

사회적기업을 활용한 기업의 사회공헌 활동이 필요하다.

김 중 수 I 충남사회적경제지원센터 책임연구원

<요 약>

사회적기업을 활용한 기업의 사회공헌 활동이 필요하다

급변하는 세계 경제의 흐름 속에 기업의 사회공헌 활동의 중요성은 점점 높아지고 있다. 이는 단순히 보면 기업의 수익을 극대화하기 위한 이미지메이킹 등의 전략으로 치부될 수 있지만 보다 더 큰 관점에서 보면 기업이 우리사회의 ‘시민’으로서 존재한다는 정당성의 문제와 연결된다. 실제 전경련의 2003년도 조사에 따르면 윤리경영은 기업의 위기관리에 우월하다는 연구결과가 발표된 바 있다.

한편 최근 사회적기업이 사회문제 해결의 대안으로 주목받고 있다. 사회적기업에 대한 정의는 학자마다 다르고 다양한 영역을 포괄하고 있지만 대체적으로 “사회적 목적을 우선으로 하는 사업체로서 기업의 잉여금은 주주와 소유자의 이윤을 극대화하기 위하여 운용되기보다는 그 사업체, 또는 지역사회를 위해 재투자되는 기업이다”라고 정의된다.

사회적기업은 사회적 목적을 가지고 있기 때문에 사회적기업의 성공과 실패를 가늠하는 것은 그 기업이 얼마나 돈을 벌어들였느냐가 아니라 얼마나 많은 사회적 가치를 창출하였느냐가 기준이 된다. 실제로 사회적기업은 취약계층의 일자리 창출, 지역사회 내 사회서비스 제공, 지역사회 내 다양한 문제 해결을 위한 사회혁신의 도구로 쓰이는 등 혼합된 가치(mixed value)를 창출한다.

이러한 가치 때문에 많은 기업들이 사회적기업을 지원하고 파트너십을 맺어 사회공헌 활동을 수행하고 있다. 예를 들면 SK의 경우 행복나눔재단의 사회적기업 사업단을 설립하였고, 2010년까지 행복을 나누는 도시락과 행복한 학교 등 10곳의 사회적 기업을 설립 운영하여 1,419개의 일자리 제공하고 2013년까지 사회적

기업 30개를 설립하고 4,000개의 일자리를 만들 계획을 추진하고 있다.

하지만 아직 충남에서는 이러한 사회공헌 활동이 활발히 진행되고 있지 못하다. 그렇다면 기업사회공헌에 있어 사회적기업을 활용하는데 어떠한 점들을 고려해야 할까. 첫째, 일시적인 기부나 단발적인 기획은 지양해야 한다. 이는 사회공헌의 아주 초창기 투자방식으로서 현재는 보다 전략적인 사회공헌, 더 나아가 기업의 가치를 공유하는 것까지 바라보고 있다.

둘째, 기업 스스로가 가진 시장과 노하우를 공유해야 한다. 이는 단순한 컨설팅, 기술 공유부터 시작할 수 있겠으나 이후에는 보다 장기적인 안목으로 접근하는 것이 필요하다. 예를 들어 사회적기업이 시장에서 살아남을 수 있는 기반(공장, 냉동창고, shop in shop 형태의 판매공간 마련 등)을 제공하는 것을 생각해볼 수 있다.

셋째, 사회적경제 영역을 전반적으로 키우는 일에 투자해야 한다. 현재 충남에서 가장 필요한 일은 사회투자를 위한 지역사회기금을 조성하는 것과 사회혁신을 일으킬 수 있는 후속세대 양성이다.

마지막으로 기업에게도 사회공헌 활동이 장기적인 투자가 될 수 있도록 해야 한다. 실제로 사회공헌을 통해 새로운 아이템과 시장을 발견할 수 있도록 청년 사회적기업가들은 반짝이는 아이디어를 제공하고 이에 기업의 투자를 이끌어 내는 협력관계를 구축해야 한다.

1. 기업의 사회공헌 활동 필요성

‘기업의 사회공헌 활동 중요성 높아져’

- 급변하는 세계 경제의 흐름 속에 기업의 사회공헌 활동의 중요성은 점점 높아지고 있음. 사회공헌 활동은 지속가능발전을 위한 3대축인 환경, 경제, 사회문제와 연관되어 있음
- 전세계적으로 환경, 인권, 노동 등 각종 규제와 기준이 강화되는 추세임. 시장과 소비자들은 좀 더 도덕적이고 윤리적인 기업을 원하고 있음. 같은 제품과 서비스를 구매하더라도 윤리적인 기업의 제품을 구매하기 원하고, 이에 대한 기대를 충족시키기 위해 국제적인 규정들이 국제기구와 NGO들로부터 나오는 실정임
- 2003년 다보스 세계 경제포럼에서는 기업의 사회적 책임의 정신적 가치인 기업시민정신에 대한 논의가 있었는데, 기업의 핵심적인 비즈니스 활동, 사회적 투자와 사회공헌 프로그램 그리고 공공정책에 대한 참여를 통하여 기업이 사회에 기여하는 것을 기업시민정신이라 정의하였음(전병길, 고영, 2009; 197).

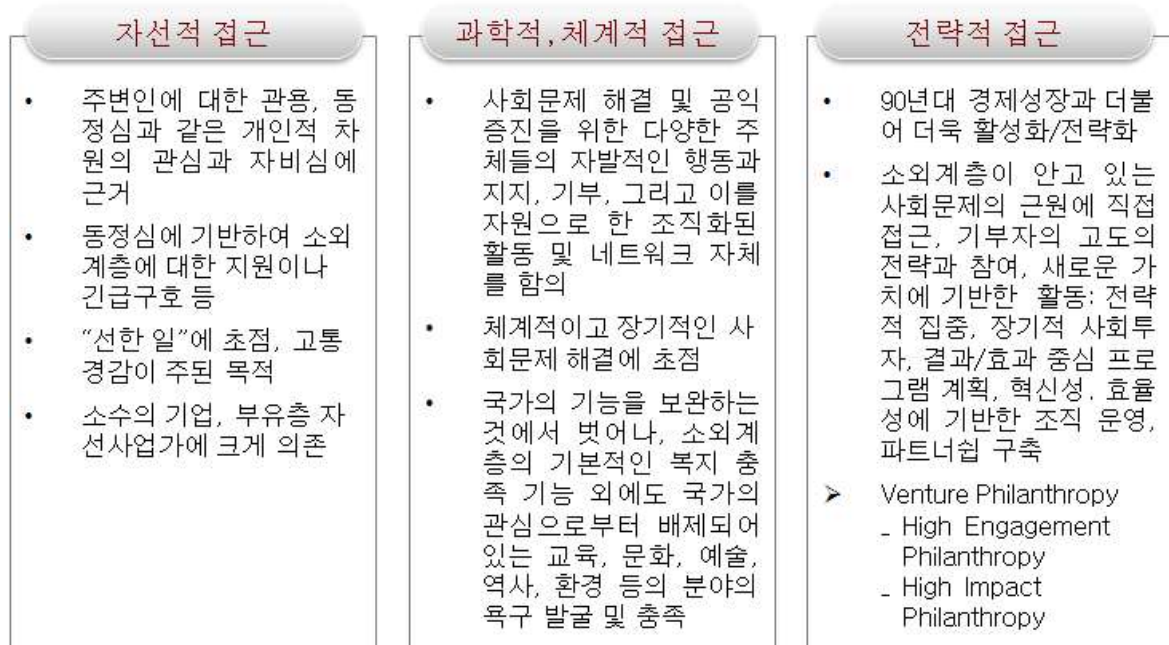
- . 이렇게 기업의 사회공헌 활동은 전세계적인 추세이고 현재 우리 기업들도 이에 대한 중요성을 인식하고 있는 상태임

2. 기업의 사회공헌 활동 이해

‘기업의 사회공헌 활동이란’

- . 20세기 중반 이후에 등장한 기업의 사회적 책임(corporate social responsibility) 개념은 기업이 사회를 구성하는 하부기관으로서 비경제적 목적을 수행해야 함을 나타냄. 보웬(1953)은 “기업의 사회적 책임이란 기업가에게 주어진 사회 전체의 목적이나 가치에 알맞게 자신들의 정책을 추구하고 의사결정을 하여 바람직한 방향으로 행동에 옮기는 의무”라고 하였고 맥과이어(Mcguire, 1963)는 사회적 책임을 “기업의 사회에 대한 경제적 · 법적 의무뿐만 아니라 이러한 의무를 넘어서 전체 사회에 대한 책임까지를 의미한다”고 밝히고 있음. 그리고 세티(Sethi, 1975)는 “기업은 법률적 · 경제적 의무를 넘어서 사회적 규범이나 가치, 그리고 사회적 기대와 조화를 이룰 수 있는 기업행위를 해야 한다”고 강조함(한도현 외, 2005; 30).
- . 기업의 사회공헌 활동은 기업의 사회적 책임보다 적극적인 의미를 가짐. 이는 기업경영과 직결되지 않은 사회적 문제에 관심을 갖고 이를 해결하기 위해 기업의 자원을 투입하는 것으로 기업의 사회적 책임보다 더 자발적인 정신과 활동을 의미함(한도현 외, 2005; 36).
- . 기업 사회공헌 활동의 변화는 다음의 [그림 1]과 같이 나타낼 수 있음
- . 아래의 그림에서 볼 수 있는바와 같이 기업의 사회공헌활동은 자선적 접근에서 과학적, 체계적 접근을 거쳐 전략적 접근으로 진화하여 왔음. 이는 그동안 기업들이 수행하는 사회공헌활동 노력은 성과에 비해 대다수 국민들에게 반기업정서를 해소하기에 미비했다는 판단에 의한 것임

기업 사회공헌활동의 변화



[그림 1] 기업 사회공헌활동의 변화

‘왜 기업의 사회공헌 활동이 중요한가’

- 왜 기업의 사회공헌 활동이 중요시 되는가? 이는 신뢰의 관점에서 접근할 수 있음. 고객의 입장에서는 어떤 기업을 신뢰할 것인가를 결정하기 어려우며, 특히 기업이 내세우는 윤리에 대해 소비자들은 점점 냉소적으로 되어가고 있음. 기업들은 돈세탁 등으로 비난받을 수 있고, 긍정적인 정책 몇 가지를 겉치레로 내세워 대중의 비난을 피해보려 한다는 면책을 피하기 어려움. 그러나 최근 공정거래운동이나 유기농제품운동에서 알 수 있듯이 소비자는 분명 사회적 목표를 가치있게 여기는 것도 사실임
- 단순히 봐서 사회공헌 활동은 기업의 수익을 극대화하기 위한 일종의 경영전략으로 이해될 수도 있음. 그러나 보다 큰 체제의 관점에서 보면 이러한 전략적 사회공헌은 ‘공공성’의 측면에서 접근할 수 있음. 공공성은 기업 존재 자체의 ‘정당성’을 부여할 수 있음. 이는 다시 말해 기업이 경제영역에서 단순히 일자리 창출의 기능 뿐 아니라 시장과 사회와의 교집합 부분에서 특히 지역사회나 지역 내 커뮤니티에서 일정정도 역할을 할 수 있고 이로써 다시 신뢰를 얻을 수 있다는 것임
- 신뢰와 같은 추상적인 요인 외에도 실질적인 혜택이 있을 수 있음. 전경련의 2003년도 조

사에 따르면 윤리경영은 기업의 위기관리에 우월하다는 연구결과가 발표되었음

- 윤리헌장 제정 및 전담부서를 설치해 윤리경영을 적극적으로 실천하는 기업의 시장 내성(耐性)은 여타의 기업에 비해 훨씬 강하게 나타났음
- 추가수익률 면에서 시장 상승기에는 여타의 기업에 비해 2배에서 3배를 초과하는 높은 수익률을 올린 반면, 하락기에는 그 하락률이 여타기업의 절반 정도의 수준으로 조사됨(전경련 1% 클럽 뉴스레터, 2003).

3. 사회적기업과 연계된 기업의 사회공헌 활동

‘사회적기업이란’

- . 사회적기업에 대한 정의는 학자마다 혹은 전공에 따라 다르고 다양한 영역을 포괄하고 있음. 영국 통상산업부(DTI) 사회적기업과(social enterprise unit)에 따르면 “사회적 목적을 우선으로 하는 사업체로서 기업의 잉여금은 주주와 소유자의 이윤을 극대화하기 위하여 운용되기도는 그 사업체, 또는 지역사회를 위해 재투자되는 기업이다”라고 정의함(DTI, 2002). OECD에서는 “사회적기업은 기업적 방식으로 조직되는 일반활동 및 공익활동을 아우르며, 이윤극대화에 두지 않고 특정한 경제 및 사회적 목적, 그리고 재화와 용역의 생산이나 사회적 배제 및 실업 문제에 혁신적인 해결책을 제시하는데 주된 목적이 있다”라고 정의함. 이러한 정의들에서 볼 수 있듯이 사회적기업은 사회적 목적을 가지고 지역사회에 이바지 한다는 점을 기본으로 함(OECD, 1999: 3)

‘사회적기업의 역할’

- . 사회적기업은 사회적 목적을 가지고 있기 때문에 사회적기업의 성공과 실패를 가늠하는 것은 그 기업이 얼마나 돈을 벌어들였느냐가 아니라 얼마나 많은 사회적 가치를 창출하였느냐가 기준이 됨. 이렇게 사회적기업은 혼합된 가치(mixed value)를 창출함
- . 사회적기업은 고용 없는 성장의 시대에 사회 구성원 개인에게 괜찮은 일자리를 제공할 수 있음. 사람들은 사회적기업에 근무함으로써 하나의 일자리를 가짐과 동시에 사회에 도움이 된다는 삶의 보람과 가치를 느낄 수 있음. 인간이 일자리를 가진다는 것은 기본적인 생계수단일 뿐 아니라 인간이 사회적 행위를 하는데 가장 기초적인 수단이 됨. 인간은 일자리를 가짐으로써 사회 환경에 적응하고 사회구성원으로서의 역할을 할 수 있음
- . 사회적기업은 지역사회에 사회서비스를 제공함. 저출산 고령화로 인한 사회적 문제의 등장과 이에 따른 사회적 취약계층에 대한 사회서비스의 확대는 사회적 기업에 대한 관심을

제고하는 또 하나의 계기가 되고 있음. 사회서비스는 그 특성상 서비스 제공 가격 및 품질에 대한 서비스 생산자와 소비자 그리고 재원을 부담하는 공공부문 사이에 정보의 비대칭성이 존재하는 경우가 많아 민간기업에 비해 사회적기업의 장점이 발휘될 수 있는 가능성이 큼(이인재, 2009; 111).

· 사회적기업은 사회혁신의 도구로써 쓰일 수 있음. 사회적기업을 통해 많은 창조적 아이디어가 발산되고, 이 발산된 에너지는 사회를 변화시키는데 촉매제가 될 수 있음. 최근에는 새로운 아이디어로 사회적기업을 만들기 위한 Social Venture 경연대회 등이 열리면서 젊은이들이 생생한 상상력을 발휘할 수 있는 장을 마련해주고 있음

‘사회적기업에 대한 기업체 지원 활발해’

· 사회적기업에 대한 기업체 지원현황을 보면 다음의 <표 1>과 같음

지원 방식	기업명	지원내용
직접지원 (설립 및 재정지원)	민간	교보생명보험
		교보다솜이 재단 설립으로 간병인을 파견하고, 교보생명이 추가임금, 운영비, 교육비 등의 재정지원은 물론 경영자문 등 전반적인 후원
		포스코
		<ul style="list-style-type: none"> •2008년 포스워드 설립을 시작으로 자회사형 장애인 일자리 창출 제공, 인천 송도에스이, 포항 포스코에코하우징, 담양 포스플레이트 등의 공장을 설립 •직원의 50%가 기초생활수급자 및 장애인 등으로 구성 •일자리 창출이 중요 목표이며, 사회적 기업이 자립할 수 있도록 지속적인 기술, 경영, 재정지원
		SK
		<ul style="list-style-type: none"> •2005년부터 행복한 학교 등 다양한 형태의 사회적 기업 설립 및 육성 시작 •행복나눔재단의 사회적기업사업단을 설립하였고, 2010년까지 행복을 나누는 도시락과 행복한 학교 등 10곳의 사회적 기업을 설립 운영하여 1,419개의 일자리 제공 •2013년까지 사회적 기업 30개를 설립하고 4,000개의 일자리를 만들 계획 •고용노동부가 추진하는 사회적 기업 지원 펀드에 5억 원을 투자
		현대자동차
		<ul style="list-style-type: none"> •고용창출, 사업연계, 지역밀착 인프라 구축 등 4가지 영역에서 사회적 기업 지원활동 •2006년부터 사회적 일자리 창출 사업인 (사)안심생활을 지원 •자립형 사회적 기업인 (주)이지무브 설립을 지원 •2012년까지 사회적 기업 신규 발굴 및 설립을 지원하여 사회 취약계층을 위한 일자리 1,000개 육성
		삼성
		<ul style="list-style-type: none"> •2012년까지 사회적 기업 7곳을 만들 계획, 특히 다문화 가족 지원과 공부방 지원, 장애인 고용 등 3개 분야에 집중 •200억 원의 투자를 통해 400개의 일자리 창출

		MBC	•언론사 최초 사회적기업 MBC 나눔 창립
	공공	NH (한국토지주택공사)	•함께 일하는 재단과 함께 마을형 사회적기업 8곳을 설립 지원 •공공임대(국민임대)단지를 중심으로 마을공동체가 중심, 지역에 특화된 사업을 전개해 입주민에게 일자리와 사회서비스를 제공 •영구 임대단지 내에 사회적기업 입주를 위한 공간 마련
		한국 마사회	•마분을 이용한 사회적 기업 설립 추진 가칭 「KRA 그린팜」 •자회사 형태의 주식회사로 약50억원을 출자할 계획 •설립방법은 지원기관을 선정하여 마사회와 지원기관이 합동으로 사업단을 구성할 계획 •사업부지는 유치 희망 지자체를 대상으로 협의 또는 공모사업 분야를 선정할 계획
		하이원 리조트	•직접 창업하거나 사·군 지역별 맞춤형 지원 사회적기업이 15개소 •재활용쓰레기 처리기업인 (유)정선재활용센터는 차상위계층 5명과 장애인 2명 등 13명이 근무 •하이원베이커리는 도박중독자의 재활치료와 사회복귀를 돕고, 폐광 지역 소외계층 일자리 창출을 위해 설립 추진 •신재생에너지 우드펠릿사업단은 친환경 에너지원 개발과 저소득층 일자리 창출을 하며 소외계층에 대한 에너지 지원을 목적으로 함께 일하는재단과 공동으로 추진 중
		법무부	•출소자 및 출소 예정자를 위한 사회적기업 설립과 육성방안을 마련하기 위해 태스크포스 구성 •SK그룹과 출소자의 자립과 사회복귀를 돕는 행복한 뉴라이프재단 설립 •커피전문점과 세탁공장 운영으로 매년 30명 내외의 출소자를 고용해 2015년까지 143명의 일자리 창출 •성남시와 사회적기업 설립 협약, 성남농수산물종합유통센터에 스팀세차 1호점 개점, 취약계층 3명을 고용 수익금은 갱생보호 발전 기금 및 공익 목적에 사용 •범죄피해자를 위한 사회적기업 스마일 화원을 개원, 살인 피해자 유족 1명과 총4명의 직원으로 운영되며, 운영 수익금 전액은 범죄피해자 보호와 지원사업에 사용
간접지원 (재정지원 경영지원)	민간	엘지전자	•예비 사회적 기업별 최대 3억원 재정지원, 3년간 매해 공모를 통해 80억원을 녹색성장 분야의 예비 사회적 기업에 지원 예정
		GS샵	•사회적기업 자립을 위해 1억원 기부 •사회적기업 생산품 판매
		티켓몬스터	•사회적기업 수수료 없이 소셜커머스를 통해 지속적인 판매 및 홍보 진행
		현대홈쇼핑	•사회적기업 유통지원 협약
		G마켓	•사회적기업 제품 홍보 및 판매 사이트 별도 구축
		한국공인 노무사회	•사회적기업 인사·노무분야 무료상담
		미래에셋 벤처투자	•사회적기업에 투자하는 42억원 규모의 미래에셋사회적기업투자조합을 결성
		NHN펠로우	•씨즈와 MOU체결 사회적기업에 투자와 경영자문 지원

	공공	농어촌공사	•아름다운가게, 1사1 사회적기업 협약
		인천공항공사	•다문화 합창단 사회적기업 육성 협약 체결

자료: 고용노동부, 2010을 추가 재정리

4. 사회적기업과 기업의 협력방안

‘기업사회공헌 활동에 있어 사회적기업의 활용’

- 사회적기업을 활용하거나 사회적경제 영역과의 파트너십을 맺는데 있어 일시적인 기부나 단발적인 기획은 지양해야 함. 이보다는 사회적경제 생태계의 기반을 조성하기 위한 장기적인 협력관계가 필요함
- 우선적으로는 기업이 가진 다양한 자원을 공유하는 것이 필요할 것임. 예를 들면 최근 대형마트에서 shop in shop 형태로 사회적기업에게 공간을 제공하는 활동을 하고 있음. 이는 판로가 막막한 사회적기업에게는 매우 좋은 기회를 제공하는 것임
- 기업이 가진 시장과 노하우를 공유하는 것이 필요함. 이는 단순한 컨설팅, 기술 공유부터 시작할 수 있겠으나 좀 더 장기적인 안목을 가지고 접근하는 것이 필요함. 예를 들어 사회적기업이 시장에서 살아남을 수 있는 기반(공장, 냉동창고 등 지원 등)을 제공하는 것을 생각해볼 수 있음
- 사회적기업가의 재교육과 연수프로그램을 지원할 필요가 있음. 더불어 지역 내 후속세대 양성에 힘써야 함. 사단법인 씨즈에서는 ‘청년, 세계에서 길을 찾다’라는 주제로 청년 사회적기업 혁신모델 탐방단을 운영하고 있음. 충남에서도 지역 내 청년들에게 이러한 기회를 제공할 수 있는 프로그램을 기획해볼 수 있을 것임. 이때 가장 필요한 것은 지역 내 사회적기업가 후속세대를 키워내겠다는 기업들의 의지임
- 지역의 문제를 함께 찾아내고 이를 해결하기 위한 ‘지역기금’ 조성을 도와야 함. 지역기금의 조성은 사회적기업의 영속적인 활동에 큰 근거가 될 수 있을 것임
- 지역의 문제를 함께 대응하는 코웁이 필요함. 예를 들어 청소년 문제에 관심이 있는 기업이 있다면 사회적경제 조직을 통해 이 문제를 해결해 볼 수 있을 것임. 충남의 사회적기업 나눔커뮤니케이션도 실제 쿷대라는 회사와의 협력을 통해 초기투자비용 3,000만원을 받은 사례가 있음. 이 기업설립을 통해 경력단절여성들이 강사, 기획가로 성장하고 있음. 쿷대는 어차피 여성들에게 영업을 하는 화장품 회사로서 미션과 사회공헌이 잘 맞아떨어진 사례임
- 결국 사회적기업의 입장에서는 스스로의 욕구와 필요를 정리하는 것이 필요하고 기업으로 하여금 사회공헌을 통해 새로운 아이템과 시장을 발견하는 과정으로 협력관계를 구축해

나가는 것이 필요함. 이를 통해 기업과 사회적기업은 핵심가치사슬의 주요이해관계자로 참여하고 상호이익을 창출할 수 있는 관계로 나아갈 수 있을 것임

참고문헌

이인재(2009). “한국 사회적기업의 쟁점과 전망”. 「동향과 전망」 75: 109-138.

전병길·고영(2009). 「새로운 자본주의에 도전하라」. 꿈꾸는터

한도현 외(2005). 「기업시민과 시민공동체」. 백산서당

DTI. (2002). *Social Enterprise: a strategy for success*

OECD, (1999). *Social Enterprises*. OECD.