

SPC Review

S o c i a l P r o g r e s s C r e d i t

사회적 기업이 창출한 사회성과를 화폐가치로 측정하고, 성과에 비례한 인센티브가 주어진다면,
사회적 기업에는 어떤 변화가 생길까?

2015년 출범된 사회성과인센티브 프로젝트(Social Progress Credit, SPC)는 두 가지 주요 원칙 아래 운영됩니다. 첫째, 사회적 기업이 사회문제를 해결하여 창출한 사회성과를 객관적인 화폐단위로 측정합니다. 둘째, 측정된 사회성과에 비례하여 현금 인센티브를 보상합니다.

기업이 창출한 사회성과만큼 시장의 보상이 주어진다면, 더 많은 사회문제가 해결되고 보다 혁신적인 솔루션이 등장할 수 있지 않을까요? 이에 SPC 프로젝트의 효과를 조직의 내부적인 '측정효과', '인센티브 효과' 그리고 앞의 두 효과의 시너지로 발생하는 '행동 및 인식 변화 효과'의 세 가지 측면으로 구분하여 확인해 보았습니다. 2023년 7월부터 11월까지 진행한 SPC 참여기업 대상 설문조사 및 심층 인터뷰, 그리고 사회적가치연구원에서 매년 수집하는 SPC 참여기업 데이터를 활용하여 그간의 성과에 대한 SPC 효과성 분석을 진행했습니다. 주요 분석 결과를 SPC Review 5호에서 공유하고자 합니다.

사회성과인센티브(Social Progress Credit)의 출범 배경

현재 우리 사회는 고령화, 환경 오염, 경제적 불평등, 노동시장의 경직 등 다양한 사회문제들로 가득합니다. 이러한 사회문제들은 우리 사회의 여러 영역과 복잡하게 얽혀 있기 때문에 정부 홀로 이를 완전히 해결하기는 어렵습니다. 이에 따라 정부의 사회문제 해결이 충분하지 못한 영역에서 많은 사회적 기업이 활동하고 있습니다. 그러나 현재 사회적 기업들은 사회문제 해결에 동참하기 위한 경영 역량과 자금이 부족합니다. 뿐만 아니라 대다수의 사회적 기업에 대한 지원이 '성과에 비례하지 않는 균일한 획일적인' 방향으로 이루어져 성과가 우수한 사회적 기업들은 지원제도가 불공정하다고 느끼며, 사회문제를 해결하려는 자발적 동기가 저하될 우려도 있습니다. 그러므로 사회적 기업들이 지속적으로 성장하며 사회문제를 해결하기 위해서는 동기부여가 필요하고, 이러한 점에서 사회성과인센티브(Social Progress Credit, SPC)가 중요한 역할을 할 수 있습니다.

사회성과에 비례하는 인센티브는 '공정성'과 '자발성'을 높이는 데 기여할 수 있습니다. 다른 사회적 기업보다 더 많은 사회 문제를 해결하는 사회적 기업이 더 많은 지원을 받을 경우, 사회적 기업가들은 이러한 지원 제도가 더 '공정하다'고 인식하며, 더 큰 성과를 내기 위해 '자발적으로' 노력할 것 입니다.

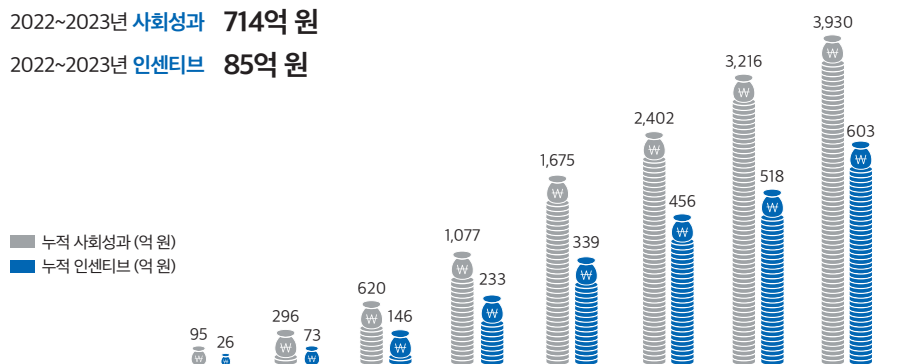
사회적 기업이 사회문제 해결에 더 많은 노력을 기울일수록 더 많은 보상을 받을 때 어떤 효과가 발생할까요? 지난 2015년에 출범한 SPC의 효과성을 검증하기 위해 프로젝트의 영향을 크게 '측정 효과', '인센티브 효과', '행동 및 인식 변화'로 분류하고 몇 가지 가설을 세워 확인해 보았습니다. 2023년 7월부터 11월까지 SPC 참여기업을 대상으로 설문조사 및 심층 인터뷰를 진행하고, 사회적가치연구원에서 연도별로 수집한 데이터를 통계 분석했습니다. SPC Review 5호에서는 분석의 주요 결과를 공유하고자 합니다.

SPC 그간의 성과

2015년 SPC 출범 이후부터 2023년 현재까지 319개 국내 사회적 기업이 창출한 사회성과가 화폐가치로 측정되었습니다(총 참여기업 수 368개). SPC 참여기업은 누적 3,930억 원의 사회성과를 창출하였고, 이에 비례하여 누적 603억 원의 현금 인센티브가 제공되었습니다(그림 1).

2022~2023년 사회성과 714억 원

2022~2023년 인센티브 85억 원



인센티브 지급 연도	2016년	2017년	2018년	2019년	2020년	2021년	2022년	2023년
참여기업 수 (누적)	44개	94개	130개	188개	222개	288개	326개	368개
측정기업 수	43개	92개	125개	169개	200개	264개	285개	319개

(출처: 사회적가치연구원)

<그림 1> SPC 사회성과 및 인센티브

SPC: 증거기반 정책

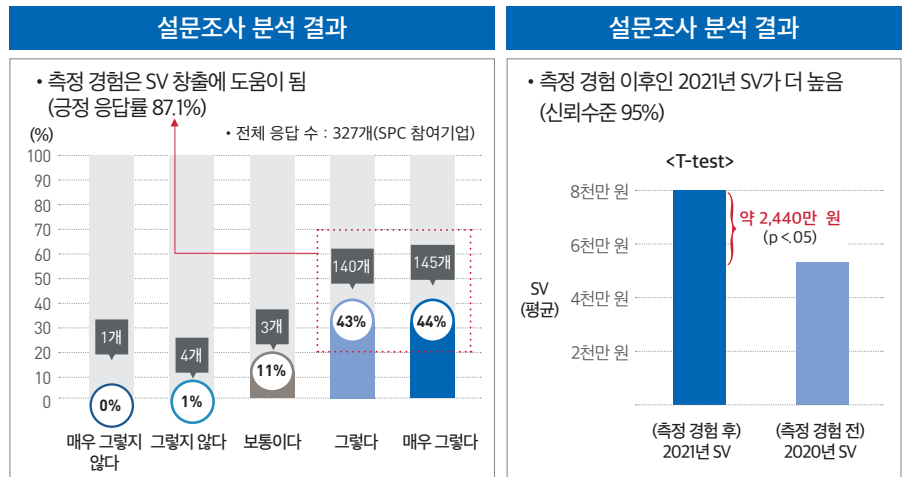
1997년 토니 블레어 수상이 「증거에 기반한 정책의 시행 및 평가(Evidence-based Policy Making)」를 정부 개혁의 핵심으로 제시하면서 영국과 미국(오바마 정부)을 중심으로 증거기반 정책이 점차 확산되었습니다(Boaz & Nutley, 2015; Newman, 2022). SPC는 이러한 증거기반 정책의 한 과정으로, 정책을 수립할 때 결정자의 주관이 아닌 객관적인 증거를 기반으로 하는 두 가지 주요 특징을 가지고 있습니다.

첫째, 사회적 성과를 객관적으로 측정 가능한 화폐적 가치로 전환합니다. 둘째, 정책의 효과성을 확인하기 위해 2021년부터 SPC 참여기업을 실험군과 대조군으로 분류하여 선발하고 있습니다. SPC 프로젝트는 2028년 종료를 앞두고 있고, 2024년은 10년 참여기업 선발을 마무리하는 마지막 선발의 해이므로, SPC의 진행 상황과 효과성을 분석하는 것은 시의적인 중요성을 가집니다.

측정의 효과

경영학자 피터 드러커가 “측정할 수 없다면 관리할 수 없다”고 강조한 것처럼, 진정한 사회적 가치 창출은 측정에서부터 출발한다고 할 수 있습니다. 특히 정부 의존도가 높고 지속가능성에 대한 우려가 증가하는 현재의 사회적 기업에게는, 조직의 역량을 명확히 이해하고 효율적인 경영을 실현하기 위해 자체적인 성과 측정이 필수적입니다.

사회성과 측정 경험이 기업의 사회성과 증가에 어떤 영향을 미치는지 확인한 결과, 긍정적인 영향을 확인할 수 있었습니다. 2023년 7월에서 8월까지 약 두 달 간 총 327개 기업을 대상으로 진행한 설문조사에서 측정 경험이 사회성과 창출에 도움이 된다는 긍정적인 응답이 87%(285개 기업)를 차지했습니다(그림 2). 또한, SPC 참여기업을 대상으로 측정 전인 2020년과 측정 후인 2021년의 사회 성과를 비교해 본 결과, 2021년의 사회성과는 평균적으로 약 2,440만 원 증가한 것으로 나타났습니다.

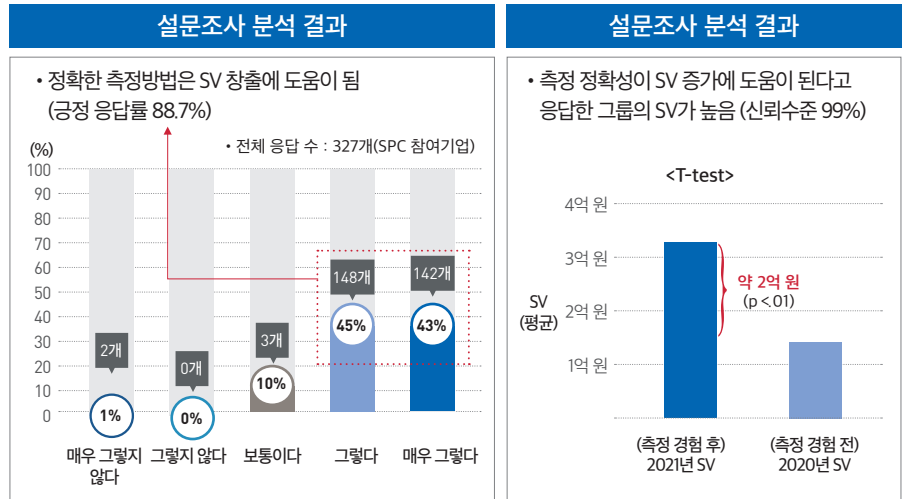


<그림 2> SPC 측정효과 결과

측정 정확성의 효과

단순히 사회성과를 측정하는 것뿐만 아니라, 측정의 정확성을 보장하는 것 또한 매우 중요합니다. 사회성과는 경제성과와는 다르게 주관적인 측면이 많기 때문에 정확하게 측정되지 않으면 기업의 지속가능한 사회에 대한 기여도를 평가하는 데 어려움이 따르기 때문입니다. 정확한 측정은 조직이 자체적인 성과를 파악하고 개선하기 위한 기반이 되며, 투명성과 신뢰성을 확립하여 지자체·투자자 등 이해관계자와의 긍정적인 커뮤니케이션에 기여합니다. 따라서, 측정의 정확도는 사회적 기업의 지속 가능성을 높이는 핵심 요소라 할 수 있습니다.

정확한 측정방법(측정 정확성)이 사회성과 창출에 도움이 되는지에 대해 질문한 결과, 327개 기업 중 290개 기업(89%)이 긍정적으로 응답했습니다. “SPC의 성과측정이 귀사의 사회성과를 잘 반영한다고 생각하십니까”라는 질문에 대한 답변을 두 그룹으로 나누어 T검정 분석 (T-Test Analysis; 두 집단 간 평균 비교)을 수행한 결과, ‘그렇다’고 대답한 기업은 ‘그렇지 않다’고 대답한 기업보다 평균적으로 2억 원 이상의 더 높은 사회 성과를 창출하는 것으로 확인되었습니다(그림 3).



<그림 3> SPC 측정 정확성 효과 결과

사회성과 및 경제성과에 대한 기여

사회적 기업이 창출한 사회성과에 비례한 인센티브가 더 많은 사회문제 해결을 유도하는지, 경제 성과에는 어떠한 영향을 미치는지에 대한 파악해 보았습니다. 그 결과, 인센티브가 사회성과에는 직접적인 양(+)의 영향을 미치는 반면, 경제성과 증가에는 통계적으로 유의미한 영향을 미치지 않는 것으로 확인되었습니다. 다만, 경제성과와 사회성과 간 상보성이 높은 경우에는 인센티브가 간접적인 양(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났습니다.

인센티브가 사회성과에 미친 영향에 대한 연구결과를 먼저 살펴보겠습니다. RCT* 연구 결과에 따르면, 6기 기업 실험군에서 2021년 총 사회성과가 통계적으로 유의미하게 높은 것으로 나타났습니다. 그리고 실험군이 대조군보다 평균적으로 총 사회성과가 약 1억 2,000만 원 더 많은 것으로 분석되었습니다. 이 연구 결과는 최승주 교수와 김부열 교수가 ‘2023년 아태지역 세계실험경제학회(Asia-Pacific ESA)’에서 발표하였습니다. 정선문 교수와 신재용 교수의 연구를 통해서 ‘인센티브를 받으면 다음 해 매출 대비 사회성과가 증가’하는 것을 확인하였습니다. 이 논문은 SPC의 사회성과 측정과 성과비례 인센티브를 학문적으로 검증한 것으로 2022년 Management Science에 게재되었습니다.

다음으로, 인센티브가 경제성과에 미치는 영향을 살펴보면 다음과 같습니다. RCT 연구 결과, 인센티브가 경제성과에 통계적으로 유의미한 영향을 미치지 않는 것으로 나타났습니다. 그러나 Jung & Shin(2022) 연구에서는 사회성과와 경제성과가 상호보완적(Complementary)인 기업의 경우, 인센티브를 통해 경제성과 역시 증가하는 것이 확인되었습니다. 두 성과 간 상보성이 높으면 사회성과가 경제성과에 Spill-over Effect를 주기 때문입니다. 즉, 사회적 기업은 인센티브를 사회문제 해결과 관련된 영역에 투입하므로 직접적인 사회성과 증가 효과가 나타나는 반면, 경제성과에는 직접적인 영향보다는 간접적 영향을 미칠 수 있습니다. 다만, 서로 다른 학술적 논의가 존재하기 때문에 인센티브가 경제성과에 미치는 영향에 대한 지속적인 연구가 필요해 보입니다.

SPC 효과성

- 인센티브 효과

03

• RCT (무작위 통제 실험, Randomized Controlled Trial)는 자연과학에서 활용되는 실험 설계를 사회과학에 해당하는 정책 분석 및 분야에 응용함으로써 가장 엄밀하게 정책의 효과를 측정하고 입증하는 방법입니다.

사회적가치연구원은 2020년부터 서울대 최승주 교수, 김부열 교수, 박선현 교수와 함께 RCT 연구에 기반해 SPC 프로젝트의 효과를 연구하고 있습니다.

이에, SPC 참여기업 6기부터 무작위로 ‘실험군(측정+인센티브)’과 ‘대조군(측정)’으로 배정하고 있습니다.

SPC 효과성

- 행동 및 인식 변화 효과

04

행동 및 인식 변화

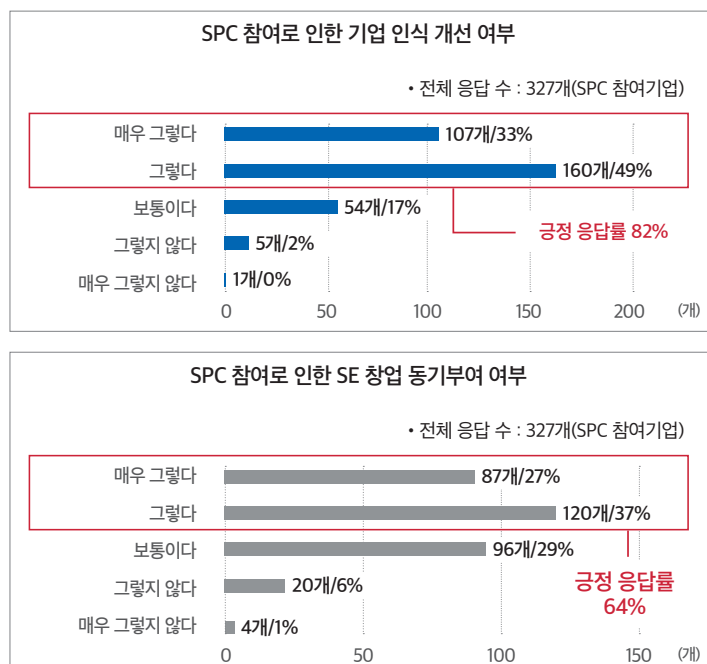
SPC 프로젝트는 기업의 행동이나 대외 인식에 어떠한 변화를 가져왔을까요? 측정 효과와 인센티브 효과 외에 SPC는 기업의 비즈니스 활동 과정에서도 영향을 미쳤습니다. SPC 참여가 사회적 기업에 대한 외부적 긍정적 인식을 높여 자원 동원(자본, 인재)의 마중물 역할을 하였으며, 이로 인해 사회적 기업이 더 혁신적인 사회문제 해결 비즈니스 모델을 구축할 수 있었던 일련의 과정과 사례들을 소개합니다.

① 사회적 기업에 대한 긍정적 인식 증가

SPC 참여기업 대표자에게 '사회성과인센티브에 선정된 이후, 대내외적으로 자사에 대한 인식의 긍정적 변화가 있었는지' 질문한 결과, 응답 기업의 82%가 '자사에 대한 긍정적인 인식이 증가했다'고 답했습니다. 이 결과는 SPC가 기업의 이미지와 인식을 개선하는 데 상당히 긍정적인 영향을 미치고 있다는 것을 보여줍니다. 다수의 대표들은 'SPC참여가 대외 이미지 개선 및 네트워킹 형성에 도움이 되었다'고 응답했습니다. 6기 참여기업 A사의 대표는 "고객사가 기업 연혁에서 '사회성과인센티브 선정 기업'임을 확인하고 회의를 이어간 적이 여러 차례 있었다. 기업의 신뢰도나 전문성에 대해 인정받는 계기가 되었다." 언급했습니다. 2기 참여기업 B사의 대표는 "사회적기업 인증, 소셜벤처 인증처럼 사회성과인센티브 참여가 사회적 가치 창출의 진정성을 보여주는 시그널링 효과가 있다고 생각한다"고 전했습니다.

이러한 응답은 SPC가 기업의 외부 이미지 형성에 긍정적인 영향을 미친다는 것을 보여줍니다.

마지막으로, SPC 참여가 사회적기업 창업에 긍정적인 영향을 미치고 있음을 확인했습니다. 응답기업의 64%가 'SPC는 사회적 기업 창업에 동기부여가 된다'고 응답했으며, 이를 통해 SPC가 사회적 기업 생태계에 도움이 된다는 인식이 존재함을 확인할 수 있었습니다. SPC는 창업 동기를 부여하여 사회 생태계에 더 많은 사회문제 해결사가 등장하는 데 긍정적 영향을 미치는 것입니다. (그림 4).



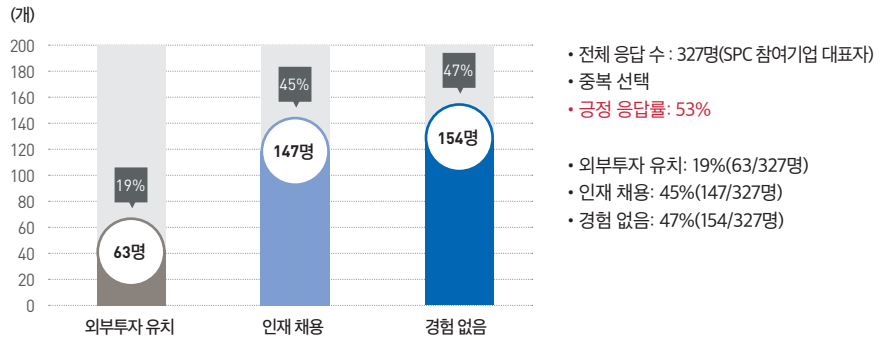
<그림 4> SPC로 인한 사회적기업에 대한 긍정적인 인식 증가

② 외부 자원 동원(자본, 인재)

SPC는 객관적이고 공신력 있는 경영 실적으로 인정받고 있으며, 외부 자원 동원(투자 유치 및 전문인력 채용)의 근거 자료로 활용되고 있음을 확인하였습니다.

SPC 참여기업 대표자에게 '사회성과인센티브에 선정된 이후, 외부 투자 유치 혹은 인재를 채용한 경험이 있는지' 질문한 결과, 긍정 응답률이 53%(중복 선택 가능)에 달했습니다.

그중 19%(63명)가 외부 투자 유치에 도움이 되었다고 응답했고, 45%(147명)가 인재 채용에 도움이 되었다고 응답했습니다(그림 5).

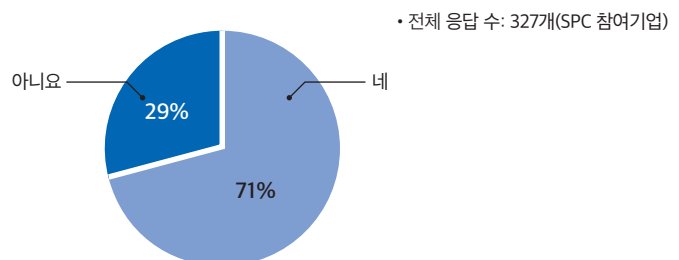


<그림 5> 외부 자원동원 경험

4기 참여기업 C사의 대표는 인재채용 차원에서 인센티브가 “글로벌 회사에서 일하는 인재를 영입할 수 있는 마중물이 되었다”고 언급했습니다. 이와 같은 맥락에서 최지혜와 이진영(2017)은 ‘용처 제한이 없는 인센티브는 사회적 기업이 전문인력을 채용하는 데 도움이 되지만, 용처를 제한하면 전문인력 채용에 오히려 부정적인 영향을 미칠 수 있다’고 보았습니다. 투자 유치 차원에서는 1기 참여기업 D사의 대표와 2기 참여기업 E사의 대표가 “사회성과인센티브가 임팩트 투자 유치에 도움이 되었다”고 답변하였습니다.

③ 사회 문제 해결 비즈니스 모델의 발전

SPC 참여기업 대표에게 ‘SPC를 통해 혁신적인 사회성과 창출과 관련된 비즈니스 모델의 구상이나 구현이 가능하였는지’ 질문한 결과, 71%가 ‘SPC를 통해 혁신적인 사회성과 비즈니스 모델을 개선할 수 있었다’고 응답했습니다(그림 6). 그러나, ‘SPC 참여기간 중 실제로 혁신적인 사회성과 비즈니스 모델 창출을 경험하였다’고 응답한 기업은 30% 수준으로 나타났습니다. 이러한 조사 결과는, SPC를 통해 사회적 기업은 사회성과 비즈니스 모델을 발전시킬 수 있으며 점진적(Incremental) 개선 사례가 대부분이나 기존과 다른 새로운 비즈니스 모델을 개발하는 혁신 사례도 존재함을 의미합니다.



<그림 6> SPC 참여로 인한 SV-BM 발전 여부

<참고문헌>

Boaz, A., & Nutley, S. (2015). Evidence-based policy and practice. In Public management and governance (pp. 376-392). Routledge.

Newman, J. (2022). Politics, public administration, and evidence-based policy. Handbook on the politics of public administration, 82-92.

Jung, S. M., & Shin, J. Y. (2022). Social Performance Incentives in Mission-Driven Firms. Management Science, 68(10), 7631-7657.

최지혜와 이진영(2017). 사회적기업에 대한 정부재정지원의 고용 창출 효과 : 사회적 일자리와 자체 고용에 대한 일자리창출을 중심으로

김부열, 최승주(2023.5.22). 현금 인센티브가 사회적기업에 미치는 영향: 무작위 대조 실험. 2023 아태지역 세계실험경제학회 (Asia-Pacific ESA).

사회성과 비즈니스 모델의 발전 사례에 대해 조사한 결과, 63개 기업 중 55%(35개)가 '취약계층 돌봄서비스와 고용사업 관련 비즈니스를 확대'해 비즈니스 모델을 개선한 것으로 나타났습니다. 한편, 64개 기업 중 17%(11개)는 '신기술 개발을 통해 신사업을 확장'하여 비즈니스 모델을 혁신했다고 답했습니다.

또한 **사회성과 측정 경험은 비즈니스 개선에 기여하는 것으로 나타났습니다.** SPC 참여기업 대표자에게 '사회성과 측정을 바탕으로 비즈니스 모델을 확장하거나 변환한 적이 있는지' 질문한 결과, 응답자의 85% (278명)가 '사회성과 비즈니스를 발전시키는 데 도움이 되었다'고 답했습니다.

4기 참여기업 F사의 대표는 "사회성과 측정을 경험하면서 인공지능 데이터 사업으로 확장하였고, 베트남 지사 설립 등 글로벌로 확산 중이다"라고 답변했습니다. 뿐만 아니라, 8기 참여기업 G사의 대표는 "사회성과 측정을 경험했더니 비즈니스 모델 자체를 항상 사회적 가치와 연관지어 고민하게 되었고, 관련해서 지속적으로 비즈니스 방향을 설계 중이다"라고 밝혔습니다. 이러한 기업들의 응답은 **사회성과 측정이 기업의 전략적 방향성을 형성하고 확장하는 데 기여하고 있음을 보여줍니다.**

시사점 및 도전 과제

이번 호에서는 SPC 프로젝트의 측정 효과, 인센티브 효과, 그리고 행동 및 인식 변화 효과를 확인해 보았습니다. 첫째, 사회성과 측정 경험과 측정의 정확성이 사회성과에 상당히 긍정적인 영향을 미친다는 것을 확인할 수 있었습니다. 둘째, 사회성과인센티브의 사회성과에 대한 기여도를 분석한 결과, 인센티브가 사회성과 제고에 긍정적인 영향을 미치는 것으로 나타났습니다. 또한, 인센티브가 경제성과 증가에는 통계적으로 유의미한 영향을 미치지 못했으나, 사회성과와 경제성과가 상호보완적(complimentary)인 기업인 경우 인센티브를 통해 경제성과 역시 증가하는 것이 확인되었습니다. 인센티브의 경제성과에 대한 영향에 대해서는 학술적인 여러 담론과 논의가 있기에 지속적인 데이터 축적과 연구가 필요합니다.

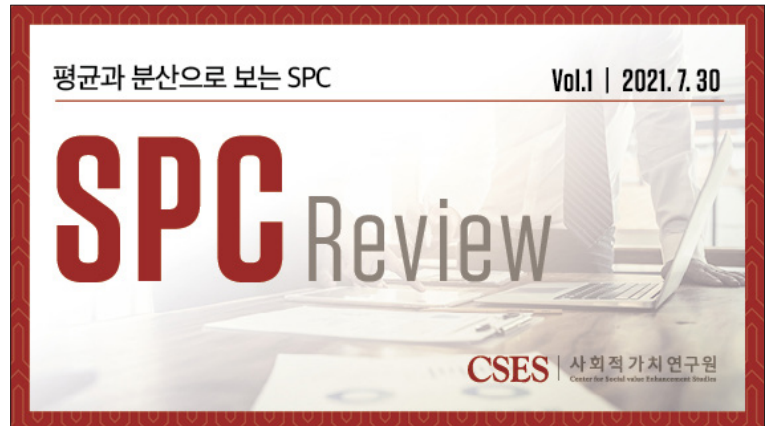
셋째, SPC 참여는 사회적 기업에 대한 인식 변화, 외부 인재 및 자원 동원, 비즈니스 모델 변화에 긍정적 영향을 미치는 것으로 확인되었습니다. SPC를 통해 기업들이 비즈니스 모델을 개선할 뿐만 아니라 기존과 다른 새로운 모델을 구축하는 혁신도 있었습니다.

2024년부터 정부에서 강조하고 있는 사회적 경제 예산 효율성 및 절감은 국내뿐만 아니라 침체된 경기로 인해 국제 사회경제 분야에도 영향을 미칠 것으로 예상됩니다. 이로 인해 취약 계층을 위한 지원 및 지역 사회경제 협력 기관의 역할이 축소될 가능성이 있습니다. 이러한 상황에서 성과에 따른 인센티브가 효율적인 예산 활용에 도움이 될 수 있기를 희망하며, SPC Review 5호를 마무리합니다.

SPC Review Directory

SPC Review Vol.1

평균과 분산으로 보는 SPC
(2021.7.30)



SPC Review Vol.2

사회적가치 측정과 인센티브 활용
(2022.4.30)



SPC Review Vol.3

고-중-저 성과 분포
(2022.8.31)



SPC Review Vol.4

SPC 참여기업 대표성
(2023.6.30)

