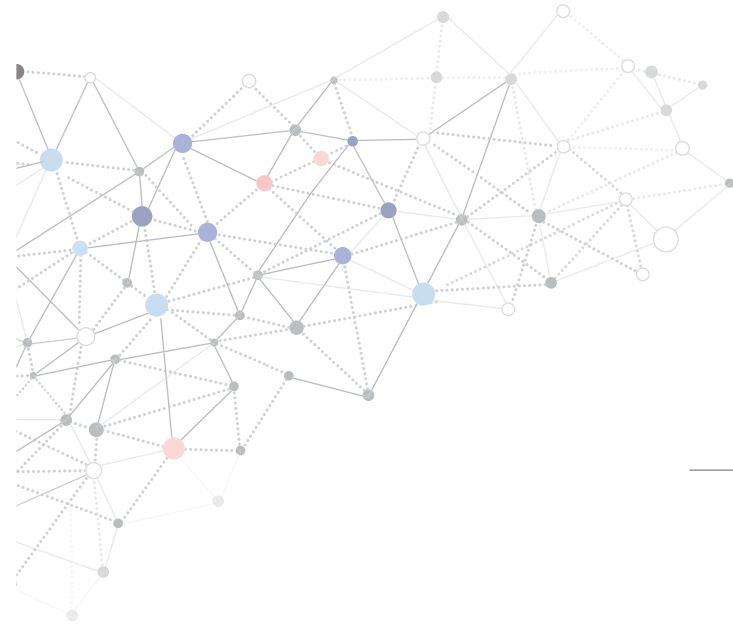




2018년 8월 31일 통권 23호

사회적 경제의 발견



Contents

목차

측정하고 평가하자, 세상이 착하게 바뀌도록	1
사회적 가치, 측정 가능한가?	5
혼자서는 세상을 구할 수 없다... '집합적 임팩트' 주목	14
아이디어 더한 제3세계 원조사업 빛 발하다	19
신간서적 안내 - 사회적 가치와 사회혁신	23

측정하고 평가하자, 세상이 착하게 바뀌도록

문재인 대통령은 국회의원이던 2014년 6월 법안 하나를 대표 발의했다. 세월호 참사가 일어난 직후였다. 법안의 이름은 ‘공공기관의 사회적 가치 실현에 관한 기본법안’, 일명 ‘사회적 가치 기본법’이다. 법안을 발의한 이유도 세월호와 관계가 있다. “세월호 참사는 사람의 생명과 안전보다 이윤을 앞세웠던 우리 사회의 민낯을 직시하게 했다. 이윤과 효율이 아니라 사람의 가치, 공동체의 가치를 지향하도록 국가 시스템을 바꾸어야 할 때다.”



11일 한겨레신문사 청암홀에서 '사회적 가치 창출 측정과 평가'를 주제로 포럼이 열렸다

그 국가 시스템을 바꾸는 방법의 하나로 이 법안은 공공기관이 어떤 정책을 펼칠 때 효율성이 나 경제적 성과보다는 사회적 가치를 우선하도록 했다. 여기서 말하는 사회적 가치는 인권, 노동권, 안전, 생태, 사회적 약자 배려, 양질의 일자리, 대·중소기업 상생협력 등 공공의 이익과 공동체 발전에 필요한 가치를 말한다.

이 법은 제정되지 못하고 19대 국회와 함께 자동폐기됐다. 그러나 20대 국회에서 김경수 의원이 다시 대표 발의해 부활을 기다리고 있다. 특히 ‘사회적 가치’가 새 정부의 열쇳말로 부각되면서 공공과 민간 모두 ‘사회적 가치 기본법’의 향배에 큰 관심을 기울이게 됐다. 이들은 사회적 가치를 측정해 성과평가를 할 수 있게 제도를 개선하려 한다는 점에 특히 주목하고 있다. 경제적 가치의 일정한 손해를 무릅쓰고라도, ‘사회적 가치’ 창출 자체를 조직의 미션으로 삼고 활동해온 사회적 경제 조직에도 ‘측정과 평가’는 풀어야 할 숙제다.

이렇게 관심이 높아지는 한편에서는 ‘사회적 가치’라는 개념이 불분명해 정책을 추진하는데 혼선이 올 것이란 우려도 나온다. ‘사회적 가치’라는 말에 대한 논의와 인식 공유가 불충분하다는 것이다. 이를 반영해 한겨레경제사회연구원은 사회적기업 활성화 전국네트워크와 함께 지난 11일 포럼을 열고 사회적 가치 측정과 평가의 쟁점을 짚어보고 앞으로의 방향을 점검했다.

사회적 가치 평가 어려움 여전, 통합적 접근 필요

사회적 경제 조직이 사회적 가치를 측정하고 평가하는 것은 자신의 정체성에 대한 해명 작업이나 마찬가지이다. 성균관대 문철우 교수(경영학)는 “경제적 가치와 사회적 가치를 구분해서 보는 이분법은 모순적”이라며 통합적 접근으로 ‘창출가치’(Value Creation)와 ‘귀속가치’(Value Capture)라는 개념을 활용하자고 제시했다. 창출가치란 사회 전반에 걸친 효용의 증가분을 말하며, 귀속가치란 창출가치 중에서 행위자가 다시 가져가는 부분을 가리킨다. 문 교수는 “어떤 공장이 유해물질을 발생시키면서 돈을 벌고 있는 경우 귀속가치는 발생시키고 있지만, 창출가치는 감소시키는 행위”라고 설명했다.

사회적 경제 조직은 창출가치를 늘리는 게 목표지만 그 지속가능성을 위해 적정 수준의 귀속가치를 발생시킨다. 이것이 자선단체와 사회적 경제 조직이 다른 점이다. 문 교수는 “창출가치의 측정 수준은 사회 전체이고, 귀속가치의 측정 수준은 조직 또는 프로젝트 수준”이라며, 난이도 면에서 사회 전체의 효용을 평가해야 하는 사회적 경제 조직의 측정과 평가에 근본적인 어려움이 있다고 말했다.

사회적 가치의 포괄 범위 (가칭 ‘사회적 가치 기본법’ 3조 1항)

- 가. 인간의 존엄성을 유지하는 기본권으로서 인권의 보호
- 나. 재난과 사고로부터 안전한 근로·생활환경의 유지
- 다. 건강한 생활이 가능한 보건복지의 제공
- 라. 노동권의 보장과 근로조건의 향상
- 마. 사회적 약자에 대한 기회제공과 사회통합
- 바. 대기업, 중소기업간의 상생과 협력
- 사. 품위 있는 삶을 누릴 수 있는 양질의 일자리 창출
- 아. 지역사회 활성화와 공동체 복원
- 자. 경제활동을 통한 이익이 지역에 순환되는 지역경제 공헌
- 차. 윤리적 생산과 유통을 포함한 기업의 자발적 인 사회적 책임 이행
- 카. 환경의 지속가능성 보전
- 타. 시민적 권리로서 민주적 의사결정과 참여의 실현
- 파. 그 밖에 공동체의 이익실현과 공공성 강화

사회적 가치, 스스로 정의하고 측정하는 과정 중요

이러한 현실적인 한계를 인정하고, 색다른 시도를 하는 곳도 있다. 바로 에스케이(SK)가 운영하는 사회성과 인센티브(SPC: Social Progress Credit) 시스템이다. 에스케이 수펙스(SUPEX) 추구협의회 박성훈 매니저는 “사회적기업은 사회적 가치를 사명으로 하면서 수익도 내야 해 내실을 갖추기 어렵다. 혁신적인 아이디어를 가진 예비 창업가들이라도 창업을 망설일 수밖에 없다”며, “사회적 가치를 화폐가치로 환산해 금전적으로 보상함으로써 사회적기업의 성공 가능성을 증대시켜 예비 창업가들의 유입을 돕자는 것”이라며 사회성과 인센티브 도입의 배경을 설명했다.

측정 원리와 방법은 이렇다. ‘사회적기업이 업무를 통해 직접 산출한 성과, 정부나 비영리 조직과 비교해 더 창출한 성과, 시장에서 매출이나 보조금을 통해 보상받지 못한 성과’ 범위 내에서 참여기업들이 스스로 ‘사회성과’를 규정하도록 하고, 세부지표에 대한 합의를 거친다. 사회적기업은 합의한 지표에 맞춰 작성된 데이터를 제공한다. 박 매니저는 “합의를 통해 개발하고, 기업별로 상이한 사회적 가치를 스스로 정의하고 측정하도록 돕는 것이 핵심”이라고 말했다. ‘사회성과 인센티브’ 시스템은 누리집을 찾아가 회원 가입을 하고, 본인 기업의 성과를 시뮬레이션해볼 수 있다.

더 나은 사회를 만드는 비즈니스 운동들

최근 사회적 가치를 지향하는 기업들이 주목하는 것 중에 ‘비콥’(B Corp)이 있다. 한국에서 비콥 확산에 앞장서고 있는 엠와이소셜컴퍼니(MYSC) 김정태 대표는 “비콥이란 비즈니스로 더 나은 사회를 만들고자 하는 기업에 부여되는 브랜드이자 고유명사”라고 말했다. 자사 제품을 보여주며 “이 재킷을 사지 마세요” 캠페인을 펼친 것으로 유명한 북미 2위의 아웃도어 브랜드 ‘파타고니아’도 대표적 비콥 기업이다. 새로 사기보다 고쳐 입도록 수선 서비스를 제공하고, 오래 입기 위해 의류 자체의 질을 높이면서 환경 피해를 최소화하자는 운동에 앞장선 것이다. 국내에선 딜라이트 보청기, 쏘카, 제너럴바이오 등 10개 기업이 비콥 지위를 획득했다.

‘거버넌스, 기업 구성원, 커뮤니티, 환경, 비즈니스 모델’ 등 5개 영역에서 80점 이상(200점 만점)을 받으면 비콥 인증을 요청할 수 있다. 김 대표는 “비콥 인증을 받은 기업은 ‘글로벌 임팩트 투자 네트워크’(GIIN: Global Impact Investing Network)와 동일한 투자 등급을 받게 된다”며 “비콥의 초점은 투자자나 소비자가 ‘좋은 기업’을 식별하도록 하는 데 맞춰져 있다”고 강조했다. 실제, 쏘카는 비콥 인증을 받은 지 3개월 만에 180억원의 해외투자를 받기도 했다.

‘사회책임경영(CSR), 지속가능발전’ 등의 분야에선 국제적으로 합의된 기준을 토대로 사회적 가치 평가 기준과 가이드라인을 제시해왔다. 지속가능발전목표(SDGs: Sustainable Development Goals)는 17개의 목표(빈곤퇴치, 성 평등, 산업혁신, 불평등 감소, 도시 지속가능성, 평화와 제도 등)와 169개의 세부목표, 232개의 지표로 구성되어 있다. 한국지속가능발

전센터 윤경호 사무국장은 “여전히 국내 현실에 맞지 않는 지표들이 많고, 단편적이고 계량적으로만 목표 달성 여부를 점검하게 되어 있어 실질적인 정책 수립과 이행이 어렵다”며 “국내 여건에 맞는 목표를 세우고 이를 점검하는 통합적 지표체계 수립이 필요하다”고 강조했다.

기본법, 사회혁신 차원에서 접근해야

사회적 경제 법 센터 더함의 양동수 변호사는 “현재 진행 중인 ‘공공기관의 사회적 가치 실현에 관한 기본법안’으로 성과평가를 제도화하고 시행하게 되면 그 효과가 크고 민간 부문에 대한 영향력도 상당할 것”이라며 “기본법은 공공기관의 정책 수립과 수행하는 전 과정에 사회적 가치를 우선 고려하도록 하는 ‘프로세스 혁신’, 혹은 ‘사회혁신’ 차원에서 이해해야 한다”고 말했다. 양 변호사는 한국사회적기업 중앙협의회 정책위에서 비콥과 같이 상법상 회사를 기반으로 사회적 가치를 추구하려는 목적을 가진 법인격을 제도화하는 법안을 만드는 데 참여하고 있다. 양 변호사는 “사회적 목적을 담은 이행선언서를 자체적으로 작성·점검하는 정도로 설립을 쉽게 하면서, 배당제한이나 잔여재산 처리 시 지역에 귀속되는 방식을 검토 중”이라고 덧붙였다.

지금까지 ‘사회적 가치’를 테이블에 올려놓고 논의할 수 있는 영역은 사회적 경제나 사회적 임경영, 사회공헌 분야에 국한됐다. ‘사회적 가치 기본법’에 대한 논의와 함께 ‘사회적 가치’라는 말이 대중화되는 점은 고무적이다. 하지만 현실의 변화로 이어지는 데까지 시간이 걸릴 것으로 보인다. 여전히 공공 입찰제도는 ‘최적 가치 제공자’가 아닌 ‘최저가 제공자’를 낙찰자로 선정하고 있다. 경제성과 효율성, 관행과 성과를 앞세운 공공과 민간의 불협화음 역시 여전하다. 여시재의 이원재 기획이사는 “여러 시도를 해봤지만, 아직 세상이 정말 선하게 바뀌었는지는 모르겠다”며 “세상이 바뀌었다는 느낌이 들려면 새로운 가치를 창출하도록 제도화해야 한다”고 말했다. 한겨레경제사회연구원 이창곤 원장은 “한국 사회에서 ‘사회적 가치’를 공론화하는 작업을 지속해 질적인 정책 수립과 이행으로 이어지도록 뒷받침할 것”이라고 밝혔다.

2017.09.21.일자 보도자료

글: 조현경 한겨레경제사회연구원 시민경제센터장

원문보기:

http://www.hani.co.kr/arti/economy/economy_general/812007.html#csidx8d92fc364c9e13783a89378ca0eeeb7

사회적 가치, 측정 가능한가?

비영리 기관의 활동을 검증하기 위해서는 사회적 가치를 측정할 수 있어야 한다. 눈에 보이지 않는 가치를 어떻게 측정할 수 있을까? 여기에 대한 의구심을 2010년 영국의 영 파운데이션(Young foundation)의 Geoff Mulgan이 <Stanford Social Innovation Review>에 기고한 Measuring Social Value에서 살펴볼 수 있다.



사회적 가치 측정

사회적 가치를 측정하기 위한 많은 시도들이 비영리 조직(NGO, NPO, 사회적기업, 사회적 벤처기업 등)에서 있어 왔다. 가장 효과적으로 프로그램을 운영하기 위해서 공무원, 정책입안자, 정부 기관의 책임있는 회계 처리를 해야 한다. 자금제공자(후원자, 정부기관, 기업), 파트너 및 수혜자에게 미치는 영향을 입증해야 한다. 이러한 요구를 충족시키기 위해 40여년 동안 사회적 가치를 측정하는 방법을 연구했다. 그러나, 비영리 조직에서 자원을 할당하기 위해 정교한 척도를 사용하는 경우가 거의 없었고 공공분야는 정치적 판단이 더 우선시 되었다. 사회적 가치에 대한 척도가 영향을 미치지 못한 이유는 크게 3가지로 볼 수 있다.

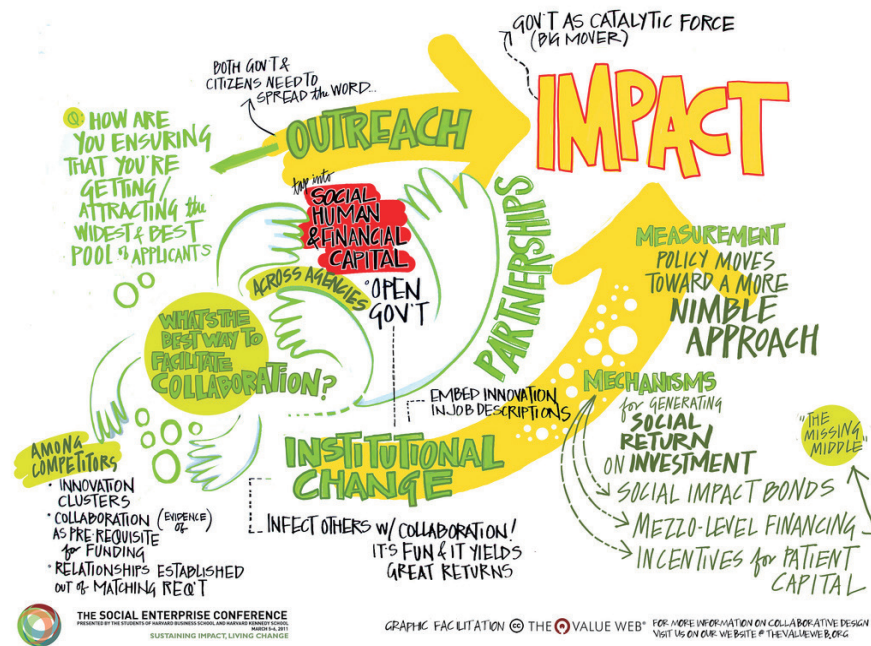
첫째, 대부분의 모형은 가치가 객관적이며, 분석을 통해 발견할 수 있다는 가정하에 분석한다. 그러나, 가치는 객관적 사실이 아니기 때문에 공급과 수요의 상호 작용을 통해 살펴볼 수 있지만, 조직의 전략과 운영의 우선순위에 따라 어긋나기도 한다.

둘째, 외부 이해 관계자에 대한 회계, 내부 운영 관리 및 사회적 영향 평가라는 세 가지 다른 역할을 결합했기 때문이다. 영리 조직에서는 이러한 작업의 경우 서로 다른 도구를 사용한다. 예) 항공기 제조업체의 자금 지출 방법 설명

셋째, 사회 가치를 위한 시장의 수요와 공급 간의 상호작용.

최근 영국의 국민보건의료서비스(National Health Service, NHS)와 영 파운데이션 재단의 협력은 사회적 가치에 대한 중요한 시사점을 남겼다. NHS는 영 파운데이션에게 서비스 혁신을 측정하고 투자 결정을 돕는 실질적인 도구 개발을 의뢰했다.

기존 사회적 가치 측정항목(정리한 사회적 가치를 측정하는 10 가지 방법 - 표)을 근거로 사회적 가치 측정항목을 검색 및 살펴보았다.



우리는 수백 개의 경쟁적 틀을 찾아냈는데, 재단, NGO, 정부, 학계 등 분야마다 사용하는 척도들이 달랐고 의사 결정에 실질적으로 도움이 되는 척도는 거의 찾아보기 힘들다. 우리는 그 두 가지 이유를 발견했는데, 첫째, 대부분의 척도들은 가치가 객관적이라고 가정하며, 분석을 통해 발견할 수 있다고 여기기 때문이다. 그러나 가치는 객관적 사실이 아니다.

10 Ways to Measure Social Value

METHOD	DESCRIPTION	EXAMPLE	PROBLEMS
Cost-Benefit Analysis/ Cost-Effectiveness Analysis	The most widely used family of tools; counts up costs and benefits (usually using some of the methods described below), and then applies discount rates. Often used for large public programs.	A recent study in the United Kingdom found that using a mix of drug treatment, surveillance, and behavioral interventions instead of prison saved taxpayers up to \$130,000 per offender (and up to \$300,000 if savings to victims were included). ¹	Disagreements about the actual numbers and weightings in the calculation, as well as the conclusions of the analysis.
Stated Preferences	Asks people what they would pay for a service or outcome.	A typical example would ask people what they might pay to preserve an endangered species or to build a park.	Stated preferences often do not correlate with actual behaviors.
Revealed Preferences	Examines the choices that people have actually made to infer the relative worth of different options.	A researcher analyzes house-buying patterns and real estate prices to infer how much people value public parks.	Few fields have enough usable data.
Social Impact Assessment/Social Return on Investment Assessment	Estimates the direct costs of an action, the probability of it working, and the likely change in future outcomes, sometimes with discount rates.	There are literally hundreds of tools of this kind, including Acumen Fund's Best Available Charitable Option Ratio methodology, Jed Emerson's blended value methods; and various Center for High Impact Philanthropy methods.	Disagreements about numbers, weightings, and conclusions; values; how to handle time and discount rates; and intended audience of the calculation.
Public Value Assessment ²	Judges how much the public values a service.	The British Broadcasting Corporation assessed its public value.	Not rigorous enough.
Value-Added Assessment	In education, assesses how much a school adds to the quality of its pupils.	Recent uses often show that apparently successful schools are actually good at attracting clever pupils.	Sometimes too complex for parents or the media to understand.
Quality-Adjusted Life Years/Disability-Adjusted Life Years Assessment	In health care policy and research, accounts for patients' objective health and patients' subjective experiences.	Widely used set of measures. Provides a common way to judge the relative effectiveness of clinical treatments and public health measures.	Can be controversial when a particular treatment is not cost-effective.
Life Satisfaction Assessment	Judges social projects and programs by how much extra income people would need to achieve an equivalent gain in life satisfaction.	An imaginative study in Wales showed that modest investments in home safety, which cost about 3 percent as much as home repairs, generated four times more life satisfaction. ³	New approach that remains unproven; highly sensitive to input assumptions.
Government Accounting Measures	In government, accounts for government spending and its effects.	France's <i>bilan sociétal</i> is a set of 100 indicators showing how enterprises affect society. Italy has a similar <i>bilancio sociale</i> .	Much variability across regions; disagreements about which indicators to include.
Other field-specific assessments	Every field has its own cluster of metrics.	A recent Young Foundation study identified nearly 30 measures of value in the built environment, including artificial neural networks, hedonic price models, fuzzy logic, autoregressive integrated moving averages methods, and triple bottom line property appraisals. ⁴	Diversity of these measures means that they are little used for public decision making.

가치는 수요와 공급의 상호 작용을 통해 발생하며 궁극적으로 사람이나 기관이 기꺼이 감수하고자 하는 것을 반영한다. 이런 부분을 반영하는 도구가 없기 때문에 기관들은 어쩔 수 없이 이러한 틀들을 기관의 전략과 운영상의 우선순위에 맞추는 실수를 저지른다.

둘째, 척도가 매우 다른 세 가지 역할을 동시에 수행하기 때문이다. 외부 이해관계자에게 보고, 내부 의사결정, 사회적 영향력 평가, 이 세 가지이다. 비즈니스 부문에서는 각각의 역할에 다른 척도를 사용한다. 그러나 사회 및 공공 부문의 경우 일각에서는 하나의 척도로 세 가지 역할을 모두 수행할 수 있다고 주장한다. 하지만 이러한 시도는 결국 하나도 제대로 해내지 못하는 결과를 가져왔다.

이 글에서 사회적 가치를 측정할 좀 더 나은 방법을 제시해보려고 한다. 그리고 측정 불가능한 것을 측정하는 게 아니라 측정 가능한 것을 측정할 수 있는 방법을 제시하고자 한다. 또한 사회적 가치를 측정하는 더 좋은 방법을 추천하고자 한다. 다만 이 때 NGO나 재단은 공공정책과 학계의 사회과학과는 완전히 다른 척도를 개발하려는 추세를 거부하고, 공공과 학술 영역을 아우르는 전 부문간 협력을 이끌어내야 한다.

손에 잡히지 않는 문제

사회 및 공공부문에서 창출되는 가치 측정에 실패하는 것은 지능이 부족하거나 의도가 좋지 않아서가 아니라 측정 자체가 매우 복잡하기 때문이다. 무엇보다 여기에 ‘불변의 법칙’은 없다. 많은 사람들은 사회 부문도 결과를 확실히 예측할 수 있는 자연과학과 같기를 바란다. 그러나 비즈니스를 비롯해 사회과학에서는 물리학에서와 같은 법칙이 존재하지 않는다. 수십 년 동안 증거에 기반한 정책결정 과정에 관여해왔지만, 증거가 모든 행위에 대한 정보를 제공해야 함에도, 어떤 원인이 어떤 결과에 이르게 하는지 정확하게 예측하지는 못했다.

가치 측정이 어려운 두 번째 이유는 범죄예방, 보육, 학교교육과 같은 사회적 영역에서 바람직한 결과가 무엇인지에 대한 의견이 일치하지 않기 때문이다. 예를 들어 사람들은 처벌을 위해 범죄자들을 투옥시키기 원하는데, 투옥이 다른 대안보다 이득은 적고 비용은 많이 들 때조차도 여전히 범죄자들을 투옥시키려고 한다. 사람들의 윤리나 도덕의 우선순위가 다양하기 때문에 비용과 편익만 감안하는 사회적 가치 평가는 대중과 그들을 대표하는 정치인들에게 영향력을 발휘하지 못한다.

이러한 문제들이 없다 하더라도 많은 사회적 가치 측정 척도는 본질적으로 신뢰하기 어려운 면이 있다. 대표적으로 사회적가치평가모델(SROI)은 비용과 이익을 근사한 추정치를 정하여 자의적으로 책정하기 때문에, 추정치에 따라 환산되는 최종가치에 엄청난 영향을 미친다. 따라서 대략적인 예측에는 도움이 되지만 세부 결정을 내리기 위한 근거로 사용하기에는 무리가 있다.

마지막 이유는 시간과 관련이 있다. 가치 측정은 현재 실행한 사회프로그램이 미래에 얼마나 좋은 영향을 가져올지 그 가치를 추정하는 것이다. 경제적 가치를 평가할 때 사용되는 투자수익률(ROI)의 경우 재계에서는 현재보다 미래에 특정 금액이 가치가 떨어지리라는 가정 하에 할인율을 적용한다. 예를 들어 5%의 할인율을 적용하면 오늘날의 \$100는 30년 후 \$38.85가 되며 50년 후에는 \$7.69가 된다. SROI와 같이 오늘날의 많은 사회적 가치를 평가하는 척도도 이러한 할인율을 사용한다. 이는 아마도 사회적 가치 추정과 관련된 할인율을 상업적 할인율과 동일시하면 사회적 가치측정척도의 정확성이 더 높아지리라는 잘못된 믿음 때문일 것이다.

하지만 특히 이러한 할인율들은 미래의 가치를 현저하게 평가절하하기 때문에 사회적 기업과 정부가 상업적 할인율을 사용해서는 것이 과연 타당한지는 의문이다. 우리는 기관 종사자들이 상업 시장부문 종사자들보다 차세대 이익에 더 중점을 두리라는 희망을 가져야 한다. 보건 분야에서는 젊은 세대들이 나이 든 세대들에 비해 불리한 입장에 처하지 않도록 많은 국가들이 아주 낮은 제로 할인율을 적용한다. 각국 정부는 교육과 국방 기술 투자의 경우 할인율을 무시한다. 기후변화 정책에 있어서는 할인율을 얼마나 적용해야 할지에 대한 격론이 벌어지기도 했다. 이는 부분적으로 현 세대에게 제공할 혜택과 향후 세대에 제공할 혜택에 있어 어디에 비중을 얼마나 두어야 할지에 대한 도덕적 판단이 필요한 문제라 할 수 있다. 이러한 일련의 예들은 “사회적 가치는 객관적 사실이 아니다”라는 논점을 반영한다. 사회적 가치는

수요와 공급의 상호작용으로부터 발생하며 따라서 시간, 사람들, 장소 및 상황에 따라 변화하는 것이다.

가치 구축

사회적 가치를 측정하기 위하여 비즈니스와 경제로부터 빌려온 많은 이론들은 많은 실수로 이어졌다. 그래도 이러한 분야들은 사회혁신분야에 중요한 교훈을 제공한다.

인류역사의 상당 기간 동안 철학자들과 경제학자들은 가치가 객관적 사실이라고 믿었다. 아리스토텔레스는 모든 것에는 “공정 가격(just price)”이 있다고 여겼고 칼 막스는 노동으로부터 가치가 창출된다고 생각했다.

그러나 최근에 와서 경제학자들 대부분은 가치에 대한 개념 중 유일하게 유의미한 것은 가치가 시장의 수요와 공급으로부터 생겨난다는 것임을 인정했다. 다시 말해서 누군가 기꺼이 대가를 지불할 용의가 있을 때라야 가치가 있다는 것이다. 이러한 단순한 접근이 많은 이들의 심기를 불편하게 하는 이유는 결국 아름다운 저녁노을, 멸종위기에 처한 동식물이나 훌륭한 예술작품은 경제적 가치가 전혀 없다는 의미이기 때문이다. 그러나 이 정의는 경제학자들로 하여금 감춰진 현실을 드러내려 하기 보다는 실제 행동을 관찰하도록 해준다는 점에서 유용하다.

이제 사회적 분야에서도 마찬가지로 단순한 접근방식을 취하여, 필자가 ‘효과적 수요’와 ‘효과적 공급’이라 명명한 두 가지의 상호작용을 통해서 사회적 가치가 발생하는 것임을 직시해야 할 때이다. 효과적 수요란 누군가가 특정 서비스나 결과에 대해 대가를 지불할 용의가 있다는 의미이다. 여기서 ‘누군가’란 공공기관, 재단, 혹은 시민들 개개인이 될 수 있다. 효과적 공급이란 서비스나 결과가 원하는 효과를 거두며, 적정수준의 비용으로 실현 가능한 것을 의미한다. ‘효과적’이라는 수식어를 사용한 이유는, 사회적 문제의 경우 늘 수요와 공급이 단순하지만 사회적 가치 측정의 경우 수요와 공급은 앞서 설명한 것과 같이 ‘효과적’이어야 하기 때문이다.

시장, 대화, 협상은 니즈와 자원을 갖춘 사람 및 기관과 해결책과 서비스를 지닌 사람 및 기관과 연결해준다. 이러한 시장, 대화, 협상이 제대로 실현된다면 사회적 가치 측정 척도는 유용하게 쓰일 수 있다.

일부 분야에서 수요와 공급의 관계는 성숙되어 있다. 예를 들어 많은 유권자들은 경찰력과 초등교육을 위해 기꺼이 세금을 납부하려고 하며 많은 정부들은 이러한 서비스를 제공할 능력이 있다. 마찬가지로 많은 기부자들은 개발도상국 아동을 위한 의료서비스를 위해 기꺼이 자금을 대주며 많은 지역 자선단체와 교회는 이러한 서비스를 제공할 수 있다. 이 경우 사회적 가치를 분석하는 것은 어렵지 않다. 자금제공자가 원하는 것과 서비스제공자가 제공할 수 있는 것과의 연결고리가 분명하기 때문이다.

그러나 다른 사회적 문제들의 경우 수요와 공급 사이의 연결고리가 없다. 어떤 경우에는 자금 제공자, 정치인 혹은 시민이 자신의 자원을 제공해야 할 만큼 필요성이 시급하다고 느끼지 않기 때문에 효과적 수요가 결핍될 수 있다. 예를 들어 일부 주에서 성교육이나 약물치료에 대해 공적 자금을 제공하려 하지 않을 수 있다. 이와 반대로 많은 정부들이 비만을 줄이기 위한 비용을 지불하려고 하는 효과적 수요는 있는데 비용 효율적 개입의 공급이 제한되어 있는 경우도 있다. 이러한 경우 사회적 가치는 불분명하며 잠정적이다.

또 다른 경우, 수요, 공급 모두가 불분명하고 복잡할 수도 있다. 많은 사회정책 입안자들은 보다 총체적인 해결책이 종종 보다 나은 결과를 가져온다고 생각한다. 하지만 총체적인 방식은 반드시 구매자들(수요 측), 즉 저마다 가치를 부여하는 기준이 다른 많은 공공기관과 비영리 단체들의 다양한 수요를 처리할 수 있어야 한다. 공급 측 역시 분열되어 있을 수 있다. 노숙자를 돕는 일은 많은 다양한 기관의 기부에 의존하여 알코올 중독자 치료프로그램 등 다양한 치료 및 직업훈련과 주택을 제공한다. 이러한 경우 역시 숙고와 토론을 통해 수요와 공급을 하나로 모으는 부단한 노력을 통해서만 사회적 가치가 분명해질 수 있다. 아무리 이 분야에 정통한 연구자라 할지라도 이러한 토론과정을 거치지 않는다면 사회적 가치 측정은 커녕 제대로 설명할 수도 없을 것이다.

거전환 수치

우리가 영국 NHS가 의뢰한 연구를 진행하면서 지금까지 다룬 모든 논점이 더욱 분명해졌다. NHS는 정기검진에서부터, 수술, 행동변화를 위한 개입에서 커뮤니티 프로그램에 이르는 모든 일에 관여한다. NHS와 같이 통합된 단일 보건서비스의 장점은 수요, 즉 무엇이 필요하고 무엇을 기꺼이 지불할 준비가 되어 있는지가 분명하다는 점이다. NHS의 효과적 공급 측 또한 비교적 쉽게 규정할 수 있으며 여기에는 의사, 간호사, 관리자, 사회적 기업, 민간 사업, 대중이 포함된다.

NHS가 보다 나은 결정을 내리고 자원을 더 효과적으로 할당하도록 돕기 위해서 영 파운데이션에 있는 우리들은 다양한 대안에 대한 사회적 가치를 분명하게 해줄 툴을 만들었다. 앞서 필자는 측정척도가 수행하는 세가지 역할-외부 회계보고, 내부 의사결정과정, 사회적 영향 평가-에 대해 언급했다. 우리가 개발한 기준은 두 번째 역할, 즉 내부 의사결정과정에 정확히 초점을 맞추고 있다. 이 기준은 NHS의 보건서비스 이용자들이 이 서비스의 혜택으로 건강을 유지함으로써 얻는 가치, 간병인들이 이 서비스로 인하여 얻는 가치, 더욱 넓은 지역사회(전염병 통제로 얻을 수 있는 가치)와 유권자들이 얻게 되는 가치를 밝혀준다.

우리가 만든 기준은 단순한 컴퓨터 프로그램이나 계산기가 아니라 가치에 대해 생각하는 툴이다. 사회적 가치를 평가하는 데 사용된 다수의 척도들과 마찬가지로 이 기준 역시 일련의 판단을 필요로 한다. 판단은 다음의 네 가지 주요 범주에 따라 이루어진다. 1) 전략적 적절성(제안된 혁신이 보건 서비스의 필요를 얼마나 잘 충족시키는가), 2) 잠재적 건강 결과(질보정수명

[QALY]과 환자의 만족도에 미칠 예상되는 영향 등), 3) 비용절감과 경제 효과, 4) 실행에 따르는 위험요소 등이다.

새로운 서비스가 제안되었을 때 이 툴의 사용자들은 제안된 서비스의 각 범주에 해당하는 항목을 0-5까지의 등급으로 나누어 가치를 평가한다. 제안은 의사, 간호사들이 내놓은 유망한 아이디어에서부터 이미 소규모로 혹은 규모를 확대하려는 벤처기업에서 시험해 본 아이디어들까지 다양하다. 사용자들은 평가와 함께 의견도 적을 수 있다.

어떤 경우는 의사 결정자들이 임의적으로 추출한 통제 실험(controlled trial)으로부터 나온 증거 등의 확실한 자료에 의지하기도 하고 또 다른 경우에는 보다 불확실한 수치에 의존해야만 할 때도 있다. 이러한 변동성을 반영하기 위해서 판단의 근거가 되는 증거의 신뢰도 평가도 척도에 포함되어야 한다. 결과를 시각적 자료로 나타내면 판단의 정확성과 신뢰도를 높이는 데 도움이 된다.

일단 익숙해지고 나면, NHS 툴은 즉각 사용이 가능하고 명료해진다. 다수의 사용자들이 판단 내용에 대해 의문을 제기할 수 있고 실제 발생한 결과와 비교할 수 있다. 또한 NHS툴은 일반에 공개되어 있다. 10개의 지역개발혁신자금(총 3억 5천만 달러에 해당)은 NHS툴을 기반으로 의사결정을 내리고 자금신청자들에게 이 툴을 사용하여 스스로 평가할 것을 권하기도 한다. 또한 이 툴을 사용하여 의사결정자들은 서로의 업무를 평가하고, 그들이 내리는 결정의 일관성을 보장하며 기타 공공기관과 연락을 주고받기도 한다.

NHS 툴의 최종적 결과는 가치 있는 것과 그렇지 않은 것이 무엇인지를 밝혀주며, 모든 것을 한 가지의 숫자로 제시하려 하지 않을 뿐 아니라 의문제기가 가능하며, 투명하고, 많은 사례들을 안고 씨름하는 의사결정자들에게 도움이 될 정도로 단순한 사회적 가치에 대한 그림을 보여준다는 것이다. NHS 툴은 또한 한 가지 할인율을 다양한 측정 자료에 적용하는 우를 범하지도 않는다.

시장형성

NHS 툴을 소개하는 이유는 이 기준이 복잡하고 골치 아픈 현상을 다루는데 필요한 융통성, 단순성, 일관성 사이의 균형을 잡아주는 사회적 가치를 운용할 수 있게 해주기 때문이다. NHS에 수요와 공급이 분명하게 존재했기 때문에 툴을 개발하는 데 도움이 되었다. 하지만 대부분의 비정부기구(NGOs)의 경우 수요와 공급이 불분명하여 분야마다 어려운 문제들을 안고 있다.

예를 들면, 초·중등·고등 교육기관들은 학생들과 사회를 위한 가치를 창출한다. 이들은 어떤 교육 형식이 누구에게 어떤 결과를 가져올 것인가를 결정하는 데 강력한 연구기반을 활용한다. 이와 대조적으로 직업교육은 다른 고려 사항들이 있습니다. 어떤 기술은 한 부문이나 일부 고용주들에게만 쓸모가 있다. 약물 사용자에게 집중지원을 제공하는 프로그램은, 해당개인

의 가치(재정문제, 건강문제), 지역사회를 위한 가치(범죄율 하락), 다양한 공공기관의 가치(병원의 응급서비스 이용률 하락에서부터 치안유지, 감옥 및 복지기관 등)를 포함하여 훨씬 더 복잡한 가치들로 이루어져 있을 것이다.

이러한 시각에서 봤을 때 자금제공자들은 특정가치측정방식만 고집하지 않을 필요가 있다. 가치를 생각하는 공통의 척도가 유용하기는 하지만 자금제공자들은 이러한 척도를 조정하여 기관과 분야에 적용해야만 한다.

자금제공자들이 할 수 있는 가장 큰 공헌은 가치를 측정하는 것이라기 보다는 향후 가치를 창출할 수요와 공급 사이의 연관관계를 만들어내는 것이다. 예를 들면 자금제공자들은 전도유망한 프로젝트를 지원하여 효과를 거둔 사례의 증거를 수집함으로써 효과적 수요에 투자할 수 있다. 또 훨씬 더 방대한 자원을 사용하여 새로운 서비스에 자금을 대도록 정부를 설득함으로써 효과적 공급에 창출할 수 있을 것이다. 그뿐 아니라 그들의 동원력을 이용하여 구매자와 서비스제공자를 연결하고 이들이 서로 대화하도록 독려할 수도 있을 것이다.

재단들 역시 상대적으로 영향력이 적은 집단이 시장에서 목소리를 낼 수 있도록 도움을 줄 수 있다. 노숙자들, 이주노동자들, 정신질환을 앓는 집단의 경우, 니즈는 분명하지만 그 니즈를 수요로 전환시켜줄 정치적 힘과 자원이 부족하다. 예를 들어, 불법이민자들을 지원하는 일부 유럽의 재단들은 대규모 비정부기구와 공공단체들로 하여금 자원을 할당(주택공급이나 의료보험 등) 하도록 함으로써 이 부상하는 사회적 시장의 수요측면을 창출해 냈다. 공급측면의 경우 이러한 재단들은 해당집단의 니즈를 충족시키는데 더 효과적인, 유망 프로젝트에 자금을 제공하고 있다.

이와 마찬가지로 일부 재단들은 노인학대문제를 해결할 시장을 개발 중이다. 수요측면에서 재단들은 문제의 심각성에 대한 연구에 자금을 지원해왔고 장관들로 하여금 자원을 할당하고 이 문제에 주의를 기울이도록 했다. 공급측면에서 재단들은 학대방지나 완화를 위한 혁신적 프로그램을 지원해왔다. 두 사례에서 알 수 있듯이 각국정부 자원의 규모는 재단들이나 비정부기구에 비할 수 없이 크다. 이는 거의 항상 그렇다. 큰 사회적 영향을 끼치기를 원하는 사람은 누구라 할 것 없이 정치와 공공부문의 공급에 관여하지 않을 수 없다.

정직한 회계

사회적 혁신분야는 비즈니스와 경제학을 통해 몇 가지 교훈을 배울 수 있다. 하지만 너무 고지식해서는 안 된다. 앤론과 리만 브라더스가 파산했을 때 수익 같은 걸보기에 객관적인 척도들도 경제학 교과서에서 보여준 것과 달랐다. 비즈니스에서는 회계가 바로 그 측정수단이다. 회계는 기업에서 어떤 행위를 하는지 보여주며, 투자자, 매니저, 규제당국자와 소비자 간의 상충되는 이해관계를 드러낸다. 회계에는 의사결정뿐 아니라 사실도 드러난다.

사회적 재화에 자금지원을 원하거나 사회적 재화를 제공하기 원하는 사람은 누구나 측정척도

를 사용하여 자원투입이 결과에 미칠 영향을 뿐 아니라 선택과 선택에 따른 손실(trade-offs)도 분명해야 한다. 그러나 이러한 선택을 흐리거나 겉으로 그럴싸한 객관성을 제공하는 것으로 보이는 측정척도는 외면해야 한다. 그리고 규모에 맞는 측정척도를 사용해야 한다. 작은 비정부기구가 매우 정교한 사회적 가치 측정기준에 적은 자원을 투자하는 것은 현명하지 않다. 그럴 경우 정밀 조사를 거치면 무너질 수밖에 없습니다. 하지만 꼭 이 때문만은 아니다.

한편 사회적 가치측정척도가 필요한 대규모 비정부기구들은 외부책임성, 내부의사결정, 사회적 영향의 평가 사이의 분명한 구분을 지을 수 있어야 한다. 만약 한 기관이 이 세 가지를 하나의 동일한 측정방식으로 측정한다면 그 결과에는 반드시 결함이 있게 마련이다.

유망한 혁신이든 대규모 프로젝트든 사회적 가치에 자금을 제공하는 사람들 역시 더욱 정교한 공통의 틀이 필요하다. 공통의 틀을 더 많이 사용하는 것이 많은 평가척도가 확산되는 것보다 훨씬 가치가 있다. 이러한 사회적 평가에서 가장 중요한 것은 논의와 협상의 질이며, 참가자들이 몇 년 후 효과를 거둔 것과 거두지 못한 것들을 깊이 되돌아보고 배워나가는 것이다.

출처: 서울 NPO 지원센터

글: 김정렬(대구대 도시행정학과)

원문: http://www.seoulnpocenter.kr/bbs/board.php?bo_table=npo_aca&wr_id=2941



“온자서는 세상을 구할 수 없다” ... ‘집합적 임팩트’ 주목

아프리카에 “한 아이를 키우려면 온 마을이 필요하다”는 속담이 있다. 아이가 잘 크려면 부모만으로 되지 않고 이웃, 학교, 지역이 관심을 갖고 힘을 합해야 한다는 뜻이다. 대부분의 사회 문제가 사실 아이 키우기처럼 복잡하다. 드러난 문제가 얼핏 단순해보이더라도 수면 아래에는 훨씬 복잡한 어려움이 잠겨있다. 현상에 홀로 맞서려는 개인, 기관, 정부의 시도는 수시로 좌절한다.

온 마을이 아이를 키우듯, 사회 문제를 해결하기 위해선 서로 다른 전문성과 자원을 가진 여러 주체가 협업해야 한다. 최근 사회 문제의 성격에 맞춰 사회 문제의 해법으로 주목받는 모델이 ‘집합적 임팩트’(Collective Impact)이다. 외국에서 개념화된 ‘집합적 임팩트’는 쉬운 말로 ‘협업’이다. 대신 △중추 지원조직의 적극적 역할 △공동 목표 설정 △성과 측정 방법에 대한 합의 △참여 기관의 지속적 소통 △서로 배우며 역량 키우기 등의 원칙을 체계화한 협업이다. 특히, 참여하는 조직의 입장에서 독립적인 아젠다를 고집하지 않고, 다른 조직과의 집합적 임팩트 모델 속에서 새로운 아젠다와 비전을 설정하는 ‘변화’를 받아들일 수 있을 때 가능한 일이다.



5월 31일 오후 서울 한겨레신문 청암홀에서 한겨레경제사회연구원과 한국타이어 나눔재단 공동주관으로 '지역 균형발전을 위한 사회공헌의 역할과 기대-집합적 임팩트를 중심으로' 포럼이 열렸다.

미 신시네티 교육가네트워크 공교육 혁신 이뤄내

해마다 10% 학생이 고교를 중퇴할 만큼 공교육이 흔들리는 미국에서 시도한 신시네티 주의 혁신이 그러한 사례이다. 2006년 신시네티의 교육 비영리단체 ‘스트라이브 투게더’는 지역 내 기업재단, 지자체, 대학, 비영리단체 등에서 300여명의 교육 혁신가들을 모아 함께 학생들의 학업 성취도 향상과 공교육 개선을 목표로 세웠다. 참여 기관별로 역할을 나눠맡고, 지속적인 대화로 학생들의 더 나은 교육 환경을 위해 함께 무얼 고쳐야 할지를 파악했다. 그 결과, 학생의 학업 성취도가 80% 이상 개선됐고, 고교 졸업률도 함께 상승하는 성과를 거뒀다. 이런 협업방식은 특히, 기업의 사회공헌 활동이 한 번의 행사로 그치지 않고, 지속적이고 실질적인 성과를 내도록 하는 방법으로 채택되고 있다.



집합적 임팩트(Collective Impact)의 5가지 구성요소. 자료: 김정태 MYSC 대표 발제문

기업, 소셜벤처, 병원, 자폐성장애인 자립 위해 뭉쳤다

국내에 ‘집합적 임팩트’를 소개하는 포럼이 지난달 31일 한겨레신문사 청암홀에서 열렸다. 한겨레경제사회연구원과 한국타이어 나눔재단이 공동주관한 이 포럼은 ‘지역 균형발전을 위한 사회공헌의 역할과 기대’를 주제로 ‘집합적 임팩트’의 도입 필요성과 과제를 논의했다. 김정태 엠와이소셜컴퍼니(MYSC) 대표는 자폐성 장애인 자립을 위해 설립된 ‘AIN(자폐성 장애인 임팩트 네트워크)’ 사례를 들며 “많은 소셜벤처들이 자폐성 장애인 교육과 취업 콘텐츠를 제공하고 있지만, 특정 생애주기 혹은 학습 과정만을 다루고 있어 장애인들의 진정한 자립을 지원하는 데 역부족이다”며 “집합적 임팩트는 이렇게 고립되고, 흩어져있는 사회자원들을 함께 묶어주는 것”이라고 했다.

자폐성 장애인 임팩트 네트워크는 엠와이소셜컴퍼니가 중추기관으로 SAP Korea, 신촌세브란스 병원 등의 파트너 기관과 동구밖, 모두다 등 자폐성 장애인 콘텐츠를 다루는 소셜벤처들로 구성된 집합적 임팩트 협의체다. 지난해 IT 역량을 기반으로 자폐성 장애인들의 자립을 지원하는 사업을 운영했다. 재원은 SAP Korea가, 학습 단계별로 관련 콘텐츠를 가진 소셜벤처들이 결합하고 그 외 파트너 기관들은 프로그램 설계 자문을 지원했다. 그 결과, 지원대상이었던 3명의 장애인들이 국제 소프트웨어 자격증을 획득해 기업에 취업하고, 학교에서 학업을 이어갈 수 있게 됐다.

지역 사회자본 축적, 장기적 성과에 집중해야

전은호 나눔과 미래 시민자산화팀장은 지역 문제 해결과 기업의 사회공헌 활동을 연결하는 방법으로 ‘기업 사회적 책임’(CSR)과 ‘공유가치 창출’(CSV)에서 한 발 나아가 ‘지역 공동체 자산형성’(Community Wealth Building)모델을 제안했다. 전 팀장은 “이 모델은 외부 자원에 의존하지 않고, 지역 주체들이 함께 ‘집합적 임팩트’ 방식으로 참여해 자원의 선순환 구조를 만들어나가는 것”이라며, 미국 클리블랜드 주의 지역재생 사례를 소개했다. 클리블랜드는 1980~90년대 산업 쇠퇴로 심각한 실업과 빈곤을 겪었다. 2005년부터 클리블랜드재단이 중심이 돼 이 지역 대학, 병원, 공공기관의 협의체를 만들었다. 이들은 지역 내 대학, 병원 등의 청소, 세탁 일감을 새로 만든 지역 노동자협동조합에 제공하고 태양광에너지, 수경 온실 사업 등을 시작했다. 이를 통해 일자리 창출과 소득증대에 성공했다. 전 팀장은 “이런 접근방식은 진행 과정에서 사회자본들이 축적되기에 장기적 성과에 집중해야 한다”고 말했다.

신현상 한양대 교수(경영학)는 “기업의 사회공헌이 진정성을 인정받기 위해서는 다른 주체들과의 파트너십이 중요하다”며 “‘집합적 임팩트’의 협력 체계를 만들려면 참여 주체에 공정하게 이익을 배분하고, 상호학습으로 상생하는 협력의 틀이 있어야 지속 가능하게 운영될 수 있다”고 했다.



‘그린시티그로워즈(Green City Growars)’ 협동조합이 운영하는 클리블랜드 중심가에 위치한 수경온실 모습

지역 문제 해결, 개별 기업 사회공헌만으로는 한계

강혁 한국타이어 나눔재단 사무국장은 한국타이어 나눔재단이 운영하는 청년 사회주택 사업을 사례로 들며, “지역 발전을 위한 생태계를 만들고 그 성과를 측정하는 것은 한 기업의 힘으로 힘들다”며 “공공, 시민사회, 더 많은 기업들이 참여할수록 지역 생태계에 미치는 영향이 커질 것”이라고 했다. 한국타이어 나눔재단은 2016년부터 사단법인 나눔과 미래, 법무법인 태평양, 재단법인 동천과 함께 청년 주거 문제 해결을 위해 사회주택을 조성해 제공하고 있다. 내년에는 에스에이치공사도 함께 참여해 사업 규모를 확대할 계획이다.

최근 부각되고 있는 지역산업 문제를 집합적 임팩트 방식으로 풀기 위한 방안들도 논의됐다. 정경록 산자부 지역경제진흥과장은 “지역산업 위기 문제에 거시적으로 접근하는 중앙정부의 방법은 한계가 많다”며 “지방정부나 지역 공공기관 등을 중심으로 ‘집합적 임팩트’ 방식의 상향식 접근법이 함께 고려되어야 한다”고 말했다. 그는 “중앙정부는 지속해서 데이터를 제공하고, 관계 부처가 함께 쓸 수 있는 예산을 편성하며, 공무원이 적극적으로 대처할 수 있도록 인센티브 시스템을 도입해 지원할 필요가 있다”고 제안했다.

송진호 한국국제협력단 기획이사는 “기업의 사회공헌 활동이 일방적이고 시혜적인 한계를 넘어 사회관계형 파트너십으로 변해야 한다”며, “지금까지 수혜 대상이던 시민을 참여자로 이끌고, 사회 문제를 사회적인 방법으로 해결하는 ‘집합적 임팩트’ 모델이 확산하고 자리 잡길 바

란다”고 당부했다.

글·사진: 박은경 한겨레경제사회연구원 시민경제센터 연구원

2018. 06. 08일자 한겨레 기사

원문 보기:

http://www.hani.co.kr/arti/economy/economy_general/848042.html#csidx27eb2bb5ce520d39d95af798f11ec65

아이디어 더한 제3세계 원조사업 빛 발하다



탄자니아 아이들이 에누마의 교육 앱 '킷킷스 쿨'을 사용해 공부하고 있다.

KOICA의 혁신적 기술 프로그램 정부개발원조(ODA) 사업에 제3세계를 돕는 젊은 창업가의 아이디어가 더해져 빛을 발하고 있다. 전력난에 시달리던 인도네시아에선 전기 공급이 늘고, 문맹률이 높은 탄자니아 아이들이 태블릿PC로 공부를 한다. 정부와 사회적 기업을 잇는 한국 국제협력단(KOICA)의 혁신적 기술 프로그램(CTS·Creative Technology Solution)을 통해서다.

인도네시아의 전력 보급률은 2015년 기준 86.39%다. 국토가 넓고 섬이 많다 보니 전기 보급에 한계가 있다. 이웃인 태국 99.3%, 말레이시아 99%, 베트남 98% 등에 비해 낮은 편이다. 특히 인도네시아 도서·산간 지역 주민들은 만성적 전력난에 시달려 왔다. 그런데 최근 이들 지역에 전기 불빛이 늘기 시작했다. 한국 소셜 벤처 루미르의 활약 덕이다. 박제환 루미르 대표는 “우리가 제품을 공급 중인 마을 중 한 곳은 아예 전기가 공급되지 않는 곳”이라며 “이들이 간편한 방법으로 빛을 밝히고 지낼 수 있도록 돕고 있다”고 말했다.

해외가 주목하는 기업 루미르

루미르가 인도네시아에서 처음 사업을 시작한 시기는 2015년이다. 중앙대 전기전자공학부에 재학 중이던 박 대표는 “제3세계의 열악한 환경을 알게 되면서 이를 도울 방법을 찾기 시작했다”며 “열전도 방식을 활용한 간단한 기술로도 이들을 도울 수 있어 사업을 시작했다”고 말했다. 전기 없이 사는 저개발국 인구는 13억 명에 이른다. 이들에게 빛을 전하는 것이 박 대표의 궁극적인 목표다.

루미르는 한국보다 해외에서 먼저 주목받은 기업이다. 2017년 글로벌 미디어 포브스의 ‘30세 이하 30인 아시아(Forbes 30 Under 30 Asia)’에 선정됐고, 2016년 5월에는 일본의 최대 클라우드 펀딩 사이트 마쿠아게에서 소개받은 지 불과 5일 만에 150만 엔이 넘는 펀딩 모금액을 달성했다. 정부 무상원조 전담기관인 KOICA는 2016년 ‘혁신적 기술 프로그램(CTS)’ 2기 팀으로 루미르를 선정해 총 3억원을 지원하며 제품 공급을 도왔다.

청년 창업은 지난 수년간 정부의 화두였다. 다양한 창업 지원 프로그램이 등장했고 아이디어와 열정을 가진 창업자들도 늘었다. 조금 다른 관점을 가지고 창업을 시작한 이들도 나타났다. 기업 활동을 통해 사회에 기여하겠다는 열정을 가진 사회적 기업 창업가다. 그중에서도 한 번 더 튀는 이들이 있다. 제3세계의 소외계층을 돕겠다는 신념을 가지고 사업 전선에 뛰어든 이들이다.

특목 튀는 젊은 창업가에 주목한 기관이 KOICA다. 한국은 꾸준히 정부개발원조를 늘려왔다. 하지만 풀기 어려운 문제가 여전히 많았다. 해결 방법을 찾던 KOICA는 아이디어와 열정이 넘치는 젊은 창업가 지원에 나섰다. KOICA 혁신사업실의 이남순 실장은 “열정이 넘치는 젊은 기업가들 덕에 정부 원조사업에 깊이와 다양성이 더해지고 있다”며 “이들의 아이디어를 살려 제3세계에 실제로 도움이 되는 사업을 꾸준히 지원해 나갈 계획”이라고 말했다.

12월 14일 서울 성수동 헤이그라운드 지하 1층에선 제3세계에서 활동 중인 사회적 기업 21곳의 관계자가 모였다. KOICA에서 진행하는 혁신적 기술 프로그램인 CTS에 참여하는 기업들이다. CTS는 청년 혁신가들의 창의적 혁신 아이디어 및 기술을 ODA에 적용하는 방식으로 개발도상국의 문제 해결을 돕기 위해 나온 프로그램이다. 사회문제에 대한 새로운 해법을 찾아 개발협력 사업의 효과를 높이는 동시에 청년 스타트업, 예비창업자, 국제보건 종사자 등의 ODA 사업 참여를 유도하는 장점이 있다. 2015년 신설돼 2015년 10개 사업, 2016년 6개 사업, 2017년에는 17개 기업을 지원했다. 2016년 7월부터는 게이트재단의 그랜드챌린지 공식 파트너로 활동 중이다. KOICA는 CTS 프로그램을 통해 국내 스타트업 기업의 일자리 창출을 지원하고 있다.



닷이 케냐에 공급 중인 스마트 기기로 점자를 읽고 있는 현지인들.

개도국을 무대로 성공 꿈꿔

이날 헤이그라운드에선 루미르 외에도 다양한 기업들이 모였다. 닷은 저개발국 시각장애인을 위한 저가형 점자 모듈과 교육 콘텐츠를 개발하고 있다. 김주운 닷 대표는 점자 시계를 만들어 아프리카에 공급하고 있다. 아프리카에만 1160만 명의 시각장애인이 있다. 김 대표는 케냐를 중심으로 저가형 스마트 점자 시계를 제공해 생업에 도움을 주길 희망한다.

제윤은 모로코에서 결핵퇴치 활동을 하고 있다. 결핵 치료에서 가장 중요한 것은 초기 치료다. 약을 꾸준히 복용해야 완치 가능하다. 하지만 모로코는 결핵 재발률이 높은 나라다. 복용률이 떨어지면 재발하고 치료가 어려워진다. 제윤이 준비한 스마트 약상자는 결핵 환자들에게 치료약 복용 시기를 실시간으로 알려준다. 2014년 처음 진출해 활동하고 있는데 현지에서 반응이 뜨겁다. 일반적인 치료율이 85%였는데, 제윤의 스마트 약상자를 사용한 이들은 97%에 달했다. 깊은 인상을 받은 모로코 탕헤르 주정부는 올해 2억원을 지원하고 나섰다. ODA 프로그램에 참여한 한국 기업이 원조 대상 국가에서 지원을 받은 첫 번째 사례다. 에누마도 인상적인 기업이다. 탄자니아에서 유치원부터 초등학교 2학년까지의 언어와 수학 교육과정을 담은 태블릿 기반의 앱 ‘킷킷스쿨’을 제공 중이다. 유네스코에 따르면 아프리카에서는 글을 읽지 못하는 2억5000만 명의 아이 중 1억9000만 명이 학교에 다니고 있다. 학교에 다니는 데도 문맹률이 높은 이유는 언어를 말로 배우다 보니 글과 소리를 연결하는 능력이 개발되지 않아서다. 에누마 직원들은 최근 수시로 탄자니아를 방문해 현지 테스트를 진행했다. 이수인 에누마 대표는 “지난해 KOICA의 지원으로 굿네이버스와 손잡고 이 솔루션을 탄자니아 아이들에게 테스트한 결과 좋은 평가를 받았다”며 “아프리카 아이들의 교육 환경을 개선하는 데 도움이 되기를 바란다”고 말했다.



루미르는 폐 식용유로 전기를 만들어 빛을 밝히는 친환경 전등을 인도네시아에 보급하고 있다.

이외에도 엘살바도르에서 점자책을 보급하는 넥스트이노베이션, 라오스에서 저가형 고도 정수 처리 장치를 개발 중인 LS 테크놀로지, 베트남에서 주거 환경 개선을 위한 스마트 주택 설계 프로그램을 보급하는 스페이스워크, 미얀마에서 휴대용 AIDS 검사기를 개발한 글로리바이오텍이 활발히 활동하고 있다. 사회적 기업 투자기관인 MYSC의 김정태 대표는 “자생력을 갖춰 원조 없이도 지속 성장 가능한 모델들이 늘고 있다”며 “한국뿐 아니라 제3세계에서 성장하고 있는 사회적 기업들이 한국 사회의 새로운 희망 동력으로 자리 잡을 것으로 본다”고 말했다.

출처: 중앙일보 2017. 12. 19일자 기사자료

원문보기: <http://news.joins.com/article/22215395>



.....신간서적 안내

사회적 가치와 사회혁신

한울(발행일: 2018. 5. 28)

사회적 가치의 내용과 실제, 그 다차원적인 모습을 종합적으로 탐색하고자 한국사회학회가 중심이 되어 수행한 공동연구의 결과물이다. 제59대 회장이자 연구책임자이기도 한 박명규를 비롯해 14명의 사회학자, 경영학자, 경제학자, 행정학자, 공학자 등이 모두 네 차례의 내부 세미나와 ‘사회적 가치: 협력, 혁신, 책임의 제도화’라는 제목으로 개최한 공개 심포지엄에서 발표하고 토론한 내용을 정리하여 장별로 집필했다.

경제적 가치가 지배하던 고도성장기, 정치의 가치가 지배하던 민주화 시기를 거친 한국은 이제 사회적 가치의 시대로 접어들고 있다. 경제성장과 민주화만으로는 해결할 수 없는 많은 문제들이 쌓여 있고, 이를 풀어나가기 위해서는 대대적인 사회혁신이 필요하다. 이 책에서 필자들은 한국 사회에서 이 시점에 왜 사회적 가치가 요청되는지, 그동안 한국적 실천이 드러낸 가능성과 한계는 무엇인지, 그리고 앞으로 지속가능한 상생공동체를 만들기 위해 어떤 다면적 노력이 요구되는지를 검토하고 있다.



편자

박명규, 이재열

목차

- 1장 사회적 가치의 다차원적 구조
- 2장 시장으로 가득 찬 세상에서 공동체를 이야기하기
- 3장 생존을 넘어 사회적 가치로
- 4장 사회적 자본의 경제적 중요성
- 5장 데이터 경제 시대의 사회혁신
- 6장 사회적 경제의 조건: 원주와 흥성의 교훈
- 7장 창조성과 공공성의 긴장: 문화예술협동조합의 사례
- 8장 사회의 혁신과 세대의 역할
- 9장 지방정부의 사회적 가치 확산: 서울시의 의사소통형 정책 거버넌스의 사례
- 10장 공공가치 융합시대의 사회혁신
- 11장 기업활동의 사회적 가치 측정: 화폐가치 환산을 중심으로
- 12장 사회적 가치 실현을 위한 적정기술
- 13장 사회적 가치와 지속가능성
- 14장 시대적 전환과 사회적 가치

출판사 제공 책소개

사회적 가치의 시대에 들어선 대한민국, 대대적인 사회혁신의 필요 앞에 서다

경제적 가치가 지배하던 고도성장기, 정치의 가치가 지배하던 민주화 시기를 거친 한국은 이제 사회적 가치의 시대로 접어들고 있다. 성장과 민주화만으로 해결할 수 없는 많은 문제들이 쌓여 있고, 이를 풀어나가려면 대대적인 사회혁신이 필요하다. 사회적 가치가 한국 사회에 새로운 화두로 부상하고 있다는 증상들은 곳곳에서 확인할 수 있다.

제19대에 이어 제20대 국회에서는 ‘공공부문의 사회적 가치 증진’을 표방하는 법안이 발의되어 논의 중이다. 2018년 1월 문재인 대통령은 향후 정부정책의 중심을 ‘사회적 가치’에 두겠다고 했다. 행정자치부 장관도 사회적 가치가 정부 운영의 중심이라고 선언했다. 예산 편성이나 인사의 기준으로 삼겠다는 것이다. 공공기관의 실적평가에서 사회적 가치 항목의 비중도 늘리기로 했다. 여러 공공기관에서 사회적 가치 전담 부서를 만든다는 소식도 들린다. 공공부문만이 아니다. 한국의 대표적 기업그룹 중 하나인 SK는 재무적 가치와 더불어 사회적 가치를 기업 운영의 더블바텀라인(Double Bottom Line: DBL)으로 설정

하도록 정관을 개정했다. 금융시장도 급변하고 있다. 수익을 올리는 일 외에 공공문제를 해결함으로써 사회적 가치 구현을 목표로 하는 ‘임팩트 금융’이 2018년에만 4000억 원이 넘는 투자금을 모을 것으로 예상된다고 언론들이 전한다.

그런데 사회적 가치가 무엇인지, 왜 그것을 추구해야 하는지, 어떻게 구현할 수 있을지에 대한 이론적이고 체계적인 논의는 불충분하다. 일각에서는 사회적 약자, 소외된 계층을 지원하는 정부정책의 공공성을 사회적 가치로 간주한다. 혹자는 영리기업과 달리 사회적 기업이 추구하는 비즈니스 모델을 사회적 가치와 동일시하기도 한다. 하지만 사회적 가치는 사회적 기업이나 사회적 경제, 또는 공공성을 내세운 사회정책과 동일시될 수 없다.

그렇다면 사회적 가치란 무엇인가? 그것은 21세기의 시대정신이다. 사회적 흐름을 견인할 근원적이고도 미래지향적인 기획의 잣대다. 인공지능과 빅데이터로 표상되는 기술문명의 도래가 우리를 유토피아로 이끌지, 혹은 디스토피아에 빠뜨릴지 불분명한 전환기에 반드시 챙겨야 할 가치원리다. 세계가 복잡하게 연결되고 지구촌 곳곳이 상호 연동되는 시·공간 단축의 시대에 20세기적 패러다임에 안주해서는 발전은커녕 현상 유지도 어렵다. 정부도, 기업도, 시민도 우리에게 닳익은 성장, 발전, 개인, 경쟁 등의 가치를 넘어서는 혁신적이고 창의적인 발상을 내놓아야 한다. 그런 점에서 사회적 가치는 유엔, 개별 국가, 기업, 시민사회가 함께 주창하고 토론해야 하는 글로벌 과제다.

사회적 가치는 공동체를 새롭게 하는 힘이다. 그래서 인류가 함께 사는 존재라는 사실을 새롭게 자각하는 문화운동을 가능케 한다. 신자유주의 경쟁이 초래한 공동체의 해체, 양극화의 고통, 소외와 낙오, 인간성의 파탄을 극복하기 위한 21세기형 공동체론이 바로 사회적 가치다. 젊은이의 취업난, 결혼 기피와 저출산, 은퇴자의 노후 불안, 계층적 양극화와 사회적 활력 저하, 미세먼지와 쓰레기 대란 등을 극복하려는 의지가 사회적 가치인 셈이다. 각자도생과 경쟁만능의 문화를 넘어서 공존과 배려, 상생과 협력의 새로운 생활양식을 창출하려는 시도다.

사회적 가치는 혁신을 사회화하는 원천이다. 표준화된 방식, 강제된 규범, 모방형 지식에 의존하지 않고, 개성과 자율, 창의와 혁신의 정신을 사회화하려는 총체적 문화기획이다. 지금은 혁신적이라면, 아무리 작은 아이디어도 클라우드 펀딩을 통해 산업화할 수 있는 초연결 시대다. 혁신적 세대를 키우려면 그들이 과감한 도전을 실천하고 상상력을 발휘할 수 있게 교육을 구상해야 한다. 혁신행동을 북돋우려면 문화적 심성을 배양할 사회적 인프라가 필요하다. 종합적 변화의 에너지인 사회적 가치는 정부와 기업의 역할에 한정되지 않고 학교와 종교, 문화단체 전반에까지 추구되고 배양되어야 할 요소다.

『사회적 가치와 사회혁신: 지속가능한 상생공동체를 위하여』는 사회적 가치의 내용과 실제, 그 다차원적인 모습을 종합적으로 탐색하고자 한국사회학회가 중심이 되어 수행한 공동연구의 결과물이다. 이 책이 한국 사회에 새로운 가치의 중요성을 확산시키고 혁신의 바람을 불러일으킬 수 있기를 소망한다.

각 장의 간단한 소개

제1장은 이 책의 들어가기 격이다. 사회적 가치를 핵심요소, 실천영역, 수행주체의 차원에서 체계화하고 사회적 가치 실천에 적합한 다차원적인 접근 방안을 모색하고 있다.

제2장을 쓴 행동경제학자 최정규는 완벽한 모습으로의 시장을 그려봄으로써, 완전한 시장이라는 기계적 은유가 갖고 있는 문제점을 지적함과 동시에, 시장의 결핍은 불가피한 것임을, 즉 기술적인 문제여서 이런저런 조치를 통해 메울 수 있는 결핍이 아니라 근원적으로 시장은 불완전할 수밖에 없음을 말한다. 그리고 그 결핍을 시장이나 국가 등의 제도적 틀로 메우려는 시도가 갖는 한계를 지적하면서, 결핍의 불가피성과 아울러 공동체적 해법의 가능성을 모색하고 있다.

제3장에서 사회학자 김홍중은 지난 100여 년간 한국인의 마음을 움직인 가치를 ‘생존주의(生存主義)’라 명명한다. 조선말과 개항기를 거쳐 식민지로 귀결된 민족생존의 실패 경험, 한국전쟁기 형성된 피난민 의식, 안전보장을 위해서는 개인의 자유도 유보될 수 있다는 분단체제적 생존논리, 그리고 외환위기 이후 나락으로 추락한 개인과 가족의 처절한 생존 경험 등이 누적되었다는 점에서 생존주의는 강력한 규정력을 가진다. 생존주의는 한국적 근대성의 근저에 깔린 강박관념이자 상처이며 불안으로 인해 형성된 독특한 구성물이라는 것이다. 그리고 개인의 성공이나 물질적 성장에 몰두하고 공공성이나 관용, 이타주의 등의 가치를 억압하는 방식으로 진행되었다. 김홍중의 논리를 빌리자면, 풍요의 역설과 민주화의 역설 이면에는 ‘사회적인 것의 공동화(空洞化)’가 자리 잡고 있다.

제4장에서 경제학자 김병연은 한국 경제의 소프트웨어적 취약성의 원인을 사회적 자본에서 찾는다. ‘시장논리만으로 채울 수 없는 공간’, 즉 도덕감정이자, 공감능력이며 공동체 의식에 해당하는 영역이 ‘사회적 자본’인데, 이것 없이는 투자, 혁신, 기업활동, 금융발전, 생산성 증진 등의 모든 경제활동이 제대로 작동하지 않는다. 시장경제가 제대로 작동하기 위해서는 개인의 이기심만으로는 되지 않고, 역지사지하는 능력, 즉 타인으로부터의 인정욕구를 내면화한 토대(도덕성)가 필요하다는 주장이다.

제5장은 현재 우리 사회가 겪고 있는 변화가 근본적으로 기술적이 아니라 사회적이라는 전제 아래, 현대 사회의 데이터 생산 방식이 급격히 사회화된 반면, 사회적으로 생산된 데이터는 급격히 사유화되어 주로 시장에서 자본으로 유통되고 있음을 서술하고 있다.

제6장은 원주와 홍성의 사례를 통해 사회적 경제의 조건, 즉 한국에서 사회적 경제가 존재하고 발전하기 위한 조건이 무엇인지 탐색해보고 있다. 한국의 사회적 경제 분야에서 가장 오랜 경험을 가지고 있으며 성공적인 모습을 보인 사례를 통해 보편적 함의와 다층적 평가의 틀을 찾아보고 있다.

제7장은 문화예술협동조합들 중 일부를 사례분석 대상으로 삼아 그 조합원들이 추구하는 창조적 욕망과 사회적 가치 실현 간의 갈등과 양립의 가능성, 그것을 위한 조건들을 검토하고 있다.

제8장은 혁신의 사회학이 ‘사회혁신’보다 ‘사회적 혁신(innovation of society)’에 더

치중할 수밖에 없는 이론적 이유를 제시하는 것으로 시작해, 우리 사회에서 세대가 사회의 혁신에서 한 축으로 작용할 가능성에 대한 몇 가지 경험적 근거들을 제시하고 있다.

제9장에서는 서울시가 2011년 이후 ‘사회혁신’이라는 이름으로 시민과의 의사소통을 통해 추진한 두 가지 정책사례를 살펴본다. ‘원전 하나 줄이기’와 ‘찾아가는 동주민센터’가 그것이다. 이 정책들이 어떤 사회적 가치를 추구하고 있는지 살펴보고, 또한 이런 사회적 가치를 달성하기 위해 어떤 방식의 정책 거버넌스를 기획했는지 살펴보고 있다.

제10장에서는 현대 사회의 운영 패러다임이 서로 다른 가치가 공존·혼합되는 방향으로 전환되고 있음에 주목한다. 그에 따라 사회운영 패러다임의 변화현상을 종합적으로 고찰하고, 이것이 우리 사회에 미치는 영향과 함의에 대해 파악하고자 한다. 또한 융합 패러다임에 효과적으로 대응하기 위한 방안으로 사회적 혁신 생태계 조성을 전략적 과제로 설정하고, 그 내용과 함의에 대해 제시한다. 마지막으로 사회적 혁신 생태계를 조성하기 위해 어떠한 노력이 필요한지를 살펴보고 있다.

제11장에서는 기업회계에 사회적 가치를 반영할 수 있는 기반을 마련하기 위하여 기업활동의 사회적 가치와 사회성과 측정에 관한 기본적인 논의를 간단히 정리하고, 사회적 가치를 화폐가치로 환산하여 측정하는 방법론을 소개하고 있다.

제12장은 과학기술나눔운동이 표방하는 적정기술의 내용과 역할, 그리고 국내외 활동 등에 대해 살펴보고 있다.

제13장은 사회적 가치의 유지가 생태적 지속가능성의 담보를 전제로 하며, 생태적 지속가능성 역시 사회적 과정의 산물임을 명확히 하고 있다.

제14장은 이 책의 나가기 격이다. 제1장을 제외한 각 장의 내용을 다시금 짚어보면서 총체적으로 정리했다.

출처: 알라딘 인터넷 문고 <<http://www.aladin.co.kr>>

사회과학연구소

*** 본 저서는 2015년 정부의 재원으로 한국연구재단의 지원을 받아 발간되었음
(NRF-2015S1A5B8046954)**

2018年 8月 31日 인쇄
2018年 8月 31日 발행
發行人 최영출
編輯人 사회과학연구소
發行處 충북대학교 사회과학연구소

(非 賣 品)