기업이 영리기업과 같은 비용으로 생산할 수 있음에도 불구하고 사회적 목적을 달성하기 위하여 더 높은 비용으로 생산하는 과정에서 발생한다고 가정한다. 예를 들면, 일자리제공형 사회적 기업은 취약계층을 고용하여 그들에게 시장임금보다 높은 임금을 지급함으로써 그들의 소득을 증대시키는 것이 목적이고 친환경 사회적 기업은 고비용의 친환경기술을 사용하여 환경오염을 줄이는 것이 목적이다.

$p(X)$ 를 우하향하는 수요곡선,  $c_p(x)$ 를 영리기업의 비용함수,  $c_s(x)$ 를 사회적 기업의 비용함수로 표시한다. 비용함수 간에는  $c_s > c_p > 0$ 이고  $c_s' > c_p' > 0$ 인 관계가 성립한다. 사회적 기업이 생산하는 사회적 가치는 사회적 목적 달성을 위해서 사회적 기업이 감내하는 비용의 증가분으로 측정할 수 있고  $SV(x) = c_s(x) - c_p(x)$ 로 표시한

11) 홍현우와 주병기(2017)는 일자리제공형 사회적 기업에 한정하여 사회후생에 미치는 영향을 분석하였다. 모형에서 사용한 사회적 가치의 측정방식은 일자리제공형에 한정된 것이 아니고 사회적 가치를 생산하기 위하여 추가적인 비용을 부담하는 형태의 모든 사회적 기업에 적용할 수 있다.



다. 비용의 증가보다 크거나 최소한 같은 사회적 가치가 생산된다고 사회적 기업이 인식하기 때문에 더 높은 비용을 들여서라도 생산활동을 하는 것이다.

1년차 SPC를  $SPC_1 = \beta_1 SV(x_{S,1})$ , 2~3년차 SPC를  $SPC_i = \beta_2 SV(x_{S,i}) + \beta_1 \{SV(x_{S,i}) - SV(x_{S,i-1})\}$ ,  $i = 2, 3$  (단,  $\beta_1 > \beta_2$ )로 표시한다. SPC는 화폐단위로 사회적 기업이 지원받는 것이므로 사회적 기업 성과함수 중 이윤부분에 포함되는 것으로 해석한다. SPC사업에 선정된 사회적 기업의  $j$ 년차 성과함수를  $U_{S,j}$  ( $j = 1, 2, 3$ )로 표시하면 다음과 같다.

$$\begin{aligned} U_{S,1} &= (1-\alpha)[\pi(x_{S,1}) + SPC_1] + \alpha SV_1 \\ &= (1-\alpha)[\pi(x_{S,1}) + \beta_1 SV(x_{S,1})] + \alpha SV(x_{S,1}) \\ &= (1-\alpha)\pi(x_{S,1}) + \{(1-\alpha)\beta_1 + \alpha\}SV(x_{S,1}) \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} U_{S,2} &= (1-\alpha)[\pi(x_{S,2}) + SPC_2] + \alpha SV(x_{S,2}) \\ &= (1-\alpha)[\pi(x_{S,2}) + \beta_2 SV(x_{S,2}) + \beta_1 \{SV(x_{S,2}) - SV(x_{S,1})\}] + \alpha SV(x_{S,2}) \\ &= (1-\alpha)[\pi(x_{S,2}) - \beta_1 SV(x_{S,1})] + [(1-\alpha)(\beta_1 + \beta_2) + \alpha]SV(x_{S,2}) \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} U_{S,3} &= (1-\alpha)[\pi(x_{S,3}) + SPC_3] + \alpha SV(x_{S,3}) \\ &= (1-\alpha)[\pi(x_{S,3}) + \beta_2 SV(x_{S,3}) + \beta_1 \{SV(x_{S,3}) - SV(x_{S,2})\}] + \alpha SV(x_{S,3}) \\ &= (1-\alpha)[\pi(x_{S,3}) - \beta_1 SV(x_{S,2})] + [(1-\alpha)(\beta_1 + \beta_2) + \alpha]SV(x_{S,3}) \end{aligned}$$

SPC사업에 선정된 사회적 기업은 SPC를 3년동안 받을 것을 고려하여 3년에 걸친 자신의 사회성과를 극대화하는 선택을 한다고 가정한다. 시간할인율을  $\tau (= 1/(1+r))$ 로 표현하면 사회적 기업의 성과극대화 문제는 다음과 같다.

$$\max_{x_{S,1}, x_{S,2}, x_{S,3}} U_S = U_{S,1} + \tau U_{S,2} + \tau^2 U_{S,3}$$

사회적 기업의 성과극대화를 위한 일계조건을 구하면 다음과 같다.

$$\frac{dU_S}{dx_{S,1}} = (1-\alpha)\pi'(x_{S,1}) + \{(1-\alpha)(1-\tau)\beta_1 + \alpha\}SV'(x_{S,1}) = 0.$$

$$\frac{dU_S}{dx_{S,2}} = (1-\alpha)\pi'(x_{S,2}) + [(1-\alpha)(1-\tau)\beta_1 + (1-\alpha)\beta_2 + \alpha]SV'(x_{S,2}) = 0.$$

$$\frac{dU_S}{dx_{S,3}} = (1-\alpha)\pi'(x_{S,3}) + [(1-\alpha)(\beta_1 + \beta_2) + \alpha]SV'(x_{S,3}) = 0$$

성과극대화 조건으로부터 사회적 기업의 최적 생산량은 이윤과 사회적 가치의 가중 평균을 극대화시키는 생산량이며 사회적 가치에 대한 가중치는 년차가 진행되면서 증가함을 알 수 있다.

1기의 사회적 성과는 2기 SPC에 영향을 준다. 따라서 2기를 고려하지 않는 경우와 비교하여 1기의 사회적 성과 생산은 감소한다. 마찬가지로 2기의 사회적 성과도 3기 SPC에 영향을 주므로 3기를 고려하지 않는 경우와 비교하여 2기의 사회적 성과 생산도 감소한다. SPC를 산정할 때, 1기의 사회적 성과는  $\beta_1$ 의 비율로 인정을 받으나 2기부터 생산한 사회적 성과는  $\beta_1 + \beta_2$ 의 비율로 인정을 받으므로 1기보다 2기에 더 많은 사회적 성과를 생산할 유인이 존재한다. 3기의 생산한 사회적 성과는 다음 기에 아무런 영향을 주지 않으므로 다음기를 고려하지 않는 경우와 동일한 생산을 한다. 즉, SPC를 받는 사회적 기업은 이윤보다 사회적 성과를 중요하게 여기는 정도가 매년 증가하는 것으로 이해할 수 있다.

수치 예를 통해서 위의 논의를 구체적으로 살펴보자. 선형의 수요함수와 한계비용 불변의 비용함수를 가정한다. 즉, 수요함수를  $p(X) = a - bX$ , 영리기업의 비용함수와 사회적 기업의 비용함수를 각각  $c_P(x) = c_P x$ ,  $c_S(x) = c_S x$ 로 가정한다.<sup>12)</sup> 또한, 각 기업의 생산량은 0보다 크다고 가정하고 시간할인율은 없다고 가정한다( $\tau = 1$ ).  $j$ 기의 영리기업과 사회적 기업의 생산량을  $x_{P,j}$ ,  $x_{S,j}$ 로 표시하면 균형에서 각 기업의 생산량은 다음과 같다.

$$x_{P,1} = \frac{a - c_P + (c_P - c_S)(-1 + A)m}{b(1 + m + n)}$$

$$x_{S,1} = \frac{a - c_S - (c_P - c_S)(A + (-1 + A)n)}{b(1 + m + n)}$$

$$x_{P,2} = \frac{a - c_P + (c_P - c_S)(-1 + A + \beta_2)m}{b(1 + m + n)}$$

$$x_{S,2} = \frac{a - c_S - (c_P - c_S)(A + \beta_2 + (-1 + A + \beta_2)n)}{b(1 + m + n)}$$

$$x_{P,3} = \frac{a - c_P + (c_P - c_S)(-1 + A + \beta_1 + \beta_2)m}{b(1 + m + n)}$$

$$x_{S,3} = \frac{a - c_S - (c_P - c_S)(A + \beta_1 + \beta_2 + (-1 + A + \beta_1 + \beta_2)n)}{b(1 + m + n)}$$

단,  $A = \frac{\alpha}{1 - \alpha}$  임.

12) 비용함수를 이차함수의 형태, 즉  $c_P = c_P x^2$ 와  $c_S = c_S x^2$ 로 가정하더라도 같은 결론에 도달할 수 있다.

사회적 기업은 1기보다 2기에  $\frac{\beta_2(c_s - c_p)(1+n)}{b(1+m+n)}$  만큼 더 생산하고 2기보다 3기에  $\frac{\beta_1(c_s - c_p)(1+n)}{b(1+m+n)}$  만큼 더 생산한다. 즉, 사회적 기업은 매년 생산량을 증가시킨다.

반면, 영리기업은 1기보다 2기에  $\frac{\beta_2(c_s - c_p)m}{b(1+n+m)}$  만큼 덜 생산하고, 2기보다 3기에  $\frac{\beta_1(c_s - c_p)m}{b(1+n+m)}$  만큼 덜 생산한다. 사회적 기업들의 총생산 증가량이 영리기업들의 총생산 감소량보다 크기 때문에 시장의 총공급량은 증가하고 소비자후생은 증가함을 알 수 있다.<sup>13)</sup>

위의 단순한 수치 예를 통해서 SPC 지원방식은 사회적 기업으로 하여금 매년 더 많은 사회적 성과를 창출할 유인을 제공함을 확인할 수 있다.

## 2. 실증분석

이하에서는 SPC DB를 이용하여 SPC와 사회적 기업의 성과 간의 관계를 살펴본다. 다만, SPC DB가 제공하는 정보가 제한되므로 인과관계 분석이 가능한지 논의한 후, SPC와 사회적 기업의 성과를 분석한다.

### (1) 계량경제학적 방법의 적용가능성<sup>14)</sup>

정책이 집단의 성과에 어떠한 영향을 미쳤는지 살펴보는 것은 정책의 효과 및 지속 여부를 판단하기 위해 필요한 일이다. 정책이 성과에 미치는 영향, 즉 인과관계를 살펴보기 위해서 일반적으로 사용되는 모형은 최소자승법(ordinary least square; 이하 OLS), 이중차분법(difference in difference), 회귀단절모형 등의 방법론이 있다. 이하에서는 각 모형들을 바탕으로 SPC가 SPC사업 참여기업의 성과에 미치는 인과효과를 추정하는 것이 가능한지 살펴본다.

OLS는 통제집단과 처치집단의 성과를 비교하여 처치의 효과를 추정하는 방식이다. 성과를  $y_{it}$ , 처치와 관련된 더미변수를  $d_{it}$ , 오차항을  $u_{it}$  라고 하면, OLS의 회귀방정식은 다음과 같다.

$$y_{it} = \beta_0 + \beta_1 d_{it} + u_{it}.$$

13) 사회적 기업의 이윤에 대해서는 구체적인 논의를 하지 않았다. 다만, 사회적 기업의 사회적 가치에 대한 가중치가 일정 수준 이상이면, 사회적 기업의 이윤은 사회적 성과의 크기에 반비례한다.

14) 강창희 외(2013), 강창희 외(2014) 참조.

$\beta_1$ 의 추정량  $\hat{\beta}_1$ 은 처치효과 크기를 나타내는 계수이다. 다만,  $\hat{\beta}_1$ 이 일치추정량이 되기 위해서는 통제집단과 처치집단이 무작위로 배정되어야 한다. 즉, 처치관련 더미변수의 외생성이 인정되어야 한다. 외생성이 인정되지 않는 경우, 추정량  $\hat{\beta}_1$ 은  $\beta_1$ 을 과대추정하거나 과소추정하는 문제가 발생한다.

SPC DB에 OLS를 적용하여 SPC가 기업의 성과에 미치는 영향을 추정하는 것이 가능하지 살펴본다. OLS를 이용하는 경우, SPC가 SPC사업에 선정된 기업의 성과에 미치는 효과는 다음과 같다.

SPC사업에 참여하는 기업의 성과 - SPC사업에 참여하지 않은 기업의 성과

하지만, SPC DB에는 SPC사업에 참여하지 않은 기업에 대한 정보가 존재하지 않는다. 즉, 처치집단의 정보만 존재하고 통제집단의 정보가 존재하지 않는다. 또한, SPC사업에 참여한 기업이 무작위로 선정된 것이 아니고 참여를 신청한 기업을 대상으로 선별과정을 거쳤다는 점도 OLS를 통한 추정에서 문제를 발생시킬 수 있다 (처치변수의 내생성). 따라서, OLS를 이용하여 SPC가 SPC사업에 선정된 기업의 성과에 미치는 효과를 추정하는 것은 타당하지 않다.

이중차분법은 통제집단과 처치집단의 성과를 비교함에 있어서 처치이전의 통제집단과 처치집단의 차이를 반영하여 처치의 효과를 추정하는 방식이다. 성과를  $y_{it}$ , 처치와 관련된 더미변수를  $d_{it}$ , 처치시점과 관련된 더미변수를  $T_{it}$ , 기업의 특성을 반영하는 고정변수를  $s_i$ , 오차항을  $u_{it}$ 라고 하면, 이중차분법의 회귀방정식은 다음과 같다.

$$y_{it} = \beta_0 + \beta_1 d_{it} + \beta_2 T_{it} + \beta_3 d_{it} T_{it} + s_i + u_{it}$$

추정량  $\hat{\beta}_3$ 가 각 집단의 차이를 반영한 처치효과 크기를 나타내는 계수이다. 이중차분법은 OLS 방식에서 언급한 처치변수( $d_{it}$ )의 내생성의 문제를 완화할 수 있다는 장점이 있다. 이중차분법을 통한 추정은 처치의 시점 간 외생성에 대한 가정을 바탕으로 한다는 점에 유의해야 한다.

SPC DB에 이중차분법을 적용하여 SPC가 기업의 성과에 미치는 영향을 추정하는 것이 가능하지 살펴본다. 이중차분법의 경우, SPC가 기업의 성과에 미친 효과는 다음과 같이 측정할 수 있다.

SPC사업에 참여하는 기업이 SPC사업 시행 전후로 달성한 성과의 변동

- SPC사업에 참여하지 않는 기업이 SPC사업 시행 전후로 달성한 성과의 변동

OLS의 경우와 마찬가지로 SPC사업에 참여하지 않는 기업의 데이터가 존재하지 않



기 때문에 이중차분법을 통해서 인과관계를 논할 수 없다. 또한, SPC사업에 참여여부는 사회적기업이 SPC사업에 신청하고 선별되는 과정을 통해서 결정된다. 따라서, SPC사업에 참여를 신청하는 사회적기업은 지원시점을 전략적으로 결정할 유인이 존재한다고 할 수 있다. 즉, SPC사업 선정의 시점 간 외생성이 성립하지 않을 수 있다는 점이 이중차분법을 통한 추정의 타당성을 약화시킨다.

회귀단절모형은 배정변수 상의 경계값을 기준으로 처치여부가 결정되는 경우, 경계값의 일정범위 안에 속한 표본만을 대상으로 분석을 시행하는 것이다. 선정의 기준이 되는 경계값에 대한 정보가 사전에 공지되지 않는 경우 경계값 주위에 존재하는 표본들에게 처치가 무작위로 이뤄졌다는 가정을 바탕으로 한다. SPC사업의 경우에도, 선정기준<sup>15)</sup>이 존재하고 선정기준이 되는 경계값에 대한 정보가 사전에 공지되지 않으므로 회귀단절모형을 통해서 SPC의 인과효과를 추정할 수 있다. 하지만, SPC선정에 대한 기준과 경계값에 해당하는 기업들에 대한 정보, 특히 SPC선정에서 탈락한 기업들의 정보가 존재하지 않는다는 점을 고려하면, 회귀단절모형 역시 SPC와 기업의 성과의 인과관계를 추정하는 적절한 모형이 될 수 없다.

이상의 논의를 종합하면, 사회적기업연구원이 공개한 SPC DB만을 이용해서는 SPC와 사회적 기업의 성과 간 인과관계를 추정하는 것은 쉽지 않다. 이에 본 연구에서는 인과관계에 대한 추정을 하지 않고, SPC사업에 선정된 기업들만을 대상으로 SPC와 SPC사업에 참여한 기업의 성과 간의 (상관)관계를 살펴볼 것이다.

## (2) 사회성과인센티브와 경제적 성과의 관계

Pooled OLS방식과 고정효과모형을 통해서 SPC사업 참여와 사회적 기업의 경제적 성과 간 관계를 분석한다. 다만, 앞서 지적한 것처럼 인과관계에 대한 논의는 될 수 없고 추정된 계수들도 편향이 있을 수 있음에 유의해야 한다.

### 1) Pooled OLS

SPC사업 참여와 사회적 기업의 경제적 성과의 관계를 살펴보기 다음의 회귀방정식을 이용한다.

$$y_{i,t} = \beta_0 + \beta_1 SPC_{i,t} + X_{i,t}'\beta_2 + e_{i,t}$$

$y_{i,t}$ : 기업의 경제적 성과

$SPC$ : SPC 사업 참여 여부를 나타내는 더미변수

$X_{i,t}'$ : 통제변수

15) 사회적 가치 연구원의 자료에 따르면, 사회적 기업 평가항목은 사회적 가치(소셜미션의 명확성, Biz-t사회성과 연계성, 가치창출 효율성) 40점, 재무적 가치(Biz 안정성, 재무적 안정성) 30점, SPC 효과성(마중물 효과, 성장 잠재력) 30점으로 구성된다.

기업의 경제적 성과 변수로는 매출총이익률, 영업이익률, 보정된 당기순이익률을 이용하였다. 처치변수로는 SPC사업 참여여부를 나타내는 더미변수를 이용하였다. 통제변수로는 사회적 기업의 인증 여부(예비/인증/미인증), 사업영역, 법적형태(주식회사여부 더미), 산업, 자연로그를 취한 사업기간, 자연로그를 취한 총매출액, 사회성과(고용, 사회서비스, 환경, 사회생태계) 창출 여부를 나타내는 더미변수를 이용하였다.

SPC 사업의 지원방식이 1년차와 2-3년차가 상이하고, 2-3년차는 전년도의 사회적 성과를 바탕으로 이뤄진다는 점에서 SPC사업 참여와 사회적 기업의 성과의 관계는 참여년차별로 상이할 수 있다. 이를 반영하기 위하여 처치변수를 SPC사업 참여연차에 해당 여부를 나타내는 더미변수로 대체하였다. 이를 회귀방정식으로 나타내면 다음과 같다.

$$y_{it} = \beta_0 + \beta_1 SPC1_{it} + \beta_2 SPC2_{it} + \beta_3 SPC3_{it} + X_{it}'\beta_4 + e_{it}$$

$y_{it}$ : 기업의 경제적 성과

$SPC1$ : SPC선정 1년차를 나타내는 더미변수

$SPC2$ : SPC선정 2년차를 나타내는 더미변수

$SPC3$ : SPC선정 3년차를 나타내는 더미변수

$X_{it}'$ : 통제변수

<표 4>는 SPC사업 참여여부와 기업의 총매출이익률 간의 관계를 분석한 결과이다. SPC사업 참여여부와 기업의 총매출이익률 간에는 유의한 관계가 없는 것으로 나타났다(모형1~3). 사회적 기업이 생산하는 사회 성과를 고려하지 않으면, 인증받지 않는 사회적 기업과 비교할 때 예비 사회적 기업의 경우 총매출이익률이 유의하게 더 높은 것으로 나타났다. 반면, 사회적 기업의 사회 성과를 고려하면, 인증여부와 총매출이익률 간의 유의한 관계는 나타나지 않았고, 환경 성과를 생산하는 사회적 기업이 다른 사회 성과를 생산하는 사회적 기업보다 총매출이익률이 유의하게 높은 것으로 나타났다. SPC사업 참여년차를 고려하는 경우(모형4~6)에도 SPC사업 참여와 총매출이익률 간에는 유의한 관계가 나타나지 않았다. 통제변수를 추가함에 따라 SPC사업 참여년차를 고려하지 않는 경우와 유사한 결과를 보였다.

표 4. SPC사업 참여와 총매출이익들의 관계

		모형1	모형2	모형3	모형4	모형5	모형6
SPC사업 참여		4.31 (3.53)	2.70 (3.84)	-3.38 (7.79)			
SPC 1년차					6.03 (4.06)	4.78 (4.18)	-2.50 (7.84)
SPC 2년차					1.89 (4.56)	-.80 (4.94)	-9.00 (8.86)
SPC 3년차					3.66 (5.95)	-.05 (6.56)	-8.03 (10.32)
인증 여부	예비	<b>21.83*</b> <b>(12.77)</b>	<b>23.83*</b> <b>(12.88)</b>	20.28 (13.70)	<b>26.17*</b> <b>(12.80)</b>	<b>24.68*</b> <b>(12.89)</b>	24.42 (13.73)
	인증	6.00 (5.73)	5.14 (6.26)	4.29 (7.04)	6.43 (5.77)	5.23 (6.27)	4.23 (7.06)
ln(사업기간)			5.87 (4.40)	3.34 (5.08)		7.30 (4.59)	8.39 (5.40)
ln(총매출액)			-1.445 (1.93)	.32 (2.18)		-1.55 (1.93)	.19 (2.19)
고용성과 더미				1.77 (5.37)			2.65 (5.42)
사회서비스성과 더미				7.03 (5.69)			7.05 (5.69)
환경성과 더미				<b>22.89***</b> <b>(7.95)</b>			<b>23.89***</b> <b>(7.99)</b>
사회생태계성과 더미				-2.41 (5.79)			-1.75 (5.81)
사업영역		✓	✓	✓	✓	✓	✓
법적형태		✓	✓	✓	✓	✓	✓
산업분야		✓	✓	✓	✓	✓	✓
Prob > F		0.0000	0.0000	0.0000	0.0000	0.0000	0.0000
$R^2$		0.5424	0.5451	0.5416	0.5436	0.5474	0.5447
Adj $R^2$		0.4657	0.4655	0.4409	0.4638	0.4648	0.4406
N		377	377	334	377	377	334

주: ( )는 standard error를 나타냄, \* p<0.1, \*\* p<0.05, \*\*\*, p<0.01.  
 자료: 사회적가치연구원, 『사회성과인센티브 DB』, 각 년도.

표 5. SPC사업 참여와 영업이익들의 관계

		모형1	모형2	모형3	모형4	모형5	모형6
SPC사업 참여		<b>26.27**</b> <b>(12.83)</b>	16.01 (12.95)	14.31 (26.59)			
SPC 1년차					<b>28.25*</b> <b>(14.75)</b>	18.12 (14.14)	15.07 (26.83)
SPC 2년차					21.69 (16.60)	13.08 (16.70)	9.66 (30.33)
SPC 3년차					29.58 (21.64)	11.03 (22.17)	11.00 (35.34)
인증 여부	예비	<b>112.43**</b> <b>(46.41)</b>	<b>105.95**</b> <b>(43.36)</b>	<b>92.84**</b> <b>(46.77)</b>	<b>113.21**</b> <b>(46.57)</b>	<b>106.74**</b> <b>(43.55)</b>	<b>93.79**</b> <b>(47.02)</b>
	인증	<b>102.37***</b> <b>(20.84)</b>	<b>52.85**</b> <b>(21.12)</b>	<b>60.26**</b> <b>(24.05)</b>	<b>102.83***</b> <b>(20.98)</b>	<b>52.87**</b> <b>(21.21)</b>	<b>60.25**</b> <b>(24.16)</b>
ln(사업기간)			-17.13 (14.83)	-25.75 (17.33)		-15.38 (15.53)	-24.15 (18.48)
ln(총매출액)			<b>46.94***</b> <b>(6.50)</b>	<b>52.73***</b> <b>(7.45)</b>		<b>46.87***</b> <b>(6.52)</b>	<b>52.62***</b> <b>(7.49)</b>
고용성과 더미				-11.08 (18.34)			-10.38 (18.55)
사회서비스성과 더미				7.69 (19.40)			7.71 (19.48)
환경성과 더미				<b>62.61**</b> <b>(27.13)</b>			<b>63.42**</b> <b>(27.35)</b>
사회생태계성과 더미				16.33 (19.75)			16.87 (19.89)
사업영역		✓	✓	✓	✓	✓	✓
법적형태		✓	✓	✓	✓	✓	✓
산업분야		✓	✓	✓	✓	✓	✓
Prob > F		0.7064	0.0002	0.0008	0.7678	0.0004	0.0015
$R^2$		0.1289	0.2543	0.2841	0.1294	0.2547	0.2843
Adj $R^2$		-0.0172	0.1239	0.1267	-0.0229	0.1188	0.11206
N		377	377	334	377	377	334

주: ( )는 standard error를 나타냄. \* p<0.1, \*\* p<0.05, \*\*\* p<0.01.

자료: 사회적가치연구원, 『사회성과인센티브 DB』, 각 년도.

<표 5>는 SPC사업 참여여부와 기업의 영업이익률 간의 관계를 분석한 결과이다. SPC사업 참여여부와 인증여부만을 고려하는 경우, SPC사업 참여와 영업이익률은 유의한 양의 관계가 있는 것으로 나타났다(모형1). 하지만, 모형의 적합성이 떨어지는 것으로 나타나 해석에 주의를 요한다. 통제변수를 추가함에 따라서 SPC사업 참여와 영업이익률 간의 관계는 유의하지 않은 것으로 나타났다(모형2~3). SPC와 총매



출이익률과의 관계와 마찬가지로 환경 성과를 생산하는 사회적 기업의 영업이익률이 유의하게 높게 나타났다. 또한, 인증받은 사회적 기업이 인증받지 않은 기업보다 영업이익률이 높게 나타났고, 총매출액(기업 규모)이 큰 기업이 영업이익률이 유의하게 높은 것으로 나타났다.

SPC참여 선정년차와 인증여부만을 고려하는 경우, SPC참여 1년차에 해당하는 사회적 기업의 영업이익률이 유의하게 높은 것으로 나타났다(모형4). 하지만, 모형1과 같이 모형의 적합성에 문제가 있는 것으로 나타났음에 유의해야 한다. 통제변수를 추가함에 따라 SPC참여 선정년차와 영업이익률 간의 유의한 관계는 사라졌다. 총매출액이 높을수록 영업이익률이 높게 나타났고 환경 성과를 생산하는 사회적 기업의 경우 영업이익률도 유의하게 높은 것으로 나타났다.

표 6. SPC사업 참여와 보정된 당기순이익들의 관계

		모형1	모형2	모형3	모형4	모형5	모형6
SPC사업 참여		8.53 (6.01)	9.60 (6.34)	12.04 (13.21)			
SPC 1년차					<b>12.40*</b> <b>(6.91)</b>	<b>11.77*</b> <b>(6.92)</b>	12.78 (13.32)
SPC 2년차					4.45 (7.76)	6.44 (8.15)	7.71 (14.98)
SPC 3년차					4.10 (10.11)	5.10 (10.83)	8.77 (17.42)
인증 여부	예비	<b>41.44*</b> <b>(21.75)</b>	<b>35.19*</b> <b>(21.23)</b>	31.23 (22.89)	<b>41.82*</b> <b>(21.80)</b>	<b>35.98*</b> <b>(21.30)</b>	32.10 (23.00)
	인증	<b>37.27***</b> <b>(9.85)</b>	<b>26.65**</b> <b>(10.39)</b>	<b>29.41**</b> <b>(11.81)</b>	<b>38.18***</b> <b>(9.89)</b>	<b>26.66**</b> <b>(10.42)</b>	<b>29.37**</b> <b>(11.86)</b>
ln(사업기간)			<b>-17.39**</b> <b>(7.26)</b>	<b>-24.11***</b> <b>(8.49)</b>		<b>-15.70**</b> <b>(7.59)</b>	<b>-22.58**</b> <b>(9.04)</b>
ln(총매출액)			<b>14.96***</b> <b>(3.18)</b>	<b>15.97***</b> <b>(3.64)</b>		<b>14.88***</b> <b>(3.19)</b>	<b>15.87***</b> <b>(3.66)</b>
고용성과 더미				-1.69 (9.00)			-1.03 (9.09)
사회서비스성과 더미				-.20 (9.57)			-.20 (9.60)
환경성과 더미				6.42 (13.40)			7.16 (13.50)
사회생태계성과 더미				15.76 (9.69)			<b>16.27*</b> <b>(9.75)</b>
사업영역		✓	✓	✓	✓	✓	✓
법적형태		✓	✓	✓	✓	✓	✓
산업분야		✓	✓	✓	✓	✓	✓
Prob > F		0.8726	0.1630	0.2209	0.8837	0.1997	0.2720
$R^2$		0.1153	0.1748	0.2031	0.1189	0.1765	0.2043
Adj $R^2$		-0.0335	0.0299	0.0273	-0.0358	0.0258	0.0215
N		376	376	333	376	376	333

주: ( )는 standard error를 나타냄. \* p<0.1, \*\* p<0.05, \*\*\* p<0.01.

자료: 사회적가치연구원, 『사회성과인센티브 DB』, 각 년도.

<표 6>는 SPC사업 참여여부와 기업의 보정된 당기순이익들 간의 관계를 분석한 결과이다. 모형1에서 모형6까지 모든 모형의 적합성이 떨어지는 것으로 나타났다. 따라서 Pooled OLS를 통한 SPC사업 참여여부와 보정된 당기순이익들간의 관계를 살펴보는 것은 적절하지 못한 것으로 판단된다. 보정된 당기순이익들 대신 당기순이익들을 이용한 경우에도 모형의 적합성은 떨어지는 것으로 나타났다(부록 1참조).

## 2) 고정효과모형

사회적 기업들을 구분짓는 특징적인 요소로 사회적 기업의 사회적 가치에 대한 태도(사회적가치를 이윤보다 중요시 여기는 정도), 사회적기업가 정신 등을 생각할 수 있다. 따라서 이를 반영하여 SPC사업 참여여부와 기업의 경제적 성과의 관계를 살펴볼 필요가 있다. 사회적 가치에 대한 태도와 사회적기업가 정신에 대한 설문조사 자료는 사회서베이 DB에 존재한다. 하지만, 2015년도와 2018년도에 설문조사가 이뤄졌기 때문에 사회성과인센티브 DB와 연결하지 못하였다.

SPC DB가 (불균형)패널형태라는 점을 이용하면, 사회적 기업의 특징적인 요소들을 기업의 고정된 효과로 가정하고 분석하는 것이 가능하다. SPC사업 선정여부도 사업에 선정된 후 3년간 지원이 유지된다는 점을 고려하면 기업의 고정효과로 볼 여지가 있다. 하지만, SPC사업의 지원방식이 1년차와 2~3년차가 상이함을 반영하여 SPC사업 년차별 효과에 대한 분석을 시도하였다. 위의 논의를 반영하여 다음의 회귀식을 이용한 고정효과모형으로 분석을 하였다.

$$y_{it} = \beta_0 + \beta_1 SPC1_{it} + \beta_2 SPC2_{it} + \beta_3 SPC3_{it} + X_{it}'\beta_4 + s_i + \nu_{it}$$

$y_{it}$ : 기업의 경제적 성과

$SPC1$ : SPC 선정 1년차를 나타내는 더미변수

$SPC2$ : SPC 선정 2년차를 나타내는 더미변수

$SPC3$ : SPC 선정 3년차를 나타내는 더미변수

$X_{it}'$ : 통제변수

$s_i$ : 기업 고정효과

<표 7>은 고정효과모형을 이용하여 분석한 결과이다. 사업기간과 총매출액을 통제하지 않는 경우(모형7), SPC 선정 1년차 여부는 기업의 경제적 성과(총매출이익률, 영업이익률, 보정된 당기순이익률)와 유의한 양의 관계가 있는 것으로 나타났으나 모형의 적합성이 낮게 추정되었다. 사업기간과 총매출액을 통제하는 경우(모형8), SPC 선정 년차는 총매출이익률과 영업이익률과 유의한 관계가 없는 것으로 나타났다. 하지만 보정된 당기순이익률의 경우, SPC 선정 1년차 사회적 기업에 한하여 유의하게 긍정적인 관계를 나타냈다. SPC 선정 2-3년차에는 SPC 선정 1년차에 비하여 더 많은 사회적 성과를 생산할 것이므로, 당기순이익률과의 유의한 양의 관계가 사라진 것으로 판단할 수 있다. 한편, 총매출액은 기업의 경제적 성과와 긍정적인 관계가 있는 것으로 나타났고, 사업기간의 경우에는 보정된 당기순이익률과의 관계에서만 유의한 음의 관계를 나타냈다.<sup>16)</sup>

16) 당기순이익률에 대해서 고정효과모형으로 분석하면, 사업기간과 총매출액을 통제하는 경우에만 모형의 적합성이 인정된다. SPC 선정 년차별 더미는 당기순이익률과 무관한 것으로 나타나며, 사업기간은 당기순이익률과 유의한 음의 관계, 총매출액은 유의한 양의 관계를 갖는 것으로 나타났다.

표 7. SPC사업 참여여부와 경제적 성과의 관계

	총매출이익률		영업이익률		보정된 당기순이익률	
	모형7	모형8	모형7	모형8	모형7	모형8
SPC 1년차	<b>5.99*</b> (3.11)	.15 (4.39)	<b>25.34**</b> (12.00)	4.47 (15.88)	<b>12.90**</b> (5.17)	<b>11.92*</b> (7.13)
SPC 2년차	3.71 (3.56)	-4.06 (6.31)	<b>26.26*</b> (13.76)	-1.98 (22.87)	1.62 (5.91)	4.01 (10.28)
SPC 3년차	4.11 (4.76)	-5.55 (7.97)	22.32 (18.40)	-13.09 (28.84)	-.23 (7.91)	2.47 (12.96)
ln(사업기간)		3.85 (14.83)		-25.52 (53.68)		<b>-41.95*</b> (24.18)
ln(총매출액)		<b>16.67***</b> (3.73)		<b>100.89***</b> (13.51)		<b>36.30***</b> (6.07)
Prob > F	0.2850	0.0000	0.0888	0.0000	0.0593	0.0000
overall R <sup>2</sup>	0.0028	0.0092	0.0130	0.1588	0.0074	0.0715
sigma_s	38.63	46.87	88.45	108.06	49.37	52.82
sigma_v	24.55	23.52	94.83	85.13	40.73	38.21
rho	.7122	0.8000	.4652	.6171	.5950	.6565
N	380	380	380	380	379	379

주: ( )는 standard error를 나타냄. \* p<0.1, \*\* p<0.05, \*\*\*, p<0.01.  
 자료: 사회적가치연구원, 『사회성과인센티브 DB』, 각 년도.

### (3) 사회성과인센티브와 사회적 성과의 관계

이하에서는 SPC사업 참여와 사회적 성과의 관계를 살펴보았다. 사회적 성과의 경우, SPC사업 참여 전의 성과는 각 기업이 SPC사업에 참여신청을 하면서 측정한 자료이다. 측정의 임의성을 피하기 위해, SPC사업 참여 후에 측정된 사회적 성과 자료만을 이용하였다. SPC사업 지원방식이 지원 년차별로 상이한 점을 반영하였고, 각 모형의 방정식은 다음과 같다.

$$y_{it} = \beta_0 + \beta_1 SPC2_{it} + \beta_2 SPC3_{it} + X_{it}'\beta_3 + e_{it} : \text{Pooled OLS}$$

$$y_{it} = \beta_0 + \beta_1 SPC2_{it} + \beta_2 SPC3_{it} + X_{it}'\beta_3 + s_i + \nu_{it} : \text{Fixed Effect Model}$$

$y_{it}$ : 기업의 총사회성과

$SPC2$ : SPC 선정 2년차를 나타내는 더미변수

$SPC3$ : SPC 선정 3년차를 나타내는 더미변수

$X_{it}'$ : 통제변수



$s_i$ : 기업 고정효과

Pooled OLS를 이용하여 분석한 결과는 <표 8>과 같다. SPC선정 3년차의 경우 사회적 기업이 생산하는 총사회성과는 유의하게 높게 나타났다. 또한, 인증 사회적기업의 경우 총사회성고가 높은 것으로 나타났다. 통제변수를 추가하면(모형10, 모형11), 사회적 기업의 인증여부와 총사회성고는 유의하지 않은 것으로 나타났다. 반면, 총매출액은 총사회성고와 유의한 양의 관계가 있는 것으로 나타났다. 한편, 사회성고 중 고용성고를 창출하는 사회적 기업만이 총사회성고가 유의하게 높은 것으로 나타났다.

표 8. SPC사업 참여와 총사회성고의 관계 - Pooled OLS

		모형9	모형10	모형11
SPC 2년차		24.22 (36.36)	38.58 (36.35)	28.96 (35.99)
SPC 3년차		<b>136.48<sup>***</sup></b> <b>(48.07)</b>	<b>138.81<sup>***</sup></b> <b>(49.34)</b>	<b>126.27<sup>**</sup></b> <b>(48.75)</b>
인증 여부	예비	-77.34 (113.60)	-126.79 (120.43)	-106.20 (120.60)
	인증	<b>105.12<sup>*</sup></b> <b>(57.33)</b>	15.32 (59.30)	-47.93 (61.60)
ln(사업기간)			<b>-83.94<sup>*</sup></b> <b>(48.28)</b>	-63.57 (47.88)
ln(총매출액)			<b>118.58<sup>***</sup></b> <b>(18.88)</b>	<b>111.76<sup>***</sup></b> <b>(19.18)</b>
고용성고 더미				<b>128.82<sup>***</sup></b> <b>(42.83)</b>
사회서비스성고 더미				50.96 (43.84)
환경성고 더미				77.21 (64.22)
사회생태계성고 더미				-40.37 (45.82)
사업영역		✓	✓	✓
법적형태		✓	✓	✓
산업분야		✓	✓	✓
Prob > F		0.0000	0.0000	0.0000
$R^2$		0.3831	0.4787	0.5086
Adj $R^2$		0.2215	0.3287	0.3541
N		266	256	256

주: ( )는 standard error를 나타냄, \* p<0.1, \*\* p<0.05, \*\*\*, p<0.01.  
 자료: 사회적가치연구원, 『사회성과인센티브 DB』, 각 년도.

고정효과모형을 통하여 분석한 결과는 <표 9>와 같다. 통제변수와 무관하게 SPC 선정 년차가 높아질수록 총사회성과는 유의하게 높아지는 것으로 나타났다. Pooled OLS를 이용한 분석결과와 달리, 총매출액은 총사회성과와 유의한 관계가 없었고, 사회성과 중 환경성과 창출여부만이 총사회성과와 긍정적인 관계가 있는 것으로 나타났다.

이론분석에서 살펴본 것처럼 SPC의 지원방식은 SPC에 선정된 사회적 기업으로 하여금 매년 더 많은 사회성과를 만들어 낼 것을 장려하는 구조이다. 고정효과모형을 통한 분석에서 SPC 선정 년차가 높아질수록 사회적 기업의 총사회성과가 유의하게 높아진다는 점은 SPC의 지원방식이 목적 달성을 위해 타당하게 설계되었다고 판단할 수 있는 근거를 제공한다는 점에서 주목할 가치가 있다.

표 9. SPC사업 참여와 총사회성과의 관계 - 고정효과모형

	모형11	모형12	모형13
SPC 2년차	<b>46.36**</b> (18.36)	<b>81.79**</b> (37.33)	<b>78.76**</b> (37.02)
SPC 3년차	<b>152.06***</b> (24.99)	<b>209.72*</b> (58.76)	<b>205.27***</b> (58.32)
ln(사업기간)		-229.28 (198.77)	-258.08 (198.23)
ln(총매출액)		52.64 (34.53)	42.41 (34.70)
고용성과 더미			55.46 (48.53)
사회서비스성과 더미			2.21 (59.49)
환경성과 더미			<b>247.56**</b> (96.57)
사회생태계성과 더미			40.20 (50.68)
Prob > F	0.0000	0.0000	0.0000
overall R <sup>2</sup>	0.0572	0.0186	0.0011
sigma_s	286.27	298.07	320.78
sigma_v	125.86	127.58	125.41
rho	.8380	0.8451	.8674
N	268	258	258

주: ( )는 standard error를 나타냄, \* p<0.1, \*\* p<0.05, \*\*\*, p<0.01.

자료: 사회적가치연구원, 『사회성과인센티브 DB』, 각 년도.

## V. 결론

사회적 경제에 대한 관심이 증가하면서 그 중심 축을 맡고 있는 사회적 기업에 대한 관심도 커지고 있다. 공공분야는 물론이고 민간분야에서도 사회적 기업에 대한 다양한 지원을 하고 있다. 하지만, 사회적 기업에 대한 지원의 타당성에 대한 합의는 아직 이뤄지지 않고 있다. 사회적 기업이 사회적 가치를 생산하지만 비용 측면에서 비효율성이 인정되기 때문이다. 이에 사회적 기업에 대한 지원이 타당한지 많은 논의가 이뤄지고 있으며 많은 연구들이 인증받은 사회적 기업의 자율경영공시자료를 이용하고 있다. 하지만, 사회적 가치 측정에 대한 합의가 존재하지 않기 때문에 연구마다 다른 기준으로 사회적 성과를 다루고 있는 실정이다. 따라서, 사회적 가치에 대한 측정방법에 대한 합의가 선행 문제라고 할 것이다.

SPC는 사회적 성과를 생산하는 사회적 기업에게 사회적 성과에 비례하는 금전적 지원을 제공하는 제도이다. SPC가 시행된 지 얼마되지 않았고 참여 기업의 수도 한정적이지만 사회적 기업이 생산하는 사회적 가치를 화폐단위로 환산하는 방법을 제시하고 그를 바탕으로 지원금을 제공한다는 점에서 기존의 공공분야 및 민간분야의 지원과는 차별성을 띤다. 따라서, SPC 사업에 참여한 사회적 기업의 자료를 바탕으로 사회적 기업의 성과를 살펴보는 것은 사회적 기업에 대한 지원을 하고 있거나 향후 지원을 고려하는 주체들에게 많은 시사점을 줄 수 있다.

이에 본 연구에서는 SPC 사업에 참여한 사회적 기업의 성과에 대한 분석을 하였다. 실증분석에 앞서 사회적 기업에 대한 경제학적 가정을 바탕으로 SPC가 사회적 기업의 성과에 어떤 영향을 주는지 모형을 통한 이론 분석을 하였다. 이론 모형의 분석 결과, SPC에 선정된 사회적 기업이 매년 더 많은 사회적 성과를 달성할 것을 예상할 수 있다. 또한, 고정모형효과를 통한 실증분석 결과, SPC 선정 년차가 높아질수록 총사회성과가 높아지는 것으로 나타나 이론 모형의 타당성을 뒷받침하였다. 경제적 성과에 대해서 이론 모형은 상황에 따라 다른 결과가 나올 수 있음을 예측하였고 실증분석 결과도 경제적 성과와 SPC 간에는 전반적으로 유의한 관계는 없는 것으로 나타났다.

본 연구의 실증분석은 SPC가 사회적 기업의 성과에 어떠한 영향을 주는지, 즉 인과관계에 대한 논의가 아니라는 점에 유의해야 한다. 인과관계를 확인하기 위해서는 SPC에 선정되지 못한 기업의 자료가 필수적으로 요구되므로 SPC DB의 보완 내지는 확충하는 작업이 선행되어야 한다. 또한, 사회적 기업의 성과에 영향을 주는 다양한 요인들에 대한 고려를 하지 못하고 고정효과를 가정한 후 분석했다는 점도 본 연구의 한계이다. 사회적 기업의 중요한 특성들, 예를 들면 사회적 가치와 경제적 가치의 융합에 대한 태도, 경제적 가치 대비 사회적 가치를 추구하는 정도 등이 사회적 기업의 성과를 결정하는데 중요한 역할을 할 것으로 예상할 수 있다. 이에 대

한 자료는 사회서베이 DB에 존재하지만, 2015년도와 2018년도 두 해에만 이뤄졌기 때문에 SPC DB와 연결하여 사용하는 것은 쉽지 않다. 따라서, 사회적 기업에 대한 사회서베이를 매년 지속적으로 시행하여 SPC DB와 병합하여 이용할 수 있는 포괄적인 사회적 기업 관련 DB를 구축할 필요가 있다. 마지막으로 SPC에 대한 연구결과는 SPC 사업에 참여한 사회적 기업에 대한 논의에 한정되어서는 안되고, 정부의 사회적 기업 지원 방식에 대한 효율성 및 타당성에 대한 논의로 확장되어야 할 것이다.



## 참고문헌

- 강석민. (2014). 정부지원이 사회적 기업의 경영성과에 미치는 영향에 관한 실증연구. *사회적 기업연구*, 7(2), 3-19.
- 강창희, 이정민, 이석배, & 김세움. (2013). 『관광정책 및 관광사업 프로그램 평가 방법』, 문화체육관광부.
- 강창희, 이정민, 박상곤, & 윤윤규. (2014) 『정부 정책사업의 고용영향평가를 위한 미시적 분석방법론』, 한국노동연구원 연구보고서.
- 김재홍, & 이재기. (2012a). 사회적기업의 경제적, 사회적 성과분석-정부지원금의 효과를 중심으로. *한국행정논집*, 24(4), 1037-1063.
- 김재홍, & 이재기. (2012b). 사회적기업에 대한 정부지원금의 고용창출 효과분석. *지방정부연구*, 16(3), 135-163.
- 김정인. (2014). 사회적기업의 특성 및 지원유형에 따른 성과차이 분석. *한국사회복지행정학*, 16(2), 181-212.
- 김희철. (2015). 사회적기업의 성과분석에 관한 연구. *대한경영학회지*, 28, 1797-1812.
- 조희진, & 장용석. (2016). 사회적 기업의 지속가능성과 사회적 기업가 정신. *한국정책학회보*, 25(4), 329-359.
- 허만형, & 양광석. (2015). 사회적기업의 고용창출 영향요인 분석. *한국행정연구*, 24(3), 121-146.
- 홍현우, & 주병기. (2016). 사회적기업에 대한 경제학적 고찰: 사회서비스 제공형. *재정학연구*, 9(1), 87-112.
- 홍현우, & 주병기. (2017). 일자리제공형 사회적기업과 사회적 성과 지원의 효과. *한국경제의 분석*, 23(3), 55-106.
- 홍효석, & 김예경. (2016). 사회적기업의 사회적, 경제적 성과에 관한 연구. *재무와 회계정보저널*, 16(1), 1-29.
- 황정윤, & 장용석. (2017). 사회적 기업 지원의 딜레마-정부보조금, 약인가 독인가. *한국정책학회보*, 26(2), 225-258.

사회적 가치 연구원 홈페이지 <https://www.cses.re.kr>.

한국사회적기업진흥원 홈페이지 <http://www.socialenterprise.or.kr/index.do>.

Emerson, J. (2003). The blended value proposition: Integrating social and financial returns. *California management review*, 45(4), 35-51.

부록 1

SPC사업 참여여부와 당기순이익들의 관계

		모형1	모형2	모형3	모형4	모형5	모형6
SPC사업 참여		4.45 (6.02)	4.69 (6.30)	7.20 (12.96)			
SPC 1년차					5.39 (6.92)	4.46 (6.88)	7.05 (13.08)
SPC 2년차					3.57 (7.79)	5.45 (8.13)	8.54 (14.78)
SPC 3년차					3.08 (10.15)	3.69 (10.79)	9.22 (17.23)
인증 여부	예비	<b>45.95**</b> <b>(21.77)</b>	<b>40.10*</b> <b>(21.10)</b>	36.08 (22.80)	<b>46.04**</b> <b>(21.85)</b>	<b>39.96*</b> <b>(21.20)</b>	35.79 (22.93)
	인증	<b>40.08***</b> <b>(9.78)</b>	<b>27.49***</b> <b>(10.29)</b>	<b>30.02**</b> <b>(11.72)</b>	<b>40.33***</b> <b>(9.84)</b>	<b>27.40***</b> <b>(10.32)</b>	<b>30.08**</b> <b>(11.78)</b>
ln(사업기간)			<b>-16.63*</b> <b>(7.22)</b>	<b>-22.76***</b> <b>(8.45)</b>		<b>-16.61**</b> <b>(7.56)</b>	<b>-23.43**</b> <b>(9.01)</b>
ln(총매출액)			<b>16.45***</b> <b>(3.16)</b>	<b>17.67***</b> <b>(3.63)</b>		<b>16.48***</b> <b>(3.18)</b>	<b>17.70***</b> <b>(3.65)</b>
고용성과 더미				-2.34 (8.94)			-2.59 (9.04)
사회서비스성과 더미				-.21 (9.46)			.22 (9.49)
환경성과 더미				5.67 (13.22)			5.39 (13.33)
사회생태계성과 더미				14.25 (9.63)			14.07 (9.70)
사업영역		✓	✓	✓	✓	✓	✓
법적형태		✓	✓	✓	✓	✓	✓
산업분야		✓	✓	✓	✓	✓	✓
Prob > F		0.8623	0.0831	0.1554	0.9024	0.1172	0.2060
$R^2$		0.1161	0.1859	0.2103	0.1163	0.1860	0.2105
Adj $R^2$		-0.0322	0.0434	0.0368	-0.0384	0.0375	0.0298
N		377	377	334	377	377	334

주: ( )는 standard error를 나타냄, \* p<0.1, \*\* p<0.05, \*\*\*, p<0.01.  
 자료: 사회적가치연구원, 『사회성과인센티브 DB』, 각 년도.

# 장려상

나수미(중소기업연구원)

「사회성과인센티브가 사회적 기업의  
경제 성과에 미치는 영향」

CSES

# 사회성과인센티브(Social Progress Credit)가 사회적 기업의 경제 성과에 미치는 영향

나수미\*

2018년 11월 20일

## 요약

본 연구는 사회성과인센티브(SPC)의 사회적 기업의 경제적 성과에 미치는 영향을 추정하기 위해 사회적가치서베이의 종적 자료(longitudinal data)에 해당 서베이에 참여한 사회성과인센티브(SPC) 참여 기업의 조사 자료를 취합하여 패널 데이터를 구축하였다. 해당 자료를 바탕으로 시간의 효과와 사회성과인센티브(SPC) 참여 기업의 특성을 통제한 이중차분모형을 추정하여 사회성과인센티브(SPC)의 매출액 증가율에 대한 순효과를 추정하였다. 그 결과 사회성과인센티브(SPC)는 매출액 증가율로 측정된 사회적 기업의 경제적 성과에 부정적인 영향을 미치는 것으로 나타났다. 또한 사회성과인센티브(SPC)에 참여하는 기업들은 매출액 성장률에 있어서 여타 기업 그룹과 체계적인 차이를 보였는데, 사회성과인센티브(SPC) 참여 기업이 매출액 성장률이 유의하게 더 높았다. 하지만 그 효과는 사회성과인센티브(SPC)가 매출액 성장률에 미치는 음의 영향보다 작았다. 이는 2015년에는 사회성과인센티브(SPC) 참여 기업의 매출액 성장률이 더 높았지만, 2017년에는 사회성과인센티브(SPC) 참여의 영향으로 비참여 기업에 비해 매출액 성장률이 더 낮았던 것을 의미한다. 이러한 결과는 사회성과인센티브(SPC) 참여로 인해 사회적 기업의 효율적 영업 활동 추구 유인이 감소되거나 의도적으로 비효율적 운영을 하는 도덕적 해이의 가능성을 보여준다. 사회성과인센티브(SPC) 시스템은 사회적 기업이 효율적 영업 활동을 하면 시장에서 보상 받을 수 있는 부분을 대신 보상해주는 방식보다는, 시장에서 가치로 환산되지 않지만 사회적 기업이 발생시킨 긍정적 외부성에 대해 인센티브를 제공하는 방식으로 개선해나가야 할 것이다.

---

\*중소기업연구원, lakeadagio@naver.com



## 1 서론

본 연구는 사회적 기업의 경제적 성과에 주목하여 사회성과인센티브(SPC)가 해당 성과에 미치는 영향을 추정하였다. 본 연구에서 사회적 기업의 경제적 성과에 주목하는 이유는 다음과 같다.

사회적 기업의 의미는 사회 문제를 경제적 유인이 작동하는 시장의 영역으로 이끌어 왔다는 데에 있다. 사회적 기업은 일반 기업과 마찬가지로 시장 안에서 경영 활동을 통해 이윤을 창출하는 비즈니스 모델을 지니고 있고, 가치 사슬(value chain)의 어느 단계에서 어떻게 사회 문제를 해결하는 지에 대한 것은 기업마다 다르다. 사회적 기업이 사회 문제를 해결하는 일은 비즈니스 모델에서 완전히 분리되어 독립적으로 이루어지기보다는 가치 사슬 안에 내재되어 있는 경우가 많다. 따라서 효율성과 전문성이 뛰어나 가치 사슬이 잘 작동될수록 사회 문제를 해결하는 능력 또한 뛰어날 것으로 유추할 수 있다. 이러한 부분-경제적 유인을 바탕으로 한 효율성과 전문성의 발휘-이 정부나 NGO와 같은 사회 문제를 다루는 다른 집단과 사회적 기업의 가장 큰 차이이다. 따라서 기업의 효율성과 전문성, 비즈니스 모델의 경쟁력을 바탕으로 한 경제적 성과에 대한 진단은 일반 기업만큼이나 사회적 기업에게도 중요한 이슈이다.

또한 사회적 기업의 경제적 성과는 사회적 성과를 추구하기 위해 필요한 자원의 원천이 되기 때문에 사회 문제 해결의 성과에 영향을 줄 수 밖에 없다. 조희진(2015)은 사회 문제 해결에는 추가적 비용이 소요되므로 사회적 성과를 높이기 위해선 재무적 여유가 있는 사회적 기업이 유리하다고 지적한 바 있다. 즉, 사회적 성과와 경제적 성과는 긴밀하게 연결되어 있다는 점이다.

한편 사회적 기업의 경제적 성과는 사업의 지속가능성과도 연결된다. 사업이 자력으로 지속적으로 운영될 수 있을 때에, 사회 문제를 해결함에 있어서 정부나 NGO단체와는 다른 사회적 기업으로서의 이점이 드러날 수 있다. 조희진, 장용석(2016)은 사회적 기업의 지속가능성은 기업의 사회적 성과와 경제적 성과가 서로 잘 융합되어 선순환이 이루어질 때 가능하다고 지적하였다. 또한 해외 연구에서도 사회적 기업의 가장 이상적인 모델은 사회적 가치와 경제적 가치의 선순환을 바탕으로 사회적 가치를 증진시켜나간다고 지적한 바 있다(Battilana et al., 2012). 장영란, 홍정화, 차진화(2012)도 이와 같은 논지에서 국내 사회적 기업 설문조사를 바탕으로 한 실증 분석을 통해 사회적 기업의 경제적 성과가 높을수록 기업의 지속가능성이 높아짐을 보였다.

더불어 기존 사회적 기업의 경제 성과는 잠재적 사회적 기업의 시장 진출을 돕는 마중물 역할을 할 수 있다. 사회 문제의 해결에 대한 인센티브 시스템이 적절히 갖춰진다면 사회적 기업이 많아질수록 사회 문제를 해결함에 있어서 경쟁 구도가 발생하여 더욱 효율적으로 사회 문제들을 해결할 수 있을 것이다.

한편 본 연구에서는 사회적 기업의 경제적 성과에 주목하는 동시에 사회성과 인센티브(SPC)가 이에 미치는 영향에 주목하고 있다. 사회성과인센티브(SPC)는 사회적 기업이 발생시킨 사회적 성과를 정량적으로 평가하여 시장에서 보상 받지 못한 부분에 대해 인센티브를 제공하는 사회적 기업 지원 프로그램이다. 하지만 해당 프로그램의 사회적 성과 측정 메커니즘을 보았을 때 우려되는 점이 있다. 예컨대 사회성과인센티브(SPC)의 사회적 성과 측정 예시로써 "가격할인을 통한 수혜 대상 확대"라는 항목이 있는데, 이는 사회적 기업이 일반 영리 시장 가격보다 더 낮은 가격으로 제품과 서비스를 제공할 때, 시장으로부터 보상 받지 못한 부분을 사회적 성과로 간주하고 이를 바탕으로 인센티브를 제공하는 것이다. 이는 사회적 기업으로 하여금 매출을 높여 기업의 경제적 성과를 높이려는 유인을 감소시키고, 가격 할인을 통해 사회성과인센티브(SPC)를 더 받고자하는 유인을 증가시킬 수 있다. 일종의 도덕적 해이의 상황이 발생하는 것이다.

또한 사회적 성과 평가에 대한 다른 항목으로 "추가적인 자원투입으로 품질 개선"이라는 항목이 있는데, 이는 일반 영리시장 생산원가에 비해 사회적 기업의 생산원가가 더 높음으로써 발생하는 시장에서의 손해를 보상해주는 인센티브 구조를 지닌다. 이 또한 기업으로 하여금 원가절감노력을 하지 않도록 만들 유인이 크다. 사회적 기업이 사회적 목표를 추구함으로써 시장에서 얻는 손해를 계산하여 금전적으로 보전해주는 것은 영업 활동을 하며 사회 문제를 해결한다는 사회적 기업의 존재 의의와도 모순되는 방식이다. 경쟁력 있는 사회적 기업은 시장에서 손해가 아닌 이윤을 추구해야하며, 이 과정에서 사회적 성과도 성취할 수 있는 것이다.

또한 사회성과인센티브(SPC)에 참여하는 것이 기업 본연의 영업 활동 이외의 것들에 기업의 자원과 역량을 분산시켜 경제적 성과를 저해할 가능성도 존재한다. O'Regan & Oster (2002)는 외부 지원금을 획득하기 위한 과정에서 성과평가를 위한 지표 및 프로그램 개발 등 부수적 업무에 추가적인 자원과 인력을 할당할 경우, 조직의 실제 활동은 본연의 목적과 괴리된 형태로 나타날



가능성이 크다고 지적한 바 있다.

이에 본 연구에서는 사회성과인센티브(SPC)가 인센티브 지원을 통해 기업의 경제적 성과 창출 역량을 구축했는지 지원했는지에 대해 주목하고, 패널 데이터를 바탕으로 한 이중차분분석을 통해 그 영향을 추정하고자 한다.

## 2 선행 연구

사회적 기업의 경제적 자립 및 지속가능성은 NGO나 정부기관과는 다른 사회적 기업의 정체성을 드러내는 중요한 지표임에도 불구하고, 관련된 선행 연구는 다양하게 이루어지고 있지 않은 실정이다. 이는 사회적 기업 관련 재무 정보의 경우 공개에 강제 사항이 없고, 대부분의 연구자는 한국사회적기업진흥원에 공시된 자율경영공시 자료에 의존해야하기 때문에 가용 자료에 한계가 있다는 점에 기인하는 부분도 있다. 이에 따라 대부분의 기존 연구는 사회적 기업의 정의나 존재 이유, 역할과 같은 규범적 담론에 초점을 두고 있으며, 그 다음으로는 사회적 기업 지원 정책에 관련된 연구가 다양하게 이루어져왔다. 사회적 기업의 성과와 관련된 연구로써는 이들이 창출한 일자리의 질이나 규모의 수준에 관련된 연구가 많았으나, 최근 들어 사회적 기업의 경제적 성과에 관련된 연구도 증가하고 있다는 점은 주목할 만하다.

국내 사회적 기업의 경제적 성과에 영향을 주는 요인에 관한 실증 분석 연구들은 다음과 같다.

장성희, 반성식(2010)은 사회적 기업의 기업가 지향성과 시장 지향성이 경제적 성과와 사회적 성과에 미치는 영향을 실증 분석하였다. 그 결과 기업가 지향성이 기업의 사회적 성과와 경제적 성과에 양의 영향을 미치는 것으로 나타났다.

선남이, 박능후(2011)는 사회적 기업의 업력, 사업체 형태 명확도, 인증 기관, 최고경영자 특성 등에 따른 사회적 기업의 순편익에 미치는 영향을 실증 분석하였다.

장영란, 홍정화, 차진화(2012)는 사회적 기업의 구성원 특성 요인과 기업 특성 요인이 사회적 기업의 경제적 성과에 미치는 영향을 분석하였다. 그 결과 최고경영자와 종업원의 역량이 높을수록, 회계시스템의 운영이 좋을수록, 사회적기업 인증시 성적이 높을수록 경제적 성과는 높아지는 것으로 나타났다.

김재홍, 이재기(2012)는 사회적 기업의 경제적 성과 결정 요인을 실증 분

석함에 있어서 정부 지원의 효과를 고려하였다. 그 결과 정부지원금은 경제적 성과(EROI)에는 직접적으로 유의한 영향을 주지 않았다.

홍효석, 김예경(2016)은 사회적 기업의 조직형태, 인증유형, 민주적 의사결정구조, 정부지원금 및 일반지원금 등이 경제적 성과에 어떤 영향을 주는지 실증 분석하였다. 그 결과 경제적 성과인 영업이익에 정부 및 일반지원금이 음의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 이는 정부지원금이 경제적 성과에 유의한 영향이 없었던 김재홍, 이재기(2012)의 연구와는 상이한 결과이다.

조희진, 장용석(2016)은 사회적 기업 연구소의 <사회문제와 사회혁신 2015> 조사결과를 바탕으로 사회적 기업의 사회적 성과가 경제적 성과에 미치는 영향에 관한 실증 분석을 하였다. 그 결과, 사회적 기업의 경제적 성과와 사회적 성과 간의 직접적인 선순환을 발견할 수 없었지만, 사회적 기업가의 가치 융합적 태도가 그 관계를 조절하는 것으로 나타났다. 즉, 사회적 기업가가 경제적 가치와 사회적 가치의 융합에 대해 긍정적 사고를 할 때 사회적 성과와 경제적 성과 간 선순환 관계가 성립하는 것이다.

황정운, 장용석(2017)은 위 연구와 동일한 조사 결과를 바탕으로 정부지원이 사회적 기업의 경제적 성과와 사회적 성과에 미치는 영향을 살펴보았다. 그 결과 수익을 창출하지 못하는 영세한 사회적 기업의 경우 정부지원이 사회적 성과에만 긍정적 영향을 미친 반면, 경제적으로 자립한 사회적 기업의 경우 정부지원이 경제적 성과에 긍정적 영향을 미쳤다.

위 실증 분석 연구들이 사용한 변수와 자료, 방법론을 정리하면 [표 1]과 같다. 사회적 기업의 경제적 성과 결정 요인을 실증 분석하기 위해 다양한 결정 변수들이 사용되었지만, 모든 연구가 단일 기간의 횡단면 분석을 수행하여 내생성 통제에 있어서 한계점을 지닌다. 예컨대 결정 변수에 사용된 사회적 기업의 특성에 경제적 성과에 기인하는 부분이 존재하거나, 결정 변수와 경제적 성과에 동시에 영향을 미치는 기업의 미관측 이질성(unobserved heterogeneity)이 존재한다면 횡단면 분석에서 이러한 부분을 통제하기는 어렵다.

또한 황정운, 장용석(2017)과 김재홍, 이재기(2012)는 사회적 기업에 대한 정부의 보조금이 경제적 성과에 미치는 영향에 대해 분석하고 있는데, 그 영향을 온전히 식별해내기 위해선 다른 특성은 비슷하지만 정부의 보조금은 받지 않은 기업 표본이 통제집단으로서 분석에 포함되어야한다. 하지만 이 두 연구 모두 보조금을 받고 있는 기업들로만 표본이 구성되었다는 한계를 지닌다.



표 1: 사회적 기업의 경제적 성과 결정 요인에 대한 실증 분석 연구

저자	경제성과 변수(Y)	결정 변수(X)	자료	기간	방법론
황정운, 장용석 (2017)	순이익	보조금 지원액, 지원기간, 수익추구경향, 규모, 업력 등	<사회문제와 사회혁신 2015> 조사결과	2015 단일기간	선형회귀분석, 로짓 분석
조희진, 장용석 (2016)	로그 매출액	사회적 성과, 업력, 규모, 사회적 지지, 만족도 등	<사회문제와 사회혁신 2016> 조사결과	2016 단일기간	선형회귀분석, 로짓 분석
장성희, 반성식 (2010)	ROA	시장 지향성, 기업가 지향성	자체 설문조사, 107부	2010 단일기간	구조방정식 모형
홍효석, 김예경 (2016)	영업이익, 당기순이익	조직형태, 인증유형, 지원금	2015년 사회적기업 자율 경영공시자료	2014 단일기간	선형회귀분석
장영란, 홍정화, 차진화 (2012)	자체 척도	최고경영자의 역량, 종업원의 역량, 지배구조, 회계시스템 등	자체 설문조사, 258부	2011 단일기간	선형회귀분석
김재홍, 이제기 (2012)	EROI	인증유형, 조직형태, 지원금, 지역, 업종 등	고용노동부 내부자료	2012 단일기간	선형회귀분석
선남이, 박능후 (2011)	자체 척도	업력, 인증기관, 경영자 특성 등	2010년 경기도 사회적기업 실태조사	2010 단일기간	선형회귀분석

이에 본 연구는 두 기간 패널 데이터를 구축하여 내생성(endogeneity) 문제가 있는 설명변수의 추정 편의(bias)를 감소시켰다. 예컨대 사회적 성과를 결정 변수로 경제적 성과에 미치는 영향을 추정한다고 할 때, 횡단면 분석의 경우 두 성과에 모두 영향을 미치는 기업의 미관측 이질성(unobserved heterogeneity)을 통제할 수 없다. 하지만 패널분석을 시행하면 어떤 기업이 두 기간 동안 사회적 성과가 달리 나타날 때, 이에 따라 달라지는 경제적 성과를 분석함으로써 관찰되지 않은 기업 별 특성의 통제가 가능해진다. 사회성과인센티브(SPC)의 영향을 추정함에 있어서도 해당 제도에 참여하지 않은 기업 표본을 분석에 포함하고, 이중차분(Difference-in-Differences: DID) 방법을 활용하여 순수한 효과의 식별을 시도하였다.

### 3 자료 및 분석 모형의 설정

본 연구는 사회성과인센티브(SPC)가 사회적 기업의 경제적 성과에 미치는 영향을 추정하기 위해 패널 데이터를 구축하여 이중차분분석을 시행할 것이다. 이에 앞서 본 장에서는 먼저 가용 자료의 한계와 이를 바탕으로 패널 데이터를 구축한 과정을 설명하고, 사회성과인센티브(SPC)가 사회적 기업의 경제적 성과에 미치는 영향을 추정하기 위한 이중차분 분석 모형을 제시할 것이다.

#### 3.1 자료

본 연구는 각각 두 기간에 걸쳐 조사된 사회적가치서베이 자료와 사회성과인센티브(SPC) 자료를 모두 사용하였다.

먼저 사회적가치서베이 자료는 사회적가치연구원에서 2016년부터 2018년 동안 조사한 사회적 기업, 일반 기업, 국민, 국회의원을 대상으로 한 설문조사 자료이다. 본 연구는 2016년과 2018년에 진행된 각각 300여개 사회적 기업을 대상으로 조사된 결과를 활용하였다. 조사 내용으로는 사회적 기업의 담당자가 생각하는 사회문제에 대한 인식부터 시작해서 해당 사회적 기업의 현황과 운영 전반에 관한 질문에 대한 답변이 담겨 있다.

사회성과인센티브(SPC) 자료는 SK사회공헌위원회에서 실시한 사회적 기업 대상 인센티브 프로그램의 성과를 정리한 자료인데, 가장 최초로 참여한 기업 표본은 2015년 44개 기업이며, 2016년 50개 기업, 2017년 36개 기업이

새로이 참여하면서 누적으로 130개 기업의 프로그램 참여 현황이 담겨 있다. 사회성과인센티브(SPC)는 기업의 사회적 성과를 정량적으로 평가하여 시장 가치로 환산되지 않은 부분을 보전해주는 프로그램인데, 참여 기업 당 연평균 6천만원의 인센티브를 부여 받았다. 해당 자료에 담겨있는 내용은 기업 별로 사회적 성과의 정량적 평가와 그에 따라 얼마만큼의 인센티브를 부여받았는지에 대한 내용이며, 손익계산서와 대차대조표의 재무 정보도 담겨 있다.

### 3.2 분석 자료의 형성

사회성과인센티브(SPC)가 사회적 기업의 경제적 성과에 미친 영향을 이층차 분법으로 식별하기 위해 필요한 자료는 다음과 같다.

우선 표본의 구성에 있어서 사회성과인센티브(SPC)에 참여한 기업이 처치 집단으로, 참여하지 않은 기업이 통제 집단으로써 포함되어야 한다. 또한 두 집단 모두에 있어서 경제적 성과를 측정할 수 있는 자료와 경제적 성과에 미칠 수 있는 영향에 대한 자료가 필요하다. 경제적 성과에 영향을 미칠 수 있는 정보으로써 기업의 규모, 업력, 정부로부터 받는 지원금 규모 등을 고려해볼 수 있다. 또한 위와 같이 구성된 데이터셋이 두 기간 이상의 패널 데이터로써 구축될 때, 사회성과인센티브(SPC)가 사회적 기업의 경제적 성과에 미친 영향을 온전히 추정할 수 있을 것이다.

하지만 위와 같은 자료를 구성함에 있어서 사회적가치서베이 자료와 사회성과인센티브(SPC) 자료만으로는 한계가 있다. 우선 사회적가치서베이 자료의 표본을 통제 집단으로써 활용한다고 할 때, 해당 자료는 패널 자료로 구축되지 않았다는 점에서 한계가 있다. 또한 사회적가치서베이 자료는 설문 자료로써 재무 정보 공개의 목적으로 작성된 것이 아니기 때문에 경제적 성과를 측정함에 있어서 한계가 있다. 예를 들어 질문에 매출액과 영업 이익에 대한 항목이 있는데, 질문에 응답한 담당자가 재무 자료를 바탕으로 정확한 숫자를 기입했을 수도 있지만, 그렇지 않을 가능성도 존재하기 때문이다. 또한 사회적가치서베이 자료의 표본을 통제집단으로 사용한다고 했을 때, 사회성과인센티브(SPC)에 참여한 기업의 자료를 모두 처치 집단의 표본으로써 사용할 수 있는 것이 아니라 통제 집단과 동일한 사회적가치서베이에 참여한 기업의 자료만 사용하게 된다는 점에서도 아쉬움이 남는다.

하지만 가용 자료의 한계와 그에 따른 연구의 한계를 인정하고 패널 데이



그림 1: SPC 처치 및 통제 집단을 포함하는 사회적가치서베이 패널 데이터 구축



터를 그림 1과 같이 구축하였다. 먼저 2016년과 2018년의 사회적가치서베이에 모두 참여한 SPC 참여 37개 기업을 처리 집단으로써 표본에 포함하였다. 해당 표본은 두 기간 동안 동일 기업에 대한 조사 자료로써 처리 집단의 미관측 이질성을 통제할 수 있는 여지가 있다. 통제 집단으로써 포함된 표본은 2016년 사회적가치서베이에 참여한 80개 기업과 2018년 사회적가치서베이에 참여한 80개 기업이다. 각각은 사회성과인센티브(SPC) 참여 37개 기업의 2015년과 2017년 성과에 대한 통제 집단으로써 작용할 것이다. 이로써 관측치는 사회성과인센티브(SPC) 참여 37개 기업의 2016년과 2018년의 74개 관측치와, 통제 집단 관측치 180개를 추가하여 총 254개이다. 2016년과 2018년 사회적가치서베이 모두 연초의 기간에 진행되었으므로 각 조사가 2015년과 2017년에 대한 사회적 기업의 응답을 드러낸다고 간주하였다. 이에 맞추어 경제적 성과에 대한 부분도 2015년과 2017년의 성과를 바탕으로 자료를 구성하였다.

### 3.3 분석 모형의 설정

본 연구에서는 그림 1과 같이 구축한 사회성과인센티브(SPC) 처리 집단 및 통제 집단을 포함하는 사회적가치서베이 패널 데이터를 기반으로 이중차분분석을 할 것이다. 패널 데이터를 바탕으로 이중차분분석을 하여 성과 평가를 하는 이점은 시간에 의한 효과와 처리 집단이 지니는 특성에 의한 효과를 통제할 수



있다는 점이다. 예를 들어 단순히 사회성과인센티브(SPC) 참여 기업만으로 표본을 구성하여 시간을 기준으로 전후 비교를 한다면, 시간이 지남에 따른 효과인지 사회성과인센티브(SPC)의 효과인지 온전히 식별해내기 어렵다. 또는 사회성과인센티브(SPC) 참여 기업과 참여하지 않은 기업의 단일 기간 자료를 바탕으로 횡단면 분석을 한다면 두 집단의 차이가 사회성과인센티브(SPC)에 의한 것인지, 본래 처치 집단이 지닌 미관측 이질성에 기인한 것인지 식별할 수 없다. 하지만 패널 데이터를 바탕으로 이중차분분석을 시행하면 위와 같은 시간 효과와 처치 집단과 통제 집단의 차이에 따른 효과를 통제할 수 있다.

사회성과인센티브(SPC)에 참여하고 2016년과 2018년 사회적가치서베이에 모두 참여한 37개 기업은 공통적으로 2015년에 사회성과인센티브(SPC)에 참여하기 시작하였기 때문에 식 (1)과 같은 단순한 이중차분 모형식을 이용해 사업의 효과를 추정할 수 있다.

$$y_{it} = \beta_0 + \beta_1 d_{it} + \beta_2' X_{it} + \beta_3 T_t + \beta_4 S_i + u_{it} \quad (1)$$

식 (1)에서  $y_{it}$ 는 연도  $t$ 의 사회적 기업  $i$ 의 경제적 성과이다. 본 연구에서는 해당 년도의 매출액 성장률을 사용하였다. 사회적가치서베이 자료에는 사회적 기업의 경제적 성과와 관련한 문항이 매출액과 손익에 관한 두 가지 항목으로 제한되어 있다. 매출액의 경우 개념이 명확하지만 손익의 경우 응답자에 따라 영업 이익, 법인세차감전이익, 당기순이익 등 다르게 대답할 여지가 있다. 특히 영업 이익 실적이 좋지 않을 경우 보조금이나 후원금 수입을 반영한 법인세차감 전이익으로 응답할 가능성이 높다. 이에 사회성과인센티브(SPC)의 재무 자료와 일부 관측치를 비교해본 결과 매출액의 경우 재무 자료와 거의 일치하였으나, 손익에 대한 응답은 예상했던 바와 같이 응답자에 따라 다른 것을 답하고 있었음을 확인하였다. 따라서 매출액 증가율을 사회적 기업의 경제적 성과에 대한 변수로써 사용하게 되었으며, 신뢰성을 더욱 제고하기 위해 사회성과인센티브(SPC)의 재무 자료가 존재하는 74개 관측치에 대해서는 재무 자료를 바탕으로 매출액 증가율을 사용하였다.

$T_t$ 는 자료의 관측 시점이 2017년에 해당하는지를 표시하는 더미변수로서, 본 연구에서는 2015년을 처치 이전 시점, 그리고 2017년을 처치 이후 시점으로 가정하여 분석하였다.  $S_i$ 는 사회적 기업  $i$ 가 사회성과인센티브(SPC)에 참여하였는지를 나타내는 더미변수이고,  $X_{it}$ 는 연도  $t$ 에 관측된 사회적 기업  $i$ 의

표 2: 이중차분법 계수추정치의 식별

시점/집단	처리 집단( $S = 1$ )	통제 집단( $S = 0$ )	집단 차이
2015년( $T = 0$ )	$\beta_0 + \beta_4$	$\beta_0$	$\beta_4$
2017년( $T = 1$ )	$\beta_0 + \beta_1 + \beta_3 + \beta_4$	$\beta_0 + \beta_3$	$\beta_1 + \beta_4$
시점 차이	$\beta_1 + \beta_3$	$\beta_3$	$\beta_1$

특성변수 벡터,  $u_{it}$ 는 모형의 오차항이다.

$X_{it}$ 는 연도  $t$ 에 관측된 사회적 기업  $i$ 의 특성변수 벡터는 사회적가치서베이에서 확인할 수 있는 사회적 기업의 현황과 운영 방식으로 구성하였다. 구체적으로 사회적 기업의 업력, 직원수, 누적 정부지원금, 기업 활동의 구체적 방점, 기업이 중점을 두고 있는 사회 문제의 영역을 포함하였다. 기업의 규모에 대한 통제는 일반적으로 재무 자료의 자산의 장부가치를 바탕으로 하지만, 해당 자료가 없으므로 직원수로 대체하였다. 기업 활동의 구체적 방점의 경우 응답이 총 7개의 응답이 가능한데 각각 항목은 고품질 제품 서비스, 저가제품 서비스, 사회적 기업 정보제공, 기업가치, 기업안정, 문제해결 사업추진, 기타이다. 기업이 중점을 두고 있는 사회 문제의 영역의 경우 총 11개의 응답이 가능한데, 각 항목은 소득 주거불안, 노동 불안정, 교육 불평등, 삶의 질 저하, 사회구조 변화, 사회통합 저해, 안전위험, 환경오염 기후변화, 자원고갈, 자연재해, 기타이다.

식 (1)에서 주의 깊게 봐야 할 핵심 변수는  $d_{it}$ 로써, 식 (2)와 같이 정의된다.

$$d_{it} = S_i \times T_t \quad (2)$$

이때  $d_{it}$ 의 식 (1)을 통한 계수 추정치  $\hat{\beta}_1$ 이 시간의 효과와 처리 집단의 특성이 통제된 사회성과인센티브(SPC)의 순수한 영향을 식별한 이중차분 추정치이다.

[표 2]는 식 (1)의 추정에 있어서 기업의 연도 별 특성변수 벡터  $X_{it}$ 의 영향을 제외한 나머지 영향들을 집단과 시점 별로 정리한 것이다. 여기서 주목할 것은 차이의 차이를 나타내는 4열 4행의  $\beta_1$ 의 추정치이다.  $\beta_1$ 은 시점에 따라 다른 집단 간 영향의 차이를 차분함으로써 처리 집단 특성과 시간 효과를 통제된 사회성과인센티브(SPC)의 순수한 효과를 식별해낼 수 있다.

표 3: 연속형 변수의 기초통계량

변수	관측치	평균	표준편차	최소값	최대값
매출액 증가율(y)	222	0.22	0.78	-0.95	7.06
업력	234	10.32	5.46	4	37
직원수	233	25.78	61.98	1	537
누적 정부지원금 (만원)	179	41,096	68,397	0	519,432

### 3.4 기초통계량

본 절에서는 3.3절에서 설정한 분석 모형에 사용된 각 변수에 대한 기초통계량을 제시할 것이다. 매출액 증가율의 종속 변수와 기업의 업력, 직원수, 누적 정부지원금은 연속형 변수이므로, [표 3]에서 평균과 표준편차, 최대값과 최소값을 제시하였다.

관측치에 차이가 있는 것은 각 변수마다 결측치의 수가 다르기 때문이다. 사회적 기업의 경제적 성과 변수로써 사용하는 매출액 증가율의 경우 평균적으로 22%라는 양호한 수치를 보이고 있다. 표본을 구성하는 사회적 기업은 평균적으로 10년 정도되었으며, 평균 직원수는 25.78명이다. 정부지원금의 경우 당기의 지원금이 아닌 누적 금액을 사용한 이유는 당기의 지원금에 대한 항목은 결측치가 더욱 많았을 뿐더러 과거의 정부지원금도 현재의 성과에 영향이 없다고 할 수 없기 때문이다.

기업 활동의 구체적 방점, 기업이 중점을 두고 있는 사회 문제의 영역은 범주형 변수로써 응답의 빈도를 요약하면 [표 4], [표 5]와 같다.

[표 4]를 보면 사회적 기업 활동의 구체적 방점으로써 사회적 기업의 안정적인 운영을 꼽고 있는 기업이 가장 많음을 확인할 수 있다. 그 다음으로 사회적 기업에 대한 명확한 정보의 제공, 고품질의 제품 및 서비스 제공이 비슷한 수준의 빈도로 사회적 기업의 우선적 활동으로 꼽히고 있었다. [표5]를 보면 사회적 기업이 기여하고 있는 사회 문제의 영역에 관한 빈도표인데, 노동불안정에 기여하고 있는 사회적 기업이 가장 많은 것으로 나타났다. 우리나라 사회적 기업 인증 및 지원 제도를 고용노동부에서 시작하면서 고용형 사회적 기업이 많이 발생한 것이 기인한다고 볼 수 있다. 이어서 삶의 질이 저하되는 사회 문제, 소득

표 4: 기업 활동의 구체적 방점 응답 빈도

항목	빈도	백분율
고품질 제품 서비스 제공	59	25.21
저가제품 서비스 제공	9	3.85
사회적 기업에 대한 명확한 정보 제공	64	27.35
기업가치의 증대	14	5.98
기업의 안정적 운영	69	29.49
사회문제 해결 위한 사업의 추진	17	7.26
기타	2	0.85
전체	234	100

표 5: 기업이 중점을 두고 있는 사회 문제의 영역 응답 빈도

항목	빈도	백분율
소득 주거불안	24	10.43
노동 불안정	102	44.35
교육 불평등	20	8.70
삶의 질 저하	43	18.70
사회구조 변화	5	2.17
사회통합 저해	8	3.48
안전위협	3	1.30
환경오염 기후변화	9	3.91
자원고갈	3	1.30
기타	13	5.65
전체	230	100



및 주거 불안의 사회 문제에 기여하는 사회적 기업이 많은 것으로 보여진다.

#### 4 실증 분석 결과

본 장에서는 3.3절의 식 (1)의 추정 결과를 제시할 것이다.

먼저 [표 6]의 결과는 식 (1)의 기업 특성 변수  $X_{it}$ 에 기업의 업력, 직원수, 누적 정부지원금, 기업 활동의 구체적 방점을 포함하여 추정한 결과이다. 가장 주목하여 볼 것은  $\beta_1$ 의 추정치, 즉 차이의 차이로써 사회성과인센티브(SPC)의 순수한 효과를 식별하는 계수 추정치가 음의 값으로 유의하게 추정되었다는 점이다. 이는 시간의 효과와 처치 집단이 지나는 효과를 통제하였을 때, 사회성과인센티브(SPC)에 대한 참여 여부에 따라 매출액 증가율이 0.47 차이가 난다는 의미이다. 주목할만한 점은 사회성과인센티브(SPC) 참여가 사회적 기업의 매출액 증가율에 부정적인 영향을 주고 있다는 점이다. 또한 유의한 계수 추정치로써 처치 집단에 대한 터미 변수 S에 대한 계수 추정치이다. 이는 처치 집단이 통제 집단과는 경제적 성과를 발생시킴에 있어서 체계적 차이를 지닌다는 것을 의미한다. 계수 추정치는 0.36의 양의 값으로, 2015년 시점에서 사회성과인센티브(SPC) 참여 기업이 참여하지 않는 기업보다 매출액 증가율에 있어서 우위를 점했음을 보여 준다. 이외 시간의 효과나 다른 통제 변수의 효과에 대한 추정은 유의한 결과가 나오지 않았다.

[표 7]의 결과는 식 (1)의 기업 특성 변수  $X_{it}$ 에 기업의 업력, 직원수, 누적 정부지원금, 기업이 중점을 두고 있는 사회 문제의 영역을 포함하여 추정한 결과이다. 가장 주목하여 볼  $\beta_1$ 의 추정치인 앞서의 결과와 마찬가지로 음의 값으로 유의하게 추정되었다. 또한 [표 6]의 결과와 마찬가지로 사회성과인센티브(SPC) 참여 기업이 참여하지 않은 기업에 비해 매출액 증가율에 대한 영향이 더 높게 나타난 점도 비슷하다. 특이한 점은 기업이 중점을 두고 있는 사회 문제의 영역에서 환경오염 및 기후변화에 기여하고 있는 사회적 기업의 경제적 성과가 뚜렷하게 다른 집단에 비해 좋다는 점이다. 해당 터미에 대한 계수 추정치는 1.15로써 해당 기간에 환경 오염 및 기후변화 관련 산업 영역에만 영향을 주는 큰 호재가 있었거나 해당 영역에 속한 사회적 기업의 비즈니스 모델이나 경영 효율성이 다른 사회적 기업에 비해 뛰어날 가능성도 고려해볼 수 있다. [표 6]의 결과와 마찬가지로 이외 시간의 효과나 다른 통제 변수의 효과에 대한 추정은 유의한 결과가 나오지 않았다.

표 6: SPC가 사회적 기업의 경제적 성과에 미치는 영향 추정 결과 1

계수	계수 추정치	표준오차
SPC 여부(S)	0.36*	0.22
시간 터미(T)	0.11	0.16
SPC 효과(d)	-0.48*	0.29
업력	-0.01	0.01
직원수	0.0003	0.001
누적 정부지원금	-0.000001	0.000001
고품질 제품 서비스 제공	-0.24	1.11
저가제품 서비스 제공	-0.84	1.18
사회적 기업에 대한 명확한 정보 제공	-0.36	1.09
기업가치의 증대	-0.45	1.13
기업의 안정적 운영	-0.42	1.11
사회문제 해결 위한 사업의 추진	-0.51	1.13

[표 8]의 결과는 식 (1)의 기업 특성 변수  $X_{it}$ 에 기업의 업력, 직원수, 누적 정부지원금, 기업 활동의 구체적 방침, 기업이 중점을 두고 있는 사회 문제의 영역을 모두 포함하여 추정한 결과이다. 전체적으로 앞서 모형의 추정과 일관된 결과를 보여주고 있음을 알 수 있다. 여전히 사회성과인센티브(SPC)의 사회적 기업의 경제적 성과에 대한 순영향은 음의 값으로 유의하게 추정되고 있으며, 처지 집단의 경제적 성과에 대한 유의한 차이도 여전히 보여지고 있다.<sup>1</sup>

## 5 결론

### 5.1 결과의 요약

본 연구는 사회성과인센티브(SPC)의 사회적 기업의 경제적 성과에 미치는 영향을 추정하기 위해 사회적가치서베이의 종적 자료(longitudinal data)에 해당 서베이에 참여한 사회성과인센티브(SPC) 참여 기업의 조사 자료를 취합하여 패널 데이터를 구축하였다. 해당 자료를 바탕으로 시간의 효과와 사회성과인센티브(SPC) 참여 기업의 특성을 통제한 이중차분모형을 추정하여 사회성과인

<sup>1</sup>\*: 1% 유의 수준, \*\*: 5% 유의 수준, \*\*\*: 1% 유의 수준

표 7: SPC가 사회적 기업의 경제적 성과에 미치는 영향 추정 결과 2

계수	계수 추정치	표준오차
SPC 여부(S)	0.39*	0.21
시간 더미(T)	0.11	0.16
SPC 효과(d)	-0.60**	0.29
업력	-0.02	0.01
직원수	0.0008	0.001
누적 정부지원금	-0.000001	0.000001
소득 주거불안	-0.33	0.29
노동 불안정	-0.13	0.26
교육 불평등	-0.19	0.33
삶의 질 저하	-0.12	0.28
사회구조 변화	-0.32	0.49
사회통합 저해	-0.08	0.38
안전위협	-0.51	0.64
환경오염 기후변화	1.16***	0.42
자원고갈	-0.28	0.88

표 8: SPC가 사회적 기업의 경제적 성과에 미치는 영향 추정 결과 3

계수	계수 추정치	표준오차
SPC 여부(S)	0.37*	0.22
시간 더미(T)	0.11	0.16
SPC 효과(d)	-0.61**	0.30
업력	-0.01	0.01
직원수	0.0005	0.0014
누적 정부지원금	-0.000001	0.000001
소득 주거불안	-0.29	0.30
노동 불안정	-0.09	0.26
교육 불평등	-0.21	0.33
삶의 질 지하	-0.11	0.29
사회구조 변화	-0.32	0.50
사회통합 지해	-0.09	0.39
안전위협	-0.54	0.65
환경오염 기후변화	1.14***	0.43
자원고갈	-0.36	0.90
고품질 제품 서비스 제공	-0.33	1.10
저가제품 서비스 제공	-0.91	1.16
사회적 기업에 대한 명확한 정보 제공	-0.40	1.07
기업가치의 증대	-0.43	1.12
기업의 안정적 운영	-0.46	1.10
사회문제 해결 위한 사업의 추진	-0.48	1.12



센티브의 (SPC)의 매출액 증가율에 대한 순효과를 추정하였다. 그 결과 사회성과인센티브(SPC)는 매출액 증가율로 측정된 사회적 기업의 경제적 성과에 부정적인 영향을 미치는 것으로 나타났다. 또한 사회성과인센티브(SPC)에 참여하는 기업들은 매출액 성장률에 있어서 여타 기업 그룹과 체계적인 차이를 보였는데, 사회성과인센티브(SPC) 참여 기업이 매출액 성장률이 유의하게 더 높았다. 하지만 그 효과는 사회성과인센티브(SPC)가 매출액 성장률에 미치는 음의 영향보다 작았다. 이는 2015년에는 사회성과인센티브(SPC) 참여 기업의 매출액 성장률이 더 높았지만, 2017년에는 사회성과인센티브(SPC) 참여의 영향으로 비참여 기업에 비해 매출액 성장률이 더 낮았던 것을 의미한다.

## 5.2 SPC제도에의 함의점

실증 분석 결과에서 사회성과인센티브(SPC)의 영향이 배제된 2015년에는 처치 기업의 매출액 성장률이 더 높았지만, 2017년에는 사회성과인센티브(SPC) 참여의 영향으로 처치 기업이 이외 기업에 비해 매출액 성장률이 낮았다는 것에 주목할 때, 사회성과인센티브(SPC)가 사회적 기업의 매출 증가 역량을 구축했을 가능성을 짐작할 수 있다. 이는 시장 가격보다 저렴하게 판매한 것에 대해 사회적 가치를 정량적으로 인정해주어 인센티브를 제공한 해당 프로그램의 시스템에 기인했을 수 있다. 따라서 질 높은 제품을 저렴한 가격에 제공하는 것을 사회적 가치로 간주하여, 영리 시장의 일반적 원가보다 높은 원가로 인해 발생하는 손해에 대해 인센티브를 지급하는 시스템도 비슷한 문제를 야기할 가능성이 높다. 즉, 영업활동의 비효율성을 보전해줄 가능성이 존재하는 인센티브 시스템은 사회적 기업으로 하여금 효율적 영업 활동을 추구하는 "기업"으로서의 역할에 부진하게 만들 유인이 존재하는 것이다.

물론 사회적 성과를 측정함에 있어서 현 시점에서 합의 가능하고 객관적으로 파악할 수 있는 성과부터 측정했다는 면과 점차 인정 범위를 간접적 영역으로 확대시켜나갈 것이라는 면에서 양해와 개선의 여지가 있다. 인센티브 프로그램으로 인해 사회적 기업의 효율적 영업 활동 추구 유인이 감소되거나 의도적으로 비효율적 운영을 하는 도덕적 해이의 가능성을 배제시킬 수 있는 사회적 성과 측정 시스템으로의 개선이 필요하다. 어렵더라도 사회적 기업이 효율적 영업 활동을 하면 시장에서 보상 받을 수 있는 부분을 대신 보상해주는 방식은 지양해야 할 것으로 여겨진다. 사회적 기업이 발생시킨 긍정적 외부성,

즉 시장에서는 애초에 환산이 안되어 보상받을 수 없지만, 그 효과를 사회가 누리고 있는 부분에 대한 평가로 사회성과인센티브(SPC) 시스템이 개선해나가지 않는다면, 선한 의도와는 달리 오히려 사회적 기업의 경제적 성과 제고 역량을 구축하여 지속가능성을 떨어뜨리게 만들 것이다.

사회성과인센티브(SPC)는 인센티브 설계를 바탕으로 성과에 따라 지원금이 달라진다는 점에서 정부의 지원과는 결을 달리 한다. 이에 더하여 사회적 성과 측정 시스템에 대한 투자와 연구 및 개발을 통해 해당 프로그램에 참여함으로써 사회적 기업이 사회적 성과와 더불어 경제적 성과까지 제고하도록 유인할 수 있다면, 사회성과인센티브(SPC)는 우리나라 사회문제 해결에 큰 기여를 할 수 있을 것이다.

### 5.3 연구의 한계 및 향후 연구 사항

본 연구의 한계는 우선 가용 자료의 한계로 균형 패널 데이터를 구축하지 못했다는 점에 있다. 사회성과인센티브(SPC)에 참여하지 않은 통제 집단의 서베이 자료도 패널로써 존재했다면, 고정효과모형(Fixed Effects Model)을 통해 전체 기업의 미관측 이질성(Unobserved Heterogeneity)을 더욱 효과적으로 통제할 수 있었을 것이다. 또한 종속 변수로써 기업의 경제적 성과를 측정함에 있어서 매출액 증가율 이외의 다른 변수를 고려하지 못한 점도 한계로 지적할 수 있다. 이 또한 가용 자료의 한계에 기인하는데, 통제 집단에 속한 사회적 기업의 재무 정보를 사회적가치서베이 자료에만 의지했기 때문에 매출액 증가율 이외의 성과 변수를 사용할 수 없었다. 표본의 모든 기업에 대해 재무 정보를 활용할 수 있다면, 매출액 증가율과 같은 재무적 성장 지표 이외에도, ROE(Return on Equity)나 ROA(Return on Assets)와 같은 수익성 지표도 분석에 사용할 수 있을 것이다. 또한 사소하게는 기업의 경제적 성과에 영향을 줄 수 있는 기업의 특성을 통제함에 있어서 부족한 부분이 있다. 일반 기업의 경제적 성과 결정 요인에 대한 실증 분석을 보면, 총자산 규모와 R&D 투자 규모 등 더 많은 기업 특성 변수들을 통제하고 있는 것을 확인할 수 있다.

위와 같은 본 연구의 한계는 가용 자료의 한계에 기인하는 부분이 많다. 향후 사회적 기업에 관한 연구가 활발히 이루어지기 위해서는 재무 정보와 비재무적 정보로 적절히 구성된 패널 데이터의 구축이 필수적이다. 사회적 기업 지원 정책에 적지 않은 예산을 투입하고 있는 정부의 입장에서, 보다 효율적인

정책 연구를 위해 패널 데이터 구축에 대한 고려를 간과해서는 안될 것이다. 또한 사회적가치연구원에서 진행하는 사회적가치서베이 또한 패널로 실행될 수 있다면 더욱 풍성하고 의미 있는 연구에 활용될 수 있을 것이다.

한편 본 연구에서는 사회적 기업의 사회적 성과에 미치는 영향에 관한 실증 분석이 배제되었다. 설문 항목에 사회적 성과에 대해 스스로 평가하는 항목이 있었지만 응답자마다 자의적으로 판단할 수 있는 부분을 분석에 포함시킬 순 없었다. 사회적가치연구원에서 계속적으로 진행되고 있는 사회적 성과에 대한 평가 시스템이 좀 더 발전하고, 체계화 되어 데이터베이스화된다면 위와 같은 연구가 향후의 중요한 주제가 될 수 있을 것이다.



## 6 참고 문헌

곽선화. 사회적기업의 성장에 관한 양적 분석-2007 2010 년 경제적 성과를 중심으로. 경영과 정보연구, 2013, 32.1: 289-309.

김창범; 이찬영. 한국 사회적기업의 경제적 성과와 사회적 성과에 대한 효율성 분석. 산업경제연구, 2015, 28.4: 1715-1738.

선남이; 박능후. 사회적기업의 사회경제적 성과에 미치는 영향요인 분석. 지방정부연구, 2011, 15.2: 141-164.

장성희; 반성식. 사회적 기업의 기업가 지향성과 시장 지향성이 경제적 성과와 사회적 성과에 미치는 영향에 관한 연구. 대한경영학회지, 2010, 23.6: 3479-3496.

장영란; 홍정화; 차진화. 사회적기업의 성과 및 지속가능성에 영향을 미치는 요인에 대한 연구. 회계정보연구, 2012, 30.2: 175-207.

조희진. 기업의 장애인 고용 영향 요인 분석-조직 내외부 변수를 활용한 실증 분석과 함의. 한국정책학회보, 2015, 24.1: 263-297.

조희진; 장용석. 사회적 기업의 지속가능성과 사회적 기업가 정신. 한국정책학회보, 2016, 25.4: 329-359.

홍효석; 김예경. 사회적기업의 사회적, 경제적 성과에 관한 연구. 재무와회계정보저널, 2016, 16.1: 1-29.

황정윤; 장용석. 사회적 기업 지원의 딜레마-정부보조금, 약인가 독인가. 한국정책학회보, 2017, 26.2: 225-258.

BATTILANA, Julie, et al. In search of the hybrid ideal. Stanford Social Innovation Review, 2012, 10.3: 50-55.

O'REGAN, Katherine; OSTER, Sharon. Does government funding alter nonprofit governance? Evidence from New York City nonprofit contractors. Journal of Policy Analysis and Management: The Journal of the Association for Public Policy Analysis and Management, 2002, 21.3: 359-379.