SV Times

2018년 4월 행복나눔재단 웹진 SV Times 02호

1. Essay

**이탈리아 VS 한국. 사회적 책임, 그리고 사회적 기업**

글 : ㈜디엘레멘트 이사 / 방송인 알베르토 몬디

이탈리아 시인 ‘에리 데 루카(Erri De Luca)’ 작품에 ‘불 위에 있는 커피포트 하나로 방안을 따뜻하게 채울 수 있다 (A riempire una stanza basta una caffettiera sul fuoco)’란 구절이 있다. 이탈리아 시골에서 태어나 자란 나, 알베르토 몬디는 ‘욕실 속 작은 비누 하나로 세상을 아름답게 만들 수 있다’는 말을 남기고 싶다. 사회적 기업에 대한 내 각오를 표현하기에 꽤 괜찮은 표현이다. 지난 1월, 다큐멘터리를 통해 내 생활이 방송된 후 사회적 기업을 만든 이유에 대한 질문을 많이 받는다. 왜 사회적 기업을 만들었나? ‘그저 좋은 일을 하고 싶어서’는 절대로 내가 하고픈 말이 아니다. 쑥스럽지만 그 이야기를 풀어보려 한다.

<지역 사회를 돌보는 중소기업의 나라, 이탈리아>

내가 참여하고 있는 ‘디엘레멘트’는 한국에서 말하는 ‘사회적 기업’을 표방하는데 이탈리아를 비롯한 유럽에는 이 같은 의미가 통용되고 있지는 않다. 대신 기업의 사회적 책임, 즉 CSR(Corporate Social Responsibility)을 당연하고도 자연스러운 의무로 생각하며, 일반 기업과 사회적 기업 간 경계는 크게 없다. 이탈리아는 중소기업의 나라다. 인구 100만이 넘는 도시는 로마와 밀라노 정도이고, 6천만 인구 대부분 작은 시골 동네를 기반으로 살아간다. 그래서 이탈리아 기업은 동네기업이자 가족기업이며, 소비자와 직접적인 소통이 가능하기 때문에 제품에 집중해 상품 경쟁력을 높이는 듯하다. 이에 직원에게 ‘가족 같은 복지(진짜 가족이니까…)’를 제공하고, 일자리 창출, 지역 사회에 대한 후원 등을 당연시 한다.

이들 기업은 굳이 ‘사회적 기업’이라는 간판을 내걸지 않더라도 공공 부문이 미치지 못하는 각 지방 사회 문제 해결에 기여하고 있다. 사회에 도움이 되는 일이 내게 큰 동기를 부여해주는 이유는 바로 이런 환경에서 자랐기 때문이 아닐까 싶다.

(사진) 알베르토의 어린시절

<사회에 큰 영향력을 주는 기업의 힘>

학창시절부터 사회문제 해결에 관심이 많았고 국제기구에서 활동하고 싶었다. 그런데 막상 경험해 보니 국제기구와 같은 큰 조직은 장기적으로 큰 역할을 할 수 있지만 단기적으로 즉각적인 영향력을 미치기 쉽지 않다는 것을 알게 되었다. 정부나 공공부문도 국제기구와 마찬가지로 정책을 통해 큰 방향성을 제시할 수 있지만 어느 나라나 비효율적이기 쉽고, 정권이 바뀜에 따라 지속성을 유지하기 어렵다. 그러나 기업은 사회문제를 효율적으로 해결할 수 있는 잠재력이 있다.

UN이 아프리카에 백신을 유통하기 어려웠을 때, 코카콜라가 회사 유통망을 이용하도록 허가해주어 아프리카 내 가장 외진 곳까지 필수 의약품을 전달했던 일은 좋은 사례다. 기업의 힘을 사회 문제 해결에 활용한다면 많은 것을 바꿀 수 있다고 생각한다. 그래서 미국의 철학자 니콜라스 버틀러가 ‘인류 역사상 가장 위대한 발명품’이라고 말한 기업에 주목하게 되었다. 사회적 책임을 다하는 기업을 만들고 싶었다.

(사진) 엘레멘트 마카다미아 클렌징바

<치열하지만 따뜻한 가슴이 있는 나라 한국, 그리고 디엘레멘트>

내 한국행 스토리는 조금 알려져 있어 생략한다. 그 동안 이탈리아 대사관 아르바이트를 시작으로 주류회사, 자동차 회사 딜러를 거쳐 방송인으로 활동하며 한국의 경쟁사회에서 살아남기 위해 노력했다. 밤이 늦도록 불이 꺼지지 않는 아름다운 서울 야경을 보며 한국은 생동감이 넘치는 나라라고 생각했다. 그러나 무엇보다도 정이 많으며 이탈리아와 마찬가지로 주변에 있는 문제를 함께 고민하고 해결하기 위해 노력하는 곳이라고 생각한다. 디엘레멘트를 함께 만든 사람들이 그렇다. 이들과의 인연은 사회에 기여하고자 하는 따뜻한 만남에서 비롯되었다.

MBA 과정에서 만난 김병철 피부과 전문의와 환경보호재단 출신 도혜진 이사는 소비자에게 올바른 제품을 제공하기 위해 끊임없이 연구하고 있으며, 임팩트스퀘어 도현명 대표는 디엘레멘트가 사회에 기여할 수 있는 방안을 정교화하고 있다. 회사이름처럼 우리는 ‘성분’에 대한 원칙을 고수하기 위해 노력하고 있다. 화학첨가물을 넣지 않았으며, 1,000시간 이상 숙성해 천연 재료의 효능을 보존한다.

디엘레멘트는 제품의 본질뿐만 아니라 제품 생산부터 배송까지 모든 과정에 사회적 가치를 담고자 한다. 생산은 발달장애인 사원들과 함께 하는 ‘동구밭’과, 유통은 자활의지가 높은 홈리스와 함께하는 ‘두손컴퍼니’와 협력하고 있다. 이 모든 과정을 우리는 천천히 해 나가고 있다.

(사진) 비누를 들고 있는 알베르토

사회적 책임을 다하는 것. 더 나아가 사회적 기업 운영은 대단한 사람들이 하는 게 아니라고 생각한다. 치열하고 경쟁적인 삶을 잠깐 멈추고 내 삶이 어디로 가고 있는가 고민하는 평범한 사람들이 할 수 있는 일이다. 이를 위해서는 영어, 수학 같은 도구적 학문을 공부하는 것도 중요하지만, 철학, 역사, 문학과 같은 삶의 가치에 대한 공부를 하는 것도 중요하다. 자신이 속한 사회에서 다른 사람들과 함께 행복한 삶을 누리려면 이것이 꼭 필요하다고 생각한다.

일터로 나가기 위해 아침에 일어나는 것은 누구나 힘들다. 그러나 단지 먹고 사는 문제만 해결하는 것이 아니라 내가 하는 일이 누군가에게 도움이 되고 사회적 가치를 창출한다고 생각한다면 그것 자체로 큰 동기부여가 된다.

그래서 나 알베르토는 아침에 벌떡 일어나 일터로 향한다.

(사진) 디엘레멘트 팀원들과 함께

2. 소셜 현장 ‘S’가 간다

**대학 사회혁신 프로그램 탐방**

살랑살랑 봄바람 대신 대학가에 불고 있는 뜨거운 바람! 바로 사회혁신을 위한 인재 양성 열풍입니다. 나날이 심화되는 사회문제를 주도적으로 해결할 인재가 필요하다는 목소리가 높아지고 있는데요. 이에 최근 대학들은 뛰어난 문제 해결 능력뿐만 아니라 우리 사회를 긍정적으로 만들어 나가고자 하는 마인드를 갖춘 사회혁신 인재를 키우는 위해 다양한 시도를 하고 있습니다. 이번에 저 S가 한양대학교, 가천대학교, 이화여자대학교에서 운영 중인 사회혁신 프로그램을 직접 탐방했습니다!

<Univ.1 실전만큼 좋은 스승은 없다! 한양대 사회혁신랩>

첫 번째 스승(?)은 한양대입니다. 혹시 ‘아쇼카U’를 아시나요? 세계적인 사회혁신가를 양성하는 비영리 조직 ‘아쇼카(Ashoka)’에서 사회혁신 교육을 주도하는 대학에 ‘체인지메이커 캠퍼스(Changemaker Campus)’라는 지위를 부여하는 것인데요. 전 세계 40개 대학만 받은 아쇼카U에 한양대가 아시아 최초이자 41번째로 선정되었습니다! 해외에서도 인정받고 있는 한양대 사회혁신 프로그램을 살펴보시죠.

-사회혁신랩, 소셜 미션 발견부터 비즈니스 솔루션 개발까지 모두 담았다

한양대에는 재학생들이 참여할 수 있는 사회혁신 프로그램부터 지역사회, 산업체, 국내외 네트워크와 함께하는 다양한 사회혁신 프로그램이 있습니다. 그 중 경영학과에서는 사회혁신가를 집중 육성하는 사회혁신랩(Lab)을 만들언 인턴십을 운영하고 있는데요. 이 인턴십은 단순 업무를 수행하는 것이 아닌 학생들이 주도적으로 사회 문제를 인식, 지속 가능하고 창의적인 비즈니스 솔루션을 실제로 개발하는 ‘실행 기반 학습(Actionable Learning)’을 지향합니다. 이번에 저는 ‘탁용준 화백 프로젝트’에 참여했어요.

“탁용준 화백을 통해 지속가능한 사회적 임팩트를 창출하라!”

Step1

(이미지) Problem 1 예술인들의 빈곤함 / Problem 2 장애 아동 재활 지원 부족

우리가 집중한 문제는 다음과 같습니다.

우리 사회에서 활동하는 예술인 중 50% 이상은 연평균 약 1,255만원을 벌며 빈곤한 삶을 살고 있습니다. 지체 장애가 있는 아동들을 지원하는 곳은 1곳밖에 없으며, 수익문제로 지속이 쉽지 않은 현실입니다. 이 두가지 문제를 함께 해결할 수 있는 솔루션을 찾고 싶었죠.

Step1

먼저, 시장조사를 통해 탁용준 화백님 작품이 ‘색이 다채롭고 그림이 따뜻하다’는 긍정적인 반응을 확인했어요. 이에 화백님 작품을 활용한 제품을 판매해 수익을 창출함으로써 화백님 활동을 지원하고 국내 유일 장애 아동 재활 지원 기관인 ‘푸르메재단 넥슨어린이재활병원’에 수익 일부를 기부하는 비즈니스 모델을 수립했죠. 이 모델이 지속가능성을 갖게 되면 예술인들의 빈곤 및 장애가 있는 아동들의 삶이 조금 더 개선되지 않을까 기대됐습니다!

(이미지)

Business Model

판화업체 → (판화 제작 & 배송) 소비자

소비자 ↔ (그림주문 & 결제 / 디지털 마케팅) 사회혁신랩 → (수익 일부 기부) 푸르매재단 넥슨어린이 재활병원

사회혁신랩 ↔ (수익 전달 / 작품제공) 탁용준 화백

Step3

(사진) 브랜딩 : ‘Tak(탁)’과 휠체어를 타고 캔버스에 그림을 그리는 모습을 형상화

(사진) 제품판매 : 작품을 활용한 다양한 제품군 제작/판매

(사진) 제품홍보 : 화백님 인지도를 높이고, 제품 구매 유도를 위해 페이스북 페이지 운영

우리는 이론 수업을 통해 기업가 정신과 디지털 마케팅을 위한 기초를 탄탄히 다졌습니다. 이어 로고 개발을 통한 브랜드 정체성 확립, 제품 개발, 홍보를 위한 플랫폼 마련, 크라우드 펀딩 및 오프라인 프로모션 등을 순차적으로 진행했죠. 그 결과, 탁 화백님 브랜드 페이스북 페이지는 약 450여 명 팔로워가, 제품 판매는 목표 대비 320%를 초과 달성하는 성과를 맛봤습니다! 아직 비즈니스 모델의 지속가능성을 판단할 수는 없지만 그 가능성을 확인할 수는 있었죠.

(사진) 이재명 학생(경영학부 2학년) 인터뷰

비즈니스 모델 수립부터 스토리펀딩, 디지털 마케팅 등 전략 기획, 동영상 편집과 일러스트, 포토샵 등 각종 툴을 다루는 것까지 뭐 하나 쉬운 것이 없었죠. 하지만 모든 과정 속 시행착오 자체가 큰 배움이었고 보람되었어요. 사회혁신랩은 매 학기 학생들이 창출한 사회적 임팩트를 집대성하는 플랫폼인데요. 탁용준 화백 프로젝트가 다음학기에는 더욱 발전된 모습으로 성장하길 바랍니다.저는 이 귀중한 경험을 바탕으로 사회혁신 영역에서 능동적으로 사회문제를 해결해 나가는 삶을 살겠습니다.

(사진) 김은정 과장(사회혁신센터) 인터뷰

한양대에는 사회혁신랩 뿐만 아니라 사회적 경제 생태계 내 사회적 기업, 중간지원조직, 정•관계 다양한 전문가들이 모여 사회문제를 해결의 혁신적인 방법론을 연구하는 국제학대학원 글로벌사회적경제학과도 있습니다. 또한, 올해부터 학부 내 단과대학별 사회혁신융합전공 학생도 선발하고 있죠. 사회적 경제 생태계에 다양한 영역 전문가들의 참여가 점차 늘어나면 사회문제를 해결하는 데 시너지가 있을 것 같습니다. 우리 한양대 건학정신이 ‘사랑의 실천’입니다. 사회에 선한 영향력을 미치는 리더들이 더욱 많아지길 기대합니다.

<Univ.2 글로벌 시각을 넓히다! 가천대 실리콘밸리 인턴십 프로그램>

세계 시장을 바라보며 현장을 경험하고, 꿈을 키울 수 있는 프로그램이 있습니다. 바로 가천대가 지원하고 있는 실리콘밸리 인턴십(GEIP•Global Entrepreneurship Immersion Program)입니다. 이 프로그램은 샌프란시스코에 있는 ‘저스트비즈니스(Just Business)’라는 사회적 기업이 샌프란시스코대학교 수업 및 실리콘밸리 스타트업 기업 인턴십을 연계하고 있는데요. 프로그램에 참여했던 홍주평 학생(글로벌경영학과 트랙 4학년)과 함께 해봤습니다.

학점도 따고, 해외 경험도 하고 Go!Go! 실리콘밸리 인턴십

(표) 월화수목금토 – 사회적 기업가 정신 수업, 여름방학 4주 (3학점) / 인턴십 : 샌프란시스코 16주(12학점) / 샌프란시스코 대학 수업(주 2일 / 인턴십 주 3일)

가천대, 사회적 기업가 정신 수업 - 인턴십 시작 전, 여름방학 동안 인큐베이팅 전문가와 함께 하는 창업 수업에서 일 4시간 동안 강연과 트레이닝 수업을 받으며 사회적 기업의 생리를 심층적으로 이해할 수 있었습니다. 그 동안 이론서에서만 접하던 창업 현장을 실제 현장에 계시는 분에게 직접 들으니 전세계 창업가의 산실, 실리콘밸리에 더 빨리 가고 싶어졌어요.

샌프란시스코대, 21세기 기업가 정신 수업 - 인턴십 프로그램은 학교 수업과 인턴십을 병행하는 구조였습니다. 한국에서 창업수업을 듣기는 했지만 이 수업에서는 실리콘밸리의 다양한 실제 사례들을 통해 스타트업 기업이 어떻게 성장하고 실패를 경험했는지 간접 경험을 할 수 있었어요. 또한, 마케팅 및 회계 분석 등 기업운영에 필수적인 요소를 실제 사례를 배웠습니다. 무엇보다 기업의 의사결정 사례분석과 연습이 도움이 많이 됐어요.

인턴십 - 홍주평 학생이 근무했던 ‘아웃도어스(Out Doors)’ 현장에 방문했습니다! 홍주평 학생은 레저와 운동을 통해 팀 빌딩(Team Building)을 돕는 회사에서 인턴을 하고 있었죠. “처음에 힘들었던 건 영어였지만 의지만 있으면 자연스럽게 해결되는 문제였습니다. 가장 힘들었던 건 아무도 뭔가를 시키지 않는 것이었는데요. 만약 가만히 있으면 4개월 동안 아무것도 안 하게 됩니다. 저는 일단 부딪쳐 봤어요. 처음에는 고객리스트를 정리하는 단순한 일을 했지만, 나중에는 수영, 요가, 달리기 등 팀을 직접 짜고, 새로운 프로그램 기획을 하게 되었죠. 급기야 세일즈를 해서 매출을 올리는 작은 성과도 이뤘습니다!”라며 참여 소감을 말했습니다.

(사진) 아웃도어스 직원 단체 사진

밋업(Meetup) - 인턴십을 진행한 스타트업 기업을 포함해 수많은 기업이 모여있는 ‘인벤션 허브(Invention Hub)’에는 다양한 만남의 장(Meetup)이 있습니다. 홍주평 학생은 여기서 우연히 애플 공동창업자인 스티븐 워즈니악을 만나게 되었는데요. “창업에서 가장 중요한 게 무엇이냐고 질문했는데 ‘인간관계’라고 하더라고요. 적절한 투자 유치나 혁신 기술 개발이 답일거라 생각했는데 정말 의외였어요.” 다양한 사람(알고 보면 유명한 사람)을 만나 놀라고, 그들의 열정에 다시 한 번 놀라고, 그리고 영감을 얻는 경험을 할 수 있었죠.

(사진) 인벤션 허브 단체 사진

(사진) 가천대 교수/ 학생 인터뷰 사진

실리콘밸리 인턴십을 주도하는 경영대학 최도성 석좌교수님과 전성민 교수님은 “대학교육은 현장과 함께해야 합니다. 특히, 사회혁신 분야는 이론 수업에서는 절대 체득할 수 없는 문제 해결 현장을 직접 경험하는 것이 필수적입니다”라며 입을 모아 프로그램의 중요성을 강조하셨어요. 또한, 최도성 교수님은 “이 인턴십을 통해 사회혁신가로 성장하는 또 하나의 길을 열어주게 되었다고 생각합니다. 글로벌, 현장, 도전의 키워드를 바탕으로 한 사회혁신가들을 통해 긍정적인 사회변화가 더욱 많아질 것입니다”라고 비전을 밝히셨죠. 가천대 사회혁신가들의 활약을 기대합니다!

<Univ.3 융복합형 인재를 통해 빈틈 없는 사회적 생태계를 꿈꾼다! 이화여대 사회적경제협동과정>

두 번의 인턴십으로 실전 경험을 쌓은 저, S는 좀 더 심도 있는 이론을 바탕으로 현장에 나가고 싶다는 열망이 강해졌습니다. 이 때 눈에 띈 것이 이화여대 ‘사회적경제협동과정’인데요. 지난 2017년 신설된 이 과정은 사회복지학과, 경영학과, 사회학과, 경제학과, 산업디자인학과, 소비자학과, 건축학과, 기후에너지시스템공학과, 에코크리에이티브협동과정 등 9개 학과가 융합된 독특한 형태로 운영되고 있습니다.

함께 꾸는 꿈은 혁신이 된다!

저는 ‘사회적경제의 이해’라는 과목과 ‘디자인마케팅 연구’라는 과목을 수강했습니다. ‘사회적경제의 이해’ 수업에서는 조직 운영을 위한 제도와 관련 법안, 행정 절차 등 바로 현장에 접목 가능한 실질적인 내용을, 디자인마케팅 연구에서는 디자인을 통한 다양한 마케팅 사례를 접할 수 있었는데요. 특히 인상 깊었던 건 서로 다른 분야 학생들이 저마다 다른 접근 방식으로 사회문제에 대한 색다른 해결 방안을 제시한 순간이었습니다.

어떤 사회적 문제를 어떻게 해결할 것인가?

사회적경제협동 전공

사회적 문제 : 끼니를 거르는 1인 가구의 건강 악화 / 노인 실업 / 경영 악화 식당(자영업자)

해결방안 : 식당에서 개발한 레시피로 1인 가구를 위한 간편식 도시락 생산, 노인들이 배달함으로써 유휴 공간, 노인 실업, 1인 가구 건강 문제를 해결

구체화 방식 : 사업계획서, 예산표

산업디자인학과

사회적 문제 : 유해 성분 생리대 파동 및 불안 / 여성의 월경 고통

해결방안 : 안심 생리대 및 월경에 필요한 물품으로 구성된 ‘매일 매일 기분 좋아지는 KIT’를 통해 여성들의 삶의 질 향상

구체화 방식 : 제품 샘플 제작

(사진) 사회적경제협동 전공 수업 현장

해결하고자 했던 사회문제가 달랐기 때문에 이를 해결하기 위한 방안도 달랐지만 무엇보다 도출했던 구체화 방안 형태가 다른 점에 놀랐습니다. 서로 결과물을 보며, 사회적경제협동과정 학생들은 ‘우리도 도시락 한 번 만들어볼 걸’, 반대로 산업디자인 전공 학생들은 ‘사업계획서는 저렇게 쓰는 거구나’라며 상호 배움의 장이 만들어졌습니다. 서로를 통해 부족한 점을 발견하고 발전시켜주는 과정 속에서 마치 작은 사회적 경제 조직이 탄생할 수 있을 것 같아 두근두근했어요.

(사진) 정희수 학생(사회적경제협동과정 박사 과정) 인터뷰

저는 사회적 경제 영역에서 지역, 복지서비스, 여성이라는 키워드를 바탕으로 한 연구를 진행하려고 하는데요. 다양한 현장에서 각각의 전문성을 가지고 경험을 쌓아 온 동기들과 이야기를 나누다 보면 제가 고민하는 문제들을 해결할 실마리들을 쉽게 발견하곤 하죠. 이렇게 사회적 미션을 향해 능동적으로 움직이는 에너지들이 다시 현장으로 돌아갔을 때 사회적 경제 생태계가 어떻게 바뀔지 기대됩니다.

(사진) 이예슬 학생(사회적경제협동과정 석사 과정) 인터뷰

우리 과정은 현장 중심 커리큘럼으로 진행되어 교육 내용을 바로 적용할 수 있다는 점이 강점이에요. 저는 개인 경험과 역량을 사회적 가치 창출 활동과 연계하는 사회적 협동조합을 운영하고 있는데요, ‘사회적경제의 이해’ 과목을 통해 조직 설립에 필요한 기본적인 서류 준비나 인가를 받는 과정, 심사 등 실질적인 업무를 수업을 통해 컨설팅을 받은 것만 같아요.

(사진) 조상미 교수(사회적경제협동과정 총괄) 인터뷰

많은 사회문제를 해결하는 데 건축, 공학, 경제 등 어느 것 하나 필요하지 않은 학문이 없다고 생각합니다. 예를 들어, 건축분야는 주거문제를 해결할 공간을 발견하고, 공학분야는 실버세대를 위한 혁신적인 기기 개발을 할 수 있겠죠. 이처럼 우리 과정은 다양한 전문 지식 함양을 통해 사회문제를 바라보는 관점을 넓혀주는 한편, 전공에 관계 없이 소셜 미션을 추구할 수 있도록 사회적 경제 전문 인재를 육성하고 있습니다. 앞으로 다양한 전문가들이 포진해 있는 사회적 생태계를 구축해 나가는 데 기여하겠습니다.

이로써 저 S의 대학 내 사회혁신 프로그램 탐방도 마무리되었습니다. 저뿐만 아니라 다양한 사회혁신 프로그램을 통해 양성된 인재들이 만들어가는 우리 사회가 얼만큼 더 따뜻해질지 그려집니다!

3. 숨어있는 SV를 찾다

**영웅에서 롤모델로, ‘Ready, Set, Go, SE Hero’ 2018 사회성과인센티브 어워드**

‘측정할 수 없으면 관리할 수 없고, 관리할 수 없으면 개선할 수 없다.’ 미국의 경영학자 피터드러커가 말한 것처럼 어떤 활동이 발전하기 위해선 그 성과를 측정할 수 있는 특별한 수단이 필요합니다. 예를 들면 학생들이 보는 시험이나 기업 회계처럼 말이죠. 그런데 과연 사회문제를 해결하고 더 행복한 미래를 추구하는 사회적 기업의 사회적 성과는 측정할 수 있을까요? 여기에 사회적 기업이 창출한 성과를 보상하는 사회성과인센티브와 어워드 현장이 있습니다.

<착한 일의 점수를 측정해 보상해준다고? 2015년 4월 1일 거짓말 같이 시작된 프로젝트>

2015년 4월 1일, 사회성과인센티브가 그 시작을 알렸습니다. 사회적 가치는 경제적 가치와 달리 사회 전반적으로 합의된 측정기준이 부재한데요.

SK가 추진하는 사회성과인센티브는 사회적 기업이 얼만큼 사회적으로 가치 있는 일을 하는지 제대로 측정해 그에 비례한 인센티브를 주고자 합니다.

이 획기적인 발상은 최태원 SK그룹 회장이 저서를 통해 밝혀 화제가 되기도 했죠.

(이미지) 사회성과인센티브를 통해 변화하는 사회적 경제 생테계

성과기반 인센티브 부여를 통해 사회적 기업의 동기부여, 혁신 유발 ↔ 개별 사회적 기업과 사회적 기업 생태계의 사회성과 증대

↔ 사회적 기업의 가능성을 확인한 인재, 자본 유입

인센티브를 통해 사회적 기업은 소셜 미션에 집중, 더 많은 사회적 가치를 창출할 수 있고, 더 나아가 더 많은 사회 문제를 해결하는 사회적 기업이 확산되는 사회적 생태계가 만들어질 수 있는 것입니다.

잠깐! 사회성과인센티브가 말하는 사회적 성과란?

사회적 가치는 사회에서 보상을 받기도, 그러지 못하기도 합니다. 예를 들어, 사회적 기업이 기업 운영을 통해 일자리를 창출하고 사회문제를 해결해 나가는 것은 직접적 성과이며, 일자리를 얻은 직원이 월급으로 기부를 하는 것은 간접적 성과로 볼 수 있습니다. 간접적 성과는 측정하기 어려워 배제하도록 합니다.

일자리를 창출한 사회적 기업은 정부로부터 지원금을 받기도 하는데요. 그런데 사회적 가치는 일자리 창출 외에도 어떤 사회문제를 해결하느냐에 따라 다양해지죠. 사회성과인센티브는 직접적 성과 중에서도 사회적 기업을 통해 만들어졌으나 보상받지 못한 가치를 시장가격으로 추정, 환산해 보상하고자 하는 것입니다.

(도표)

사회적 가치 예시 – 직접적 성과 – 사업을 통해 직접적으로 창출한 성과 – 시장에서 이미 보상된 성과(매출, 정부 지원금 등) / 사회성과인센티브 측정 대상(환경오염 저감, 사회적 생태계 지원 등)

사회적 가치 예시 – 간접적 성과 – 월급을 통한 기부, 직원 자존감 증진 등

<착한 일, 어떻게 측정하죠?>

우선, 참여를 원하는 사회적 기업은 사회성과인센티브가 정한 참여 기준에 부합해야 합니다.

사회적 기업 선발 기준

-명확한 사회적 미션: 사회 구성원 누구나 공감할 수 있는 심각한 사회문제 해결을 미션으로 합니다.

-혁신적인 사회문제 해결 방법: 사회문제 해결 방법이 시범 단계나 창업 단계가 아닌 실제 사업을 통해 검증되고 있어야 하며, 해당 영역에서 모범이 되는 혁신적 사업 모델이어야 합니다.

-성장 및 확산 가능성: 투자유치, 파트너십 구축, 기술혁신 등을 통해 성장 및 확산 가능한 사업 모델이어야 합니다.

-책임감과 진정성 있는 사회적 기업가: 사회적 기업가는 자신의 이해관계 보다 해당 영역에서 사회적 기업을 대표한다는 책임감을 가지고 프로젝트와 성과 평가 방향에 대한 피드백을 줄 수 있어야 합니다.

그 다음, 세 가지 프로세스를 거쳐 사회성과를 측정하고 인센티브를 지급 받는데요. 사회성과 측정 및 인센티브 지급 과정은 인센티브에 따른 성과 창출 변화를 추적하기 위해 3년 간 지속됩니다.

사회성과 인센티브 프로세스

① 추천/공모 – 참여할 만한 기업을 추천 받거나 공모합니다.

② 스크리닝 – 객관적인 데이터에 근거하여 인센티브 효과가 예상되는 기업을 선정합니다.

③ 측정워크샵 – 참여기업과 워크샵을 통해 측정 지표를 합의합니다.

④ 사회성과 측정 – 참여한 사회적 기업의 사회성과를 1년 단위로 측정합니다.

⑤ 인센티브 지급 – 사회성과에 비례해 연 1회 인센티브를 지급합니다. (3년간 반복)

인센티브를 통해 사회적 기업은 소셜 미션에 집중, 더 많은 사회적 가치를 창출할 수 있고, 더 나아가 더 많은 사회 문제를 해결하는 사회적 기업이 확산되는 사회적 생태계가 만들어질 수 있는 것이죠.

<2018년 4월 19일 사회성과인센티브 3번째 어워드 명장면)

사회성과인센티브. 그 세 번째 어워드가 연세대학교 백양누리홀에서 열렸습니다! 이날 주인공인 사회성과인센티브에 참여하고 있는 사회적 기업 대표들과 최태원 SK그룹 회장을 비롯해 김용학 연세대학교 총장, SK SUPEX추구협의회 사회공헌위원회 최광철 위원장, 행복나래 김태진 대표 등 사회성과인센티브 추진단 주요 인사가 함께 수십 개 카메라 세례와 참석자들의 환호를 받으며 힘차게 입장했습니다.

하나 Ready! 작은 SE 영웅들의 미래를 보다

(사진) 사회성과 인센티브 단체 사진 / 라운드 테이블 현장 스케치 / 수상 기념 촬영

본격적인 행사에 앞서 SE 영웅을 꿈꾸는 이들을 위한 자리가 있었습니다. 사회적 기업가를 꿈꾸는 SUNNY, LOOKIE, 그리고 연세대 학생들과 이미 꿈을 이룬 사회적 기업가들이 짧은 멘토링을 통해 혁신적인 비즈니스 모델을 만들어봤는데요. 2시간 남짓 되는 시간이었음에도 대학생들의 창의적인 아이디어에 사회적 기업가들의 경험에서 우러나오는 진솔한 조언이 더해지니 신선한 비즈니스 모델이 많이 나왔습니다. 장애인 차별문제를 해결할 비즈니스 모델을 만든 ‘연인’팀(사회적기업동아리 인액터스 소속)의 이정수 팀장(연세대학교 경영대학)은 “오늘 멘토와 토론하면서 우리가 해결하고자 하는 장애인 차별 문제를 이미 사회적 기업의 입장에서 고민하고 있는 선배들이 많다는 걸 알게 되었어요. 우리의 작은 성과를 이렇게 큰 자리에서 공유할 수 있어서 큰 영광이었습니다. 앞으로도 사회문제 해결을 위해 정진하겠습니다”라고 소감을 밝혔답니다.

둘 Set! 사회성과인센티브, 지속가능성을 위한 마중물

사회적 기업가들이 우리 사회에 긍정적인 변화를 가져오고 있음은 분명하지만 이들이 우리 사회에서 인정받기는 쉽지 않습니다. 그런데 사회성과인센티브는 이들이 하는 일을 적극 응원하고 있는데요. 참여한 사회적 기업가들에게는 실제로 어떤 의미였을까요?

(사진) 동구밭(노순호 대표)

발달장애인 사회성 제고를 위해 비장애인과 함께 농작물 생산 및 비누 제작/판매

“인센티브로 신규설비에 투자해 시장경쟁력을 화복해나가고 있습니다. 월 10만 개 비누를 제작하며 더 많은 발달장애인들에게 일자리를 제공하게 되었어요. 외국에 사는 발달장애인들도 동구밭에 취업하려고 이민 오게 만드는 매력적인 기업으로 성장하겠습니다.”

(사진) 상상우리(신철호 대표)

중장년층이 인생 2막을 탄탄하게 설계할 수 있도록 취업 컨설팅 및 교육 프로그램 제공

은퇴한 중장년들은 그 동안 쌓아온 경험과 지혜를 발휘할 수 있는 자리는 많이 부족합니다. 인센티브로 개발한 직업 교육 및 멘토링 연계 온라인 플랫폼을 통해 중장년들이 다시 한 번 사회에서 귀중한 자원이 되도록 지원하고 있습니다.

(사진) 루미르(박제환 대표)

적은 비용으로 빛을 만드는 적정기술을 통해 전 세계 빛 부족 문제 개선

“개발도상국에 빛이 있고 없음은 생계 유지 여부에 영향을 줄만큼 중요한 문제입니다. 인센티브를 활용해 시제품을 실험해보고 객관적으로 검증 가능한 데이터를 확보했습니다. 따뜻한 기술로 세상을 밝혀나가겠습니다.”

셋 Go! 3년, 사회적 성과를 기념하다

2015년 처음 참여한 사회적 기업 대표 44명은 3년이 지난 올해 드디어 졸업반이 되었습니다. 이들이 만들어 낸 모든 사회적 가치는 칭찬받아 마땅하지만 사회성과 성장률이 가장 높은 3개 기업은 특별히 수상도 했는데요. 각 대표님들의 소회를 들어봅니다!

(사진) 에코맘의 산골이유식(임기훈 대리)

청정 제철농산물로 이유식 제작/판매 및 결혼이주여성 등 취약계층에 일자리 제공

“지난 3년간 사회성과인센티브를통한 혁신을 깊이 고민했습니다. 앞으로도 성장과 혁신을 위해 쉼 없이 노력하겠습니다. 그리고 주신 상금은 우리 하동 지역에서 에코맘과 함께 사회적 가치를 창출하고 있는 소중한 곳에 전액 기부하겠습니다.”

(사진) 컴윈(정연철 대표)

취약계층의 안정된 일자리 창출과 자립자활을 지원하는 환경분야 재활용

“우등상보다 진보상을 받는 기분인데요. 컴윈은 설립된 지 15년이 되었는데요. 초기에는 생존이 목표였던 기업이었는데 어느새 사회성과인센티브를 성과를 인정받는 기업으로 성장했습니다. 이를 발판으로 제2의 도약을 향해 달려나가겠습니다.”

(사진) 토닥토닥협동조합(이영희 대표)

내담자에게 합리적인 가격으로 양질의 상담서비스 제공

“저희는 사람들의 마음밭을 돌보는심리상담 협동조합입니다. 죽으려고 작정했던 사람이 토닥토닥에 와서 살기로 작정하고 돌아가는 기적을 매일 목도하고 있습니다. 졸업은 했지만 더 많은 내담자들에게 희망을 줄 수 있도록 노력하겠습니다.”

넷 SE Hero! SE 수퍼 히어로가 되는 날까지

마지막으로 사회성과인센티브에 참여한 130개 기업 대표들과 이들을 격려하는 사회성과인센티브 추진단이 하이파이브를 하며 더 큰 사회적 성과 창출을 다짐했습니다. 새로운 관점으로 사회를 본 이들, 소명의식과 열정으로 사회문제 해결에 앞장서고 있는 사회적 기업이 사회성과인센티브를 통해 날개를 달고 더욱 비상하길 기대합니다.

(사진) 하이파이브 하는 모습

<숫자로 보는 사회성과 인센티브 3년>

지난 3년 사회성과인센티브에 참여한 기업은 총 130개이며, 이들이 창출한 사회성과는 324억원에 달합니다.

특히, 2015년 사회성과인센티브 출범 때부터 올해까지 3년간 사회성과인센티브를 받은 44개 사회적 기업은 연평균 8%에 달하는 매출 증가율과 31%에 달하는 사회성과 증가율을 기록했다고 하는데요. 사회성과인센티브를 받게 되면 매출 증가와 같은 외형적 성장과 더불어 더 큰 폭의 사회성과를 매년 만들어낸다는 것이 증명된 셈입니다.

(그래프)

2015년 - 참여기업 44개 / 사회성과 가치 104 / 인센티브 지급액 27

2016년 - 참여기업 93개 / 사회성과 가치 201 / 인센티브 지급액 48

2017년 - 참여기업 130개 / 사회성과 가치 324 / 인센티브 지급액 73

4. Trend & Review

**가정의 달 특집! 5월을 따뜻하게 만드는 행복 패키지**

가정의 달을 앞두고 어떤 선물을 사야 할지 고민이라면? 선물하기 부담스럽거나 저렴해도 안 되고 흔한 것도 제외, 부도님, 아이들 등 떠올려야 할 사람도 많습니다. 마음까지 담아야 비로소 좋은 선물이 된다는데, 고민을 해결할 열쇠가 여기에 있습니다!

<부모님께 드리고 싶은 감사의 말. 책 한 구절과 꽃 향기로 표현해보세요!>

01 가슴이 ‘뭉클’해지는 수다FAT 산문집 & 꽃다발 Set

(사진) 도서 뭉클 & 꽃다발 Set

부모님께 감사하다는 말을 하기 참 쉽지 않습니다. 표현하기 부끄러운 마음을 종종 현찰로 대신하곤 합니다. 하지만 이번 5월에는 책 한 구절과 꽃 향기를 선물해보는 건 어떨까요? 생화와 책. 독특한 조화가 인상적인 수다FAT의 ‘Books & Flowers’입니다

(사진) 메시지 카드

수다 FAT의 ‘Books & Flowers’ 서비스는 매월 주제를 정해 꽃과 도서를 큐레이션 해줍니다. 5월에는 ‘가장 따뜻한 사람’이라는 주제로 <뭉클>이라는 산문집과 카네이션, 장미꽃으로 꾸며진 꽃다발을 배달하는데요. 정성스레 포장된 박스 안에는 이 꽃과 책을 추천한 이유가 적힌 메시지 카드가 담겨 있습니다.

(카드) ‘가장 가까이 있는, 잘 아는 듯한 꽃. 그러나 어쩌면 자세히 본 적 없는 꽃이 장미와 카네이션이 아닐까? 너무 가까이 있어서, 혹은 너무 당연해서 보아주지 못한 꽃. 가장 따뜻한 사람은 이런 존재인지도 모른다. 장미와 카네이션은 가장 따뜻한 사람을 위한 꽃일 것만 같다’

손바닥만한 카드에 적힌 이 문구는 부모님께 표현하고 싶은 죄송한 마음과 감사한 마음을 잘 담아냈습니다.

(사진) 카네이션

여기에 산문집 <뭉클>은 문학계 대모 신경숙 작가가 직접 선정한 국내 문호들의 다양한 이야기가 담겨 있습니다.

수다FAT 이야기

응원이 필요한 이들에게 ‘꽃’을 나누며 함께 행복해지고 싶습니다.

‘수다FAT’은 매달 주제에 맞춰 큐레이션한 꽃과 책이 담긴 박스를 판매합니다. 영세 수공예품 생산자에게 유통 경로를 제공해 경제적 자립 기회를 확대하며, 수익금 일부는 이웃을 위한 꽃나눔 활동에 사용됩니다.

수다FAT 홈페이지 바로가기

<우리 아이 창의력 UP! 안전도 UP! 입에 넣어도 안심하세요!>

(사진) 카우클레이 완성작

입에 넣어도 안 아픈 장난감 카우카우, 친환경 DIY 우유클레이 키트 카우토이

아이 선물은 아이만 좋아해서는 안 됩니다. ‘이 장난감이라면 내 아이를 맡겨도 되겠어’ 같이 부모 또한 만족해야 합니다. 친환경 우유 클레이로 만들어진 ‘카우토이’는 흥미, 재미, 교육, 안전 모든 항목에서 만점을 줘도 아깝지 않은 장난감입니다. 클레이 특유의 자유로운 창작 놀이는 어린 아이부터 청소년, 성인까지 세대를 아우르는 재미를 선사합니다.

(사진)카우토이 박스 / 구성품

카우토이 포장 상자를 열면 8개 클레이 분말 봉지와 깜찍한 동물 몰드, 컬러풀한 가이드북, 퍼즐이 나옵니다. 여기서 드는 궁금함! ‘왜 클레이가 없고 가루만 들어 있지?’ 카우토이는 100% 우유 분말로 제작하는 클레이 장난감으로 여느 클레이와 달리 점토를 직접 만들어보는 과정이 하나 더 추가되어 아이들에게 색다른 재미와 즐거움을 줍니다.

카우카우 이야기

아이들이 더 안전한 환경에서 자랄 수 있도록

‘카우카우’는 아이들의 안전하고 행복한 놀이환경을 위해 우유 DIY 클레이 교육 키트를 제작, 판매하고 있습니다. 더불어 경력단절 여성 및 소외계층을 채용해 일자리를 제공하고 있습니다.

카우카우 홈페이지 바로가기

카우토이 제작방법

(사진) 넓은 볼에 카우토이 분말과 뜨거운 물 200ml를 부어 덩어리가 지지 않도록 잘 놀이고 전자레인지에 돌린다.

(사진) 식초 2큰술을 넣고 덩어리가 생길 때까지 저어준다.

(사진) 거름천에 넣어 물기를 제거한 뒤 점성제를 2~3방울 넣고 반죽하면 우유 클레이 완성!

(사진) 찍기 틀로 찍어 동물을 만들거나 자유롭게 점토 모형을 만들어본다.

이 과정에서 어떤 아이들은 클레이를 입으로 갖고 갈 수 있습니다. 하지만 굳이 ‘지지야~’라며 말리지 않아도 되는데요. 카우토이는 우유분말과 물, 식초로만 만든 100% 식용성분이기 때문입니다. 아이는 조물조물 자유롭게 클레이를 만들며 소근육과 창의력을 키우고, 부모 또한 위생 및 안전 문제를 걱정하지 않아도 되니, 어린이 날 이만한 선물이 없을 듯 합니다.

<패션의 완성은 양말! 친구들에게 선물해 보세요>

부드러운 유기농 면에 독특한 디자인이 일품! 그린블리스 양말 Set

(사진) 양말 / 양말 포장지

소중한 친구들에게 추천하는 선물은 ‘그린블리스 양말 set’입니다. 흔히 패션의 완성은 ‘양말’이라고. 톡톡 튀는 디자인이 특징인 이 양말은 센스 있는 선물이 될 수 있습니다. 하지만 그것보다 더! 선물할 만한 가치가 있는데요.

(사진) 양말

양말을 주문하면 투명 비닐이나 종이 케이스와는 뭔가 다른 재질로 포장된 양말이 배송됩니다. ‘바스락’ 들리는 소리가 유독 경쾌한 이 포장지는 재생지에 콩기름을 인쇄한 재생 용지입니다.

(사진) 양말

포장부터 환경보호를 추구하는 이 양말을 구입하면 일부 금액이 환경구호단체, 동물보호단체에 기부됩니다. 이 양말을 선물 받는 대상은 환경 및 동물 보호에 참여하게 되는 셈이죠.

그린블리스 이야기

자연과 동물에게 좋은 것이 우리에게 좋은 것. 예쁘고 편안하게, 오래 신으세요!

‘그린블리스’는 3년 이상 화학비료를 사용하지 않은 유기농 면을 제품에 사용합니다. 제작 과정에서 환경오염을 최소화하고 디자인을 통해 자연과 동물의 소중함을 이야기하고 있습니다.

그린블리스 홈페이지 바로가기

그린블리스 양말 착용샷

이 양말, 정말 부드럽습니다. 인도와 터키 등지에서 생산된 유기농 면으로 제작되어 피부에 자극적이지 않고 신축성 또한 뛰어납니다. 이 양말은 밴드가 짱짱하고 조이지 않아서 많이 붓지도 않고 신고 있는 내내 편안합니다.

5. The Social Innovators

1장: NSPACE 대표 정수현 - N개의 새로운 공간을 연결하다.

2장: ‘반려견과 함께’ 일하기 좋은 공간이 있을까? 친구들과 하루 신나게 놀 수 있는 ‘저렴한 파티룸’이 있을까? 공간을 대여해주는 곳은 있지만 내 입맛에 딱 맞는 공간을 찾기는 쉽지 않습니다.

사진 설명 : 코워킹스페이스, 파티룸

3장: 그런데 내가 원하는 공간을 쉽고 간단하게 찾을 수 있는 특별한 서비스가 있습니다.

사진 설명 : 스페이스 클라우드 플랫폼

4장 : 라이프공간 플랫폼 Space Cloud

소비자 – (거리, 가격, 목적, 일정, 규모) 매칭 – 공간

바로 ‘스페이스 클라우드’라는 서비스입니다. 사용자 필요에 맞는 공간을 적정 가격으로 제공해 줍니다.

5장 : 공간이 낭비없이 사용되도록 공유한다!

부동산 소유주 ↔ 안정적 수입 / 공간 제공 ↔ NSPACE ↔ 좋은 공간 서비스 / 적정 가격 지불 ↔ 실사용자

이 서비스를 개발한 ‘앤스페이스’는 정수현 대표가 유휴 공간을 통한 사회적 임팩트를 창출하기 위해 설립한 소셜 벤처입니다.

6장 : 창업 전, 청년 창업가를 포함해 2,000명이 넘는 사람들을 교육하며 초기 자본이 부족한 사람들이 창업이나 프로젝트를 준비할 때 공간 임대료나 운영 관리 등 비용이 얼마나 큰 부담이 되는지 알게 됐죠.

사진 설명 : 강연 중인 정수현 대표

7장 : 이러한 문제 해결을 위해 당시(2012년) 전세계적으로 코워킹 오피스들이 생겨나고 있었지만 한국에는 10개 내외가 전부였습니다.

\*코워킹 오피스(Co-working office) : 서로 다른 직종의 사람들이 하나의 공간과 공용 시설을 함께 사용하고 공유하는 개방형 사무공간

사진 설명 : 전세계 코워킹 오피스 현황

8장 : 이에 정수현 대표는 ‘스페이스 노아’라는 그룹과 함께 북창동에 있는 유휴 시설을 공유공간으로 재탄생시킵니다. 청년들은 이용료 부담없이 이 공간을 활용할 수 있었고, 이곳은 1년 만에 1만 명 이상 방문한 명소로 자리잡게 됩니다.

사진 설명 : 북창동 코워킹 오피스

9장 : 이 모델을 바탕으로 정수현 대표는 앤스페이스를 창업했고, 유휴공간 활용을 고민하는 자산가, 법인, 공공기관을 대상으로 공간 기획 및 운영 등 ‘공유공간 플랫폼 운영 및 공간 컨설팅 서비스’를 시작합니다.

사진 설명 : 코워킹 비즈니스

10장 : 여기에서 탄생한 공유공간 플랫폼 스페이스 클라우드([www.SpaceCloud.co.kr](http://www.SpaceCloud.co.kr))는 외부 투자와 협력까지 이어지며 꾸준히 성장하고 있습니다. 공간 이용을 원하는 소비자뿐만 아니라 청년 창업가들이 자유롭게 이용할 공간이 늘어나고 있는 것이죠.

사진 설명 : 스페이스 클라우드 성과(‘14년~17년 누적) – 전국 6,000여 개 / 장소 12,000실 / 공간 공유 30만 명 이용

11장 : 정수현 대표는 “공간 운영자가 청년이면 공간을 이용하는 청년들과 시너지가 일어날 것이라고 생각했습니다.”라고 말합니다. 이에, 서울시와 청년 지원 정책 사업으로 기호기한 공간 ‘무중력 지대’는 청년들이 직접 운영할 수 있도록 매뉴얼을 개발하기도 했습니다.

사진 설명 : 청년 공유 공간 무중력 지대

12장 : 지난 3월에는 행복나눔재단 사회혁신가 네트워킹 플랫폼 ‘Social Innovators Table’에 참여해 1인 가구와 1인 기업들이 소외되지 않고 도심에 머물 수 있는 사회적 부동산 모델을 제안하기도 했습니다.

사진 설명 : Social Innovators Table 4회차 중

13장 : 이처럼 정수현 대표는 공간 이용에 소외되고 있는 사람들을 위해 수많은 공간을 연결하며 공간을 소유하지 않아도 공간을 즐길 수 있는 구조를 만들어나가고 있습니다.

사진 설명 : 앤스페이스 직원 단체 촬영

14장 : 우리가누리는 공간은 다양한 사회자본이 포함되어 있습니다. 그 가치가 소유주는 물론 사용자에게도 분배되는 사회를 만들어가고 싶습니다.

사진 설명 : 정수현 대표

6. Social Talk Talk

**행복얼라이언스 2018 협약식**

국내 최대 사회공헌 연합체 행복얼라이언스가 2018년 사업 추진의 시작을 알리는 업무 협약식을 개최했습니다.

홍보대사로는 대한민국 대표 아티스트 보아(BoA)가 선정되었다고 합니다. 2018년 행복얼라이언스의 활약을 기대해봅니다.

**SUNNY, 사회문제 해결하는 청년 사회혁신가로 우뚝**

SK 대학생 자원봉사단 SUNNY가 단순 자원봉사를 넘어 사회혁신 모델을 개발하는 청년 사회혁신가 양성 프로그램으로 진화하고 있습니다.

그 첫 단추로 지난 3월, 경기도 양평에서 1박 2일 동안 사회혁신을 위한 아이디어를 도출하는 '사회혁신 프로젝트 교육 워크숍'을 진행했습니다.

**대학 캠퍼스 장애 접근성 지도 메이킹 스토리**

Social Innovators Table 컨퍼런스를 통해 발전한 이 프로젝트는 수도권 10개 대학과 SK 대학생 자원봉사단 SUNNY, 소셜벤처 엔젤스윙이 함께 했습니다.

**일자리 정책 박람회장에서 만난 행복나래**

행복나래는 사회적 기업이 판로를 확대하고 건강하게 성장할 수 있도록 지원하는 사회적 기업입니다. 지난 3월 제1회 대한민국 지방정부 일자리 정책 박람회에 참여해 사회적 기업 제품을 전시하고, 방문객들에게 소개했다고 합니다.

**사회적 가치를 담은 손익계산서**

기업이 창출한 사회적 가치가 반영된 재무제표를 아시나요? 바로 ‘더블 바텀 라인(Double Bottom Line, DBL)’입니다.

**행복나눔재단 이야기**

행복나눔재단은 왜 사회적 기업 모델을 개발하고 소셜 이노베이터를 양성하는 걸까요? 지속 가능한 미래를 열어가는 행복나눔재단 이야기입니다.

7. Event

**가정의 달 특별 이벤트**

가족을 위해 헌신하시는 부모님에 대한 따뜻한 에피소드를 소셜 댓글로 공유해주세요

추첨을 통해 ‘수다 FAT’의 5월 Book & Flower 패키지를 선물로 보내드립니다

참여방법

STEP1. 소셜 아이디로 로그인 후, 댓글로 부모님과 함게한 에피소드 공유하면 끝!

STEP2. 팝업창 안내에 따라 연락처 남기고 선물 받자!

기간

2018년 5월 11일까지

상품

수다 FAT의 Book & Flower