

Print ISSN: 1738-3110 / Online ISSN 2093-7717
<http://dx.doi.org/10.15722/jds.15.6.201706.77>

Corporate Social Responsibility (CSR) of Small Enterprises in Hospitality and Tourism Industry*

환대관광산업 소규모기업 사회적 책임활동(CSR): 회사 홈페이지 커뮤니케이션 분석을 중심으로

Young-Joo Ahn(안영주)**

Received: June 6, 2017. Revised: June 17, 2017. Accepted: July 15 2017.

Abstract

Purpose – The purpose of this paper is to explore the CSR activities of small enterprises in hospitality and tourism industry in South Korea. Since previous research on CSR activities has considerably focused on large enterprises whereas small enterprises have relatively less attention, this study aims to explore the characteristics of small enterprises in hospitality and tourism industry and their CSR activities.

Research design, data, and methodology – The population of interest for this study was social enterprises registered in Korea Social Enterprise Promotion Agency (2016), and it was used to verify the social enterprises which has a certification for social enterprises. From 1672 companies in total, the sampling frame was a database with 117 companies in hospitality and tourism industry. This study investigates social enterprises' CSR activities on the company's official websites (e.g., company reports, magazines, the news articles, and interviews). The websites of the selected enterprises in hospitality and tourism industry were analyzed for examining CSR activities by the quantitative content analysis. All of the CSR activities in small social enterprises were classified into six dimensions based on the stakeholder theory.

Results – The findings of this study provide the characteristics of the 117 small social enterprises and their specific CSR initiatives. A total of eight main business lines were identified: 1) fair travel, 2) leisure/sports, 3) accommodation/camping, 4) medical tourism, 5) exhibitions/art events/cultural events, 6) leisure activities for vulnerable social groups, 7) Korean traditional culture, and 8) ecotourism/agricultural tourism. The CSR initiatives were classified into six dimensions: 1) environment, 2) employment, 3) multicultural families and vulnerable social groups, 4) local community, 5) economic prosperity, and 6) product.

Conclusions – This study revealed the special CSR initiative examples of small enterprises in hospitality and tourism industry. Small social enterprises participate in CSR activities mainly related to their own business lines. Moreover, these enterprises are more closely embedded in their local community development, job creation and education for local residents and vulnerable social groups, and traditional heritage preservation. The findings of this study provide theoretical and practical implications and they can contribute to enrich CSR with literature for small enterprises in hospitality and tourism industry.

Keywords: Corporate Social Responsibility(CSR), Social Enterprise, Stakeholder Theory, Quantitative Content Analysis, Marketing Communication.

JEL Classifications: I30, I32, I38, Z32.

1. 서론

1.1. 연구 배경

지속적인 실업자 증가, 조기퇴직자 증가, 지역경제 악화, 이

민자 증가, 고령화 증가 등 사회적 문제가 급증하면서 정부차원에서 모든 문제를 해결하기 어려워지자 공공기관인 정부의 서비스 공급의 한계를 극복하기 위한 대안으로 사회적 기업이 발달하게 되었다(Cho, 2015; Korea Social Enterprise Promotion Agency, 2017). 미국은 시장중심형 사회적 기업이 발달한 반면, 유럽은 정부와 사회적 기업의 파트너십 형태의 사회적 기업형태로 발달하였다. 한국의 경우, 유럽과 마찬가지로 정부차원에서 사회적 기업을 적극적으로 육성하기 시작했다(Korea Institute of Sport Science, 2014).

* This research is funded by Sejong University.

** Research Assistant Professor, Department of Hotel and Tourism Management, Sejong University, Korea.

Tel: +82-2-6935-2451, E-mail: yjahn@sejong.ac.kr

한국은 1997년 이후 경제위기를 겪으면서 대규모 구조조정과 기업의 연쇄부도로 인해 실업률이 급증하였다. 정부는 공공근로사업, 자활사업, 사회적 일자리 사업을 추진하였지만 재정지출이 높아 지속적으로 사회서비스를 제공하기 어려워 이를 해결하기 위해 2007년 1월 사회적 육성법이 제정되었으며 2007년 7월부터 시행되었다(Korea institute of Sport Science, 2014). 사회적 기업은 “취약계층에게 사회서비스 또는 일자리를 제공하여 지역주민의 삶의 질을 높이는 등의 사회적 목적을 추구하면서 재화 및 서비스의 생산 및 판매 등 영업활동을 하는 기업으로서 고용노동부 장관의 인증을 받은 기관”으로 정의하고 있다(Korea Social Enterprise Promotion Agency, 2017).

현재 사회적 기업진흥원에서 사회적 기업인증 받은 기업은 현재 약 1700개 기업이 있으며 앞으로도 꾸준히 늘어날 것으로 예상되고 있다(Korea Social Enterprise Promotion Agency, 2017). 최근에는 호텔과 관광분야에서도 기업의 사회적 책임활동에 대한 연구가 발표되고 있으며 특정분야인 호텔이나 항공사와 같은 다국적 기업이나 대규모 기업에 해당하는 사례가 많다(de Grosbois, 2012; Kang, Lee, & Huh, 2010; Kucukusta, Mak, & Chan, 2013; Lee, Conklin, Cranage, & Lee, 2014). 기존연구에서는 CSR활동을 이해관계자이론(Freeman, 1984)에 근거하여 다차원으로 분류된 CSR활동에 대한 연구가 이루어졌다(de Grosbois, 2012; Inoue & Lee, 2011).

최근에는 한국 관광분야 사업의 소규모 기업에 대한 CSR활동에 대한 실증연구가 진행되었지만 한정된 지역에 국한되어 있거나 공정여행과 같은 사회적 기업인 여행사에 대한 연구가 중심을 이루고 있다(Heo, 2016; Im & Lee, 2012; Min & Kim, 2010).

유럽에서는 사회적 기업의 다수가 소규모 기업인 점을 강조해 기업의 규모를 고려한 접근이 필요하다는 주장이 제기되고 있다(Fuller & Tian, 2006; Jenkins, 2004, 2006, 2009; Spence & Rutherford, 2001). 하지만, 사회적 책임활동(CSR)의 연구는 대부분 대기업의 치중되어 있으며 소규모기업의 CSR활동에 대한 연구는 극히 드물다. 소수의 연구자들만이 소규모 기업의 CSR활동을 연구하였고 소규모 기업의 활동에 대한 연구의 필요성을 강조하였다(Fuller & Tian, 2006; Jenkins, 2006; Spence, & Rutherford, 2001). 한국에서는 중소 규모 기업은 300명 이하의 직원이 있는 회사를 말하며 소규모 기업의 경우 50명 이하의 직원을 고용한 조직을 말한다(SMBA, 2016).

소규모 기업의 CSR활동에 대한 연구가 적은 이유는 재정적 자원에 있어서 한계가 있기 때문이다. 또한, 회사의 관리자와 소유주의 결정에 따라 독립적으로 CSR활동을 하는 경우가 많기 때문에 기존문헌에서 제시된 대규모기업의 CSR활동에 대한 연구결과를 그대로 적용하는데 한계가 있다는 것을 지적하였다(Jenkins, 2006). 특히 기존 연구에서는 소규모 사회적 기업의 CSR활동은 관리자가 기업주의 자율성과 판단력에 의해 실행되는 경우가 많아 대규모기업의 CSR활동과는 다른 기업의 문화적 차이가 있다고 밝혔다(Jamali, Zanhour, & Keshishian, 2009; Jenkins, 2004, 2006, 2009). 그리고 소규모 기업의 사회적 책임활동은 지역사회와 아주 밀접하게 연관된 활동이 많은 것으로 밝혀졌다(Lee, Mak, & Pang, 2012).

한국의 현대관광사업자는 대다수가 소규모 영세업체에 속해 있음에도 기존 연구가 거의 없는 실정이다. CSR활동이 회사의 이미지 개선과 지속적인 경영 등 긍정적인 효과(Jenkins, 2004, 2006, 2009)가 있는 만큼 소규모 영세업체의 지속적인

성장과 발전을 위한 방안모색을 위해 이들이 현재 실천하고 있는 CSR활동을 구체적으로 조사하고 알리는 것이 중요하며 현대관광 소규모 사회적 기업의 특징은 무엇이며 이들의 CSR활동은 무엇인지 알아볼 필요가 있다.

1.2. 연구 목적

본 연구에서는 현대관광산업분야의 소규모 기업의 특징을 알아보고 이들의 CSR활동을 파악하고자 이해관계자 이론에 바탕을 두고 다차원적인 CSR활동을 알아보고자 하였다. 또한, 분류된 CSR활동에 대한 시사점을 제시하고자 하였다.

본 연구의 목표는 첫째, 한국의 사회적 기업 중에서 현대관광산업 분야에 속해 있는 기업의 특징을 알아보고자 하였다. 둘째, 현대관광산업분야의 소규모 기업 CSR활동의 내용을 조사하기 위해 회사 홈페이지에 제시된 CSR활동을 수집하고 이해관계자이론에 근거하여 CSR활동 내용을 분류하고 분석하였다. 셋째, 현대관광산업분야의 사회적 기업의 CSR활동을 바탕으로 CSR활동 내용분석결과와 시사점을 제시하고자 한다.

2. 문헌고찰

2.1. 기업의 사회적 책임활동(CSR)과 이해관계자 이론

기업의 CSR은 ‘회사의 이익이나 법률에 의한 것이 아닌 기업의 사회적으로 선한 사업을 보여주는 행동’으로 정의하고 있다(McWilliams & Siegal, 2001). CSR활동은 기업의 자선사업을 실천하고 사회적으로 책임 있는 비즈니스 활동을 촉진시키고 있는 것으로 나타났다(Kotler & Lee, 2005; Jang & Lee, 2016)). 다국적 기업의 출현으로 기업은 각 나라의 환경보호와 직원 업무환경을 위한 CSR활동을 실시하고 있다(Hahn, 2015). CSR활동은 복잡하고 다이나믹한 본질을 가지고 있기 때문에 지금까지도 진화하고 있는 개념이다(Carroll, 1999). 관광분야에서도 특급호텔, 카지노, 항공, 레스토랑 등 관광관련 CSR활동에 대한 연구가 최근에 발표되고 있다(Kang, Lee, & Huh, 2010; Kucukusta, Mak, & Chan, 2013; Lee, Conklin, Cranage, & Lee, 2014).

기존 연구 중에서 가장 활발히 이용되었던 이론은 이해관계자이론(Stakeholder theory)(Freeman, 1984)과 Carroll(1979, 1999)의 4가지 CSR차원(인류애적, 윤리적, 법적, 그리고 경제적 요인)이다. 그 중 이해관계자이론에서는 CSR은 직원, 고객, 지역사회와 같은 주요 이해관계자를 위한 선행이 실천되었으며 인권, 직원의 복지, 환경보호, 지역사회의 발전을 위한 목표를 바탕으로 실행되어 이를 설명할 수 있는 다차원적인 CSR활동에 대한 연구가 진행되어왔다(Clarkson, 1995; de Grosbois, 2012). CSR활동은 연구마다 다양한 차원으로 나누어졌다. Inoue and Lee(2011)은 직원관계, 상품의 질, 지역사회 관계, 환경, 다문화로 나누었다. 또한, de Grosbois(2012)는 환경적 목적, 직원관계, 다양성과 접근성, 사회와 지역사회 웰빙, 경제적 부흥으로 나누었다.

기존의 연구를 살펴보면 기업의 재무성과와 CSR활동의 연관성에 대한 연구가 호텔분야에서 활발히 이루어졌으며 CSR활동이 재무성과를 향상시키고, 경영비용과 위험도를 낮추고 기업의 긍정적인 이미지와 명성을 높여 경쟁우위에 있을 수 있다는 것을 밝혔다. 또한, 경영자와 직원들 간의 관계 질 향

상 등과 같은 긍정적인 결과를 가져온다는 것을 증명하였다(Coles, Fenclova, & Dinan, 2013; Inoue & Lee, 2011; Jeng & Park, 2016). CSR활동이 기업의 긍정적인 영향을 미치는 것이 증명되고 있으며 중요이해관계자들에게 기업의 CSR활동 내용을 전달하는 것도 중요한 문제가 되었다.

2.2. 기업의 사회적 책임활동(CSR)과 커뮤니케이션

기업의 사회적 책임활동(CSR)과 커뮤니케이션은 CSR활동에 대한 기업의 노력을 기업 정규보고서, 미디어, 또는 인터넷과 같이 여러 커뮤니케이션 채널을 통해 CSR활동을 알리는 것이다(Chapple & Moon, 2005; de Grosbois, 2012; Jenkins, & Yakovleva, 2006). 여러 분야의 기업체에서 CSR활동을 인터넷이나 보고서를 통해 외부에 알리는 것이 증가하는 추세이지만 여전히 많은 기업들이 구체적인 CSR활동계획이나 실천 내용, 회사정책에 대해서 전혀 공개하지 않고 있는 경우도 있다(Jenkins & Yakovleva, 2006).

미국이나 유럽에서는 기업의 CSR활동을 보고하는 것은 자유의사에 따라 다르다. 대체적으로 CSR활동에 대해서 기사화하거나 정규보고서를 통해 기업과 관련된 핵심이해관계자들에게 어떠한 혜택이 제공되었는지 알리는 것이 기업의 이미지를 개선시키고 기업의 경영성과에도 긍정적인 영향을 주고 있다는 결과를 신뢰하는 경향이 높아지고 있다(de Grosbois, 2012; Inoue & Lee, 2011). 이에 따라, CSR활동평가 기준을 명확하게 제시하거나 감사절차 후 보고된 정보를 제시되어야 한다는 의견이 있다(Chapple & Moon, 2005; Jenkins & Yakovleva, 2006).

대다수의 기업의 경우 CSR활동 목록, 정책, 실행사항에 대해서 기업관련 홍보지에 게재하고 있다(Holcomb, Upchurch, & Okumus, 2007). 기존 문헌에서는 회사 웹사이트에 게재된 여러 회사들의 CSR활동을 분석하였다(Chapple & Moon, 2005; de Grosbois, 2012; Jenkins & Yakovleva, 2006). 호텔분야에서는 대중을 상대로 상품과 서비스를 판매하기 때문에 물, 전기, 소음, 오염물 배출, 쓰레기 처리 등 여러 가지 환경보호를 위한 에너지 절약 활동과 환경오염 방지와 관련된 지속 가능한 경영을 위한 CSR활동을 보고했다. 호텔기업은 자체적으로 CSR활동만을 게재하는 공식 웹사이트를 새롭게 만들어 내용을 게재하거나 비영리단체나 지역복지단체와 협력하여 CSR활동 내용을 전달하고 있다(de Grosbois, 2012). 소규모 사회적 기업의 CSR활동 정보를 제공하는데 있어서 중요한 채널이 될 수 있는 회사 공식 홈페이지에서 활발하게 참여하고 있는 CSR활동내용을 보고하고 중요이해관계자에게 회사에서 착수하고 있는 다양한 CSR활동에 대한 인식을 높여줄 수 있다.

2.3. 현대관광산업의 소규모 사회적 기업

현대관광산업 중 호텔, 복합리조트, 항공사, 유명 레스토랑 업체, 대형 여행사는 다양한 CSR활동을 활발히 하고 있다(de Grosbois, 2012; Hahn & Kim, 2016). 예를 들면 하나투어의 경우 '하나되는 지구세상'이라는 슬로건 아래 CSR활동 전담 부서를 통해서 하나투어에서는 소외계층과 다문화가정가족들에게 여행상품을 제공, 문화예술분야를 접목한 여행상품개발 및 제공을 하고 있다(www.hanatour.com). 하지만 현대관광산업 관련 대기업을 제외하고 여행 산업은 여행업 등록 간소화 등의 제도적인 변화로 많은 소규모 여행사들이 생기면서 상대

적으로 많은 소규모 업체들이 업체의 이윤추구와 함께 소비자, 지역사회, 관련 업체 등과의 복잡한 관계 속에서 사회적 공헌 활동을 하기에는 한계점이 많다고 보고되었다(Heo, 2016; Im & Lee, 2012; Min & Kim, 2015). 예를 들어 소규모 여행사가 공익성 추구 프로그램이나 상품을 제공하기에는 예산이 부족하거나 CSR활동을 체계적으로 수행할 전문지식을 갖춘 직원이 없어 지속적인 CSR활동을 하기 어려운 실정이다(Min & Kim, 2015).

하지만 현대관광산업분야의 소규모기업의 CSR활동이 중요한 영향을 미치고 있으며 그 중요성이 부각되고 있다. 특히 현대관광산업은 지역경제 활성화나 지역의 세금 증대 등 경제적 측면이외에도 지역민의 삶의 질 증대, 한국 문화 보존 및 전승, 자연환경보호, 지역특성에 맞는 상품개발 등 다양한 측면에서 지역발전에 이바지 하고 있다(Kim & Go, 2011; Min & Kim, 2015). 그리고 관광분야에서는 기업뿐만이 아니라 관광객의 사회적 책임 또한 교육하고 강조하고 있다. 구체적으로 (주)트래블러스맵, (주)착한여행, (주)제주생태관광 등의 사회적 기업은 공정여행을 통해서 지역주민들에게 경제적 이익이 가는 형태의 공정한 거래를 유도하고 멸종위기 동식물의 불법구매를 제한하고 타 문화를 이해하고 전통문화를 존중하는 여행 규범을 교육하고 있다(Kim & Go, 2011). 점점 다양한 사회적 기업이 지역사회에 미치는 영향이 커지고 있다. 이에 따라 관광 관련 사회적 기업의 특징은 무엇이며, 어떠한 사회적 공헌활동을 하는지 구체적으로 알아볼 필요가 있다.

3. 연구방법

3.1. 자료수집

한국사회적기업진흥원에서 제공하는 1672개의 사회적 기업 리스트(2016년 기준)에 있는 소규모기업을 대상으로 하였다. 1672개의 사회적 기업 리스트에는 문화예술, 스포츠, 제조업, 외식, 간병가사지원, 청소, 재활용품 선별 및 폐기물 수거 등을 주요 사업으로 하는 사업체가 사회적 기업으로 인증을 받았다. 그 중 현대관광관련 사업체를 선별하기 위해 '관광', '여행', '캠핑', '축제', '이벤트', '행사', '행사기획', '전통문화체험', '숲체험', '문화재' 등 관광 사업내용과 관련된 키워드를 이용해 117개의 사회적 기업을 선정하였다. 대부분의 사회적 기업으로 인증 받은 회사는 1인 기업이거나 소규모 기업으로 다른 대규모의 기업체는 없는 것으로 나타났다.

두 번째 단계로 관광관련 사업체의 CSR활동을 살펴보기 위해 117개의 사회적 기업인증 사업체의 웹페이지를 통해서 CSR관련 활동 정보를 수집하였다. 사회적 기업의 홈페이지에서 CSR관련 사업 목록, 회사 연혁, 신문기사, 매체 인터뷰 내용 등을 통해서 주요 CSR활동 내용을 수집하였고 CSR활동 분석단위로 사용하였다(de Grosbois, 2012). 한국사회적기업진흥원으로부터 사회적 인증을 받은 기업들은 사회적 기업 활동에 대한 정보와 사회적 공헌 사업부문에 대한 내용을 기업 홈페이지에 따로 제공하는 기업이 대다수였지만 사업체가 영세해 자체 홈페이지를 운영하지 않는 경우도 있는 것으로 나타났다. 본 연구에서는 117개의 현대관광사업관련 사회적 공헌 기업 홈페이지에 제시된 CSR 사업내용을 2016년 12월 19일부터 2017년 1월 10일까지 자료를 수집하고 내용을 분석하였다.

3.2. 자료분석

수집된 자료는 양적내용분석방법(Quantitative content analysis method)을 사용하여 분석하였다(Krippendorff, 2004). 양적내용분석방법은 수집된 자료를 체계적으로 분류하여 분석하는 연구방법이며 기존 문헌에서는 호텔기업의 CSR활동을 분석할 때 사용되었던 연구방법이다(de Crosbois, 2012). <Figure 1>에 제시된 바와 같이 양적내용분석을 위해 5단계로 거쳐 자료를 분석하였다(Krippendorff, 2004).

선정된 117개의 회사의 공식 사이트에 명확하게 제시된

CSR활동을 코딩하였다. 선정된 사업체에서 운영하고 있는 웹사이트에 제시된 CSR사업 내용을 확인하고 어떤 세부적인 CSR활동 내용이 보고되고 있는지 알아본 결과 주요 사업내용에 따라 세부 CSR일치도가 높은 것으로 파악되어 주력하고 있는 사업내용에 따라 117개의 회사를 분류하였다. 현대관광산업분야의 사회적 공헌기업 웹사이트에 소개된 CSR활동 내용, 미션, 목표, 연혁에서 CSR활동을 수집하였다. 또한, 대중매체, 뉴스레터, 매거진 등에서 게재된 CSR활동 내용을 코딩하였다.



<Figure 1> Characteristics of small social enterprises

<Table 1> Characteristics of small social enterprises

	Item	n (%)		Item	n (%)
Business purpose*	Job creation	61 (52.1%)	Region	Seoul	22 (18.8%)
	Social service provider	6 (5.1%)		Incheon	5 (4.3%)
	Local community development	14 (12.0%)		Gyeonggi	10 (8.5%)
	Mixed	13 (11.1%)		Gangwon	8 (6.8%)
	Other	23 (19.7%)		Busan	7 (6.0%)
Social Services	Tourism and Sports	40 (34.2%)		Ulsan	4 (3.4%)
	Cultural art	38 (32.5%)		Gyeongnam	3 (2.6%)
	Cultural heritage	5 (4.3%)		Daegu	4 (3.4%)
	Environment	1 (0.9%)		North Gyeongbuk	11 (9.4%)
Job	Education	11 (9.4%)		Gwangju	10 (8.5%)
	Cleaning service	3 (2.6%)		South Jeolla Province	7 (6.0%)
	Sanitation	1 (0.9)		North Jella Province	6 (5.1%)
	Others	18 (15.4%)		Daejeon	3 (2.6%)
				South Chungcheong	7 (6.0%)
Company websites	No information on the homepage of the company			North Chungcheong	5 (4.3%)
	Providing CSR activities on the company homepage, but no specific information about the CSR activities			Jeju	5 (4.3%)
	Providing CSR activities on the company homepage, and specific information about the CSR activities (e.g., reports, newspapers, interviews, magazines)				
				28 (23.9%)	
				36 (30.8%)	
				53 (45.3%)	

*Categories of business purpose and social service are classified by Korean Social Enterprise Promotion Agency.

양적내용분석결과의 타당성을 높이기 위해서 코딩자료의 목적을 명확히 하고, 이론적인 근거를 바탕으로 카테고리 별로 코딩하였다. 또한, 카테고리를 검토하고, 충분한 자료를 바탕으로 해석할 수 있도록 하였다(Rourke & Anderson, 2004). 본 연구에서는 이해관계자이론(Freeman, 1984)에 근거하여 여섯 개의 카테고리로 분류하여 CSR활동의 특징을 구분하고 주요 CSR활동을 구분하였다. 여섯 개의 카테고리는 환경보호, 인력양성, 다문화/취약계층, 지역커뮤니티, 경제발전, 상품이다.

분석의결과는 단순히 자료의 빈도수를 제공하는데 그치지 않고 양적내용분석을 통해 추론한 결과를 도출하고자 하였다. 자료는 한 명의 연구자의 의해 수집되고 자료를 코딩하였으며 신뢰도를 높이기 위해 연구 보조팀이 웹사이트를 분석하고 도출된 결과를 서로 비교 대조해보며 토의한 결과 동의를 얻어 신뢰도를 높일 수 있도록 하였다(Krippendorff, 2004).

4. 실증분석결과

4.1. 분석된 사회적 기업 특성

본 연구에서 분석된 소규모 사회적 기업의 특성은 <Table 1>과 같다. 한국 사회적기업진흥원에서 분류한 사회적 기업의 사업목적을 살펴보면 일자리제공형(52.1%)의 분포가 가장 크며 기타형(19.7%), 지역사회공헌형(12.0%), 혼합형(11.1%), 사회서비스제공형(5.1%)의 순으로 나타났다. 사회서비스 분야에서는 관광운동(34.2%)이 가장 크며 문화예술(32.5%), 기타(15.4%), 문화재(4.3%)의 순으로 나타났다. 지역별로는 서울(18.8%)이 가장 많은 빈도수를 차지하였고 경북(9.4%), 경기(8.5%), 광주(8.5%)의 순으로 나타났다.

관광관련 사회적 기업들 중에서 구체적인 CSR활동에 대해 자체 홈페이지를 통해 정보를 제공하는지 알아본 결과, 홈페이지를 전혀 관리하지 않는 회사는 28개(23.9%), CSR활동을 자체 홈페이지에 구체적으로 공개하지 않는 회사는 36개(30.8%), 그리고 CSR활동을 자체 홈페이지에 구체적으로 공개하는 회사는 53개(45.3%)인 것으로 나타났다.

4.2. 소규모 기업의 주요 사업분석 결과

선정된 소규모 회사의 주요사업 분석 결과 117개의 확대관

광산업분야에서 주요 사업의 특성별로 분류되었다. 공정여행(n=10, 8.5%), 레저스포츠사업(n=7, 6.0%), 숙박/캠핑(n=5, 4.3%), 의료관광(n=3, 2.6%), 전시/공연/문화행사(n=29, 24.8%), 취약계층여가활동(n=21, 17.9%), 전통문화(n=25, 21.4%), 그리고 생태/농촌관광(n=17, 14.5%)으로 총 8개의 사업카테고리로 나뉘었다.

공정여행사업자는 여행자들이 여행지역의 환경오염을 최소화하고 되도록 지역주민이 경제적 이익을 얻을 수 있는 형태의 여행을 추구하도록 돕는 역할을 하며 지역문화와 자원을 활용한 관광상품개발과 지역주민과 여행자들을 교육하는 사업을 하고 있다.

레저스포츠사업자는 환경오염을 최소화하면서 레저스포츠를 즐길 수 있도록 주요 관광지에 자전거를 대여하고 있으며 관광객들에게 대기오염을 줄이는 슬로우 투어리즘에 대한 내용을 교육하고 운동프로그램을 제공하고 있다. 숙박/캠핑 사업자는 체험마을형 숙소를 제공하고 캠프 프로그램을 제공하고 수익금을 마을을 운영하는 지역주민들이 나누는 공동체 마을이다.

의료관광사업자는 의료관광유치사업과 외국인환자가 국내 병원에 장기치료를 받을 수 있도록 소개하는 사업과 외국인환자를 위한 의료통역서비스를 위해 한국에 거주하고 있는 외국인들을 대상으로 의료통역인으로 양성하기 위한 프로그램을 제공하고 있다. 전시/공연/문화행사 사업자는 지역축제, 컨벤션, 각종 문화행사를 운영하고 참가하며, 행사장비 렌탈을 해주거나 자체공연단을 운영하는 것이 주요 업무인 것으로 나타났다. 관광관련분야 사업자들 중에서 가장 높은 비율을 차지하고 있으며 소규모 지역축제에서부터 대규모 행사까지 참가하여 축제와 행사관련 콘텐츠를 제공하는 것으로 나타났다.

취약계층 여가활동제공 사업자들은 문화소외지역 거주자, 저소득층 가정, 장애아동을 위한 공연과 전시를 하는 사업자들이며 장애인들이 독서문화를 즐길 수 있도록 점자책을 개발하거나 교육시키는 일을 하고 있다. 또한, 장애인들로 구성된 극단을 운영하고 있다. 전통문화관련 사업자는 한국의 전통문화를 체험할 수 있도록 전통문화교육, 고택체험, 전통음식 만들기 등과 같은 프로그램을 제공한다. 생태관광과 농촌관광과 관련된 사업자는 환경 친화적 농산물을 개발, 판매하고 농촌관광을 활성화시키고 도시와 농촌의 교류를 활발히 할 수 있도록 한다.

<Table 2> Main business lines of small social enterprises in Hospitality and Tourism Industry

	Category	Main business line	n	%
1	[Fair travel] Fair travel, responsible tourism, travel product development & training	- Fair travel - Local culture preservation - Local community development - Travel industry	10	8.5
2	[Leisure/Sport] Leisure & sport business	- Slow tourism (reducing vehicle exhaust emissions) - Bicycle rental center - Exercise business	7	6.0
3	[Accommodation/camping] Accommodation, pension, campsite business	- Pension & Camping site operation - Experience program - Accommodation business	5	4.3
4	[Medical tourism] Medical tourism business	- Inducement of Medical tourism - Medical interpreter training program - Business introducing foreign patients to hospitals in Korea	3	2.6

	Category	Main business line	n	%
5	[Exhibition/art events/cultural events] Exhibition, festival, event planning, cultural event planning business	- Cultural event - Cultural tourism education - Convention, festival/event, event planning, event marketing - Event equipment rental - Performance team management	29	24.8
6	[Leisure activities for vulnerable social groups] Business providing Leisure programs, culture, artistic activities for vulnerable social groups	- Event, exhibition, performance for residents in isolated areas, lower-income group, and the disabled, and multicultural families - Reading culture promotion act for the disabled - Performance team of the disabled people - Theater business for older adults	21	17.9
7	[Korean traditional culture] Business providing preservation of cultural heritage, education, experiential programs	- Korean cultural tradition experience & education - Korean traditional tourism - Korean traditional cultural art content development - Old traditional house preservation - Old traditional house experience - Cultural heritage, historical education - Local cuisine programs	25	21.4
8	[Ecotourism/agricultural tourism] Business providing ecological experience, eco-friendly agricultural products and areas	- Local community development - Urban-rural culture exchange programs - Eco-friendly agricultural products - Agricultural tourism - Outdoor camps in rural areas	17	14.5
	Total		117	100

<Table 3> CSR initiatives among small social enterprises in Hospitality and Tourism industry

CSR initiatives among small social enterprises	Main business line*							
	1	2	3	4	5	6	7	8
Environment								
Minimizing environmental pollutions by reducing resource use	5	2	0	0	2	0	1	4
Projecting wild animals and preserving biodiversity act	3	0	0	0	0	0	0	1
Minimizing vehicle exhaust emissions (e.g., public transportation use, bicycle travel program)	3	2	0	0	0	0	0	2
Reducing use of disposable products	3	0	0	0	0	0	0	2
Providing eco-friendly experience programs in travel destinations	4	1	0	0	1	0	2	1
Managing tourist carrying capacity to preserve the destination	4	0	0	0	0	0	0	1
Supporting regeneration of local communities	0	1	0	0	3	1	1	0
Employment								
Providing tourism job training programs	2	0	0	1	4	2	1	2
Providing employment opportunity	0	1	0	2	3	5	0	1
Multicultural families and vulnerable social groups								
Providing travel/leisure activity programs for vulnerable social groups	1	0	0	0	1	2	3	0
Providing job opportunities for vulnerable social groups	0	1	0	2	5	4	0	1
Providing educational programs for vulnerable social groups (e.g., physical education, art, music, reading braille, sign language)	0	1	0	0	4	7	4	0
Supporting tuition fees for vulnerable social groups	0	0	0	1	0	0	0	0
Providing cultural programs for reducing cross-cultural differences	0	0	0	0	2	6	2	0
Providing health medical examination for vulnerable social groups	0	0	0	0	2	1	1	0
Providing shelters for vulnerable social groups	0	0	0	0	1	1	1	0
Local community								
Providing programs in which local people can participate voluntarily	6	1	0	0	6	4	2	1
Preserving valuable local traditional culture, heritage, and resources	7	2	0	0	6	1	9	3
Assisting local culture and heritage preservation programs	7	2	0	0	5	1	9	3

CSR initiatives among small social enterprises	Main business line*							
	1	2	3	4	5	6	7	8
Building infrastructure facilities in local communities in rural areas	0	0	2	0	3	1	3	3
Economic prosperity								
Helping local residents in travel destination gain business profits	4	0	0	0	0	0	2	4
Developing markets for local specialties	4	0	0	0	2	1	1	6
Developing financial support campaigns for local communities	1	0	0	2	3	3	0	1
Reviving local economy of farming and fishing communities (e.g., farming/agricultural association corporation)	0	0	2	0	3	0	1	5
Product								
Developing local tourism programs (e.g., natural & cultural resources, wellness tourism, cultural tourism)	2	0	0	0	3	2	2	1
Developing travel programs and leisure programs for local people	2	0	0	0	0	0	2	0
Facilitating physical education for local people	0	2	0	0	0	0	0	0
Providing local festival programs (e.g., traditional folk games, traditional music, cultural art performance, complex cultural contents)	0	0	1	0	10	8	4	3
Developing medical tourism programs	0	0	0	2	0	0	0	0
Developing cultural art programs and consulting services for leisure and travel programs	0	0	0	0	0	4	7	5
*Main business line:								
1) fair travel, 2) leisure/sports, 3) accommodation/camping, 4) medical tourism, 5) exhibitions/art events/cultural events, 6) leisure activities for vulnerable social groups, 7) Korean traditional culture, 8) ecotourism/agricultural tourism								

4.3. 소규모 기업의 CSR 활동

4.3.1. 소규모 기업의 CSR 활동 분석결과

소규모 기업의 CSR활동을 알아보기 위해서 선정된 117개 기업의 공식 사이트를 방문하여 기업이 대중에게 공개한 CSR 활동 목표, 미션, 연혁에서 소개된 구체적인 CSR활동을 수집하였다. 사업자에 따라 CSR활동이 대중매체에 소개되거나, 매거진, 신문에 게재된 인터뷰 기사를 게재한 경우 이를 수집하였다. 선정된 관광관련 소규모기업의 CSR활동을 목록화하였다.

초기 코딩(initial coding)된 CSR활동을 이해관계자이론에 근거하여 1) 환경보호, 2) 인력양성, 3) 다문화계층과 취약계층, 4) 지역커뮤니티, 5) 경제발전, 6) 상품카테고리에 맞추어 나누었다.

카테고리 별로 나누어진 CSR활동을 살펴보면 다음과 같다. 환경보호에 관련된 CSR활동에는 1) 환경에 영향을 줄 수 있는 자원 활용을 최소화함, 2) 야생동물 보호와 생물종의 다양성을 보존하는 활동, 3) 배기가스배출 최소화(대중교통 이용하기, 자전거 여행프로그램 이용), 4) 일회용품 사용제한, 5) 여행지역에서 자연친화적 체험 프로그램 제공, 6) 여행자 수를 방문지역 수용능력에 반영하여 진행, 7) 관광지 재생사업으로 총 7개의 세부 사업이 포함되었다.

인력양성에 관련된 CSR활동에는 1) 관광인재 교육, 2) 일자리 제공으로 총 2개의 세부 사업이 있는 것으로 나타났다. 다문화계층과 취약계층을 대상으로 한 CSR활동에는 1) 취약계층에게 여행과 여가서비스 제공, 2) 장애층, 빈곤층, 다문화 가정에 일자리 제공, 3) 장애층, 빈곤층, 다문화 가정에 교육제공(생활체육, 미술, 음악, 독서, 점자, 수화), 4) 장애층, 빈곤층, 다문화 가정에 학자금 지원, 5) 문화 이질감 해소 프로그램 개발 및 제공, 6) 장애층, 빈곤층, 다문화 가정에 건강관리 정보 제공, 7) 장애층, 빈곤층, 다문화 가정에 편의시설 제공과 같은 총 7개의 세부 CSR사업이 있었다.

지역 사회를 위한 CSR활동에는 1) 지역주민 참여, 2) 지역(전통, 문화, 자원)의 가치보호와 보전, 3) 지역문화유산을 보전하는 프로그램 발굴 지원, 4) 농촌마을 개발 및 기초시설확충으로 총 4개의 세부 사업이 있었다.

경제발전을 위한 CSR활동에는 1) 관광지 지역주민에게 직접적인 이익이 가도록 돕기, 2) 지역특산물을 구매할 수 있는 판매점 개발, 3) 소외계층, 장애인, 빈민층을 지원할 수 있는 프로그램 개발, 4) 농어촌 지역 경제 활성화 프로그램(마을 조성, 영농조합법인, 휴양마을, 체험마을, 놀이시설)으로 총 4개의 사업이 있는 것으로 나타났다.

마지막으로 상품과 관련된 CSR활동에는 1) 지역관광 아이템발굴(자연자원, 웰니스관광, 전통문화), 2) 돌봄여행 등 복지여행 및 여가 서비스 제공, 3) 생활체육활성화, 4) 지역축제 프로그램 제공(전통놀이, 국악, 문화예술공연, 복합적인 문화콘텐츠), 5) 의료관광, 6) 문화예술매개 활동, 컨설팅, 프로그램 운영으로 총 6개의 CSR사업이 있었다. 선정된 관광관련 소규모기업의 CSR활동 목록을 대조한 결과 개별 사업자의 주요 사업 분야에 따라 비슷한 CSR활동을 하고 있는 것으로 나타나 선정된 기업의 주요 사업카테고리를 이용하여 구체적인 CSR 사업 활동을 하고 있는지 총 개수를 <Table 2>에 기입하였다.

4.3.2. 주요 사업별 소규모 기업의 CSR 활동

주요 사업별로 어떤 CSR활동을 하고 있는지 분석하고 그 결과를 <Table 3>에 제시하였다. 공정여행을 주요 사업으로 하는 소규모기업(n=10)은 환경보호와 지역 경제발전과 관련된 CSR활동에서 두드러졌다. 구체적으로, 환경보호를 위해 환경에 영향을 줄 수 있는 자원 활용을 최소화(n=5)하거나, 여행지역에서 자연친화적 체험 프로그램 제공(n=4), 여행자 수를 방문지역 수용능력에 반영하여 진행(n=4), 야생동물 보호와 생물종의 다양성을 보존하는 활동(n=3), 배기가스 배출 최소화

(n=3), 그리고 일회용품 사용 제한(n=3)하는 활동을 하였다. 그리고 관광지 지역주민에게 직접적인 이익이 가도록 돕기(n=4), 지역특산물을 구매할 수 있는 판매점 개발(n=4), 소외계층, 장애인, 빈민층을 지원할 수 있는 프로그램 개발(n=1)과 같은 활동을 하였다.

여가/스포츠관련 소규모기업(n=7)은 환경보호, 다문화계층과 취약계층 대상, 그리고 지역사회를 위한 CSR활동에 중점을 두고 있었다. 환경보호 부분에서는 환경에 영향을 줄 수 있는 자원 활용을 최소화하기(n=2), 배기가스 배출 최소화(대중교통 이용하기, 자전거 여행 프로그램 이용)(n=2), 여행지역에서 자연친화적 체험 프로그램 제공(n=1), 관광지 재생사업(n=1)을 하였다.

다문화계층과 취약계층을 대상으로 장애인, 빈곤층, 다문화 가정에 일자리 제공(n=1), 장애인, 빈곤층, 다문화 가정에 교육을 제공(생활체육, 미술, 음악, 독서, 점자, 수화)(n=1)하는 활동을 활발히 하였다.

지역사회 부분에서는 지역주민이 참여하는 활동(n=1), 지역(전통, 문화자원)의 가치보호와 보전(n=2), 지역문화유산을 보전하는 프로그램 발굴 지원(n=2)을 돕는 것으로 나타났다.

숙박/캠핑(n=5)에 관련된 소규모 회사는 지역사회발전(농촌마을개발 및 기초시설 확충)(n=2), 경제발전(소외계층, 장애인, 빈민층을 지원할 수 있는 프로그램 개발)(n=2), 그리고 상품(지역축제프로그램 제공)(n=1)에 관련된 CSR활동을 하였다.

의료관광(n=3)사업부분에서는 다문화계층과 취약계층을 대상으로 장애인, 빈곤층, 다문화 가정에 학자금 지원(n=1), 일자리 창출(일자리 제공 (n=2), 관광인재 양성 (n=1)), 경제발전부분에서는 소외계층, 장애인, 빈민층을 지원할 수 있는 프로그램개발(n=2), 상품 부분에서는 의료관광 프로그램 개발(n=2)과 관련된 활동이 보고되었다.

전시/공연/문화 행사가 주요 사업 분야인 소규모 기업(n=29)은 환경보호, 인력양성, 다문화계층과 취약계층 대상 활동, 지역사회, 경제발전, 상품 등 다양한 CSR 활동을 보고했다. 특히 지역축제 프로그램 제공(n=10)과 지역주민이 주도적으로 참여할 수 있는 여가활동(n=6), 지역의 전통과 가치를 보호하고 보전하는 활동(n=6)과 다문화 계층과 취약계층을 대상으로 일자리 제공(n=5), 교육제공(n=4), 문화 이질감해소 프로그램 또는 공연(n=2)을 제공하였다.

취약계층여가활동을 제공하는 소규모기업(n=21)은 다문화계층과 취약계층을 대상으로 한 활동을 가장 많이 했고 지역사회, 상품, 경제발전, 인력양성에 관련된 CSR활동을 보고했으나, 환경관련 부분에서는 활동이 미비하였다. 장애인, 빈곤층, 다문화 가정에 교육제공(생활체육, 미술, 음악, 독서, 점자, 수화)(n=7), 문화 이질감 해소 프로그램 개발 및 제공(n=6), 장애인, 빈곤층, 다문화 가정에 일자리 제공(n=4), 취약계층에게 여행, 여가서비스제공(n=2), 장애인, 빈곤층, 다문화 가정에 건강관리 정보제공(n=1), 장애인, 빈곤층, 다문화 가정에 편의시설 제공(n=1)에 대한 CSR활동이 주로 보고 되었다.

또한 상품관련 활동으로 지역축제 프로그램 제공(전통놀이, 국악, 문화예술공연, 복합적인 문화 콘텐츠)(n=8), 지역관광 아이템발굴(자원자원, 웰니스관광, 전통문화)(n=2), 문화예술매개 활동, 컨설팅, 프로그램 운영(n=4)을 하고 있었으며 장애인이거나 다문화 가정에서 참여하고 공연하는 프로그램을 개발하고 지역주민들과 어울릴 수 있는 기회를 제공하는 것으로 나타났다.

전통문화가 주요 사업 분야인 소규모기업(n=25)은 지역사회

와 상품부문에 더 중점을 두고 있었다. 구체적으로 지역(전통, 문화, 자원)의 가치보호와 보전(n=9), 농촌마을 개발 및 기초시설 확충(n=3), 지역주민참여(n=2), 지역문화유산 보전 프로그램 발굴 지원(n=2)활동을 하였다.

상품부분에서는 문화예술매개 활동, 컨설팅, 프로그램 운영(n=7), 지역축제프로그램제공(전통놀이, 국악, 문화예술공연, 복합적인 문화 콘텐츠)(n=4), 지역관광 아이템발굴(자연자원, 웰니스관광, 전통문화)(n=2), 돌봄여행 등 복지 여행 및 여가 서비스 제공(n=2)을 하였다.

생태/농촌관광이 주요 사업 분야인 소규모기업(n=17)은 환경보호, 지역사회, 경제발전, 그리고 상품부분에서 두드러진 CSR활동을 보였다. 구체적으로 환경부분에서는 환경에 영향을 줄 수 있는 자원 활용을 최소화(n=4), 배기가스 배출 최소화(대중교통 이용하기, 자전거 여행 프로그램 이용)(n=2)하는 등의 활동을 하였다. 지역사회부분에서는 지역(전통, 문화, 자원)의 가치보호와 보전(n=3), 지역문화유산을 보전하는 프로그램 발굴 지원(n=3), 농촌마을 개발 및 기초시설 확충(n=3)을 하였다. 경제발전 부분에서는 관광지 지역주민에게 직접적인 이익이 가도록 돕기(n=4), 지역특산물을 구매할 수 있는 판매점 개발(n=6), 농어촌지역 경제 활성화 프로그램(마을 조성, 영농조합법인, 휴양마을, 체험마을, 놀이시설)(n=5)에 대한 활동이 두드러졌고 상품부분에서는 지역축제 프로그램 제공(전통놀이, 국악, 문화예술 공연, 복합적인 문화 콘텐츠)(n=3), 문화예술매개활동, 컨설팅, 프로그램 운영(n=5)을 하고 있다.

5. 결론

5.1. 학술적, 실무적 시사점

본 연구에서는 현대관광산업분야 소규모 사회적 기업의 특징은 무엇인지 파악하고 구체적인 CSR활동은 어떤 것들이 있는지 알아보려 하였다. 본 연구의 결과는 주요 사업별 현대관광산업분야 소규모 사회적 기업의 특징을 이해하고 구체적인 CSR활동과 소규모 사회적 기업의 역할을 더 심층적으로 이해하는데 기여할 수 있을 것이다. 또한, 연구결과를 바탕으로 학술적, 실무적 시사점을 제공할 수 있을 것이다.

본 연구의 학술적 시사점은 다음과 같다. 첫째, 한국사회적기업진흥원에서 제공된 1672개의 사회적 기업리스트 중에서 현대관광산업분야 소규모 사회적 기업은 117개인 것으로 나타났다. 여러 사업 분야 중 현대관광분야 소규모 사회적 기업은 약 7%로 전체 사회적 기업 중에서 낮은 비중을 차지하고 있다. 또한, 현대관광산업분야 소규모 사회적 기업을 선별하기 위해 키워드를 사용했을 때 사회서비스 주요 사업별 유형이 다양하게 분포되어있으며 혼합된 사회서비스를 제공하는 회사의 경우 기타로 분류되었다.

한국사회적기업진흥원에서 사용되고 있는 사회적 기업의 사업별 분류는 모든 사회적 기업의 사업 분야를 분류하는 기준이다. 본 연구를 위한 현대관광산업분야의 분류기준으로 사용하기에는 적절하지 않아 소규모 사회적 기업들의 주요 사업을 조사하고 이를 토대로 재분류하였다. 주요 사업 분야를 조사한 결과, 공정여행, 레저/스포츠사업, 숙박/캠핑, 의료관광, 전시/공연/문화행사, 취약계층에게 여가활동제공, 전통문화, 그리고 생태/농촌관광 등 총 8개의 사업 분야로 나누어졌다. 본 연구결

과는 현대관광산업분야의 소규모 사회적 기업의 주요 CSR활동부분을 좀 더 구체적으로 구분할 수 있다.

둘째, 현대관광산업분야 소규모 사회적 기업의 CSR활동 주요 이해관계자 이론에 근거하여 6가지 카테고리로 나누어 분류하였다. 본 연구에서는 환경(environment), 인력양성(employment), 다문화계층과 취약계층(multicultural families & vulnerable social groups), 지역사회(local community), 경제발전(economic prosperity), 그리고 상품(product)로 분류되었다. 기존의 연구에서와 마찬가지로 이해관계자이론은 CSR활동을 분류하는데 유용한 것으로 나타났다(de Grosbois, 2012; Inoue & Lee, 2011). 하지만 본 연구결과가 제시하는 바와 같이 조사 대상에 따라 주요한 이해관계자의 분류항목이 달라져야 할 필요가 있다.

셋째, 현대관광산업분야의 소규모 사회적 기업 주요 사업별 CSR 활동을 조사한 결과 소규모 사회적 기업은 기업 내의 무형자원을 활용한 다양한 CSR활동을 펼치고 있는 것으로 나타났다. 소규모 사회적 기업은 대기업과 달리 유형무형자원이 부족하기 때문에 자체 기업의 핵심 역량을 중심으로 CSR활동을 제공하는 것으로 나타났다. 예를 들면, 공정여행프로그램을 제공하는 여행사는 공정여행 기획자를 양성하는 교육을 제공하고 지역주민이 직접적으로 수익을 얻는 거래를 하거나 관광객들이 중요한 자연자원과 문화재가 파손되지 않도록 하는 활동을 펼치고 있었다. 기존의 연구에서 밝혀진 바와 같이 (Jenkins, 2004, 2006), 소규모 기업의 CSR활동은 대규모 기업과는 달리 기업주에 따라 개별적으로 관리되는 경향이 있는 것으로 나타났다.

넷째, 조사된 CSR활동 목록을 살펴보면 특히 다문화가정과 취약계층을 대상으로 한 여가, 관광, 스포츠활동, 일자리 제공 및 전문 교육제공과 관련된 활동이 다수 보고되었다. 이 연구 결과는 정부주도의 사회적 기업 육성방안 방침에 따라 취약계층에서 사회서비스를 제공함으로써 사회적으로 배제되는 것을 방지하고 사회적 약자에게 여가와 관광관련 활동참여 기회를 넓혀 소외계층의 삶의 질을 높이기 위해 노력하고 있음을 반영하고 있다. 특히, 한국사회적기업진흥원에서 인증을 받은 기업을 대상으로 조사된 이번 결과는 소규모 기업의 CSR활동이 단지 이타적인 이유에서 시작된 것뿐만이 아니라 정부의 주도 아래 시행되어 정부 정책에 맞게 취약계층을 대상으로 한 CSR활동과 인력양성에 대한 CSR활동이 더욱 강조된 것으로 나타났다.

본 연구의 실무적 시사점은 다음과 같다. 첫째, 현대관광산업분야의 소규모 사회적 기업 CSR활동 내용에 있어서 다른 글로벌화된 호텔관광관련 기업의 CSR활동(de Crosbois, 2012)과 비교해 다른 점은 특히 전통문화와 문화재를 보호하고 보전하고자 하는 CSR활동과 환경보전 및 지역특성에 맞는 관광상품 개발 활동이 많이 보고된 점이다. 현대관광산업분야에서 관광객을 지역사회로 유도할 수 있는 가장 중요한 관광

자원인 전통문화와 문화재를 보호하고 체험할 수 있는 프로그램을 개발하고 지역의 자원을 재발견하고 발전시키고자 하였다.

둘째, 한국사회적기업진흥원에서 사회적 인증을 받은 기업들을 대상으로 조사된 본 연구에서는 CSR활동여부를 자체 홈페이지에 적극적으로 게재하는 회사가 가장 많은 비율을 차지했지만 CSR활동여부를 자체 홈페이지에 정기적으로 업데이트를 하지 않거나 적극적으로 CSR활동 내용을 게재하지 않는 회사가 약 30%를 차지하고 있는 것으로 밝혀졌다. 또한, 홈페이지에 사회적 기업이라는 것을 자체 홈페이지에 분명하게 표시하지 않거나 CSR활동내용을 전혀 관리 하지 않는 회사가 약 24%를 차지하고 있었다. 등록된 기업들의 자회사 형태로 정부의 재정적 지원이나 운영적 지원을 받기 위한 목적으로 사회적 기업으로 등록된 경우에는 사회적 활동에 대한 이해가 부족하거나 인증평가에 맞춰진 CSR활동인 경우가 있을 수 있다. 예비사회적 기업 또는 사회적 기업으로 인증을 받은 경우 정부나 지방자치단체로부터 재정지원을 1-3년간 한시적으로 받기 때문에 지원기간이 종료될 경우 재정적 어려움을 겪고 있는 경우도 있기 때문이라는 지적도 있다(Korea institute of Sport Science, 2014). 앞으로 소규모 사회적 기업이 지속적이고 안정적으로 수입원을 찾아 자생적으로 운영되며 CSR활동을 체계적이고 공개적으로 보고될 수 있는 환경을 만드는 것이 중요하다.

5.2. 한계점 및 향후 연구과제

본 연구는 현대관광산업분야의 소규모 사회적 기업 특징과 CSR활동의 구체적인 예시를 제시하는데 기여하고 있지만 몇 가지 한계점이 있다. 첫째, 소규모 사회적 기업 CSR활동은 자체 홈페이지에서 보고된 내용을 기반으로 있어 모든 CSR활동을 분석내용에 포함하지는 못한 점이 한계점이라 할 수 있다. 향후 정기적으로 조사된 소규모 사회적 기업의 실제 CSR활동에 대한 내용이 추가적으로 분석되어야 할 것이다. 둘째, 현대관광산업분야의 소규모 사회적 기업 CSR활동을 분석하기 위해서 본 연구는 한국사회적기업진흥원에서 제공하는 사회적 기업 리스트만을 분석대상으로 삼았기 때문에 더 넓은 범위에서 현대관광산업분야의 소규모 사회적 기업을 대상으로 CSR활동을 조사할 필요가 있다. 셋째, 본 연구에서는 현대관광산업분야의 소규모 사회적 기업의 특징과 구체적인 CSR활동을 조사하였으나 CSR활동이 지역주민과 지역사회, 그리고 사회적 기업에 미치는 영향에 대해서는 제시하지 못한 점이 한계점이라 할 수 있다. 향후 소규모 사회적 기업의 CSR활동의 영향을 알아보아야 할 필요가 있으며 이와 관련된 연구는 지속 가능한 경영과 지역발전을 위한 새로운 시사점을 제공할 것으로 기대된다.

References

- Carroll, A. B. (1979). A three-dimensional model of corporate performance. *Academy of Management Review*, 4, 497-505.
- Carroll, A. B. (1999). Corporate social responsibility: Evolution of a definitional construct. *Business and Society*, 38(3), 268-295.
- Chapple, W., & Moon, J. (2005). Corporate social responsibility (CSR) in Asia: A seven country study

- of CSR website reporting. *Business & Society*, 44(4), 415-441.
- Cho, Y. (2015). Social enterprises in Korea: Achievements and future directions. *Social Enterprise Studies*, 8(1), 3-13.
- Clarson, M. B. E. (1995). A stakeholder framework for analyzing and evaluating corporate social performance. *Academy of Management Review*, 20(1), 92-117.
- Coles, T., Fenclova, E., & Dinan, C. (2013). Tourism and corporate social responsibility: A critical review and research agenda. *Tourism Management Perspectives*, 6, 122-141.
- de Grosbois, D. (2012). Corporate social responsibility reporting by the global hotel industry: Commitment, initiatives, and performance. *International Journal of Hospitality Management*, 31(3), 896-905.
- Freeman, E. R. (1984). *Strategic Management: A stakeholder approach*. Boston, MA: Pitman.
- Fuller, T., & Tian, Y. (2006). Social and symbolic capital and responsible entrepreneurship: An empirical investigation of SME narratives. *Journal of Business Ethics*, 67(3), 287-304.
- Hahn, Y. (2015). IKEA and corporate social responsibility: A case study. *Journal of Distribution Science*, 13(10), 45-50.
- Hahn, Y., & Kim, D. (2016). Corporate social responsibility: A comparison analysis. *East Asian Journal of Business Management*, 6(4), 13-17.
- Heo, M. (2016). A study on the role of social enterprise and the social-cultural effect of sustainable tourism development: Focusing on the case of Jeollabuk-do Tourism Social Enterprise, "leum." *Journal of Tourism Science*, 40(6), 89-110.
- Holcomb, J. L., Upchurch, R. S., & Okumus, F. (2007). Corporate social responsibility: What are top hotel companies reporting?. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 19(6), 461-475.
- Im, E., & Lee, H. (2012). Economic valuation of fair travel: contingent valuation method. *Korea Journal of Tourism and Hospitality Research*, 26(3), 251-266.
- Inoue, Y., & Lee, S. (2011). Effects of different dimensions of corporate social responsibility on corporate financial performance in tourism-related industries. *Tourism Management*, 32, 790-804.
- Jamali, D., Zanhour, M., & Keshishian, T. (2009). Peculiar strengths and relational attributes of SMEs in the context of CSR. *Journal of Business Ethics*, 87, 355-377.
- Jang, J., & Lee, E. (2016). The effects of customer participation in CSR (Corporate Social Responsibility) process on customers' respond. *Journal of Distribution Science*, 14(3), 45-54.
- Jeng, K., & Park, C. (2016). The effect of corporate social responsibilities on the quality of corporate reporting. *Journal of Distribution Science*, 14(6), 75-80.
- Jenkins, H. (2004). A critique of conventional CSR theory: An SME perspective. *Journal of General Management*, 29(4), 55-75.
- Jenkins, H. (2006). Small business champions for corporate social responsibility. *Journal of Business Ethics*, 67(3), 241-256.
- Jenkins, H. (2009). A business opportunity' model of corporate social responsibility for small-and medium-sized enterprises. *Business Ethics: A European Review*, 18(1), 21-36.
- Jenkins, H., & Yakovleva, N. (2006). Corporate Social Responsibility in Mining Industry: Exploring Trends in Social and Environmental Disclosure. *Journal of Cleaner Production*, 14, 271-284.
- Kang, K. H., Lee, S., & Huh, C. (2010). Impacts of positive and negative corporate social responsibility activities on company performance in the hospitality industry. *International Journal of Hospitality Management*, 29, 72-82.
- Kim, K., & Go, D. (2011). Linkage between social responsibility and social enterprises in Korea tourism industry. *Korean Journal of Tourism Research*, 26(5), 43-61.
- Korea institute of Sport Science (2014). Research on developing social enterprises in sports. Retrieved from https://www.sports.re.kr/front/research/project/orginView.do?menu_seq=594&artctrlno=CR_301709&libctrlno=CR_301709&lib_seq= (available May 1, 2017).
- Korea Social Enterprise Promotion Agency (2016). Introduction of KoSEA. Retrieved from <http://www.socialenterprise.or.kr/index.do>
- Korea Social Enterprise Promotion Agency (2017). Social Enterprise. Retrieved from <http://www.socialenterprise.or.kr/index.do> (Available on May 20, 2017).
- Kotler, P., & Lee, N. (2005). *Corporate Social Responsibility: Doing the Most Good for Your Company and Your Cause*. Hoboken, NJ: John Wiley.
- Krippendorff, K. (2004). *Content Analysis: An introduction to its methodology*. Thousand Oaks, CA: Sage.
- Kucukusta, D., Mak, A., & Chan, X. (2013). Corporate social responsibility practices on four and five-star hotels: Perspectives from Hong Kong visitors. *International Journal of Hospitality Management*, 24, 19-30.
- Lee, K., Conklin, M., Cranage, D. A., & Lee, S. (2014). The role of perceived corporate social responsibility on providing healthful foods and nutrition information with health-consciousness as a moderator. *International Journal of Hospitality Management*, 37, 29-37.
- Lee, M. H., Mak, A. K., & Pang, A. (2012). Bridging the gap: An exploratory study of corporate social responsibility among SMEs in Singapore. *Journal of Public Relations Research*, 24(4), 299-317.

- McWilliams, A., & Siegel, D. (2001). Corporate social responsibility: Strategic implications. *Journal of Management Studies*, 43(1), 1-18.
- Min, W., & Kim, M. (2010). Theoretical implication of tourism based social enterprise: Focusing on the complexity paradigm. *Tourism Research Institute*, 22(2), 179-201.
- Min, W., & Kim, N. (2015). An exploratory study on corporate social responsibility and new strategic management of small travel agencies in Korea: Focusing on types of CSR and marketing activities. *Journal of Tourism Sciences*, 39(3), 229-249.
- Rourke, L., & Anderson, T. (2004). Validity in Quantitative content analysis. *Educational Technology Research and Development*, 52(1), 5-18.
- Spence, L. J., & Rutherford, R. (2001). Social responsibility, profit maximization and the small firm owner-manager. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 8(2), 126-139.
- The Small and Medium Business Administration (SMBA) (2016). Criteria of Korean SMEs. Retrieved from <http://www.smba.go.kr/eng/smes/scope.do?mc=usr0001146>

