

사회혁신 생태계의 현황과 발전 방안¹

강민정²

STEPI Working Paper는 STEPI 소속 연구자 및 관련 연구자에 의해 작성된 학술 저작물의 중간 산출물로서, 토론과 의견 청취를 목적으로 STEPI 웹사이트를 통해 공개하고 있습니다.³ 본 내용은 STEPI의 공식 입장이 아닌 저자 개인의 의견입니다. 저작권은 저자에게 있으며 출처와 저자를 밝히는 한 부분적으로 인용할 수 있습니다.

1. 이 연구는 STEPI가 수행하고 있는 「사회기술시스템 전환 전략 연구(3차년도)」의 일환으로 작성된 글입니다.
2. KAIST 경영대학 SK사회적기업가센터 연구 부교수(Copyright © 2017 by Minjeong Kang)
3. 본 페이퍼에 대한 의견은 mj kang@business.kaist.ac.kr로 보내주시기 바랍니다.

목 차

I. 서론		1
II. 사회혁신 생태계의 이론적 논의		4
1. 사회혁신론		4
2. 사회혁신기업의 ‘가치혁신’과 일반 기업의 ‘공유가치창출’		5
3. ‘사회혁신 클러스터’와 ‘임팩트 투자’의 형성		7
4. 사회혁신 생태계		9
III. 한국 사회혁신 생태계의 현황과 문제점		10
1. 구조적 조건		10
2. 중간 지원 조직		14
3. 공급 측면		16
4. 수요 측면		20
IV. 사회혁신 생태계 발전을 위한 제언		24
참고문헌		27

표목차

〈표 1〉 세계를 움직인 사회혁신	4
〈표 2〉 사회혁신기업의 예	6

그림목차

[그림 1] TEPSIE의 '사회혁신 생태계'	10
---------------------------------	----

[요약]

이 글에서는 EU의 TEPSIE¹⁾ 연구에서 정의한 사회혁신 생태계를 분석틀로 활용하여 한국 사회혁신 생태계의 현황과 문제점을 살펴보고 발전방안을 제시하고 있다. 사회문제 해결형 기술개발에 초점을 두고 있는 과학기술학의 사회혁신에 대한 접근을 넘어, 사회문제 해결의 수단이 ‘사회적’인 사회혁신의 역사성을 고려하여, 현실 ‘사회혁신기업’을 둘러싼 구조적 조건, 수요와 공급 차원에서의 관련 요소들, 그리고 중간지원조직을 분석의 내용으로 하였다. 이를 통해 과학기술학으로부터의 사회혁신에의 접근이 사회혁신 생태계 발전에 실질적으로 기여하는 방법과 통로를 모색하고자 하였다.

*핵심어: 사회혁신, 사회혁신 생태계, 사회혁신기업, 사회적 기업, 소셜 벤처, 사회적기업가정신, 사회적경제

I. 서론

‘사회혁신 생태계’에 대한 이해는 ‘사회혁신’에 접근하는 학문적 배경과 실천의 영역에 따라 그 내용과 경계가 다르게 나타날 수 있다. 먼저, 과학기술학 분야에서 ‘사회혁신’에 대한 논의는 ‘사회문제 해결형 기술개발’ 활동과 관련된 것으로서, 인간의 삶의 질과 지속가능성 향상을 위한 기술 기반 사회혁신의 의미로 소통되고 있다(송위진 & 성지은, 2013). STEPI의 사회기술혁신연구단이 주축이 되어 국내에 소개된 ‘사회기술시스템 전환 연구’가 그 중요한 흐름이며, 이들은 대개 분석의 단위나 초점이 산업이나 국가 단위의 과학 기술 개발 방향 혹은 자원의 분배와 같은 정책적 흐름과 맞닿아 있다. 그리고 사회 구조적 차원에서의 혁신적 변화를 목표로 한 집단적 실험인 Living Lab²⁾과 같은 내용에 관심을 둔다. ‘전환 연구’는 과학기술학 내에서도 새롭게 형성되고 있는 관점인 바, 기존의 산업발전과 경제성장을 중심으로 한 혁신이 아닌, ‘지속가능성’을 혁신의 핵심 목표로 설정하고, 과학기술이 인류가 당면한 사회적 문제 해결에 적극적으로 기여해야 한다는 문제의식에 기반을 두고 있다. 과학기술정책에 있어서 ‘무엇을 위한 혁신인가’라는 근본적인 질문을 던지고 과학기술의 사회문제 해결에 대한 적극적인 역할을 상정하고 실천적인 방안을 모색하고 있다는 점에서 우리 사회에 ‘사회혁신’을 연구하고 실천하는 이들에게 의미가 큰 움직임이라고 할 수 있다.

‘사회혁신’을 논의하는 또 다른 흐름은 사회문제 해결에 있어서 기존의 정책이나 시장실패를 뛰어넘는 개인, 조직 단위의 혁신적 행위와 실천에 초점을 맞춘 ‘사회혁신론’을 들 수가 있다. 유럽을 중심으로 발달해온 ‘사회적 경제’와 미국을 중심으로 발달해 온 비영리조직 등의 ‘제3섹터’에 ‘혁신성’을 더함

1) The Theoretical, Empirical and Policy Foundation for Building Social Innovation in Europe

2) Living Lab은 도시교통, 노인돌봄 등, 사회문제 해결에 있어 집단 지성과 실험을 통한 사회혁신의 방법을 모색하는 실험으로서 ‘사회혁신’의 전형적인 모습이면서 정책과 자원배분, 집단지성과 같이 관심과 분석의 단위가 일정 규모를 전제로 하는 경우가 많다.(송위진 외, 2015)

으로써 '사회혁신론'은 이들에 새로운 생명력을 불어넣게 된다. 영국의 Young Foundation³⁾에서 시작하여 NESTA⁴⁾ 등을 통해 확산되어 온 '사회혁신'의 담론은 사회문제 해결을 위한 비영리 활동을 중심으로 시작되어, 영리기업인 '사회혁신기업'⁵⁾의 형성에 사상적, 실천적 정당성을 부여하고 있다. 여기서 사회혁신은 기술혁신을 포함한 다양한 형태의 혁신적 방법이 사용될 수 있다는 점에서 과학 기술학에서 진행해온 '사회혁신' 논의와는 분석의 단위와 관심의 내용이 사회문제의 역사성과 복잡성 만큼이나 넓고 다양한 형태의 '혁신성'을 포괄한다.

'사회적 경제'는 '효율'과 '경쟁'의 원리에 따라 끊임없는 생산성 향상을 추구해오면서 그 결과로 만들어진 생산물을 소비해온 수동적인 소비자가 아닌, 스스로 생산하고 협력하고 교환하는 능동적인 시민들의 존재를 전제로 한다. 능동적인 시민들이 만들어낸 생산과 소비의 시스템은 협동조합, 사회혁신 기업 등과 같은 대안적 경제 조직들로 이루어지며, 이들 대안적 경제조직들은 '호혜'와 '협동'에서 생존과 발전 원리를 찾고 이러한 '사회적 경제'를 지속가능하게 하는 원동력은 '사회혁신'이다. '사회적 경제'가 시민 중심의 대안적 경제영역이니만큼 '사회적 경제'의 접근에서 바라본 '사회혁신'의 담론은 다양한 시민들과 조직, 시스템, 협치(governance) 등이 초점을 이룬다.

'사회혁신론'이 유럽을 중심으로 발달한 '사회적 경제'(Social Economy)의 형성과정에서 사상적, 실천적 힘을 얻어오는 가운데 사회혁신을 통한 '구조적 변화'가 여전히 중요한 담론을 이루고 있다면 미국을 중심으로 발달한 비영리조직 등 제3섹터에 혁신을 담아내는 변화와 그 속에서의 영웅적인 개인의 활약이 강조된 흐름 속에 나타난 개념이 '사회적기업가정신'(Social Entrepreneurship)이다. 실제 '사회혁신'이 지닌 경제적 지속가능성 추구의 요소는 '기업' 조직과의 친화성을 가져왔고, '사회적기업가정신'은 사회문제 해결에 있어서 개인과 기업과 같은 조직 단위의 혁신성과 시장지향성이 강조된 개념으로서, 주로 경영학과 인접 학문에서 논의되고 있다. '사회적기업가정신'으로부터 '사회혁신'을 접근하는 경우에는 사회문제 해결에 있어서 기업 혹은 조직 단위의 '가치 혁신'이나 이를 가져온 개별 기업이나 활동가의 '혁신적 기업가정신'이 분석의 초점이 되는 경우가 많다.

'사회혁신'은 과학기술학에서 바라보는 기술 기반 사회혁신을 넘어서 사회문제 해결을 위한 방법으로서의 '혁신성'과 '시장성'을 역사와 사회의 발전 속에서 실현해왔으며, 사회적 경제와 사회적기업가정신의 담지자로서의 개인과 조직 그리고 사회구조를 통틀어 작용해왔다는 점에서 '통합적' 개념이며, 학문적 배경에 따라 분석 단위와 초점이 다르다는 점을 이해하고 접근할 필요가 있다. 특히, 과학기술학은 오래도록 '혁신'의 본질을 연구해온 학문적 전통을 '사회혁신'에 활용한다는 점에서, 사회적 경제 분야

3) Young Foundation은 초기 '사회혁신론'의 확산을 주도한 Michael Young이 세운 조직으로서(1954), 영국의 사회적 경제 발전에 사상적, 실천적 기반을 제공해오고 있으며, 사회적 경제 조직의 중간지원조직으로서의 역할도 해오고 있다.

4) NESTA(National Endowment for Science, Technology and the Arts)는 Young Foundation의 전통을 답고 1998년에 새로 설립된 영국의 사회혁신 활동을 지원하는 중간지원조직으로서 오늘날 영국의 사회적 경제 발전에 있어 가장 영향력이 큰 조직이기도 하며, 전 세계적으로 사회혁신의 방법론을 확산하는 연구, 출판 활동을 활발하게 전개하고 있다.

5) '사회혁신기업'에 대한 정의는, 사회적 기업, 소셜 벤처, 사회혁신기업 등의 용어가 사회적으로 통일되지 않은 가운데, 본 논문은 사회적 가치 창출을 목적으로 하는 기업의 생태계를 주제로 하고 있는 바, 한국의 제도적 의미에서의 '사회적기업'을 넘어서, 사회적 가치창출을 최우선으로 하는 기업에 대하여 '사회혁신기업'으로 용어를 정의하여 사용하고자 한다. 여기서 '사회혁신기업'은 기업으로서 '사회적 가치'와 '경제적 가치'를 동시에 추구하면서도, '사회적 가치' 창출을 최우선으로 하는 기업을 지칭한다는 점에서, 일반 영리기업이 '사회적 가치'를 창출하는 형태까지 포함하지는 않는다. 본 논문에서 일반기업의 사회적 가치 창출의 형태는 '공유가치 창출' 차원에서 다루고 있다. 참고로, 사회적 기업 관련 연구자와 실천가들 사이에서는 제도적 차원에서 인증된 사회적 기업은 '사회적기업'(띄어쓰기 없음), 일반적 의미에서 사회적 가치를 창출하는 것을 최우선으로 하는 기업은 '사회적기업'(띄어쓰기 있음)으로 쓰임새를 다르게 하여 쓰기도 한다.

에서 ‘사회혁신’에 접근할 때 방법론적으로 활용할 수 있는 지적 자산이 될 수 있다. 또한 직접적으로는 ‘사회문제 해결형 과학기술’은 사회혁신기업의 혁신 추구 과정에서 구체적인 해결방법을 제시해줄 가능성이 많다.

여기서 ‘사회문제 해결형 과학기술’이 사회적 경제 조직을 통해 혹은 사회혁신기업가를 통해 ‘사회혁신’ 과정에서 구현되기 위해서는 실천적 차원에서 구체적인 협력이 일어나야 한다. ‘사회혁신기업’이 정부 정책에 의해 개발된 과학기술 자원을 활용할 수 있어야 하며, 사회문제 해결형 과학기술 개발에 대한 계획이 수립되고, 연구가 진행되고, 연구 결과에 대한 배분이 이루어지는 과정에서, 사회적 경제 조직과의 협력과 네트워킹이 이루어질 필요가 있다. 그러나 현실의 사회혁신 생태계에서 ‘사회혁신기업’과 ‘사회문제 해결형 과학기술’은 별개로 존재하고 있는 듯하다. 과학기술학에서 접근하는 사회혁신은 그 학문적 우수성과 실천적 문제의식에도 불구하고, 사회적 경제 조직과의 구체적 협력의 사례를 내고 있지 못하고 있으며, 거꾸로 사회적 경제 조직에서 사회문제 해결형 과학기술을 직접적으로 활용한 사례는 드물다⁶⁾.

이러한 배경에서 본 논문은 과학기술학 분야에서 ‘사회혁신’에 접근하고 있는 연구자와 실천가들이 현실의 ‘사회혁신 생태계’를 이해하고 접근하는 것을 돕기 위한 것을 첫 번째 목적으로 하고 있다. 그런 의미에서 분석의 단위에 ‘구조적 조건’으로서의 사회혁신기업을 둘러싼 정부 정책과 법제도적 환경은 물론, 일반 기업의 ‘공유가치창출’ 활동도 ‘사회혁신 생태계’를 이루는 내용으로 포함하였으며, ‘사회혁신기업’과 관련한 수요와 공급 차원의 생태계의 요소들과 중간지원조직의 현황을 분석하고 소개하였다.

또한, ‘사회적기업가정신’을 통해 ‘사회혁신’에 접근하는 연구자와 실천가들에게는, 과학기술학에서 제안되고 있는 ‘사회문제 해결형 과학기술’과 사회구조적 접근 방식의 중요성을 상기시키고자 하였다. ‘사회적기업가정신’의 접근을 통해 사회혁신기업가들의 혁신적 활동의 중요성을 인식해나가는 것도 중요하지만, 실제 사회혁신기업가 개인의 혁신적 사고나 창의성에 의해 일으킬 수 있는 사회적 변화는 상당히 제한적인 경우가 많다. 사회적기업가정신에서 다루어지는 미시적 수준의 혁신을 넘어 사회혁신이 확장되고 다른 혁신들과 결합되면서 거시적 수준의 시스템 전환에 기여하는 방안으로서, 과학기술학의 ‘사회기술시스템 전환론’은 유용하다. ‘사회혁신 생태계’에 대한 통합적 접근을 통해, 개인과 조직 단위의 사회적기업가정신을 살리되, 사회구조적인 차원의 혁신과 결합하는 방안을 실천적으로 고려하는 계기가 되기를 기대한다.

본 논문은 이를 위해 TEPsIE의 ‘사회혁신 생태계’ 정의를 활용하여 각 요소들을 살펴보고 있다. TEPsIE가 정의한 사회혁신은, ‘사회적 니즈(social needs)에 대응하기 위한 새로운 접근으로서 그 목표와 수단이 사회적’이라는 점에서 유럽을 중심으로 발달한 ‘사회혁신론’의 연장선상에 있으나, 수요와 공급, 그리고 중간지원조직 등 분석 내용을 통해 과학기술학의 ‘혁신연구’에서 출발한 지적 자산을 활용하고 있다. 본 논문을 통해, 과학기술학 분야에서 사회혁신에 접근하는 학자와 실천가들에게는 국내의 현실 ‘사회혁신 생태계’를 이해할 수 있는 계기가 되어 향후 사회적 경제 조직과의 협력 방안이 실천

6) 사회혁신기업 중에는 ‘기술혁신’을 통해 사회문제를 해결하는 기업들이 존재하며, 특히 ‘적정기술’을 통한 사회문제 해결에서 그들의 역할이 두드러진다. 여기서는 이러한 사회혁신기업들이 정부정책에 의해 개발되는 사회문제 해결형 과학기술에 접근하거나 계획 수립과 연구과정에서 협력하는 것이 현실에서 잘 이루어지지 못하고 있는 부분을 지적하였다.

가능하게 세워지는 데 기여하게 되기를 바란다. 또한, 사회적 경제와 사회적기업가정신을 통해 사회 혁신에 접근하는 학자와 실천가들에게는, 기술기반 사회혁신의 자원을 적극적으로 활용할 것과, 그 과정에서 사회적 경제 조직의 혁신성을 구현하는 방법을 구체화하고 생태계의 발전 방향에 대하여 돌아보는 계기가 되기를 바란다.

II. 사회혁신 생태계의 이론적 논의

1. 사회혁신론

‘사회혁신’은 ‘사회적 가치를 최우선으로 하는 조직을 통해 개발되고 확산되는 혁신적 행위와 실천’ 이자 ‘전략과 조직화된 행위를 통해 나타나는 사회변동의 과정들’이다(Mulgan, 2011). 기대수명 향상으로 인해 초래되는 문제들(연금, 주거, 노인 돌봄 등), 기후 변화에 따른 탄소배출 감소를 위해 필요한 사회 재조직 이슈(산업, 교통, 환경 등), 국가와 도시 단위에서 급증하는 다문화성과 관련된 이슈(언어 교육, 정체성, 주거 등), 불평등의 심화로 인해 발생하는 폭력, 정신 질환 등 사회적 병폐들과 풍요함에서 비롯된 비만, 알코올 및 약물중독, 도박 등 다양한 사회문제들이 사회혁신의 대상이 될 수 있다. 영국의 Young Foundation은 세계를 움직인 사회혁신을 선정하였는데 <표 1>은 그 예를 보여준다.

<표 1> 세계를 움직인 사회혁신

개방 대학 (Open University)	1971년 영국에서 처음 설립, 대학교육을 받지 못한 성인 대상 프로그램으로 혁신적 모델로 인정받아 전 세계로 확산
공정 무역 (Fair Trade)	1940~80년대에 영국과 미국에서 시작되어 전 세계적으로 성장하고 있는 생산자 보호를 위한 공정 무역 운동
그라민 은행 (Grameen Bank)	방글라데시의 마이크로크레딧(Microcredit) 기반의 빈곤퇴치 사업으로서 세계적으로 급격하게 전파됨
옥스팜 (Oxfam)	(the Oxford Committee for Relief of Famine) 1942년 영국에서 시작된 지역사회 단위의 빈곤퇴치 운동으로서 현재 전 세계 98개국에서 활성화됨
리눅스 (Linux S/W)	리눅스, 위키피디아, 오마이뉴스 등 다양한 분야를 변화시킨 오픈 소스 방식
암네스티 인터내셔널 (Amnesty International)	인권 보호와 성장을 위한 다양한 운동 조직체
국민건강상담서비스 (NHS Direct)	영국의 국민건강청(National Health Service)이 제공하는 24시간 건강 상담서비스로서 전화, 스마트폰, 웹 등 다양한 매체를 통해 접속 가능
빅 이슈 (Big Issue)	영국에서 시작되어 세계적으로 퍼져나가고 있는 모델로서, 노숙자의 자활을 돕고 사회구성원과의 소통을 돕는 잡지 사업 일반인들은 빅이슈를 구입하거나 잡지 콘텐트에 재능을 기부함으로써 노숙자를 도와줌. ‘홈리스 월드컵’과 같은 모델을 파생시킴

자료: Young Foundation(2006)

사회혁신의 특성을 살펴보면, 먼저 ‘사회혁신’은 ‘과정’을 통해 일어난다. 지역사회, 시민운동조직, 개인 혹은 기업 등 다양한 층위의 주체들이 혁신의 시작점이 된다고 하더라도 이를 실현해 나가는 과정은 문제 해결 과정에서 개방적으로 아이디어를 구하고, 네트워크의 확장과 협력을 통해 성공적인 사회혁신을 이루어나간다.

‘사회혁신’은 또한 경제적 차원에서의 변화와 결합되며 그 과정에서 사회적 차원의 변화가 일어난다. 이 지점에서 ‘사회혁신’은 오늘날 가장 활발하게 ‘혁신’을 주도해온 주체(actor)로서의 ‘기업’ 조직과 친화적 성격을 가지게 된다. ‘사회혁신’은 정부 혹은 시민사회에서 광범하게 발달해 온 비영리 조직에 의해서도 일어나지만, ‘기업’의 경영 활동을 통해 효율적으로 수행해낼 수 있는 영역이 되기도 한다. 기업의 경영활동이 이윤추구를 최우선으로 해왔다면 기업의 사회적 가치 창출에 대한 논의가 ‘공유가치 창출’(Creating Shared Value)⁷⁾을 중심으로 활발해지고 있는 가운데, 기업은 이제 이윤추구를 위해 ‘혁신’을 주도하는 주체에서, 비즈니스 과정에서 ‘사회혁신’에 기여하는 주체로 부상한다. 기업이 ‘이윤 창출’을 목표로 한 경영활동의 과정에서 ‘사회혁신’에 기여할 수 있다는 가능성이 논의되고 있는 가운데 ‘사회적 경제’와 ‘제3섹터’의 발전 과정에서 이윤창출이 아닌 ‘사회적 가치 창출’을 최우선 목표로 하는 조직이 영리의 형태를 띠고 등장하게 되는데 이를 ‘사회혁신기업’이라고 부른다.

‘사회혁신’의 세 번째 특징은 복제 가능한 모델과 프로그램이라는 점이다. 성공적인 ‘사회혁신’은 사회구조에 영향력을 미치며, 이 과정에서 끊임없는 모방과 확산이 일어나게 된다. 영국에서 노숙자의 자립을 돕는 프로그램으로 성공한 ‘빅 이슈’가 2010년 ‘빅 이슈 코리아’로 한국의 성공적인 사회혁신 기업으로 재탄생하게 된 것이 그 사례이다. ‘사회혁신’이 복제와 확산을 특성으로 한다면 이는 ‘기업’이 시장에서 타 기업과의 경쟁에서 우위를 확보하기 위해, 가능한 한 모방을 기피한다는 점에서 ‘사회혁신 기업’의 초기 시장성 확보 과정에서 종종 긴장을 일으키기도 한다. 그러나 성공에 이른 기업의 사업 모형만을 복제한다고 해서 사업이 성공에 이르는 것이 아니듯이, 큰 흐름에서 사회혁신기업 또한 모방을 기피하기보다는 ‘사회혁신’의 복제와 확산을 실천해가고 있다. 성공적인 사회혁신기업들은 사회적 프랜차이즈 사업⁸⁾, 사업 컨설팅⁹⁾ 등을 통해 적극적으로 사업 모형의 확산을 위한 활동을 전개하고 있다.

2. 사회혁신기업의 ‘가치혁신’과 일반 기업의 ‘공유가치창출’

가. 사회혁신기업의 ‘가치혁신’

인류가 당면한 사회 문제에 대하여 혁신적 방법으로 문제를 해결하고 이를 비즈니스와 결합한 조직을 ‘사회혁신기업’이라고 하며, 사회적 기업, 소셜 벤처 등 다양한 명칭으로 불린다. 사회혁신기업은 풀기

7) ‘공유가치창출’은 II. 사회혁신 생태계의 이론적 논의 중 2. 사회혁신기업의 ‘가치혁신’과 일반기업의 ‘공유가치창출’에서 자세히 다룬다.

8) 노인요양 서비스의 품질을 획기적으로 높인 부산의 사회혁신기업 ‘안심생활’은 프랜차이즈 사업을 통해 브랜드 가치를 공유하고 노하우를 전수하여 품질 높은 노인요양 서비스 모델을 확산하고 있다.

9) 사회혁신기업 ‘토닥토닥’은 대구를 기반으로 한 심리상담 카페인데, 경제적 측면과 장소에 있어서 심리상담의 벽을 낮추어 일반인들의 심리상담에 대한 접근성을 높이고, 상담인력에게는 상담의 채널을 넓혀주는 성공적 모델을 일구었다. 토닥토닥에 대한 사업 노하우에 대한 문의와 견학 요구가 많아지게 되자, ‘컨설팅’을 공식적인 사업 영역으로 진행하고 토닥토닥의 사업모델을 확산 중이다.

어려운 사회 문제를 해결하면서도 기업으로서 경제적인 지속 가능성을 유지하여야 하기에 사회적 가치 창출과 상충관계에 있는 경제적 도전과제를 해결할 수 있어야 한다. 예를 들어, 혁신적인 비즈니스 모형을 개발하거나, 공공시장을 비롯한 신시장 개척, 차별화된 제품과 서비스 개발, 생산 과정의 지속적 개선을 통한 비용 절감 및 품질 향상, 다양한 제휴 협력 네트워크의 구축 등의 방법들이 있을 수 있다. 라준영(2013)은 이러한 혁신적인 아이디어를 ‘사회혁신엔진’이라고 칭하였는데, 사회혁신엔진은 사회 혁신을 추구하는 기업이 소셜 미션을 달성하기 위하여 사회적 가치와 경제적 가치의 상충관계를 해소하고 제품 및 서비스의 가치와 비용구조를 근본적으로 변화시키는 아이디어다. 사회혁신기업은 혁신적인 아이디어를 통해 기업의 가치 창출 프로세스를 재구성하고 혁신하게 되며, 이를 ‘가치혁신’이라고 한다.

〈표 2〉 사회혁신기업의 예

<p>■ Elvis & Kresse(영)는 재활용품을 활용한 패션사업으로 재활용품에 대한 인식 전환을 꾀하고 수익의 50%를 기부한다. 2007년 영국에서 설립한 회사로서 산업 폐기물을 재활용(연간 약 150톤)하여 패션 핸드백, 노트북 케이스, 키 홀더 등을 생산하고, 2011년 프랑스, 벨기에, 싱가포르, 홍콩 등 9개국에서 25개 점포를 운영 중이다.</p> <p>■ Give Something Back(미)은 B2B시장에서 사무용품 판매로 얻어진 수익을 비영리기관에 기부하는데, 고객들은 GSB로부터 사무용품을 구매하고 기부 기관 선정에 참여한다. 이를 통해, 기업들이 지역사회의 비영리조직이 진행하는 각종 사회문제 해결을 위한 활동을 간접 지원하는 혁신적 가치사슬 모델을 구현한다. 설립초기인 1999~2001년간 미국에서 가장 빠르게 성장한 50개 기업에 선정되었으며, 2011년까지 총 5백만 달러를 기부하였다. 2011년 17,000여 고객기반으로 3개 도시에 40개의 유통센터를 두고, 2천 6백만 달러 이상의 매출을 올리는 캘리포니아 최대의 사무용품 제공업체로 성장하였다.</p> <p>■ KickStart(미/케냐)는 저비용 기술을 활용한 기계를 발명, 판매하여 저개발국 농부들의 수입 창출을 돕는다. 미국의 Martin Fisher가 케냐에서 1995년에 설립한 회사로서 소규모 농부들을 위해 펌프나 농기계를 저가로 판매하여 수입 창출을 도와 삶의 질을 향상시키는 데 기여하였다. 2009년에 40,000여명이 아프리카 전역에서 KickStart 기계를 사용하여 \$40 million의 신규 수입을 창출하였으며, 이는 케냐 GDP의 0.5%에 해당한다.</p> <p>■ 우주(한국)는 청년주거 문제 해결을 위해 2013년 시작된 ‘쉐어하우스’ 공급 회사로서 오래된 집을 개조하여 합리적인 가격으로 재임대하는 방식을 사용한다. 2017년 현재 57개 주택을 확보하여, 300여명의 청년에게 주거공간을 제공하였다.</p>

자료: 강민정(2015a; 60) 등

나. 사회혁신기업의 ‘가치혁신’과 일반 기업의 ‘공유가치창출’

사회혁신기업이 ‘가치혁신’을 이루어내는 방식은 기업의 사회적 참여 방식으로 기업경영의 담론으로 새롭게 등장한 ‘공유가치창출’과 방법론상에서 맞닿아 있다. Michael Porter는 기업의 사회적 가치 창출의 의미를 역설하고, 사회적 가치와 경제적 가치를 통합하여 ‘공유가치창출’(Creating Shared Value) 개념을 제시하면서 기업에 대한 사회의 요구를 비즈니스 상에서 실천하는 방법을 제시하고 있다. 공유가치창출은 사회공동체의 사회·경제적 환경을 발전시키는 동시에 기업 경쟁력을 강화하는

정책과 경영방식을 의미한다. 여기서 ‘공유가치’는 기업이 이미 창출한 이익을 재분배하여 함께 ‘나누자’는 개념이 아니라, 경제·사회적 가치의 총량을 확대하자는 개념으로 기업과 사회의 관계에 대한 새로운 시각을 제시함으로써 기존의 사회책임경영(CSR: Corporate Social Responsibility) 패러다임을 전환하고 있다.

Porter가 제시한 방법론을 보게 되면, 기업의 경쟁우위는 가치 사슬 즉, 원료 조달, 제품과 서비스 개발 및 생산, 판매, 출하, 지원 등의 활동을 어떻게 조직하느냐에 의해 좌우된다. 가치 사슬의 각 단계별 활동이 사회와 환경에 미치는 긍정적 혹은 부정적 효과들을 분석하고 그에 대한 대안을 만들어 나가면서 기업은 사회에 긍정적 영향을 미치는 동시에 새로운 사업 기회와 ‘가치혁신’의 계기를 만들어나갈 수 있다. 특히 기업의 특정 가치사슬과 관련이 있는 사회문제를 해결하는 과정에서 새로운 기술의 개발 및 운영 방법의 발견, 경영 전략의 쇄신 등 다양한 차원의 혁신을 경험할 수 있는데, 이러한 혁신 속에서 생산성이 향상되고 시장이 확대되는 것이다. 즉, ‘사회공동체의 이해’를 반영해나가는 과정에서 기업은 새로운 수요를 창출하고, 가치사슬을 재편하게 되면서 경쟁 우위를 얻어가는 효과를 누릴 수 있게 된다 (Porter & Kramer, 2011).

공유가치창출을 위한 기업의 ‘가치혁신’은 ‘사회혁신기업’이 맞닥뜨리게 되는 ‘가치혁신’을 어떻게 이룰 것인가와 맥락을 같이 한다. 공유가치창출을 위해 노력하는 기업은 ‘사회변동으로 인해 나타나는 숨겨진 실현되지 않은 사업기회를 포착하는 비즈니스 모델’을 구현하게 된다(Saul, 2011). 또한 일반 기업의 공유가치창출 활동에서 제시된 방법론은 사회혁신기업의 가치혁신 활동에서 활용될 수 있다는 점에서 ‘공유가치창출’은 일반 기업과 사회혁신기업이 만날 수 있는 지점이기도 하다. 사회혁신기업은 ‘공유가치창출’의 방법론을 활용하여 가치혁신을 이뤄낼 수 있으며, 일반 기업의 경우 공유가치창출을 내부적으로도 추구할 수 있지만, 태생적으로 사회적 가치 창출을 위해 가치혁신을 지향하는 사회혁신 기업과의 ‘협력’을 통해 보다 효과적으로 사회적 가치 창출에 다가설 수 있다(강민정, 2015b).

여기서, 일반 기업은 여전히 ‘경제적 가치’를 최우선으로 하는 가운데, 공유가치창출을 사업전략 상에서 부분적으로 지향한다는 점과 ‘사회혁신기업’이 ‘사회적 가치’를 최우선으로 하여 ‘경제적 가치’를 동시에 추구하기 위한 방법으로서 ‘가치혁신’ 활동을 한다는 점은 역사적, 사회적 맥락에서 구분하여 이해할 필요가 있다. 즉, 사회혁신기업이 방법론상에서 ‘공유가치창출’에서 제시된 내용을 적극 활용한다고 하더라도 일반 기업과는 성장해온 맥락이 다르다(사회적 경제와 제3섹터의 전통 등). 본 논문의 관심인 ‘사회혁신 생태계’의 관점에서 본다면, 일반 기업의 공유가치 창출 활동은 사회혁신기업의 가치 혁신과 방법론상에서 상호 강화되며 밀접한 협력의 가능성을 두고 있다는 점에서 ‘사회혁신 생태계’의 수요측면에서 다루어나가고자 한다.

3. ‘사회혁신 클러스터’와 ‘임팩트 투자’의 형성¹⁰⁾

‘사회혁신기업’의 전형적 모습인 ‘소셜 벤처’라는 용어는 2000년대 초반 미국의 실리콘밸리를 중심

10) 사회혁신 클러스터와 임팩트 투자의 형성과 관련하여서는 강민정(2012), 「사회적 벤처와 사회적 영향투자 활성화 정책」, 『Korea Business Review』 16(2), pp. 263-282에서 다루어진 내용을 요약한 것이다.

으로 등장한다. 이들 소셜 벤처들은 실리콘 벨리의 비즈니스 혁신을 가능케 한 ‘벤처 클러스터’를 기반으로 조성된 ‘사회혁신 산업 클러스터’와 함께 성장한다.

Tanimoto and Doi(2007)는 샌프란시스코 Bay Area에 조성된 ‘사회혁신 클러스터’(Social Innovation Cluster)의 존재에 주목한다. ‘사회혁신 클러스터’는 소셜 벤처와 지원조직, 투자기관, 연구기관 등을 포괄하는 조직적 축적(organizational accumulation)이며, 소셜 벤처의 성장을 위한 중요한 요소가 되어 주고 있다. 한편, 실리콘 벨리에서 성장해 온 신세대 기업가들의 기업가정신과 이들의 강력한 자금력이 결합한 ‘벤처형 자선’¹¹⁾은 ‘사회혁신 클러스터’의 중심축을 이루는데, 기업이 사회적 가치를 추구하는 방식으로 사회공동체와의 연대를 실천한다. ‘소셜 벤처 네트워크’(SVN: Social Venture Network)는 실리콘벨리를 기반으로 1987년 설립된 기업, 비영리기관, 투자자들의 커뮤니티로서 2014년 현재 600여개의 기관이 회원으로 활동하고 있으며, 내부의 네트워킹 파워를 통해 구매, 투자지원 등의 방식으로 소셜 벤처를 지원한다.

실리콘벨리의 ‘벤처형 자선’은 임팩트투자의 초기 모습을 보여주고 있는데, 이들과 달리, 자선보다는 투자에 가까운 형태로 ‘자선형 투자자(Philanthropist Investors)’ 들이 존재한다. ‘자선형 투자자’는 펀드에 투자한 투자자들은 투자 수익을 가져가지 않지만, 펀드 자체는 지속가능한 운영을 위해 일정 정도의 투자 수익을 거둬들인다(Bishop & Green, 2008). ‘오미디르 네트워크’(Omidyar Network), ‘아큐만 펀드’(Acumen Fund)¹²⁾ 등이 여기에 해당하는데 이들은 ‘비영리 벤처투자회사(non-profit venture capital firm)’로 잘 알려져 있다(강민정, 2012).

임팩트 투자의 등장으로 사회혁신 클러스터는 ‘사회혁신 생태계’로의 성장의 계기를 맞는다. 소셜 벤처가 그 영역을 넓혀가면서 실질적인 수익을 창출하게 되는 경우가 생겨나게 되었으며, 이들이 창출하는 사회적 가치뿐만 아니라 경제적 수익에도 관심을 갖는 투자 활동이 나타나게 된 것이다. 투자자는 대개 20% 정도의 수익률을 소셜 벤처측은 5% 정도의 수익률을 적정 수준으로 보고 있다는 것이 업계의 평가이다.¹³⁾ 임팩트 투자가 부상하면서 소셜 벤처가 주변부에서 중심부로 이동 중이라는 평가가 나오고 있으며, JP Morgan은 임팩트 투자의 자본 규모를 2010년 4,000억 달러에서 2020년에 1조 달러로 투자 이익은 1830억 달러에서 6670억 달러로 성장할 것이라고 예측하고 있다(J.P. Morgan, 2010). 한편, 대표적 임팩트 투자자들로는 Good Capital, Gray Matters Capital, KL Felicitas

11) ‘임팩트 투자’의 초기형태로 실리콘벨리를 중심으로 발달한 ‘벤처형 자선’은 소셜 벤처가 ‘혁신성’과 ‘시장성’을 기반으로 사회적 가치를 추구하고, 기업으로서 지속가능한 경제적 자립기반을 마련하는 것을 전적으로 지원한다(Bugg-Levine & Emerson, 2011). ‘벤처형 자선기관(Venture Philanthropists)’은, 벤처투자자와 같은 방식으로 자선 활동을 전개하는데, 자선가로서 기부금(grant)을 내는 것이 아닌, 투자자로서, 소셜 벤처가 안고 있는 리스크를 인식하고 이를 극복하기 위한 문제 해결에 적극적으로 관여한다. 사회적 영향(social impact)을 달성하는 것을 목표로 하여, 투자이익은 취하지 않는다. 실리콘벨리의 REDF를 대표로 하고 있는 벤처형 자선은 다음과 같은 특징을 보여준다. 첫째, 리스크를 긍정적으로 받아들이고, 명확한 사회적 성과를 요구한다. 둘째, 사회적 투자회수율(SROI: Social Return on Investment)을 통한 성과 측정을 실시하고, 장기적인 성장을 추구하며 보상을 실시한다. 셋째, 투자 대상자와 밀접한 관계를 형성하여, CEO를 선임하는 이사회에 참여하고 사업전략에 대해 공동으로 논의한다. 넷째, 사회적 벤처를 직접 선정하여 투자하고, 필요한 경우 투자 이후 발생하는 비용을 부담한다. 다섯째, 사업이 진행되는 상당 기간 동안 이사회에 참여한다. 여섯째, 사회적 벤처가 목표한 성과를 달성하면, 합병이나 기업 공개를 통해 투자를 종료한다.

12) 아큐만 펀드(Acumen Fund)는 임팩트 투자의 전형이라고 할 수 있는데, 2001년 설립된 비영리 벤처투자회사로서, 아프리카, 인도, 파키스탄 등 저개발국의 사회적저층(BoP: Bottom of Pyramid)을 대상으로 한 사업모델을 전개하는 사회혁신기업에 투자한다. 아큐만 펀드는 비영리기관들을 대상으로 주로 투자하다가 최근에 사회적 목적을 추구하는 영리기업이 늘어나면서 투자 대상을 영리기업으로 넓혀가고 있다. 2010년 현재 50개 사회혁신기업에 \$ 5000만을 투자했으며, 주 투자자는 록펠러 재단, 시스코, 빌게이츠 재단, 구글, 스킵 재단 등의 재단들과 민간 기업, 일반 투자자들이다. 장기 대출, 대출 보증, 소수 자본 취득 등의 방식으로 7~10년에 걸친 장기 투자를 수행한다. 투자와 함께 전문가를 파견하여 사업모델에 대한 컨설팅을 수행하고, 각종 경영 교육 등을 제공한다.

13) 2011 Skoll World Forum의 “Grants vs. Investment: How to Decide Which is Best?” 세션토론에서 논의된 내용을 근거로 하였다.

Foundation, Investors' Circle, Intellectap, Bridges Ventures, Deutsche Bank Eye Fund 등이 있다(Bornstein & Davis, 2010).

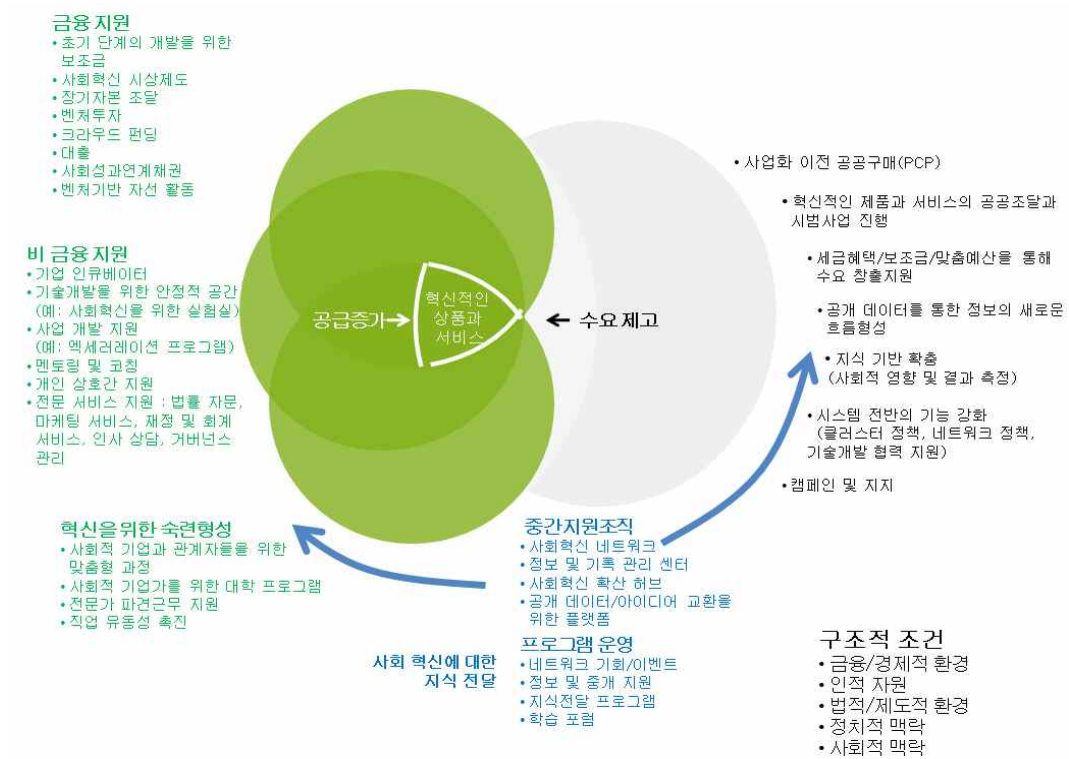
4. 사회혁신 생태계

‘사회혁신 클러스터’나 ‘임팩트 투자’가 사회혁신기업에 영향을 미치는 조직들의 형성에 관한 논의라면, 사회혁신기업의 성장과 발전에 대해 보다 통합적이고 구조적인 이해를 가능하게 하는 관점이 ‘사회혁신 생태계’이다. EU가 추진한 TEPSIE(The Theoretical, Empirical and Policy Foundation for Building Social Innovation in Europe) 프로젝트는 사회혁신의 실천적 의미를 넘어 이론화 작업의 일환으로 추진된 것으로서, 송위진(2016)은 과학기술학의 ‘혁신연구’의 지적자산을 활용하여 ‘사회혁신’ 연구의 관점과 내용을 확장할 것을 제안하는 과정에서 TEPSIE의 사회혁신 생태계를 소개하고 있다. TEPSIE의 ‘사회혁신 생태계’는 ‘사회적’ 접근 방법에 대한 통합적 시각을 보여준다는 의미에서 과학기술학에서의 접근에 ‘사회적’ 의미로의 확장이 이루어지고 있음은 물론, 사회적 경제에서의 접근에는 일반 기업을 포함한 전사회적인 차원에서의 사회혁신의 자원을 사회혁신 생태계로 포괄하여 이해하는 분석틀이 되어 준다는 점에서 유용하다.

TEPSIE가 정의한 사회혁신은 ‘사회적 니즈(social needs)에 대응하기 위한 새로운 접근으로서 그 목표와 수단이 사회적’이다. 사회혁신의 수혜자(시민사회)가 혁신활동에 참여하고 조직되면(mobilize) 수혜자의 자원에 대한 접근성과 영향력을 향상시켜 사회관계를 변화시킨다. 사회혁신은 ‘새로운 사회적 니즈를 구체화하고 기존에 인지되지 않았던 니즈를 발굴하는 데 도움을 준다’(TEPSIE, 2014: 14). 이러한 사회혁신은 아래의 [그림 1]과 같이 사회혁신 생태계를 형성하는 것이 필요하다.

다음 장에서는 [그림 1]에 나타난 TEPSIE의 사회혁신 생태계 구성 요소의 핵심적 내용인 1. 구조적 조건, 2. 중간지원조직, 3. 공급측면(재무적 지원, 비재무적 지원, 혁신을 위한 교육) 4. 수요측면(시스템 강화, 수요자, 지식기반 확충 등)에 대하여 각각 살펴보면서 한국의 사회혁신 생태계의 현황과 문제점에 대해 논의하기로 한다.

[그림 1] TEPSIE의 ‘사회혁신 생태계’



자료: TEPSIE(2014: 25)

III. 한국 사회혁신 생태계의 현황과 문제점

1. 구조적 조건

가. 정치, 사회적 맥락

(1) 사회혁신 생태계의 정치적 환경

한국 사회에서 사회혁신의 담론이 본격화된 것은 사회적 경제와 그 구성요소로서의 ‘사회적 기업’이 제도적 힘을 얻게 되면서부터이다. 2003년 참여정부는 IMF이후 실업 대책으로 나온 공공근로사업의 일회성을 극복하고 지속가능성을 확보하기 위한 방법으로 ‘사회적 일자리’ 사업을 전개하고, 이 과정에서 유럽의 사회적 경제 모델과 그 구성요소인 ‘사회적 기업’에 주목하였다(김혜원,2009). 또한, 국민의 복지수준 향상을 위하여 사회 서비스 분야를 확충하고자 하는 정책적 목표가 존재하였는 바, 여기에 사회적 일자리를 결합하는 전략을 동원하게 되는데 이로서, 노동부를 중심으로 한 사회적 일자리 사업이

‘사회적기업’의 모습으로 등장하게 된다. 사회적기업육성법은 2006년 말 국회를 통과하여 2007년에 본격적으로 시행되는데, 초기 ‘사회적기업’ 출발의 배경이 ‘사회서비스 확충과 그 속에서의 일자리 공급’이 주 내용을 이루게 되면서 ‘혁신을 통한 사회문제 해결’, 즉 사회혁신의 담론을 담아내지 못하게 된다. 2007년 이후 설립된 초기 ‘사회적기업’들은 대다수 일자리 사업의 본질을 벗어나지 못하면서 사회문제 해결을 위한 사회혁신을 추구하는 기업들은 ‘사회적기업’으로 인정받기 위해 무리한 고용모델을 도입하거나, 혹은 제도 밖에서 ‘소셜 벤처’ 혹은 ‘사회혁신기업’으로서의 정체성을 강조하면서 일자리 중심의 제도권 사회적기업과의 차별성을 강조하는 아이러니를 낳았다.

‘사회적기업’이 ‘사회혁신’에 대한 열망을 담아내기보다는 취약계층 고용과 사회서비스의 틀에 갇혀 있는 동안 한국에 ‘사회혁신’의 담론이 확산되고, 사회혁신 생태계가 본격적으로 조성된 데에는 사회혁신가이자 소셜디자이너임을 자처한 박원순 시장이 이끄는 서울시가 중요한 역할을 하였다. 박원순 시장은 시민운동가 시절, ‘희망제작소’를 통해 활발하게 사회혁신 프로그램을 제공함과 동시에 사회혁신의 담론을 확산하면서 의미 있는 결과들을 만들어 냈으며, 서울시장이 되고 나서는 사회혁신을 확산시켜 서울을 세계적인 사회혁신 수도(Social Innovation Capital)로 만들겠다는 정책기조를 공공연히 표방하였다. 서울시는 기존의 취약계층 일자리 창출의 패러다임을 ‘시민주도의 사회혁신’과 ‘사회적 경제 활성화’로 바뀌내고 도시재생, 청년 주거 등 서울시의 핵심 과제를 해결하는 데 있어 사회혁신을 적극적으로 활용하는 정책을 펼쳤고(사회혁신센터, 2016), 이 과정에서 청년 사회혁신가들의 참여와 실험의 장이 다양한 방식으로 열리게 되었다.

새로 출범한 문재인 정부는 사회적 경제 활성화를 위해 ‘사회적경제기본법’ 등을 마련하기로 하고 정책 조정과 시행을 전담할 조직으로 가칭 ‘사회적경제발전위원회’를 구성하기로 하였다. 그동안 사회적 경제계에서 꾸준히 제기되었던 사회적 경제 조직을 위한 판로개척과 공공조달, 자금 및 세제, 인재양성 등 초기지원 강화를 위한 사회적 경제 활성화 방안이 마련될 것으로 보이며, 사회서비스는 물론 문화 예술, 도시재생 등 우리 사회의 오랜 문제들을 혁신적으로 해결하는 데에 사회적 경제 조직이 진출하면서 자연스럽게 ‘사회혁신’의 담론과 방법론이 사회적 경제와 결합되는 과정이 본격화될 것으로 보인다.

(2) 사회혁신 생태계와 사회적 경제, 그리고 시민 참여

사회혁신이 작동하는 환경은, 일반 시장경제이기도 하지만 동시에 ‘사회적 경제’와의 결합을 통해 우리 사회의 대안적 가치를 시민들 스스로 만들어내고 성장하는 토양을 만들어낼 수 있다. 사회적 경제란 양극화 해소, 일자리 창출 등 공동이익과 사회적 가치를 실현하기 위해 사회혁신기업, 협동조합 등 사회적 조직이 상호 협력을 바탕으로 수행하는 경제활동을 의미한다. ‘협동조합’은 사회적 경제의 기반 조직이라고 할 수 있는데, 유통 과정을 합리화하고 상업이윤을 제거하기 위해 풀뿌리 시민 스스로 조직하는 자주적 조직이라고 할 수 있다. 협동조합은 자본주의 질서를 긍정하고 유통과정의 합리화를 추구한다는 점에서 산업자본에 대해 안도감과 친밀감을 주고 있다. ‘사회적 경제’는 ‘경쟁’과 ‘효율성’ 대신에 ‘호혜’와 ‘협동’을 기반으로 자본주의의 위기를 극복할 대안으로 거론되면서, 사회적 경제에 지속가능성을 불어넣을 수 있는 원리로서의 ‘사회혁신’은 더욱 중요해지고 있다.

사회적 경제 발전의 근본적 기반은 성숙한 시민사회 영역의 역량이다(Quarter & Armstrong, 2009). 일반적으로 사회적 경제는 제도적으로 육성되어 온 것이기보다는 자생적으로 만들어져 온 형태의 조직들을 사후적으로 해석하고 규정한 것이라고 보아야 할 것이다. 사회적 경제의 일차적인 주체는 시민사회영역이라고 할 수 있는데, 그간 한국 사회에서 사회적 경제 육성 정책은 ‘사회적기업 육성법’의 제정과 이를 실현하기 위한 일련의 정책 흐름에서 보듯이, 시민사회의 잠재적 역동성을 일깨우기보다는 정책을 추동하여 새로운 조직체를 만드는 데 초점을 맞춰온 경향이 있다. 정부 정책은 현장으로부터 다양한 시도들이 확산되고 성공사례들이 만들어지면서 그 정당성(legitimacy)이 형성되고 이 정당성을 근거로 자원의 집중과 행위자들의 모방이 이루어질 수 있는 생태계 조성에 초점을 맞추는 것이 필요하다(김동준, 2016).

나. 법제도적 환경

(1) 한국의 사회혁신 생태계 발전과 법·제도적 환경

한국의 사회혁신 생태계를 이해하기 위해서는 제도적 정의로서의 ‘사회적기업’이 사회혁신 생태계와 맥락을 달리하며 성장해온 점이 고려되어야 한다.

한국의 ‘사회적기업’은 2007년 사회적기업육성법 시행으로 인증제가 도입된 이후 양적으로는 지속적인 성장을 거듭해왔으나 ‘사회적기업’과 그 생태계의 지속성에 대하여 꾸준한 우려가 제기되어 왔고, 영업 손실 기업의 증가, 연평균 매출과 당기순이익의 감소 등 경영상의 효율성이나 생존과 지속성에 대한 지적들이 계속되어 왔다.¹⁴⁾ 2007년 이후 매년 100~300개 정도의 ‘사회적기업’들이 정부로부터 인증을 받고 있으며, 2015년 12월 기준 정부의 인증을 받은 국내 ‘사회적기업’ 수는 총 1,640개에 이른다. 이러한 양적 성장에도 불구하고 현실의 대다수 ‘사회적기업’은 사업 규모의 영세성과 정부 재정 지원에 대한 높은 의존도로 인해 지속가능한 성장에 있어 회의적이고 사회적 가치 창출에 있어서도 그 영향력을 찾아보기 힘든 경우가 많다.¹⁵⁾

이렇듯 ‘사회적기업’이 영세성을 벗어나기 힘든 이유는 앞에서 살펴보았듯이 ‘사회적기업’이 대부분 고용 창출에 초점을 두고, 실업 대책과 취약계층을 위한 정부 정책의 산물로서 성장해오는 가운데 ‘혁신성’을 놓치고 있다는 데 있다. 한편, ‘사회적기업’의 약 77%가 영업 손실을 내고 있음에도 불구하고 2015년 ‘사회적기업’의 3년 생존율(12년 인증)은 96.5%로 일반 기업의 3년 생존율 38.2%에 비해 월등히 높은 편이다.¹⁶⁾ 이는 ‘사회적기업’이 기업가의 혁신성을 기반으로 운영되면서 열악한 경영환경에도 불구하고 사업을 지속해나가는 현상으로 해석할 수 있다.

14) 사회적기업진흥원(2013; 2014)

15) 국내 사회적 기업은 수익성이 여전히 많이 안 좋은 상태에 있으나, 초기에 비해 많이 나아지고 있는 중이다. 2015년을 기준으로, 매출액이 50억 이상인 경우는 4%, 30억 원 이상인 경우는 5%이다. 평균 매출액은 13.5억이며, 영업이익을 내는 사회적 기업의 비중은 23%, 1억 이상의 영업이익을 내는 사회적 기업은 전체 6%에 불과하고, 1억 이상의 영업 손실을 기록한 사회적 기업이 전체 29%를 차지한다(한국노동연구원, 사회적기업 성과분석, 2015)

16) 2013년 활동 중인 일반기업 중 2010년 설립된 기업 비율(기업생멸행정통계, 2015)

한편, 제도권과 상관없이 인증을 받지 않고 일반 벤처의 형태를 통해 다양하고 혁신적인 방법으로 사회적 가치를 추구하는 ‘소셜 벤처’ 형태의 사회혁신기업들이 점차 증가하고 있고,¹⁷⁾ 이들을 지원하는 민간에 의해 자생적으로 이루어진 생태계가 점점 영향력을 확대하고 있다. ‘사회혁신 생태계’는 국내 ‘사회적기업’의 제도적 한계에 따른 자생적 돌파구로서의 ‘소셜 벤처’의 발생과 성장을 포섭해나가고 있으며, 기존 ‘사회적기업’에 혁신성을 접목하는 변화를 이끌고 있다. 실제 인증 ‘사회적기업’ 중에서도 고용 모델을 넘어 사회문제 해결을 위한 소셜 벤처가 점차 늘어가고 있는 경향이 있다.

(2) 사회혁신 생태계 활성화를 위해 바람직한 사회혁신기업의 법적 지위와 제도

사회혁신기업의 조직 형태는 “사회적 목적을 수행하는 조직임을 확실히 하면서도 동시에 경제적 가치를 추구하는 데 있어 제한을 두지 말아야 하며 또한, 경제 조직으로서 자본 조달을 하는 과정에서 투자자의 경제적 가치 추구가 보호되면서도 동시에 사회적 목적 추구가 제한을 받지 말아야 한다” (Bugg-Levine & Emerson, 2011: 124). 비영리조직이 사회혁신기업을 설립할 경우 자본 시장에서 자본을 조달할 수 있도록 길을 열어주어야 하는 한편, 회사 형태를 도입한 사회혁신기업의 경우도 혼합 가치(Blended Values)를 추구하는 기업으로서의 특수성을 반영한 법적 지위를 부여받을 필요가 있다.

국내 사회적기업육성법 상의 ‘사회적기업’이 특정한 기준에 따른 ‘인증’을 통해 법적 지위가 부여되는 것과는 달리 영국의 CIC, 미국의 L3C는 인증에 따른 법적 지위이기보다는 사회적 목적을 가진 기업들이 스스로 활동의 편의나 투자 유치의 필요성을 위해 선택 가능한 법적 장치이다.¹⁸⁾ 이러한 조직 형태를 취함으로써 사회적 목적을 달성하면서 동시에 수익모델을 추구하고, 또 투자 유치에 도움이 된다고 판단하면 자발적으로 간단한 절차를 통해 신고하면 된다. 국내의 경우도 혼합가치를 추구하는 기업이라면 여타의 기업과는 다른 보호를 받을 수 있는 법적 장치를 마련할 필요가 있다.

한편, 현행 ‘사회적기업’ 인증제는 취약계층에 대한 고용비용, 사회서비스 비용에 강조점이 있어 혁신형 사업모델의 소셜 벤처에게는 진입 장벽이 되거나, 오히려 양적·질적 성장을 가로막을 수 있다. 현행 ‘사회적기업’ 인증제도는 인증 요건을 완화하여 이러한 조직들을 포괄해가거나 자율적 등록제로 전환하여 시장 주도형으로 육성 정책의 변화를 꾀할 수 있다. 또한 이익의 2/3를 재투자해야 하는 요건이 있는데, 이는 기업이 규모를 키워나가고 임팩트 투자의 투자처로서 작동하기 위해 보다 유연해질 필요가 있다. 사회혁신기업은 투자자에게 매력 있는 투자처가 될 수 있으며, 투자를 계기로 성장하고 사회혁신에 기여하는 선순환의 흐름이 만들어져야 한다.

17) 인증된 ‘사회적기업’들이 명확한 통계가 잡히는 것과 달리, 이러한 종류의 사회혁신기업은 정확히 수를 집계하기 힘들다. 다만, 국내 임팩트 투자 기관이 2015년까지 투자한 건수가 184건 정도로 나타나고 있는데, 사회적 가치와 경제적 가치를 동시에 창출 해내는 기업으로서 임팩트 투자자들에게 인정을 받았다는 점에서 사회혁신기업의 규모를 가늠해 볼 수 있는 수치이다.

18) 영국의 CIC (Community Interest Company)는 2005년 회사법 내에 도입되어 사회혁신기업의 법적 지위를 마련하였는데, CIC는 ‘Community Interest Test’를 통과하여야 하며, 해산 시에는 자산분배가 금지되어 있고, 주식 배당은 자본금의 20%로 상한선을 두었다. 또한 차입시 성과변동형 이자지급이 10% 한도에서 가능하고, 배당 가능 이익의 35% 이내에서 이익을 배당할 수 있도록 하고 있다. 미국의 경우 사회혁신기업이나 소셜 벤처들이 취하는 일반적인 법적 형태는 ‘유한책임회사’ (LLC: Limited Liability Company)인데, 점차 사회혁신기업으로서의 특수성을 표방하는 형태로 진화 중이다. 사회적 목적을 가진 회사로서 ‘저수익 유한 책임회사’ (L3C: low profit limited liability company)의 법적 지위가 그것인데, 기존 유한책임회사와 차별화된 사회적 목적의 영리기업임을 표방함으로써, 투자자가 투자시 저수익 회사를 인식하여 환선이 없도록 하는 장치를 두고 있다.

요컨대, 영국의 CIC와 같이 특정한 법적 지위를 부여하되 ‘사회적기업’의 정의를 보다 광범하게 재정의함으로써, 혁신을 통해 비즈니스의 방식으로 사회문제를 해결하고자 하는 다양한 주체들이 ‘사회적기업’이라는 정체성을 대내외에 명확히 소통할 수 있고, 세제 혜택, 공공구매 우선혜택 등을 누릴 수 있도록 하는 것이 필요하다. 다른 한편으로는, 사회적 가치 창출과 경제적 지속가능성을 동시에 추구하는 다양한 주체들에 대하여, 민간 차원의 창의적이고 자유로운 투자와 지원이 일어날 수 있도록 자본 시장 조성을 위한 투자 플랫폼이 마련되어야 한다. 이를 위해 초기 자본 시장 활성화를 위한 ‘임팩트투자기관(Impact Investor)’을 광범하게 설립하여 투자와 연계 지원을 진행하여야 하며, 투자 활성화를 위한 세제 지원 등 제도적 인프라를 갖춰야 한다(강민정 외, 2014a).

2. 중간 지원 조직

가. 중간지원조직의 정의

사회혁신 생태계의 중간지원조직은 사회혁신기업에 필요한 자본, 유·무형의 자원, 전문성, 네트워크, 시장 등을 연계하는 조직으로서, 사회혁신 생태계가 작동하는 촉매제의 역할을 수행한다. 전문가 및 네트워크전문 중간조직, 혁신전문 중간조직, 마케팅전문 중간조직, 성과평가전문 중간조직, 금융전문 중간조직 등 다양한 형태가 있다(Shanmugalingam et al., 2011).

국내에는, 함께 일하는 재단, 희망제작소, 하자센터 등과 사회적기업진흥원에서 지정하는 전국의 지역에 존재하는 권역별 중간지원기관들이 있으나, 정부주도로 추진되다 보니 사회혁신기업 전반에 대한 자원 연계의 허브 역할보다 정부정책의 전달체계의 성격이 짙다. 그리고 정부예산을 쓰는 중간지원 조직은 ‘사회적기업’ 인증과 맞물려 교육과 지원이 이루어지고 있는 곳이 대부분이어서 ‘사회혁신 생태계’의 중간지원조직으로서의 일부를 담당하고 있다고 볼 수 있다.

나. 임팩트 투자 활성화를 위한 ‘금융 중간지원조직’¹⁹⁾

사회혁신기업에 대한 투자 활동을 ‘사회적 영향투자’(Impact Investment) 혹은 ‘임팩트 투자’ 라고 하는데 임팩트 투자는 직간접으로 모든 중간조직과 연관되어 있다고 할 수 있으나, 이 중에서 금융 중간지원조직이 직접적인 연관이 있다고 할 것이다. 사회혁신기업이 초기 집중적인 투자와 경영지원을 통해 어느 정도 궤도에 오른 후에는, 사회적 목적에 투자하고자 하는 일반 투자자들도 자유롭게 투자할 수 있도록 기반이 마련되어야 한다. 즉, 투자행위를 위한 인프라가 조성되고, 사회혁신기업에 투자자의 관심과 실질적인 투자가 이루어질 수 있도록 연계하는 일이 필요하다. 임팩트 투자의 인프라로서는 사회혁신기업에 대한 성과평가체계와 세무와 회계 등 투명성 확보가 이루어져야 하고, 투자자에게 사회혁신기업에 대한 투자정보 제공이 이루어져야 한다. 금융 중간지원조직(Finance Intermediaries)은 이러한 역할을 종합적으로 수행하는 플랫폼이다.

19) 임팩트 투자 활성화를 위한 금융 중간지원 조직에 대하여는 강민정 외(2014a)를 요약·정리 하였다.

임팩트 투자는 세계적으로 초기 단계이지만, 이를 중요한 사회변화의 축으로 인식하는 민간 투자자, 사회혁신기업들을 중심으로 금융전문 중간지원조직을 설립하는 등 인프라를 갖추기 위한 노력을 기울이고 있다. 임팩트 투자를 위한 중간지원조직은 전문성과 자원이 필요한 만큼 공동으로 설립하고 공유하려는 움직임이 국제적으로 나타나고 있다. 'GIIN(Global Impact Investor Network)'²⁰⁾은 임팩트 투자자들과 세계 여러 곳의 중간지원조직 등 다양한 참여자들을 포괄한 대표적 민간-공공 파트너십 기관으로서 임팩트 투자의 플랫폼을 창출하고, 성과평가 방법을 개발하는 등 공동으로 R&D를 수행하고 있다.

슈왓재단(Shwab Foundation)은 세계경제포럼(World Economic Forum)의 장을 활용하여 투자자와 사회혁신기업을 연결해주는 중개(Brokerage) 서비스를 제공한다. 그밖에 각종 재단 등에서 주최하는 파트너십과 담론 형성의 장이 활발하게 열리고 있어 사회혁신기업과 임팩트 투자에 대하여 민간 차원의 파트너십 활동을 통해 중간전문조직 등에 대한 노하우 습득, 공동 구축 등의 활동이 가능하다.²¹⁾

다. 서울시 중간지원조직과 공간- '서울혁신파크', '아스피린센터'

서울시는 '사회혁신도시'를 실현하는 조직으로 사회적경제센터를 설립하여 활동해 왔고 '서울혁신파크'는 청년 사회혁신가들의 실험의 장이자 동시에 중간지원조직으로서, 지리적 근접성을 함께 하는 지역기반 생태계를 형성하게 되었다. '서울혁신파크'는 서울시가 은평구에 조성한 공간으로서, 2013년부터 청년허브와 사회적경제지원센터가 입주하였고, 3만평 부지에 32개의 건물 전체가 '사회혁신의 대표적인 상징'이 되도록 사회혁신기업들과 관련 지원 조직들의 활동 공간으로 쓰이고 있다.

서울혁신파크 내의 '사회혁신리서치랩'은 사회혁신 관련 연구를 수행하여 사회혁신 관련한 담론을 꾸준히 재생산하고 있다. 시민과 함께 사회혁신의 확산을 위해 필요한 연구를 수행하기도 한다.

한편, 노원구에 위치한 '아스피린센터'도 청년들의 사회혁신에 기반한 창업 활동을 돕는 공간으로 다양한 프로그램을 제공 중이다.

라. 민간 중심 중간지원조직과 공간- '루트임팩트'와 '성수동 소셜 밸리'

'성수동 소셜 밸리'는 실리콘 밸리의 '사회혁신 클러스터'를 연상케 하는 현상인데 성수동은 1980~90년대 수제화 산업의 중심지로 발전해왔던 준공업지대로서 산업이 쇠퇴하면서 낙후된 주거환경과 생활기반시설이 이어져오다가 2010년대 들어 저렴한 임대료를 찾아 들어오는 예술인들과 청년 사회혁신기업가들이 유입되었다. 다양한 분야의 사회혁신기업이 공간을 공유하는 과정에서 생태계가 활성화 되었으며, 새로운 사업기회를 발견하고 협력할 수 있는 기회가 생겨나게 되었다.

20) GIIN은 사회적 성과 평가 도구로서 IRIS (Impact Reporting and Investment Standards)를 개발하여 보급하고 있다.

21) Skoll World Forum, Social Financial Services Program (Ashoka), Acumen Fund의 Investor Gatherings, the Social Capital Markets (SOCAP) conferences, the South Asia Social Enterprise and Investment Forum, the Aspen network of Development Entrepreneurs, IIX Asia의 Impact Forum 등

성수동 소셜 벨리가 국내 자생적 사회혁신 생태계의 '전형'으로 단기간에 성장한 데는 '루트 임팩트'가 민간의 중간지원조직으로서 중심적인 역할을 하였고, 여기에 초기 사회혁신기업계 리더 기업가들의 호응이 있었다. '루트임팩트'는 성수동에 본격적으로 공간을 조성하고 청년 사회혁신기업가들을 초청했는데, 2013년 1월 임팩트스퀘어, 딜라이트 및 엔스파이어와 함께 삼성동에 협업공간을 가지고 있던 '더 허브'가 옮겨오게 되었고, 2014년 공동주거공간인 디웰하우스²²⁾ 오픈 이후 MYSC, 크레비스 파트너스 등 임팩트투자기관들이 합류하게 된다. 루트임팩트가 2017년 6월에 오픈한 '헤이그라운드'는 500명이 함께 일할 수 있는 '쉐어오피스'로서 다양한 분야의 사회혁신기업가들이 모여들고 있다.

루트 임팩트를 비롯한 중간지원조직들은 직접적으로는 사회혁신기업들에 대한 투자와 공간 제공, 경영 서비스의 지원과 연계를 통해 사회혁신기업가들의 활동과 성장과정을 돕는다. 그 중에서 임팩트스퀘어는 SEAM센터를 설립하여, 기독교적인 배경을 가진 사회혁신기업가들을 위한 공동주거공간과 업무공간을 제공하고 있다. SEAM센터에서는 정기적 모임과 오픈비즈니스데이와 같은 프로그램을 통해 센터 내 입주조직 및 외부 관계자들과의 교류를 지원하고 있다. 크레비스는 투자 대상 소셜 벤처들과 공동업무공간에서 일하면서 밀접하게 지원하고 있으며, SOPOONG은 투자 활동을 하면서 카우앤독이라는 코워킹 스페이스를 제공한다. 그밖에 성동구와 문화예술 비영리단체인 ARCON, 롯데면세점이 공동 협약을 통해 서울숲 진입로에 조성한 '언더스탠드애비뉴'는 공익공간이라는 컨셉으로 사회혁신기업가 및 예술가들을 위한 마케팅 채널과 초기 창업가들을 위한 팝업 공간을 제공하고 있다.

마. 민간 중심 중간지원조직 - SK행복나눔재단의 사회혁신 생태계 조성

SK행복나눔재단은 2009년 이래로 혁신적 방법으로 사회문제를 해결하는 '사회혁신기업'에 대하여 설립, 지원, 투자 등의 활동을 꾸준히 진행해왔다. 대기업 사회공헌 활동의 일반적인 모습인 일회적인 자선활동을 넘어 국내 '사회혁신 생태계' 조성을 위해 다양한 프로그램을 진행해왔는데, 사회혁신기업가들을 위한 교육 프로그램 제공, KAIST와의 협력을 통한 '사회적 기업가 MBA' 프로그램 개설과 국내 대학의 관련 인재육성을 위한 석사과정 개설 시에 장학금을 제공하고 있다. 또한, '세상 컨테스트'와 '세상 임팩트투자 공모전'을 통해 사회혁신기업가들을 발굴하였는데 2010년부터 2016년 사이에 총 1,231개의 기업이 공모전에 지원하여 69개의 기업을 선정하여 지원금과 경영지원 활동을 전개하였다. 한편, 행복나눔재단이 '임팩트 투자' 활동을 통해 성장기 사회혁신기업에 투자한 것은 2016년 말까지 총 18개 기업이며, 투자 규모는 38.5억 원에 이른다.

3. 공급 측면

가. 재무적 지원 - 국내 임팩트 투자 현황

22) 루트임팩트가 설립한 디웰하우스는 소셜 벤처거나 사회적 경제 분야에 종사하고 있는 이들의 세어 하우스 형태의 생활 공간이다. 2016년 기준 거주 중인 입주민은 1호점 11명, 2호점 8명으로 구성되어 있다.

정부 중심으로 이루어지는, 특히 청년 실업 문제의 해결책으로서 내놓고 있는 창업 지원이나 ‘사회적 기업’ 창업 지원이 모두 ‘창업의 수’를 늘리는 데 맞춰져 있고, 창업이후 지원체계가 부족하여 사업을 중단하는 경우가 많이 발생하는 등, 국내의 창업 생태계는 전반적으로 불안한 상태이다. 사회혁신기업의 경우 특히 다양한 기관에서 상금을 주고 있지만 그것이 육성으로 이어지지 않고 또, 청년창업자들이 창업 후 불안한 자금사정을, 각종 경진 대회들의 상금을 통해 해결하고 있는 모습도 보이고 있다.

본 논문에서의 국내 임팩트 투자는 사회혁신기업 등에 대한 광범한 사회혁신 생태계의 일부로서의 임팩트 투자를 상정하였다. 먼저, 임팩트 투자의 주체로서 정부를 중심으로 조성된 자금은 정부 정책의 초점인 ‘사회적기업’을 주 대상으로 하고 있다고 보인다. 노동부가 조성한 모태펀드(사회적기업 투자 조합)는 2011~2015년 사이에 4개의 조합이 결성되어 운용 중에 있으며, 규모는 총 182억(정부 100억/민간 82억)에 이른다. 또한, 2016년 초부터 가능해진 크라우드 펀딩 방식은 사회혁신기업의 자금조달 방식으로 활발해지고 있고, 미소금융중앙재단에서 진행하는 대부사업은 서울과 경기 지역에서 2016년 9.5억 규모로 운영되었는데, 2008~2015년 기간 동안에는 264억이 사용되었다. 한편, 중소기업진흥공단의 직접 대출 또는 공단 심사 후 금융회사의 신용담보부 대출로 중소기업정책자금이 사용된 바 있다.

정부 중심의 사업지원 기금과는 별개로 민간 주도로는 사회연대은행이 있다. 사회연대은행은 2003년 발족된 우리나라의 대표적 마이크로크레딧 기관으로서 2013년까지 저소득층, 자활공동체, 사회적 기업 등 총 1,800여 업체에 380여억 원을 지원해 왔다. 사회연대은행은 기존의 저소득층을 위한 마이크로 크레딧 사업에서 발전하여 ‘사회적기업’과 사회혁신기업에 대한 투자와 지원으로 그 영역을 넓혀나가고 있다.

‘사회성과연계채권’(Social Impact Bond)은 사회혁신기업이 사회적 영향력에도 불구하고 경제적 수익성이 높지 않은 점을 고려하여 사회문제 해결에 책임이 있는 정부가 채권을 발행해 민간자본을 조달해주는 방식이다. 서울시와 경기도에서 각각 11억, 18.7억 규모로 2016년에 시범사업을 시작하였다.

(1) 국내 임팩트 투자 기관과 규모²³⁾

국내에 활동하고 있는 임팩트투자 기관은 모두 11개 기관으로 조사되었는데²⁴⁾ 그 중에서 한국사회 투자자는 서울시로부터 위탁받은 기금을 투자하고 있으며, 콜리지 인베스트, 포스코 기술투자, 미래에셋도 마찬가지이다. 이들 11개 기관의 총 자산 규모는 539.2억 원으로 조사되었는데, 그 중에서 한국사회 투자자의 359억 원(서울시 투자기금 운용), 미래에셋의 42억 원(정부 모태펀드)을 빼면 기타 기관은 평균 22억 원 수준의 자금을 운용하고 있는 것으로 나타나고 있다. 그간 국내 투자 프로젝트 건수는 총 184건,²⁵⁾

23) 라준영 외(2016), 『사회영향투자 동향과 전망』, SK사회적기업가센터(미출간 보고서)에서 조사된 내용을 활용하였다.

24) 한국사회투자, SK행복나눔재단, 루트임팩트, 소풍, 크레비스, D3 Jubilee, MYSC, KAIST 청년창업투자지주, 콜리지 인베스트, 포스코 기술투자, 미래에셋의 11개를 의미한다.

25) 앞에서 소개하였듯이, 국내에 창업한 사회혁신기업 중 의미 있는 사회적 가치를 창출하고, 경제적 지속가능성을 동시에 가져올 수 있는 혁신성을 보여주는 기업에 대한 투자라는 점에서, 이는 현재 국내에서 창업이후 생존 가능성이 높은 사회혁신기업의 규모를 가능해 볼 수 있는 수치이다.

건당 투자 규모는 2.9억 원 수준이다. 정부를 중심으로 한 투자는 초기 창업 자금을 집중되어 있어 창업 후 성공률을 높이기 위한 지원과 사업이 궤도에 올랐을 때 성장을 위한 투자가 자연스럽게 연결 되기 위해서는 '성장 자본'이 필요한데 민간의 임팩트 투자기관들이 일정 정도 이 간격(gap)을 메워주고 있으나, 전반적으로 '성장 자본'은 부족한 상황이다.

(2) 민간 임팩트 투자 기관

민간에서 시작된 임팩트 투자는 광범한 사회혁신기업을 발굴하고 자금은 물론 경영컨설팅을 제공해 온 바, 아직은 손에 꼽을 정도의 투자기관이 활동하는 초기에 불과하나, 이들은 사회혁신을 이뤄나가는 기업들이 좁은 의미의 사회적기업에 머물지 않고 사회혁신을 구현하는 '사회혁신기업'으로 성장해나가는 데 중요한 역할을 해오고 있다. SOPOONG은 국내 최초의 임팩트 투자 기관으로서 2008년에 설립되어 사회혁신기업에 대한 인큐베이팅·투자 회사로 아이디어 단계부터 창업교육, 비즈니스 컨설팅, 투자 등을 진행한다. 또한 대기업 사회공헌 재단인 'SK 행복나눔재단'은 2013년부터 임팩트 투자 대상 기업 발굴, 육성, 투자의 전 과정에 걸쳐 진행해오고 있다. '크레비스'(Crevisse Partners)와 'D3 Jubilee'는 사회혁신기업에 투자와 컨설팅을 제공하는 투자회사이자 동시에 그 자체가 사회혁신기업으로서 민간 중심 임팩트 투자의 모범적 형태이다. 루트임팩트는 성수동 소셜 밸리 생태계 조성 과정에서 사회혁신 생태계의 대표적인 임팩트 투자기관으로 자리 매김하였고, MYSC는 프랑스의 Group SOS와 KPMG 등과의 파트너십을 활용하여 조성된 국내의 대표적 임팩트 투자 기관이라고 할 수 있다. 2015년에 설립된 KAIST 청년창업투자지주는 소셜 벤처와 기술벤처에 대한 투자를 진행하고 있다.

나. 비재무적 지원

(1) 시스템 전반의 기능강화

사회혁신기업 대부분이 규모가 작고 자본이나 기술력이 취약한 상황에서 흔히 '소셜 벤처'라 불리고 있으며, 이들이 스스로 새로운 혁신적 비즈니스 모델이나 사업 아이템을 개발하여 경쟁력을 가질 수 있도록 하기 위해서는 특별한 혁신 창출 시스템이 필요하다. 유럽에서는 소규모 주체들 간의 협력을 통하여 혁신창출 시스템이 조성된 예가 있는데, 스페인의 몬드라곤 지역이나 이탈리아의 에밀리아 로마냐 지역 같은 곳에서는 사회적 경제가 지역 경제의 상당한 부분을 차지하고, 의미 있는 수준의 고용을 창출하며, 이를 통해 다른 지역에 비해 상대적으로 낮은 실업률과 높은 소득수준을 달성하고 있다.

소규모 주체들 간의 협력이 자발적으로 이루어지기 힘든 상황에서, 혁신적인 협업 아이디어를 모집하고, 공동프로젝트로 이를 수행하면서 조직간 협력 시스템을 구축하여 제품과 서비스를 개발하여 상품화하고 이에 대한 사업화 및 성과배분이 이루어지는 일련의 혁신 창출 과정을 만들어낼 필요가 있다. '서울혁신파크'나 '성수동 소셜 밸리'에서는 이와 같은 활동이 실험적으로 이루어진다고 할 수 있으나, 보다 광범한 형태의 혁신 창출 과정이 지역단위, 조직단위 등에서 이루어질 필요가 있다.

(2) 사회혁신 경진대회

사회혁신 생태계가 지속가능성을 가지려면 '사회혁신기업가'로 성장하고자 하는 유능한 인재들이 지속적으로 나와야 한다. 한국사회에서는 이들이 정부의 각종 지원 사업이나 정부나 민간이 주최하는 경진대회 등을 통해 첫걸음을 떼는 경우가 많다.

'소셜벤처 경연대회'는 2009년부터 민간 중심으로 치러졌었는데, 2014년 들어 사회적기업진흥원이 지원하게 되면서 '사회혁신'을 추구하는 소셜 벤처에 대하여 정부가 혁신적인 사회적기업가 발굴의 장으로 적극적으로 활용하고, '사회적기업'의 협소함을 벗어나 사회문제 해결을 위한 '혁신성'을 끌어안고자 하는 모습을 보여주고 있다. 2012년 615팀, 2013년 1,119팀, 2014년 1,294개 팀이 경연에 참여하였고, 2014년까지 이 중 97개의 팀이 기관으로부터 지원을 받았다.

SK행복나눔재단의 '세상 컨테스트', '세상 임팩트 투자 공모전', 현대자동차가 주최하는 'H-온드림 오디션', 동그라미재단의 'Local Challenge Project' 등도 국내 사회혁신기업가를 발굴하고 지원하는 데 커다란 역할을 해온 프로그램들이다.

한편, 서울시는 2018년까지 130억 원을 투자하여 공공문제 해결에 청년들이 참여하도록 하는 청년 프로젝트 공모전을 연다. 저성장에 접어든 한국 사회에서 다양한 사회문제를 청년들이 해결하도록 하는 것인데 혁신사업 확장형, 자원활용형, 집단 프로젝트형, 서비스 프로젝트형 등 다양한 공공 문제를 대상으로 한다. 선정된 20개 팀에게 최대 10억 원이 지급되며, 프로젝트 수행인력 중 50% 이상을 19~39세 사이 청년으로 고용하고 사업이 끝날 때까지 고용 상태를 유지해야 한다. 이는 사회 혁신 분야에서 공공과 민간 공동 운영 사업으로는 최대 규모인데, 민간에 새로운 공공영역 창출 기회를 제공하고 동시에 청년교육을 촉진하는 효과가 있다.

다. 사회혁신기업가 육성 교육

'사회적기업'이 정부 주도 사업으로 시작되면서, '사회적기업가' 육성도 초기에 정부 중심으로 이루어져 왔다. 창업가를 중심으로 하는 '창업 준비 상설 아카데미'와 기존 '사회적기업' 경영자를 대상으로 하는 '맞춤형 사회적기업가' 교육 프로그램은 사회적기업진흥원에서 선정한 지원기관들을 중심으로 전국적으로 진행되어 왔다. 또한, 사회적기업진흥원에서 각 대학의 '석사과정' 설립을 촉진하기 위해 '사회적기업 리더과정'이 2014년부터 시작되어 매년 3개 대학을 지정하여 1년간 '비학위과정'으로 진행되고 있다²⁶⁾.

한편, 민간 차원에서 이루어진 교육 프로그램들은 인증과 관계없이 사회적 가치를 창출하는 다양한 형태의 사회혁신기업에 대하여 청년 사회혁신가의 저변을 넓히고 사회혁신 생태계의 리더로 성장할 수 있도록 하는 통로가 되어주고 있다. SK행복나눔재단은 2009년부터 2012년까지 '세상 스쿨'이라는 교육 프로그램을 통해 사회혁신기업가 육성을 위한 기초 경영교육을 제공한 바 있다. 대학의 경우

26) 지금까지 부산대학교, 중앙대학교, 한양대학교, 한신대학교, 서강대학교, 부산가톨릭대학교, 경남과학기술대학교 등이 사회적기업 리더과정을 제공해 왔으며, 실제 석사과정 설립으로 이어진 경우는 부산대학교와 한양대학교, 한신대학교이다.

KAIST가 2008년부터 사회적 기업가 아카데미 프로그램을 운영해왔고, 2013년 KAIST-SK의 협력으로 '사회적 기업가 MBA'가 출범하면서 '혁신적 창업자이자 경영자'로서의 사회혁신기업가 배출이 본격화되었다. 카이스트 경영대학의 '사회적 기업가 MBA'는 사회혁신기업가를 양성하기 위해 만들어진 과정으로서 SK행복나눔재단이 장학금을 지급하고 과정개발과 관련 연구를 지원한다²⁷⁾. 한편, 가천대학교(2009), 한신대학교(2014), 부산대학교(2015), 한양대학교(2015)에 사회적 기업 관련 석사과정이 개설되었고, 2017년 들어 이화여대와 숭실대에 석사과정이 새로 개설되었다.

사회혁신 생태계 활성화를 위해서는 교육기관의 양적 확대 및 제도적 발전과 함께 교육과정의 목표와 내용도 변화된 현실에 맞춰 보다 구체화되고 다양화될 필요가 있다. 교재와 내용(contents), 교과과정(curriculum), 교수법(pedagogy) 등의 세부적인 교육 프로그램도 함께 지속적으로 변화 발전이 필요하다.²⁸⁾

4. 수요 측면

가. 사회혁신에 대한 수요

사회혁신에 대한 수요 측면에서의 논의는 일반 소비자의 윤리적 소비 경향, 일반 기업의 공유가치 창출 실현의 방법으로서 사회혁신기업과의 협력 양상, 정부의 직접 생산보다 민간 위탁을 통한 각종 사업 수행 등에서 이루어질 수 있다. 사회혁신에 대하여 국내의 일반 소비자의 행태는 특정한 현상으로 해석될 만큼 형성되어 있지 않거나, 혹은 별도의 연구가 진행되어야 할 것으로 보인다. 정부가 사회 서비스 제공에 있어 '사회적기업'을 활용하는 확실한 수요처의 역할을 하고 있는 반면에, 아직까지는 '사회혁신' 생태계의 수요 측면에서 다뤄질 만큼 사회문제 해결에 사회혁신기업을 활용하는 양상을 충분히 발견하기가 힘들다. 따라서 본 논문에서는 사회혁신에 대하여 수요 측면에서 논의해 볼 수 있는 것으로서, 앞에서 논의한 기업의 공유가치창출 추구에 따른 대기업과 사회혁신기업 간의 협력 가능성 측면에 대해 살펴보기로 한다.

(1) 기업의 '공유가치창출' 사례와 사회혁신 수요

공유가치창출을 통하여 사회문제를 해결하고 장기적으로 기업 경쟁력을 확보하게 된 사례는 전 세계적으로 발견되고 있다. GE는 'Ecomagination'을 통해 인류가 당면한 사회문제를 사업 기회로

27) 미국의 Hass School of Business (UC Berkley), Yale School of Management, Stern School of Business (NYU), Columbia Business School, Kellogg School of Management 등은 Social Entrepreneurship을 과목으로 개설하고 있고, 영국 옥스퍼드 대학의 'Said Business School'에는 'Skoll Centre for Social Entrepreneurship'이 있어 Social Entrepreneurship만을 전공하는 MBA 학생들에게 장학금을 지급하고, 관련 연구진과 교수를 후원한다. 옥스퍼드 대학의 Skoll Centre는 e-Bay 창시자인 Jeff Skoll의 후원으로 설립되었으며, 실리콘 벨리의 Skoll Foundation이 소셜 벤처가를 발굴하고 지원하는 역할을 하는 것과 더불어, 유럽을 기반으로 Social Entrepreneurship을 전파하는 교육 및 연구기관으로서 자리매김하고 있다.

28) 강민정(2014; 2017)은 국내외적으로 제공되고 있는 대학원을 중심으로 한 사회혁신기업가 육성 교육 프로그램에 대해 조사하여 소개하고 있으며, KAIST 사회적 기업가 MBA의 경험과 성과를 바탕으로 사회혁신기업가 육성 교육 설계와 운영에 있어서의 이슈와 해결 방안, 발전 방향 등에 대해 논의하고 있다.

삼아, 환경과 의료 분야의 R&D 투자 확충 및 신제품 출시로 사업적 성공을 거두면서 인류의 삶에 기여하는 대표적 기업으로 자리매김하였다. 2010년 관련 R&D에 \$1.8bn을 투자하여 \$18bn의 수익을 내고 있으며, 2005년 Ecomagination을 시작한 이래로 2010년까지 \$85bn의 매출을 올리고 있다. 네슬레는 '네스프레소'를 출시할 당시 양질의 커피 원두를 안정적으로 확보하기 위해 조달체계를 정비하였는데, 커피재배지에 농업기술, 재무, 물류 기능을 수행할 업체를 설립하여 현지에서 생산된 커피의 품질을 관리하도록 하였다. 그 과정에서 농부들에게 선진농작법을 전수하고, 은행대출보증, 모종 작물과 살충제, 비료 등을 안정적으로 보급하였다. 이를 통해 농지당 생산량이 증가하여 농가수입이 증대하고 환경오염을 최소화하였고 네슬레는 고품질의 원두를 안정적으로 확보할 수 있었다(강민정, 2015b).

이와 같은 사례는 혁신적 벤처 기업들에 의해서도 시도되고 있는데, 에어비앤비는 자원봉사 여행과 결합한 '소셜 임팩트 투어'를 상품으로 출시하였고 페이스북은 재해, 테러 등이 발생했을 때 안부를 묻고 구호물자 전달을 쉽게 하는 서비스를 소개하였다.

국내 기업 중 이베이 코리아는 국내 1위 전자상거래 기업으로서 장애인을 위한 온라인 창업 지원 프로그램을 운영하고 있다. '농아인 온라인 창업스쿨'을 열어 수화와 자막 통역을 지원해 교육이 가능하도록 하고 농아인 판매자 대상 1:1 코칭을 진행하면서 온라인 판매를 원하는 농아인들에게 상품등록 실무에 관한 노하우를 알려주고, 척수장애인 및 가족 대상 특강을 통해 장애인 고객들이 쉽게 온라인 쇼핑을 할 수 있도록 판매자 대상 웹접근성 관련 교육도 진행하고 있다.

CJ는 '즐거운 동행'이라는 협력사와의 상생프로그램 운영을 통해 중소기업인 협력업체의 성장과 경쟁력 확보를 돕고 있고, 지역 전통식품 보존 및 육성이라는 사회적 가치와 함께 자사의 사업 포트폴리오 확장 및 매출 성장이라는 경제적 가치를 함께 창출하고 있다. 또한, CJ대한통운은 실버택배를 운영하여 노인일자리 문제를 해결하면서 동시에 사업효율성을 제고하고 있다(유창조 외, 2016).

삼성전자는 'Built for Africa'사업을 통해, 아프리카 시장에 맞는 '트리플 프로텍터 에어컨', '듀라쿨 냉장고' 등 전기 인프라가 불안한 아프리카에서 순간적인 전압 변화에도 주요 부품의 손상을 방지하고 습도나 먼지, 염분 등 열악한 기후 환경에서도 제품의 부식을 방지하는 가전제품들을 개발하였다. 이와 함께 유럽의 위성방송 사업자와 협업을 통해 아프리카에 2개의 위성을 할당, 무료로 위성 채널을 모아서 볼 수 있는 튜너를 내장한 '트리플 프로텍션 TV'를 개발하여 2011년부터 판매하고 있다. 그 결과 2012년 TV와 냉장고 부문 아프리카 지역 시장점유율 1위를 달성하고, 아프리카에서 가장 존경받는 전자브랜드 1위에 선정되었다(이정기 외, 2016).

SK텔레콤은 2012년 '전통시장 스마트화' 사업을 추진하였는데 전통시장의 시설노후화, 주차공간 부족, 카드결제 시스템 미비 등의 편의성 부족 등의 문제점에 주목하고 이를 ICT 솔루션을 통해 해결할 수 있는 방안을 모색하였다. SK텔레콤은 고객 DB를 구축하여 신규고객을 유입시키고, 테블릿 PC와 스마트폰을 이용한 POS시스템을 시장 내 각 점포에 적용하여 결제수단을 다양하게 하였고, 전통시장 전용 멤버십 서비스를 제공하여 시장 인접 고객에게 할인 서비스를 실시하였다. 또한, 전통시장이 보유한 고유 브랜드를 11번가, 행복나래 등 자사의 인터넷 쇼핑몰에 입점시킴으로써 온라인 판매를 가능하게 하였다. 서울중곡시장은 이를 통해 방문객이 50% 증가하였고 매출은 10% 향상되었으며,

시장 고유브랜드인 ‘아리청정’이 인터넷 쇼핑몰 11번가에 입점하여 온라인 판매가 가능하게 되었다. SK텔레콤은 전통시장 활성화라는 사회적 가치를 창출하면서도 BtoB 시장에서의 ICT 솔루션 판매를 위한 신규고객을 확보할 수 있었다(이정기 외, 2016).

유한킴벌리는 한국 사회의 고령화 사회로의 이행에 주목하고 ‘액티브 시니어’ 사업을 통해 시니어의 일자리를 창출하는 한편, 시니어를 새로운 고객으로 확장해나가는 데 있어 성과를 거두고 있다. 유한킴벌리는 시니어 산업 관련 소기업들과 협력 네트워크를 구축하여 비즈니스 파트너를 육성하는가 하면 시니어 일자리 창출을 위해 55세 이상의 노인세대를 고용하고 있다. 2015년 현재 26개의 시니어 산업 관련 소기업을 발굴하여 협력업체로 육성하였고 총 203개의 시니어 일자리를 창출하였다. 또한, 시니어 관련 제품들은 매년 17% 이상 매출이 성장하여 유한킴벌리의 경제적 성과로 이어지고 있다(이정기 외, 2016).

이렇듯 기업들은 공유가치창출 추구 과정에서 다양한 사회혁신을 이루어나가면서 사회혁신 생태계를 풍부하게 하고 있으며, 공유가치창출 활동 과정에서 생태계의 다른 파트너 즉, 사회혁신기업들에 대한 지원과 협력을 통해 그 자체 생태계 발전을 추동하는 세력이 되어 주고 있다.

기업의 공유가치창출 과정에서의 사회혁신에 대한 수요 측면 이외에, 일반적인 소비자나 정부 차원의 수요 측면과 관련하여서는, 사회혁신기업의 상품이나 서비스에 대하여 아직까지는 사회적으로 의미있는 수준의 수요가 나타나고 있는 것으로 보이지는 않는다. 일반 소비자의 잠재적인 수요와 가능성 등에 대해 별도의 연구가 필요할 것으로 보이며, 정부나 지자체 등에서 사회문제 해결과 지역사회 발전 과정에서 사회혁신기업을 적극적으로 활용해나갈 가능성이 충분히 존재하고 있는 바, 이에 대한 본격적인 검토가 별도로 이루어져야 할 것으로 보인다.

요컨대, 사회혁신은 아직까지는 소셜 벤처, 사회혁신기업의 등장과 담론의 형성으로 공급 차원이 더 활발한 양상을 나타내고 있으며, 다음은 사회혁신기업에 대한 수요를 장기적으로 불러일으킬 수 있는 지식기반과 시스템에 대하여 살펴보기로 한다.

나. 지식기반 구축

(1) 사회적 가치(Social Value) 측정

(가) IRIS (Impact Reporting and Investment Standards)

사회혁신은 경제적 가치뿐만 아니라 사회적 가치 창출을 지향하고 있어 사회혁신기업 혹은, 일반 기업이라고 하더라도 두 가치에 대한 적절한 측정 기준의 마련과 평가 시스템 구축은 사회적 가치 창출 기업의 장기적 성장의 토대를 확보하는 데 중요한 활동이라 할 수 있다. 또한 시기적으로 적절하고 믿을 만하고 비용 효율적인 기준에 의해 기업이 창출한 사회적 가치에 대해 측정하는 것은 사회적 가치 창출 기업의 성공적 성과를 보여주는 동시에, 자본 시장에 대해서는 올바른 정보를 제공하고 기업가들에게는 전략적 판단의 실질적 근거를 제공하는 의의가 있다. 기업이 창출하는 사회적 가치 측정에

대하여, GIIN²⁹⁾이 개발한 IRIS가 주목할 만하다. IRIS는 사회적 가치를 창출하는 방법에 대하여 지식의 생산과 개발, 제품 개발과 판매, 기술 등 역량 개발, 인프라 개발, 정책 개발과 같은 카테고리로 분류하고, 각각의 접근 방법이 가져 올 수 있는 사회적 임팩트에 대한 측정 지표의 모듬을 개발해서 정리해 놓고 있다.

(나) SROI (Social Return on Investment)

IRIS가 사회적 가치 측정을 위한 측정 지표의 도서관과 같은 역할을 한다면, '사회적 투자회수율'(SROI)은 사회적 가치를 '일자리 창출'로 단순화한다는 단점은 있지만, 그 동안 가장 일반적인 사회적 가치 측정 방법으로 사용되어 왔다. SROI는 실리콘 벨리의 대표적 '벤처형 자선기관'(Venture Philanthropist)³⁰⁾인 REDF (Roberts Enterprise Development Funds)³⁰⁾에서 개발되었다. REDF는 투자 의사 결정을 함에 있어서 사회적 가치 창출의 목표와 이를 달성할 수 있는 역량을 평가하는데, 수익과 사회적 기여 부분을 사회적 투자회수율(SROI)을 통해서 평가한다. "사회적 투자회수율(SROI) = 미래 창출 가치 (business value + social purpose - debt) / Investment"를 도입하였고, 이는 오늘날 사회적 가치 평가의 주요 도구로 활용되고 있다.

기업이 창출한 사회적 성과 측정 기준과 방법은 사회혁신기업의 지속가능성 측면에서 중요한 의제이다. 사회혁신기업이 지향하는 혼합가치(Blended Value)의 차원에서 기업이 창출해내는 사회적, 재무적 가치를 통합적으로 측정하여 사회혁신기업의 기업 가치를 통일된 언어로 소통하고, 이를 자본 시장과 연결해 나갈 필요가 있다.

(다) SPC (Social Progress Credit)³¹⁾

SPC는 SK가 사회혁신기업을 대상으로 하여 사회적 가치 측정을 기반으로 한 인센티브를 제공하는 실험적 프로그램이다. 궁극적으로 기업이 창출해내는 사회적 가치에 대하여 기업 가치의 일부로 인식되어야 하며, 이를 위해 사회적 가치가 측정 가능하도록 하기 위한 측정 도구(tool)를 개발하는 한편 이 프로그램에 참여하는 사회혁신기업가들에게 인센티브를 제공하고 있다. 2015년에 시작되어 2016년까지 101개의 사회혁신기업들이 201억의 사회적 가치를 창출한 것으로 측정되었고, SK는 사회적 가치 창출에 따라 약속된 인센티브를 제공하였다.

SPC를 통해 개발된 사회적 가치 측정 방법은 그 세부 사항이 아직도 개발 중이어서 밖으로 알려져 있지는 않으나, REDF가 개발한 SROI가 고용효과를 보는 한계를 가지고 있다면, 다양한 사회문제 해결에 있어서 사회적 가치 측정을 시도하고, 이를 결과로 축적해나간다는 데 중요한 의미가 있다고 할 것이다.

29) GIIN(Global Impact Investors Network)은 사회적 영향 투자자와 중간전문조직이 중심이 되어 만들어진 대표 적 국제적 파트너십 기관이다. <http://www.thegiin.org/>

30) REDF 는 자본 투자는 물론, 투자된 자본금이 효율적으로 쓰일 수 있도록 경영 컨설팅을 통해 사회적 벤처를 지원하고 있다. 매년 20~30만 달러 정도를 투자금으로 운용하며, 3~5년간 지원하는 것이 일반적이다. REDF의 투자 대상은 연간 100만 달러 이상을 집행하는 비영리단체이면서, 재무적으로 건전하고, 운영효율성이 있는 곳을 택한다. REDF는 전통적 방식의 '기부'를 벗어나 '투자' 형태로 지원하는 벤처캐피탈 형태의 접근법을 도입한 만큼, 투자처의 성과 평가가 중요한 작업이 되었다. REDF는 사회적 목적 실현의 평가 도구인 SROI를 만들어낸 기관으로서, 1997년 이래로 사회적 벤처의 성과를 정량적 방법으로 측정하는 SROI 프로젝트를 추진하여 왔다.

31) SPC의 기본 아이디어를 비롯한 사회적 가치 측정과 평가기준에 관한 자세한 논의는 최태원(2014)을 참조하기 바란다.

(2) 지식 인프라

사회혁신기업이 실업문제 해결과 사회복지의 정책 수단을 넘어, 사회문제에 대한 혁신적 해결방안을 제공하는 건실한 기업으로 진화하기 위해서는, 기업의 성장을 유무형으로 지원해 줄 수 있는 다양한 지식과 노하우가 축적되고 공급될 필요가 있다.

이를 위해 정책연구소, 민간씽크탱크조직, 인큐베이팅센터, 대학, 전문교육기관, 지역혁신센터 등이 역할을 하여야 하며, 이들 간의 활발한 상호작용을 통해 사회문제 해결을 위한 아이디어와 지식이 사회혁신 생태계에 지속적으로 공급되고, 다양한 사업화 활동이 조직화될 필요가 있다. 사회혁신과 관련한 연구조직, 공공조직, 시민조직 등이 다양한 형태로 실천적인 지식과 새로운 아이디어를 지속적으로 생산하여 공급할 필요가 있는데, 이를 위한 지식 인프라는 아직 미약하다. 사회혁신기업에 대한 관심을 가진 학자들이 개별 학문영역에서 연구 결과를 내고 있는 경우가 많고, 아직 독자적인 학문체계를 갖추고 있다고 하기 어렵다. 한편, 사회적기업학회가 2014년 설립되었고, 2016년 학술연구재단의 등재 학술지가 된 '사회적기업연구'가 전문학술지로 유일하다.

사회혁신기업의 혁신적 비즈니스 모델 수립과 관련한 방법론 등은 물론, 사회혁신기업에 특화된 마케팅, 기술경영, 디자인, IT활용, 인사 및 조직 관리 등 다양한 경영이슈들에 대하여 다양한 사례 연구들을 필요로 하며, 나아가 이를 기반으로 이론적 토대를 정립하는 수준까지 진행되어야 한다. 이를 통해 기업의 경영 이슈에 해답을 주는 실질적인 지적 인프라가 됨과 동시에 사회혁신기업에 대한 연구가 독자적인 학문체계로서 그 모습을 갖추어나가게 될 것이다.

IV. 사회혁신 생태계 발전을 위한 제언

지금까지 사회혁신 생태계를 둘러싼 이론적 논의와 한국의 사회혁신 생태계를 TEPSIE의 분석틀을 활용하여 살펴보았다. 국내의 정치적, 사회적 맥락 속에서, 사회적 일자리 사업에서 출발한 '사회적 기업'은 사회혁신 생태계의 한계와 현실을 이해하는 중요한 배경이 되고 있다. 혁신을 통해 사회문제를 해결하고자 하는 사회혁신기업들은 인증제에 기반한 '사회적기업'과 스스로를 차별화해나가는 동시에 현실 '사회적기업'들이 일자리에만 머물지 않고 사회혁신의 주체로 나서도록 변화를 추동하고 있다. 정부의 사회적기업 지원체계와는 별개로 민간을 중심으로 등장한 중간지원조직들은 사회혁신기업의 창업과 성장을 돕고 있으며, 사회혁신기업에 대한 임팩트 투자가 형성 중에 있다. 성수동 소셜 밸리는 이러한 모습이 지역적으로 형성된 독특하고 흥미로운 현상인데, 사회혁신기업들과 이들을 지원하는 중간지원조직이자 임팩트투자자들이 모여 있으며, 그 자체가 사회혁신 생태계를 이루어나가고 있다. 또한, SK가 사회혁신기업에 대한 창업과 투자, 인력육성, 사회적 가치 측정 도구 개발과 인센티브 제공 등의 프로그램을 통해, 사회혁신 생태계 전반에 의미있는 영향을 미치는 활동을 전개해나가고 있다. 국내의 사회혁신 생태계는 아직 공급 중심이며, 일반 소비자와 기업, 정부 모두에서 충분한 수요를 창출하고 있는 상태는 아니지만, 일반 기업의 공유가치 창출을 통한 사회적 가치 창출이 경영활동의

영역으로 인식되면서, 수요측면에서 사회혁신 생태계의 성장을 추동하고 있다는 점은 주목할 만하다. 또한, 일반 소비자와 정부를 중심으로 한 수요 측면의 분석은, 본 논문에서 상세히 다루지 못하였다. 한편, 사회적 가치 측정 도구 개발 등 지식 기반이 확충되고 이를 기반으로 사회혁신기업의 지속가능한 공급이 이루어지면서 장기적으로 수요가 확대될 것으로 보인다.

사회혁신 생태계의 발전을 위한 제언은 다음과 같다.

첫째, 사회혁신기업을 둘러싼 개념과 이에 기반한 법적 지위가 보다 개방적인 형태로 정의되어야 한다. 이는, 기존의 '사회적기업'에 대한 법적 정의가 협소한 가운데, 혁신성을 담아내고 있지 못하고 있다는 문제의식에 기반한 것이며, 현실 '사회적기업'에 대한 다양한 기대와 실천들은 기존의 법적 정의를 이미 뛰어넘고 있다는 점을 상기한다면, 개념 정의에 대한 합의는 '사회적기업'의 발전을 위한 생산적인 논의의 전개와 정책 수립, 실천의 상황에서 발생할 수 있는 혼란을 방지한다는 점에서 중요하다. 현실의 사회혁신 생태계가 정부의 '사회적기업' 정의와 별개로 존재함을 인정한다면, 정부의 '사회적기업'에 대한 인증제와 지원 방식이 새로운 '정의'를 통해 변화하여 현실 사회혁신기업들을 포함해나가는 것이 하나의 방법이며, 이를 위해 협소한 '사회적기업'이 아닌 '사회혁신기업'으로 용어와 내용을 재정의할 것을 제안한다. 혹은, 사회혁신기업에 대하여 영국의 CIC와 같은 특정한 법적 지위를 부여하고 자율적으로 선택하게 하여, 비즈니스의 방식으로 사회문제를 해결하고자 하는 다양한 주체들이 그 정체성을 대내외에 명확히 소통할 수 있고, 세제 혜택, 공공구매 우선혜택 등을 누릴 수 있도록 하는 방법이 있다.

둘째, 사회혁신기업이 창출해내는 사회적, 재무적 가치를 통합적으로 측정하여, 사회혁신기업의 기업 가치에 대하여 '사회적 가치'가 포함되고, 이를 통일된 언어로 소통할 수 있도록 표준화 작업이 이루어져야 한다.

셋째, 사회혁신 생태계의 지속가능한 발전을 위해서 광범한 민간의 참여를 정착시켜야 하는데, 이를 위해 사회혁신기업에 대한 관심과 투자가 민간 차원의 창의적이고 자유로운 환경에서 일어날 수 있도록 자본시장이 조성되어야 한다. 이를 위해 '임팩트투자기관 (Impact Investor)'과 중간지원 조직 등 투자 플랫폼을 광범하게 설립하여 투자와 연계 지원을 진행하여야 하며, 투자 활성화를 위한 세제 혜택 등 제도적 인프라를 갖춰야 한다.

넷째, 사회혁신기업가에 대한 비전과 전망을 가진 광범한 인력이 육성되도록 사회혁신기업가 교육이 활성화되어야 하며, 이는 새로운 교육 과정을 만드는 것에서부터, 기존 교육에 사회혁신기업가가 청년들의 커리어의 대안으로 고려될 수 있도록 하는 다양한 방법들이 고안되고 실험되어야 한다.

다섯째, 사회혁신기업의 지속가능성을 지원하는 지적 인프라가 구축되어야 한다. 다양한 형태의 사회혁신기업들이 자생력과 지속가능성을 갖추어나가기 위한, 사회 경제적, 환경적 요소와 경영요소들에 대하여 연구가 뒷받침되어야 한다. 사회혁신기업에 특화된 신제품 및 신규 서비스 개발, 마케팅 전략의 수립, 직원 교육, 성장전략 수립, 노동환경 등 사회혁신기업의 현실상의 경영 이슈를 직접적으로 다루는 다양한 연구들이 보다 활발히 진행되어야 할 것이다.

여섯째, 사회혁신기업을 통한 사회혁신에의 접근은, 한국 사회 다양한 분야의 혁신을 가져올 수 있을 것으로 기대되는 바, 시민사회의 저력과 다양한 분야의 시민단체들의 역량을 사회혁신기업과 연관시켜 사회혁신기업이 한국 사회의 혁신의 뿌리와 자양분을 토대로 발전하여 지속가능한 사회적 경제의 주체로서 자리 잡을 수 있도록 하여야 한다.

본 논문의 근원적 관심인 과학기술학으로부터의 사회혁신에 대한 논의가 실제 사회혁신 생태계 활성화를 위해 어떻게 활용되고 결합될 수 있을지에 대한 제언은 다음과 같다. ‘사회기술시스템 전환론’을 기반으로 확산되고 있는 사회문제 해결형 과학기술의 계획과 개발, 실현 단계에서 사회혁신기업가들의 참여와 협력을 효과적으로 조직해낼 필요가 있다. 이는 사회혁신기업가들의 사회문제 정의 능력과 조직력 등을 활용하여, 과학기술계의 인식의 확장을 돕는 방법이기도 하지만, 동시에, 사회혁신기업가들에게 있어서는 개인적 차원에서 이루어지던 혁신의 과정을 조직 차원, 사회시스템 차원에서 고민하고 확장할 수 있는 계기로 활용할 수 있는 방법이기도 하다.

사회혁신기업가의 참여와 협력을 조직하는 과정에서, 개별 사회혁신기업가의 역할과 혁신성이 인정받고 이를 바탕으로 각자의 사업영역에서 혁신의 내용을 활용할 수 있도록 하는 것이 중요하다. 사회문제 해결형 과학기술은 대개 거시적인 혁신과 맞닿아 있어, 과학기술 개발 과정에 사회혁신기업가가 참여한다고 하더라도 현실적으로는 개별 기업가의 개인적 역량을 활용하는 것으로 마무리될 우려가 있다. 사회혁신기업가들이 참여하는 가운데 사회문제 해결형 과학기술이 보다 실천적 의미를 가지게 되고 다른 한편으로는, 사회혁신기업가가 혁신 과정을 통해 기여한 내용에 대하여 창업과 가치 혁신 활동에 활용할 수 있다면 사회혁신기업가에게는 혁신 활동을 효과적으로 수행하는 기회의 장이 될 수 있다.

요컨대, 사회혁신기업가의 참여와 협력이 지속가능하게 이루어지려면, 혁신의 내용이 창업과 경영 활동을 통해 실현되어야 하며 이는 연구 개발의 산출물이 사회혁신기업가들에 의해 활용되는 과정에서 혁신의 내용을 사회적으로 실천에 옮기는 것이기도 하다. 이러한 선순환은 궁극적으로 사회혁신 생태계에 지속적인 혁신을 낳는 새로운 사회혁신엔진으로 작용하게 될 것이다. ‘사회혁신 생태계’에서 일어나는 개인과 조직 단위의 혁신 활동을 활발하게 하면서, 그것이 다른 혁신과 결합하고, 궁극적으로 사회기술 시스템을 전환하는 사회혁신을 이뤄나가는 일은, 과학기술학이나, 사회적 경제 모두에서 새로운 혁신 과정으로서 인정받게 될 것이며, 이제 이를 위한 조직적 실천이 남아있다.

• 참고문헌 •

- 강민정(2012), 「사회적 벤처와 사회적 영향투자 활성화 정책」, 『Korea Business Review』 16(2), pp. 263~282.
- 강민정·강예원(2014), 「사회적 기업가 대학원 커리큘럼 개선방안 연구: 창업교육을 중심으로」, 『경영교육연구』, 29(2), pp. 477~508.
- 강민정·남유선(2014a), 「자본시장을 통한 임팩트 투자 활성화에 관한 연구」, 『증권법연구』, 15(11).
- 강민정(2015a), 「혁신적 사회적 기업 창업을 위한 소셜 이슈 분석과 기회 탐색」, 『소셜 이슈 분석과 기회탐색 I』, 강민정 외, 서울: 에딧더월드.
- _____(2015b), 「비즈니스와 사회혁신」, 『사회적 경제 전망과 가능성』, 심상달 외, 서울: 에딧더월드.
- _____(2017), 「사회적 기업가 육성 방법론 연구: 카이스트 사회적 기업가 MBA의 경험과 성과를 바탕으로」, 『사회적기업연구』, 10(1), pp. 187~221.
- 김동준(2016), 「사회적 기업 육성 정책의 평가와 제안」, 『우리나라 사회적 기업의 정책현황과 과제』, 국회사회 공헌포럼 Proceedings(2016.11.4.)
- 김혜원(2009), 「한국 사회적 기업 정책의 형성과 전망」, 『동향과 전망』 75호.
- 라준영(2013), 「사회적 기업의 기업가정신과 가치혁신」, 『한국협동조합연구』, 31(3), pp. 49~71.
- 라준영 외(2016), 「사회영향투자 동향과 전망」, SK사회적기업가센터(미출간 보고서).
- 사회혁신센터(2016), 「사회혁신리서치랩 월간보고서」, 서울혁신센터.
- 사회적기업진흥원(2013; 2014), 「사회적기업 실태조사」.
- 송위진(2016), 「혁신연구와 사회혁신론」, 『동향과 전망』 98호, pp. 115-146.
- 송위진 외(2015), 「사회기술 시스템 전환 전략연구 사업」, STEPI, 정책연구 2015-22.
- 송위진·성지은(2013), 「사회문제 해결을 위한 과학기술신정책」, 서울:한울.
- 이승규·라준영(2010), 「사회적 기업의 사회경제적 가치 측정: 사회투자수익률(SROI)」, 『기업가정신과 벤처 연구』, 13(3), pp. 41~56.
- 이정기·이장우(2016), 「공유가치 창출 전략의 유형화와 실천전략」, 『Korea Business Review』, 20(2), pp. 59~83.
- 유창조·이형일(2016), 「CJ 그룹의 CSV 경영: 현황과 미래과제」, 『Korea Business Review』, 20(4), pp. 155~181.
- 최태원(2014), 『새로운 모색, 사회적 기업』, 서울: 이야기가 있는 집.
- 한국노동연구원(2015), 「사회적기업 성과분석」.
- Bishop, M. & Green, M.(2008), Philanthro-capitalism: how giving can save the world, A&C Black London.

- Bornstein, D. & Davis, S.(2010), *Social Entrepreneurship: what everyone needs to know*, Oxford University Press.
- Bornstein, D.(2004), *How to Change the World: Social Entrepreneurs and the Power of New Ideas*(박금자, 나경수, 박연진 역 (2013), 『사회적 기업가와 새로운 생각의 힘』, 서울: 지식공작소.)
- Bugg-Levine, Antony & Emerson, Jed(2011), *Impact investing: Transforming How We Make Money While Making a Difference*. Jossey-Bass (김수희 역 (2013), 『임팩트투자: 자본시장의 새로운 패러다임』, 서울: 에딧더월드.)
- Mulgan, G.(2011), *Social Innovation: What it is, Why it matters, How it can be accelerated?*
- JP Morgan(2010), *Impact Investment: An emerging asset class*.
- Porter, M. & Kramer, M.(2002), “The Competitive Advantage of Corporate Philanthropy”, *Harvard Business Review*. 80(12), pp. 56-69.
- Porter, M. & Kramer, M(2011), *Creating Shared Value*, *Harvard Business Review*, 89 (1), pp. 62-77.
- Saul, J.(2011), *Social Innovation, Inc: 5 Strategies for Driving Business Growth through Social Change*. Jossey-Bass.
- Shanmugalingam, C., et al.(2011), *Growing Social Ventures, The Role of Intermediaries and Investors, Who They Are, What They Do, and What They Become*, Young Foundation.
- Tanimoto, K.& Doi, M.(2007) “Social Innovation Cluster in Action: A Case Study of the San Francisco Bay Area”, *Hitotsubashi Journal of Commerce and Management*, 41(1), pp. 1-17.
- TEPSIE(2014), *Social Innovation Theory and Research: A Guide to Researchers*, TEPSIE
- Quarter, J. & Armstrong, A(2009), *Understanding the Social Economy: A Canadian Perspective*.
- Young Foundation(2006), *Social Silicon Valleys: a manifesto for social innovation*.