Journal of Digital Convergence
Vol. 20. No. 4, pp. 31-38, 2022

ISSN 2713-6434 / eISSN 2713-6442
https://doi.org/10.14400/JDC.2022.20.4.031

토픽모델링과 사회네트워크분석을 활용한 사회적기업의 미션 연구

이새미, 변장섭*, 최지혜, 브라운 앨런
전남대학교 지역개발연구소 학술연구교수

Mission of Social Enterprises in South Korea
-A Topic Modeling and Social Network Analysis-

Sae-Mi Lee, Jang-Seop Byeon*, Ji-Hye Choi, Alan Dixon Brown
Research Professor, Center for Regional Development, Chonnam National University

요 약 본 연구의 목적은 사회적기업의 미션 분석을 통해 사회적기업이 추구하는 사회적 목적을 탐색하여 사회적 문제에 대한 사회적기업의 인식을 파악하고, 이를 바탕으로 한국 사회적경제의 시대적 사명에 대해 재고하는 것이다. 이를 위해 사회적기업 자율공시자료를 수집하여 LDA 토픽모델링과 사회네트워크분석 방법을 사용하여 미션 토픽 7개를 추출하고 핵심 키워드를 중심으로 네트워크를 도출하였다. 분석결과, 사회적기업의 사회적 목적은 크게 세 가지로 '사회적기업이 달성하고자 하는 사회적 목적', '목적을 달성하기 위한 활동 내용', '목적을 달성하기 위한 운영 방법'으로 나타났다. 본 연구는 사회적기업의 미션 분석을 통해 사회적기업의 경제적 가치 실현뿐만 아니라 사회적경제 관점에서 사회적 목적 수립 및 실천의 중요성을 강조하였다는 것에 의의가 있다.

주제어 : 사회적기업, 사회적경제, 미션, 토픽모델링, 사회네트워크분석

Abstract The study explores social enterprises' social goals by analysing their mission so as to better understand their perceptions of social problems. Based on the analysis, the study reconsiders the mission of the current era of the Korean social economy. Accordingly, self-disclosed social enterprise data were collected and analyzed using LDA topic modeling and social network analysis methods. Seven mission topics were extracted, and the network centering on key keywords was derived. The analysis results largely divided the social purposes of social enterprises into three categories: 'social purpose that social enterprises want to achieve', 'activities to achieve the purpose', and 'operation method to achieve the purpose'. The study is meaningful in that it emphasizes the importance of establishing and implementing social goals from the point of view of the social economy as well as realizing the economic value of social enterprises by analyzing their mission.

Key Words : Social Enterprises, Social Economy, Mission, Topic Modeling, Social Network Analysis

*This work was supported by the Ministry of Education of the Republic of Korea and the National Research Foundation of Korea (NRF-2020S1A5B8104093).
*Corresponding Author : Jang-Seop Byeon(jsbyeon@jnu.ac.kr)
Received January 24, 2022 Revised February 8, 2022
Accepted April 20, 2022 Published April 28, 2022

1. 서론

사회적기업의 배경인 사회적경제는 서구의 경우 19세기 산업사회로의 이행 과정에서 그 개념이 형성되어 이론과 실천의 상호작용 속에 오늘날의 개념으로 발전해 왔다. 전통적으로 '자조' 또는 '상호주의'에 근간을 두었으나 1970년대 오일쇼크 이후 장기불황 및 실업과 같은 사회문제에 대응하는 새로운 개념의 사회적경제가 재탄생한 것이다. 한국 사회적경제의 발전 과정은 서구와 닮았으면서도 다소 차이가 있다. 한국은 일제 강점기에 관제적 성격의 공식적인 조직들이 최초로 설립되었으며, 한국전쟁 이후 경제발전 과정에서 소외계층의 자립·자조, 안전 먹거리 확보, 빈곤·실업의 사회적 배제 해소 등을 주창하면서 성장해 왔다. 이처럼 사회적경제는 시대적 사명에 따라, 즉 시대가 요구하는 문제 해결을 위해 미션(mission)을 수행해 왔는데, 이 미션은 사회적경제의 궁극적인 목표이자 나침반이면서 동시에 작동의 원동력이 된다. 따라서 사회적경제의 미션에 대한 검토는 어느 지역의 사회문제와 시대적 요구를 종합적으로 파악할 수 있게 해 준다.

한국의 사회적기업은 1997년 외환위기 이후 제도적 지원을 통해 매우 빠른 속도로 양적 성장을 이루었으나 그 이면의 문제(정부 의존성, 지속가능성 등)에 대한 우려는 끊이지 않고 있다. 그러한 가운데 최근 사회적기업들이 제도적 동형화에 빠졌다는 주장이 있다[1]. 즉 일반기업들과 경쟁하면서 그들의 비즈니스 모델을 따라가거나 제도적 의존성 때문에 본연의 사회적 사명보다 경제적 가치를 우선 추구하는 모습을 지닌다는 것이다.

이와 같은 차원에서 한국 사회적경제 기업의 미션에 대한 검토는 지역의 사회문제와 시대적 요구를 파악하며, 나아가 한국 사회적기업이 지향해야 하는 근본적인 사회적 사명을 제시할 수 있을 것이다. 본 연구는 최근 급성장한 한국의 사회적경제 기업이 추구하는 사회적 미션은 과연 무엇인지, 어떠한 특성을 지니는지 살펴보는 것을 목적으로 두고 있다. 이를 통해 한국 사회적경제의 시대적 사명에 대해 재고하고자 한다.

2. 이론적 논의

2.1 사회적기업

사회적기업(social enterprise)은 어떤 통일된 개념이 있는 것이 아니라 기업이 추구하는 미션이나 운영 방식에 따라 다양하게 나타난다. 사회적기업 개념의 등장은 크게 영미 지역과 유럽 지역으로 나누어 볼 수 있는데, 영미의 경우 시장자원학파와 사회혁신학파로 구분되며 유럽의 경우 EMES(emergence of social enterprises in Europe)의 접근법으로 요약된다. 영미식 사회적기업의 개념은 결과적으로 사회적 임팩트 추구, 사회혁신, 시장자원의 동원, 기업경영기법의 활동 등을 중심으로 수렴되며, 유럽의 EMES 접근에 따른 사회적기업은 어떤 이상형(ideal type)이 아니라 각 차원별 특성이 다양하게 조합된 형태로 존재한다[1]. 특히 EMES의 접근법은 아홉 가지의 지표를 보여주는데 기업가적 역동성과 세밀화된 사회적경제 조직들의 특징을 쉽게 확인할 수 있다[2].

Table 1. Social Enterprise Definitions and Approaches

English-American Approach		European (EMES) Approach		
Market Resource School	Social Innovation School	Economic Dimension	Social Dimension	Governance Structure Dimension
Carrying out economic activities in the market to fulfill a social mission	Agents of change implementing new solutions to social needs	Sustainable production of goods	Community services	Autonomy (independence)
⇓		Risk-taking with member consent	Based on initiatives by civic groups	Decision-making right (one person, one vote)
Pursuing social impact, social innovation, mobilization of market resources, and utilization of corporate management techniques		Existence of paid work	Restrictions on profit distribution	Participation of various stakeholders (dynamic)

Source: Defourny & Nyssens(2021)[1]; Dees & Anderson(2006)[3]; Sckloot(1987)[4]; Young & Salamon(2002)[5]

2.2 사회적기업의 미션

어느 조직의 미션은 기업의 로드맵 역할을 수행하면서도 조직의 이상적인 가치 실현의 의미를 포함한다[6]. 또한 조직의 성과 평가에 있어 중요한 지표로 활용될 뿐만 아니라 조직 구성원의 동기 부여 등 핵심적 역할을 수행하기[7] 때문에 조직 성패의 주요한 요소이다.

앞서 사회적기업에 대한 다양한 접근(table 1)을 보면 사회적기업이 경영활동(상품의 공급)을 목표로 하면서도 사회적 미션을 우선적으로 추구한다는 공통점을 발견할 수 있다. 즉 사회적 미션은 사회적기업과 일반기업을 구분 짓는 특징이 된다. Nicholls(2006)은 "다른 모든 조

직적 목표들에 앞서 사회적 미션을 우선으로 하는 것이 사회적기업으로 간주될 수 있는 기업이 갖는 첫 번째 근본적 성격"이라고 하였다[8]. Dees(1998)은 사회적기업가들에게 사회적 미션은 중요하면서도 분명한데, 이것은 확실히 사회적기업가들이 기회를 인지하고 접근하는 방법에 영향을 미친다고 설명한다[9].

Defourny & Nyssens(2021)은 사회적기업의 사회적 미션은 매우 다양한데, 그 미션이 "사회적"인 것으로 간주될 수 있는 세 가지 차원의 특성이 있다고 설명한다[1]. 하나는 공급되는 상품의 성격 자체가 사회적인 경우로, 예를 들면 취약계층을 위한 보건/교육 서비스 제공이 있다. 두 번째는 그 미션을 실천하는 데 있어서의 과정이나 행위자들의 관계에서 "사회적"특성이 나타난다는 것이다. 사회적으로 소외된 근로자를 고용한다거나 회색 근로자에 대한 플랫폼을 조직하는 등의 혁신적 방법에서 그러한 특성을 찾을 수 있다. 마지막으로 기업이 추구하는 사회적 가치가 보다 넓은 의미일 경우에도 해당한다. 기업이 자원순환 및 기후위기에 대응하는 등 지속가능한 삶의 방식을 확산하고자 할 때에도 그 미션은 "사회적"인 특성을 지닌다. 종합하면 사회적기업의 미션은 ① 제공되는 상품의 성격이 사회적인 경우, ② 기업의 행위 및 실천 방법이 사회적인 경우, ③ 기업이 추구하는 사회적 가치 자체가 사회적인 경우로 나누어볼 수 있다.

한편 한국의 사회적기업은 외환위기 이후 빈곤 문제와 실업 극복의 일환으로 유럽의 사회적기업의 소개와 함께 사회적일자리가 제시되면서 등장하였고, 2007년 「사회적기업육성법」 이 제정되면서 관련 인증제도와 함께 크게 증가하였다. 동 법에서는 사회적기업을 "취약계층에게 사회서비스 또는 일자리를 제공하거나 지역사회에 공헌함으로써 지역주민의 삶의 질을 높이는 등의 사회적 목적을 추구하면서 재화 및 서비스의 생산·판매 등 영업활동을 하는 기업"으로 정의하고 있다. 등장 당시 민간 영역에서 이미 오래전부터 사회적 미션을 실천해오다가 사회적기업으로 흡수된 기업이 있는 가운데, 인증제도 실시 이후 사회적 미션을 가지고 창업하거나 사회적기업으로 편입된 일반 기업이 증가해 왔다. 사회적기업에 대한 정의가 법률적으로 명시되어 있고 인증 과정에 기업의 정관이나 규약 등을 요구하고 있기 때문에 어쩌면 한국의 사회적기업은 Defourny & Nyssens(2021)가 지적한 제도적 동형화의 대표적인 예가 될 수도 있다.

3. 연구방법

3.1 분석 대상

사회적기업은 2007년 55개소가 최초 인증된 이후, 2021년말 현재 누적 3,215개소까지 증가하였다. 또한 사회적기업이 추구하는 사회적 목적 실현과 경영상태 등에 대한 정보를 미래의 투자자를 포함한 다양한 이해관계자에게 자율적으로 공개하는 자율경영공시제도를 시행하고 있는데[10], 2020년말 기준 1,110개소 사회적기업이 정보를 공시하였다. 최초 공시되었던 2012년에는 24개소 사회적기업이 정보를 공시하여, 전체 인증 기업 중 3.2%에 불과하였지만, 가장 최근 공시된 2020년도 기준 연도에는 1,110개소가 공시하여, 전체 인증 기업 중 40.0%에 해당하는 많은 사회적기업이 자율경영공시를 통해 정보를 공개하였다.

Table 2. Status of Social Enterprises in South Korea

Year	Cum. Certification	Disclosure	Ratio (%)
2007	55	-	-
2008	208	-	-
2009	285	-	-
2010	501	-	-
2011	644	-	-
2012	744	24	3.2
2013	1,012	81	8.0
2014	1,251	116	9.3
2015	1,506	218	14.5
2016	1,713	258	15.1
2017	1,877	334	17.8
2018	2,122	481	22.7
2019	2,435	800	32.9
2020	2,777	1,110	40.0
2021	3,215	-	-

Source: Korea Social Enterprise Promotion Agency

자율경영공시에는 "미션과 비전"이라는 정보가 있어서, 각 개별기업의 미션을 직접적으로 파악하기에 용이하다. 이러한 점에 착안하여, 본 연구는 2020년도 기준 자율경영공시를 한 1,110개소 사회적기업을 대상으로 공시 내용 중 "미션과 비전" 항목을 추출하여 한국 사회적기업의 미션을 분석하였다.

3.2 분석 도구와 분석 방법

본 연구는 2020년 사회적기업 자율경영공시자료를 대상으로 텍스트 마이닝(Topic modeling, SNA)을 활용하여 사회적기업 유형별 미션을 파악하였다. 사회적기

업의 미션 텍스트마이닝을 위해 Python 언어와 Netminer 4 소프트웨어를 활용하였으며 분석 절차 및 방법은 다음과 같다.

첫째, 2020년 사회적기업 자율경영공사자료에서 사회적기업의 미션에 해당되는 텍스트를 추출하였다. 추출된 1,100개의 미션 텍스트에서 결측치 56개를 제거하고 1,044개의 미션이 최종적으로 분석에 사용되었다.

둘째, 수집된 데이터에서 분석에 불필요한 정보를 제거하기 위해 데이터 전처리 작업을 수행하였다. 전처리 작업으로 먼저 Netminer의 텍스트마이닝 기능을 활용하여 명사를 추출하였다. 다음으로 단어의 빈도를 분석하여 빈도가 높게 나타나지만 무의미한 단어('미션', '사회적기업')를 제거하고, 띄어쓰기로 인한 명사 인식에 오류가 있는 단어('지역사회', '선순환', '이주여성', '취약계층', '사회적가치', '지역경제')와 '돌봄'과 같이 기존의 사전에서 인식되지 않은 단어들을 정의하여 분석의 정확도를 높이고자 하였다.

셋째, 전처리과정을 거친 데이터를 활용하여 토픽분석을 실시하였다. 사회적기업의 미션에 대한 토픽모델링 분석을 위해 Python gensim 패키지를 활용하여 perflexity(혼잡도)와 coherence(응집도)를 계산하여 적절한 토픽의 수를 구하였다. perflexity(혼잡도)와 coherence(응집도)의 계산결과 적절한 토픽의 수(k)는 7개로 결정되었다(Figure 1). 또한, LDA 토픽모델링을 수행하기 위해서는 토픽 수(k)와 더불어 문서의 토픽 분포와 단어 분포 생성을 위해 파라미터 α, β값을 설정하여야 한다. 적절한 파라미터 값을 결정하기 위해 선행연구를 바탕으로 계산한 결과 α=50/k, β=0.01, iteration=1,000 설정하여 분석하였다[11-15]. 앞서 얻은 토픽의 수(k)와 파라미터 값들을 적용하여 토픽 모델링을 통해 토픽-문서, 단어-토픽 매트릭스를 생성하였다.

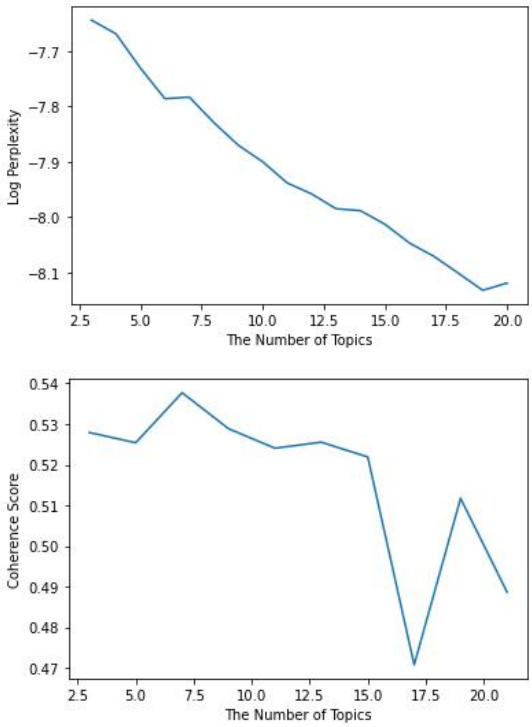

Fig. 1. Perplexity and coherence score

넷째, 토픽분석에서 나타난 핵심 키워드를 중심으로 소셜 네트워크 분석을 통해 키워드 네트워크를 추출하였다. 각 핵심 키워드 네트워크의 워드 클라우드를 생성하고 동시출현 키워드들의 분포를 확인하였다. 마지막으로 토픽분석과 네트워크 분석 결과를 바탕으로 사회적기업의 미션에 대한 시사점을 도출하였다.

4. 연구결과

4.1 토픽모델링

우리나라에서 인증을 받은 사회적기업의 미션에 대한 토픽분석을 실시한 결과는 다음과 같다(Table 3). 각 토픽에 속한 키워드들은 토픽 내에서 가장 확률값이 높은 키워드 순으로 위에서부터 정렬되었다. 토픽1은 '취약계층 일자리 창출', 토픽2는 '장애, 환경, 안전', 토픽3은 '지역사회 공헌', 토픽4는 '사회서비스 제공', 토픽5는 '문화, 예술, 교육', 토픽6은 '경영 가치', 토픽7은 '지속가능성'으로 나타났다.

사회적기업의 미션에 대한 7개의 토픽은 크게 3가지로 사회적기업이 달성하고자 하는 사회적 목적, 목적을 달성하기 위한 활동 내용, 목적을 달성하기 위한 운영 방법으로 해석될 수 있다. 토픽1, 3, 4는 취약계층의 일자리를 창출하고 지역사회에 대한 공헌, 사회서비스의 제공에 대한 토픽으로 사회적기업이 달성하고자 하는 목적에 대한 내용을 포함하고 있는 것을 알 수 있다. 토픽2와 토픽5는 사회적기업이 사회적 목적을 달성하기 위한 활동 내용을 나타내는 토픽으로서 지역주민의 삶의 질을 높일 수 있는 문화, 예술, 교육, 장애, 안전 등에 대한 주제를 다루고 있다. 토픽6과 7은 사회적기업이 사회적 목적을 달성하기 위한 운영 방법으로서 사회적기업의 경영가치와 지속가능성에 대한 내용을 담고 있다.

Table 3. Topic-Word matrix

Topic-1	Topic-2	Topic-3	Topic-4
Job creation for socially vulnerable class	Disability, environment, safety	Community contribution	Social service provision
16%	13%	11%	18%
jobs	disability	local	service
socially vulnerable class	environment	business	provision
creation	enterprise	purpose	society
stability	happiness	development	community
employment	world	production	life
provision	improvement	produce	contribution
ideal	work	activity	improvement
worker	problem	increase	quality
growth	resource	sale	health
contribution	solution	agriculture	welfare
profit	safety	product	high quality
organization	utilization	participation	resident
sales	facility	food	opportunity
the aged	space	expansion	care
move forward	effort	contribution	enhancement
procurement	product	effort	the disadvantaged
customer	residence	experience	association member

Topic-5	Topic-6	Topic-7
Culture, education, arts	Management values	Sustainability
18%	12%	12%
culture	enterprise	society
education	expert	continuity
local	advancement	economy
arts	value	realization
vitality	person	values
development	growth	possibility
operation	community	community
female	design	self-reliance
alienation	technology	expansion
creation	society	construction
program	goal	cooperative
youth	center	pursuit
contents	happiness	activity
adolescent	practice	market
activity	management	win-win
training	support	participation
rural community	communication	environmentally friendly

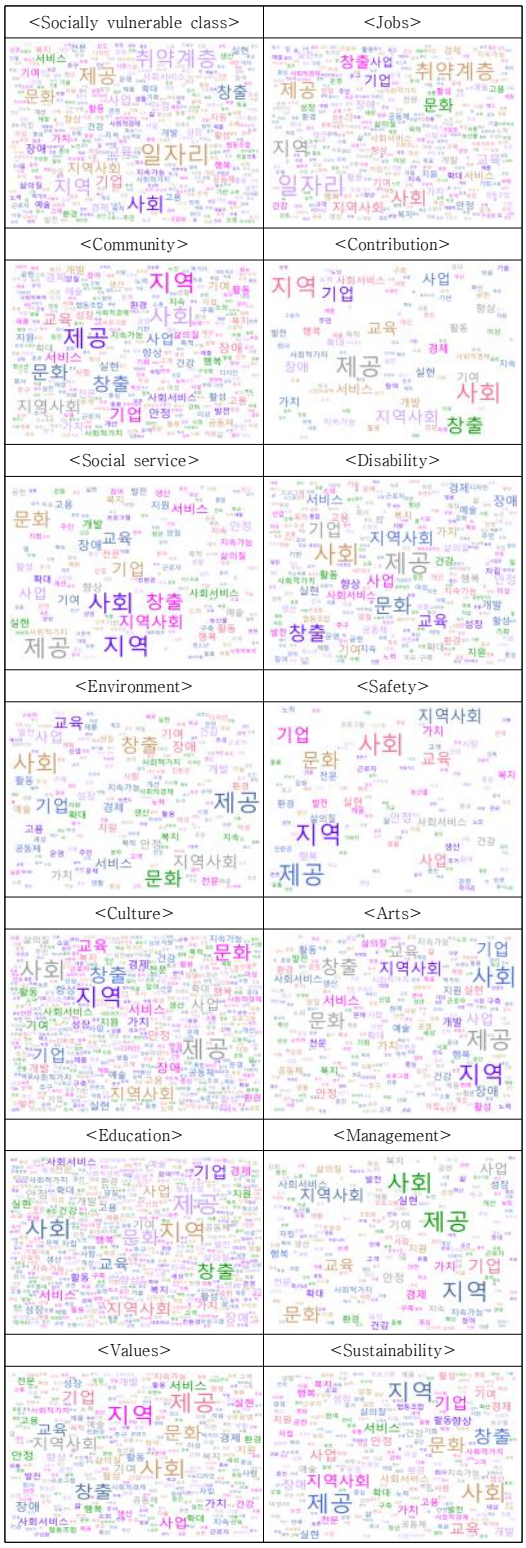

Fig. 2. Word Cloud

4.2 키워드 네트워크 분석

상술한 토픽분석 결과에서 나타난 핵심 키워드별 네트워크를 생성하여 워드클라우드(word cloud)와 동시출현 키워드를 살펴보았다.

첫째, “사회적기업은 어떠한 사회적 목적을 달성하고자 하는가”에 대한 핵심키워드는 취약계층, 일자리, 지역사회, 공헌, 사회서비스로 나타났다. 이러한 핵심키워드별 워드클라우드와 동시출현 키워드를 살펴보면, 사회적기업의 사회적 목적이 명확히 나타난다. 즉, 사회적기업 육성법에 명시된 바와 같이, 사회적기업의 미션은 주로 취약계층에 양질의 일자리와 사회서비스를 제공하는 것이다.

둘째, “사회적기업은 사회적 목적을 달성하기 위해 어떠한 활동을 주로 하는가”에 대한 핵심키워드는 장애, 환경, 안전, 문화, 예술, 교육으로 나타났다. 이러한 핵심키워드별 워드클라우드와 동시출현 키워드를 정리하면, 사회적기업은 취약계층의 자립 및 환경 개선을 통해 사회안전망을 구축하며, 지역에 문화·예술·교육 콘텐츠를 제공하여 지역민의 삶의 질을 향상시키는 활동을 주로 하고 있다고 볼 수 있다.

셋째, “사회적기업은 사회적 목적을 달성하기 위해 어떻게 운영하고 있는가”에 대한 핵심키워드는 경영, 가치, 지속가능성으로 나타났다. 이러한 핵심키워드별 워드클라우드와 동시출현 키워드를 정리하면, 사회적기업은 윤리경영 등을 통해 사회적 가치를 실현하고자 하며, 지속가능하고 양질인 일자리 및 사회서비스를 제공하기 위해 노력하고 있다는 것이 확인되었다.

Table 4. Co-occurring keywords

word 1	word 2	weight	word 1	word 2	weight
Socially vulnerable class	jobs	286	Job	creation	340
	creation	116		provision	294
	provision	84		socially vulnerable class	286
	employment	82		stability	140
	stability	66		social service	73
	community	58		high quality	66
	society	57		local	58
	local	46		sustainability	51
	ideal	45		community	45
	social service	44		continuity	45
Community	provision	63	Contribution	community	56
	socially vulnerable class	58		society	45
	devotion	56		provision	28
	jobs	45		activity	15
	contribution	33		enterprise	10
	social service	29		purpose	9
	advancement	29		business	9
	creation	28		local	9
	economy	26		creation	8
	object	16		realization	8
Social service	provision	128	Disability	jobs	37
	jobs	73		growth	32
	socially vulnerable class	44		socially vulnerable class	32
	community	29		society	21
	high quality	26		the aged	20
	creation	22		creation	18
	stability	21		occupation	17
	subject	15		severe	16
	expansion	11		rehabilitation	13
	society	9		self-reliance	12
Environment	improvement	32	Safety	food	13
	residence	21		health	6
	protection	18		system	5
	socially vulnerable class	11		management	5
	creation	9		provision	5
	society	8		production	4
	business	7		happiness	4
	values	7		supply	3
	living	7		facility	3
	provision	7		education	3
Culture	arts	109	Arts	culture	109
	local	57		performance	23
	education	23		local	16
	creation	21		education	16
	alienation	20		activity	14
	society	20		values	8
	contents	19		society	8
	vitality	18		provision	8
	activity	18		creation	8
	enjoyment	17		tradition	7
Education	provision	33	Management	ethics	18
	expert	24		agriculture	10
	culture	23		enterprise	9
	service	22		community	6
	business	20		culture	6
	program	18		business	6
	arts	16		contribution	6
	socially vulnerable class	16		production	6
	local	14		improvement	5
	jobs	13		local	5
Values	realization	29	Sustainability	jobs	51
	creation	19		socially vulnerable class	17
	core	17		creation	17
	society	16		opportunity	14
	pursuit	14		provision	14
	economy	14		high quality	11
	culture	13		enterprise	11
	local	12		social service	9
	bottom	11		society	8
	enterprise	11		stability	8

5. 결론 및 논의

본 연구는 사회적기업의 미션에 대한 분석을 통해 사회문제에 대한 사회적기업의 인식을 파악하였다. 이를 위해 한국 사회적기업의 자율경영공시자료를 이용하여 LDA 토픽모델링과 사회네트워크분석 방법으로 미션 토픽 7개를 추출하였으며, 핵심 키워드를 중심으로 각 키워드에 연결되는 네트워크를 도출하였다.

분석 결과, 사회적기업은 주로 7가지 미션 주제에 집중하고 있는 것으로 나타났다. 그 미션의 키워드는 취약계층 일자리 창출, 장애·환경·안전, 지역사회 공헌, 사회서비스 제공, 문화·예술·교육, 경영 가치, 지속가능성으로 정리할 수 있다.

이러한 7가지 미션을 다시 재분류하면, 사회적기업이 정관에서 미션으로 규정한 내용은 다음과 같이 정리할 수 있다. 첫째, 사회적기업이 달성하고자 하는 목적, 둘째, 사회적기업이 사회적 목적을 달성하기 위한 활동 내용, 셋째, 사회적기업이 사회적 목적을 달성하기 위한 운영 방법이다.

사회적기업의 미션에 대한 상기한 세 가지 내용별로 분석결과를 해석하면 다음과 같다. 첫 번째 질문은 사회적기업은 어떠한 사회적 목적을 달성하고자 하는가이다. 사회적기업 육성법에서 명시된 바와 같이, 사회적기업의 미션은 주로 취약계층에 양질의 일자리와 사회서비스를 제공하는 것이다. 또한 지역사회 공헌을 위해 미션으로 목적 사업을 명시하는 경우도 많이 나타났다.

두 번째 질문은 사회적기업이 사회적 목적을 달성하기 위해 어떠한 활동을 주로 하고 있는가이다. 사회적기업은 취약계층의 자립 및 환경 개선을 통해 사회안전망을 구축하며, 지역에 문화·예술·교육 콘텐츠를 제공하여 지역민의 삶의 질을 향상시키고자 한다. 이에 대해서는 각 핵심키워드별로 그 활동영역을 파악할 수 있다. 첫째, 사회적기업은 발달·중증 등의 장애를 가진 취약계층에게 일자리를 제공하고, 이들을 재활 또는 자립시키고자 한다. 둘째, 지역사회의 주거환경 및 취약계층의 생활환경을 개선하고자 한다. 셋째, 협의적으로는 먹거리 및 건강관리 측면에서의 안전을 추구하며, 광의적으로는 지역사회의 시스템적인 안전망을 구축하고자 한다. 넷째, 지역의 문화·예술 콘텐츠를 생산하여 소외계층이 문화를 향유할 수 있는 환경을 조성하고자 한다. 다섯째, 지역에서 문화·예술 관련 공연 활동을 하고 관련 교육을 제공하고자 한다. 여섯째, 문화·예술 및 일자리 등 다양한 교육을 지역사회는 물론 취약계층을 대상으로 제공하고자 한다.

마지막 질문은 사회적기업이 사회적 목적을 달성하기 위해 어떻게 운영하고 있는가이다. 이를 위해 사회적기업은 윤리경영 등을 통해 사회적 가치를 실현하고자 하며, 지속가능하고 양질인 일자리 및 사회서비스를 제공하기 위해 노력하고 있다.

본 연구는 자율경영공시자료를 통해 한국 사회적기업의 주요 미션을 체계적으로 파악하였다. 그러나 시대에 따라 사회적기업의 미션은 변화한다. 그러한 측면에서 시계열적인 미션의 변화를 파악하는 것도 중요할 수 있다. 또한 본 연구는 토픽모델링을 통해 도출된 사회적기업의 7가지 미션에 대한 핵심 키워드별 네트워크를 추출하여 각각 연관된 키워드를 도출하였다. 그러나 각 미션에 대한 핵심 키워드를 중심으로 군집화된 정량적 분석이 필요할 것이다. 마지막으로 사회적기업은 그 목적성과 지속가능성에 대한 괴리가 존재한다. 즉 사회적기업의 미션 지향성과 경제적 성장을 포함한 지속가능성에는 차이가 있을 수 있다. 이러한 측면에서 사회적기업의 사회적 미션 수행과 사회적·경제적 성과 간의 연구가 필요할 것이다. 이러한 점들은 향후 연구 방향으로 남긴다.

REFERENCES

[1] J. Defourny & M. Nessens. (2021). *Économie sociale et solidaire: Socioéconomie du 3e secteur.* trans. S. Y. Kim and H. S. Eum. Seoul: Bona Liber Publishing Cooperative Ltd.

[2] C. Borzaga & J. Defourny. (2001). *The Emergence of Social Enterprise.* New York : Oxford University Press.

[3] J. G. Dees & B. B. Anderson. (2006). Framing a theory of social entrepreneurship: Building on two schools of practice and thought. *Research on social entrepreneurship, 1(3),* 36-66.

[4] E. Skloot. (1987). *Enterprise and Commerce in Non-profit Organizations.* in W. W. Powell, The Non-profit Sector: a Research Handbook, New Haven : Yale University Press, 380-393.

[5] D. Young & L. M. Salamon. (2002). *Commercialization, Social Ventures, and For-Profit Competition*, in L. M. Salamon, The State of Nonprofit America, Washington DC : Brookings Institution, 423-446.

[6] D. J. David. (2003). Advances in the management of the craniosynostoses. *ANZ Journal of Surgery, 73(11),* 949-957. DOI : 10.1046/j.1445-2197.2003.02825.x

[7] S. Kemp & L. Dwyer. (2003). Mission statements of international airlines: a content analysis. *Tourism Management, 24(6),* 635-653. DOI : 10.1016/S0261-5177(03)00049-9

[8] A. Nicholls. (2006). *Social Enterpreneurship. New Models of Sustainable Change.* Oxford : Oxford University Press.

[9] J. G. Dees. (1998). *The Meaning of Social Entrepreneurship,* The Social Entrepreneurship Funders Working Group.

[10] Ministry of Employment and Labor. (2021). Manual for Voluntary Disclosure and Business Report of Social Enterprises.

[11] M. Steyvers & T. Griffiths. (2006). *Probabilistic topic models.* Latent Semantic Analysis: A Road to Meaning. T. Landauer, D. McNamara, S. Dennis, and W. Kintsch, eds. Lawrence Erlbaum.

[12] B. Lu, M. Ott, C. Cardie & B. K. Tsou (2011, December). Multi-aspect sentiment analysis with topic models. In 2011 IEEE 11th international conference on data mining workshops (pp. 81-88). IEEE.

[13] W. Zhao, J. Chen & W. Zen. (2015). Best practices in building topic models with LDA for mining regulatory textual documents. CDER 9th November.

[14] H. Ghézala, A. Chaibi & M. Naili (2017). Arabic topic identification based on empirical studies of topic models. *Revue Africainede la Recherche enInformatique et Mathématiques Appliquées, 27.*

[15] J. An, K. Ahn & M. Song. (2016). Text Mining Driven Content Analysis of Ebola on News Media and Scientific Publications. *Journal of the Korean Library and Information Science, 50(2),* 289-307.
DOI : 10.4275/KSLIS.2016.50.2.289

이 새 미(Sae-Mi Lee) [정회원]

· 2008년 2월 : 경기대학교 국제산업정보학과(국제산업정보학사)
· 2010년 1월 : Northeastern University, Master of Science in Leadership
· 2017년 2월 : 세종대학교 경영학과(경영학박사)
· 2021년 9월 ~ 현재 : 전남대학교 지역개발연구소 학술연구교수
· 관심분야 : 경영전략, 서비스마케팅, 지속가능경영
· E-Mail : emailme6@naver.com

변 장 섭(Jang-Seop Byeon) [정회원]

· 2007년 8월 : 전남대학교 지리학과(문학사)
· 2009년 8월 : 전남대학교 지역개발학과(도시계획학석사)
· 2014년 2월 : 전남대학교 지역개발학과(도시·지역개발학박사)
· 2015년 1월 ~ 현재 : 전남대학교 지역개발연구소 학술연구교수
· 관심분야 : 지역경제, 산업경제, 사회적경제
· E-Mail : jsbyeon@jnu.ac.kr

최 지 혜(Ji-Hye Choi) [정회원]

· 2009년 2월 : 전남대학교 생활환경복지학과(생활과학사)
· 2012년 2월 : 전남대학교 경제학과(경제학석사)
· 2016년 8월 : 전남대학교 경제학과(경제학박사)
· 2017년 12월 ~ 현재 : 전남대학교 지역개발연구소 학술연구교수
· 관심분야 : 지역경제, 노동경제, 사회적경제
· E-Mail : iamwise_7@jnu.ac.kr

브라운 앨런(Alan Dixon Brown) [정회원]

· 2008년 4월 : University of South Africa, Bachelor of Art with Specialization in Development Studies
· 2011년 5월 : University of South Africa, Honours Bachelor of Art in Development Studies
· 2019년 8월 : 전남대학교 지역개발학과(도시·지역개발학박사)
· 2021년 8월 ~ 현재 : 전남대학교 지역개발연구소 학술연구교수
· 관심분야 : 사회적자본, 커뮤니티개발, 포용 도시·지역개발
· E-Mail : alan@jnu.ac.kr