



저작자표시-비영리-변경금지 2.0 대한민국

이용자는 아래의 조건을 따르는 경우에 한하여 자유롭게

- 이 저작물을 복제, 배포, 전송, 전시, 공연 및 방송할 수 있습니다.

다음과 같은 조건을 따라야 합니다:



저작자표시. 귀하는 원저작자를 표시하여야 합니다.



비영리. 귀하는 이 저작물을 영리 목적으로 이용할 수 없습니다.



변경금지. 귀하는 이 저작물을 개작, 변형 또는 가공할 수 없습니다.

- 귀하는, 이 저작물의 재이용이나 배포의 경우, 이 저작물에 적용된 이용허락조건을 명확하게 나타내어야 합니다.
- 저작권자로부터 별도의 허가를 받으면 이러한 조건들은 적용되지 않습니다.

저작권법에 따른 이용자의 권리는 위의 내용에 의하여 영향을 받지 않습니다.

이것은 [이용허락규약\(Legal Code\)](#)을 이해하기 쉽게 요약한 것입니다.

[Disclaimer](#)

경제학석사학위논문

사회적 기업에 대한 경제학적 고찰

- 사회후생을 중심으로 -

2015년 8월

서울대학교 대학원
경제학부 경제학 전공
홍 현 우

국문초록

본 논문은 사회적 기업에 대한 경제학적 가정을 바탕으로 사회적 기업이 사회후생에 미치는 효과를 분석한다. 사회적 기업에 대한 경제학적 가정은 다음과 같다. 첫째, 사회적 기업은 이윤과 사회적 가치를 고려하여 의사결정을 한다. 둘째, 사회적 기업은 일자리 제공형과 사회서비스 제공형으로 분류할 수 있고 형태에 따라서 비용함수와 사회적 기업이 인식하는 사회적 가치가 다르다. 독점시장에 영리기업이 진입하는 경우와 사회적 기업이 진입하는 경우의 사회후생을 꾸르노 모형을 이용하여 비교한 결과는 다음과 같다. 첫째, 사회적 기업이 사회적 가치에 대한 가중치를 높게 부여할수록 사회적 기업의 재화 및 서비스 공급량은 증가한다. 둘째, 사회적 기업이 사회후생에 미치는 영향은 일률적으로 판단할 수 없다. 사회적 기업이 사회후생을 높이는 경우가 있음을 확인하였으나 사회적 기업의 형태, 사회적 가치의 크기, 사회적 기업이 사회적 가치에 부여하는 가중치 등에 따라 결과는 달라진다.

주요어 : 사회적 기업, 일자리 제공, 사회서비스 제공, 사회후생

학 번 : 2013-22871

목 차

제1장 서론	1
1.1 사회적 기업의 정의	2
1.1.1 국제적 정의	2
1.1.2 국내적 정의	3
1.2 사회적 기업의 특징	5
1.2.1 긍정적 외부성과 사회적 가치의 차이	5
1.2.2 영리기업, 비영리조직과의 차이	5
1.2.3 공기업과의 차이	6
1.3 기존 문헌과의 관계	6
제2장 일자리 제공형 사회적 기업의 경우	8
2.1 모형의 설정	8
2.2 사회적 가치에 대한 가중치 변화와 일자리 제공형 사회적 기 업의 생산량	11
2.3 일자리 제공형 사회적 기업이 사회후생에 미치는 영향	12
2.3.1 사회후생의 비교	12
2.3.2 사회적 가치에 대한 사회적 기업의 최적 가중치	15
2.3.3 수치 예	16
제3장 사회서비스 제공형 사회적 기업의 경우	19
3.1 모형의 설정	19
3.2 사회적 가치에 대한 가중치 변화와 사회서비스 제공형 사회적 기업의 생산량	22
3.3 사회서비스 제공형 사회적 기업이 사회후생에 미치는 영향	25
3.3.1 사회후생의 비교	25

3.3.2 사회적 가치에 대한 사회적 기업의 최적 가중치	27
3.3.3 수치 예	28
제4장 결론	31
참고문헌	32
Abstract	34

표 목 차

<표 1> 일자리 제공형 사회적 기업에서 $\gamma=0$ 인 경우 각 기업의 생산량 및 이윤, 사회후생	17
<표 2> 일자리 제공형 사회적 기업에서 $\gamma=0.05$ 인 경우 각 기업의 생산량 및 이윤, 사회후생	18
<표 3> 사회서비스 제공형 사회적 기업에서 $\gamma=0$ 인 경우 각 기업의 생산량 및 이윤, 사회후생	29
<표 4> 사회서비스 제공형 사회적 기업에서 $\gamma=0.3$ 인 경우 각 기업의 생산량 및 이윤, 사회후생	30

그 립 목 차

<그림 1> 일자리 제공형 사회적 기업이 사회적 가치에 부여하는 가중치와 사회후생의 관계	18
<그림 2> 사회서비스 제공형 사회적 기업이 사회적 가치에 부여하는 가중치와 사회후생의 관계	30

제1장 서론

지속가능한 개발과 성장(sustainable development and growth)에 대한 관심이 높아지고 있다. 기존의 시장질서 하에서는 무분별한 개발로 인한 환경오염, 선진국과 후진국 간 소득격차 증가, 소득 양극화로 인한 계층 간 불평등 심화 등 다양한 문제가 발생했기 때문이다. 환경친화적인 기술 개발, 배출권 거래제도의 도입 등은 환경문제를 개선하려는 노력이고 다양한 단체가 주도하는 공정무역(Fair Trade)은 후진국의 노동착취 문제를 해결하고 후진국의 소득 및 삶의 수준을 증진시켜서 국가 간 경제적 격차를 완화하려는 시도이다. 소득 양극화로 저소득 계층이 증가하고, 저소득 계층이 기본적인 사회서비스(교육, 보건, 위생 등)조차 누리지 못하는 상황을 해결하기 위해서 정부는 다양한 사회복지정책을 시행하며, 다양한 주체들이 정부 또는 영리기업이 제공하지 못한 사회서비스를 대신하여 제공하고 있다.

시장실패를 해결하려는 노력의 주체는 정부와 비영리단체들이 주를 이루고 있다. 하지만, 정부는 관료주의에서 발생하는 문제들로부터 자유롭지 못하다. 관료들의 복지부동 내지 무사안일주의는 혁신을 저해하고, 정부는 다양한 집단들의 이해관계로부터 자유롭지 못하기 때문에 최적의 정책을 선택하고 실행하는 데 어려움이 있다. 또한, 저성장기조 속에서 재정수입이 감소하면서 증가하는 복지수요를 충족시키기 위한 비용을 감당하지 못하는 상황이다. 비영리단체는 관료주의의 문제에서는 자유롭지만, 운영자금을 조달하는 측면에서 어려움이 있다. 운영자금의 대부분이 민간의 기부 및 정부 지원에 의존하기 때문에 비영리단체의 본래의 목적이 기부자 내지는 정부에 의해서 변질될 수 있다.

사회적 기업(social enterprise)은 사회적 기업가정신을 바탕으로 기존의 영리기업과는 다른 사업모델을 개발하고 이윤을 창출하는 동시에 사회적 가치를 실현한다. 정부와 달리 비효율성의 문제가 발생하지 않고, 비영리단체와 달리 운영자금 조달의 문제로부터 자유롭다. 사회적 기업이 지속가능한 개발 및 성장을 달성하기 위한 방안으로 관심을 받고 있는 이유이다. 사회적 기업

이 이론적으로만 논의되는 것은 아니며 실제로 많은 사회적 기업이 이윤창출에 성공하고 사회 문제를 해결하면서 사회적 가치를 실현하고 있다.¹⁾

사회적 기업에 대한 경제학적 접근이 미비하다는 점에서 단순한 모형을 통한 접근이지만 경제학적인 분석을 시도하고 사회적 기업의 경제학적 의미를 논의한다. 분석을 하기에 앞서 사회적 기업의 정의와 특징을 살펴본다.

1.1 사회적 기업의 정의

사회적 기업의 정의는 국가별로 다양하기 때문에 전세계적으로 통용되는 정의를 찾기 어렵다. 국제사회에서 사용되는 다양한 정의를 먼저 살펴보고 우리나라에서 사용되는 정의는 법령을 중심으로 살펴본다.

1.1.1 국제적 정의

영국의 DTI(2002)²⁾는 이윤극대화를 추구하기 보다는 영리활동을 통해서 얻은 이윤을 사회적 기업이나 지역사회에 재투자하는 기업으로 사회적 목적을 우선적으로 추구하는 기업을 사회적 기업이라고 정의하고 있다.

NESsT³⁾는 비영리기업이 미션을 달성하기 위해서 수익을 창출하는 다양한 기업적 방식 내지는 자체 재원을 조달하는 방법으로 사회적 기업을 이해하고 있다.

EMES⁴⁾는 경제적 측면(economic and entrepreneurial dimension)과 사회적

1) 물건의 재사용과 재순환을 통해서 이윤을 창출하고 공익사업이나 저소득층 지원에 사용하여 환경문제와 사회문제를 해결하는 아름다운가게, 노숙인들을 고용하여 잡지를 판매하게 하고 이윤을 공유하여 노숙인들의 자립을 지원하는 빅이슈, 취약계층을 고용하여 도시락을 생산하고 생산된 도시락의 일부를 취약계층에게 무료로 제공하여 사회문제를 해결하는 행복도시락 등이 그러한 예이다.

2) DTI는 Department of Trade and Industry는 약자로 영국의 통상산업부를 뜻한다.

3) NESsT의 정식명칭은 Nonprofit Enterprise and Self-sustainability Team이고 개발도상국의 사회적 기업을 지원한다(<http://www.nesst.org>).

4) 1996년 사회적 기업 연구를 위해 유럽 각국의 연구자들이 네트워크를 결성하였고 그것이 EMES

측면(social dimension)에서 사회적 기업을 이해한다. 경제적 측면에서 사회적 기업은 지속적으로 재화를 생산하고 서비스를 공급하며 자치의 정도가 높다.⁵⁾ 경제적 위험성의 수준이 높고 유급근로자를 최소한으로 고용한다. 사회적 측면에서 사회적 기업은 공동체를 이롭게 한다는 명백한 목표를 갖고 시민사회에 의해서 만들어진다. 의사결정권한이 자본소유에 의존하지 않으며 사회적 기업의 활동으로부터 영향을 받는 다양한 주체들이 의사결정에 참여한다. 이윤의 배분은 제한된다(Defourny, Hulgård and Pestoff, 2014).

OECD(2006)도 사회적 기업을 정의하는데 필요한 경제적, 사회적 특성을 제시하였고 다음과 같다. 재화나 서비스 생산에 직접적으로 관여한다. 시민에 의해 자발적으로 구성되고 관리되므로 자율성의 수준이 높고 경제적 위험성의 수준이 높다. 유급 근로자의 수를 최소화하며 특정한 가치나 목표의 공유한다. 자본 소득에 의존하지 않는 평등한 의사결정권을 바탕으로 본질적으로 참여적 성향(경제적 활동을 통한 민주성의 강화)이 강하다. 이윤분배가 제한되므로 이윤극대화를 추구하지 않으며 지역사회나 특정집단에게 이익을 주는 것이 목적으로 명시된다.

1.1.2 국내적 정의

한국사회적기업진흥원은 영리기업과 비영리기업의 중간 형태로, 사회적 목적을 우선적으로 추구하면서 재화·서비스의 생산·판매 등 영업활동을 수행하는 기업을 사회적 기업으로 정의한다.⁶⁾

사회적기업 육성법(법률 제11275호) 제2조는 취약계층⁷⁾에게 사회서비스⁸⁾ 또

Research Network이다.

5) 원문에서는 높은 자치의 정도(a high degree of autonomy)에 대해서 다음과 같이 설명한다. "Social enterprises may depend on public subsidies, but they are not managed, be it directly or indirectly, by public authorities or other organizations(federations, private firms, etc.)."(Social Enterprises and the Third Sector, 25-28).

6) <http://www.socialenterprise.or.kr>

7) **사회적기업 육성법 시행령 제2조(취약계층의 구체적 기준)** 「사회적기업 육성법」(이하 "법"이라 한다) 제2조 제2호에 따른 취약계층(이하 "취약계층"이라 한다)은 다음 각 호의 어느 하나에 해당

는 일자리를 제공하거나 지역사회에 공헌함으로써 지역주민의 삶의 질을 높이는 등의 사회적 목적을 추구하면서 재화 및 서비스의 생산·판매 등 영업활동을 하는 기업으로서 고용노동부 장관의 인증을 받은 기관을 사회적 기업으로 정의한다.

사회적기업 육성법 시행령 제9조는 사회적 목적에 따라서 사회적 기업의 유형을 분류한다. 구체적으로 유형을 살펴보면 취약계층에게 사회서비스를 제공하는 것이 주된 목적인 사회서비스 제공형, 취약계층에게 일자리를 제공하

하는 사람으로 한다.

1. 가구 월평균 소득이 전국 가구 월평균 소득의 100분의 60 이하인 사람
 2. 「고용상 연령차별금지 및 고령자고용촉진에 관한 법률」 제2조제1호에 따른 고령자
 3. 「장애인고용촉진 및 직업재활법」 제2조제1호에 따른 장애인
 4. 「성매매알선 등 행위의 처벌에 관한 법률」 제2조제1항제4호에 따른 성매매피해자
 5. 「청년고용촉진 특별법」 제2조제1호에 따른 청년 중 또는 「경력단절여성등의 경제활동 촉진법」 제2조제1호에 따른 경력단절여성등 중 「고용보험법 시행령」 제26조제1항 및 별표 1에 따른 신규고용촉진 장려금의 지급대상이 되는 사람
 6. 「북한이탈주민의 보호 및 정착지원에 관한 법률」 제2조제1호에 따른 북한이탈주민
 7. 「가정폭력방지 및 피해자보호 등에 관한 법률」 제2조제3호에 따른 피해자
 8. 「한부모가족 지원법」 제5조 및 제5조의2에 따른 보호대상자
 9. 「재한외국인 처우 기본법」 제2조제3호에 따른 결혼이민자
 10. 「보호관찰 등에 관한 법률」 제3조제3항에 따른 갱생보호 대상자
 11. 다음 각 목의 어느 하나에 해당하는 사람
 - 가. 「범죄피해자 보호법」 제16조에 따른 구조피해자가 장해를 입은 경우 그 구조피해자 및 그 구조 피해자와 생계를 같이 하는 배우자, 직계혈족 및 형제자매
 - 나. 「범죄피해자 보호법」 제16조에 따른 구조피해자가 사망한 경우 그 구조피해자와 생계를 같이 하던 배우자, 직계혈족 및 형제자매
 12. 그 밖에 1년 이상 장기실업자 등 고용노동부장관이 취업 상황 등을 고려하여 「고용정책 기본법」 제10조에 따른 고용정책심의회(이하 "정책심의회"라 한다)의 심의를 거쳐 취약계층으로 인정한 사람
- 8) **사회적기업 육성법 시행령 제3조(사회서비스의 종류)** 법 제2조제3호에서 "대통령령으로 정하는 분야의 서비스"란 다음 각 호의 어느 하나에 해당하는 서비스를 말한다.
1. 보육 서비스
 2. 예술·관광 및 운동 서비스
 3. 산림 보전 및 관리 서비스
 4. 간병 및 가사 지원 서비스
 5. 문화재 보존 또는 활용 관련 서비스
 6. 청소 등 사업시설 관리 서비스
 7. 「직업안정법」 제2조의2제9호에 따른 고용서비스
 8. 그 밖에 고용노동부장관이 정책심의회 심의를 거쳐 인정하는 서비스

는 것이 주된 목적인 일자리 제공형, 지역사회에 공헌하는 것이 주된 목적인 지역사회 공헌형, 취약계층에게 사회서비스와 일자리를 제공하는 것이 주된 목적인 혼합형이 있다.

1.2 사회적 기업의 특징

사회적 기업은 영리기업은 물론이고 비영리조직 및 공기업과 목적, 운영방식, 정부로부터의 독립성 정도 등 다양한 측면에서 차이가 있다. 사회적 기업이 창출하는 사회적 가치도 긍정적 외부성과는 상이하다.

1.2.1 긍정적 외부성과 사회적 가치의 차이

경제 활동과 관련해서 당사자가 아닌 다른 사람에게 의도하지 않은 효과가 발생하는 경우 외부성(externality)이 발생했다고 한다. 발생효과에 따라서 긍정적 외부성과 부정적 외부성으로, 발생주체에 따라서 생산의 외부성과 소비의 외부성으로 나뉜다.

일자리 제공형 사회적 기업의 경우에는 취약계층을 고용하여 사회적 가치를 달성하므로 생산의 긍정적 외부성과 비교될 수 있다. 사회서비스 제공형 사회적 기업의 경우에는 취약계층이 사회서비스를 이용하면서 사회적 가치가 달성되므로 소비의 긍정적 외부성과 비교될 수 있다.

사회적 가치는 사회적 기업이 의사결정을 함에 있어서 고려하는 요소이지만 긍정적 외부성은 사회적 기업이 의사결정을 함에 있어서 고려하지 않는 요소라는 점에서 차이가 있다. 사회적 기업의 성과함수에는 이윤과 사회적 가치가 포함된다.

1.2.2 영리기업, 비영리조직과의 차이

영리기업(profit-making firm)은 영리활동을 통해서 이윤을 추구하고 이윤은

전적으로 소유자 혹은 주주들에게 귀속된다. 비영리조직(non-profit organization)은 기본적으로 영리활동을 하지 않고, 운영에 필요한 자원을 민간의 기부 내지는 정부의 지원에 의존한다.

사회적 기업은 기본적으로 영리활동을 한다. 운영에 필요한 재원을 사회적 투자자 혹은 정부로부터 지원받기도 하지만 이윤을 창출하고 이윤을 바탕으로 기업을 지속적으로 운영하는 것을 목표로 한다. 이윤의 일부는 소유자 혹은 주주들에게 분배되고 나머지는 사회적 기업의 유지 및 확대를 위한 재투자 등 사회적 목적을 위하여 사용된다. 사회적 기업은 영리기업과 비영리조직의 중간형태 혹은 제3의 형태(hybrid organization)라고 할 수 있다.

1.2.3 공기업과의 차이

공기업(public firm)이 사회적 가치를 실현하는 경우 사회적 기업에 해당하지 문제된다. 공공기관의 운영에 관한 법률은 법률에 의해 설립되거나 정부가 출연한 기관, 정부가 일정 수준 이상의 지분을 가지고 임명권을 행사하는 등 당해 기관의 정책 결정에 사실상 지배력을 행사하는 기관을 공공기관으로 규정하고⁹⁾ 공공기관 중 자체수입액이 총수입액의 일정 부분 이상을 차지하는 기관으로 정부가 지정한 기관을 공기업으로 규정한다.¹⁰⁾

사회적 기업은 민간에 의해서 설립되고 의사결정과정에서 정부로부터 독립성과 자율성이 보장된다는 점에서 공기업과 구분된다.

3. 기존 문헌과의 관계

공기업과 영리기업이 공존하는 시장(mixed duopoly 또는 mixed oligopoly)에 관한 논문에서는 공공기관 또는 정부기관의 성과에 이윤(profit)은 물론이고 사회후생(social welfare)이 포함되는 것으로 본다. 공공기관 또는 정부기

9) 공공기관의 운영에 관한 법률 제4조(공공기관)

10) 공공기관의 운영에 관한 법률 제5조(공공기관의 지정)

관은 이윤과 사회후생에 가중치를 부여하며 성과는 각 항들의 가중평균이다 (Matsumura, 1998; Matsumura and Kande, 2005).¹¹⁾ 공공기관 내지 정부기관은 이윤극대화를 추구하지 않고 성과를 극대화하는 선택을 하기 때문에 영리기업과는 다른 의사결정을 한다. 공공기관의 민영화(privatizaion) 정도가 공공기관이 이윤에 대해서 부여하는 가중치와 양의 상관관계가 있다면, 민영화 시도는 공공기관의 성과함수 형태에 변화를 줌으로써 공공기관의 의사결정을 변화시키고 사회후생을 개선시키려는 정부의 노력으로 이해할 수 있다 (Matsumura, 1998).

취약계층이 일자리를 얻거나 서비스를 제공받는 경우 사회적 가치가 발생한다. 사회적 가치는 취약계층이 누리는 후생과 관련되고, 사회후생은 취약계층을 포함한 모든 경제주체가 누리는 후생과 관련되므로 사회적 가치와 사회후생은 동일한 개념이라고 볼 수 없다. 따라서, 공공기관과는 다른 사회적 기업만의 성과함수를 상정하는 것이 필요하다. 사회적 기업의 성과함수에 이윤과 사회적 가치가 포함되는 것으로 가정하면 사회적 기업이 사회후생에 미치는 영향은 민영화된 공공기관과는 다를 것이다.

본 논문에서는 사회적 기업이 사회적 가치에 부여하는 가중치가 다를 수 있음을 고려하여 가중치 변화에 따른 사회적 기업의 선택과 그로 인한 사회후생의 변화를 살펴본다. 제2장에서는 일자리 제공형 사회적 기업의 경우를 살펴보고 제3장에서는 사회서비스 제공형 사회적 기업의 경우를 살펴본다. 제4장에서는 제2장과 제3장의 결과를 바탕으로 사회적 기업이 갖는 경제학적 의미를 논의한다.

11) $U_{PF} = aW + (1-a)\Pi_{PF}$ 형태의 성과함수를 가정한다. W 는 사회후생(소비자잉여와 생산자잉여의 합), a 는 사회후생에 대한 가중치, Π_{PF} 는 공기업의 이윤을 의미한다.

제2장 일자리 제공형 사회적 기업의 경우

일자리 제공형 사회적 기업은 취약계층은 물론이고 유급근로자, 무급근로자(자원봉사자)를 모두 고용하는 경우가 일반적이지만, 본 논문에서는 취약계층만을 고용하는 경우를 분석한다.

2.1 모형의 설정

시장의 수요함수 $p = p(X)$ 는 우하향하고 이계미분이 가능(twice differentiable)한 일반적인 형태를 가정한다.

일자리 제공형 사회적 기업은 실업상태에 있는 취약계층을 고용한다. 취약계층은 불리한 신체적 조건, 기술의 숙련도 부족 등 다양한 이유로 실업상태에 있었다는 점을 고려하면 사회적 기업에 고용된 노동자들의 생산성은 영리기업의 노동자들보다 낮다고 할 수 있다. 따라서, 한계생산비용은 사회적 기업이 영리기업보다 크다고 가정한다.

사회적 기업이 취약계층 중 장애인을 고용하는 경우에는 장애인을 위한 시설(휠체어가 이동 가능한 통로 및 엘리베이터 등)을 따로 설치하는 것이 필요하므로 영리기업보다 더 많은 고정비용을 부담해야 한다. 반면에 사회적 기업이 취약계층 중 저소득 계층에 속하는 사람, 결혼이민자, 경력단절여성, 청년고용촉진 특별법에 의한 청년 등을 고용하는 경우에는 영리기업에 비해서 추가로 고정비용이 들지 않는다. 따라서, 사회적 기업의 고정비용은 영리기업의 고정비용보다 크거나 같다고 가정한다.

영리기업들 간의 동질성을 가정하면 영리기업의 비용함수는 다음과 같다.

$$C_{P,i}(x) = C_P(x) = c_P(x) + F_P, \quad i \in \{0, 1, 2, \dots, n\}, \quad n \text{은 영리기업의 수}$$

$c_P(x)$ 는 영리기업의 가변비용함수, F_P 는 영리기업의 고정비용

사회적 기업들 간의 동질성을 가정하면 사회적 기업의 비용함수는 다음과 같다.

$$C_{S,j}(x) = C_S(x) = c_S(x) + F_S, \quad j \in \{1, 2, \dots, m\}, \quad m \text{은 영리기업의 수}$$

$c_S(x)$ 는 사회적 기업의 가변비용함수, F_S 는 사회적 기업의 고정비용

영리기업과 사회적 기업의 비용에 대한 가정으로부터 $c_S'(x) > c_P'(x) > 0$, $F_S \geq F_P$ 가 성립한다.

영리기업과 사회적 기업이 생산하는 생산물은 전략적 대체재(strategic substitute)라고 가정한다. $x_{P,i}$ 는 i 번째 영리기업의 생산량, $x_{S,j}$ 는 j 번째 사회적 기업의 생산량, $R_{P,i}$ 는 i 번째 영리기업의 반응곡선(reaction curve), $R_{S,j}$ 는 j 번째 사회적 기업의 반응곡선이라고 하면 다음과 같다.

$$R_{P,i} = \frac{dx_{P,i}}{dX_{-P,i}} < 0, \quad R_{S,j} = \frac{dx_{S,j}}{dX_{-S,j}} < 0$$

$$\text{단, } X = \sum_{i=1}^n x_{P,i} + \sum_{j=1}^m x_{S,j}, \quad X_{-P,i} = X - x_{P,i}, \quad X_{-S,j} = X - x_{S,j}$$

일자리 제공형 사회적 기업이 1차적으로 인식하는 사회적 가치는 일반 노동자가 아닌 취약계층을 고용함으로써 추가적으로 발생하는 노동에 대한 비용으로 이해할 수 있다. 사회적 기업이 동일한 생산량을 달성하기 위해 추가적으로 비용을 지불하는 것은 취약계층의 고용을 통해 창출되는 사회적 가치가 추가적으로 소요되는 비용과 최소한 동일한 것으로 인식하기 때문이다. 즉, 사회적 기업이 1차적으로 인식하는 사회적 가치는 동일한 생산량을 달성하는데 소요되는 영리기업의 가변비용과 사회적 기업의 가변비용의 차이와 같다.

일자리 제공형 사회적 기업이 2차적으로 인식하는 사회적 가치는 학습효과(learning by doing)를 통한 취약계층의 생산성 증가, 소득증가를 바탕으로 한 취약계층의 건강상태 개선 및 교육기회 증가, 실업상태인 취약계층에게

제공하던 정부 지원금 규모의 감소 등을 생각할 수 있다. 하지만, 사회적 기업이 2차적으로 인식하는 사회적 가치의 크기는 정확한 측정이 어렵다. 따라서 사회적 기업이 2차적으로 인식하는 사회적 가치의 크기를 반영하는 변수 γ 를 도입하여 사회적 기업이 창출하는 사회적 가치(social value)를 다음과 같이 표시한다.

$$SV(x) = (1 + \gamma)[c_S(x) - c_P(x)] \quad \text{단, } \gamma \geq 0^{12)}$$

영리기업의 성과함수($\Pi_{P,i}$)는 다음과 같다.

$$\Pi_{P,i} = p(X)x_{P,i} - C_P(x_{P,i})$$

사회적 기업의 성과함수($U_{S,j}$)는 다음과 같다.

$$U_{S,j} = (1 - \alpha)\Pi_{S,j} + \alpha SV(x_{S,j})$$

단, α 는 사회적 가치에 대한 가중치이고 $0 < \alpha < 1^{13)}$

사회후생함수($SW_{P,S(\alpha)}$)는 다음과 같다.

$$SW_{P,S(\alpha)} = \int_0^X p(x)dx - \sum_{i=1}^n C_P(x_{P,i}) - \sum_{j=1}^m C_S(x_{S,j}) + \sum_{j=1}^m SV(x_{S,j})$$

영리기업 및 사회적 기업의 성과극대화 조건(the first-order condition)과 관련된 조건(the second-order condition)은 만족된다고 가정한다.

- 12) $\gamma = 0$ 인 경우, 사회적 기업이 성과함수에 사회적 가치를 가장 보수적으로 반영하는 것이다. 사회적 기업이 2차적으로 인식하는 사회적 가치는 측정이 어렵기 때문에 사회적 기업이 의사결정을 함에 있어서 1차적으로 인식가능하고 직접 측정이 가능한 것만을 사회적 가치로 고려한 것이다.
- 13) 사회적 기업이 사회적 가치에 부여하는 가중치가 사회적 기업마다 다르다면 α_j 로 표시해야 한다. 하지만 본 논문에서는 논의의 단순화를 위해서 모든 사회적 기업이 사회적 가치에 대해서 동일한 가중치를 갖는다고 가정하고 α 로 표시한다.

2.2 사회적 가치에 대한 가중치 변화와 일자리 제공형 사회적 기업의 생산량

동일한 사회적 가치를 창출하는 데 동일한 비용이 드는 사회적 기업 간에도 사회적 가치에 대해 부여하는 가중치(α)는 다를 수 있다. 사회적 기업의 의사결정에 참여하는 관련자들의 성향이 가중치에 반영되기 때문이다. 사회적 가치에 부여하는 가중치에 따라 사회적 기업의 생산량은 달라지고 다음의 관계를 확인할 수 있다.

(정리 1) 사회적 기업이 사회적 가치에 대한 가중치(α)를 높게 부여할수록 사회적 기업이 공급하는 양은 증가하고 영리기업이 공급하는 양은 감소한다

$$\left(\frac{dx_S}{d\alpha} > 0, \frac{dx_P}{d\alpha} < 0 \right).$$

(증명)

영리기업의 성과극대화 조건은 식 (a)이고 사회적 기업의 성과극대화 조건은 식 (b)이다.

$$p'x_{P,i} + p - c_P'(x_{P,i}) = 0 \quad (a)$$

$$(1 - \alpha)[p'x_{S,j} + p - c_S'(x_{S,j})] + \alpha SV'(x_{S,j}) = 0 \quad (b)$$

동질성 가정으로부터 균형에서는 다음이 성립한다.

$$x_{P,1} = x_{P,2} = \dots = x_{P,n} = x_P, \quad x_{S,1} = x_{S,2} = \dots = x_{S,m} = x_S$$

$X = nx_P + mx_S$ 를 식 (a), (b)에 대입하고 식 (a), (b)를 전미분해서 정리하면, 다음과 같다.

$$[np''x_P + (n+1)p' - c_P''(x_P)]dx_P + [m(p''x_P + p')]dx_S = 0 \quad (c)$$

$$[n(p''x_S + p')]dx_P + \left[mp''x_S + (m+1)p' - c_S''(x_S) + \frac{\alpha}{1-\alpha} SV''(x_S) \right]dx_S$$

$$+ \frac{1}{(1-\alpha)^2} SV'(x_S)d\alpha = 0 \quad (d)$$

$$A = np''x_P + (n+1)p' - c_P''(x_P), \quad B = m(p''x_P + p'), \quad D = n(p''x_S + p'),$$

$E = mp''x_S + (m+1)p' - c_S''(x_S) + \frac{\alpha}{1-\alpha}SV'''(x_S)$ 라고 하면, 전략적 대체재 가정으로부터 $p''x_P + p' < 0$, $p''x_S + p' < 0$ 이 성립하고 성과극대화의 이계조건이 만족되므로 $A < 0$, $B < 0$, $D < 0$, $E < 0$ 이다.

식 (c), (d)를 연립하여 정리하면 다음과 같다.

$$\frac{dx_P}{d\alpha} = -\frac{B}{BD-AE} \frac{SV'(x_S)}{(1-\alpha)^2}, \quad \frac{dx_S}{d\alpha} = \frac{A}{BD-AE} \frac{SV'(x_S)}{(1-\alpha)^2}$$

$c_S'(x) > c_P'(x)$ 이므로 $SV'(x_S) > 0$ 이고, $|BD| < |AE|$ 이므로 $BD - AE < 0$ 이

성립한다. 따라서, $\frac{dx_S}{d\alpha} > 0$, $\frac{dx_P}{d\alpha} < 0$ 성립한다. \square

사회적 가치는 사회적 기업의 고용을 통해서 실현되므로 사회적 가치를 증가시키기 위해서는 고용을 증가시켜 생산량을 증가시켜야 한다. 사회적 기업이 사회적 가치에 부여하는 가중치가 클수록 사회적 가치로부터 얻게 되는 성과가 크기 때문에 사회적 기업은 이윤이 감소하더라도 생산량을 증가시켜서 성과를 극대화하는 선택을 한다. 정리 1은 사회적 기업의 성과함수가 갖는 특성으로 인해 사회적 기업이 사회적 가치에 대해 부여하는 가중치가 변화하는 경우 사회적 기업은 물론이고 영리기업의 의사결정이 변하는 것을 설명한다.

2.3 일자리 제공형 사회적 기업이 사회후생에 미치는 영향

분석의 단순화를 위해서 독점기업이 존재하는 시장에 영리기업 또는 사회적 기업이 진입하는 경우의 사회후생을 비교한다.

2.3.1 사회후생의 비교

독점시장에 영리기업이 진입한 경우, 영리기업은 2개 존재하고 사회적 기업은 존재하지 않으므로 $n=2$, $m=0$ 인 경우이다. 균형에서 영리기업의 생산량,

사회후생을 각각 x_D , SW_D 라고 하면 다음이 성립한다.

$$p'(2x_D)x_D + p(2x_D) - c_P'(x_D) = 0$$

$$SW_D = \int_0^{2x_D} p(x)dx - 2C_P(x_D)$$

독점시장에 사회적 기업이 진입한 경우, 영리기업과 사회적 기업이 1개씩 존재하므로 $n = m = 1$ 인 경우이다. 균형에서 영리기업의 생산량, 사회적 기업의 생산량, 사회후생을 각각 x_P , x_S , $SW_{P,S(\alpha)}$ 라고 하면 다음이 성립한다.

$$p'(x_P + x_S)x_P + p(x_P + x_S) - c_P'(x_P) = 0$$

$$p'(x_P + x_S)x_S + p(x_P + x_S) + \frac{2\alpha + \alpha\gamma - 1}{1 - \alpha}c_S'(x_S) - \frac{\alpha(1 + \gamma)}{1 - \alpha}c_P'(x_S) = 0$$

$$\begin{aligned} SW_{P,S(\alpha)} &= \int_0^{x_P + x_S} p(x)dx - C_P(x_P) - C_S(x_S) + SV(x_S) \\ &= \int_0^{x_P + x_S} p(x)dx - c_P(x_P) - (1 + \gamma)c_P(x_S) + \gamma c_S(x_S) - (F_P + F_S) \end{aligned}$$

SW_D 와 $SW_{P,S(\alpha)}$ 를 비교하여 사회적 기업이 사회후생에 미치는 영향을 살펴볼 수 있다. SW_D 가 크다면, 사회적 기업의 진입이 영리기업의 진입보다 사회후생 측면에서 바람직하지 못한 것이다. $SW_{P,S(\alpha)}$ 가 크다면 사회적 기업의 진입이 사회후생 측면에서 바람직한 것이다.

(정리 2) 영리기업의 고정비용과 사회적 기업의 고정비용이 같은 경우 ($F_P = F_S$), γ 의 값과 무관하게 사회적 기업이 진입하는 것이 영리기업이 진입하는 것보다 사회후생측면에서 바람직한 경우가 반드시 존재한다. 영리기업의 고정비용보다 사회적 기업의 고정비용이 큰 경우 ($F_P < F_S$), 사회적 기업이 진입하는 것이 영리기업이 진입하는 것보다 사회후생측면에서 바람직한 경우가 존재하는지는 γ 의 값에 따라 결정된다.

(증명)

$\alpha = \alpha_1 = \frac{1}{2+\gamma}$ 를 대입하면, $x_D = x_P = x_S$ 가 성립하므로

$SW_{P,S(\alpha_1)} - SW_D = \gamma[c_S(x_D) - c_P(x_D)] - (F_S - F_P)$ 이다.

고정비용의 차이가 존재하지 않는 경우, 즉, $F_P = F_S$ 인 경우, $SW_{P,S(\alpha_1)} - SW_D = \gamma[c_S(x_D) - c_P(x_D)]$ 이다.

$\gamma > 0$ 인 경우, $SW_{P,S(\alpha_1)} - SW_D > 0$ 이므로 사회적 기업이 진입하는 경우가 영리기업이 진입하는 경우보다 사회후생측면에서 바람직하다.

$\gamma = 0$ 인 경우 $SW_{P,S(\alpha_1)} - SW_D = 0$ 이다. $\frac{dx_S}{d\alpha} > 0$, $\frac{dx_P}{d\alpha} < 0$, $\left| \frac{dx_S}{d\alpha} \right| > \left| \frac{dx_P}{d\alpha} \right|$ 에서

$$\begin{aligned} \frac{d(SW_{P,S(\alpha)} - SW_D)}{d\alpha} \Big|_{\alpha = \alpha_1} &= \frac{dx_P}{d\alpha} [p - c_P'(x_P)] + \frac{dx_S}{d\alpha} [p - (1 + \gamma)c_P'(x_S) + \gamma c_S'(x_S)] \\ &= \frac{dx_P}{d\alpha} (p - c_P'(x_D)) + \frac{dx_S}{d\alpha} [p - c_P'(x_D) + \gamma(c_S'(x_D) - c_P'(x_D))] \\ &= \left(\frac{dx_P}{d\alpha} + \frac{dx_S}{d\alpha} \right) (-p'x_D) + \frac{dx_S}{d\alpha} \gamma [c_S'(x_D) - c_P'(x_D)] > 0 \text{ 이 성립한다. } \quad \text{즉,} \end{aligned}$$

$\alpha_1 = \frac{1}{2+\gamma}$ 에서 $SW_{P,S(\alpha_1)} - SW_D$ 의 도함수 값이 양이다. 따라서, 사회적 기업이 진입한 경우가 영리기업이 진입한 경우보다 사회후생측면에서 바람직한 α 값이 반드시 존재하고 $\frac{1}{2+\gamma}$ 보다 크다.

고정비용의 차이가 존재하는 경우, 즉, $F_P < F_S$ 인 경우, $SW_{P,S(\alpha_1)} - SW_D = \gamma[c_S(x_D) - c_P(x_D)] - (F_S - F_P)$ 이다. 고정비용의 차이와 비교하여 γ 의 값이 충분히 크다면, 사회적 기업이 진입한 경우가 영리기업이 진입한 경우보다 사회후생측면에서 바람직한 α 가 존재한다. γ 의 값이 충분히 크지 못하면, $\alpha_1 = \frac{1}{2+\gamma}$ 에서 $SW_{P,S(\alpha_1)} - SW_D$ 의 도함수 값이 양일지라도 사회적 기업의 진입으로 사회후생이 증가하는 경우가 반드시 존재한다고 할 수 없다. \square

사회적 기업이 진입하는 경우 사회후생이 증가하는지를 살펴보기 위해서는

영리기업과 사회적 기업의 한계비용 및 고정비용의 차이, 사회적 가치의 크기, 사회적 기업이 사회적 가치에 대해 부여하는 가중치 등을 고려해야 한다는 것을 정리 2는 보여준다. 고정비용의 차이가 존재하지 않는 경우에는 사회후생이 증가하는 경우가 반드시 존재하지만, 고정비용의 차이가 존재하는 경우에는 고정비용의 차이가 얼마나 큰 지에 따라서 사회후생이 증가여부가 달라진다.

사회적 기업의 진입으로 사회후생이 감소하는 경우일지라도 다기간 모형으로 확장하면 사회후생이 증가하는 경우가 있을 수 있다. 고정비용이 1기에만 소요되고 2기 이후에는 소요되지 않는다면 고정비용의 차이로 인한 후생감소 ($F_S - F_P$)가 2기 이후에는 사라지고 $\gamma \neq 0$ 인 경우 $\gamma[c_S(x_D) - c_P(x_D)]$ 만큼 사회후생이 증가하기 때문이다.

2.3.2 사회적 가치에 대한 사회적 기업의 최적 가중치

사회적 기업마다 사회적 가치에 부여하는 가중치가 다르다. 사회후생을 극대화시키는 가중치(α^*)가 존재하는지 혹은 가중치가 클수록 사회후생이 증가하는지 살펴본다.

사회적 기업이 사회적 가치에 대한 가중치를 높게 부여할수록 사회후생이 계속 증가하는 것은 아니다. 사회적 기업의 이윤과 사회적 가치는 사회후생 함수에서 동일한 가중치가 적용되므로 사회적 기업의 선택으로 사회후생이 감소하는 경우가 발생한다.

일자리 제공형 사회적 기업이 사회적 가치에 큰 가중치를 부여할수록, 사회적 가치를 증가시키기 위해서 생산량을 증가시킨다. 사회적 기업의 생산량 증가는 영리기업의 생산량 감소로 이어진다. 사회적 기업의 생산량 증가폭이 영리기업의 생산량 감소폭보다 크기 때문에 총생산량은 증가하고¹⁴⁾ 시장가격이 하락하여 소비자 잉여와 생산자 수입의 합은 증가한다. 비용측면에서 열위에 있는 사회적 기업의 생산량이 증가하고 영리기업의 생산량은 감소하므

14) 정리 2의 증명 참고

로 총비용은 증가한다. 사회적 가치에 부여하는 가중치가 일정 수준이상이 되면 소비자 잉여와 총수입의 합의 증가보다 총비용의 증가가 큰 상황이 발생하고 사회적 가치를 감안하더라도 사회후생이 감소하게 된다. 따라서, 사회적 가치에 대한 가중치가 증가할수록 사회후생이 증가하는 것이 아니고 사회후생을 극대화시키는 가중치가 존재한다.

사회적 기업이 진입한 경우, 사회후생을 극대화하는 사회적 가치에 대한 가중치를 α^* 라고 하면 $\alpha^* = \arg \max SW_{P,S(\alpha)}$ 이다.

2.3.3 수치 예

수요함수와 비용함수에 간단한 수치를 도입하고 그 결과를 살펴봄으로써 2.3.1과 2.3.2에서 논의한 내용들을 구체적으로 확인하고 그 의미를 파악할 수 있다.

수요함수가 $p = -X + 100$, 영리기업의 비용함수가 $C_p(x) = x^2$, 사회적 기업의 비용함수가 $C_s(x) = 2x^2 + 50$ 인 경우를 가정하면, 영리기업만 존재하는 복점시장에서 각 영리기업의 생산량은 20, 총생산량은 40, 사회후생은 2400이 된다. 사회적 기업이 존재하는 복점시장의 사회후생을 γ 값에 따라 나누어 살펴본다.

1) $\gamma = 0$ 인 경우

<표 1>¹⁵⁾에서 사회적 가치에 대한 가중치가 증가할수록 영리기업의 생산량은 감소하고 사회적 기업의 생산량은 증가하며 총생산량은 증가한다.

사회적 가치에 대한 가중치가 0.5인 경우($\alpha = 0.5$), 사회후생은 2350으로 영리기업이 진입한 경우에 비해서 50만큼 감소한다. 50은 고정비용의 차이와 동일하다.

고정비용의 차이에 비해서 γ 의 값이 작기 때문에 사회적 기업이 사회적 가치에 부여하는 가중치와는 무관하게 영리기업만 존재하는 복점시장에 비해서

15) <표 1>, <표 2>, <표 3>의 수치들은 소수점 셋째자리에서 반올림을 한 값들이다.

사회후생이 감소하다.

고정비용의 차이가 존재하지 않는다면 $\alpha = 0.55$ 인 경우, 사회후생이 2430.62가 되므로 사회적 기업이 존재하는 복점시장의 경우가 사회후생측면에서 바람직하다고 할 수 있다.

<표 1> 일자리 제공형 사회적 기업에서 $\gamma = 0$ 인 경우 각 기업의 생산량 및 이윤, 사회후생

α	x_P	x_S	$SW_{P,S(\alpha)}$	Π_P	Π_S
0.45	20.44	18.23	2319.28	835.75	403.28
0.5	20	20	2350	800	350
0.55	19.33	22.69	2380.62	747.12	236.00
0.6	18.18	27.27	2388.02	661.16	-50.00
0.65	15.79	36.84	2221.47	498.62	-1019.53

2) $\gamma = 0.05$ 인 경우

<표 2>에서 사회적 가치에 대한 가중치가 증가할수록 영리기업의 생산량은 감소하고 사회적 기업의 생산량은 증가하며 총생산량은 증가한다.

사회적 가치에 대한 가중치가 0.55인 경우($\alpha = 0.55$), 사회후생은 2414.12로 영리기업이 진입한 경우에 비해서 14만큼 증가한다. 사회적 기업은 양의 이윤(190.54)을 얻고 있으므로 지속가능성이 있다.

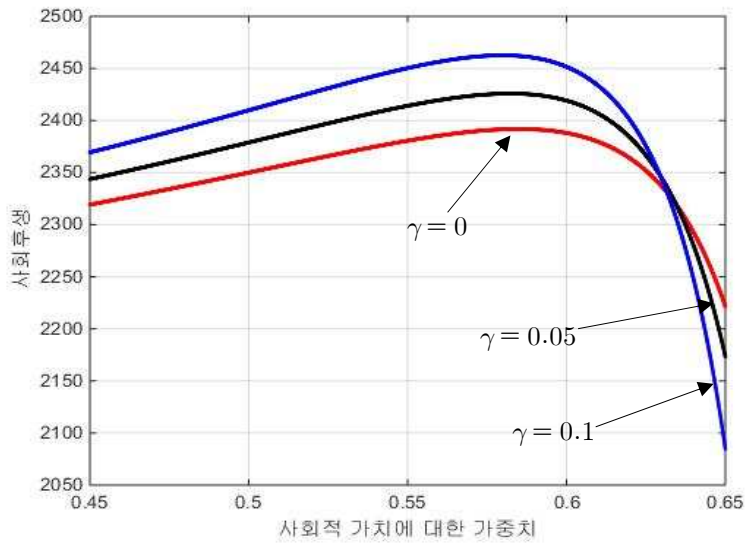
사회적 가치에 대한 가중치가 0.6인 경우($\alpha = 0.6$), 사회후생은 2419.14로 가중치가 0.55인 경우보다도 사회후생이 증가한다. 하지만, 사회적 기업은 음의 이윤(-174.82)을 얻고 있으므로 지속가능성이 없다. 정부가 사회적 기업의 손실을 지원해준다면 사회적 기업은 지속가능해진다. 정부의 지원과정에서 자중손실이 발생하더라도 그 크기가 사회후생의 증가분보다 작다면, 정부의 사회적 기업 지원은 사회후생측면에서 정당화될 수 있다.

고정비용의 차이에 비해서 γ 의 값이 충분히 크기 때문에 사회적 기업이 사회적 가치에 부여하는 가중치의 크기에 따라서 사회후생이 증가하는 결과가 나타나는 것으로 이해할 수 있다.

<표 2> 일자리 제공형 사회적 기업에서 $\gamma=0.05$ 인 경우 각 기업의 생산량 및 이윤, 사회후생

α	x_P	x_S	$SW_{P,S(\alpha)}$	Π_P	Π_S
0.45	20.35	18.60	2343.71	828.20	393.56
0.5	19.86	20.55	2378.93	789.08	330.00
0.55	19.11	23.56	2414.12	730.38	190.54
0.6	17.79	28.85	2419.14	632.86	-174.82
0.65	14.86	40.54	2173.34	441.93	-1529.18

<그림 1> 일자리 제공형 사회적 기업이 사회적 가치에 부여하는 가중치와 사회후생의 관계



<그림 1>은 γ 의 값이 0, 0.05, 0.1인 경우 사회적 기업의 사회적 가치에 대한 가중치와 사회후생의 관계를 나타낸다. γ 값이 커질수록, 즉, 사회적 기업이 생산하는 사회적 가치가 클수록 사회적 가치에 대한 최적의 가중치에서 사회후생이 증가하는 크기가 커짐을 알 수 있다.

제3장 사회서비스 제공형 사회적 기업의 경우

사회서비스 제공형 사회적 기업은 취약계층에게 사회서비스를 시장가격(또는 한계비용)보다 낮은 가격으로 제공하거나 무상으로 제공하는 경우가 일반적이지만 본 논문에서는 취약계층에게 무상으로 제공하는 경우를 분석한다.¹⁶⁾

3.1 모형의 설정

소비자의 효용함수를 다음과 같은 형태의 준선형(quasi-linear)함수로 가정한다.¹⁷⁾

$$u(x, y, M) = u(x)u(y) + M = u(x)(y + \theta) + M$$

단, x 는 분석의 대상이 되는 서비스, y 는 생활을 영위하는데 있어서 우선적으로 소비할 것이 요구되는 재화의 집합으로 $y \in \{0, 1\}$, M 은 화폐, $\theta > 0$ ¹⁸⁾

x 에 대한 효용함수는 한계효용이 체감하고 이계미분이 가능한 일반적인 형태로 가정한다. 재화 y 를 소비한 후, 서비스 x 를 소비할 수 있는 집단, 즉, $y = 1$ 인 집단을 경제력이 있는 집단으로 가정하고 H -type으로 표시하면 H -type의 수요함수는 다음과 같다.

16) 사회적 기업이 사회서비스를 한계비용보다 낮은 가격에 유상으로 제공하는 경우에도 무상으로 제공하는 경우와 비슷한 결과가 나온다. 다만, 무상으로 제공하는 경우에 비해서 유상으로 제공하는 경우의 사회적 가치가 작기 때문에 사회적 기업이 취약계층에게 제공하는 사회서비스의 양이 작아진다.

17) 효용함수의 형태를 가정함으로써 소득에 따른 지불의사의 차이가 성립하는 것을 설명할 수 있다. 주어진 효용함수 형태에서는 $p_H(x) = u'(x)(1 + \theta) > p_L(x) = u'(x)\theta$ 성립하므로 H -type 소비자의 지불의사가 L -type 소비자의 지불의사보다 크다.

18) 기본적인 의식주(재화 y)에 대한 욕구를 충족한 사람이 그렇지 않은 사람에 비해서 보건, 교육 등(서비스 x)에 대해 더 많은 비용을 지불할 의사가 있는 경우를 생각할 수 있다.

$$p = p_H(X), p_H'(X) < 0$$

재화 y 를 소비하지 못하고 서비스 x 만 소비할 수 있는 집단, 즉, $y=0$ 인 집단을 경제력이 없는 집단으로 가정하고 L -type으로 표시하면 L -type의 수요함수는 다음과 같다.

$$p = p_L(X), p_L'(X) < 0$$

사회서비스 제공형 사회적 기업의 경우, 영리기업과 비교하여 비용측면의 열위가 있을 이유가 없다. 사회적 기업도 생산을 함에 있어서 가장 효율적인 방식을 택할 것이기 때문이다. 사회적 기업은 취약계층에게 무상으로 제공한다는 점이 영리기업과는 다른 점이다. 영리기업들과 사회적 기업들 간의 동질성을 가정한다. 영리기업의 비용함수는 다음과 같다.

$$C_{P,i}(x) = C_P(x) = C(x), i \in \{1, 2, \dots, n\}, n \text{은 영리기업의 수}$$

단, $C'(x) > 0, C''(x) > 0$

사회적 기업의 비용함수는 다음과 같다.

$$C_{S,j}(x) = C_S(x) = C(x), j \in \{1, 2, \dots, m\}, m \text{은 사회적 기업의 수}$$

균형에서 영리기업의 생산량을 x_p^* 라고 하면, $C'(x_p^*) > p_L(0) = u'(0)\theta$ 이 성립한다고 가정한다. 균형에서의 한계비용이 L -type 소비자의 지불의사보다 크다면 영리기업은 L -type 소비자에게 서비스를 공급하지 않는다. L -type 소비자에게 공급하기 위해서는 한계비용 이하의 가격으로 공급해야 하고 이윤이 감소하기 때문이다. 따라서, 사회적 기업만이 L -type 소비자에게 서비스를 공급하기 위한 조건으로 해석할 수 있다.

$x_{HP,i}$ 는 H -type이 소비하는 i 번째 영리기업의 서비스 생산량이다. $x_{HS,j}$ 와

$x_{LS,j}$ 은 각각 H -type 과 L -type 이 소비하는 j 번째 사회적 기업의 서비스 생산량이다.

영리기업과 사회적 기업이 생산하는 생산물은 전략적 대체재라고 가정한다. $R_{HP,i}$ 와 $R_{HS,j}$ 를 각각 H -type 시장에서의 영리기업과 사회적 기업의 반응곡선이라고 하면 다음과 같다.

$$R_{HP,i} = \frac{dx_{HP,i}}{dX_{H-HP,i}} < 0, \quad R_{HS,j} = \frac{dx_{HS,j}}{dX_{H-HS,j}} < 0$$

$$\text{단, } X_H = \sum_{i=1}^n x_{HP,i} + \sum_{j=1}^m x_{HS,j}, \quad X_{H-HP,i} = X_H - x_{HP,i}, \quad X_{H-HS,j} = X_H - x_{HS,j}$$

사회서비스 제공형 사회적 기업이 1차적으로 인식하는 사회적 가치는 사회적 기업이 취약계층에게 서비스를 제공함으로써 취약계층이 얻게 되는 소비자 잉여로 이해할 수 있다. 사회적 기업이 없었다면 취약계층은 누릴 수 없었던 서비스를 향유하는 것이기 때문이다. 따라서, L -type 의 소비자 잉여가 사회적 기업이 1차적으로 창출하는 사회적 가치이다.

사회서비스 제공형 사회적 기업이 2차적으로 인식하는 사회적 가치는 다음과 같다. 보건 및 의료서비스 제공을 통한 취약계층의 건강상태 개선 및 생산성의 향상, 교육서비스 제공을 통한 생산성 향상, 정부가 제공하던 사회서비스를 사회적 기업이 대신 제공하면서 발생하는 정부의 지출 절감 등이 2차적으로 인식가능한 사회적 가치이다. 하지만, 일자리 제공형 사회적 기업 모형에서 살펴본 것처럼 사회적 기업이 2차적으로 인식하는 사회적 가치의 크기는 정확한 측정이 어렵다. 따라서 사회적 기업이 2차적으로 인식하는 사회적 가치의 크기를 반영하는 변수 γ 를 도입하여 사회적 기업이 창출하는 사회적 가치를 다음과 같이 표시한다.

$$SV(X_L) = (1 + \gamma) \int_0^{X_L} p_L(x) dx \quad (\text{단, } X_L = \sum_{j=1}^m x_{LS,j}) \quad \text{단, } \gamma \geq 0$$

영리기업의 성과함수($\Pi_{P,i}$)는 다음과 같다.

$$\Pi_{P,i} = p_H(X_H)x_{HP,i} - C(x_{HP,i})$$

사회적 기업의 성과함수($U_{S,j}$)는 다음과 같다.

$$U_{S,j} = (1 - \alpha)\Pi_{S,j} + \alpha SV(X_L)$$

단, α 는 사회적 가치에 대한 가중치, $0 < \alpha < 1$ ¹⁹⁾

사회후생함수는 다음과 같다.

$$SW_{P,S(\alpha)} = \int_0^{X_H} p_H(x)dx - \sum_{i=1}^n C(x_{HP,i}) - \sum_{j=1}^m C(x_{HS,j} + x_{LS,j}) + (1 + \gamma) \int_0^{X_L} p_L(x)dx$$

영리기업 및 사회적 기업의 성과극대화 조건(the first-order condition)과 관련된 조건(the second-order condition)은 만족된다고 가정한다.

3.2 사회적 가치에 대한 가중치 변화와 사회서비스 제공형 사회적 기업의 생산량

일자리 제공형 사회적 기업 모형에서 살펴본 것처럼 사회서비스 제공형 사회적 기업 모형에서도 사회적 기업이 사회적 가치에 대해 부여하는 가중치는 다를 수 있다. 사회적 가치에 부여하는 가중치에 따라 사회적 기업의 생산량은 변하고 다음의 관계를 확인할 수 있다.

19) 사회적 기업이 사회적 가치에 대해 부여하는 가중치에 대해서는 일자리 창출형 사회적 기업에서 사용한 가정을 그대로 사용한다.

(정리 3) 사회적 기업이 사회적 가치에 대한 가중치(α)를 높게 부여할수록 사회적 기업이 H -type 소비자에게 공급하는 양은 감소하고 L -type 소비자에게 공급하는 양은 증가한다. 영리기업이 H -type 소비자에게 공급하는 양은 증가한다 $\left(\frac{dx_{HP}}{d\alpha} > 0, \frac{dx_{HS}}{d\alpha} < 0, \frac{dx_{LS}}{d\alpha} > 0\right)$.

(증명)

영리기업의 성과극대화 조건은 식 (e)이고 사회적 기업의 성과극대화 조건은 식 (f)와 (g)이다.

$$p_H'(X_H)x_{HP,i} + p_H(X_H) - C'(x_{HP,i}) = 0 \quad (e)$$

$$p_H'(X_H)x_{HS,j} + p_H(X_H) - C'(x_{HS,j} + x_{LS,j}) = 0 \quad (f)$$

$$[-C'(x_{HS,j} + x_{LS,j})] + \frac{\alpha}{1-\alpha}SV'(X_L) = 0 \quad (g)$$

동질성 가정으로부터, 균형에서는 다음이 성립한다.

$$x_{HP,1} = x_{HP,2} = \dots = x_{HP,n} = x_{HP}$$

$$x_{HS,1} = x_{HS,2} = \dots = x_{HS,m} = x_{HS}$$

$$x_{LS,1} = x_{LS,2} = \dots = x_{LS,m} = x_{LS}$$

$X_H = nx_{HP} + mx_{HS}$, $X_L = mx_{LS}$ 를 식 (e), (f), (g)에 대입하고 식 (e), (f), (g)를 전미분해서 정리하면, 다음과 같다.

$$[np_H''x_{HP} + (n+1)p_H' - C''(x_{HP})]dx_{HP} + (mp_H''x_{HP} + mp_H')dx_{HS} = 0 \quad (h)$$

$$C''(x_{HS} + x_{LS})dx_{LS} = (np_H''x_{HS} + np_H')dx_{HP} + [mp_H''x_{HS} + (m+1)p_H' - C''(x_{HS} + x_{LS})]dx_{HS} \quad (i)$$

$$\frac{1}{(1-\alpha)^2}SV'(mx_{LS})d\alpha = C''(x_{HS} + x_{LS})dx_{HS} + \left[C''(x_{HS} + x_{LS}) - \frac{\alpha}{1-\alpha}mSV''(mx_{LS}) \right]dx_{LS} \quad (j)$$

$$F = np_H''x_{HP} + (n+1)p_H' - C''(x_{HP}), \quad G = m(p_H''x_{HP} + p_H'), \quad H = n(p_H''x_{HS} + p_H'),$$

$$I = mp_H''x_{HS} + (m+1)p_H' - C''(x_{HS} + x_{LS}), \quad J = C''(x_{HS} + x_{LS}) - \frac{\alpha}{1-\alpha}mSV''(x_{LS})$$

이라고 하면, 전략적 대체재 가정으로부터, $p_H''x_{HP,i} + p_H' < 0$,

$p_H''x_{HS,j} + p_H' < 0$ 이 성립하고 $F < 0$, $G < 0$, $H < 0$, $I < 0$ 이다.

$SV''(mx_{LS}) = (1 + \gamma)p_L'(mx_{LS}) < 0$ 이므로 $J > 0$ 이다.

식 (h), (i), (j)를 연립하여 정리하면 다음과 같다.

$$\frac{dx_{HP}}{d\alpha} = \frac{1}{(1-\alpha)^2} \frac{SV'(mx_{LS})C''(x_{HS} + x_{LS})G}{J(GH - FI) - [C''(x_{HS} + x_{LS})]^2F}$$

$$\frac{dx_{HS}}{d\alpha} = \frac{dx_{HS}}{dx_{HP}} \frac{dx_{HP}}{d\alpha} = -\frac{F}{G} \frac{dx_{HP}}{d\alpha}$$

$$\frac{dx_{LS}}{d\alpha} = \frac{dx_{LS}}{dx_{HP}} \frac{dx_{HP}}{d\alpha} = \frac{GH - FI}{C''(x_{HS} + x_{LS})G} \frac{dx_{HP}}{d\alpha}$$

$|GH| < |FI|$ 가 성립하므로 $GH - FI < 0$, $|J| > |C''(x_{HS} + x_{LS})|$ 가 성립하고,

$|GH - FI| > |C''(x_{HS} + x_{LS})F|$ 이므로 $J(GH - FI) - [C''(x_{HS} + x_{LS})]^2F < 0$ 이 성

립한다. 따라서, $\frac{dx_{HP}}{d\alpha} > 0$, $\frac{dx_{HS}}{d\alpha} < 0$, $\frac{dx_{LS}}{d\alpha} > 0$ 이다. \square

사회적 가치는 사회적 기업이 *L-type* 소비자에게 사회서비스를 제공하면서 실현된다. 따라서, 사회적 가치를 증가시키기 위해서 사회적 기업은 *L-type* 소비자에게 공급하는 서비스를 증가시켜야 한다. 사회적 기업이 사회적 가치에 부여하는 가중치가 클수록 *H-type* 소비자에게 서비스를 공급하면서 얻는 이윤보다 *L-type* 소비자에게 서비스를 공급하면서 발생하는 사회적 가치로부터 얻게 되는 성과가 더 크다. 따라서, 사회적 기업은 이윤이 감소하더라도 *H-type* 소비자에게 공급하는 서비스를 줄이고 *L-type* 소비자에게 공급하는 서비스를 증가시켜서 성과를 극대화하는 선택을 한다. **정리 3**은 사회적 기업의 성과함수가 갖는 특성으로 인해 사회적 기업이 사회적 가치에 대해 부여하는 가중치가 변화하는 경우 사회적 기업은 물론이고 영리기업의 의사결정이 변하는 것을 설명한다.

만약, 한계비용이 불변($C''(x) = 0$)이라면 사회적 기업은 *H-type* 소비자에 대해서는 영리기업과 같은 양을 공급하고 사회적 가치에 대한 가중치에 따라 *L-type* 소비자에 대한 공급량을 조정한다. 한계비용이 불변이기 때문에 생산한 서비스를 *H-type* 소비자와 *L-type* 소비자에게 어떠한 비율로 공급할 것

인지 고려할 필요가 없다.

3.3 사회서비스 제공형 사회적 기업이 사회후생에 미치는 영향

분석의 단순화를 위해서 독점기업이 존재하는 시장에 영리기업 또는 사회적 기업이 진입하는 경우의 사회후생을 비교한다.

3.3.1 사회후생의 비교

독점시장에 영리기업이 진입한 경우, 영리기업은 2개 존재하고 사회적 기업은 존재하지 않으므로 $n=2, m=0$ 인 경우이다. 균형에서의 영리기업의 생산량, 사회후생을 각각 x_D, SW_D 라고 하면 다음이 성립한다.

$$p_H'(2x_D)x_D + p_H(2x_D) - C'(x_D) = 0$$

$$SW_D = \int_0^{2x_D} p_H(x)dx - 2C(x_D)$$

독점시장에 사회적 기업이 진입한 경우, 영리기업과 사회적 기업이 1개씩 존재하므로 $n=m=1$ 인 경우이다. 균형에서 H -type에 공급하는 영리기업의 생산량과 사회적 기업의 생산량, L -type에 공급하는 사회적 기업의 생산량, 사회후생을 각각 $x_{HP}, x_{HS}, x_{LS}, SW_{P,S(\alpha)}$ 라고 하면 다음이 성립한다.

$$p_H'(x_{HP} + x_{HS})x_{HP} + p_H(x_{HP} + x_{HS}) - C'(x_{HP}) = 0$$

$$p_H'(x_{HP} + x_{HS})x_{HS} + p_H(x_{HP} + x_{HS}) - C'(x_{HS} + x_{LS}) = 0$$

$$\frac{\alpha(1+\gamma)}{1-\alpha} p_L(x_{LS}) = C'(x_{HS} + x_{LS})$$

$$SW_{P,S(\alpha)} = \int_0^{x_{HP} + x_{HS}} p_H(x)dx + (1+\gamma) \int_0^{x_{LS}} p_L(x)dx - C(x_{HP}) - C(x_{HS} + x_{LS})$$

일자리 제공형 사회적 기업 모형에서처럼 SW_D 와 $SW_{P,S(\alpha)}$ 를 비교하여 사회 서비스 제공형 사회적 기업이 사회후생에 미치는 영향을 살펴볼 수 있다.

(정리 4) 사회적 기업이 사회적 가치에 대해 $\frac{C'(x_D)}{(1+\gamma)p_L(0)+C'(x_D)}$ 에 가중치를 가지고 있는 경우, 사회적 기업이 진입한 경우의 사회후생은 영리기업이 진입한 경우의 사회후생과 동일하다. 더 큰 가중치를 가지는 사회적 기업이 진입하는 경우에는 γ 값의 크기에 따라서 사회후생의 증가여부가 결정된다.

(증명)

$\alpha = \alpha_2 = \frac{C'(x_D)}{(1+\gamma)p_L(0)+C'(x_D)}$ 이면, $x_D = x_{HP} = x_{HS}$, $x_{LS} = 0$ 이 성립하고, 영리기업이 진입한 경우와 사회적 기업이 진입한 경우의 사회후생이 동일하다.

$\alpha < \alpha_2$ 이면 $x_{LS} < 0$ 이 되므로 사회적 기업은 H -type에게만 사회서비스를 제공하므로 영리기업이 진입한 경우와 동일하게 된다.

정리 3의 증명으로부터 $\left| \frac{dx_{HS}}{d\alpha} \right| > \left| \frac{dx_{HP}}{d\alpha} \right|$ 이므로 $\frac{dx_{HS}}{d\alpha} + \frac{dx_{HP}}{d\alpha} < 0$ 성립한다.

$$\begin{aligned} & \frac{d(SW_{P,S(\alpha)} - SW_D)}{d\alpha} \Big|_{\alpha = \alpha_2} \\ &= \frac{d}{d\alpha} \int_0^{x_{HP}+x_{HS}} p_H(x) dx + (1+\gamma) \frac{d}{d\alpha} \int_0^{x_{LS}} p_L(x) dx - \frac{dC(x_{HP})}{d\alpha} - \frac{dC(x_{HS}+x_{LS})}{d\alpha} \\ &= \frac{dx_{HP}}{d\alpha} [p_H - C'(x_{HP})] + \frac{dx_{HS}}{d\alpha} [p_H - C'(x_{HS}+x_{LS})] \\ & \quad + \frac{dx_{LS}}{d\alpha} [(1+\gamma)p_L - C'(x_{HS}+x_{LS})] \\ &= \left(\frac{dx_{HP}}{d\alpha} + \frac{dx_{HS}}{d\alpha} \right) (-p_H' x_D) + \frac{dx_{LS}}{d\alpha} [(1+\gamma)p_L(0) - C'(x_D)] \end{aligned} \quad (k)$$

식 (k)의 첫 번째 항은 음의 값을 갖지만 두 번째 항은 γ 의 값의 크기에 따라서 양의 값을 가질 수도 있고 음의 값을 가질 수도 있다. 따라서, γ 의 값이 충분히 크다면 $\frac{d(SW_{P,S(\alpha)} - SW_D)}{d\alpha} \Big|_{\alpha = \alpha_2} > 0$ 이 성립하고 사회후생이 증가하는

경우가 존재한다. 반대로 γ 의 값이 작다면 $\frac{d(SW_{P,S(\alpha)} - SW_D)}{d\alpha} \Big|_{\alpha = \alpha_2} \leq 0$ 이 성립하고 사회후생이 증가하는 경우가 존재하지 않는다. \square

정리 4는 사회서비스 제공형 사회적 기업의 진입이 사회후생에 긍정적인 영향을 주기 위해서는 2차적으로 창출되는 사회적 가치가 커야 됨을 의미한다. $\gamma=0$ 인 경우에는 사회적 기업의 진입으로 사회후생이 증가하지 않기 때문이다.

H-type 소비자의 지불의사가 *L-type* 소비자의 지불의사보다 높다는 것은 서비스를 이용하면서 얻는 효용이 *H-type* 소비자의 경우가 더 높다는 것을 의미한다. 사회후생함수에서는 *H-type* 소비자 효용과 *L-type* 소비자 효용에 동일한 가중치가 적용된다. 따라서, 사회적 기업이 사회적 가치를 창출하기 위해 *H-type* 소비자에게 공급하던 서비스를 줄이고 *L-type* 소비자에게 서비스를 공급하는 과정에서 사회후생이 감소하는 결과가 나타난다. *H-type* 소비자의 소비량이 줄어들어서 감소하는 사회후생보다 *L-type* 소비자의 소비량이 늘어남으로써 증가하는 사회후생이 크기 위해서는 2차적으로 창출되는 사회적 가치가 상당히 커야 함을 알 수 있다.

3.3.2 사회적 가치에 대한 사회적 기업의 최적 가중치

사회후생을 극대화 시키는 가중치(α^*)가 존재하는지 혹은 가중치가 클수록 사회후생이 증가하는지 살펴본다.

$\frac{d(SW_{P,S(\alpha)} - SW_D)}{d\alpha} \Big|_{\alpha = \alpha_2} \leq 0$ 인 γ 에서는 사회서비스 제공형 사회적 기업이 사회적 가치에 대한 가중치를 높게 부여할수록 사회후생은 계속 감소한다.

사회적 가치에 대한 가중치가 $\frac{C'(x_D)}{(1+\gamma)p_L(0) + C'(x_D)}$ 인 사회적 기업이 진입한 경우 복점시장의 사회후생과 동일하고 가중치가 그 이하인 경우에는 비음제약($x_{LS} \geq 0$)에 위배되므로 사회후생을 극대화하는 사회적 가치에 대한 가중

치는 $\frac{C'(x_D)}{(1+\gamma)p_L(0)+C'(x_D)}$ 가 된다.

$\frac{d(SW_{P,S(\alpha)} - SW_D)}{d\alpha} \Big|_{\alpha=\alpha_2} > 0$ 인 γ 에서는 사회후생을 극대화하는 사회적 가치에 대한 가중치 α^* 가 존재하고 $\alpha^* = \arg \max SW_{P,S(\alpha)}$ 이다.

3.3.3 수치 예

수요함수와 비용함수에 간단한 수치를 도입하고 그 결과를 살펴봄으로써 3.3.1과 3.3.2에서 논의한 내용들을 구체적으로 확인하고 그 의미를 파악할 수 있다.

H -type 소비자의 수요함수가 $p_H = -X_H + 100$, L -type 소비자의 수요함수가 $p_L = -0.4X_L + 40$ ²⁰⁾, 영리기업과 사회적 기업의 비용함수가 $C(x) = x^2$ 인 경우, 영리기업만 존재하는 복점시장이 성립하면 영리기업은 H -type 소비자에게만 서비스를 제공하고 각 영리기업의 생산량은 20, 총생산량은 40, 사회후생은 2400이 된다.

사회적 기업이 존재하는 복점시장의 사회후생을 γ 값에 따라 나누어 살펴본다.

1) $\gamma = 0$ 인 경우

<표 3>에서 사회적 가치에 대한 가중치가 증가할수록 영리기업이 H -type에게 공급하는 서비스의 양은 증가하고 사회적 기업이 H -type에게 공급하는 서비스의 양은 감소한다. H -type에게 공급되는 서비스의 총량은 감소한다. 반면, 사회적 기업이 L -type에게 공급하는 서비스의 양은 증가한다.

비음제약에 위배되지 않기 위해서는 사회적 가치에 대한 가중치는 0.5 이상이어야 한다. $\frac{dSW_{P,S}(\alpha)}{d\alpha} \Big|_{\alpha=0.5} < 0$ 이므로 사회적 가치에 대한 가중치가 0.5보다 큰 경우에는 0.5인 경우에 비해서 사회후생이 감소한다. 따라서, 사회후생

20) $p_L(0) \leq C'(x_D)$ 를 만족시키는 최대의 $p_L(0)$ 을 설정한 것이다.

을 극대화하는 사회적 기업의 사회적 가치에 대한 가중치는 0.5이다.

$\gamma=0$ 으로 창출되는 사회적 가치가 작기 때문에 사회서비스 제공형 사회적 기업이 진입하는 경우가 영리기업이 진입하는 경우보다 사회후생측면에서 바람직하다고 할 수 없다.

<표 3> 사회서비스 제공형 사회적 기업에서 $\gamma=0$ 인 경우 각 기업의 생산량 및 이윤, 사회후생

α	x_{HP}	x_{HS}	x_{LS}	$SW_{P,S(\alpha)}$	Π_P	Π_S
0.5	20	20	0	2400	800	800
0.55	20.83	16.67	6.25	2318.14	868.05	516.49
0.6	21.74	13.04	13.04	2156.90	945.18	170.13

2) $\gamma=0.3$ 인 경우

<표 4>에서 사회적 가치에 대한 가중치가 증가할수록 영리기업이 *H-type*에게 공급하는 서비스의 양은 증가하고 사회적 기업이 *H-type*에게 공급하는 서비스의 양은 감소한다. *H-type*에게 공급되는 서비스의 총량은 감소한다. 반면, 사회적 기업이 *L-type*에게 공급하는 서비스의 양은 증가한다.

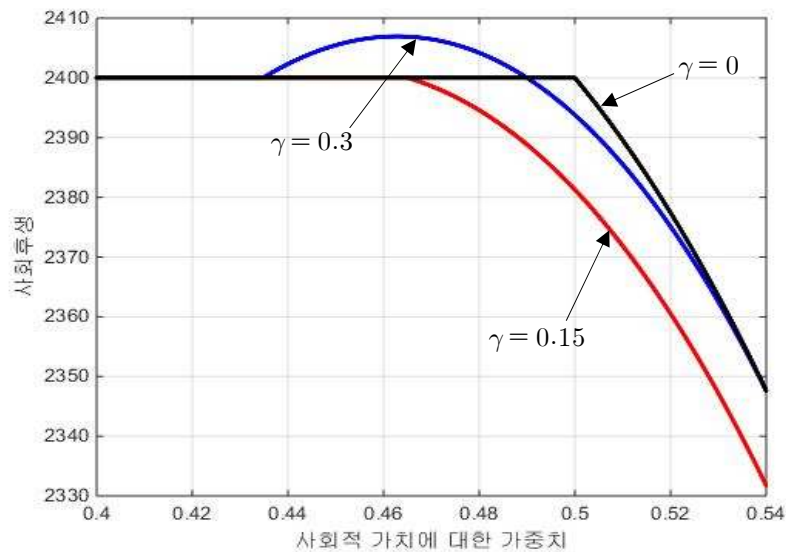
비음제약에 위배되지 않기 위해서는 사회적 가치에 대한 가중치는 대략 0.435이상이어야 한다. $\frac{dSW_{P,S}(\alpha)}{d\alpha}|_{\alpha=0.435} > 0$ 이므로 영리기업이 진입한 경우보다 사회후생이 증가하는 사회적 가치에 대한 가중치가 존재한다.

$\gamma=0.3$ 으로 창출되는 사회적 가치가 크기 때문에 사회서비스 제공형 사회적 기업이 진입하는 경우가 영리기업이 진입하는 경우보다 사회후생측면에서 바람직한 경우가 존재한다. 단, 사회적 가치에 대한 가중치가 일정 수준 이상이 되면 *H-type*에서 줄어드는 사회후생이 *L-type*에서 증가하는 사회후생보다 커지게 되고 사회후생이 감소한다. 사회적 가치에 대한 가중치가 0.5인 경우 사회후생이 2367.20으로 영리기업만 존재하는 복점시장에 비해서 감소하는 것을 알 수 있다.

<표 4> 사회서비스 제공형 사회적 기업에서 $\gamma=0.3$ 인 경우 각 기업의 생산량 및 이윤, 사회후생

α	x_{HP}	x_{HS}	x_{LS}	$SW_{P,S(\alpha)}$	Π_P	Π_S
0.435	20	20	0	2400	800	800
0.45	20.25	19.00	1.87	2404.10	820.11	718.56
0.5	21.10	15.60	8.26	2367.20	890.50	418.31
0.55	22.00	11.99	15.01	2242.40	968.17	62.21

<그림 2> 사회서비스 제공형 사회적 기업이 사회적 가치에 부여하는 가중치와 사회후생의 관계



<그림 2>는 γ 의 값이 0, 0.15, 0.3인 경우 사회적 기업의 사회적 가치에 대한 가중치와 사회후생의 관계를 나타낸다. 2400에서 직선으로 표시된 부분은 비음제약을 고려할 경우 사회적 기업이 영리기업처럼 행동하는 구간이 존재하고, 사회후생은 영리기업만 존재하는 복지시장의 사회후생과 동일함을 표시한 것이다. 사회서비스 제공형 사회적 기업의 진입으로 사회후생이 증가하기 위해서는 창출되는 2차적인 사회적 가치가 커야 함을 알 수 있다.

제4장 결론

사회적 기업이 사회후생에 미치는 영향을 살펴보기 위해서는 사회적 기업의 유형과 사회적 기업이 진입하는 시장을 고려해야 한다. 독점시장에 영리기업과 사회적 기업이 진입하는 경우를 비교한 결과, 사회적 기업이 진입하는 경우가 영리기업이 진입하는 경우보다 사회후생측면에서 바람직하다고 일률적으로 판단할 수 없었다. 창출되는 사회적 가치의 크기, 사회적 기업이 사회적 가치에 부여하는 가중치가 중요한 요인으로 작용하였다. 특히, 일자리 제공형 사회적 기업의 경우에는 가변비용과 고정비용의 차이가 중요한 요인임을 알 수 있었다.

본 논문에서는 독점시장에 영리기업 또는 사회적 기업이 진입하는 경우만을 분석했기 때문에 다른 형태의 시장에서 사회적 기업이 사회후생에 미치는 영향을 살펴보지 못했다. 또한, 사회적 가치에 대한 가정을 임의로 하였다는 점에서 한계가 있다. 하지만, 사회적 가치에 대한 합의가 이루어지지 않았다는 이유만으로 사회적 가치를 측정할 수 없는 것으로 보고 문제에 접근해서는 실질적인 답을 얻을 수 없다는 점에서 사회적 가치에 대한 가정은 불가피한 일이다. 사회적 가치의 크기가 변함에 따라 사회후생의 변화방향이 결정된다는 점에서 사회적 가치의 크기를 정확하게 측정하기 위한 방안이 연구되어야 할 것이다. 사회적 가치의 크기를 측정할 수 있다면, 정부 및 민간단체의 사회적 기업에 대한 지원이 무분별하게 이루어지는 것을 방지하고 경제적으로 타당성이 있는 지원을 선별적으로 하는 것이 가능할 것이다. 마지막으로 사회후생을 측정할 때, 취약계층이 누리는 효용에 가중치를 부여하는 방식으로 접근한다면 본 논문의 결과와는 다른 결과가 나올 수 있고, 혁신을 불러일으키는 사회적 기업가 정신도 고려할 필요가 있다.

사회적 기업이 사회후생을 증가시킬 것이라는 막연함 기대감을 버리고 사회적 기업에 대한 경제학적 고찰을 바탕으로 사회적 기업에 대한 지원 및 육성에 대한 논의가 이루어져야 할 것이다.

참고문헌

- [1] 김재홍, 이재기, (2012), “사회적기업의 경제적·사회적 성과분석”, 한국행정논집, 24(4), 1037-1064.
- [2] 유재언, (2014), 지속가능한 사회적 기업의 체계론적 이해, 서울: 한경사.
- [3] 최태원, (2014), 새로운 모색, 사회적 기업, 서울: 이야기가있는집.
- [4] Yunus. M., (2010), *Building Social Business: The New Kind of Capitalism that Serves Humanity's Most Pressing Needs*, NY: Public Affairs.
- [5] Yunus. M., (2007), *Creating a World Without Poverty: Social Business and the Future of Capitalism*, NY: Public Affairs.
- [6] Alter. K., (2007), *Social Enterprise Typology*, Virtue Ventures.
- [7] Arrow. K., (1962), “The Economic Consequences of Learning by Doing”, *Review of Economic Studies*, 29(3), 155-173.
- [8] David E. Mills, William Smith, (1996), “It pays to be different: Endogeneous heterogeneity of firms in an oligopoly”, *International Journal of Industrial Organization*, 14, 317-329.
- [9] Defourny J., Hulgård L., Pestoff V., (2014), *Social enterprise and the third sector : changing European landscapes in a comparative perspective*, NY: Taylor & Francis Group.
- [10] DTI, (2002), *Social Enterprise : A strategy for success*, London: DTI.
- [11] Ghosh A., Mitra, M., (2010), “Comparing Bertrand and Cournot in mixed markets”, *Economics Letters*, 109, 72-74.
- [12] Faulhaber G., (1975), “Cross-Subsidization: Pricing in Public Enterprises”, *American Economic Review*, 65(5), 966-977.
- [13] James. E., (1983), “How nonprofits grow: A model”, *Journal of*

Policy Analysis and Management, 2(3), 350-365.

[14] Kris de Jaegher, (2008), "Benchmark two-good utility functions", *The Manchester School*, 76(1), 44-65.

[15] Matsumura T., (1998), "Partial privatization in mixed duopoly", *Journal of Public Economics*, 70, 473-483.

[16] Matsumura T., Kande O., (2005), "Mixed Oligopoly at Free Entry Markets", *Journal of Economics*, 84, 27-48.

[17] OECD, (2006), *The social enterprise sector and a conceptual framework*.

Abstract

An Economic Analysis of Social Enterprises

Hong Hyun Woo

Economics

The Graduate School

Seoul National University

The purpose of this paper is to analyze the economic effects of social enterprise. We characterize social enterprises by the following assumptions. First, social enterprises make a decision, taking into account both their profits and the social values they produce. Second, their social values are produced in either one of the two channels, one is to provide jobs for disadvantaged individuals and the other is to provide social services.

This paper uses the Cournot oligopoly model and compares the social welfare of two cases, one with only profit-making(private) enterprises and the other with private and social enterprises. We show that as the social enterprise puts a higher weight on the social value, the supply of its goods and services increases. We also show that the impact of the social enterprise on the social welfare is indeterminate. It is possible that social enterprises contribute to increasing social welfare. But the results vary depending on the form of social enterprise, the size of social value, and the weight on social value.

keywords : Social enterprise, Providing jobs, Providing social services, Social welfare

Student Number : 2013-22871