지역개발연구 제53권 제3호, 2021년 12월, pp.209-238
The Studies in Regional Development, Vol.53, No.3, 2021
http://dx.doi.org/10.35526/srd.2021.53.3.008

한국 사회적경제 기업의 생태계 구조*

- 구매·판매 거래의 가치사슬을 중심으로 -

변 장 섭**·나 주 몽***

본 연구는 한국 사회적경제 기업의 생태계에 대한 정량적인 정보가 부족한 상황에서, 각 개별 기업의 구매·판매 데이터를 구축하고, 가치사슬 측면에서의 생태계 구조를 파악하였다. 이를 위해 사회네트워크분석을 활용하였고, 추정된 중심성으로 생태계 구조에서 핵심적인 기업을 도출하였으며, 지역과 산업 측면에서의 가치사슬 구조를 파악하였다. 분석 결과는 다음과 같다. 첫째, 기업 간 네트워크에서는 사회혁신을 추구하는 민간영역의 사회적경제 기업군과 대기업에 원·하청을 받는 제조업 부문의 기업군, 대규모 유통채널을 이용하는 농수산식품 부문의 기업군, 공공기관에 의존하는 기업군, 사회적경제 기업 연합체를 통한 자체 거래 네트워크를 형성하는 기업군과 같은 서브네트워크가 확인되었다. 둘째, 지역 간 네트워크에서는 대부분의 지역에서 지역 내 생태계가 확인되었고, 타 지역과의 거래는 주로 수도권에 집중되는 현상이 나타났다. 셋째, 산업 간 거래 네트워크에서는 지역 내 공공기관에 대한 의존성이 재차 확인되었다. 이러한 분석 결과는 한국 사회적경제의 생태계를 활성화시키기 위한 정책을 제안하고, 한국형 사회적경제 기업의 모형을 정립하기 위한 기본적인 현황자료로 활용될 것으로 기대된다.

주제어 : 사회적경제, 생태계, 가치사슬, 사회네트워크분석, 거래자료

Ⅰ. 들어가며

한국의 사회적경제는 정부의 주도하에 법률적 제도화[1]가 이루어지며 이에 기반한 지원정책에 힘입어 사회적경제 기업 수가 급격히 증가하는 양적 성장을 이루었다[2]. 그러나 개별 사회적경제 기업들의 질적 수준은 저하되고 있다[3]. 특히

* 이 논문은 2020년 대한민국 교육부와 한국연구재단의 지원을 받아 수행된 연구이며(NRF-2020S1A5B8104093), 제3회 대한민국 사회적경제 박람회: 사회적경제 전문 대학연구소 공동학술대회의 발표논문을 수정·보완함.

** 주저자, 전남대학교 지역개발연구소 학술연구교수 Tel: 062-530-1428 E-mail: jsbyeon@jnu.ac.kr

*** 교신저자, 전남대학교 경제학부 교수 Tel: 062-530-1561 E-mail: najumong@jnu.ac.kr

1) 2006년 「사회적기업육성법」과 2012년 「협동조합기본법」이 제정·시행되면서 사회적경제 기업을 지원하는 정책의 법률적 기반이 본격적으로 마련되었다.

2) 정부의 발표에 의하면, 2016년 대비 2019년까지 사회적경제 기업의 수와 종사자 수가 각각 연평균 약 10%와 5% 증가하였고, 취약계층 고용이 2016년 대비 2018년에 31.5천명에서 37.3천명으로 증가하였으며, 사회목적 재투자도 2018년

협동조합은 사업이 운영되지 않거나 운영이 되더라도 정상적인 이윤을 남기지 못하는 사례가 많아지고 있다[4].

이렇게 한국 사회적경제 기업의 질적 성장이 정체되는 원인에 대해서는 다양한 의견들이 있다[5]. 그중에서 가장 주목할 만한 원인은 사회적경제 기업이 정부 자본에 과도하게 의존하는 것이다. 즉 조직이 자체적으로 자원을 충당할 수 없기에 외부로부터 자원을 조달하지 못하면 조직을 지속할 수 없다는 것이다(민윤경, 2016; 김형돈, 2020 재인용).

따라서 많은 연구들이 사회적경제 기업의 질적 성장을 위해서는 사회적경제 생태계가 활성화되어야 한다고 제안한다(강대성 외, 2015; 변장섭·나주몽, 2016; 오단이 외, 2017; 이홍택, 2018; 송원근·이은선, 2020). 즉 사회적경제 기업이 외부 이해관계자의 자원에 의존하지 않고—또는 지원이 없더라도—, 생태계에서 다양한 조직들과의 유기적인 거래를 통해 다양한 지식과 경험, 자원을 획득하면 결국 기업의 생산성 향상을 기대할 수 있다(Lieberman & Demeester, 1999; 변장섭·유창호, 2021 재인용). 따라서 한국 사회적경제 기업의 질적 성장을 위해서는 다른 조직들과의 유기적인 관계를 통해 자생력과 역량을 향상시킬 수 있는 생태계 활성화가 필요할 것이다.

사회적경제 생태계를 활성화시키기 위한 정책적 제안을 하기 위해서는 기본적으로 그 생태계 구조에 대한 실태파악이 우선되어야 할 것이다. 그러나 현재 사회적경제 생태계에 관한 선행연구들에서는 한국 전체의 그 구조를 파악한 연구가 없다. 전국적인 수준에서 사회적경제 기업이 다른 조직들과 어떠한 관계를 형성하고 있는지에 대한 정량적인 데이터가 없기 때문이다[6].

이러한 관점에서 본 연구는 한국 사회적경제 기업의 생태계 구조 실태를 파악하기 위해 전국에 소재한 사회적경제 기업들이 다른 조직들과 거래하는 데이터를 구축하였다. 그리고 사회네트워크분석(Social Network Analysis)을 통해

1,419억 원을 기록하는 등 사회적경제 기업의 양적 성장과 사회적가치 창출의 성과를 이루었다(관계부처 합동, 2020).

3) 사회적기업은 기업 당 평균 매출액(중위값)이 2007년 911백만 원에서 2011년 826백만 원, 2019년 566백만 원까지 하락하였으며, 기업 당 평균 유급근로자 수도 2007년 50.8명에서 2011년 23.3명, 2019년 20.9명까지 떨어졌다(한신대학교 산학협력단, 2012; 한국노동연구원, 2020)

4) 협동조합은 전체 설립·인가된 협동조합 중 54.2%만 사업이 운영되고 있고, 평균 당기순이익은 2014년 1,935만 원에서 1,458만 원으로 감소하였으며, 평균 부채는 2014년 162만 원에서 2018년 12,094만 원까지 증가하였다(기획재정부, 2020).

5) 문다영(2021)은 이에 대해 주민들의 사회적경제에 대한 인식 부족, 지역의 특수성을 반영하지 못하는 정책, 정부 자본에 대한 과도한 의존, 사회적경제 기업에 대한 성과평가의 한계 등을 지적한다.

6) 단, 일부 선행연구들에서는 설문조사를 통해 특정 지역의 사회적경제 기업이 다른 조직들과 연계활동을 하는 데이터를 구축하여 사회적경제 지역생태계 구조 실태를 파악하기도 한다. 이에 대해서는 후술하기로 한다.

한국 사회적경제 기업의 생태계 구조를 시각적이고 정량적으로 보여주고자 한다. 단 사회적경제 기업은 일반적으로 사회적 가치와 경제적 가치를 모두 추구하기 때문에(Borzaga & Defourny, 2004), 그 생태계 구조를 파악하기 위해서는 엄밀한 의미에서 사회적인 연계활동도 고려해야 한다. 그러나 전국적인 수준에서 사회적경제 기업들의 이러한 연계활동에 대한 조사가 이루어지지 않고 있으며, 결국 관련 데이터도 없는 실정이다. 단, 후술할 ㈜한국기업데이터의 자료를 이용하면 경제적인 거래에 대해서는 데이터를 확보할 수 있다. 따라서 본 연구는 가치사슬 측면에서 한국 사회적경제 기업의 생태계 구조를 분석하고자 한다.

Ⅱ. 이론적 배경 및 선행연구

1. 사회적경제 생태계와 가치사슬 구조

사회적경제는 그 본질에 대한 개념적 정체성의 결핍과 기업 및 조직 등 서로 다른 유형의 특징에 대한 엄격한 정의가 명확하지 않은 비가시성 때문에 그 개념과 범주를 명확히 정의하기 어렵다(EESC, 2012). 또한 역사와 그 전개과정이 제각각 달랐기 때문에 국가와 지역별로 사회적경제의 정의가 상이하며, 사회적경제의 목적과 조직형태, 운영원칙 및 규범적 원리 등 어느 것에 초점을 맞추느냐에 따라 학자들마다 그 정의가 다르게 나타난다(신명호, 2021). 이러한 관점에서 신명호(2021)는 사회적경제의 개념을 '기업 및 조직들' 차원과 '경제활동' 차원, 그리고 이들보다 훨씬 상위차원의 '경제체제(생산양식)'으로 "혼란스러운 사회적경제 개념의 층위"를 설명한다. 이 세 가지 층위 중에서 '기업 및 조직들'은 다른 차원과 비교하여 개념의 범주가 상대적으로 좁지만, 사회적경제의 비가시성과 그 개념적 추상성이 다소 해소되어 조작적 정의를 더욱 수월하게 한다.

그래서 사회적경제의 생태계를 개념적으로 정의하기에는 매우 어렵지만, '기업 및 조직들'로 한정하여 사회적기업의 생태계를 정의하는 연구들이 다소 있다. CASE(2008)는 사회적기업 생태계를 사회적기업이 유기적 환경체로 발전할 수 있는 다양한 이해당사자와의 네트워크 체계로 정의하고 있다(이인재·황주희, 2013; 변장섭·나주몽, 2016 재인용). 또한 라준영(2014)은 사회적기업도 일반 비즈니스와 마찬가지로 사회적으로 필요한 재화와 서비스를 생산하는 기업조직이므로, 사회적기업 생태계도 일종의 비즈니스 생태계로 정의한다. 여기서 비즈

니스 생태계는 개별 기업을 대상으로 가치의 창출과 제공에 영향을 미치고 또한 그것으로부터 영향을 받는 기업들(공급자, 유통업자, 아웃소싱 기업, 관련 제품 생산자, 기술 제공자 등)의 느슨한 네트워크를 의미한다(Iansiti & Levien, 2004; 박웅·박호영, 2014 재인용). 즉 사회적경제 기업의 생태계는 이를 구성하는 조직간 네트워크가 중요하다고 볼 수 있다. 사회네트워크이론에 따르면, 협력은 조직 성과에 긍정적인 영향을 미치며(Burt, 1992). 사회적경제 기업이 더 많은 연계활동을 수행할수록 그 성과는 더 좋아질 수 있다(Squazzoni, 2009). 실제 사회적경제 기업의 네트워크 활동이 사회적·경제적 성과에 긍정적인 영향을 미친다는 연구는 많이 이루어져 왔다(최석현 외, 2012; 이재희·조상미, 2015).

특히 생태계의 관점에서 보면, 김영수 외(2012)는 비즈니스 생태계에서 핵심조직(keystone player)이 안정적이고 예측 가능한 공통자산(common assets)을 제공하여 생태계 전체의 건강을 향상시키는 가장 중요한 역할을 한다고 주장한다. 즉, 사회적기업 생태계의 건강성을 위해서는 규모가 큰 성공적인 사회적기업이 필요하다. 규모가 큰 기업이 출현할수록 소규모의 작은 기업이 늘어나 비즈니스 생태계의 다양성이 높아진다(Carroll, 1985; 라준영, 2014 재인용). 이러한 관점에서 강대성 외(2015)는 사회적기업 생태계의 안정적 조성과 장착을 위해 일반 기업과 사회적기업의 파트너십 형성의 연계모델을 사회적기업 행복나래㈜를 통해 제시하고 있다. 이 연구에서는 대기업에 기반한 사회적기업 행복나래㈜가 다른 사회적기업의 자립을 돕는 역할을 하고 있으며, 파트너십과 지속성 측면에서 좋은 모델이라고 주장한다. 따라서 사회적경제 생태계를 지속가능하게 활성화시키기 위해서는 이렇게 민간영역에서 생태계의 핵심조직의 역할을 할 수 있는 사회적경제 기업이 중요하다고 볼 수 있다.

한편 라준영(2014)은 사회적기업 생태계를 혁신생태계와 시장생태계로 구분한다. 전자는 사회적경제 기업의 혁신이 연계협력 활동을 통해 지식과 정보를 교류하고 혁신적인 아이디어를 창출하면서 이루어진다. 후자는 사회적기업이 생산활동을 위해 자본을 투입하고 상품을 거래하면서 이루어진다. 즉 사회적경제 기업의 경제적 가치는 일반 기업과 마찬가지로 상품의 거래를 통해 이루어지는 일종의 가치사슬 구조에서 창출되는 것이다. 가치사슬(value chain)이란 특정 제품 혹은 서비스가 아이디어 단계에서부터 연구개발, 생산, 판매되어 최종소비자에게 도달하기까지 수행되는 모든 기술적 활동과 경제활동을 의미한다(이승철, 2007). 따라서 경제적 가치 측면에서 사회적경제 기업의 생태계는 결국 다른 조직들과의 상품거래를 통해 이루어지는 가치사슬 구조가 얼마나 유기적으로 작

동하는 것인지가 중요하다고 볼 수 있다.

2. 사회적경제 기업의 생태계에 대한 선행연구

한국 사회적경제 기업의 생태계에 대한 선행연구는 크게 두 가지의 유형으로 구분할 수 있다. 첫 번째 유형은 사회적경제 기업의 네트워크 활동을 하나의 변수로 보고, 그 효과를 측정하는 연구이다(문주상 외, 2020). 이러한 연구들은 사회적경제 기업의 사회적 네트워크 활동이 사회적·경제적 성과에 영향을 미친다는 것을 실증하여 주장한다. 박현희·박은영(2017), 문주상 외(2020) 등의 연구는 사회적경제 기업의 네트워크 활동을 설문조사를 통해 척도로 가중치를 추정한다. 이양복·최항석(2016)은 사회적기업의 자율경영공시자료에서 네트워크 다양성을 척도로 측정하여 사회적기업의 성과에 미치는 영향을 분석한다. 반면 이재희·조상미(2015), Bae et al.(2018), 민윤경·홍경준(2020) 등의 연구는 사회적경제 기업이 네트워크 활동을 하고 있는 다른 조직을 특정하여, 사회네트워크를 재구성하고 그 네트워크에서의 중심성을 추정하여 개별 모형의 변수로 활용한다.

대부분의 연구는 사회적경제 기업의 사회적 네트워크 활동의 정도를 설문조사를 통해 파악한다. 이것은 전술한 바와 같이 사회적경제 기업의 네트워크 활동에 대한 기본적인 데이터가 부재하기 때문이다. 그러나 이러한 연구들은 사회적경제 기업이 네트워크 활동을 하는 다른 조직을 특정할 수 없기 때문에, 엄밀한 의미에서의 생태계 구조를 파악하는 것은 아니다.

이에 반해 두 번째 유형으로 사회적경제 기업의 생태계 실태를 직접적으로 파악하는 연구가 있다. 권용덕·김덕주(2011)는 사회적기업의 생태계를 연대영역(공공경제, 시장경제, 사회적경제)과 연대유형(재정지원, 시장제공, 기타 지원), 연대주체(시·군, 광역자치단체, 정부)로 구분하고, 경상남도의 57개 사회적기업 및 자활공동체를 대상으로 한 설문조사를 통해 네트워크 구조를 파악하였다. 그 결과 경상남도의 사회적기업은 연대영역에서는 공공영역, 연대유형에서는 시장제공, 연대주체별로는 해당 시군과의 관계가 높게 형성되어 있었다. 김찬미·김경민(2014)은 서울특별시 관악구에 소재한 27개 인증(예비)사회적기업을 대상으로 사회네트워크를 재구성하여, 설문조사를 통해 기업 간 교류의 정도를 파악하였다. 이 연구에서는 사회적기업의 교류 대상이 공공기관 및 비영리 부문으로 제한적이며, 수요가 적고 업종간 격차로 인해 실질적인 협업이 미흡하다고 지적한다. 그러나 공공부문의 육성 프로그램 등에 참여한 사회적기업 간의 네트워크

는 인지나 교류가 많이 이루어지고 있다고 주장한다. 변장섭·나주몽(2016)은 광주광역시의 144개 사회적경제 기업(사회적기업, 협동조합, 마을기업)의 가치사슬과 혁신자원 및 혁신활동, 재정지원 등에 대한 설문응답 자료를 활용하여 사회네트워크분석으로 그 연계구조를 파악하였다. 이유리·이명훈(2017)은 서울특별시 성수동의 21개 사회적경제 조직을 대상으로 대인면접설문조사를 수행하고, 커뮤니티 네트워크의 구조적 특성과 중추조직을 도출하였다. 이 연구는 근린 단위에서 사회적경제 조직 커뮤니티를 물리적으로 구축하는 조직과 지역·주민단체 등 지역사회와 활발한 활동을 전개하는 조직이 중추조직이며, 이들이 근린 단위에서 커뮤니티의 네트워크 관계를 확장하고 형성해 나간다고 주장한다. 송미·윤희정(2019)은 강원도 춘천시의 15개 문화·관광 분야 사회적경제 조직을 대상으로 한 사회네트워크분석으로, 총 8개 협력네트워크에 대한 특성을 파악하였다. 그 결과, 협력강도가 낮은 연계활동에서는 핵심조직을 중심으로 한 네트워크가 형성되나, 협력강도가 낮은 연계활동에서는 소규모의 산발적인 네트워크가 형성되어 있다고 밝혀냈다.

이러한 연구들은 모두 설문조사를 통해 사회적경제 기업이 네트워크 활동으로 직접 연계하는 조직을 특정하고, 사회네트워크분석을 활용하여 그 정도를 정량적으로 제시하고 있다. 단, 설문조사의 한계로 모두 특정 지역의 특정 유형으로 한정하여 연구가 이루어졌다는 한계가 있다.

본 연구는 선행연구들과 비교하여 다음과 같은 차별성을 두고 있다. 첫째, 전국 규모의 사회적경제 기업의 생태계를 파악하는 것이다. 기존 선행연구들은 설문조사 등의 한계로 특정 지역을 대상으로 한 연구에 그쳤다는 한계가 있다. 본 연구는 이와 달리 전국 규모의 사회적경제 기업의 데이터를 구축하고 이를 통해 한국 사회적경제 기업의 생태계 모형을 일반화시킬 수 있다는 장점이 있다. 둘째, 설문조사의 주관적 인식의 한계를 극복하고자, ㈜한국기업데이터라는 공식적인 기관에 등록된 데이터를 활용하였다. 셋째, 사회적경제 기업의 가치사슬 구조를 다양한 관점에서 살펴보기 위해, 기업 간 네트워크는 물론 지역과 산업(업종)간 네트워크로 확장하였다. 이것은 간접적으로 각 지역별 생태계의 실태를 파악할 수 있고, 또한 가치사슬 측면에서 상품과 서비스의 산업(업종) 간 흐름을 파악할 수 있는 장점이 있다.

Ⅲ. 분석자료 및 방법

1. 분석자료

한국 사회적경제 기업의 가치사슬 구조를 파악하기 위해, 다음과 같은 과정으로 데이터를 구축하였다. 첫째, 유형별 사회적경제 기업에 대한 기본 데이터를 수집한다. 이를 위해, 사회적경제의 각 유형별로 해당하는 관리 부처(기관)의 공시자료를 확보하였다. 단, 부처형 예비사회적기업은 통합 자료가 존재하지 않기 때문에, 각 부처별로 공고문을 확인하여 한국 사회적경제 기업의 기본 리스트를 정리하였다. 이렇게 각 유형별로 사회적경제 기업에 대한 1차 데이터를 수집한 결과, 다음의 <표 Ⅲ-1>과 같이 총 20,809개 사회적경제 기업이 확인되었다.

<표 Ⅲ−1> 1차 데이터 수집 결과: 각 유형별 사회적경제 기업 현황

구분	기업 수	기준년도	출처
예비사회적기업(지역형)	919	2018년 12월 말	한국사회적기업진흥원(고용노동부)
예비사회적기업(부처형)	497	2018년 12월 말	각 해당 부처
인증사회적기업	2,122	2018년 12월 말	한국사회적기업진흥원(고용노동부)
협동조합	14,543	2018년 12월 말	한국사회적기업진흥원(고용노동부)
마을기업	1,514	2018년 03월 말	행정안전부
자활기업	1,214	2018년 12월 말	보건복지부
합계	20,809		

주 : 시기별로 각 부처(기관)가 공시하는 자료 및 공고문의 집계방식이 상이하여, 일부 데이터는 공시자료와 약간의 오차가 있을 수 있음.

둘째, 동일 기업을 필터링한다. 사회적경제 기업은 여러 부처로부터 지원·관리받기 때문에, 특정 기업들은 여러 유형을 중복하여 인증·지정·인가 받는 사례가 많다. 또한 각 유형별로 관리 부처(기관)가 상이하여, 동일 기업임에도 다른 기업으로 인식될 수 있다. 따라서 1차 수집된 데이터를 토대로 동일 기업을 필터링하였다. 이를 위해, 우선 각 유형별 기업 정보를 기업명 기준으로 정렬하여, 기업명이 동일하거나 유사한 기업을 표기하였다. 그 다음으로 기업명이 동일하거나 유사한 기업은 대표자명, 주소, 사업자번호 등을 비교하여 동일 기업임을 판별한다[7]. 이렇게 동일 기업을 필터링한 결과, 20,809개 기업이 19,821개 기업

으로 줄어들며, 최종 기업 리스트를 확보하였다.

<표 Ⅲ-2> 2차 데이터 수집 결과: 각 유형별 사회적경제 기업 현황

구분	1차 기업 수	단일 유형	2중 유형	3중 유형	4중 유형	2차 기업 수
예비사회적기업(지역형)	919	656	818	65	4	19,821
예비사회적기업(부처형)	497	389				
인증사회적기업	2,122	1,828				
협동조합	14,543	13,755				
마을기업	1,514	1,256				
자활기업	1,214	1,050				
합계	20,809	18,934				

셋째, 각 사회적경제 기업의 세부정보를 보완한다. 각 기업의 정보는 이를 공시하는 부처(기관)마다 상이하나, 일반적으로 기업명, 대표자, 주소, 업종 등의 데이터를 제공한다. 그런데 여기서 업종은 대부분 한국표준산업분류(Korean Standard Industrial Classification) 등으로 명확히 제공하지 않고, 각 케이스별로 매우 상이하게 제공하고 있다[8]. 이에 본 연구에서는 산업(업종)간 가치사슬 구조를 명확히 파악하기 위해 각 사회적경제 기업의 업종을 한국표준산업분류 기준 세세분류로 최대한 세분화시켰다. 업종 데이터는 우선 ㈜한국기업데이터의 K리포트(http://www.kreport.co.kr/)와 채용정보사이트 사람인(https://www.saramin.co.kr)에 등록된 업종 정보를 확보하였다. 단, 이러한 사이트에 정보가 등록되지 않은 기업이나 '산업 단체' 등으로 업종이 불명확하게 지정된 협동조합은 각 기업의 사업내용 및 홈페이지의 정보를 확인하여, 한국표준산업분류 세세분류로 업종을 지정하였다.

---

7) 동일 기업을 판별하는 기준은 다음과 같이 적용하였다. ① 주소가 같고, 대표자가 같은 경우는 동일 기업으로 판별한다. ② 주소가 같고, 대표자가 같으나, 사업자번호가 다른 경우는 다른 기업으로 판별한다. ③ 대표자는 같으나, 소재 지역이 다른 경우: 사업장 이전 여부를 확인하여 판별하되, 사업장을 이전하였으면 동일기업, 사업장을 확장한 경우 다른 기업으로 분류한다. ④ 대표자와 소재 지역은 같으나, 주소가 일부 다른 경우에는 우선 사업장 이전 여부를 확인하여 판별하되, 사업장을 이전하였으면 동일기업, 사업장을 확장한 경우 다른 기업으로 판별한다. ⑤ 주소가 같고 사업내용은 유사하나, 대표자가 다른 경우는 동일 기업으로 판별한다. 이 사례는 대표자가 바뀌거나, 동일 사업장을 다른 유형으로 인증(지정·인가)받을 때 가족 또는 지인명으로 대표자를 신고하는 경우가 있다. 일부 기업의 경우, 각 유형 내에서도 동일한 기업이 중복된 경우가 있다. 예를 들어, 사업장 주소는 다르나 사업장이 이전된 경우나 협동조합 정보에서는 동일한 기업이 인가일이 상이하여 다른 기업으로 인식된 경우도 있다.

8) 협동조합은 한국표준산업분류의 중분류로 업종을 제공하고 있으나, 사회적기업과 마을기업, 자활기업은 각 기업별로 업종이 아니라 사업내용을 제공하고 있다.

마지막으로, 사회적경제 기업의 구매·판매 거래자료를 확보한다. 이것은 ㈜한국기업데이터의 DB를 이용하였다. 여기서 각 기업별로 최대 구매 거래처 3개, 판매 거래처 3개 등 총 6개 거래정보를 확인할 수 있었다. 이렇게 정리한 결과, 전체 19,821개 기업 중 863개 사회적경제 기업의 거래 자료를 확보할 수 있었다. 863개 사회적경제 기업이 구매 및 판매를 위해 거래한 업체(또는 기관) 수는 3,636개가 확인되었고[9], 최종적으로 사회적경제 기업과 그 거래업체(또는 기관)는 총 4,499개로 정리되었다. 또한 총 4,499개 노드(사회적경제 기업과 그 거래업체)가 구매 및 판매를 위해 거래한 링크는 구매 거래 2,189개, 판매 거래 2,130개로 확인되었다.

2. 분석방법

상술한 한국 사회적경제 기업의 거래자료를 토대로 구성한 사회적경제 기업의 생태계의 특성을 파악하기 위해, 사회네트워크분석을 이용한다. 사회네트워크는 사회적 현상을 구성하는 행위자들인 노드(node)와 노드들 간의 사회적 관계인 링크(link)로 표현하는 구조이며, 이러한 사회네트워크의 구조적 속성을 분석하는 것이 사회네트워크분석이다(이수상, 2012). 따라서 본 연구에서는 사회적경제 기업이 노드가 되고 사회적경제 기업 간 구매·판매 거래관계를 링크로 정의한다. 그리고 이러한 노드와 링크로 구성된 사회적경제 기업의 네트워크를 구조적으로 파악하기 위해 중심성(Centrality) 지표를 추정한다.

중심성은 네트워크 내에서 특정한 노드가 가지는 영향력의 정도를 나타내는 것이기 때문에 주로 네트워크에서 중요한 노드들을 판별해내는 용도로 활용이 된다(이수상, 2018). 이러한 점에서 본 연구는 한국 사회적경제 기업의 생태계에서 핵심조직을 판별하기 위해 다음과 같은 중심성 지수를 추정한다.[10][11] 첫째, 연결된 노드의 수를 의미하는 연결정도(degree)를 이용한 연결중심성(Degree

9) 한편 사회적경제 기업 이외 거래업체의 정보도 불명확한 경우가 있다. 예를 들어, 미상, 일반수요자, 수입, 수출, 기타 등 정보가 불확실한 거래 업체는 제외하였고, 각 업체에 대한 정보는 다시 ㈜한국기업데이터, 취업정보사이트(사람인 등)를 통해, 업종(세세분류 기준)과 소재지역 등을 보완하였다.

10) 중심성의 가장 대표적인 지표는 Freeman(1979)이 제시한 연결중심성(Degree Centrality)과 근접중심성(Closeness Centrality), 매개중심성(Betweenness Centrality)이다. 또한 Bonacich(1972)는 위세중심성(Prestige Centrality)를 개발하는데, 그 중 하나가 아이겐벡터(Eigenvector Centrality)이다. 이 중심성은 근접중심성을 보완한 것으로, 근접중심성이 네트워크의 전역적 수준에서 연결거리의 값을 근거로 계산한다면, 아이겐벡터 중심성은 노드들 간의 연결거리에서 나타나는 패턴과 그 패턴에서 각 노드의 위치(eigenvector)를 토대로 중심성 값을 추정한다(이수상, 2012). 이러한 측면에서 본 연구는 연결중심성과 매개중심성을 추정하고, 근접중심성보다 이를 보완한 위세중심성(Eigenvector)도 함께 추정한다.

11) 각 중심성 지표의 수식은 이수상(2012)과 김용학·김영진(2016)을 참조하여 요약 정리하였다.

Centrality)을 추정한다. 사회네트워크에서 행위자 i와 다른 모든 행위자들 j와의 관계인 연결중심성은 다음과 같이 계산한다.

$$\deg ree_{ik} = \sum_{i=1}^{N} Z_{ijk} = Z_{jk} \quad (1)$$

여기서 연결중심성은 방향성이 있는 네트워크의 경우, 그 방향에 따라 내향연결중심성(In-degree Centrality)과 외향연결중심성(Out-degree Centrality)으로 구분된다. 본 연구에서의 네트워크도 이렇게 방향에 따라 구분한다. 즉 한국 사회적경제의 각 개별 기업들이 제품 또는 서비스를 생산하기 위해 필요한 원료 및 부품 등을 구매할 때에는 이를 제공하는 거래처에서 구매하는 사회적경제 기업으로 가는 관계로 방향성이 정의된다. 즉 이 경우에는 사회적경제 기업 측면에서 거래처에서 재화가 이동하여 오는 In-degree로 정의할 수 있다. 또한 사회적경제 기업이 생산한 제품 또는 서비스를 판매할 때에는 이를 제공하는 사회적경제 기업에서 이를 구매하는 거래처로 가는 관계로 방향성이 정의된다. 이 경우에는 사회적경제 기업 측면에서 거래처로 재화가 이동하기 때문에 Out-degree로 정의할 수 있다.

둘째, 매개중심성(Betweenness Centrality)을 추정한다. 이 지표는 한 노드가 네트워크 내의 다른 노드들 사이에 위치하는 정도를 의미한다. 따라서 한 노드가 다른 노드들 사이의 최단 거리를 연결하는 선, 즉 최단 경로(geodesic) 위에 위치하면 할수록 그 노드의 매개중심성은 높아진다(김용학·김영진, 2016). 매개중심성은 다음과 같이 계산한다.

$$C_B(p_m) = \sum_{i}^{N}\sum_{j}^{N} \frac{g_{imj}}{g_{ij}}, \text{ 단 } i < j, i \neq j \quad (2)$$

여기서 g_{ij}는 노드 i, j를 연결하는 최단 경로의 수이고, g_{imj}는 노드 m이 i, j 사이의 최단 경로 위에 위치하는 경우의 수이다.

셋째, 위세중심성(Eigenvector Centrality)을 추정한다. 이 지표는 개별 노드의 중심성과 해당 노드의 이웃한 노드들의 중심성 지표를 고려한 것으로, 연결된 노드들의 중심성에 가중치를 부여하여 노드의 중심성을 측정하게 된다(이수상, 2012). 위세중심성은 다음과 같이 계산한다.

$$P_i = \sum_{j=1}^{N-1} P_j Z_{ji}, \; 0 \leq p_i \leq 1 \quad (3)$$

지금까지 설명한 중심성은 한국 사회적경제 기업의 생태계에서 핵심조직을 판별하기 위해 사용하는 지표이다. 다음은 이 생태계에서 응집력이 강한 서브 그룹을 구분해 내기 위해 E-I Index(External-Internal Index)와 SMI(Segregation Matrix Index), Cohesion Index를 추정한다.

E-I Index는 특정 그룹에 대한 외부 링크와 내부 링크 간의 관계에 대한 지수를 의미한다(Krackhardt & Stern, 1988). 즉 동일한 그룹 내의 노드 간 링크와 다른 그룹 간의 노드 간 링크를 비교한다. 이 지수는 다음과 같이 계산한다.

$$E-I\ index = \frac{EL-IL}{EL+IL} \tag{4}$$

여기서 EL은 외부 그룹의 노드와 연결된 링크 수이며, IL은 내부 그룹의 노드와 연결된 링크 수이다. 결과 값은 -1과 1 사이의 값을 갖는데, -1은 모든 링크가 동일한 그룹에서 연결된다는 것을 의미하고, 1은 모든 링크가 다른 그룹의 노드와 연결되어 있다는 것을 의미한다.

Fershtman & Chen(1993)에 의해 제안된 SMI는 다음과 같이 추정한다.

$$SMI = \frac{D_{A,A} - D_{A,B}}{D_{A,A} + D_{B,B}} \tag{5}$$

여기서 $D_{X,Y}$는 그룹 X에서 그룹 Y로의 링크 밀도를 의미한다. 따라서 SMI는 같은 그룹 내에 밀도가 다른 그룹 내에 밀도보다 큰 경우에 1에 가까운 값을 가지며, 그렇지 않은 경우에는 -1의 값을 가진다.

Bock & Husain(1950)은 사회적 네트워크에서 서브 그룹 내 결속 강도와 서브 그룹간 결속 강도의 비율을 측정하는 Cohesion Index를 제안한다. 이 지수는 각 그룹 간 보다는 같은 그룹 내에 링크들이 얼마나 집중되어 있는지를 의미하며, 다음과 같은 수식으로 계산된다.

$$Cohesion\ Index = \frac{\dfrac{\sum_{i \in N_s} \sum_{j \in N_s} x_{ij}}{g_s(g_s-1)}}{\dfrac{\sum_{i \in N_s} \sum_{j \notin N_s} x_{ij}}{g_s(g-g_s)}} \tag{6}$$

여기서 N은 전체 네트워크이고, N_s는 N의 서브 그룹이며, g와 g_s는 각각

전체 네트워크와 서브 그룹을 구성하는 노드를 의미한다. 즉 전체 네트워크 N에 g 노드가 있고, 서브 그룹 N_s에 g_s 노드가 있는 경우, 외부에 있는 관계 대신 내부에 강한 유대 관계가 있는 정도에 대한 척도가 이 비율에 의해 제공된다 (Wasserman & Faust, 2006).

Krackhardt & Stern(1988)은 E-I Index에서 주목할 점이 단순히 외부 그룹과의 연계를 측정하는 것이 아니라 내부 그룹에 대한 외부 그룹의 지배력을 측정할 수 있다고 주장한다. 즉 이 지수는 외부와의 연계가 감소함에 따라 측정값이 떨어질 수도 있지만, 내부에서의 연대를 증가시킴으로써 이 지수의 측정값이 떨어질 수도 있다. 이와 반대로 SMI는 내부 그룹의 밀도가 외부 그룹의 밀도보다 클수록 지수가 1에 가깝게 증가한다. 즉 내부 그룹에서의 결속력이 강해질수록 지수가 상승하는 것이다. Cohesion Index는 서브 그룹 간의 응집력을 직접적으로 제시하고 있다.

종합해보면, 이러한 지수들은 사회적경제의 지역생태계 관점에서 적용했을 때, 지역 외부와의 연계와 지역 내부에서의 연계를 비교하여 지역생태계가 얼마나 결속력 있게 잘 형성되어 있는지를 측정할 수 있다. 따라서 본 연구에서는 E-I Index, SMI, Cohesion Index를 측정해서 한국 사회적경제 기업의 생태계가 17개 광역자치단체별로 어떠한 차이가 있는지, 각 지역별로 내부 생태계가 얼마나 잘 형성되어 있는지 비교분석하고자 한다.

Ⅳ. 한국 사회적경제 기업의 가치사슬 구조

1. 기업간 거래 네트워크

본 장에서는 기본적으로 한국 사회적경제 기업의 가치사슬 구조를 파악하기 위해 기업간 구매·판매 거래 네트워크에서 중심성이 높은 핵심 조직을 확인하였다(<표 Ⅳ-1>과 [그림 Ⅳ-1] 참조). <표 Ⅳ-1>에서 내향연결중심성은 거래의 방향에 따라 주로 사회적경제 기업이 생산한 제품 및 서비스를 판매하는 대상 조직이 되며, 외향연결중심성은 주로 사회적경제 기업이 제품 및 서비스를 생산하기 위해 필요한 원료 및 부품을 구매하는 대상 조직에 해당한다. 매개중심성은 구매와 판매 거래를 연결해주는 역할이 강한 조직들이며, 위세중심성은 전체 네트워크에서 파급효과가 가장 큰 핵심적인 조직을 의미한다.

한국 사회적경제 기업의 가치사슬 구조에서 가장 핵심적인 조직은 행복나래㈜로 나타났다[12]. 이것은 강대성 외(2015)가 제안한 바와 같이, 민간영역에서 한국 사회적경제 기업의 생태계를 활성화시키는 핵심역할을 행복나래㈜가 수행하고 있는 것으로 보인다. 행복나래㈜는 사회적기업을 지원하기 위해 SK가 설립한 구매서비스 회사로서 협력사와 고객사의 효율적인 공급망 관리 체계를 구축하는 SCM 전문기업이다. 즉 한국 사회적경제 기업의 산업 자재의 공급망 측면에서 가치사슬의 흐름을 행복나래㈜가 주도하고 있다고 볼 수 있다. 결국 이러한 민간영역의 사회적경제 핵심기업이 생태계를 유기적으로 작동시키는 중요한 역할을 할 수 있다는 것을 증명한다.

구매 네트워크에서는 현대자동차㈜와 기아㈜, ㈜아워홈, 삼성웰스토리㈜와 같은 대기업의 연결중심성이 높게 나타났다. 제품 및 서비스를 생산하기 위해 필요한 원료 및 부품을 주로 대기업을 통해 조달하는 것으로 보인다. 즉 현대자동차㈜와 기아㈜는 제조업 부문에서 활동하는 사회적경제 기업들이 이러한 대기업으로부터 하청받아 부품을 조달하며, ㈜아워홈과 삼성웰스토리㈜는 식자재 공급과 관련한 원료 흐름에 핵심적인 역할을 하는 것으로 판단된다. 씨제이대한통운㈜은 사회적경제 기업의 구매 거래를 위한 택배물류의 핵심적인 역할을 하는 것으로 보인다.

판매 네트워크에서는 행복나래㈜를 제외하면, 크게 세 가지 유형이 나타난다. 첫째, 롯데쇼핑㈜과 ㈜농협하나로유통과 같은 유통플랫폼이다. 즉 사회적경제 기업들이 생산한 제품을 판매하기 위해 온·오프라인에서 대규모의 유통채널을 확보하고 있는 이러한 플랫폼을 활용하는 것이다. 둘째, 서울특별시청, 국민건강보험공단, 한국농어촌공사, 한국수자원공사, 한국토지주택공사 등 자치단체와 공사의 연결중심성이 높게 나타났다. 즉 공공구매를 통해 사회적경제 기업의 제품이 많이 판매되고 있는 것이다. 권용덕·김덕주(2011)의 연구처럼 한국 사회적경제 기업은 공공영역과의 연대가 높다고 볼 수 있다. 셋째, 한살림소비자생활협동조합연합회와 두레소비자생활협동조합연합회의 연결중심성도 높게 나타났다. 이것은 사회적경제 기업이 연합체의 형태로 자체적인 판매 네트워크를 구축한 것이다.

한편 위세중심성에서는 영농조합법인 등 농식품 부문에서 활동하는 사회적경제 기업이 많이 나타났다. 이러한 사회적경제 기업들의 주요 거래처를 살펴보면,

12) 외항연결중심성과 매개중심성, 위세중심성이 가장 높은 조직은 한국전력공사이다. 이것은 사회적경제 기업의 활동에 필요한 기본적인 전력 구매 거래가 반영된 것으로 판단되어, 분석결과의 해석에서는 제외하였다.

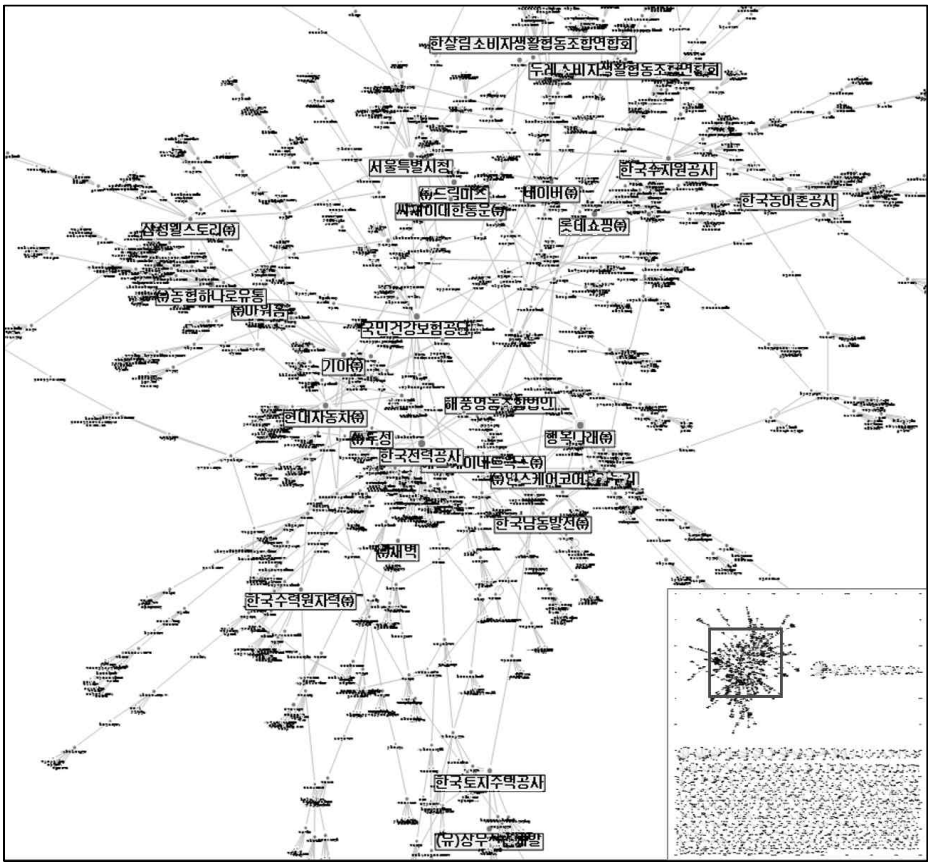
구매 거래에서는 지역 내외의 다양한 농수산물 거래처로부터 원료를 구매하지만, 판매 거래에서는 롯데쇼핑㈜, ㈜농협하나로유통 등의 대규모 유통채널을 활용하고 있다. 이와 관련하여, 네모토 마사쯔구(2014)는 로컬푸드 운동이 발전하기 위해서는 사회적경제 기업이 지자체와 대등한 관계로 참여하면서 새로운 공

<표 Ⅳ-1> 기업간 거래 네트워크에서 중심성이 높은 사회적경제 기업 및 거래업체

순위	기업명	내향연결 중심성	기업명	외향연결 중심성
1	행복나래㈜	0.003557	한국전력공사	0.004669
2	롯데쇼핑㈜	0.003112	현대자동차㈜	0.002668
3	서울특별시청	0.003112	기아㈜	0.002223
4	㈜농협하나로유통	0.002668	㈜아워홈	0.002001
5	국민건강보험공단	0.002446	삼성웰스토리㈜	0.001556
6	한국농어촌공사	0.002223	씨제이대한통운㈜	0.001556
7	한국수자원공사	0.002223	(유)상우산업개발	0.001334
8	한국토지주택공사	0.002223	㈜영진크린	0.001334
9	한 살림소비자생활협동조합 연합회	0.001779	㈜드림미즈	0.001334
10	두레소비자생활협동조합 연합회	0.001556	행복나래㈜	0.001334
11	한국수력원자력㈜	0.001556	네이버㈜	0.001334
순위	기업명	매개 중심성	기업명	위세 중심성
1	한국전력공사㈜	0.000164	한국전력공사	0.557170
2	행복나래㈜	0.000134	행복나래㈜	0.222031
3	㈜농협하나로유통	0.000047	해풍영농조합법인	0.166343
4	㈜새벽	0.000045	황수연전통식품영농조합법인	0.162303
5	에스케이네트웍스㈜	0.000045	(유)효송그린푸드	0.139432
6	㈜두성	0.000044	국민건강보험공단	0.138305
7	㈜우리누리	0.000044	㈜청코리아	0.137973
8	㈜인스케어코어	0.000042	㈜새벽	0.130904
9	한국남동발전㈜	0.000041	꽃뫼영농조합법인	0.126512
10	해풍영농조합법인	0.000039	(유)가이아	0.123702
11	현대자동차㈜	0.000037	㈜일터	0.123702

주 : 사회적경제 기업 및 당사자 협의체는 음영으로 표기함.

공영역을 확대해 나가야 한다고 주장한다. 이러한 측면에서 보면 농식품 부문에서 활동하는 한국 사회적경제 기업은 로컬푸드 운동에 크게 기여하는 가에 대해서 본 연구에서는 확인되지 않고 있다[13]. 물론 개별 사회적경제 기업의 경제적 가치 측면의 이윤창출을 위해서는 전국 규모의 유통채널을 확보하는 것이 중요할 수 있으나 지역의 사회적 가치 창출 측면에서는 로컬푸드 운동에 기여하는 것도 사회적경제의 사명일 수도 있을 것이다.



주 : 기업간 거래 전체 네트워크(우하단 작은 사각형)와 메인 네트워크(큰 사각형)를 의미하며, 노드의 라벨은 중심성(연결, 매개, 위세)이 높은 사회적경제 기업 및 거래업체(기관)를 표기한 것임.

[그림 Ⅳ-1] 기업간 거래 네트워크

13) 단, 위세중심성이 높은 농식품 부문의 사회적경제 기업 중 황수연전통식품영농조합법인은 생산품을 판매하기 위해 로컬푸드직매장 및 지역의 단위농협과 거래를 주로 하고 있지만, 그 외 위세중심성 상위 그룹 중 로컬푸드 측면에서 적극적으로 활동하는 농식품 부문의 사회적경제 기업은 확인되지 않고 있다.

2. 지역간 거래 네트워크

지역간 거래 네트워크는 사회적경제 기업의 기본적인 거래 데이터를 각 기업의 소재지역으로 블록모델링(blocking modeling)하여 측정하였다[14].

<표 Ⅳ-2>는 한국 사회적경제 기업의 광역자치단체 간 거래 네트워크의 중심성 추정 결과이다. 가장 중심성이 높은 지역은 서울특별시와 경기도이다. 이것은 절대적인 사회적경제 기업의 수가 많기 때문이다. 이 외에 강원도와 전라북도는 매개중심성과 위세중심성이 높게 나타났다. 이러한 지역은 인구 당 사회적경제 기업 수가 많으며, 사회적경제 기업의 활동이 상대적으로 강한 것으로 볼 수 있다.

<표 Ⅳ-2> 지역(광역자치단체)간 거래 네트워크의 중심성 추정 결과

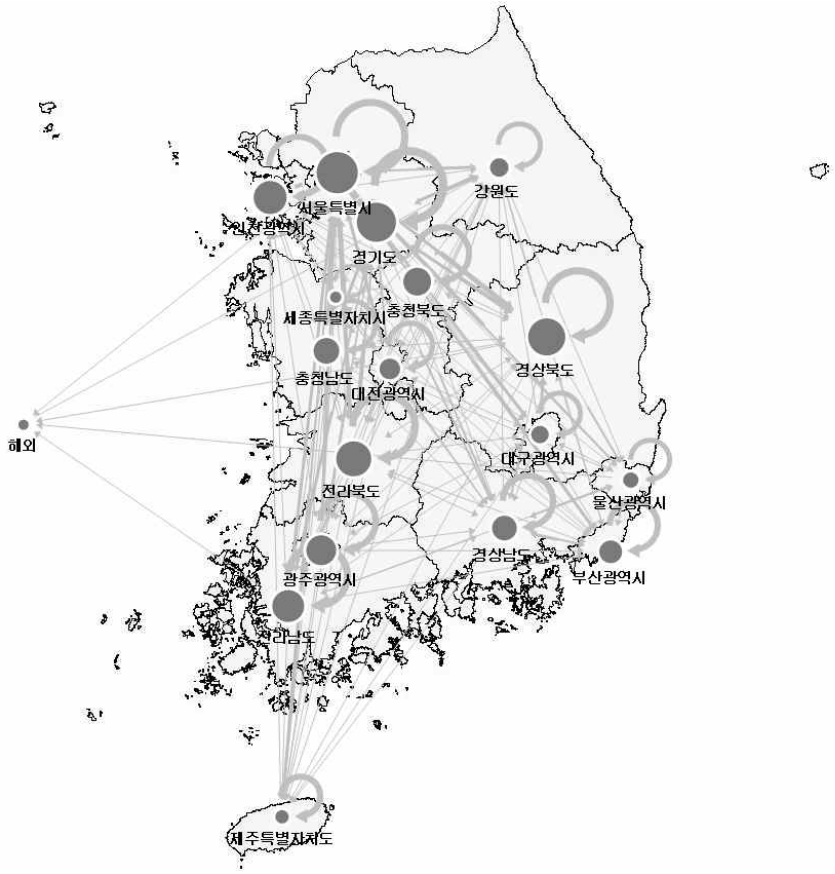
순위	기업명	내향연결중심성	기업명	외향연결중심성
1	서울특별시	23.529412	서울특별시	23.588235
2	경기도	17.470588	경기도	23.470588
3	경상북도	7.000000	인천광역시	5.823529
4	전라북도	5.705882	경상북도	5.764706
5	전라남도	5.058824	전라북도	5.294118
6	인천광역시	5.000000	전라남도	5.235294
7	경상남도	4.705882	충청남도	4.117647
8	충청북도	4.529412	광주광역시	4.000000
9	광주광역시	4.294118	충청북도	3.705882
10	강원도	4.117647	부산광역시	3.588235
11	충청남도	3.764706	대전광역시	3.529412
12	부산광역시	3.647059	대구광역시	3.294118
13	대전광역시	3.588235	울산광역시	3.000000
14	대구광역시	3.294118	강원도	2.941176
15	울산광역시	2.823529	경상남도	2.705882
16	제주특별자치도	2.294118	제주특별자치도	1.058824
17	세종특별자치시	0.941176	세종특별자치시	0.764706
18	해외	0.294118	해외	0.176471

14) 블록모델링(blocking modeling)은 속성이 동일한 노드들을 그 속성 값을 기준으로 같은 그룹으로 압축하는 것으로 복잡한 네트워크를 단순화할 수 있다(구양미, 2008; 변장섭·나주몽, 2016 재인용). 본 절에서는 사회적경제 기업의 소재지역의 속성 값으로 블록모델링을 하였으며, 다음 절에서는 사회적경제 기업의 대표업종으로 기업간 거래 데이터를 단순화시켰다.

순위	기업명	매개중심성	기업명	위세중심성
1	강원도	0.070717	경기도	0.757051
2	서울특별시	0.050121	서울특별시	0.611388
3	경기도	0.029900	전라북도	0.098467
4	경상북도	0.022456	경상북도	0.093388
5	전라남도	0.021848	인천광역시	0.091294
6	인천광역시	0.020698	충청북도	0.075497
7	경상남도	0.020353	강원도	0.059338
8	대전광역시	0.015620	충청남도	0.055417
9	충청남도	0.014920	전라남도	0.054891
10	부산광역시	0.012079	광주광역시	0.047634
11	전라북도	0.011433	부산광역시	0.044332
12	울산광역시	0.009631	대전광역시	0.042936
13	대구광역시	0.009333	경상남도	0.037233
14	광주광역시	0.008814	울산광역시	0.036005
15	충청북도	0.005521	대구광역시	0.032679
16	세종특별자치시	0.003776	제주특별자치도	0.032357
17	제주특별자치도	0.003661	세종특별자치시	0.011969
18	해외	0.000000	해외	0.001839

그런데 [그림 Ⅳ-2]를 살펴보면, 호남권과 영남권 간의 거래가 매우 미흡하다는 것을 알 수 있다. 즉 두 권역이 최근 달빛동맹으로 경제·문화적인 교류를 적극적으로 추진하고 있지만, 아직 사회적경제 기업의 실질적인 거래가 매우 부족한 실정이다. 호남권과 영남권은 해당 권역 내에서의 거래는 물론 주로 서울특별시와 경기도 등 수도권과의 거래가 더욱 높게 나타났다.

지역 단위를 기초자치단체로 더욱 세밀하게 살펴보았다(<표 Ⅳ-3> 참조). 한국 사회적경제 기업의 가치사슬 구조에서 연결중심성과 매개중심성이 가장 높은 기초자치단체는 서울특별시 중구와 강남구, 경기도 성남시이다. 이경미·정원오(2017)의 연구에서는 서울특별시 중구와 강남구 등이 민간의 네트워크 역량과 자치구의 정책 추진 역량이 매우 낮은 수준이라고 주장한다. 그런데 본 연구에서는 오히려 이러한 자치구가 거래 네트워크에서 중심성이 매우 높게 나타났다. 이것은 사회적 연계활동 측면에서는 민간의 네트워킹과 자치구의 관련 정책



주 : 노드의 크기와 링크의 굵기는 거래의 정도(Degree)를 표현한 것임.

[그림 Ⅳ-2] 지역(광역)간 거래 네트워크

추진 역량이 약하지만, 상품시장 측면에서 보면, 경제적 거래 활동은 활발하다고 볼 수 있다. 수도권 이외의 지역에서는 광주광역시 북구와 전라북도 전주시, 전라북도 익산시 등도 강한 네트워크가 형성되어 있다. 이러한 지역들은 해당 지역에서 사회적경제 기업의 수도 많고 활발한 활동을 하는 것으로 인식되는 곳들이다.

한편 위세중심성을 보면 제주특별자치도 제주시가 매우 높게 나타났다. 이것은 지리적인 접근성의 제한으로 제주특별자치도가 타 지역과의 거래가 어렵기 때문에 지역 내 네트워크가 강하게 형성되었다고 볼 수 있다.

<표 Ⅳ-3> 지역(기초자치단체)간 거래 네트워크에서 중심성이 높은 기초자치단체

순위	기업명	내향연결중심성	기업명	외향연결중심성
1	서울특별시_중구	0.364807	서울특별시_중구	0.321888
2	서울특별시_강남구	0.304721	경기도_성남시	0.296137
3	경기도_성남시	0.244635	서울특별시_강남구	0.287554
4	서울특별시_종로구	0.193133	경기도_용인시	0.210300
5	전라북도_전주시	0.193133	서울특별시_서초구	0.206009
6	충청북도_청주시	0.184549	경기도_안양시	0.188841
7	서울특별시_마포구	0.180258	광주광역시_북구	0.184549
8	서울특별시_송파구	0.180258	경기도_화성시	0.180258
9	광주광역시_북구	0.167382	경기도_파주시	0.180258
10	경기도_용인시	0.158798	전라북도_전주시	0.175966
11	전라북도_익산시	0.154506	서울특별시_영등포구	0.175966
12	서울특별시_성동구	0.154506	서울특별시_송파구	0.175966
13	경기도_파주시	0.150215	서울특별시_용산구	0.167382
14	서울특별시_서초구	0.150215	서울특별시_마포구	0.163090
15	제주특별자치도_제주시	0.145923	서울특별시_금천구	0.158798
순위	기업명	매개중심성	기업명	위세중심성
1	서울특별시_중구	0.094012	제주특별자치도_제주시	0.562689
2	경기도_성남시	0.065565	경기도_성남시	0.245028
3	서울특별시_강남구	0.065062	서울특별시_강남구	0.234398
4	충청북도_청주시	0.040546	서울특별시_중구	0.228934
5	서울특별시_송파구	0.037817	충청북도_청주시	0.205562
6	경기도_용인시	0.036343	경기도_고양시	0.158005
7	전라북도_전주시	0.034365	경기도_용인시	0.139672
8	광주광역시_북구	0.032518	경기도_수원시	0.135967
9	서울특별시_금천구	0.032105	경기도_화성시	0.134866
10	서울특별시_영등포구	0.026939	전라북도_전주시	0.133365
11	경기도_남양주시	0.026266	경기도_파주시	0.132943
12	서울특별시_서초구	0.025953	서울특별시_서초구	0.125642
13	서울특별시_성동구	0.024983	전라북도_익산시	0.118502
14	전라남도_나주시	0.022294	서울특별시_성동구	0.117952
15	경기도_화성시	0.021540	경기도_남양주시	0.116962

한국 사회적경제 기업의 지역생태계 실태를 파악하기 위해 광역자치단체를 기준으로 지역별 커뮤니티분석을 실시하였다. <표 Ⅳ-4>에서 E-I Index는 -1에 가까울수록 지역 내 그룹에서 거래가 많이 이루어지는 것이고, 1에 가까울수록 다른 지역과의 거래가 더 활발하게 이루어진다는 것이다. SMI는 반대로 1에 가까울수록 같은 지역 내의 거래 밀도가 높다는 것이고, -1에 가까울수록 다른 지역과의 거래 밀도가 높다는 것이다. 마지막으로 Cohesion Index는 지역 내 거래가 얼마나 집중되어 있는지를 의미한다.

지역별 커뮤니티분석 추정 결과를 보면, 제주특별자치도와 세종특별자치시가 사회적경제 기업의 지역생태계의 결속력이 강한 것으로 나타났다. E-I Index를

<표 Ⅳ-4> 지역(광역자치단체)별 커뮤니티분석 추정 결과

연번	자치단체명	Size	Denisty	E-I Index	SMI	Cohesion Index
1	서울특별시	857	0.000	0.392	0.481	1.455
2	부산광역시	141	0.003	0.302	0.928	13.671
3	대구광역시	127	0.003	0.345	0.931	13.826
4	인천광역시	169	0.003	0.426	0.880	8.473
5	광주광역시	159	0.003	0.252	0.930	13.413
6	대전광역시	119	0.003	0.437	0.918	11.913
7	울산광역시	84	0.006	0.338	0.955	21.586
8	세종특별자치시	30	0.016	0.333	0.987	63.414
9	경기도	844	0.001	0.255	0.556	2.016
10	강원도	100	0.005	0.384	0.951	16.232
11	충청북도	128	0.004	0.405	0.927	11.934
12	충청남도	121	0.003	0.475	0.908	10.643
13	전라북도	227	0.003	0.146	0.920	11.490
14	전라남도	163	0.003	0.313	0.914	11.444
15	경상북도	204	0.003	0.352	0.902	8.276
16	경상남도	144	0.003	0.313	0.949	13.037
17	제주특별자치도	83	0.009	0.017	0.984	42.709
18	해외	8	0	1	-1	0
합계		3,708				

주 : 소재지역(광역자치단체)이 확인되지 않는 노드(사회적경제 기업 및 거래업체(기관))는 제외하고 커뮤니티분석을 수행함.

기준으로 보면 제주특별자치도가 지역 내 거래가 가장 많으며, SMI와 Cohesion Index로 보면 세종특별자치시가 지역 내 거래 밀도 및 집중도가 높다. 제주특별자치도의 경우 전술한 바와 같이, 지리적인 이격으로 타 지역과의 거래가 어렵기 때문에, 불가피하게 사회적경제 기업의 지역생태계에서 강한 유대 관계가 나타난 것으로 판단된다. 세종특별자치시의 경우는 샘플 Size가 30개로 상대적으로 적기 때문에 명확한 해석을 하기 어렵지만, 지역 내에 소재한 주요 정부부처와의 공공구매 네트워크가 집중되었다고 볼 수 있다.

반대로 서울특별시와 경기도는 타 지역과의 거래가 많기 때문에 주요 지표에서 지역생태계의 결속력이 낮게 나타났다. 그렇다고 해서 이 두 지역의 지역생태계가 활성화되지 않았다고 할 수는 없다. Krackhardt & Stern(1988)의 주장을 뒤집어 적용해보면, 수도권 이외 지역에서의 거래 수요가 많기 때문에, 상대적으로 지역 내부의 연대가 감소한 것처럼 측정값이 변화할 수 있을 것이다.

3. 산업간 거래 네트워크

한국표준산업분류(KSIC) 세세분류 업종을 기준으로 산업간 거래 네트워크를 살펴보았다(<표 Ⅳ-5> 참조). 외향연결중심성(구매 네트워크)을 제외하면, 모든 중심성에서 지방행정 집행기관이 높게 나타났다. 지방행정 집행기관은 광역시·도청, 시군구청, 읍면사무소, 동 행정복지센터 등이 해당한다. 즉 이 업종이 높다는 것은 권용덕·김덕주(2011)의 연구처럼 한국 사회적경제 기업이 지역 내 자치단체와의 연대가 높다는 것을 알 수 있다. 가치사슬 측면에서 보면, 공공구매의 의존성이 높다고 볼 수도 있다. 한편 박현희·박은영(2017)의 연구에서는 사회적기업이 중앙정부의 네트워크는 사회적·경제적 성과에 직·간접적인 영향이 없었지만, 지방자치단체와의 네트워크가 성과에 간접적으로 긍정적인 영향을 미쳤다고 추정되었다. 즉 지역에 착근하여 발현하고 활동하는 사회적경제 기업의 측면에서 지역 내 자치단체와의 거래도 지역생태계를 활성화시키는 중요한 요인이 될 수도 있다.

이 외에 중심성이 높은 업종을 살펴보면 건축물 일반 청소업과 사업시설 유지·관리 서비스업은 사회적경제 기업의 주요 활동영역인 건축물의 청소와 관리 서비스에 해당하는 것이다. 또한 농수산식품 관련 저장 처리업과 도·소매업이 높게 나타났으며, 전자상거래 도·소매업과 백화점 등 온·오프라인 유통과 관련된 업종도 높게 나타났다.

<표 Ⅳ-5> 산업(한국표준산업분류 세세분류 업종)간 거래 네트워크에서 중심성이 높은 업종

순위	기업명	내향연결 중심성	기업명	외향연결 중심성
1	지방행정 집행기관	0.195089	건축물 일반 청소업	0.079127
2	건축물 일반 청소업	0.065484	기타 과실·채소 가공 및 저장 처리업	0.075034
3	그 외 기타 협회 및 단체	0.064120	응용 소프트웨어 개발 및 공급업	0.069577
4	상품 종합 도매업	0.062756	기타 가공식품 도매업	0.062756
5	기타 과실·채소 가공 및 저장 처리업	0.061392	도배, 실내장식 및 내장 목공사업	0.053206
6	응용 소프트웨어 개발 및 공급업	0.061392	지방행정 집행기관	0.053206
7	전자상거래 소매업	0.058663	전자상거래 소매업	0.050477
8	채소류, 서류 및 향신작물류 도매업	0.058663	기타 인쇄업	0.049113
9	기타 가공식품 도매업	0.055935	경영 컨설팅업	0.047749
10	사업시설 유지·관리 서비스업	0.053206	기타 교육지원 서비스업	0.047749
11	기타 교육지원 서비스업	0.050477	컴퓨터 및 주변장치, 소프트웨어 도매업	0.046385
12	그 외 기타 비거주 복지 서비스업	0.043656	시스템 소프트웨어 개발 및 공급업	0.043656
13	도배, 실내장식 및 내장 목공사업	0.043656	채소류, 서류 및 향신작물류 도매업	0.040928
14	기타 신선식품 및 단순 가공식품 도매업	0.039563	기타 목재가구 제조업	0.039563
15	백화점	0.039563	컴퓨터 제조업	0.039563
순위	기업명	매개 중심성	기업명	위세 중심성
1	지방행정 집행기관	0.093057	지방행정 집행기관	0.423743
2	응용 소프트웨어 개발 및 공급업	0.057805	전자상거래 소매업	0.222464
3	기타 과실·채소 가공 및 저장 처리업	0.051051	건축물 일반 청소업	0.210272
4	전자상거래 소매업	0.048505	응용 소프트웨어 개발 및 공급업	0.206875
5	상품 종합 도매업	0.047434	기타 과실·채소 가공 및 저장 처리업	0.195385
6	사업시설 유지·관리 서비스업	0.044383	기타 교육지원 서비스업	0.190693
7	건축물 일반 청소업	0.042612	도배, 실내장식 및 내장 목공사업	0.185484
8	도배, 실내장식 및 내장 목공사업	0.038681	그 외 기타 협회 및 단체	0.146670
9	시스템 소프트웨어 개발 및 공급업	0.031822	사업시설 유지·관리 서비스업	0.144565

순위	기업명	매개 중심성	기업명	위세 중심성
10	기타 인쇄업	0.031074	기타 가공식품 도매업	0.139568
11	경영 컨설팅업	0.028416	전시, 컨벤션 및 행사 대행업	0.136759
12	그 외 기타 비거주 복지 서비스업	0.026597	채소류, 서류 및 향신작물류 도매업	0.132603
13	기타 가공식품 도매업	0.026015	상품 종합 도매업	0.126066
14	근무복, 작업복 및 유사의복 제조업	0.024555	컴퓨터 및 주변장치, 소프트웨어 도매업	0.124118
15	기타 교육지원 서비스업	0.024214	공연 기획업	0.122077



주 : 링크의 굵기는 거래의 정도(Degree)를 표현한 것임.

[그림 Ⅳ-3] 산업(중분류)간 거래 네트워크

Ⅴ. 결론

본 연구는 한국 사회적경제 기업의 구매·판매 거래자료를 확보하여 가치사슬 구조 측면에서 생태계를 파악하였다. 특히 기업간 네트워크를 확장하여 지역과 산업 간의 가치사슬 구조도 파악하였다.

분석 결과를 정리하면 다음과 같다. 우선 기업간 네트워크를 분석한 결과, 한국 사회적경제 기업의 가치사슬 구조에서는 여러 서브네트워크가 확인된다. 첫째, 행복나래㈜를 중심으로 한 사회혁신을 추구하는 민간영역의 사회적경제 기업군이다. 행복나래㈜는 사회적경제 기업의 산업 자재 공급망을 직접적으로 지원하는 역할을 하고 있다. 즉 이러한 민간영역의 핵심기업이 공공영역의 지원을 받지 않고도 사회적경제 기업의 생태계를 활성화시키는 성과가 나타날 수 있는 것이다. 둘째, 대기업에 원·하청을 받는 제조업 부문의 사회적경제 기업군이다. 이것은 특히 구매 네트워크에서 현대자동차㈜와 기아㈜, ㈜아워홈, 삼성웰스토리㈜ 등 대기업으로부터 원료 및 부품을 조달받아 생산활동을 하는 그룹으로 판단된다. 셋째, 대규모 유통채널을 이용하는 농수산식품 부문의 사회적경제 기업군이다. 롯데쇼핑㈜과 ㈜농협하나로유통 등 온·오프라인의 대규모 유통채널을 통해 판로를 확보하려는 사회적경제 기업들이 해당한다. 특히 농수산식품 부문의 사회적경제 기업들이 많이 분포하는데, 그만큼 로컬푸드와 같은 지역생태계에서는 판로가 확보되지 않는다는 것으로 볼 수 있다. 넷째, 공공기관에 의존하는 사회적경제 기업군이다. 대부분 공사를 중심으로 한 핵심 네트워크가 형성되어 있고, 개별적으로 소재 지역의 자치단체와 거래도 많다. 즉 공공구매를 통해 사회적경제 기업의 제품이 많이 판매되고 있는 것이다. 마지막으로, 사회적경제 기업 연합체를 통한 자체 거래 네트워크를 형성하는 기업군이다. 다른 유형에 비해 상대적으로 많지 않은 사회적경제 기업들이 해당한다. 주로 한살림과 두레의 소비자생활협동조합연합회를 통해 판로를 확보하는 사회적경제 기업들이다.

지역간 거래 네트워크에서는 다음과 같은 특징이 발견되었다. 첫째, 일반적인 민간영역의 거래와 마찬가지로 비수도권의 사회적경제 기업은 서울특별시와 경기도 같은 수도권에 입지한 조직들과 구매 및 판매 거래를 많이 하고 있다. 사회적경제 기업의 절대적인 수도 수도권에 많이 위치하기 때문에 이 지역들의 중심성이 더욱 높게 나타난 것도 있다. 둘째, 호남권과 영남권 간의 가치사슬이 잘 연계되어 있지 않다. 최근 광주광역시와 대구광역시를 중심으로 달빛동맹이 추진되고 있는데, 일반적인 경제·문화적 교류뿐만 아니라 사회적경제 영역에서도

실제적인 연계가 필요할 것이다. 셋째, 지역생태계를 보면, 제주특별자치도와 세종특별자치시 등에서 지역 내 사회적경제 기업의 결속력이 강하게 나타났다. 이것은 지리적 이격에 따른 고립과 공공기관과의 공공구매를 통한 지역생태계가 형성된 것으로 해석된다. 그렇다고 다른 지역에서도 사회적경제 기업의 지역생태계가 형성되지 않았다고 볼 수는 없다. 타 지역과의 거래가 상대적으로 많은 것이지 지역 내에서의 거래가 적기 때문에 그러한 결과가 나타난 것은 아니기 때문이다.

산업 간 거래 네트워크에서는 지방행정 집행기관이 구매 거래를 제외하면 매우 높은 중심성이 나타났다. 즉 한국 사회적경제 기업은 공공구매를 통한 지역 내 공공기관에 대한 의존성이 여전히 강한 것으로 판단된다. 그러나 송원근·이은선(2020)은 지역의 사회적경제 생태계를 발전시키기 위해서는 공공매출을 증가시켜 시장을 더욱 확대하고 기업의 규모를 키워야 한다고 주장한다. 물론 분석결과에서도 나타나지만, 아직 공공기관의 지원에 의존하는 경향이 강하기 때문에 공공매출을 확대하여 단기적으로 사회적경제 기업의 질적성장을 유도할 수 있다. 그러나 본 연구의 기업간 거래 네트워크에서도 확인된 바와 같이, 한국 사회적경제 기업은 공공기관과의 가치사슬 구조가 강하게 나타나기도 하지만, 자체적인 판로를 확보하여 경제적인 성과를 창출하는 여러 서브네트워크가 형성되고 있다. 저성장 기조, 인구 저성장에 따른 정부 및 공공부문의 부담이 확대되고 있는 시점에서 오히려 민간영역에서 행복나래㈜와 같은 핵심적인 사회적경제 기업을 육성하거나 자체적인 판로 네트워크를 확보할 수 있는 방안이 필요할 것이다.

본 연구는 한국 사회적경제 기업의 가치사슬 구조를 전국 규모로 파악하였다는 것에 정책적인 의미가 있다. 그러나 이러한 연구는 사회적경제에 대한 정책을 수립하기 위한 기본적인 데이터를 제공한 것에 불과하다. 기업과 지역·산업 간 네트워크에서 확인되는 결과들을 보다 면밀하게 분석할 필요가 있다. 특히 기업 간 네트워크에서 확인되는 한국 사회적경제 기업의 다섯 가지 가치사슬 구조 유형은 한국형 모형으로 정립해 나갈 수 있는 기초적인 자료를 제공할 수 있다. 따라서 각 유형별로 심도 있는 조사 및 분석과 함께 주요 사례를 통한 질적인 연구가 병행될 필요가 있다. 또한 정부는 물론 많은 연구자들이 사회적경제는 지역생태계가 중요하다는 것에 공감하고 있다. 사회적경제는 지역에 착근하여 지역문제를 해결하는 사회적 사명이 강하게 나타나는 경향이 있기 때문일 것이다. 따라서 지역별 네트워크 또는 군집들을 보다 면밀히 들여다보는 것을 다

음 과제로 남긴다.

참 고 문 헌

강대성, 조영복, 류정란, “사회적기업 생태계 조성을 위한 모범적 상생모델 -행복나래(주)의 성과분석 및 발전방안”, 『인적자원관리연구』, 제22권 제4호, 2015, pp.247-260.

관계부처 합동, 『사회적경제기업 일자리 창출 지원방안』, 2020, 관계부처 합동.

구양미, “고령친화산업 행위주체 네트워크의 구조적·공간적 특성: 사회 네트워크 분석을 중심으로”, 『대한지리학회지』, 제43권 제4호, 2008, pp.526-543.

권용덕, 김덕주, “경남 사회적 기업의 운영 및 생태계 분석”, 『사회적기업연구』, 제4권 제2호, 2011 pp.107-136.

기획재정부, 『제4차 협동조합 실태조사 결과』, 2020, 기획재정부.

김영수, 박재곤, 정은미, 『산업융합시대의 지역산업생태계 육성방안』, 2012, 산업연구원.

김용학, 김영진, 『사회 연결망 분석』, 제4판, 2016, 서울: ㈜박영사.

김찬미, 김경민, “서울시 사회적기업의 사회적 네트워크 연구”, 『서울도시연구』, 제15권 제3호, 2014, pp.165-178.

김형돈, “사회적경제 단일유형 조직과 복합유형 조직의 경제적·사회적 성과에 관한 연구”, 『한국사회복지행정학』, 제22권 제2호, 2020, pp.81-113.

네모토 마사쯔구, “사회적 경제 네트워크를 통한 로컬푸드 운동의 활성화 방안: 한·일 비교를 중심으로”, 『지방정부연구』, 제18권 제1호, 2014, pp.57-73.

라준영, “사회적 기업 생태계와 정책 혁신: 진화론적 관점”, 『한국협동조합연구』, 제32권 제3호, 2014, pp.27-57.

문다영, “사회적 경제 활성화에 대한 주민의 주관적 인식유형 연구”, 『사회적경제와 정책연구』, 제11권 제1호, 2021, pp.131-158.

문주상, 김완민, 배은진, “사회적기업가 정신과 네트워크가 성과에 미치는 영향에 관한 연구 -부산시 사회적기업을 중심으로”, 『동북아 문화연구』, 제63호, 2020, pp.293-310.

민윤경, “이중멤버십 사회적기업가의 지원체계에 대한 경험 연구: 자원의존이론의 관점으로”, 『한국사회복지행정학』, 제18권 제1호, 2016, pp.53-85.

민윤경, 홍경준, “사회적협동조합의 조직역량이 협력네트워크에 미치는 영향 -사회네트워크 분석을 활용하여”, 『한국사회복지학』, 제72권 제2호, 2020, pp.65-95.

박웅, 박호영, “기술사업화의 비즈니스 생태계 모형에 관한 연구: 공공 연구개발성과 사업화에의 적용을 중심으로”, 『기술혁신학회지』, 제17권 제4호, 2014, pp.786-819.

박현희, 박은영, “사회적기업의 네트워크 활동과 사회적·경제적 성과의 관계: 지역관계의 매개효과를 중심으로”, 『한국조직학회보』, 제14권 제3호, 2017, pp.61-87.
변장섭, 나주몽, “광주지역 사회적경제 조직의 연계구조에 관한 연구: 사회네트워크분석을 중심으로”, 『한국지역경제연구』, 제35호, 2016, pp.105-126.
변장섭, 유창호, “광주 에너지산업의 생태계 분석 -기업간 거래 네트워크를 중심으로-”, 『지역개발연구』, 제53권 제1호, 2021, pp.167-200.
송미, 윤희정, “문화·관광분야 사회적 경제 조직의 협력네트워크 밀도 및 협력구조 유형”, 『관광경영연구』, 제23권 제3호, 2019, pp.419-438.
송원근, 이은선(2020), “사회적경제 생태계 분석: 경남의 사례를 중심으로”, 『산업경제연구』, 제33권 제1호, pp.11-32.
신명호, “사회적경제는 세상을 어떻게 바꿀 수 있을까?”, 장원봉 외(편), 『한국 사회적경제의 거듭남을 위하여』, 서울: 협동조합 착한책가게, 2021, pp.100-127.
오단이, 원도연, 전예지, “지역 사회적경제 생태계 실상과 고찰: 동작구를 중심으로”, 『사회적경제와 정책연구』, 제7권 제3호, 2017, pp.1-26.
이경미, 정원오, “서울시 사회적경제 생태계의 유형 및 특성 연구 -퍼지셋 이상형 분석의 적용-”, 『사회복지정책』, 제44권 제1호, 2017, pp.135-160.
이수상, 『네트워크 분석 방법론』, 2012, 서울: 논형.
이수상, 『네트워크 분석방법의 활용과 한계』, 2018, 서울: 도서출판 청람.
이승철, “전환경제하의 해외직접투자기업의 가치사슬과 네트워크: 대베트남 한국 섬유·의류산업 해외직접투자 사례 연구”, 『한국경제지리학회지』, 제10권 제2호, 2007, pp.93-115.
이양복, 최항석, “지배구조 및 네트워크 다양성이 사회적기업의 성과에 미치는 영향”, 『경상논총』, 제34권 제3호, 2016, pp.57-77.
이유리, 이명훈, “사회적경제조직의 네트워크 효과에 따른 지역사회 영향 분석: 성수동 소셜벤처 밸리를 중심으로”, 『한국지역개발학회지』, 제29권 제2호, 2017, pp.161-187.
이인재, 황주희, “사회적기업 생태계 활성화 방안과 정책적 함의”, 『한국사회와 행정연구』, 제24권 제1호, 2013, pp.137-161.
이재희, 조상미, “사회적기업간 네트워크 특성이 조직성과에 미치는 영향: 네트워크 중심성을 중심으로”, 『한국사회복지행정학』, 제17권 제2호, 2015, pp.89-125.
이홍택, “사회적경제 기업의 지속가능한 지역생태계에 관한 개념 틀: 호혜, 배려와 공공정책”, 『한국경제지리학회지』, 제21권 제3호, 2018, pp.254-269.
최석현, 조창현, 정무권, “사회적기업의 지속가능성을 위한 지역사회자본 형성전략에 대한 이론적 고찰 -연결망 재구축과 지속가능성을 중심으로”, 『한국거버넌스학회보』, 제19권 제1호, 2012, pp.125-151.
한신대학교 산학협력단, 『사회적기업 성과분석』, 2012, 고용노동부, 한국사회적기업진흥원.

한국노동연구원, 『2019 사회적기업 성과분석』, 2020, 고용노동부, 한국사회적기업진흥원.

Bae, J., Cho, H. S., and M. A. Caplan, “Network Centrality and Performance of Social Enterprises: Government Certified Social Enterprises in Seoul, South Korea”, *Asian Social Work and Policy Review*, 12, 2018, pp.75-85.

Bock, R. D. and S. Z. Husain, “An Adaptation of Holzinger’s B-Coefficients for the Analysis of Sociometric Data”, *Sociometry*, 13(2), 1950, pp.146-153.

Bonacich, P., “Factoring and Weighting Approaches to Status Scores and Clique Identification”, *Journal of Mathematical Sociology*, 2, 1972, pp.113-120.

Borzaga, C. and J. Defourny, *The Emergence of Social Enterprise*, 2004, London: Routledge.

Burt, R. S., *Structural Holes: The Social Structure of Competition*, 1992, MA: Harvard University Press.

Carroll, G. R., “Concentration and Specialization: Dynamics of Niche Width in Population of Organizations”, *American Journal of Sociology*, 90(6), 1985, pp.1262-1283.

CASE(Center for the Advancement of Social Entrepreneurship), *Developing the field of Social Entrepreneurship*, 2008, Duke University.

EESC(European Economic and Social Committee), *The Social Economy in the European Union*, 2012, European Union.

Fershtman, M. and M. Chen, “The Segregation Matrix: A New Index for Measuring Sociometric Segregation”, *Megamot*, 34, 1993, pp.563-581.

Freeman, L., “Centrality in Social Networks Conceptual Classification”, *Social Networks*, 1(3), 1979, pp.215-239.

Iansiti, M. and R. Levien, “Strategy as Ecology”, *Harvard Business Review*, 82(3), 2004, pp.68-78.

Krackhardt, D. and R. N. Stern, “Informal Networks and Organizational Crises: An Experimental Simulation”, *Social Psychology Quarterly*, 51(2), 1988, pp.123-140.

Lieberman, M. B. and L. Demeester, “Inventory Reduction and Productivity Growth: Linkages in the Japanese Automotive Industry”, *Management Science*, 45(4), 1999, pp.466-485.

Squazzoni, F., “Social Entrepreneurship and Economic Development in Silicon Valley: A Case Study on the Joint Venture: Silicon Valley Network”, *Nonprofit and Voluntary Sector Quarterly*, 38, 2009, pp.869-883.

Wasserman, S. and K. Faust, *Social Network Analysis*, 2006, New York: Cambridge University Press.

<Abstract>

Ecosystem of Social Economy Enterprises in South Korea
– Focused on Value Chain of Purchasing and Selling Transaction –

Jangseop Byeon
Research Professor, Center for Regional Development,
Chonnam National University, South Korea

Jumong Na
Professor, Department of Economics,
Chonnam National University, South Korea

This study constructed purchase and sales data of each individual company and identified the ecosystem structure in terms of the value chain in a situation where quantitative information on the ecosystem of Korean social economy enterprises was insufficient. To this end, social network analysis was used, core companies were derived from the ecosystem structure using estimated centrality, and the value chain structure in terms of regions and industries was also identified. The analysis results are as follows. First, Korean social economy enterprises are divided into companies in the following areas; private sector seeking social innovation, companies in the manufacturing sector that are subcontracted by large corporations, agricultural and fisheries food sector companies using large distribution platforms, dependent companies on public institutions, and the companies that form their own networks through association. And these companies are forming sub-networks with each other. Second, reiognal ecosystems are identified in most provinces, and there are transactions with other regions were mainly concentrated in the capital region. Third, the dependency on local public institutions was reconfirmed in terms of industry. It is expected that the results of this analysis will be used as basic status data to suggest policies to revitalize the ecosystem of the Korean social

economy and to establish a model for Korean social economy enterprises.

Key Words : Social Economy, Ecosystem, Value Chain, Social Network Analysis, Transaction Data.

논문접수일 : 2021.12.10
심사완료일 : 2021.12.27
게재확정일 : 2021.12.28