

# 사회적기업의 사회적가치 성과 측정 유형에 관한 연구

김재호

청운대학교 융합경영학부

e-mail:jaehokim@chungwoon.ac.kr

## A Study on the Measurement Types of Social Value Performance of Social Enterprises

Jae-Ho Kim

School of Integrated Technology & Entrepreneurship, Chungwoon University

### 요 약

본 연구는 최근 확대되고 있는 사회적기업의 사회적가치 성과 측정 유형에 관한 연구이다. 사회적기업은 경제적 성과와 사회적 성과를 모두 지향하는 하이브리드적 기업이다. 이 중 경제적 성과는 매출 등 재무적 성과로 나타낼 수 있어서 기업에 대한 평가를 할 수 있으나, 사회적가치 평가는 통상 정성적인 평가로 이루어지고 있어서 보편적인 사회적 신뢰를 담보하기에는 어려움이 있다. 사회적가치를 평가하는 방법이 다수 제시되었으나 아직 표준화된 방법은 없는 형편이다. 본 연구에서는 첫째, 사회적가치 측정의 필요성을 다시 환기시키고 둘째, 사회적가치 측정 방법론의 구성 요소를 살펴보고 분석하였다. 특히 CAIRA 방법론을 통해 업종별, 특성별로 사회적가치 측정 방법론의 변화가 필요하다는 점을 강조하였다. 세 번째로는 최근 사회적기업진흥원에서 개발하려 실용화하고 있는 SV 측정 방법 중 과정 보다는 OUTCOME 및 SOCIAL IMPACT에 대한 평가에 대한 정의와 측정이 중요함을 강조하RH 제안하였다.

### 1. 서론

2007년 제정된 사회적기업 육성법 제2조에서는 사회적기업에 대한 정의를 ‘취약계층에게 사회서비스 또는 일자리를 제공하거나 지역사회에 공헌함으로써 지역주민의 삶의 질을 높이는 등의 사회적목적을 추구하면서 재화 및 서비스의 생산·판매 등 영업활동을 하는 기업’으로 하고 있다.[1] 즉 사회적기업은 이익추구와 사회적목적을 동시에 추구하는 기업이다. 그렇기 때문에 우리나라는 사회적기업을 일정 조건 이상을 갖춘 기업을 인증해주고 있으며, 사회적기업은 그들의 기업적 성과와 사회적성과에 대해 보고하고 평가받고 있다. 이때 기업적 성과는 매출, 이익, 등의 지표로 재무적성과를 측정할 수 있지만, 사회적성과에 대해서는 아직 신뢰할 수 있는 평가 방법이 없다. 사회적가치란 ‘경제적 회계가 측정할 수 없는 공공의 이익과 공동체 발전 등에 기여하는 가치를 의미한다.[2] 이러한 사회적가치에 대한 측정은 투입 후 아웃풋의 결과로 나타나는 것이 아니라 그 이후의 성과(Out Come) 및 사회적영향력(Social

Impact)으로 측정되기 때문이다.

따라서 현재까지는 사회적기업진흥원 및 각 지자체에서 사회적성과를 정성적인 방법으로만 측정하고 있는 실정이다. 그러나 이러한 정성적 방법은 사회적성과에 대한 기대와 성과를 바라보는 관점에 따라 달라질 수 있기 때문에 공적인 신뢰를 얻기에는 미흡한 것으로 평가할 수 있다.

전 세계적으로도 사회적기업의 사회적성과 측정에 대해서는 공통된 지표가 없는 형편이며, 지원하는 단체별로 각자의 지표를 만들어 활용하거나 기존의 기업평가 방법론을 응용하고 있다. 따라서 이론적으로 검증된 평가지표의 개발은 매우 중요하고 시급하다고 할 수 있다.

우리나라의 사회적기업진흥원에서는 재정지원을 위한 평가방법으로 자체적으로 사회적가치지표(SVI)를 개발하여 활용하고 있다.

본 연구에서는 사회적기업진흥원에서 쓰이고 있는 SVI에 대해 구성요소를 살펴보고, SROI, CAIRA 등 기존의 평가지표와 비교 분석하고자한다. 이를 통해 사회적기업 등 사회적경제 조직의 가치를 제대

로 평가하고 지원할 수 있는 근거가 될 수 있는 지표개발의 시사점을 제공하고자 한다.

## 2. 사회적가치 평가 모형

### 2.1. 사회적가치지표(SVI: Social Value Index)

사회적가치지표는 사회적기업이 사회적목적을 가지고 조직운영을 위해 창출하는 사회적 성과와 그 영향을 보다 종합적·객관적으로 측정하는 지표이다.

[표 1] 사회적가치지표 총괄표

관점	범주	영역	측정지표	
사회적 성과 (60)	조직 미션 (7)	사회적 미션 (7)	1. 사회적 가치 추구 여부	
			2. 사회적 성과 관리체계 구축 여부	
	사업 활동 (35)	주사업활동의 사회적 가치 (15)	3. 사업활동의 사회적 가치 지향성 (비계량 지표)	
			사회적경제 생태계 구축 (10)	4. 사회적경제기업과의 협력 수준
				5. 지역사회와의 협력 수준
	조직 운영 (18)	사회적 목적 재투자 (10)	6. 사회적 환원 노력도 (비계량 지표)	
			운영의 민주성 (5)	7. 참여적 의사결정 비율
				근로자 지향성 (13)
			9. 근로자 역량강화 노력	
계		9개 지표		

사회적가치지표는 경제적 성과(30), 혁신성과(10)라고 표에 나타난 바와 같이 사회적성과(60)를 평가하고 있다. 사회적성과를 평가하는 9개의 측정지표 중 비계량지표가 2개 포함되어 있으며 그 것들의 평가 배점이 가장 높게 되어있다. SVI에서는 사회적가치에 대한 요인이 과정 중심이어서 결과로 나타나게 되는 OUTCOME 및 SOCIAL IMPACT를 나타내지 못하는 한계가 있다. 이에 대한 보완이 필요해 보인다.

### 2.1. CAIRA

현대경영학의 아버지로 불리는 피터 드러커

(1909-2005)는 생전에 비영리조직(NPO)에 대한 관심이 많았다. 그는 컨설턴트 활동의 80%를 병원, 대학, 병원 등 NPO에서 보냈다. CAIRA는 드러커의 비영리부문 경영지침과 짐 콜린스의 사회 부분 고슴도치 개념을 바탕으로 개발되었다.

[표 2] CAIRA 구성 요소

관점	영역	측정지표
NPO 성과	C 집중 (CONTENTION)	강점 또는 집중할 사업
	A 포기 (ABANDON)	해서는 안 되는 일 알기
	I 혁신 (INNOVATION)	새로운 기회의 발견 새로운 아이디어 추진방식
	R 위험 (RISK-MANAGEMENT)	난관의 해결
	A 분석 (ANALYSIS)	공청회나 설문조사 전문가의 자문 벤치 마킹 문헌 연구
계		5개 지표

NPO의 경영성과는 C(집중), A(포기), I(혁신), R(위험관리), A(분석)의 5가지 틀을 바탕으로 비영리조직의 경영성과를 평가할 수 있다.

경영의 구루 짐콜린스(2011)는 성과가 비화폐적인 형태로 나타난다고 해서 경제적 측면을 무시하면 안 된다고 했다.[3]

본 지표에서는 미션, 고객, 성과, 변화관리 등을 바탕으로 5개의범주로 나누어 적용했다.

### 2.3. 사회적투자분석 (SROI)

SROI(Social Return on Investment)는 조직에 의해 창출된 사회적가치, 환경상의 가치 그리고 경제적가치에 대하여 측정하고 보고하는 프로세스다.[4] SROI의 의미는 단순한 비용편익기법이나 회계수단도 아니고, 이해관계자를 둘러싼 사회적가치 평가의 수단이며, 또한 평가의 틀이 평가결과에 대한 공표, 설명 등을 통하여 조직 밖의 이해관계자에게 알려짐과 동시에 관리수단으로써 내부화되어야 한다. SROI를 개발한 REDF는 사회적벤처의 혜택을 금융적 투자수익에 기반을 둔 기업가치와 사회적 미션에 따른 비용 및 절감에 바탕을 둔 사회적 목적 가치로

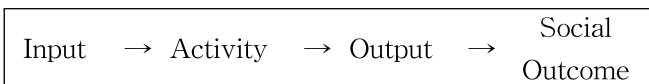
분류하고 이를 합하여 이를 합하여 혼합된 가치라고 명명했다. 사회적가치의 측정 방법은 활동의 결과로서 다양한 이해관계자들에 일어나니 예측되는 변화의 관점에 집중해야 한다.

[표 3] SROI 측정

기업가치 = 매출가치
- 판매된 재화 및 용역 비용
- 운영 비용
사회적목적 가치
+ 지원금 및 기부금
- 기금모금 비용 및 지원금 신청비용
+ 사회적 절감 비용
- 사회적 운영 비용
+ 증가된 세수
부채
- 사회적기업의 부채
= 혼합된 가치

REDF에서는 사회적기업 가치 측정을 위한 세 가지 지표 중 사회적목적 수익 지수에 대해서 기업에 대한 자선 투자의 가치로 나눈 사회적목적가치로 정의했다. 현대경영학의 아버지로 불리는 피터 드러커(1909-2005)는 생전에 비영리조직(NPO)에 대한 관심이 많았다.

[표 4] SROI 프로세스



SROI의 측정 과정은 첫째, 이해관계자와 방법에 대해 명확히하는 것이며, 둘째는 결과물의 매핑이다. 세 번째로는 결과물 명시와 사회적가치를 부여하고 마지막으로 영향력을 확정하는 과정으로 이루어져 있다. 이러한 과정이 끝나면 창출된 사회적가치를 보고하고 내재화하는 과정을 거친다.

### 2.4. BSC

BSC(Balanced Scorecard)는 재무적인 측면과 고객, 내부프로세스, 학습과 성장 등 기업의 성과를 종합적으로 관리하는 균형 잡힌 성과측정기록표 이다. 단기적 성격의 재무적 목표 가치와 장기적 목표 가치와의 조화를 추구한다.[5]

### 3. 결론

본 연구는 사회적기업 등 사회적경제조직의 사회적 성과를 측정하는 유형에 관한 연구이다. 사회적경제 영역이 확대됨에 따라 사회적가치 측정에 대한 사회적 요구는 높아지고 있지만, 전통적으로 비화폐적인 성과 영역을 측정하는 것은 회계 외의 영역이었다. 그러나 피터 드러커는 1950년대에 이미 NPO의 성과를 측정하였으며 이후에도 IRIS, CEA(비용효과분석), CBA(비용편익분석), ROBINHOOD BCR 등 다양한 방법을 통해 효과적으로 사회적가치를 측정하고자 하였다. 그러나 사회적가치 측정이 오히려 실제의 가치보다 축소화 시킬 수 있다는 우려와 평가기법의 표준화가 어렵다는 단점 때문에 이론적 배경이 충실하게 제시되지 못하였다.

본 연구에서는 기존의 연구 외 CAIRA방법론을 추가하여 업종별로 측정 방법을 달리 할 것을 제안하고자 한다. 특히 최근 지역을 중심으로 하는 도시재생사업에 참여하는 마을관리협동조합과 마을기업의 측정에는 보다 더 적절할 것으로 판단된다. 우리나라에서 개발된 SVI에서는 과정 중심의 측정이어서 결과로 나타나게 되는 사회적성공에 대해서는 조금 더 보완되어야 한다.

사회적가치 측정을 위한 지표의 개발은 여전히 진행 중이며 과제로 남아 있다. 특히 우리나라는 다른 나라와는 다른 특성을 보이며 발전하고 있어서 더욱 더 실정에 맞는 지표 개발이 시급하다.

### 참고문헌

[1] www.law.go.k 국가법령정보센터  
 [2] www.socialenterprise.or.kr 사회적기업진흥원  
 [3] 뿌부아르경제연구소, 「NPO 경영 평가 지표」, 2011  
 [4] Nicholls, Jeremy, et al. *A guide to social return on investment*. Office of the Third Sector, Cabinet Office, 2009.  
 [5] www.naver.com 지식경제용어사전