

A Study on the Required Characteristics of Collaborative Online Platform for Social Enterprises

Sun-Hwa Lee*, Jong-Soo Yoon**

*Doctoral Student, Department of Business Administration, Graduate School, Kangnam University, Gyeonggi-do, Korea

**Professor, Division of Global Business Administration, Kangnam University, Gyeonggi-do, Korea

[Abstract]

Social enterprises have a high cost structure, inefficient operation, and poor human and material resources due to a dual structure that must achieve both economic and social purposes. To solve this problem, collaboration, such as sharing resources and information between social enterprises, is emerging as an important management issue. Accordingly, in recent years, the establishment and operation of an online platform is being emphasized as a means to effectively support the problem of lack of resources (human resources, equipment, funds, and technology) between social enterprises, the promotion of joint projects between companies, and the establishment of organic information sharing and communication channels between companies. This study empirically analyzed how the required characteristics of the online platform that supports the collaboration of social enterprises vary depending on the characteristics of the enterprise (general characteristics, collaboration characteristics), and found that there are statistically significant differences depending on the size. These results are expected to be useful in deriving management plans for online platforms for cooperation support for domestic social enterprises in the future, and seeking ways to increase collaboration using the platforms.

▶ **Key words:** Social enterprise, inter-organizational collaboration, online platform characteristics, organization characteristics

[요 약]

사회적 기업은 경제적 목적과 사회적 목적을 동시에 달성해야 하는 이중적 구조로 인해 높은 비용구조와 비효율적 운영, 대부분 인적 자원과 물적 자원이 부족한 상태에 놓여 있다. 이러한 문제를 해결하기 위하여 사회적 기업 간의 자원 및 정보 공유 등의 협업은 중요한 관리적 문제로 주목받고 있다. 이러한 사회적 기업 간의 공동 프로젝트 추진, 자원 부족(자금, 기술, 인력, 장비 등)의 문제 해결, 기업 간 의사소통 채널 구축 및 유기적 정보공유 등을 원활하게 지원하는 수단으로서 온라인 플랫폼(online platform)의 구축 및 운영이 중요시되고 있다. 이러한 배경에 따라 본 연구는 사회적 기업의 협업을 지원하는 온라인 플랫폼의 요구특성이 기업의 특성(일반 특성, 협업 특성)에 따라 어떻게 달라지는가를 실증적으로 규명한 결과, 규모에 따라 통계적으로 유의한 수준에서 차이가 존재하고 있음을 확인할 수 있었다. 이러한 결과는 향후 국내 사회적 기업의 협업 지원 온라인 플랫폼의 관리방안 도출, 플랫폼을 이용한 협업 증대 방안 모색 등에 있어서 유용하게 활용될 수 있을 것으로 기대된다.

▶ **주제어:** 사회적 기업, 기업 간 협업, 온라인 플랫폼 특성, 기업 특성

-
- First Author: Sun-Hwa Lee, Corresponding Author: Jong-Soo Yoon
 - *Sun-Hwa Lee (jart5747@nate.com), Department of Business Administration, Graduate School, Kangnam University
 - **Jong-Soo Yoon (jongsoo@kangnam.ac.kr), Division of Global Business Administration, Kangnam University
 - Received: 2024. 02. 19, Revised: 2024. 05. 08, Accepted: 2024. 05. 30.

I. Introduction

현재 우리 사회에서는 고용 없는 성장, 높은 실업률, 빈부의 격차 심화, 빈곤율의 증대 등과 같은 각종 사회문제가 대두되고 있다. 이와 같이 다양한 사회적 문제들을 정부가 혼자서 해결할 수 없으며 나아가 시장경제에 자체적으로 맡겨둘 수도 없는 것이 현실이다. 이와 같은 다양한 유형의 사회적 문제를 해결하기 위한 대안으로 제시된 새로운 경제운영방식을 사회적 경제(social economy)라고 한다[1]. 사회적 경제는 시민사회에서 활동하는 여러 주체들이 자발적으로 참여하여 사회의 여러 문제들을 해결하고자 경제적 활동을 수행하는 일종의 대안 경제를 의미하며[2], 이러한 사회적 경제는 사회적 기업, 협동조합, 자활기업, 마을기업등 여러 가지 형태의 조직을 포함하며 그중 대표적인 구체적 발현 형태 중의 하나로서 사회적 기업(social enterprise)이 등장하였다. 이러한 사회적 기업은 시장경제의 논리에 따른 기업이윤 추구와는 다르게 비즈니스 방식으로 사회문제를 해결하고자 사회적 목적 실현과 경제적 목적 실현을 함께 추구하는 조직으로서 일반 민간기업에 비해 높은 비용구조를 감당해야 하며 운영에 있어서도 많은 어려움을 겪고 있다[3].

사회적 기업들이 지닌 본질적 한계를 극복하기 위하여 다른 기업과의 협업을 통해서 개별 기업이 혼자서는 해결하기 힘든 문제들을 해결하며 특히 대부분의 사회적 기업의 소규모의 불리함과 자원 부족의 문제, 복잡한 사회적 문제해결의 미션을 수행해야 하는 어려움 등을 해결하며 현재 부족한 영역을 보완해줄 방안으로서의 협업은 사회적 기업의 성과 창출에 중요한 부분이며 지속성을 유지하기 위한 필수적인 부분이라 할 수 있다. 이에 따라, 최근 사회적 경제의 활성화를 모색하는 각종 제도와 정책 역시 사회적 기업 간의 다양한 네트워크를 통해 협업을 장려하는 방향으로 지원되고 있으며, 사회적 기업이 속한 생태계에서 기업 간의 자원 공유를 통한 협업의 필요성 및 특징, 협업의 목적 및 방법, 협업에 따른 재무 및 비재무 성과 등을 조명하는 연구들이 다양하게 진행되어 왔다[4-10]. 특히, 최근에는 인터넷과 다양한 정보기술을 기반으로 하는 온라인 환경에서 사회적 기업 간의 협업을 지원하기 위한 도구로서 온라인 플랫폼(online platform)의 필요성과 주요 특징 등을 제시하는 연구들이 일부 나타나고 있으며 [11-16] 이와 관련하여, 국내외 다양한 산업영역에서 정보기술의 발전에 힘입은 기업간 연계시스템의 적용을 통해 기업간 협업을 지원하기 위한 다양한 형태의 온라인 플랫폼이 빠르게 개발 활용되고 있으며 사회적기업 또한 유관

기업들간의 체계적 협업지원을 위한 온라인 플랫폼의 필요성이 요구되고 있으나 사회적 기업 간의 협업을 지원하기 위한 온라인 플랫폼의 특성에 관한 연구는 전무한 실정이다.

이러한 배경에 따라 본 연구에서는 선행연구들에서 제시된 협업의 개념 및 온라인 플랫폼의 특성을 검토함으로써 사회적 기업간 협업지원 온라인 플랫폼에서 요구되는 바람직한 특성이 무엇인지를 정의하고 이러한 사회적 기업간 협업지원 온라인 플랫폼의 요구특성이 사회적 기업의 성과에 미치는 영향을 파악하고자 한다. 이와 함께, 사회적 기업간 협업지원 온라인 플랫폼의 요구특성과 기대성과간의 관련성이 사회적 기업이 지니고 있는 특성(일반 특성, 협업 특성)에 따라 어떻게 달라지는가를 실증적으로 파악하고자 한다.

II. Literature review

1. Definition of social enterprise

2007년에 제정된 사회적기업육성법에 따르면 사회적 기업이란 ‘취약계층에게 사회서비스 또는 일자리를 제공하거나 지역사회에 공헌함으로써 지역 주민의 삶의 질을 높이는 등의 사회적 목적을 추구하며 재화 및 서비스의 생산, 판매 등 영업활동을 하는 기업으로서 고용노동부 장관의 인증을 받은 기관’으로 정의되고 있다[17].

조영복 외 2인[18]은 기업의 전통적 목표와 사회적 목표를 동시에 추구하는 조직으로 사회적기업을 정의하였으며, 신국현·서순탁[19]은 사회적 배제를 영리의 추구를 통해 해결하려는 조직으로 정의하고 있다.

OECD[20]는 사회적 기업을 ‘기업적 방식으로 조직되는 일반 활동 및 공익 활동을 포함하며, 이윤의 극대화 보다는 특정한 경제적·사회적 목적, 그리고 재화와 용역의 생산이나 사회적 문제에 대한 혁신적 대안을 제시하는 것에 그 목적을 두는 기업’으로 정의하고 있다. 또한, Auteri[21]는 사회적 기업을 시장의 특성을 혼합한 형태로서 박애주의적 목표를 이루기 위한 조직으로 개념화하고 있다.

국내에서는 2022년 12월 기준 83차에 걸쳐 총4,222개 기업에 대한 인증을 거쳐 현재는 3,534개의 사회적 기업이 활동 중에 있다. 사회적 목적 실현의 유형에 따라 사회적 기업은 사회서비스 제공형, 일자리 제공형, 지역사회 공헌형, 기타형(창의 혁신), 혼합형등 총5가지 유형으로 분류하고 이 중에서 일자리 제공형이 2,349개(66.4%), 사회서비스 제공형이 271개(7.7%), 지역사회 공헌형이 309개

(8.7%), 혼합형이 207개(5.9%), 기타형(창의, 혁신)이 398개(11.3%)로 집계되고 있다. 또한, 조직의 형태로 구분해 보면 비영리 기업이 726개(20.5%)이며 영리 기업이 2,808개(79.5%)로 파악되고 있다. 이와같이 사회적 기업은 다양한 유형의 비즈니스 모델을 채택함으로써 사회적 문제 해결을 위한 소셜미션을 수행하며 사회적 가치와 경제적 가치를 동시에 추구하는 혁신적인 기업으로서의 중요한 역할을 담당하고 있다.

위에서 살펴본 국내의 연구자들의 정의를 토대로 본 연구에서는 사회적 기업을 “경제적 가치와 사회적 가치를 동시에 추구하며 사회적 문제를 비즈니스 방식으로 풀어 나감으로써 우리 사회의 디딤돌 역할을 하는 기업”으로 정의한다.

2. Definition of inter-organizational collaboration

중소벤처기업부 전문용어사전[22]에 따르면 협업이란 ‘여러 개의 기업이 제품개발, 원자재 구매, 생산, 판매 등에서 각각의 전문적인 역할을 분담하여 상호 보완적으로 제품을 개발, 생산, 판매하거나 서비스를 제공하는 것’으로 정의하고 있다.

이와 관련하여, 박우성·박재용[23]은 기업들이 자발적이고 협력적인 계약을 통하여 경쟁우위를 획득하기 위한 자원의 교환, 공동개발, 공유를 포함하는 개념으로 정의하고 있으며 김이은·이상호[24]는 조직 간의 협업은 공동목적 달성, 상호이익 추구 및 공동문제 해결 또는 비용 절감을 위한 목적으로 형성된다고 주장하고 있다.

Smith[25]는 협업을 개인, 집단, 조직이 상호 간의 관계와 상호작용을 형성하며 서로의 이익을 얻기 위해 노력해 가는 과정으로, Bedwell et al.[26]는 둘 이상의 조직이 공유된 목표 달성을 목적으로 하나의 공동 활동에 함께 참여하는 진화적 과정으로 정의 하고 있다. 이와같이 중요한 협업에 있어서 사회적기업의 협업에 관련한 국내,외 사례를 살펴보면, 영국의 경우 Catalyst 2030[27]의 보고서에 따르면 영국은 사회적 기업과 대기업 간 협력을 통해 지속 가능한 발전 목표(SDGs)를 실현하고 있다. 대기업은 가치 사슬 파트너십과 전략적 후원을 통해 사회적 기업을 지원하며, 사회적 기업은 대기업의 공급업체 또는 서비스 제공자로서 역할을 수행한다. 유럽의 경우 SEFORiS[28] 컨소시엄의 연구에서는 유럽 전반에서의 사회적 기업 협업이 활발하게 이루어지고 있음을 보여준다. 이 연구는 중국, 러시아, 독일 등 여러 국가의 1,030개 사회적 기업을 대상으로 조사했으며, 이러한 기업들이 다양한 제품과 서비스

판매를 통해 수익을 창출하면서도 정부 지원이나 기금 등 다양한 재원을 활용해 협업을 수행하고 있다는 것을 강조한다. 싱가포르의 여성을 중심으로 한 사회적 기업 협업이 활성화되어 있으며, 주로 취약계층을 지원하는 활동을 통해 다양한 사회 문제에 대한 해결책을 제공한다[29]. 이러한 사례들을 통해 국제적인 사회적 기업 협업의 다양한 측면과 성공적인 파트너십 전략을 확인할 수 있다[30].

국내의 경우 위캔센터와 발달장애인 고용 지원을 위한 협업의 사례를 살펴보면 발달장애인을 고용해 우리밀 수제 쿠키를 생산하는 사회적 기업인 위캔센터는 협력 업체와의 협업을 통해 지속적인 원료 공급망을 확보하고, 발달장애인들이 안정적으로 일할 수 있는 환경을 조성하여 이를 통해 고용과 생산이 안정적으로 이뤄지며 더 큰 사회적 가치를 창출하고 있다. 또한 삼성은 전문 사회공헌 NGO 및 비영리 단체와의 협업을 통해 다양한 사회 문제를 해결하기 위한 CSR 프로젝트를 진행하고 있다. 특히 임직원들의 봉사 활동과 기부를 지원하는 형태로 협업하며, 전문성을 갖춘 단체들과 함께 사회 문제를 해결하기 위해 노력하고 있다. 이와같이 여러 형태의 조직과 함께 사회적기업의 협업을 통한 사회적 가치 창출과 더불어 이를 통해 더 큰 사회적 영향력을 창출하고 있음을 보여준다. 다른 기업들과의 협업을 통해서 개별 기업이 해결해야 할 문제들을 공동의 노력을 통하여 해결하며 특히, 대부분의 사회적 기업이 처한 자원 부족의 문제, 소규모의 불리함, 복잡한 사회적 문제 해결을 수행해야 하는 어려움 등을 극복하는 동시에 부족한 영역을 보완해 줄 방안으로서의 지속가능한 사회적 기업의 성과 창출 및 지속성 유지에 필수적인 부분이라 할 수 있다.

위에서 살펴본 기존연구에서의 정의를 토대로, 기업 간 협업을 ‘기업 규모의 불리함이나 자원 부족 문제를 보완하기 위해서 기업 간에 서로 협력하며 공동의 목표를 함께 달성해 가는 상호작용의 과정’으로 정의한다.

3. Definition and characteristics of online platforms

플랫폼(platform)은 16세기에 처음으로 용어가 언급된 이후 최근에는 일상생활과 비즈니스, 예술활동 등의 다양한 분야에서 사용되고 있으며, 생산자와 소비자가 모여 함께 상호작용할 수 있는 공간을 만들어 줌과 동시에 서로를 위한 가치를 창출하는데 초점을 두고 있다. 플랫폼은 서로 상호작용하는 개인이나 기업 간의 의사소통, 물적교류, 상호간 협력, 정보 전달 등을 지원한다는 측면에서 우리 일

상생활 주변의 전통시장, 전자상거래 사이트, 온라인 포털 사이트 등을 포함하고 있으며, 이는 기존 기업의 경영 환경에 영향을 미침과 동시에 새로운 방식에서의 경쟁이 가능하도록 유도하며, 나아가 기업간 협업에 있어서도 과거와는 차별화된 형태의 협업을 만들어 주고 있다[31].

이처럼 새로운 가치를 창출시켜주는 생태계로서의 온라인 플랫폼이 기업 간 협업을 지원하기위하여 갖추어야 하는 주요 특성을 제시한 연구들을 살펴보면 윤민아·문형남[32]은 국내외 대표적인 온라인 플랫폼 비즈니스의 사례를 분석함으로써 기업성과를 제고하기 위한 플랫폼의 공통적 특성을 공유가치성, 양면성, 개방성, 기능성, 확장성등으로 제시하였다. 또한, 조강주·박석희[33]는 온라인 문화예술 플랫폼의 개선방안을 모색하는 연구에서 온라인 플랫폼의 주요 특성을 혁신성, 공감성, 유형성, 신뢰성, 반응성등으로 제시하는 동시에 이러한 플랫폼의 주요 특성과 운영성과(운영의 만족도와 효과성)간의 관련성을 파악하여 제시하였다. 이철승 외 2인[34]은 기업을 지원하는 정보서비스 품질과 조직특성 요인이 기업성과에 미치는 영향 관계를 파악하는 연구에서 정보시스템의 정보품질, 서비스 품질, 시스템 품질에 따라 경영성과에 있어서 차이가 존재함을 확인하였다. 김윤권·이경호[35]는 사회적 기업 간 협업 지원 온라인 플랫폼의 요구특성에는 경영문제에 대한 일반적 합의, 동기부여, 의사소통, 신뢰, 리더십, 이해관계자와의 상호의존성등을 기업 간 협업의 촉진 요인으로, 원옥연[36]은 기업 간 협업을 지원하기 위한 조직의 정보시스템은 효율성, 안정성, 보안성, 이용가능성 등의 특성을 가져야 한다고 주장하고 있다(<Table 1> 참조).

Table 1. Demand characteristics of the online platform for intercompany collaboration support

Researcher (year)	Variable
MaYoon & HnMoon[2017]	Shared value, ambivalence, openness, functionality, scalability
KjCho & ShPark[2019]	confidence, empathy, tangibility, reliability, responsiveness
Yjkim, Ysyoon, Jykim & Ygjeong[2009]	Timeliness, accuracy, problem resolution, security
Ykkim & khlee[2017]	General agreement, motivation, communication, trust, leadership, interdependence, etc
WkWon[2009]	Efficiency, stability, security, availability

위에서 살펴본 기존연구에서의 정의를 토대로, 본 연구에서는 사회적 기업 간의 협업 지원 온라인 플랫폼을 “다양한 정보기술을 토대로 기업의 생산과 판매 등의 영업활동

에 투입되는 각종 인적 및 물적 자원의 교류와 공유 등 사회적 기업 간의 협업 과정을 효과적으로 지원할 수 있는 온라인 기반구조(online infra-structure)”로 정의한다. 이와 함께, 사회적 기업 간 협업을 지원하기위한 온라인 플랫폼의 구체적 요구사항과 특성에 초점을 맞추어 본 연구에서는 사회적 기업 간 협업 지원 온라인 플랫폼이 갖고 있는 주요 특징으로 기업 간 연계지원, 상호작용 강화, 업무효율성 증대, 정보처리역량 강화 등을 정의하여 이용한다.

4. Relationships between organization's characteristics and collaborative online platform's characteristics

사회적 기업 간 협업을 지원하기 위한 온라인 플랫폼의 특성에는 여러 가지의 조직내외부 요인들의 직접적 혹은 간접적 영향이 존재하게 된다. 이러한 관점에서 조직의 특성과 온라인 플랫폼의 특성 간의 관련성을 파악한 선행연구는 이성호·배성주[37], 강문영[38], 이민우[39], 윤태성·양희태[40] 등이 포함된다.

이성호·배성주[37]는 조직 생태학 관점에서 여러 조직이 참여하는 플랫폼의 경쟁력 강화에는 조직간 긴밀한 상호작용 및 전략이 많은 영향을 미치고 있다고 주장하였다. 또한, 강문영[38]은 온라인 플랫폼 기업의 지속가능 경영을 위해서는 기업의 사회적 책임, 공유가치창출, 그리고 환경·사회·기업지배구조 등이 중요하게 관리되어야 하는 요소이며 이를 위해서 기업의 다양한 플랫폼 등 인프라를 활용한 전략적 상호작용이 중요하다고 강조하였다.

이민우[39]는 자원기반관점에서 IT자원이 업무효율성에 어떠한 영향을 미치는가를 파악하는 연구에서 IT인프라와 IT스킬이 기업 간 연대 및 협력을 통한 업무효율성 향상에 긍정적 영향을 미치고 있음을 밝혀냈다. 또한, 윤태성·양희태[40]는 중소기업 온라인 협업 플랫폼 구축에 있어서 정보공유, 검색, 매칭, 협업모델링, 교육, 소셜네트워킹, 시스템 구축 등을 중요한 요소로 강조하였다.

위에서 검토한 내용을 토대로, 본 연구에서는 사회적 기업의 특성(일반 특성, 협업 특성)과 사회적 기업 간의 협업을 지원하는 온라인 플랫폼의 요구특성 간의 관련성을 검증하고자하며 사회적 기업의 일반 특성으로는 규모와 인종유형, 협업 특성으로는 협업의 개수와 협업 기간을 중심으로 온라인 플랫폼의 요구특성에 미치는 영향을 실증적으로 검증하고자 한다. 이는 기존 연구에서 탐색된적이 없는 영역으로 사회적 기업의 특성에 따른 맞춤형 온라인 플랫폼 개발의 필요성을 강조하는 새로운 시각을 제시할 수 있을 것으로 기대되며 이에 따른 검증을 위하여 다음과 같은 연구가설을 도출하였다.

H1. 사회적 기업의 일반 특성에 따라 협업 지원 온라인 플랫폼의 요구특성이 달라질 것이다.

H1-1. 기업의 규모에 따라 협업 지원 온라인 플랫폼의 요구특성이 달라질 것이다.

H1-2. 기업의 인증 유형에 따라 협업 지원 온라인 플랫폼의 요구특성이 달라질 것이다.

H2. 사회적 기업의 협업 특성에 따라 협업 지원 온라인 플랫폼의 요구특성이 달라질 것이다.

H2-1. 기업의 협업 개수에 따라 협업 지원 온라인 플랫폼의 요구특성이 달라질 것이다.

H2-2. 기업의 협업 기간에 따라 협업 지원 온라인 플랫폼의 요구특성이 달라질 것이다.

III. Research design

1. Research model and variable

본 연구에서는 국내의 사회적 기업들 간의 협업을 지원하기 위한 온라인 플랫폼이 갖추어야 하는 요구특성을 파악하는 동시에 이러한 온라인 플랫폼의 요구특성이 사회적 기업들이 지니고 있는 특성(일반 특성, 협업 특성)에 따라 어떻게 달라지는가를 파악하는데 목적을 두고 있다 (<Fig. 1> 참조).

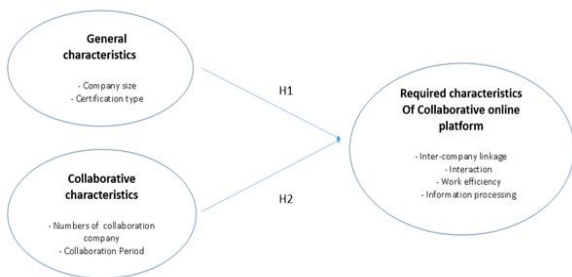


Fig. 1. Research model

본 연구에서는 독립변수인 기업의 특성을 일반 특성과 협업 특성으로 세분화하여 정의하였으며, 협업 지원 온라인 플랫폼의 요구특성으로 상호작용 강화, 정보처리 역량 강화, 기업 간 연계 지원, 업무효율성 증대로 정의하여 사용하였다(<Table 2> 참조).

Table 2. Research variables

Variables	Items
Company size	Small business owners Small and medium enterprises
Certification type	Job provision type Others, (social service provision type,

		mixed type, regional contribution type, creative innovation type)
	Number of collaboration company	Less than two companies Three or more companies
	Collaboration period	Less than two years Three or more years
Required characteristics of collaborative online platform	Inter-company linkage	- Conformity between management and technology strategies between companies (pc1) - Sharing and utilizing technology possessed by enterprises (pc2) - Share and utilize assets (facilities, etc.) owned by companies (pc3) -Core functions of the enterprise (R&D, Share and promote marketing (pc4)
	Interaction	- Increase the level of interaction between businesses (pc5) - Seamless sharing of information between businesses (pc6) - Formation and strengthening of relationships between companies (pc7) - Intercompany Win-Win Support (pc8) - Supporting discussions to find solutions to problems faced by companies (pc9)
	Work efficiency	- Support for convenient business with other companies (pc10) - Support efficient business processing with other companies (pc11) - Support fast business with other companies (pc12) - Effective support for business with other companies (pc13) - Support accurate business processing with other companies (pc14)
	Information processing	- Improving the accuracy of information processed between companies (pc15) - Minimize deformation (distortion) of information processed between companies (pc16) - Processed between businesses Keeping information secure (pc17) - Maintain security of information processed between businesses (pc18)

2. Research object and method

본 연구에서는 국내의 수도권(서울, 경기)에 소재한 사회적 기업의 임직원들을 대상으로 설문조사를 통해 다양한 통계분석과 연구가설 검증을 진행하였다. 본 연구의 설문 대상자는 기업의 운영상황을 충분히 이해할 수 있다고 판단되는 팀장 이상의 임직원으로 한정하였다.

본 연구는 이메일과 직접방문 방식을 통해 2023년 8월 1일부터 10월 30일까지 총 120부의 설문지를 배포하였으며, 이를 통해 총 96부의 설문지를 회수하였다(회수율 80%). 이와 같이 회수된 설문지 중에서 설문 항목에 불성실하게 응답한 경우를 제외하고 최종적으로 총 89부의 설문지를 대상으로 통계분석을 하였다.

본 연구의 통계분석 및 연구가설 검증을 위해 SPSS

Ver.20.0을 이용하였으며, 이를 통해 빈도분석(frequency analysis), 요인분석(factor analysis), 신뢰도 분석(reliability test), 그리고 t-Test 등을 실시하였다.

IV. Statistical analyses

1. Basic statistics of sample

본 연구의 유효 표본인 설문지 89부를 대상으로 응답 기업의 규모와 인증유형, 협업의 개수, 협업 기간 등에 대한 기초통계량을 파악하였다(<Table 3>, <Table 4> 참조).

Table 3. General characteristics of samples

Variable		Freq.(%)
company size	A small business owner	62(69.7)
	Small and medium-sized businesses	27(30.3)
certification type	Job-provision	41(46.1)
	Others	48(53.9)

Table 4. Collaboration characteristics of samples

Variable		Freq.(%)
number of collaboration company	Less than two companies	45(50.6)
	Three or more companies	44(49.4)
collaboration period	Less than two years	53(59.6)
	Three or more years	36(40.4)

분석결과, 응답 기업의 규모는 소상공인 기업이 62개(69.7%)로 높은 비중을 차지하고 있으며, 인증유형으로는 일자리 제공형이 41개사(46.1%), 일자리 제공형을 제외한 혼합형, 지역사회 공헌형, 사회서비스 제공형, 창의 혁신형 등을 모두 합한 기타가 48개사(53.9%)로 파악되었으며 협업의 개수는 2개 이하가 45개사(50.6%), 협업 기간은 2년 이하가 53개사(59.6%)로 높은 비중을 차지하고 있음을 알 수 있었다.

Table 5. Required characteristics of collaborative online platform

Items	Mean(SD)	Items	Mean(SD)	Items	Mean(SD)
pc1	5.35(1.01)	pc7	6.00(0.91)	pc13	5.75(0.98)
pc2	5.57(0.98)	pc8	6.11(0.89)	pc14	5.75(0.98)
pc3	5.60(1.00)	pc9	5.58(0.80)	pc15	5.64(1.07)
pc4	5.56(0.98)	pc10	5.80(0.89)	pc16	5.64(1.04)
pc5	5.74(0.81)	pc11	5.87(0.93)	pc17	5.66(1.03)
pc6	5.88(0.80)	pc12	5.87(0.94)	pc18	5.88(1.05)

또한, 협업 지원 온라인 플랫폼의 세부 특성 중에서 중요하게 인식하고 있는 특성은 기업 간 상호 윈-윈 지원(pc8, 6.11점), 기업 간 관계 형성 및 강화(pc7, 6.00점) 등으로 파악되었다(<Table 5> 참조).

2. Validity and reliability analysis

본 연구에서 이용하고 있는 연구변수에 대한 타당성을 분석하기 위해 아이겐 값(Eigen value) 1.0 및 요인적재량 Cut-off 0.5를 기준으로 Varimax 방식에 의한 요인분석(factor analysis)을 실시하였다(Hair et al., 1992; Nunally, 1978). 분석결과, 본 연구의 종속변수인 사회적 기업 간 협업 지원 온라인 플랫폼의 요구특성은 총 4개(업무 효율성 증대, 상호작용 강화, 정보처리역량 강화, 기업 간 연계지원)의 세부 요인으로 분류되었으며, 세부 요인의 개별 항목중 상호작용의 세부항목인 기업이 직면한 문제 해결 방안 모색을 위한 토론 지원(PC 9) 문항을 제외하고는 예상된 요인에 일관되게 높게 적재되어 세부 요인들의 개별 측정항목들에 대한 총 분산 설명력은 77.57%로 파악되었다(<Table 6> 참조).

Table 6. Validity and reliability analysis

Items	Factor1	Factor2	Factor3	Factor4
pc11	.886	.182	.218	.086
pc14	.829	.173	.234	.217
pc13	.812	.194	.328	.210
pc10	.789	.292	.194	.158
pc12	.784	.151	.267	.153
pc7	.159	.842	.141	.198
pc6	.068	.791	.245	.294
pc8	.254	.782	.201	.132
pc5	.264	.758	.193	.169
pc9	.301	.480	.381	.160
pc17	.312	.227	.854	.127
pc16	.264	.243	.813	.295
pc15	.248	.354	.796	.185
pc18	.460	.165	.723	.238
pc2	.081	.246	.245	.848
pc1	.080	.191	.185	.837
pc3	.379	.147	.116	.745
pc4	.388	.344	.162	.569
Eigen value	4.37	3.45	3.30	2.83
% of Var. Explained	24.28	19.21	18.34	15.74
Cronbach's α	.94	.88	.94	.86

이와 함께, 본 연구의 최종분석에 사용된 세부 측정항목들의 신뢰성을 파악한 결과, Cronbach's α가 0.8 수준을 상회하고 있어서 이들 설문 항목들을 본 연구의 주요 구성요소를 측정하는 도구로서 충분하다고 판단하였다.

3. Research hypothesis test

3.1 Analysis of required characteristics of collaborative online platform by general characteristics of companies

본 연구에서는 국내의 수도권에 소재하고 있는 사회적 기업을 대상으로 기업 간 협업 지원 온라인 플랫폼의 요구 특성에 있어서 사회적 기업의 일반 특성(기업규모, 인증유형)과 협업 특성(협업 개수, 협업 기간)에 따라 차이가 있는가를 파악하기 위해 t-Test를 실시하였다(<Table 7>, <Table 8> 참조).

사회적 기업의 규모를 종업원 수를 기준으로 크게 2개의 집단(소상공인 집단과 중소기업 집단)으로 분류하여 온라인 플랫폼에 대한 인식도 차이를 분석한 결과, 사회적 기업의 규모에 따른 온라인 플랫폼 요구특성에 대한 인식도는 기업 간 연계지원, 상호작용 강화, 업무 효율성 증대에서는 통계적으로 유의한 수준에서 차이가 있었으나, 정보처리 역량 강화에 있어서는 두 집단 간에 차이가 없음을 알 수 있었다. 이러한 분석결과는 협업 지원 온라인 플랫폼의 다양한 특성들에 대한 요구가 기업의 규모에 따라 다소 다르게 인식되고 있다는 점을 시사해 주고 있다고 판단된다.

사회적 기업의 5가지 인증유형(일자리 제공형, 혼합형, 지역사회 공헌형, 창의 혁신형, 사회서비스 제공형)을 크게 2개(일자리 제공형, 기타)의 집단으로, 분류하여 온라인 플랫폼에 대한 인식도 차이를 분석한 결과, 협업을 지원하는 온라인 플랫폼의 요구특성에 대한 인식도가 사회적 기업의 인증유형에 따라 달라지지 않음을 알 수 있었다.

Table 7. Difference analysis of required characteristics of collaborative online platform by company size

Freq./Mean/SD	Small business owner(62)	Small and medium-sized business(27)	T-value(Sig.)
Inter-company linkage	5.63(0.77)	5.25(0.92)	1.962(0.053)*
Interaction	5.99(0.50)	5.56(0.96)	2.766(0.007)**
Work efficiency	5.95(0.74)	5.47(0.94)	2.592(0.011)**
Information processing	5.81(0.93)	5.46(1.00)	1.580(0.118)

(Note) *P<0.1, **P<0.05

Table 8. Difference analysis of required characteristics of collaborative online platform by certification type

Freq./Mean/SD	Job-provision(41)	Others(48)	T-value(Sig.)
Inter-company linkage	5.47(0.86)	5.57(0.81)	-0.642(0.522)
Interaction	5.77(0.75)	5.94(0.64)	-1.150(0.253)
Work efficiency	5.70(0.79)	5.90(0.86)	-1.093(0.277)
Information processing	5.68(0.82)	5.71(1.07)	-0.144(0.885)

(Note) *P<0.1, **P<0.05

3.2 Analysis of required characteristics of collaborative online platforms by collaboration characteristics of companies

본 연구에서는 사회적 기업의 협업 특성에 따른 협업을 지원하는 온라인 플랫폼의 요구특성에 대한 인식도에 차이가 존재하는가를 파악하기 위하여 협업의 특성을 협업의 개수와 협업 기간에 따라 각각 2개의 집단으로 구분하여 t-Test를 실시하였다(<Table 9>, <Table 10> 참조).

기업의 협업 특성을 의미하는 협업 개수와 협업 기간에 따른 집단 간 온라인 플랫폼의 요구특성에 대한 인식도 차이를 비교 분석한 결과, 협업 지원 온라인 플랫폼 요구특성은 응답 기업의 협업 개수와 협업 기간에 따라 통계적으로 유의한 수준에서 차이가 존재하지 않음을 알 수 있었다. 이러한 분석결과는 협업 지원 온라인 플랫폼 개발에 있어 응답 기업과 다른 기업들과의 협업 개수와 협업 기간은 협업 지원하는 온라인 플랫폼의 요구특성에 대한 인식도에 있어서 크게 영향을 미치지 않는다는 점을 시사해 주고 있다고 판단된다.

Table 9. Difference analysis of required characteristics of collaborative online platform by number of collaboration companies

Freq./Mean/SD	Less than two companies(45)	Three or more companies(44)	T-value(Sig.)
Inter-company linkage	5.47(0.82)	5.56(0.86)	-0.537(0.593)
Interaction	5.82(0.63)	5.90(0.76)	-0.492(0.624)
Work efficiency	5.80(0.85)	5.82(0.82)	-0.128(0.899)
Information processing	5.68(0.96)	5.72(0.96)	-0.159(0.874)

(Note) *P<0.1, **P<0.05

Table 10. Difference analysis of required characteristics of collaborative online platform by collaboration period

Freq./Mean/SD	Less than two years(53)	Three or more years(36)	T-value(Sig.)
Inter-company linkage	5.43(0.77)	5.64(0.92)	-1.171(0.245)
Interaction	5.86(0.61)	5.86(0.81)	-0.041(0.967)
Work efficiency	5.76(0.87)	5.88(0.77)	-0.669(0.506)
Information processing	5.63(0.99)	5.81(0.91)	-0.867(0.388)

(Note) *P<0.1, **P<0.05

V. Conclusions

본 연구에서는 국내의 사회적 기업 간 협업을 지원하는 온라인 플랫폼의 요구특성이 사회적 기업의 특성에 따라 달라지는가를 파악하고자 하였다. 서울과 경기도에 있는 사회적 기업을 대상으로 설문조사와 통계분석을 하였으며,

독립변수인 사회적 기업의 특성을 일반 특성(기업 규모, 인증 유형)과 협업 특성(협업 개수, 협업 기간)으로 구분하여 이에 따른 협업 지원하는 온라인 플랫폼의 요구특성에 대한 인식의 차이를 분석하였다.

본 연구의 주요 분석결과를 요약하면 다음과 같다. 우선, 사회적 기업의 일반 특성을 기업 규모와 인증 유형으로 분류하여 이들 세부 집단 간 협업 지원 온라인 플랫폼의 요구특성에 대한 인식도 차이를 분석한 결과, 사회적 기업의 기업 규모에 따라서는 협업 지원 온라인 플랫폼의 요구특성 중 정보처리 역량 강화를 제외한 나머지 특성에 대한 인식도에 있어서 통계적으로 유의한 수준에서 차이가 있음을 알 수 있었다. 이러한 결과는 사회적 기업의 규모에 따른 정보처리 역량에 대한 인식도와는 무관함을 알 수 있었으며 또한, 예상과는 달리 사회적 기업의 인증 유형이나 협업 개수, 협업 기간에 따라서는 협업 지원 온라인 플랫폼의 요구특성에 대한 인식도에서 유의한 수준에서 통계적으로 차이가 없음을 알 수 있었다. 이는 본 연구가 서울과 경기도에 위치한 사회적 기업에 한정되었으며 정량적 분석에서 표본의 수가 다소 부족하게 진행됨으로서 연구결과의 일반화에 한계점이 있음을 시사한다. 따라서 지역적 다양성을 반영하며 다양한 변수와 더 많은 표본을 구성하여 사회적 기업이 협업을 지원하는 온라인 플랫폼을 효과적으로 선택하고 활용할 수 있는 구체적이고 실용적인 가이드라인을 제시할 수 있는 보다 깊이 있고 정량적인 후속 연구가 필요하다.

본 연구는 선행연구들에서 제시된 협업 및 온라인 플랫폼의 특성을 검토함으로써 사회적 기업 간 협업 지원 온라인 플랫폼이 갖추어야 하는 특성에 대하여 종합적으로 파악함과 동시에, 이러한 온라인 플랫폼의 요구특성이 사회적 기업의 일반적 특성과 협업의 특성에 따라 어떻게 달라지는가를 실증적으로 분석한 결과를 제시하였다는 점에서 학문적 시사점을 발견할 수 있다. 이와 함께, 본 연구에서는 좀 더 효율적인 협업을 위해 협업 지원 온라인 플랫폼이 갖추어야 하는 특성 중 어떠한 특성이 중요하게 관리되어야 하는지와 관련하여 지침을 제공하고 있다는 측면에서 시사점을 찾아볼 수 있다.

REFERENCES

- [1] Eypark, "An exploratory study on the effects of social enterprises' networking activities and social capital on their performance," Graduate School, Kookmin University. 2019
- [2] Mhshin, "A study of conceptualizing 'social economy' in the context of Korean society," Korea Social Science Studies Association, No.75, pp. 11-46, 2009.
- [3] Yjlee and Syum, "The Impact of Shared Value Creation of Social Enterprise on Organizational Performance," The Journal of the Korea Contents Association, Vol. 18, No. 4, pp. 369-379, 2018.
- [4] EaLee, "Examples of fostering and practicing social enterprises as a practice of community welfare," Korean Association of Community Welfare, Vol. 32, No. 4, pp.31-48, 2013.
- [5] Smcho, Slkwon and Sjkim, "Do Organizational Factors Influence the Outcome of Social Enterprise?" Korean Journal of Social Welfare, Vol. 64, No. 3, pp. 29-50, 2012.
- [6] Sklee and Sbcho, "A Study on the Success Factors of On-line Collaboration for Manufacturing Innovation Using AHP Analysis," Journal of Information Technology Services (JITS), Vol.10, No.3, pp. 1-19, 2011.
- [7] KrKim, "Factor analysis and implications for the realization of central ministry collaboration," The Korean Association for Policy Studies(KAPS), Vol.13, pp. 159-176, 2013.
- [8] YkKim, "A Study on the Drivers and Constraints of Collaborative Administration," Korean Association of Public Administration(KAPA), Vol. 18, No. 3, pp.150-170, 2013.
- [9] A. M. Thomson and J. L. Perry, "Collaboration Processes: Inside the Black Box," Public Administration Review, Vol. 66, pp. 20-32, 2006.
- [10] J. C. Anderson and J. A. Narus, "A model of distributor firm and manufacturer firmworking partnerships," Journal of Marketing, Vol. 54, pp. 42-58, 1990.
- [11] Wwchoi, Skhong and Jwahn, "A Study on Development of Geo-Spatial Collaboration Platform Prototype based on V-world Platform," Academic Conference of the Korean Society of Spatial Information, pp. 186-187, 2015.
- [12] Sllee, "For commercial space design strategy Collaboration platform development study," Graduate School Yeungnam University, 2019
- [13] Mayoan and Hnmoon, "Fourth Industrial Revolution and Platform Business," Korea Association of International Area Studies, Vol. 27, pp. 157-167, 2017.
- [14] Sbkang and Tsmonn, "Influence of Organization and IS Factors on SCM Performance and the Mediating Effect of Collaboration," The Journal of Internet Electronic Commerce Research, Vol. 12, No. 4, pp. 161-182, 2012.
- [15] Lsjin and Hckim, "A Theoretical Study for the Development of Evaluation Index of e-Trade Platform Performance," The Journal of Korea Research Society for Customs, Vol. 9, No. 4, pp. 293-316, 2008.
- [16] Ckjoo and Shpark, "A Study on the Performance of Online Culture and Arts Platforms: The Case of the Cyber Literature Plaza(Munhak Gwangjang) of the Arts Council of Korea," The Journal of Cultural Policy, Vol. 33, No. 2, pp. 53-84, 2019.

- [17] Korea Social Enterprise Promotion Agency, a social enterprise with one hand, 2020.
- [18] Ybcho, Shkwag and Jrryu, "A Study On The Effects Of Job Embeddedness On Staying In Organization," *Journal of Human Resource Management Research*, Vol. 15, No. 1, pp. 173-200, 2008.
- [19] Khsynn and Stsuh, "A Study on the Governance Analysis of Social Enterprise: Focused on Comparing Cases of Sinsu Happy Village and Hongsung Lohas," *Journal of the Korean Urban Management Association*, Vol. 27, No. 1, pp. 317-343, 2014.
- [20] OECD, *Social Enterprises*, 1999.
- [21] M. Auteri, "The entrepreneurial establishment of a Public nonprofit organization," *Public Organization Review*, Vol. 3, No. 2, pp. 171-189, 2003.
- [22] Ministry of SMEs and Startups, 2018.
- [23] Wspark and Jypark, "Characteristics of network and the performance of venture firms : An empirical evidence," *Journal of Organization and Management*, Vol. 29, No. 1, pp. 115-140, 2005.
- [24] YeKim and ShLee, "The impact of public-private collaboration on performance in local tourism projects," *Collection of international academic presentations of the Korean Tourism Association*, Vol. 82, pp. 43-48, 2017.
- [25] S. R. Smith, "Social Capital, Community Coalitions, and the Role of Institutions," Duke University, Sanford Institute of Public Policy, Durham, NC: U.S, 1995.
- [26] W. L. Bedwell, J. L. Wildman, D. DiazGranados, M. Salazar, W. S. Kramer and E. Salas, "Collaboration at work: An integrative multilevel conceptualization," *human resource management review*, Vol. 22, No. 2, pp. 128-145, 2012.
- [27] Resonance and Catalyst, "Catalysing Collaboration: How & Why Corporates & Social Enterprises Should Partner to Achieve the Sustainable Development Goals, 2016.
- [28] M. Huysentruyt, J. Mair and U. Stephan, "Market-Oriented and Mission-Focused: Social Enterprises Around the Globe," 2016.
- [29] Social Enterprise UK, "The State of Social Enterprise in Singapore", 2020.
- [30] Social Enterprise UK, "The State of Social Enterprise in South East Asia", 2021.
- [31] Sjdong, "Research on Success & Failure of Platform business in perspective of multi-method research," *International Commerce and Information Review*, Vol. 15, No. 2, pp. 387-410, 2013.
- [32] MaYoon and HnMoon, "The Fourth Industrial Revolution and Platform Business," *The International Association of Regional Studies Spring Academic Presentation Papers*, Vol. 2017, pp. 157-167, 2017.
- [33] KjCho, ShPark, "Study on the Performance of Online Culture and Arts Platforms: The Case of Cyber Literature Plaza," *Cultural Policy Discussion*, pp. 1738-1258, 2019.
- [34] Lee Cslee, IsKo, and CJeong, "A Study on the Impact of Quality and Organizational Characteristics of Corporate Support Information Service on Service Utilization and Corporate Performance," *Spring Conference of the Korean Management Information Society*, pp. 487-492, 2008.
- [35] Ykkim and khlee, "A study on the impact factors for performance in collaborative public administration," *Korean Public Administration Review*, Vol. 51, No.2, pp. 123-155, 2017.
- [36] WkWon, "An Empirical Investigation of SNS Websites: Quality Factors, User Satisfaction, Intention of Continuous Use, and Intention of Words-of-Mouth," Graduate thesis at Inha University, 2009.
- [37] Shlee and Sjbae, "Platform Interaction and Strategy from the Perspective of Organizational Ecology," *Journal of Korea Technology Innovation Society*, Vol. 22, No. 2, pp. 220-241, 2019.
- [38] Mykang, "Sustainable Management of Major Online Platforms in the Republic of Korea," *The Journal of Business Education*, Vol. 36, No. 1, pp. 75-125, 2022.
- [39] Mwlee, "The Effects of Mobile Smart-Work IT Resources of Resource Based View on the Work Efficiency : based on moderating effects of the perceived usefulness," *Journal of Digital Convergence*, Vol. 14, No. 7, pp. 93-102, 2016.
- [40] Tsyoon and Htyang, "Online Collaboration Platform Strategy for Small and Medium Enterprises," *The Journal of International Trade & Commerce*, Vol. 9, No. 1, pp. 149-171, 2013.

Authors



Sun-Hwa Lee completed her Ph.D. course at Gangnam University. She is a representative of a social enterprise. She earned her master's degree from Gangnam University, and her research interests include social

enterprise, platform, collaboration, strategic use of information technology, mobile commerce and mobile payment systems, and business intelligence



Jong-Soo Yoon is a professor in the college of business and management at Kangnam University. He received his PhD from Korea University. His current research interests include strategic use of information systems,

information strategy planning, application of social enterprise, platform, collaboration, customer relationship management and balanced scorecard in business, and mobile internet service.