

[5] 사회적가치와 정보기술의 역할

2023년 1학기 세종대학교 관광대학원
호텔관광ESG경영론



1. 정보기술과 사회적 가치

(1) 정보기술 역할의 진화

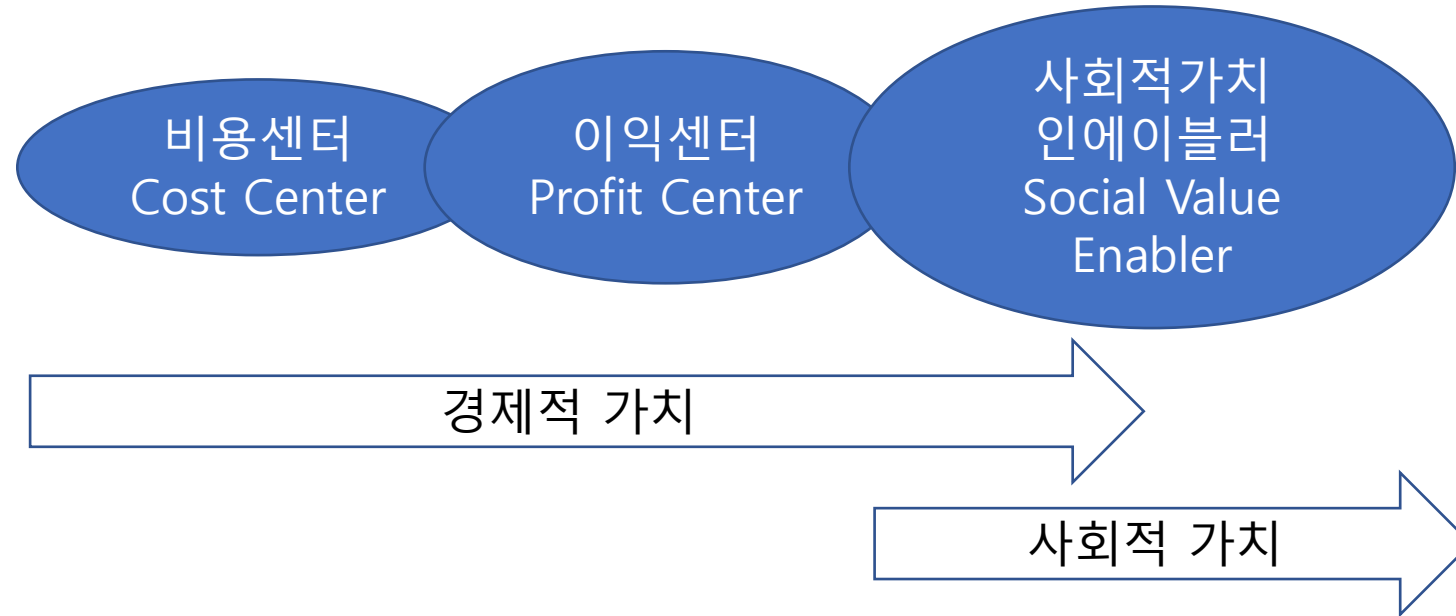
정보기술에 대한 개념과 정의는 시간이 지나면서 다음과 같이 변화되어 왔다.

- 1) 1950년대 단순한 회계전표 처리와 같은 기본적인 거래 처리를 지원하기 위해 사용됐다.
- 2) 1960년대와 1970년대를 거치면서 기업 내의 한정된 자원의 효율적 관리와 통제를 위한 목적으로 사용됐다.
- 3) 1980년대에는 기업 자원의 운영과 관리와 더불어 의사결정 기능을 지원하는 목적으로 사용됐다.
- 4) 1990년에 들어서면서 기업의 자원과 기능을 총체적으로 통합하는 전사적 자원 관리가 가능하게 되었고 정보기술의 전략적 활용에 초점을 두게 됐다.
- 5) 2000년대에는 인터넷, 모바일, 웹 기술 등이 등장하면서 언제 어디서나 필요한 정보를 획득하고 활용하는 유비쿼터스 컴퓨팅 환경이 도래했고 정보기술의 전략적 활용이 더욱 주목받기 시작했다.

정보기술의 전략적 활용이란 기업, 산업, 국가의 경쟁력 창출과 확보에 정보기술을 직접적으로 활용하는 것을 의미한다. **정보기술을 활용해 시장점유율 확대, 신시장 개척, 이익 증가, 경쟁력 증진 등을 가져오는 다양한 성공사례들이 나타나기 시작한 것이다.**

1. 정보기술과 사회적 가치

(1) 정보기술 역할의 진화



하지만 이런 급격한 변화에도 불구하고 정보기술은 여전히 기업, 산업, 국가의 목표 달성을 위한 지원 기능으로 간주되는 것이 현실이다.

정보기술의 전략적 활용을 통한 경제적 가치와 사회적 가치가 증가하는 상황에서도 정보기술을 이익센터 관점에서 이해하기보다는 비용센터 측면으로 받아들이는 것이 일반적인 상황이다. 다시 말해 많은 기업이 정보기술에 앞다투어 투자하지만 투자성과에 대해 확신하지 못하는 것이다.

1. 정보기술과 사회적 가치

(2) 정보기술에 투자하지만 이에 대한 성과를 확신하지 못하는 이유

1) 정보기술 투자에 대한 성과측정상의 방법론적인 문제

많은 기업들이 정보기술의 도입을 통해 다양한 온라인 비즈니스 모델을 만들고 실행하고 있지만 아직도 정보기술의 투자성과를 측정하기 위한 합리적인 기준은 개발하지 못하고 있다.

2) 정보기술을 적용하는 비즈니스 자체적으로 다양한 장벽요소가 존재

특정 기업이 정보기술에 투자했으나 산업 내 협력관계에 있는 기업, 경쟁사, 공급업체, 고객 등의 이해관계 당사자들의 정보기술 수준이 낮아 충분한 투자효과를 얻지 못하는 기업과 산업이 존재한다.

3) 정보기술 투자 대비 산출물 평가를 주로 정량적인 지표들(매출액, 시장점유율, 성장률 등)로만 고려

산출물 관점에서의 평가도 중요하지만 산출물을 생성하는 과정 관점에 대한 성과측정 지표도 고려되어야만 한다.

1. 정보기술과 사회적 가치

(3) 정보기술의 방향

* 이런 상황에도 불구하고 정보기술은 계속 빠른 속도로 진화하고있다. 2010년대에 들어서면서 보다 지능화된 정보기술이 나타나기 시작했다.

* 사물인터넷, 빅데이터, 블록체인, 다양한 스마트 기기, 클라우드 서비스 등의 기술이 도입되고 이런 기술들이 인공지능을 탑재하면서 기존에 존재하지 않았던 혁신적인 제품, 서비스, 새로운 비즈니스 모델을 만들어내고 있다.

* 4차 산업혁명을 이끄는 기반 기술들은 과거 정보기술이 만들어낸 경제적 가치를 넘어 사회적 가치를 실현하고 촉진할 인에이블러로 주목받기 시작하였다.

1. 정보기술과 사회적 가치

(4) 기술혁신과 사회적 가치창출



21세기 들어 **인공지능(AI), 빅데이터, 사물인터넷, 블록체인** 등을 기반으로 한 4차 산업 혁명은 혁신적인 제품, 서비스, 그리고 새로운 비즈니스 모델을 만들어낼 뿐만 아니라 기반 기술들을 바탕으로 전세계가 상호 유기적으로 연계되고 국가 간, 지역 간, 산업 간의 물리적 경계를 허물어 지금까지 우리가 경험하지 못한 범국가적, 범사회적 변화를 빠른 속도로 일으킬 것으로 전망하고 있다.

1. 정보기술과 사회적 가치

(4) 기술혁신과 사회적 가치창출

사회적 가치의 창출을 위해 기술혁신이 반드시 필요한 것은 아니다. 하지만 지식 중심으로 발전하는 4차 산업혁명 시대의 **기술혁신은 사회적 가치창출의 핵심 요소**가 될 것은 자명한 사실이다.

- [1] 4차 산업혁명을 통한 새로운 패러다임의 전환은 경제적으로 뒤처져 있는 저개발국, 개발도상국, 그리고 빈민층과 소외 계층이 경제적, 사회적으로 **새롭게 도약할 기본 인프라를 제공할** 것이다.
- [2] 과거에 존재했던 물리적, 개념적 분류, 구분, 경계가 무의미해지는 **초 연결사회가 도래할** 것이기 때문에 과거에는 생각하지 못했던 새로운 경제적, 사회적 기회가 다양한 분야에서 창출될 것이다.
- [3] 4차 산업혁명을 통한 변화가 특정 분야, 국가, 산업에 국한되지 않고 전 분야에 걸쳐 나타나고 부가가치의 원천이 물리적 자본에서 무형자산으로 이동하게 되어 **누구나 쉽게 새로운 기회를 찾고 현실화**할 가능성이 매우 크다.

1. 정보기술과 사회적 가치

(4) 기술혁신과 사회적 가치창출

따라서 물리적 경계를 넘어 기업 간, 국가 간, 사회 간 연결성이 강화되는 4차 산업혁명 시대는 기업이 경제적 가치와 사회적 가치를 동시에 증진할 절호의 기회가 될 수 있다.

더불어 4차 산업혁명의 기반 기술들을 근간으로 한 다양한 기술 혁신 활동들과 현재 경제와 사회에서 벌어지는 주요 현상들을 전통적인 사고방식의 한계를 넘어 새로운 개념적 틀을 통해 이해하고자 하는 노력이 절실히 요구된다.

2. 정보기술을 활용한 사회적 가치창출 사례

(1) 정보기술과 사회적 가치창출 연계 비즈니스 유형

기업의 이윤 창출을 넘어 기업 윤리와 책임을 강조했던 과거와는 달리 4차 산업혁명에 접어들면서 **기업의 지속가능한 성장**과 이를 통해 **사회적 이슈를 해결**하고 **새로운 기회와 가치를 창출**해야 한다는 개념으로 확산되고 있다

기업은 4차 산업혁명 시대에 새롭게 대두되는 다양한 정보기술을 활용해서 경제적 가치뿐만 아니라 사회적 문제를 정의하고 이를 반영한 전략적 투자 및 성장을 위한 비즈니스 모델에 관해 지속적으로 고민하고 있다.

사회적 이슈와 환경적 문제를 해결하는 기업만이 근본적인 경쟁력을 확보할 수 있다. 이를 위해서는 **경제적 가치와 사회적 가치를 결합하는 새로운 비즈니스 모델의 개발**이 필수적이다.

다양한 관점에서 여러 형태의 비즈니스 모델 개발이 가능하지만 사회적 가치창출을 위한 지속가능한 비즈니스 모델을 정립하기 위해서는 현재 수준의 명확한 진단과 방향성 정리가 우선돼야 한다. 이런 측면에서 기업의 사회적 가치 모델을 크게 세 가지 유형으로 구분한다.

2. 정보기술을 활용한 사회적 가치창출 사례

(1) 정보기술과 사회적 가치창출 연계 비즈니스 유형

유형	사회 공헌형(1단계)	사회 확산형(2단계)	사회 혁신형(3단계)
목적	*경제적 가치 및 대외이미지 증진에 초점	*현재의 비즈니스와 사회적 가치의 연계 에 초점	* 사회적 가치 증진 을 위한 새로운 비즈니스 전략 수립에 초점
활동	*이해관계자들과의 관계 강화를 통한 가치 향상 *비즈니스의 외부 위험도 완화	*사회적 가치 연계를 통한 비즈니스 기회 창출 *기존 비즈니스에 사회적영향 관련 이슈 반영	*사회적 이슈를 근간으로 시장 환경 정의 및 제품 서비스 구축 * 사회적 혁신 을 통한 차별화 추구
특징	*일반적인 사회적 가치활동 *장기적인 투자 및 위험 측면에서 사회활동 진행 *기업 내 담당부서를 통한 사회적 활동 전개	*전사적 전략 방향에 사회적 영향 사항 반영 *경제적 가치와 사회적 가치의 일관된 방향성 *사회적으로 긍정적인 인식 확보 추구	*비즈니스 전략의 필수적인 요소로 사회적 가치창출 포함 *경제적 가치 평가보다 사회적 가치 평가의 중요성 강조

2. 정보기술을 활용한 사회적 가치창출 사례

(2) 사회 공헌형(1단계) 비즈니스 사례 : 푸른바이크쉐어링

해당 기업은 제주도에서 관광 사업의 하나로 자전거 대여 사업을 진행하면서 공유와 공생의 개념 아래 지역 기반의 협력 네트워크를 구성했다.

주민들과의 협력을 통해 **자전거 기반의 지역 경제 활성화 네트워크** 구성을 사업의 주안점으로 두었다. 푸른바이크쉐어링은 자전거 대여 및 반환을 통해 제주도에서 고객들이 편안히 자전거를 이용할 수 있는 환경을 조성했다. 사업의 주체, 협력자, 그리고 성과에 대한 공유자가 지역 주민을 대상으로 한다는 점에서 자전거 렌탈을 주 목적으로 하는 일반 자전거대여업체와 차별성을 가지고 있다.

제주도 지역 내 직영 거점 자전거 대여 스테이션을 설치하고 고객들이 앱 기반 자전거 렌탈 시스템을 통해 오프라인 및 온라인으로 연결될 수 있도록 했다. 거점 렌탈 숍의 관리자로 **지역주민을 고용해 지역 주민과 여행객을 연결**하고 제주도 내 여행 협력 업체와 자전거 대여 및 관리에 대한 협력 체계를 만들었다.

특히 제주관광공사와 양해각서MOU 체결을 통해 체류형 관광 상품을 개발하고 민관 협력 체계를 구축했다. 또한 본 사업의 성과를 지역사회와 공유하기위해 자전거 이용자들의 간접 기부 방식을 도입했고 어린이 자전거 보급, 안전모 보급, 안전 교육 등을 통해 사회적 공헌을 증진하고자 노력했다.

2. 정보기술을 활용한 사회적 가치창출 사례

(2) 사회 공헌형(1단계) 비즈니스 사례 : 푸른바이크쉐어링

푸른바이크쉐어링의 비즈니스 근간은 경제성과 추구와 함께 **CSR을 통한 사회적 가치 실현**에 있다. 이를 위해 자전거 대여 사업의 활성화가 기업의 사회적 참여가 될 수 있도록 **고객들의 자전거 이용 실적이 기부로 이루어질 수 있는 모델**을 개발했다. 이를 위해 빅토리 모바일 앱을 개발하고 달콤 앱과 연동시켜서 '자전거가 만들어내는 아름다운 이야기'라는 뜻으로 자전거를 대여하면서 기부금을 간접적으로 후원할 수 있도록 했다.

빅토리 앱을 실행하고 자전거를 타게 되면 달린 거리 10미터당 1원이 적립되고 후원기업으로부터 매칭 기부가 이루어지게 된다. **고객들은 자전거를 활용한 여가 활동과 함께 기부에 동참하는 의미가** 있으며 지역 내 후원기업들은 사회적 책임에 참여하고 제주도를 홍보하고 이미지를 올리는 역할을 하게 된다.

이렇게 모인 기금은 지역 내 아동 자전거 안전 교육과 안전 헬멧기부 사업 등에 사용되며 지역 아동센터 자전거 기증, 지역 아동센터 자전거 여행 프로그램 지원, 제주 자활센터 재생용 자전거 기증, 시민 단체의 제주도 자전거, 여행 프로그램 지원, 한국 유네스코 대학생 자원 봉사단 자전거 지원 등과 같이 자전거를 필요로 곳을 지원하기 위해 활용된다.

2. 정보기술을 활용한 사회적 가치창출 사례

(3) 사회 확산형(2단계) 비즈니스 사례 : LG U+

LG U+는 독거노인들의 고독사 예방을 위해 사물인터넷 서비스를 지원하고 있다. ‘사물인터넷 전기료 알리미’서비스를 통해 독거노인들이 가정 내 전력 사용량을 모니터링하고 만약 5일간 사용량의 변화가 미비하거나 없어서 평소와는 다른 징후가 발생하게 되면 담당 생활관리사에게 알람 메시지가 발송되는 모바일 앱을 개발해 보급했다.

또한 LG U+는 보건복지부와 한국장애인재활협회 등과 함께 전국의 5,000가구 이상의 청각장애인들에게 홈 사물인터넷 서비스를 무상으로 지원하고 있다. 해당 서비스에는 청각장애인들에 필수적인 현관 CCTV 서비스 도어캠, 가스 잠금, 플러그와 스위치 잠금 등과 같은 서비스가 포함돼 있으며 이러한 기술을 통해 장애로 인한 불편을 없애고 편리한 삶을 누릴 수 있도록 지원하고 있다.

이 외에도 LG U+는 강원도 산간 지역에서 일하는 산업 현장 근로자들의 위치와 동선을 실시간으로 모니터링할 수 있도록 LTE모뎀과 카메라와 위성 위치 확인 시스템 및 무전 기능 등이 탑재된 사물인터넷 헬멧을 제공해 근로자들과 산림을 효율적으로 보호할 수 있도록 지원하고 있다.

2. 정보기술을 활용한 사회적 가치창출 사례

[4] 사회 확산형(2단계) 비즈니스 사례 : 인텔

반도체를 생산하는 인텔은 사회적 책임 분야로써 환경의 지속가능성 책임, 공급망에 대한 책임, 그리고 다양성과 포용에 대한 책임을 선정하고 이에 대한 다양한 노력을 진행하고 있다. 반도체를 생산하는 과정에서 물이 필수자원이며, 따라서 인텔은 생산공정에서 많은 양의 물을 소모하고 있다. 이에 따라 인텔은 2025년까지 반도체를 생산하는데 사용하는 물의 100%를 보존하겠다는 목표를 세우고 있다.

반도체를 생산하는 과정에서 초순수 상태의 물을 사용해 실리콘 웨이퍼의 불순물을 제거하고 제고 시설 시스템 가동을 위해 산업용수와 재생용수를 사용하고 있다. 지난 20년간 지속가능한 수자원을 관리한 결과 수십억 갤런의 물을 절약했으며 사용한 물의 약 89%를 지역사회로 다시 되돌리는 노력을 했다.

사용한 100%의 물을 모두 복원하겠다는 목표를 수립하였고, 환경보호단체인 네이처 컨서번시와 함께 미국 애리조나주 웨스트 클리어 크릭 지역의 베르데 강 지역의 논과 밭에 사물인터넷 기술이 탑재된 데이터 수집 장치를 설치해 농장 토양의 수분 함유량을 분석하고 날씨 데이터를 분석해 최적의 농업용수를 공급하도록 정보를 제공하여, 이 활동을 통해 연간 1,800만 갤런의 물을 절약하고 있다.

사물인터넷과 빅 데이터를 활용한 인텔의 사회공헌활동은 기업이 소비하는 물과 동등한 양의 물을 다시 지역으로 환원하는 지역사회와의 공동 프로젝트를 통해 기업이 사회에 미치는 환경적 영향을 이해하고 정보기술을 활용해 그에 상응하는 보존 활동을 한다는 점에서 의미가 있다.

2. 정보기술을 활용한 사회적 가치창출 사례

(5) 사회 혁신형(3단계) 비즈니스 사례 : 사파리콤

이 기업은 케냐의 사회적 혁신을 대표하는 기업으로 통신사이면서 은행이기도 하고, 국가의 선거를 관리하는 역할도 하고 있다. 케냐 인구의 30% 미만의 사람들만이 은행계좌를 가지고 있고 은행 지점과 현금인출기가 절대적으로 부족한 상황에서 사파리콤은 2007년 휴대전화를 이용한 간편 모바일 뱅킹 서비스를 할 수 있는 엠페사 서비스를 제공하기 시작했다.

엠페사 서비스는 휴대전화를 사용해 송금뿐만 아니라 난방비와 수업료 등 일상적인 금융거래를 가능하게 했다. 은행을 거치지 않고 금융서비스가 이루어 지게 됨으로써, 은행이 절대적으로 부족한 케냐에서 특히 빈곤층에게 큰 호응을 얻게 됐다. 대출 회수율이 증가하고 부정부패가 급격히 줄어들었고 케냐의 금융 환경 자체가 투명 해지는 결과를 가져 왔다.

사파리콤은 엠페사 서비스를 근간으로 국민의 생활과 생업을 지원할 수 있는 다양한 서비스를 제공하기 시작했다. 예를 들어 국민에게 저렴한 가격으로 곡물거래소의 농산물 가격 정보를 문자로 제공하기 시작했고 저축 및 대출 서비스를 효율적으로 제공하기 위해 엠스자리 서비스를 통해 은행 업무를 시작했다. 또한 부정 선거를 방지하기 위해 케냐 정부는 사파리콤을 통해 유권자들에게 투표 관련 안내를 하고 투표 결과도 사파리콤이 제공하는 네트워크를 통해 집계했다. 민주주의 발달에 중요한 역할을 한 것이다.

사파리콤 사례는 정보기술을 통해 사회의 문제를 해결하고 사회적 가치를 혁신적으로 창출하는 대표적인 사례로 간주되고 있다.

3. 정보기술 기반의 사회적 가치창출 전략 및 시사점

(1) 정보기술에 따른 미래 사회의 변화

4차 산업혁명의 바탕을 이루는 다양한 정보기술들인 빅데이터, 사물인터넷, 인공지능, 블록체인 등을 통해 미래의 기업과 사회는 급격한 변화를 경험하게 될 것이다.

정보기술의 발전에 따른 긍정적 변화 : 업무 효율성 및 성과의 향상
정보기술의 발전에 따른 부정적 변화 : 일자리 감소, 불확실성 증대

정보기술의 발전에 따른 이와 같은 변화는 더 이상 선택의 영역이 아니기에, 기업과 사회가 변화를 위한 적절한 대응 방안을 모색해야만 한다.

1) 기업 측면

기업 측면에서는 빅 데이터, 사물인터넷, 인공지능, 클라우드 등과 같이 초연결성에 기반을 둔 새로운 형식의 스마트 비즈니스 모델을 실현하기 위한 디지털 전환을 진행해야 한다. 이런 디지털 전환은 기존의 산업구조를 변화 시키게 되며 새로운 형태의 비즈니스 생태계를 구성하게 될 것이다. 이를 통해 새로운 산업 및 시장이 도래하게 될 것이다.

3. 정보기술 기반의 사회적 가치창출 전략 및 시사점

(1) 정보기술에 따른 미래 사회의 변화

2) 고용 측면

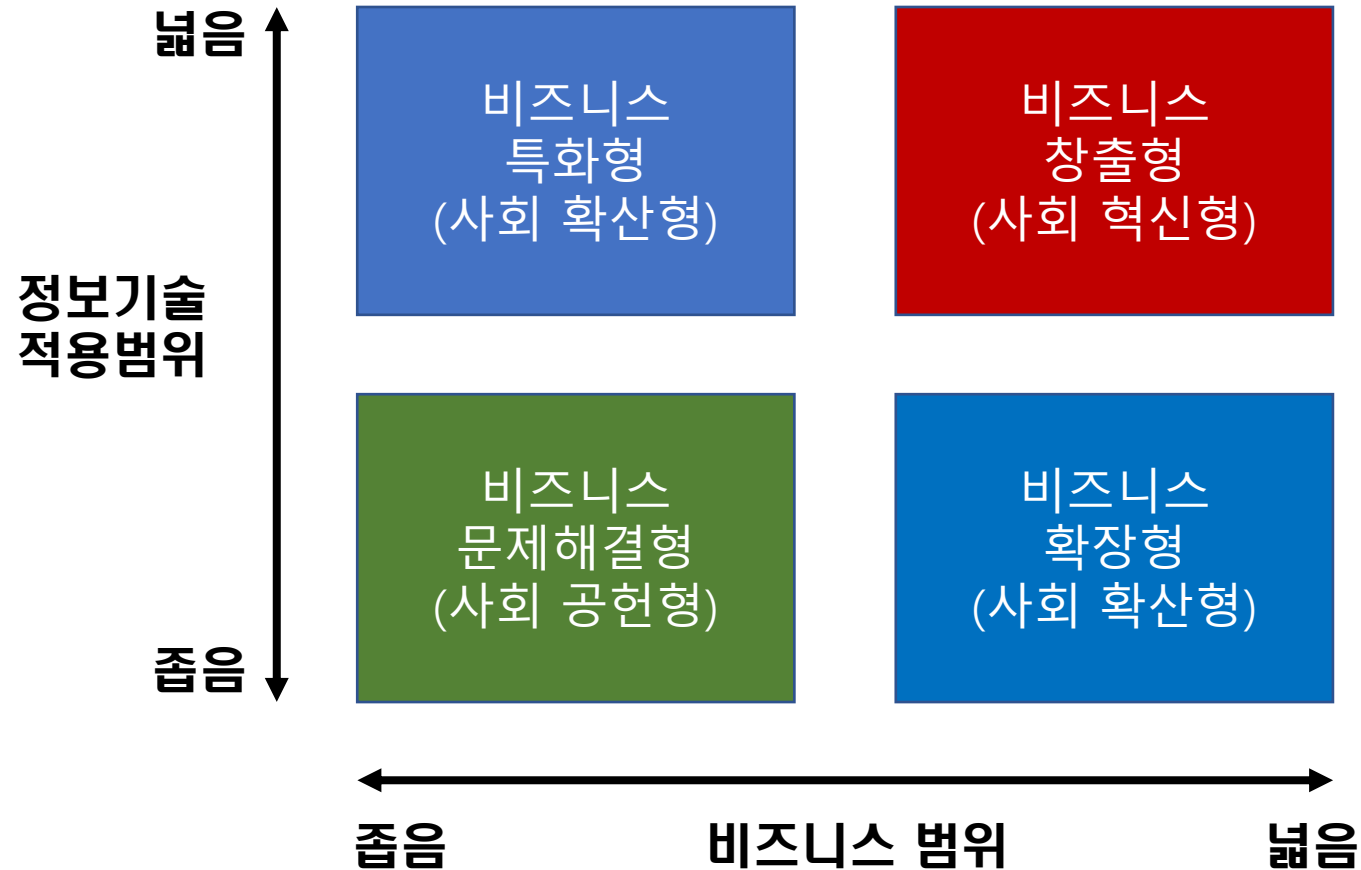
단순 반복적인 업무의 대부분은 정보기술로 대체되어 전체적인 고용률의 감소를 가져올 것이다. 예를 들어 현재 직업의 절반 정도가 향후 10년 내 없어질 것으로 예측하고 있다. 반면에 발전된 정보기술의 적용과 활용을 통해 새로운 직군과 산업이 등장할 것이며 숙련되고 기술 집약적인 직군에 대한 수요가 증가할 것으로 예측되고 있다.

예를 들어 4차 산업혁명과 관련된 주요 정보기술 분야에서 약 200만 개 이상의 새로운 일자리가 창출되고 그 중에서 약 70%가 기존에 없던 새로운 직업이 될 것으로 예측되고 있다.

기업들은 미래의 변화를 인지하고 이에 대비하기 위해서 내적 역량에 대한 명확한 분석과 기술 및 산업구조의 변화와 같은 외적 상황에 대한 장기적인 측면의 통찰력이 필요하다. 이를 통해 기업들은 경제적 가치를 넘어 사회적 가치창출을 위한 방안과 대응 전략의 수립이 가능해질 것이다.

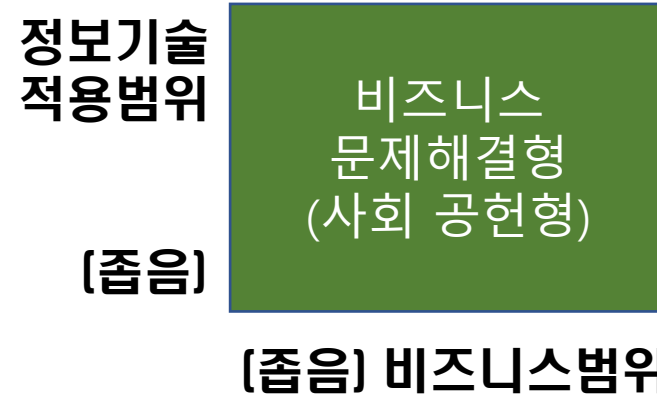
3. 정보기술 기반의 사회적 가치창출 전략 및 시사점

(2) 정보기술 기반의 사회적 가치창출 전략



3. 정보기술 기반의 사회적 가치창출 전략 및 시사점

[2] 정보기술 기반의 사회적 가치창출 전략



비즈니스 문제해결형은 현재의 비즈니스에 집중하면서 효율성을 높이기 위해 정보기술을 활용하는 접근 방법이다. 해당 접근방법은 주로 현재 수행하는 비즈니스의 경제적 가치와 기업의 대외 이미지를 증진하는 것에 초점을 두고 있어서 정보기술을 통해 업무적인 문제를 효율적으로 해결하고 현재의 비즈니스와 관련된 내외부의 위험도를 줄여서 간접적으로 사회적 가치 활동을 전개하는 것을 목적으로 하고 있다. 따라서 현재의 비즈니스 모델에 대한 큰 변화 없이 기업이 보유한 정보기술 역량을 활용해서 **가장 손쉽게 사회적 가치창출을 시작**할 수 있다.

3. 정보기술 기반의 사회적 가치창출 전략 및 시사점

(2) 정보기술 기반의 사회적 가치창출 전략

정보기술
적용범위

[좁음]

비즈니스
확장형
(사회 확산형)

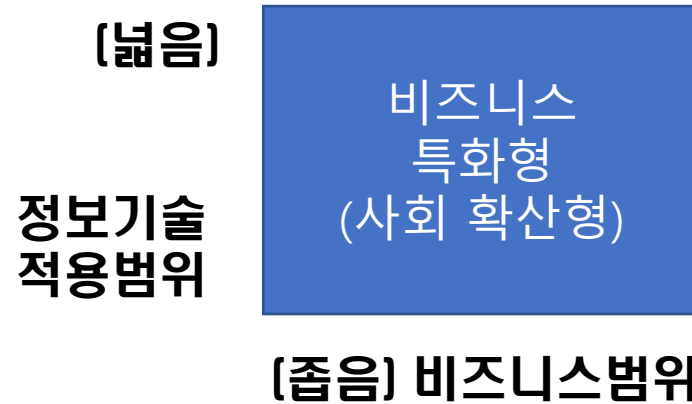
비즈니스범위 [넓음]

비즈니스 확장형은 기업이 보유한 정보기술 역량을 통해 현재의 비즈니스를 새로운 분야로 확장하는 접근방법 이다. 새로운 정보기술을 도입하기보다는 현재의 정보기술 역량을 활용해 새로운 비즈니스로의 확장을 추구하는 것이어서 비즈니스 문제해결형보다는 비즈니스 측면에서 발전된 형태의 사회 가치창출 전략이라고 할 수 있다.

특히 비즈니스 확장형은 현재의 비즈니스 모델에 사회적 이슈를 연계하고 새로운 비즈니스 기회와 시장을 개척하는 데 적절하다. 따라서 **기업이 경제적 가치와 사회적 가치를 연계시키고 일관되게 비즈니스를 추진**할 수 있다.

3. 정보기술 기반의 사회적 가치창출 전략 및 시사점

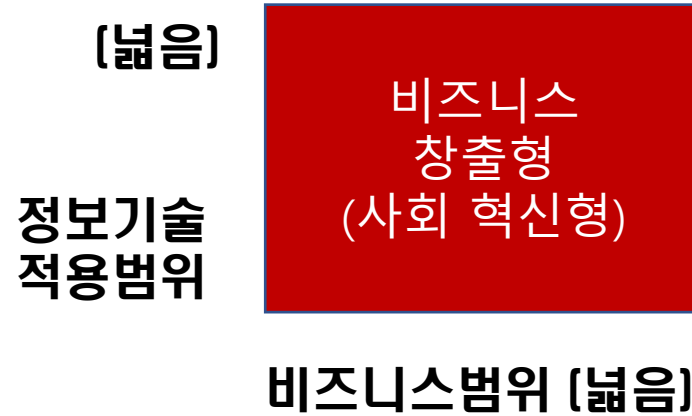
(2) 정보기술 기반의 사회적 가치창출 전략



비즈니스 특화형은 현재의 비즈니스 성과를 높이기 위해 새로운 정보기술을 도입하고 적용하는 것을 의미한다. 현재의 비즈니스를 확장하거나 새로운 비즈니스를 창출하기보다는 진보된 정보기술을 활용해서 현재 비즈니스의 이해당사자들인 고객, 공급자, 경쟁자 등에게 보다 효과적이고 편리한 서비스를 제공하고 그럼으로써 사회적 가치를 창출하고자 하는 데 초점을 두고 있다. 비즈니스 확장형과 유사하게 현재의 비즈니스 모델에 사회적 이슈를 연계시키기는 하지만, 가장 큰 차이점은 **주로 새로운 정보 기술을 심도 있게 활용해 사회적 가치를 창출**하고자 한다는 것이다.

3. 정보기술 기반의 사회적 가치창출 전략 및 시사점

(2) 정보기술 기반의 사회적 가치창출 전략



비즈니스 창출형은 새로운 정보기술을 도입하고 활용해 지금까지 고려하지 않았던 새로운 비즈니스 모델을 생성하는 전략적 접근 방법이다. 기존의 비즈니스를 확장하거나 특화하는 것이 아니라 사회적 가치창출을 위해 진보된 정보기술을 활용해 새로운 비즈니스 모델과 전략을 수립하는 것이 목적이다. 비즈니스 창출형은 경제적 가치와 사회적 가치를 모두 고려하지만 **궁극적인 목표는 사회적 가치창출**에 초점을 두고 있다.

3. 정보기술 기반의 사회적 가치창출 전략 및 시사점

[3] 정보기술 기반의 사회적 가치창출 전략 경로

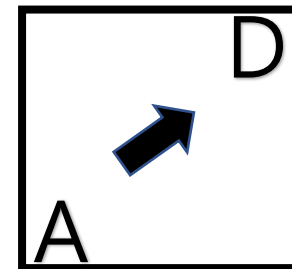
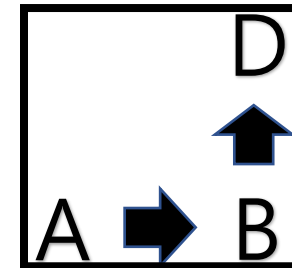
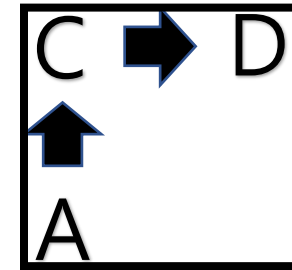
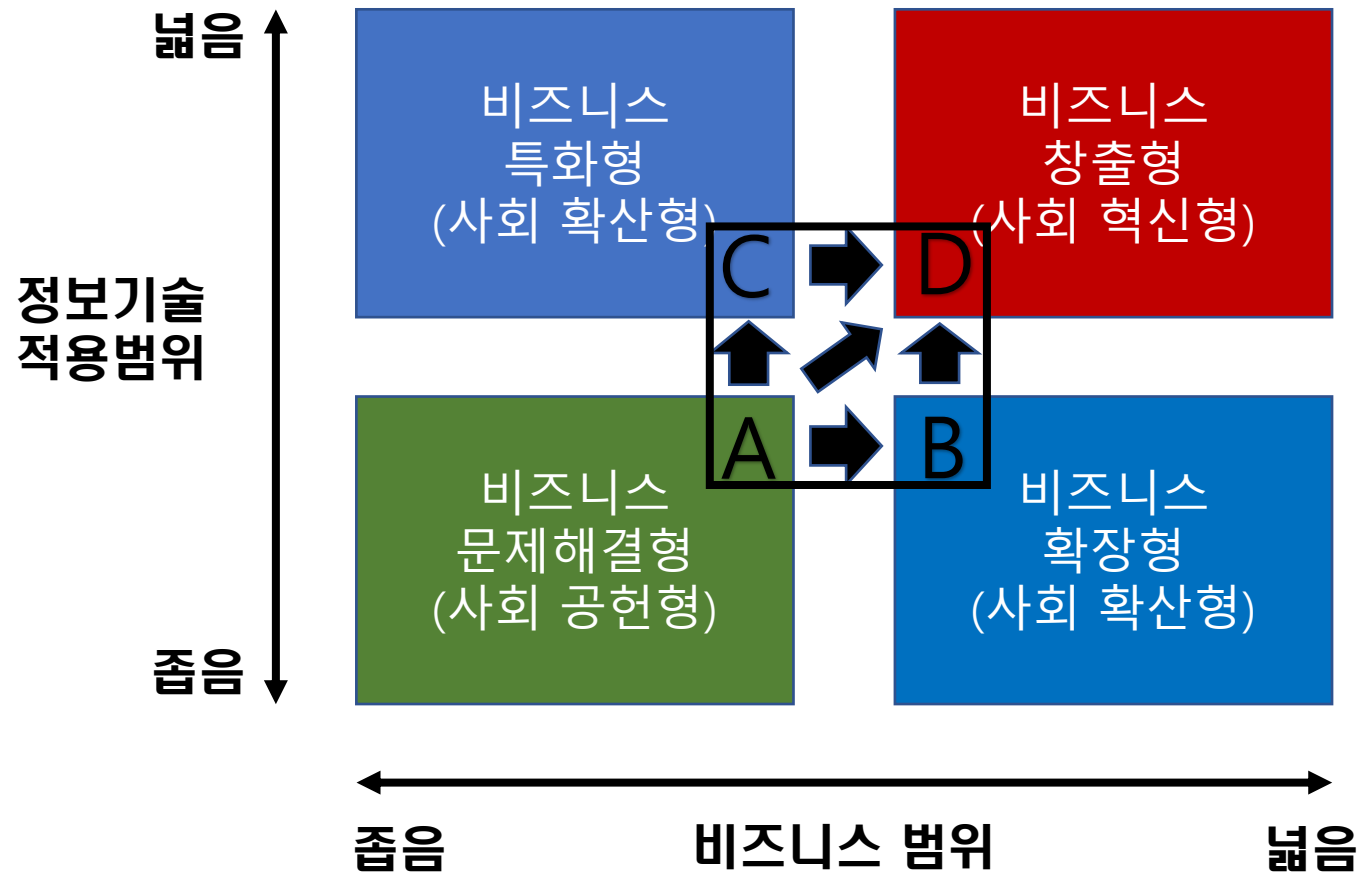
언급된 4개 전략은 현재의 시점에서 기업이 어떤 유형의 사회적 가치창출 전략을 채택할 것인지를 단기적인 관점에서 설명하고 있다. 현재의 비즈니스 상황과 보유한 정보기술의 역량을 고려해 경제적 가치와 더불어 사회적 가치를 창출할 수 있는 가장 적절한 전략적 대안을 선택하게 된다.

하지만 사회적 가치를 창출하는 것은 단기적인 측면과 함께 장기적인 관점에서 평가하고 판단할 필요가 있다. 현재의 비즈니스 확장을 통해 사회적 가치를 추구하는 것도 방법이지만 새로운 비즈니스 모델의 생성을 통해 기업의 경쟁 우위를 이루고 이를 통해 사회적 가치창출을 극대화하는 것에 궁극적인 목표를 두어야 한다.

이런 관점에서 정보기술을 활용해 현재의 비즈니스 문제들을 해결하는 것을 시작으로 새로운 비즈니스를 창출하는 궁극적인 목표지점까지 갈수 있는 전략적 접근 경로는 크게 세 가지로 구분할 수 있다.

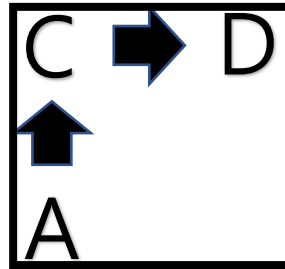
3. 정보기술 기반의 사회적 가치창출 전략 및 시사점

(3) 정보기술 기반의 사회적 가치창출 전략 경로



3. 정보기술 기반의 사회적 가치창출 전략 및 시사점

(3) 정보기술 기반의 사회적 가치창출 전략 경로



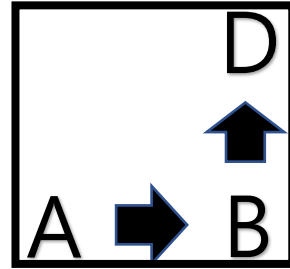
첫번째 경로는 비즈니스 문제해결형 -> 비즈니스 특화형 -> 비즈니스 창출형이다.

정보기술 역량을 자체적으로 보유하고 있거나 외부의 정보기술 역량을 상대적으로 쉽게 접근할 수 있는 기업에게 유리한 접근 방식이다.

정보기술에 대한 투자와 집중을 통해 현재 비즈니스의 효율성과 성과를 향상시키고 그림으로써 장기적으로 사회적 가치를 최대화할 수 있는 비즈니스 창출형으로 진입하고자 하는 것이다.

3. 정보기술 기반의 사회적 가치창출 전략 및 시사점

(3) 정보기술 기반의 사회적 가치창출 전략 경로

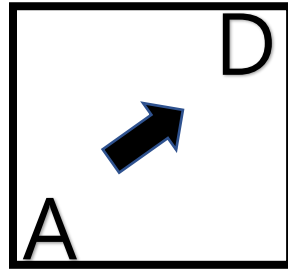


두 번째 고려 가능한 경로는 비즈니스 문제해결형 -> 비즈니스 확장형 -> 비즈니스 창출형이다.

정보기술을 통한 사회적 가치창출의 기회를 만들기보다는 비즈니스 측면에서 새로운 고객 또는 시장으로의 확장과 외부 기업들과의 협력을 통해서 사회적가치를 창출해 새로운 비즈니스로 확장하고 궁극적으로 사회적 가치를 창출하고자 하는 접근 방법이다. 기업의 정보기술 관련 역량이 높지 않거나 속해 있는 산업 자체가 기술 집약적이지 않은 경우에 주로 채택할 수 있는 경로이다.

3. 정보기술 기반의 사회적 가치창출 전략 및 시사점

(3) 정보기술 기반의 사회적 가치창출 전략 경로



마지막 경로는 비즈니스 문제해결형 -> 비즈니스 창출형이다.

앞서 살펴본 두 가지의 경로와는 달리 비즈니스 특화형과 비즈니스 확장형을 거치지 않고 바로 비즈니스 창출형으로 진입하고자 하는 접근 방법이다. 비즈니스 특화형이나 비즈니스 확장형을 통한 접근 방법은 기업이 현재 가진 정보기술 역량 또는 비즈니스 역량을 최대한 활용하고 이를 기반으로 비즈니스 창출형으로 진입하고자 한다. 따라서 **기업은 시간과 노력 측면에서 효율적 배분이 가능하고 발생할 수 있는 위험요인을 비즈니스 창출형에 진입하기 전에 대부분 경험하고 해결할 수 있다**는 장점이 있다. 반면, 비즈니스 문제해결형에서 비즈니스 창출형으로 바로 가는 경우 **단기간에 집중적인 투자가 필요**하고 **예상되는 위험요인들을 시간적 여유를 가지고 해결할 수 없다**는 단점이 있다.

비즈니스 창출형에 성공적으로 진입한다면 새로운 시장에 대한 선점효과와 새로운 시장의 리더가 될 수 있다. 따라서 해당 접근 경로를 채택하는 대부분의 기업은 정보기술과 비즈니스 측면에서 모두 높은 역량을 가지고 있다.

3. 정보기술 기반의 사회적 가치창출 전략 및 시사점

(4) 정보기술을 통한 사회적 가치창출의 선결과제

- * 현재의 비즈니스 환경은 기업들이 경제적 가치창출만으로 사회적 정당성을 얻기에는 힘든 상황.
- * 지금까지 **고객의 문제**를 해결해 경제적 가치를 창출했다면 이제는 **사회적 문제**를 해결함으로써 기업의 사회적 가치를 증명해야 한다.
- * 기업들은 4차 산업혁명의 핵심 정보기술들을 활용해 **경제적 가치창출**에서 **사회적 가치창출**로의 전환을 시도하고 새로운 비즈니스 기회를 만들기 위해 노력해야 한다. 이런 측면에서 정보기술을 통한 사회적 가치창출을 위해 기업이 고려해야 하는 주요 선결과제들을 정리하면 다음과 같다.

첫째, 정보기술 역할에 대한 인식의 변화가 요구된다.

정보기술을 단순히 비즈니스의 지원 기능 또는 비용센터로 간주하기보다는 디지털 전환을 통해 기업의 비즈니스 모델을 새롭게 변화시켜서 경제적 가치뿐만 아니라 사회적 가치를 창출하는 핵심 요소로 인식해야 한다.

3. 정보기술 기반의 사회적 가치창출 전략 및 시사점

(4) 정보기술을 통한 사회적 가치창출의 선결과제

둘째, 기업 문화와 가치에 대한 재조명이 필요하다.

기업이 추구하는 것이 경제적 가치를 넘어 사회적 가치와 공헌을 지향한다는 것을 모든 기업 구성원들이 공유하고 인지해야 한다. 다시 말해 최고경영진과 모든 직원이 사회적 가치창출의 의미와 전략적 시사점을 이해하고 이를 통해 기업의 변화를 촉진해야만 한다.

셋째, 경제적 가치와 사회적 가치 창출의 연관성에 대한 이해와 연계가 요구된다.

기업 입장에서는 사회적 가치창출이 중요하다는 것을 인식하더라도 이것이 경제적 가치창출과 비즈니스 측면에서 어떻게 연계됐는지를 설명할 수 있어야 한다. 경제적 가치창출이 어떻게 사회적 가치로 전환이 되고 다시 사회적 가치가 어떻게 경제적 성과로 피드백 효과가 있는지를 전략적으로 연결시켜야 한다. 그럼으로써 기업이 추구하는 경제적 가치창출과 사회적 가치창출이 무엇인지를 구체화할 수 있게 된다.

3. 정보기술 기반의 사회적 가치창출 전략 및 시사점

(4) 정보기술을 통한 사회적 가치창출의 선결과제

넷째, 경제적 가치와 사회적 가치를 통합된 관점에서 측정할 수 있는 성과지표의 개발이 반드시 필요하다.

정보기술을 비즈니스에 적용해 사회적 가치를 추구하는 경우에는 장기적인 관점에서 명확한 성과지표의 개발과 적용을 통해서 정보기술의 효과를 좀 더 명확히 평가할 수 있게 된다. 그래야만 모든 구성원이 정보기술의 역할을 인지하고 각 구성원이 무엇을 어떻게 해야 성과지표를 달성할 수 있는지를 이해하게 된다. 기업 입장에서 이룰 통해 효율적인 자원배분을 이룰 수 있다.