

SPC Review

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

우수 기업은 어떤 기업인가?

SPC Review는 기초적인 질문으로 SPC의 “Numbers and Narrative”를 그려보고 있습니다.

제1호에서는 Numbers의 가장 기본인 평균과 분산을 통해 SPC 실험의 규모와 참여기업의 특성을 살펴보았습니다.

제2호에서는 사회성과 측정 결과와 이에 따라 주어진 인센티브를 어떻게 활용하고 있는지 살펴보았습니다.

이번 제3호에서는 고-중-저성과 그룹 분포를 살펴보았습니다.

그 배경에는 우수 사회적 기업에 대한 정의와 판단 기준에 대한 복잡한 심경이 작용했습니다.

많은 사람들이 질문합니다.

“우수 사회적 기업 좀 추천해 주세요. SPC 잘하는 기업은 어디예요?”

이런 질문을 받을 때마다 머릿속이 복잡해집니다.

질문은 간단한데 사실 사회적 기업의 현장과 산출된 데이터를 보면 그렇지 않습니다.

많은 연구자들께서 SPC의 효과성에 대해 관심 가져주시니

한편으로 저희는 어떤 기업을 우수기업이라고 볼 수 있을지 고민해보게 되었습니다.

아직 많이 부족합니다만 이번 SPC Review 제3호를 통해

조금 더 현장을 깊게 이해할 수 있는 Numbers and Narrative를 발견할 수 있도록 노력하겠습니다.

01

경제성과와 사회성과는 Trade-off가 아닙니다. 두 마리 토끼 모두 잡을 수 있습니다.

연평균 경제성과 규모와 연평균 사회성과 규모로 각 기업의 위치 분포를 살펴보았습니다.

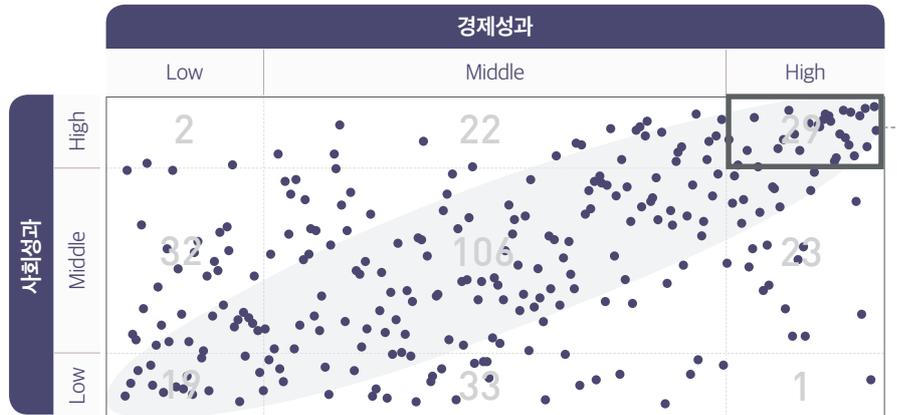
2015년부터 2020년까지 SPC에 참여한 기업들의 ①연평균 사회성과 규모와 ②연평균 경제성과 규모를 비교해 보았습니다. 세로축에는 사회성과 규모, 가로축에는 경제성과 규모(사회적 기업의 현실을 반영한 총수입(=매출액+영업외수익)으로 계산)를 두고 각 기업이 어디에 위치하는지 점을 찍어본 것입니다. 그리고 사회성과도 높고 경제성과도 높은 그룹에는 어떤 기업이 있는지 혹은 반대의 경우에는 어떤 기업이 있는지 살펴보았습니다.

경제성과와 사회성과 간에 56%의 양(+)의 상관관계가 있습니다.

아래 분포도의 회색 음영 표시된 부분을 보면 기업들이 **우상향 분포**를 보이는 것을 알 수 있습니다. 인과관계까지 살펴보는 것은 아니지만, **사회성과와 경제성과 간 양(+)의 상관관계**가 있는 것으로 보입니다. 둘 간의 상관관계는 56%로 나타납니다. 이는 무엇을 의미할까요? 사회성과나 경제성과 둘 중 하나가 1만큼 커질 때 나머지 하나가 0.56만큼 커지거나 반대로 둘 중 하나가 1만큼 작아질 때 나머지 하나가 0.56만큼 작아질 수 있다는 것을 의미합니다. **사회성과와 경제성과가 같은 방향으로 움직이는 경향이 있다**는 의미입니다.

경제성과와 사회성과라는 두 마리 토끼를 모두 잡을 수 있습니다.

그동안 경제성과와 사회성과라는 두 마리 토끼를 모두 잡는 것이 얼마나 어려운지, 실제 가능한지, 손실은 없는지에 대한 수많은 논의가 있었습니다. 이번 결과를 보면, 사회문제 해결을 미션으로 하는 작은 기업들 중에 **SPC에 참여한 기업들은 경제성과와 사회성과 두 마리의 토끼를 잡을 수 있음**을 보여주는 것 같습니다.



* 기업별 참여 전 기간 동안의 연평균 사회성과, 연평균 경제성과 규모 기준, 기업의 위치를 분포도로 표시함
* 경제성과는 총수입(매출 + 영업외수익)을 의미함
* 고성과(20.0%), 중성과(60.0%), 저성과(20.0%)로 구분함

<두 마리 토끼를 모두 잡고 있는 우수한 기업들을 소개합니다.>

1기 2기 3기 4기 5기 6기

나눔공동체	다우환경	도우누리	동부케어	동천	안산의료복지 사회적협동조합	안산의료복지 사회적협동조합	एको맘의산골 이유식
웹와치 주식회사	컴윈	폼앗이마을 사회적협동조합	복지유니온	천안돌봄사회 서비스센터	작은영화관 협동조합	점프	행복더하기
리드릭	부산돌봄사회 서비스센터	수호천사	시흥희망의료복지 사회적협동조합	온케어구리	청밀	스타스텍	아이랑놀기장
리맨	사회적협동조합휴 먼케어	작은자리 돌봄센터	공감과연대	씨튼장애인직업 재활센터			

사회성과와 경제성과 규모가 큰 차이를 보이는 이유는,
비즈니스 모델의 특수성 때문으로 보입니다.

		경제성과						
		Low		Middle		High		
사회성과	High	1	EV 2억 2천만 원	EV 14억 4천만 원	EV 56억 3천만 원	SV 3억 6천만 원	SV 6억 1천만 원	SV 8억 9천만 원
		EV:SV 1:1.61	EV:SV 1:0.42	EV:SV 1:0.16				
	Middle		EV 2억 4천만 원	EV 9억 9천만 원	EV 37억 2천만 원	SV 1억 원	SV 1억 7천만 원	SV 1억 7천만 원
		EV:SV 1:0.40	EV:SV 1:0.14	EV:SV 1:0.05				
	Low	3	EV 2억 4천만 원	EV 8억 8천만 원	EV 127억 9천만 원	SV 2천만 원	SV 2천만 원	SV 1천만 원
		EV:SV 1:0.06	EV:SV 1:0.02	EV:SV 1:0.001				

* 각 그룹에 해당하는 기업의 평균값

1 경제성과는 낮으나 사회성과가 높은 그룹

중개업의 경우, 수수료 중심의 수익구조로 인해 경제 성과는 적지만 수혜자의 범위가 넓어 사회성과가 큰 것으로 보입니다.

A기업: 금융 관련 중개업

A는 재무상담을 통해 정확한 진단과 해법을 제시하여 가계부채라는 사회문제를 해결하는 기업입니다. 수수료 중심의 수익구조를 기반으로 취약계층 무료상담이라는 사회성과를 창출하고 있습니다.

B기업: 발달장애를 가진 예술가 지원 에이전시

B는 작품 전시, 굿즈 제작 및 판매, NFT 발행 등을 통해 예술가들의 예술활동이 지속가능 하도록 지원하고 경제적 독립을 돕는 기업입니다. B기업에 소속된 작가들을 중심으로 한 전시회 개최, 상품, 굿즈, NFT 판매를 통한 수익의 절대적 규모는 크지 않지만, 사회문제 해결에 대한 기여는 매우 높습니다.

2 경제성과는 높으나 사회성과는 낮은 그룹

C기업: 협동조합

C는 친환경적인 농산물/가공식품/생활용품 등 생활재 공동구입과 더불어 지속가능한 지역사회 발전, 여성의 삶의 질 향상 등을 위한 사업을 수행하는 협동조합입니다. 전국적으로 10개 이상의 지역생협과 10개 이상의 매장이 있습니다. C의 경우 각 지역생협과 매장의 수입이 개별 사업체로 분리하지 않고 단일로 계상되어 회계처리상 경제성과가 높은 것으로 나타납니다.

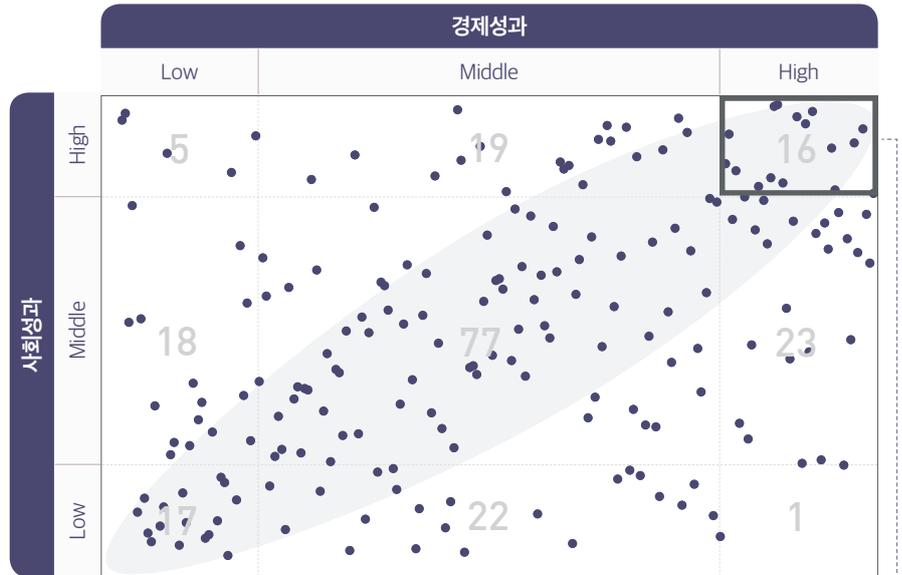
3 경제성과와 사회성과 모두 낮은 그룹

이 그룹에 속한 19개의 기업에는 2018년부터 서울시 소셜벤처 협력사업으로 SPC에 진입한 기업들이 다수 있습니다. SPC 사무국이 직접 선발하지 않고, 서울시와 협력사업을 하는 중간기관들의 추천으로 SPC에 참여한 소셜벤처들입니다. 그들의 특징은 첫째, 전통적인 사회적 기업들이 추구하던 사회성과(예. 돌봄, 취약계층 고용 등)와는 다른, 앱 기반 서비스를 통한 사회성과 창출(예. 직업 소개, 상담서비스 등)이 많습니다. 둘째, 창업 초창기의 기업들이 다수입니다. 그렇다 보니 상대적으로 전통적인 사회성과 측정영역과는 거리가 있고, 경제성과가 낮은 것으로 확인됩니다.

02

성과 규모가 큰 기업과 성장률이 높은 기업은 다릅니다.

2015년부터 2020년까지 SPC에 참여한 기업들의 ①사회성과 성장률과 ②경제성과 성장률을 비교해 보았습니다. 세로축에는 사회성과 성장률, 가로축에는 경제성과 성장률(총수입 성장률)을 두고 각 기업이 어디에 위치하는지 점을 찍어본 것입니다. 그리고 사회성과 성장률도 높고 경제성과 성장률도 높은 그룹에는 어떤 기업이 있는지 혹은 반대의 경우에는 어떤 기업이 있는지 살펴보았습니다.



* 기업별 참여 전기간 동안의 연평균 복합증가율(CAGR, Compound Annual Growth Rate) 기준, 기업의 위치를 분포도로 표시함
* 경제성과는 총수입 성장률(매출 + 영업외수익의 연평균 복합증가율)을 의미함
* 고성과(20.0%), 중성과(60.0%), 저성과(20.0%)로 구분함

<두 마리 토끼를 모두 잡고 있는 우수한 기업들을 소개합니다.>

■ 2기 ■ 3기 ■ 4기 ■ 5기

제리백	로앤컴퍼니	바른음원협동조합	가온IPM	업드림코리아	행복더하기	군잡스	두손컴퍼니
청소박사협동조합	코끼리공장	그로잉맘	디스에이블드	스타스테크	페이퍼팝	밸리스	수퍼빈

경제성과와 사회성과 성장률이 높은 기업의 경우, 시장환경의 변화(코로나19, ESG 부각)로부터 영향을 받은 것 같습니다.

CAGR은 시작연도와 종료연도의 성과를 기준으로 여러 해 동안의 평균적인 성장률을 산출합니다. 반면에 AAGR(Average Annual Growth Rate, 연평균 증가율)은 개별 연도의 증감 수치를 모두 포함합니다. 이번 호에서는 CAGR을 기준으로 성장률을 산출하였기 때문에 시작 지점과 종료 시점의 정보만 반영되어 있습니다. 이를 감안하여 살펴보면, 경제성과와 사회성과 성장률이 높은 기업의 특징을 아래와 같이 정리할 수 있습니다.

- ① COVID-19 특수 ▶ COVID-19에 따른 청소 및 소독 관련 사업 매출이 증가한 경우
- ② ESG 환경 특수 ▶ ESG 확산으로 친환경 등 관련 사업 매출이 증가한 경우
- ③ 소규모 특성 ▶ 성과 등 규모가 너무 작아 외부지원금과 같은 자원 유입이 매출에 큰 영향을 미치는 경우

경제성과 성장률과 사회성과 성장률 간에 19%의 양(+)의 상관관계가 있습니다.

분포도의 회색으로 음영 표시된 부분을 보면 기업들이 **우상향 분포**가 확인되지만, 경제성과와 사회성과 규모 간의 상관관계(0.56)에 비하면 성장률 간의 상관성(0.19)이 낮은 것으로 나타났습니다. 이는 무엇을 의미할까요? **기업 규모가 크든 작든, 어떤 하나를 1,000원 올리면 나머지 하나가 560원 올라가는** 경향이 있다는 것이 상관계수 0.56의 의미입니다. 그리고 이것을 성장률로 봤더니, **기업의 기존 경제(or 사회) 성과 규모를 100%라고 할 때 1%를 더 향상시키면 사회(or 경제) 성과 성장률은 기존 사회성과 규모의 0.19% 수준으로만 증가하는** 경향이 있음을 의미합니다. 물론 무엇이 먼저라는 인과관계는 아닙니다만 성장률의 경우는 상관성이 낮다는 것입니다. 기존 경제성과 대비 1% 성장시키는 노력과 기존 사회성과 대비 1% 성장시키는 노력을 별도로 취해야 하는 것일 수도 있습니다.

< 상관계수 0.56과 0.19의 의미 >



그래도 '경제성과 성장률과 사회성과 성장률이 Trade-off 관계는 아니다'라는 것이 다시 한 번 입증되었습니다.

다만, **한 단위를 추가하는 것과 기존 대비 1% 성장하는 것은 완전히 다른 차원의 이야기**이며 이를 봤을 때 우리는 **우수한 기업에 대한 정의를 다르게 내려보고** 요소를 찾아볼 필요가 있음을 생각하게 됩니다. 경제성과 성장률도 사회성과 성장률도 모두 고성과를 보이는 16개 기업의 명단을 보더라도 이전 그래프에서 등장한 기업과 다릅니다.



핵심 요약

① (규모) SV지향성이 높은 기업이 경제성과 규모도 사회성과 규모도 크다.

- 경제성과 규모와 사회성과 규모 간에는 56%의 양(+)의 상관관계가 있습니다. 두 마리 토끼 다 잡을 수 있다는 의미입니다.
- 경제성과 규모와 사회성과 규모가 극단적으로 차이나는 이유에 대해서는 비즈니스 모델(중개업, 협동조합 법인관계, 새로운 비즈니스 모델 등)을 근거로 살펴봐야 합니다.

② (성장률) SV-EV지향성의 균형있는 감각이 경제성과 성장률도 사회성과 성장률도 높인다.

- 경제성과 성장률과 사회성과 성장률 간의 상관관계는 19% 정도입니다. 규모를 기준으로 했을 때보다 상관성이 낮지만 역시 둘의 관계가 Trade-off 관계는 아님을 보여줍니다.

③ 어떤 기업이 좋은 기업인가? 간단하지 않은 답

- 영리기업, 벤처/스타트업과 달리 사회적 기업은 경제성과와 사회성과 두 마리 토끼를 다 잡아야 합니다. 그래서 잘하는 기업을 판단하는 기준을 세우기도 쉽지 않습니다.
- 사회적 기업의 성장은 어떠한가요? 특히 한국에서는 사회적 기업의 성장에 정부의 역할이 컸습니다. 그래서 정부의존도를 배제하고 사회적 기업의 성장을 논하거나 우수한 기업의 원인을 규명하기도 쉽지 않습니다.
- 이외에도 다양한 이유들로 인해 “우수한 사회적 기업”은 하나의 지표나 숫자로 진단하기 어렵습니다.
- 그렇기 때문에 사회적 기업의 성과에 대해 더 다각적인 지표와 지수가 개발되기를 바랍니다.

도전과 과제

이번 호에서 발견한 결과들은 SPC 기업에게만 해당되는 특수한 현상일까요? 사회문제 해결을 목적으로 하는 다른 기업들에게도 적용해볼 수 있는 이야기일까요? 이를 입증하려면 SPC에 참여하지 않는 기업들의 SV와 EV도 살펴봐야 하지만 SV는 측정되지 않아 비교가 힘듭니다. 그래서 다음 호에서는 SPC 기업군이 사회적 기업 생태계의 일반적인 특성과 같은지 다른지, 즉 샘플 대표성에 대하여 이야기하고자 합니다.

사회적가치연구원은 SPC 프로젝트를 통해 수집하고 축적한 데이터를 DB화하고 연도별 데이터와 패널 데이터 형태로 매년 공개하고 있습니다. 본 호에서 활용한 SPC 기업체 패널은 SPC 참여기업의 기본현황, 경제성과, 사회성과, 인센티브, 설문조사의 데이터로 구성되어 있습니다. 2022년 기업체 패널은 하반기(9월)에 공개될 예정이며, SV Hub 웹사이트(<https://svhub.co.kr/>)에서 신청 및 다운로드 할 수 있습니다.