

제7차

〈사회적 가치와 사회적기업〉에 대한 콜로키움

왜 사회적 기업인가?

Why Social Enterprise?

부산대학교 대학원 사회적기업학전공 콜로키움

2019. 5. 22

이 재 정

부경대학교 교수

왜 사회적 기업인가?

Why Social Enterprise?

부경 대학교 이 재정 교수

사회적의 의미

1) social(사회적)이라는 단어의 어원이 라틴어 socialis

- 동료(associate),
- 협력(ally),
- 친구(companion) 등의 의미

2)) social(사회적)이라는 단어의 현대적 의미

- 사람들로 구성된 조직을 나타내는 형용사,
- 연합하여(confederate) 함께 일하고 생활하는 독립된 그룹으로 공동체(communitiy)의 수식어
- '사회적' 이라 함은 뜻을 같이하는 집단이며, '사회적' 이라는 의미 자체에는 전체가 개인에 우선한다는 의미를 내포.
- 신영복 선생은 사회적 기업에 대해 '더불어 함께하는 기업' 이라고 정의한 적이 있었는데 그도 '더불어' 라는 의미는 이웃, 특히 도움의 손길이 필요한 이웃이며 '함께'는 그들에 대한 배려나 공감을 의미했을 것이다.

사회적 기업의 구조적 약점

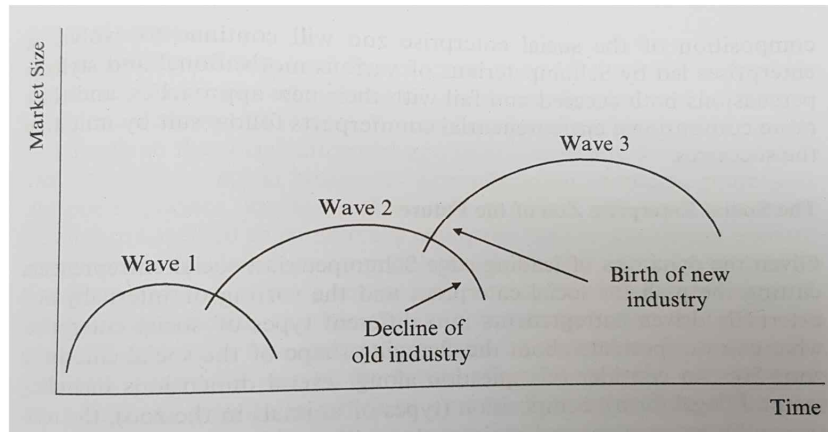
- 신 자유주의 학파의 주장: 기업의 사회적 책임을 수행하는 행위 자체가 시장에서의 경쟁력을 약화시키는 요인(Friedrich Hyaek; Milton Friedman)이며 기업의 경영 자체가 일자리를 창출과 세금으로 국가에 공헌.
- 조직은 그들이 필요로 하는 핵심 자원을 제공할 수 있는 고객에게 우선적으로 의지 (Oliver, 1991; Wry, Cobb, & Aldrich, 2013).
- Customer(고객)과 Beneficiary(수혜자)의 분리

기업가 정신

- 기업가(entrepreneur) 라는 용어는 17세기 프랑스에서 someone who undertake(책임을 맡은 사람)라는 의미로 사용되기 시작
- **Jean Baptist Say** "The entrepreneur shifts economic resources out of an area of lower into an area of higher productivity." Entrepreneur create value
- **Joseph Schumpeter**, "Entrepreneur as the innovators who drive creative-destructive process of capitalism."
- **Peter Drucker** does not require entrepreneurs to cause change.
- 기업가는 다만 변화가 가져온 기회를 이용할 뿐, 모든 기업가가 혁신적일 필요는 없다고 주장
- 진정한 기업가는 평범한 관리자가 간과하는 기회를 추구하는 능력(**Howard Stevenson** of Harvard U.)

창조적 파괴 흐름도

-



시장에서 사라진 거인들

- film (Eastman Kodak)
- I pod (Apple)
- VTR(필립스), VCR (Netflix, Apple TV+, KT)
- DVD, CD, Video Tape, 카세트테이프

1. 사회적 기업가정신

- Greg Dees가 Schumpeter, Drucker, Say 등이 정립한 기업가의 개념을 통합하고 사회적 기업가의 역할 수행하는 데 필요한 속성을 더하여 사회적 기업가를 정의한 것으로 가장 많이 인용된 정의라 할 수 있다.
- “사회적 기업가는 사회 변화를 주도하는 주인공으로서 다음의 역할을 수행한다.
 - 1) 사회적 가치를 창조하고 지속적으로 유지하는 역할
 - 2) 사명을 수행할 수 있는 새로운 기회를 추구하고 찾아내는 역할
 - 3) 끊임없는 혁신, 응용, 배움의 과정에 참여
 - 4) 현재의 상황에 굴하지 않고 담대한 행위
 - 5) 수혜자와 결과물에 대한 높은 책임 의식을 가진다.”
- 따라서 **사회적 기업가정신**은 혁신과 파괴를 기반으로 하는 기업가 정신에 사회적 가치, 사명, 목적을 더한 것이다.

1. 사회적 기업가정신

- 1980년대 초 Bill Drayton이 사용하기 시작
- 1990년대 들어 Greg Dees가 대학과 사회적 기업가들에게 교육
- **Dees의 사회적 기업가 정신에 대한 개념**
 - 사회적 기업가 정신의 아버지라 불리는 G. Dees는 사회적 사명을 지속적으로 수행하기 위해서 경영활동을 통한 이익이 필요하다고 주장하는 **사회적 기업 학파**(social enterprise school)와 사회적 문제를 혁신적인 방법으로 해결하는 것을 강조하는 **사회혁신학파**(social innovation school)의 실무적 차원의 개념이 사회적 기업가정신의 정의에 영향을 준다고 주장하고 사회적 기업가의 주요 역할을 두 학파의 주장과 통합하여 사회적 기업가 정신과 연계하였다.

사회적 기업가 정신의 다양한 정의

- 사회적 기업가 정신은 사회적 사명을 완수하고, 사회적 가치를 창조하는 **기회를 포착하는 능력**, 그리고 미래 지향적이고 혁신적이며 위험을 두려워하지 않는 의사 결정의 특성을 가진 기업가의 실질적 행동양식으로 으로 구성되어진다.
- Mort, Weerawardena, and Carnegie (2003)
- 사회적 기업가의 근간이 되는 사명감을 잃지 않고 시장에 지속적 관심을 기울이고 도덕적 당면 과제와 경제적 가치 사이의 균형을 잃지 않는 **비영리 기업 경영자의 의지**라고 할 수 있다.
- Bosche, (1998)
- 사회적 기업가 정신은 정부나 시장에 의해 해결되지 못하는 사회적 문제와 사회적 요구에 대해 이를 근본적으로 해결하려는 시민에 의한 사회적 가치 실현에서 시작 된다.
- Brooks (2009).

2. 사회적 기업가정신의 구성요인

- 사회적 기업가정신의 구성 요인으로 연구자들 간에 공통적으로 혁신 (innovativeness), 진취성 (pro-activeness), 위험 감수성(risk-taking)을 들고 있다(Mort et al., 2003; Weerawardena & Mort, 2006).
- 다른 연구자들은 혁신, 진취성, 위험감수성과 함께 사회적 가치 및 사회적 목적을 제시 하였다. Leadbeater(1997)는 패기 있는(ambitious) 리더십, 한정된 자원의 창조적 활용, 고객과 장기적 관계를 추구하는 것을 포함하는 조직 형성을 제시하였으며, 고객과의 관계유지와 지속성을 포함하기도 한다.

사회적 기업가 정신의 원천I

- 사회적 기업은 경쟁하는 다른 기업과 마찬가지로 경제적 가치를 추구해야하지만 동시에 지속적으로 사회적 가치를 추구해야하기 때문에 경쟁력이 둔화 된다
- 앞서 얘기했듯이, 조직이 다양한 계층의 고객을 가질 경우에는 그들이 필요로 하는 핵심 자원을 제공할 수 있는 고객에게 우선적으로 의지한다고 주장 한다(Oliver, 1991; Wry, Cobb, & Aldrich, 2013).
- 이러한 불리함을 감수하고 사회적 기업에 대한 시도와 도전의 원천은?

사회적 기업가 정신의 원천II

- 사회적 기업의 경우, 사회적 행위의 대상인 수혜자 보다 경제적 자원을 제공하는 고객 중심의 경영이 예상된다. 이는 사회적 성과의 한계 및 사회적 기업의 존재 이유(raison d'etre)에 대한 이론적 근거를 약화시키는 논리
- 수혜자 보다 고객중심의 경영 가능성
- 사회적 각인(social imprinting)이나 사회적 정체성(social identity)의 역할을 주장 하는 학자들은 사회적 가치를 지속적으로 추구하고 지속 가능한 기업으로서 사회적 기업의 존재의 근간을 구성하는 두 개념의 역할을 중시한다(Marquis & Tilcsik, 2013).

사회적 각인(social Imprinting)과 정체성(social identity)

사회적 각인의 정의: 사회적 각인은 사회적 사명감에 중심을 두고 경제적 성과 보다 사회적 성과를 기본으로 하는 기업가의 사회적 사명에 대한 의지

- 사회적 각인의 모순(social imprints paradox): 사회적 각인을 통해 사회적 사명을 중시하는 조직문화가 Leader에 의해 형성되고, 복지와 사회적 사명감을 바탕으로 하는 정규직 채용을 원칙으로 함으로써 사회적 성과를 향상시킨다(Battilina et al., 2015). 그러나 기업가의 내면에 존재하는 사회적 각인이 경제적으로는 생산성을 저하시켜 결과적으로 사회적 임무를 수행할 수 있는 자원을 감소시켜 역으로 사회적 성과를 저하시키는 현상

- 사회적 각인의 영향 요인으로는 부모의 경력(parental work experience), 본인의 경력, 그리고 본인의 교육 정도를 들 수 있다(Battilina and Lee, 2014).

사회적 정체성(Social Identity)

- 사회적 정체성 개념은 타지펠 (Tajfel, 1972)에 의해 소개
- 사회적 정체성은 " 개인이 어떤 정서적 가치와 함께 특정 사회 집단에 속한 판단 근거"라고 정의되어 진다.
- 나는 누구인가? 혹은 사회에서 나의 역할은 무엇인가? 같은 질문은 플라톤, 아리스토텔레스 같은 그리스 철학자들이 추구한 자신(self) 관한 정체성을 파악하기 위한 시작이며 이것이 오늘날 정체성이론의 기원이기도 하다.

사회적 정체성(Social Identity)의 유형

- 사회심리학에서 시작된 사회적 정체성이론은 사회적 관계에서 개인의 심리적 구조나 기능을 분석하고 특히 개인이 속한 집단의 특성에 대한 연구를 중시한다.
- 기업가들의 사회적 정체성 세 가지 유형 BY(Fauchart et. al., 2011)
 - 1) Darwinian identity(경쟁적 정체성): 전통적인 기업가로서 기업의 이익과 성장에 중심을 두는 기업가
 - 2) Communitarian identity(공동체 정체성): 혁신적인 제품이나 서비스로 지역 공동체를 위해 헌신하며, 공동체의 발전과 기업의 발전을 동일시
 - 3) Missionaries identity(사명감 정체성): 기업이 사회 변화의 원동력이며, 기업의 설립 이유가 환경이나 사회적 가치인 경우

사회적 기업가 정신의 원천

- 사회적 기업가들의 사회적 정체성은 공동체 정체성과 사명감 정체성에 가깝다.(이재정, 2019)
- 사회적 각인은 후천적으로 얻어지는 특성으로 인식된다. 가정 환경, 본인의 업무 환경, 교육의 정도가 이를 특정한다.
- 아래의 위대한 사회적 기업가들의 특성을 조사하면 몇 가지 공통점이 나올 수 있다.
 - Muhammad Yunus: micro-credit
 - Mathis Wackernagel: ecological footprint
 - Arjen Hoekstra: water footprint
 - Bill Drayton: Ashoka Foundation
 - Jeff Skoll: Skoll Foundation
 - Julie Hanna: KIVA
 - Wendy Kopp: TFA(Teach for America)
 - Jimmy Wales (Wikipedia)
 - Ethan Brown (Beyond Meat)

21세기의 사회적 기업가 정신(미국)

- eBay의 설립자이며 사회적 영향 투자자인 Pierre Omidyar 는 사회적 경제의 비전으로서 **경제 민주화**(economic democracy)를 주장
 - Kauffman 재단의 이사장인 Carl J. Schramm은 “유럽의 귀족주의와 달리, 미국 사회적 기업가 정신의 전통적 뿌리를 건국 당시의 시민 정신에 두기 때문에 미국식 사회적 기업가 정신에는 **공화주의적 시민의식이** 반영되어 있으며, 미래의 사회적 기업은 민주적 자본주의를 모델 안에서 운용되어야 한다.”고 주장한다.
- *공화주의: 개인의 사적 권리보다는 시민으로서 갖춰야 할 덕을 강조하는 정치적 이데올로기다. 공화주의는 시민들이 덕을 가지고 정치활동에 적극적으로 참여하고, 이 과정에서 **공공선에 대한 헌신 속에서 개인의 자유를 실현**하는 것이 중요하다. 유럽에서는 군주주의를 극복하고 민주주의를 수립하는 모델이라 할 수 있다.

21세기의 사회적 기업가 정신(유럽)

- 미래의 사회적 기업가정신은 경제에 정치적 근거를 제시한다. 유럽의 경우, 사회적 기업가 정신은 제 3의 길(Third Way)을 주장하는 사람들에게는 “복지사회를 이룩하는 방법이며, 시장을 공적 목적의 이해관계에 이용하여 공적 분야와 사회적 분야, 그리고 시장과의 사회적 파트너십을 형성하는 수단이다.” (Cook, Dodds & Michell, 2003). 여기서 제 3의 길이란 사회민주주의와 신자유주의를 절충한 새로운 정치 이념
 - 제1의 길(사회민주주의)은 선거나 의회를 통한 정치적 평등에 이어 경제적 평등을 지향하는 것으로 민주주의가 사회주의와 결합하여 만들어진 운동이나 체제를 의미하고, 의회를 통한 소득의 재분배에 의해 공정을 실현하고자 하는 이데올로기로 국가주의적 특성(버니 샌더스: 북유럽 모델)
- 법치와 의회를 통한 사회주의

21세기의 사회적 기업가 정신(유럽)

제2의 길(신 자유주의): 국가권력의 시장개입을 비판하고 자유시장과 자유무역, 규제완화, 국제 분업을 강조(Kaletsy의 자본주의 V3)

제3의 길: 사회민주주의와 신자유주의의 절충안으로 그 내용은 의무와 책임의 균형, 생산적 복지, 소외와의 투쟁, 개인의 창의성 존중, 사회세력 간의 합의에 근거한 발전 등에 있다. 제3의 길은 영국의 블레어리즘 (Blairism)을 비롯한 1990년대 서유럽의 독일, 프랑스, 이탈리아 등의 집권 세력의 이론적 기초를 제공

*영국의 사회학자 Anthony Giddens가 1984년 출간한 '좌와 우를 넘어서' 의 후속 편으로 1988년 출간한 책으로 전통 좌파의 완전한 국가주의도, 전통 우파의 완전한 자유시장도 될 수 대안이 될 수 없으며 보통사람의 삶의 질을 높일 수 있는 생활 정치(life politics)가 되어야 한다고 주장 하며, 사회적 기업을 복지 사회를 이룩하는 도구로 생각했다.

21세기의 사회적 기업가 정신(한국)

- 산업화과정을 지나면서 형성된 **양극화 현상에 대한 반발**과 민주화과정을 지나면서 생성된 **시민사회정신의 결합**으로 문민정부(2007년) 때 제정된 사회적 기업 육성법을 시작으로 지난 10년간 지속적인 발전을 해온 우리의 사회적 기업가정신은 우리 역사에 **약자들의 조직**인 두레, 품앗이 등과 같은 **협동의 전통**이 반영되어 상호 포용적 혹은 책임자본주의 (Accountable capitalism: Elizabeth Warren) 같은 형태로 발전이 가능하지 않을까?
- 정부 주도의 수동적인 설립과 운영에서 벗어나 자주적이고 적극적이며 강한 사회적 기업을 추구하는 사회혁신가들에 의한 사회적 기업이 미래의 사회적 경제의 주체가 되어야 할 것이다.