

사회성과인센티브

사회성과 측정 매뉴얼

사회성과인센티브 사회성과 측정 매뉴얼

저 자: 라준영, 김수진, 정소민, 박성훈

발행처: 사회성과인센티브추진단©

발간일자: 2017년 11월

주소: (03186) 서울시 종로구 신문로1가 163번지 광화문 오피시아 2031호

전화: 02-725-1230

이메일: support@socialincentive.org

© 본 자료의 무단 전제와 복제를 금합니다.

사회성과인센티브 사회성과 측정 매뉴얼

사회적 기업은 시장과 기업 운영원리를 활용하여 사회문제를 해결하는 비즈니스 조직입니다. 그러나 사회적 기업이 창출한 사회적 가치가 시장의 가격기구에 반영되지 않기 때문에 시장 실패가 일어나는 경우가 많습니다.

사회성과인센티브는 사회적 기업이 창출한 사회적 가치를 현금으로 보상하여 사회적 시장에서 시장의 가격기구를 정상화하고 시장실패를 극복하는 새로운 실험입니다. 이를 통해 사회적 기업의 현금흐름을 개선함으로써 규모확대와 복제를 위한 성장자본 조달을 원활하게 하고, 사회적 가치를 극대화하기 위한 사회적 기업의 혁신 활동을 촉진합니다. 사회성과인센티브에서 사회적 기업은 인증 사회적기업에 한정되지 않으며 소셜벤처, 비영리기업, 사회적협동조합 등 재화와 서비스의 생산활동을 통해 사회문제를 해결하는 모든 사회적 경제조직을 포괄합니다.

사회성과인센티브는 개별 사회적 기업의 사업 활동의 결과인 사회성과를 측정하고 그 크기에 비례하여 현금 인센티브를 제공합니다. 따라서 사회적 기업의 사회성과를 화폐가치로 환산하는 것이 필수적입니다. 화폐가치 환산은 사회성과의 유형에 상관 없이 동일한 기준으로 사회적 가치를 표현함으로써 사회성과의 비교가능성과 신뢰성을 높일 수 있는 장점이 있습니다. 무엇보다 화폐가치를 기준으로 작동하는 시장의 가격기구에 사회적 가치를 내재화하기가 용이합니다.

본 매뉴얼은 사회적 기업의 성과를 화폐가치로 환산하는 기준과 측정 방법론을 구체적으로 소개합니다. 사회성과 측정의 범위, 원칙, 유형을 정의하고, 사회성과 유형별로 표준식과 측정방법론, 기술적인 고려 사항 등을 구체적으로 설명합니다. 이를 통해 본 프로젝트에 참여한 사회적 기업의 사회성과 측정에 대한 이해를 돕고, 실제 측정 업무를 실무적으로 진행하는 데 필요한 구체적인 가이드라인을 제공합니다. 또한 사회적 기업 스스로 사회성과측정시스템^{SPAS.socialincentive.org}을 이용하여 자신의 사회성과를 측정한 후 관련 이해관계자에게 보고할 수 있도록 돕습니다.

나아가 본 매뉴얼은 사회성과인센티브의 사회성과 측정 기준을 공공, 시장, 시민사회 등에서 사회문제의 혁신적 해결에 관심을 갖는 다양한 이해관계자와 공유하고자 합니다. 이를 통해 사회적 가치 창출을 지향하는 조직들이 조직의 활동성과를 결과 중심으로 정리하고, 이를 화폐가치로 표현하여 다양한 이해관계자와 소통하는 데 도움을 주는 참고서로 활용되기를 기대합니다.

측정매뉴얼 구성 및 사용법

본 측정매뉴얼은 다음과 같이 크게 세 부분으로 구성됩니다.

제1부 사회성과 측정 개요

사회성과인센티브에서 사회적 기업이 창출한 사회적 가치를 사회성으로 인정하는 측정 원칙, 범위, 체계와 관련된 내용을 담았습니다. 사회성과인센티브의 사회성과 인정 기준과 전반적인 측정과정에 대한 이해를 돕습니다.

제2부 사회성과 측정방법

사회서비스 성과, 고용 성과, 환경 성과, 사회생태계 성과 등 사회성과 유형별로 세부 성과 지표와 측정원리, 측정산식, 기준값^{proxy} 설정방법 등의 자세한 내용이 기술되어 있습니다. 또한 각 성과지표별로 사회성과측정시스템^{SPAS.socialincentive.org}에서 바로 측정할 수 있는 성과입력가이드를 제공합니다. 본 제도에 참여하는 사회적 기업은 사회성과측정시스템과 함께 본 매뉴얼을 이용하시면 보다 쉽게 성과측정을 수행할 수 있습니다.

제3부 사회성과 측정 결과의 이해와 활용 : 사회성과 리포트

사회성과 측정시스템에서 제공하는 사회성과 리포트를 소개하고, 측정 결과에 대해 분석하는 방법을 제시합니다.

본 매뉴얼과 관련한 문의나 성과측정과 관련한 의견은 사회성과인센티브 사무국을 통해 전하실 수 있습니다.

사회성과인센티브 사무국

주소 : 서울시 종로구 신문로1가 163번지 광화문오피시아 2031호

전화번호 : 02-725-1230

이메일 : support@socialincentive.org

측정매뉴얼 목차

제1부 사회성과 측정 개요	1
I. 사회성과의 정의: 측정 범위	2
1. 기업의 사회적 사명과 핵심 비즈니스에 부합하는 성과	4
2. 조직활동의 결과	9
3. 가격기구와 제도를 통해 보상되지 않은 미보상 사회성과	12
II. 사회성과의 측정: 측정원리	14
1. 이해관계자 회계 원리 : 기업 활동과 직접 관련된 이해관계자의 편익과 비용을 측정	16
2. 보수성의 원칙 : 누구나 합의할 수 있는 객관적인 사회성과만을 인정	17
3. 준거시장 기준의 원칙 : 현실적인 시장가격을 추정하여 화폐가치로 환산	18
4. 사회성과의 4가지 영역	20
5. 사회성과 측정의 6단계 과정	22
제2부 사회성과 유형별 측정방식	30
I. 사회서비스 성과 측정	31
1. 동일품질 가격할인	33
2. 시장배제 취약계층을 위한 특화 제품/서비스 제공	34
3. 새로운 제품/서비스를 통한 사회문제 해결의 효율성 제고	36
4. 동일가격 품질제고	38
[SPAS] 측정시스템 사회서비스 성과 입력	40
II. 고용 성과 측정	45
1. 직접 고용	47
2. 경과성 일자리(사회적 기업 취업 후 이직)	55
3. 고용을 통한 돌봄성과의 측정	57
4. 의무고용제도에 따른 고용 성과의 측정	58
[SPAS] 측정시스템 고용 성과 입력	60
III. 환경 성과 측정	66
1. 재사용	68
1) 소비자원 절감 성과	68

2) 환경오염 저감 성과	71
2. 재제조	72
1) 소비자원 절감 성과	72
2) 환경오염 저감 성과	76
3. 재활용	77
1) 소비자원 절감 성과	78
2) 환경오염 저감 성과	81
4. 친환경 재료 및 생산과정의 이용	83
1) 소비자원 절감 성과	84
2) 환경오염 저감 성과	86
5. 생태계 복원력 강화를 통한 환경 성과	88
[논의] 대체성에 따른 환경 성과의 발생 여부	91
[SPAS] 측정시스템 환경 성과 입력	92

IV. 사회생태계 성과 측정 110

1. 농산물 직거래: 국내 소농과 거래시 추가가격 지불	112
2. 공정무역(농산물): 해외 소농과 거래시 추가가격 지불	115
3. 취약생산자 거래시 추가가격 지불	118
4. 공정무역(비농산물): 추가적인 거래기회 제공을 통한 취약생산자 지원	119
5. 공정여행	121
6. 클라우드펀딩	123
7. 고용에 준하는 새로운 경제조직 형성과 일자리 창출	125
8. 취약생산자에 거래 시 새로운 거래 기회 제공	127
9. 문화예술 자산보호	129
10. 비영리 조직 지원	130
11. 시민자산 형성 및 확대	131
[SPAS] 측정시스템 사회생태계 성과 입력	132

제3부 사회성과 측정 결과의 이해와 활용: 사회성과리포트 144

1. 사회성과 리포트의 구성	145
2. 측정 결과	145
3. 측정 결과 분석	147

<표 차례>

<표 1> 사회성과의 사회적 사명 및 핵심 비즈니스 부합성 판단 기준	5
<표 2> 사회적 사명 및 핵심비즈니스 부합성 판단에 따른 사회성과 예외 사례	8
<표 3> 논리모형과 사회성과 측정지표 예시	11
<표 4> 준거시장에 근거한 가격추정방식	19
<표 5> (참고) 사회문제의 개념과 관련한 연구	24
<표 6> 사회성과 영역 및 세부 성과 지표	26
<표 7> 시장화 판단기준	27
<표 8> 성과지표별 가격추정방법과 proxy, 활용 DB	28
<표 9> 사회성과에 대한 보상으로 처리되는 사회적 비용 사례	29
<표 10> 노동취약계층 유형	48
<표 11> 사회적 기업 취업 이후의 근로소득에 포함되는 항목	49
<표 12> 경제활동인구 구성	50
<표 13> (참고)저소득자의 판단 기준	50
<표 14> SE 취업 이전 평균소득 proxy 산출시, 취약계층 유형별 적용되는 기준	52
<표 15> 시간제 근로자의 경우 이전소득 Proxy 적용 방식	52
<표 16> 친환경 대체자원/에너지 판단 기준: 재생/비재생 물질 및 에너지원의 구분	67
<표 17> (참고) 제품과 구성요소 개념의 이해	70
<표 18> 친환경 대체자원/에너지 판단 기준: 재생/비재생 물질 및 에너지원의 구분	84
<표 19> 친환경 대체자원을 통한 환경성과	84
<표 20> 2016년 나무를 통한 탄소포집 성과 측정예시	89
<표 21> 나무의 수령, 수종별 탄소포집량과 화폐가치	90
<표 22> 시장화여부와 대체성 여부를 고려시 환경성과 판단	91
<표 23> 사회생태계 성과 창출방식과 세부 성과 지표	111
<표 24> 예시: 농산물 유통정보에 따른 감자의 가격구성	114
<표 25> 공정무역시 운송조건의 유형과 매수자의 비용부담	116
<표 26> 공정무역협회 가입생산국(가나다 순)	117
<표 27> 공정여행 대상국가	122
<표 28> 공정여행 국가별 부가가치율 DB	122
<표 29> 사회성과 리포트 구성	145
<표 30> 사회적-경제적 효율성에 따른 기업성과 유형과 개선방향	150

<그림 차례>

<그림 1> 사회성과측정대상	4
<그림 2> 논리모형	9
<그림 3> 평가대상(범주)에 따른 평가방법론	10
<그림 4> 사회성과인센티브의 측정범위	11
<그림 5> 총사회성과와 미보상 성과의 개념: 고용성과 예시	12
<그림 6> 사회성과측정지표 유형	15
<그림 7> 이해관계자 회계 예시	16
<그림 8> 사회성과의 영역	20
<그림 9> 사회성과 측정의 6단계 과정	22
<그림 10> 공급의사가가격의 추정방식	35
<그림 11> 사회적기업의 고용성과	47
<그림 12> 경과성 일자리 성과 측정 구조	56
<그림 13> 연계고용부담금 감면제	58
<그림 14> 자회사형 표준 사업장제도	59
<그림 15> 재사용의 개념	68
<그림 16> 제품가격의 구성	69
<그림 17> 재제조 과정	72
<그림 18> 제품의 가격구조	73
<그림 19> 재제조제품의 가격구조	74
<그림 20> 재활용 프로세스에 따른 구분	78
<그림 21> 재활용부품의 거래가격 추정	80
<그림 22> 농산물 가격의 구성요소 및 사회적 기업 유통시 성과 측정	113
<그림 23> 자활사업단 등 생산조직 지원 및 도급	126
<그림 24> 4개영역 성과측정 결과값	146
<그림 25> 사회성과 세부내용 및 성과 측정값 표시	146
<그림 26> 질적 사회성과	147
<그림 27> 유사 매출규모 기업중 우리 기업의 상대적 성과	147
<그림 28> 전체참여기업 중 우리기업의 위치	148
<그림 29> 사회적-경제적 효율성	149

제1부
사회성과 측정 개요

I. 사회성과의 정의: 측정 범위

사회적 기업은 기업 활동을 통하여 근로자의 삶의 변화, 이해관계자의 삶의 변화, 사회생태계의 변화를 가져 옵니다. 이러한 변화를 사회적 기업이 창출할 사회적 가치로 볼 수 있습니다. 사회성과인센티브에서는 ‘사회적 기업이 기업활동을 통해 직접적으로 창출한 사회적 가치’를 사회성과 ^{social performance}라고 부릅니다. 이는 사회적 기업의 비즈니스 활동의 결과로서 기업 재무회계의 재무성과에 대응하는 사회적 회계의 용어입니다.

사회적 기업의 사회성과 측정을 위하여 사회성과의 측정범위를 다음과 같이 정하였습니다. 이 측정범위는 양적 성과와 질적 성과의 측정 모두에 동일하게 적용됩니다.

- **사명부합성:** 기업의 사회적 사명^{mission}과 핵심 비즈니스에 부합하는 사회성과
- **결과중심성:** 조직 활동의 결과^{outcome}로서의 사회성과
- **미보상성:** 가격기구와 제도를 통해 보상되지 않은 미(未)보상 사회성과

이러한 기준들은 사회적 기업들이 창출한 사회적 가치를 모두 반영하지는 않습니다. 이는 사회성과인센티브 측정원칙의 일반화 및 표준화, 공정성을 확보하기 위해서입니다. 따라서 기업의 활동성고가 이러한 기준에 부합하지 않은 가치라고 하더라도, 본 제도의 성과측정범위에서 제외 될 뿐 사회적 가치가 없다는 의미는 결코 아님을 밝혀 둡니다.

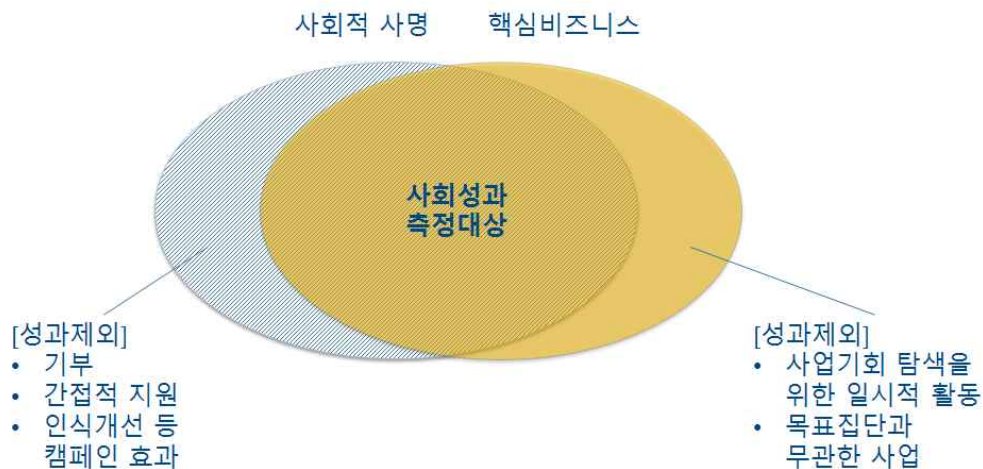
1. 기업의 '사회적 사명과 핵심 비즈니스에 부합하는 성과'를 측정합니다.

측정범위: 기업의 사회적 사명과 핵심 비즈니스와 관련된 직접 성과

사회적 기업의 사회적 사명과 핵심 비즈니스와 직접 관련이 있는 사회성과만 측정합니다. 부수적, 간접적 성과는 배제합니다.

원칙

사회성과인센티브 제도는 사회적 시장의 제도화된 인센티브 시스템을 목표로 합니다. 공정성을 중시하며, 사회성과 측정의 일반화와 표준화, 반복 측정 가능한 신뢰성을 추구합니다. 따라서 개별 사회적 기업의 사회성과 보고서와 달리, 사회적 기업의 사명과 직접적인 관련이 있는 핵심적인 지표 위주로 측정합니다. 그리고 사회적 기업이 비즈니스를 통해 직접적으로 창출한 성과만을 인정합니다.



<그림 1> 사회성과측정대상

적용

기업의 운영 목적에 부합하면서 핵심적인 비즈니스를 통해 창출된 사회성과만을 보상함으로써 사회문제 해결을 위한 혁신을 촉진하는 것이 본 제도의 취지입니다. 따라서 기업의 사회성과는 ① 사회적 사명에서 정의한 사회문제를 해결한 것이어야 하며, ② 목표집단 또한 사회적 사명에서 정의한 바와 동일해야 하고, ③ 해당 사업을 추진하기 위한 부서 및 담당자가 배치되어 있는 등 사업의 상시성 및 사회문제 해결과의 연관성을 증명할 수 있어야 합니다.

<표 1> 사회성과의 사회적 사명 및 핵심 비즈니스 부합성 판단 기준

	기업 활동의 사회성과 부합여부
사회적 사명	· 해결하고자 하는 사회문제의 동일성 · 목표집단의 동일성
핵심 비즈니스	· 제공하는 제품 및 서비스를 통한 사회적 기여의 상시성 · 수익배분 또는 거래관계에서의 사회적 기여의 상시성

예외

위 원칙에 따라 사회적 사명 및 핵심 비즈니스와 부합하지 않는 기업 활동의 성과는 사회성
과로 인정하지 않습니다. 예를 들어 사회적 사명과는 별개인 보편적인 기업윤리에 따른 활동
이나 목표집단과 무관한 일반적인 사회공헌 활동에 대해서는 사회성과를 측정하지 않습니다.
또한 사회적 가치를 창출한다고 하더라도 그것이 해당기업의 핵심 비즈니스와 무관하거나
간접적인 성과인 경우에도 성과측정으로 인정하지 않습니다. 다음은 사회성과인센티브에서
사회적 사명 및 핵심비즈니스 부합성 기준에 따라 사회성과로 인정하지 못하는 사례를 설명
한 것입니다.

사회적 사명과 무관한 단순 기부

사회적 사명과 무관한 단순 기부나 사회공헌 활동은 측정대상에서 제외합니다. 예를 들어 사
회적 기업이 연말연시에 불우이웃을 돕기 위한 기부에 참여했다라도 사회성과는 인정하지
않습니다. 그러나 시각장애인의 삶의 질을 개선하기 위한 목적으로 만들어진 사회적 기업이
수익의 일부를 시각장애인 복지를 위해 관련 기관에 기부하는 것은 사회성과로 인정합니다.
또는 사회문제 해결이나 목표집단을 위하여 당사자 또는 이들을 위한 활동 단체에 현금 또
는 현물을 기부하는 것을 기업의 목적으로 삼고, 기부판매 결합형 사회적 기업(ex. 탐스슈
즈, 위비파커)이나 기부형 클라우드 펀딩과 같이 비즈니스 모델 자체가 기부와 연계된 경
우는 기부액 전액을 사회성과로 인정합니다.

(사회적 사명과 별개인) 보편적인 기업윤리를 따르는 기업 활동

사회적 사명에 따른 사회문제 해결이 아닌 환경윤리, 법률준수, 차별금지 등 기업 일반에 보
편적으로 요구되는 기업윤리를 따르는 활동의 성과는 사회성과의 측정 대상에서 제외됩니다.
예컨대 ‘취약계층 직접 고용’을 기업의 사명으로 하는 경우, 현대 사회에서의 요구되는 기업
윤리에 따라 생산과정에서 환경오염을 줄인다거나 에너지 소비를 줄인 성과는 사회성과로
인정하지 않습니다. 반대의 경우도 마찬가지입니다. 환경 관련 제품 생산과 확대를 사명으로
하는 기업이 직원 일부를 취약계층 근로자로 고용했다 하더라도, 취약계층 고용을 사명으로
하는 기업차원의 명시적 선언과 구체적인 채용원칙이 없으면 고용 성과를 사회성과로 인정
하지 않습니다. 단 기업이 정관 등에 ‘취약계층 고용’과 ‘환경 개선’을 명시적인 사명으로 정
하고 있고 이를 위한 구체적인 전략을 실행하고 있는 경우에는 두 가지 성과 모두 인정할
수 있습니다.

일시적인 부가사업이나 이벤트

새로운 수익창출을 위해 또는 일시적으로 발생한 필요로 인해 ‘추가된 활동이나 사업’은 측
정대상에서 제외됩니다. 예를 들어, 신규로 개발한 상품의 프로모션을 위해 개최한 이벤트에
서 무료로 제품 및 서비스를 제공했다거나, 사회적 기업이 갖고 있는 경영기법이나 기술을
동종의 다른 영세기업에 전수하기 위해 컨설팅이나 강의, 자문을 제공하는 경우 모두 사회성

과로 인정하지 않습니다.

개별 기업 단위를 넘어서 사회공헌 활동 또는 기여

본 제도는 단일 사회적 기업을 사회성과의 주체로 봅니다. 따라서 기업의 대표나 직원이 개인적으로 펼치는 사회사업이나 기부, 자원봉사활동 등에 대해서는 사회성과를 인정하지 않습니다. 또한 개별 기업 단위를 넘어서서 협의회, 협회, 위원회, 지역협의회 등에 일원으로 참여하여 만들어진 사회성과도 측정에서 제외합니다. 더불어 사회적기업협의회, 협동조합연합회, 사회적기업 지원기관 등 협회조직에 기여한 성과도 측정 대상이 아닙니다.

사회적 기업을 통한 사회적 인식 변화: 캠페인성 활동

사회적 가치를 추구하는 사회적 기업은 때로는 소비자를 비롯한 일반 사회에 사회문제에 대한 경각심을 불러일으키고, 인식과 행동의 변화를 가져오기도 합니다. 또한 특정 사회운동 **advocacy**에 참여함으로써 정책이나 법률, 제도의 개선에 기여하기도 합니다. 그러나 이러한 활동은 다음 두 가지 이유로 본 성과측정 대상에서 제외됩니다. 우선 이러한 성과는 사회적 기업 활동을 통한 결과 **outcome**라기 보다 영향 **impact**에 가깝습니다. 해당 변화가 반드시 사회적 기업의 활동에 의해 직접적으로 일어난 성과임을 입증하는 것과, 이를 계량적으로 측정하는 것이 매우 어렵습니다. 또한 이러한 활동은 운동 **movement** 또는 캠페인 **campaign**의 성격이 큼니다. 따라서 ‘비즈니스 활동’을 통해 사회문제를 해결한 성과에 대한 보상을 하고자 하는 사회성과인센티브의 취지와는 거리가 있습니다.

<표 2> 사회적 사명 및 핵심비즈니스 부합성 판단에 따른 사회성과 예외 사례

사회적 기업 활동	내용	사명 부합성	비즈니스 부합성
사명과 무관한 단순 기부	핵심 미션과 상관없는 현금 또는 현물의 기부성과	X	X
보편적인 기업윤리를 따르는 기업 활동	기업에 일반적으로 요구되는 기업윤리 추구 활동의 성과	X	△
일시적인 부가사업이나 이벤트	기업의 핵심 비즈니스와 관계가 적고 사업화 되지 않은 일시적인 활동의 성과	△	X
개별 기업 단위를 넘어선 사회 공헌 활동	기업 조직 활동이 아닌 직원일부의 사회공헌 활동 또는 협회 차원의 활동성과	△	X

2. 조직활동의 '결과'를 측정합니다.

측정범위: 결과에 대한 측정

기업 활동을 통한 수혜자의 직접적인 변화를 사회성으로 인정하고, 이를 화폐가치로 환산하여 측정합니다.

배경이론

경제적, 사회적 가치를 창출하기 위한 조직의 활동은 자원을 투입해서 이를 산출물로 변환하는 과정입니다. 논리모형^{logic model}은 사회사업 분야에서 이러한 과정을 표현하기 위한 대표적인 방법론으로서 투입^{input}, 과정^{process}, 산출^{output}, 결과^{outcome}, 영향^{impact}으로 가치창출과정을 구분하고 있으며, 이 과정에서의 논리적 인과관계를 제시합니다.

- 투입^{inputs}: 조직 활동을 위해 필요한 모든 인적, 물적 자원 및 활동을 유인하는 규범이나 요구 등.
- 활동^{activities}: 가치창출을 위한 조직의 활동. 사회적 기업에서는 제품과 서비스를 만들어내기 위한 생산 활동은 물론 조직관리 및 외부 네트워크를 포함하는 모든 경영활동을 의미함.
- 산출^{outputs}: 조직 활동을 통해 만들어 지는 최종 제품 또는 서비스의 내용. 조직 활동이 진행되었다는 근거로서 보통 횟수, 시간, 참여인원, 제공량 등 규모^{volume} 단위로 기술됨.
- 결과^{outcomes}: 조직 활동을 통한 목표집단의 환경, 태도, 지위 등의 변화와 그 변화의 정도. 통상 목표집단이 얻는 긍정적 이익인 편익^{benefit}을 의미함.
- 영향^{impact/influence}: 조직 활동을 통한 목표집단의 장기적이고 연쇄적인 변화, 또는 목표집단 외의 타 집단이나 환경에 대한 파생적인 효과를 의미함. 사회정책과 제도의 변화를 포함함.

논리모형

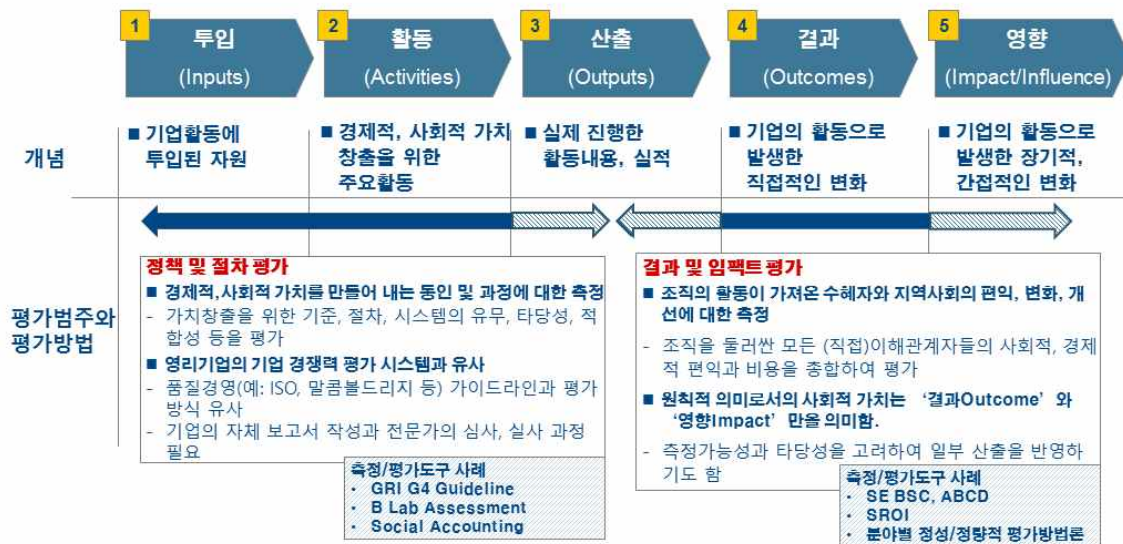


<그림 2> 논리모형

사회적 기업의 활동에 대한 평가는 크게 투입/활동/산출을 측정하는 ‘과정중심의 평가’와 결과/영향을 다루는 ‘결과중심의 평가’로 나눌 수 있습니다. ‘과정 중심의 평가’는 경제적, 사회적 가치를 창출해 내는 동인, 과정, 노력의 유무와 적합성, 타당성에 대한 판단을 합니다. 따라서 주로 사회적 기업이 가지고 있는 내부 방침 및 절차에 대하여 평가하게 됩니다.

반면 ‘결과 중심의 평가’는 조직의 활동이 목표집단과 이를 둘러싼 조건에 미치는 변화와 영향에 대해서 평가합니다. 결과 중심의 평가에서는 조직의 활동으로 발생한 목표집단의 직접적인 변화만을 측정 할 수 도 있고, 이를 통해 발생한 장기적인 변화^{impact}에 대한 예측까지 포함할 수도 있습니다. 또한 목표집단의 직접적인 변화 뿐 아니라 이로 인한 연쇄적인 효과, 예컨대 목표집단의 가족의 편익이나 지역사회 등 커뮤니티의 변화, 관련된 제도 및 정책 개선 등도 사회성으로 평가될 수 있습니다. 특히 ‘결과중심의 평가’에서는 통상 조직을 둘러싼 모든 이해관계자의 사회적, 경제적 편익과 비용(투입)을 총합하여 효과성과 효율성을 평가할 수 있습니다.

평가대상(범주)에 따른 평가방법론



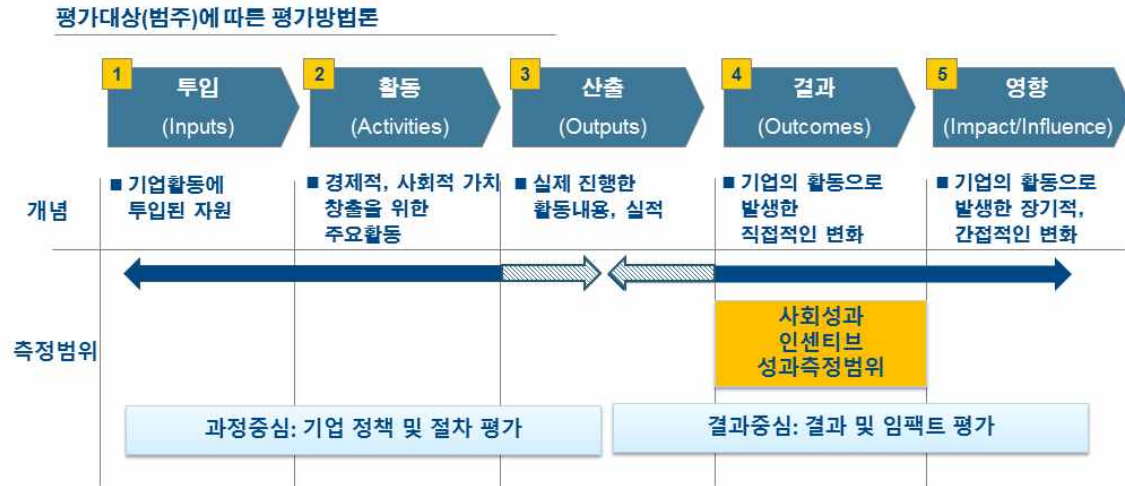
<그림 3> 평가대상(범주)에 따른 평가방법론

원칙

사회성과인센티브는 사회적 기업이 최종적으로 창출한 사회성과에 대한 보상이므로 원칙적으로 결과^{outcome}를 평가합니다. 따라서 사회성과를 창출하기 위한 다양한 자원과 추가적인 비용의 투입, 희생과 헌신, 경영혁신을 위한 기업의 노력에 대해서는 측정하지 않습니다. 사회성과는 이러한 노력을 통해 만들어진 실제 변화, 즉 목표집단의 편익만을 측정대상으로 삼습니다.

기업 활동을 통한 사회적 영향^{impact}도 측정 대상에서 제외합니다. 영향^{impact}은 중장기적인 결과

로서 측정하기도 어렵고, 측정하더라도 기업 활동과의 인과관계가 복잡하여 해당 기업의 기여분을 객관적으로 파악하기가 어렵기 때문입니다.



<그림 4> 사회성과인센티브의 측정범위

적용

<표 3>에서 보는 바와 같이 장애인을 고용한 ‘결과^{outcome}’로서 장애인의 소득이 늘어나는 등의 생활의 변화는 측정할 수 있지만, 장애인에 대한 인식이 개선되거나 장애인 고용이 확산 되는 등의 영향^{impact}은 측정이 어렵습니다. 또한 영향은 다른 여러 요소의 복합적인 상호작용을 거쳐 발생하기 때문에, 특정 기업의 성과라고 말할 수 있는 상관성을 증명하기도 어렵습니다. 따라서 사회성과인센티브에서는 영향에 대한 측정은 배제하고 누구나 수용하고 합의할 수 있는 수준에서 결과만을 측정대상으로 삼습니다.

<표 3> 논리모형과 사회성과 측정지표 예시

사회성과 유형	정의	성과지표의 예시
과정 (Process)	사회적 기업의 활동과정에서 발생한 성과	장애인 고용 및 노동 과정에서의 인권 존중
산출 (Output)	사회적 기업 생산 활동의 결과물과 관련한 직접 성과	장애인 고용 인원 수
결과 (Outcome)	사회적 기업과 관련된 사회적 수혜자의 개인적인 삶에 일어난 변화	고용된 장애인에게 일어난 생활의 변화
영향 (Impact)	사회적 기업 활동의 결과 사회적으로 일어난 변화	장애인 가족의 돌봄부담 경감 장애인 고용의 사회적 확산

3. 가격기구와 제도를 통해 보상되지 않은 '미보상 사회성과'를 측정합니다.

측정범위: 미보상 성과에 대한 단년도 측정

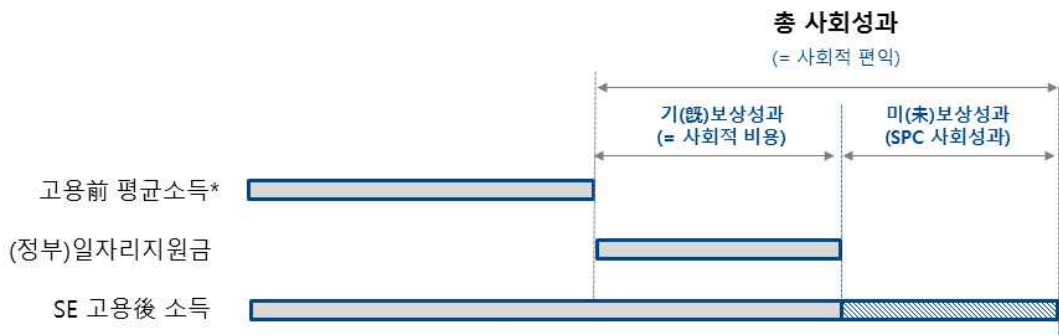
기업이 창출한 총 사회성과 중에 보상이 이루어지지 않은 미보상 성과만을 측정하며, 매출이나 지원금 형태로 이미 보상이 이루어진 사회성과는 배제합니다.

성과 측정은 재무성과와 동일하게 1년 단위로 이루어집니다.

원칙

미보상 성과

사회성과인센티브는 기존 시장 가격에 미처 반영되지 못한 사회적 가치를 보상하여 사회적 시장에서 가격기구를 정상화하여 시장실패를 해소하기 위한 시도입니다. 이미 기존 시장에서 매출 및 지원금의 형태로 가격화되어 보상이 끝난 사회성과는 배제하고, 가격에 반영되지 않아 보상되지 못한 사회성과만을 인정합니다.



<그림 5> 총사회성과와 미보상 성과의 개념: 고용성과 예시

단년도 성과

재무회계와 마찬가지로 사회적 회계를 위한 사회성과 측정도 1년 단위로 측정합니다. 즉 매 해 1월 1일부터 12월 31일까지 발생한 사회성과를 측정합니다.

사회성과인센티브는 사회성과가 실제로 발생하는 시점, 즉 목표집단의 편익이 발생하는 시점에 맞추어 성과를 인정합니다. 따라서 2개년도 이상에 걸쳐 진행되는 장기 프로젝트형 사업(주로 위탁 용역사업)의 성과의 경우에는 다음 조건에 따라 구분하여 측정합니다. 첫째, 사업이 종료된 이후에야 결과가 실질적으로 발생하는 사업의 경우, 사업종료 연도에 해당 성과를 일괄 측정합니다. 둘째, 사업을 추진하는 기간 중에도 실질적인 결과가 발생하며, 이를 특정 시점을 기준으로 분리하여 측정할 수 있는 성과인 경우, 측정대상 연도의 12월 31일을 기준으로 구분하여 성과에 반영합니다.

적용

미보상성과 측정원칙의 적용

실제 사회적 기업이 창출한 사회적 가치의 일부는 이미 재화와 서비스의 거래 과정에서 교환 가치화되어 보상되는 경우가 많습니다. 특히 정부의 위탁서비스나 대기업 사회공헌 시장의 경우, 이들 조직이 사회적 가치를 직접 구매하여 보상한다고 볼 수 있습니다. 예를 들어 지체장애인을 위한 의족을 제작하여 판매하는 사회적 기업이 있다고 가정합니다. 기존 의족 시장에서의 의족 가격이 100만원 수준인데, 이 사회적 기업이 생산비용 절감을 통해 70만원에 판매한다고 가정해 봅시다. 정부가 지체장애인 10명을 위하여 이 사회적 기업에 10구의 의족을 구입하여 장애인에게 제공한 경우, 장애인들이 누리는 편익은 1,000만원(100만원×10명)입니다. 그러나 정부가 사회적 기업에 700만원(70만원×10개)을 지불하였기 때문에 700만원의 성과는 이미 보상받았다고 봅니다. 결국 나머지 300만원만 미보상성으로 인정되어 사회성과인센티브의 대상이 됩니다.

단년도 측정원칙의 적용

- 기본원칙: 측정연도의 1월 1일부터 12월 31일까지 발생한 성과를 측정합니다.
- 2개년도 이상에 걸친 장기 프로젝트형 사업인 경우의 측정기간
 - 1) 사업이 종료된 이후에야 결과가 실질적으로 발생하는 사업

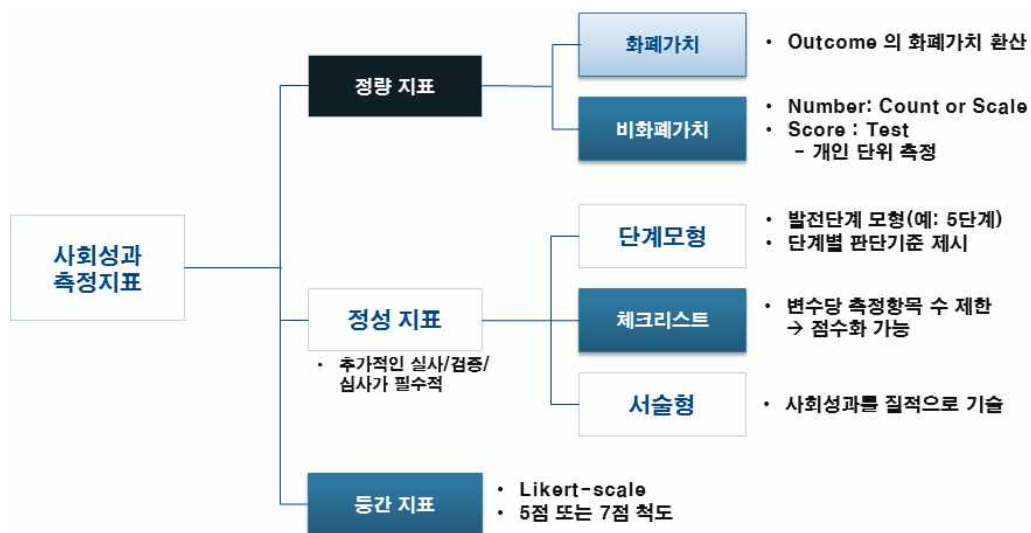
사례) 특정 공간을 공공 문화공간으로 리모델링하여 시민자산으로 만든 성과
2016년 5월에 공공 문화공간 조성을 위한 장소선정 등 기획 착수하여, 설계, 시공 등의 과정을 진행하고 2017년 5월에 사업 종료. 같은 해 6월부터 시민들이 실제 해당 공간에서 문화서비스를 이용하게 되는 경우
성과 측정 기간: 2017년 6월~2017년 12월까지의 공공문화공간의 시민이용편익(사업이 진행되고 있는 2016년은 성과측정 기간에 해당하지 않음)
 - 2) 사업 추진 중에도 실질적인 결과가 발생하며, 특정 시점을 기준으로 분리 가능한 사업

사례) 지역경제 활성화를 위한 프로젝트를 통해 주민소득을 증진시킨 성과
2016년 5월 지역경제 활성화를 위한 사업 착수, 사업기간 중 다양한 교육, 컨설팅을 진행하고 지역장터를 개최하여 취약주민들의 경제활동 및 소득 발생. 2017년 5월에 사업종료
성과 측정 기간:
2016년 5월~2016년 12월까지의 주민소득증대성과(2016년 성과에 반영)
2017년 1월~2017년 5월까지의 주민소득증대성과(2017년 성과에 반영)

II. 사회성과의 측정: 측정원리

사회성과를 측정하는 지표는 매우 다양합니다.

사회적 기업은 조직이 창출하는 사회적 가치의 유형에 따라 <그림 6>과 같이 정량/정성적인 다양한 측정 지표를 선택적으로 사용할 수 있습니다. 사회성과인센티브에서는 정량적으로 측정한 사회성과를 ‘화폐가치’로 환산하여 측정합니다. 그 이유는 다음과 같습니다.



<그림 6> 사회성과측정지표 유형

다양한 사회성과의 비교 평가를 가능하게 합니다.

사회성과 측정(measurement)은 평가(assessment)가 가능할 때 의미를 갖습니다. 모든 측정지표는 측정 단위가 동일하고, 각 지표마다 비교 값이 있어야 평가가 가능합니다. 성격이 다른 다양한 지표들을 복합적으로 사용할 경우, 비교 평가가 매우 어렵습니다. 사회성과를 화폐가치로 환산하면 사회적 기업의 다양한 사회적 가치를 동일한 기준으로 비교, 평가할 수 있습니다.

화폐가치 환산을 통해 사회성과를 시장의 가격기구와 통합할 수 있습니다.

화폐가치로 환산된 사회성과는 사회성과에 비례한 인센티브가 주어질 경우 사회적 가치를 기업 회계에 반영할 수 있습니다. 이를 통해 사회성과가 시장의 가격기구에 내재화될 수 있는 가능성이 열립니다.

측정 방법의 반복 적용이 용이하여 신뢰성을 확보할 수 있는 장점이 있습니다.

화폐가치 환산의 기본 원칙과 표준식에 따라 사회성과를 반복적으로 측정할 수 있어서 측정의 신뢰성을 높일 수 있습니다.

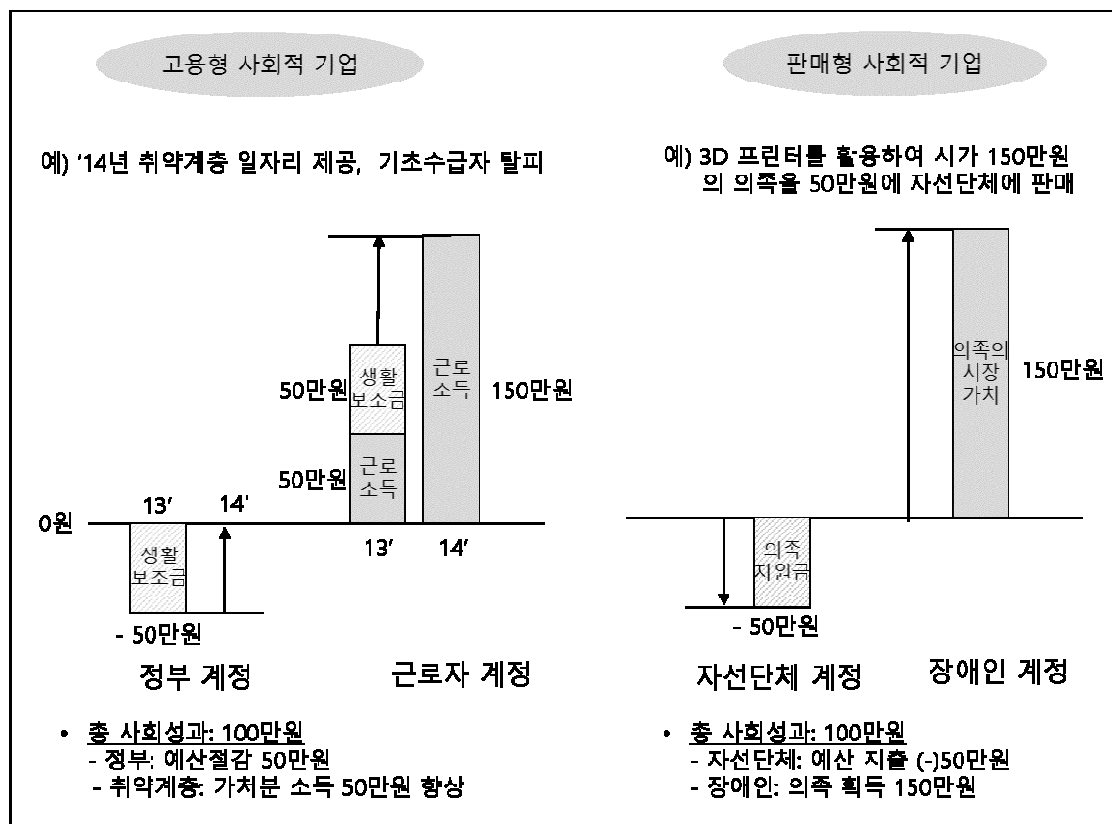
이번 장에서는 사회성과를 화폐가치로 환산하여 측정하는 기본 원리와 원칙에 대하여 소개합니다. 다음 각 원칙은 사회성과의 모든 영역과 지표, 계산식에 동일하게 적용됩니다.

1. 이해관계자 회계 원리

: 기업 활동과 직접 관련된 이해관계자의 편익과 비용을 측정합니다.

사회적 기업의 입장에서 사회란 기업 활동과 관련된 이해관계자의 집합입니다. 따라서 기업의 사회성과란 기업 활동이 각 이해관계자에게 발생시킨 편익과 비용을 의미합니다. 이러한 이해관계자 회계의 원리는 지속가능성 보고서, 사회적 회계 등 현재 민간 기업의 사회성과 측정에 일관되게 적용되고 있는 기본적인 원칙입니다. 이 원리를 적용하면 사회적 기업이 창출한 사회성과는 이해관계자별 편익과 비용을 합산한 것이며, 사회적 편익에서 사회적 비용을 뺀 값과 동일합니다.

이해관계자 회계를 수행하기 위해서는 우선 이해관계자별로 계정^{account}을 만든 후, 발생한 편익과 비용을 계정에 기입하고 이를 합산하여 사회성과를 측정합니다. <그림 7>은 사회적 기업에 적용해 본 이해관계자 회계의 예시입니다.



<그림 7> 이해관계자 회계 예시

첫 번째 사례는 어떤 취약계층 근로자가 2014년에 사회적 기업에 취업한 경우입니다. 취약 계층을 고용하는 사회적 기업의 경우 고용 성과는 다음과 같이 측정할 수 있습니다. 먼저 근로자 계정을 살펴보면 2013년에 근로소득 50만원, 생활보조금 50만원으로 총 소득이 100만원입니다. 2014년에는 사회적 기업 고용을 통해 근로소득이 150만원이 발생하고, 생활보조금 대상에서는 제외됩니다. 근로자 입장에서는 가처분 소득이 50만원 증가한 것입니다. 이는 근로자의 생활과 근로 여건이 나아져 전반적인 삶의 질이 그만큼 개선된 것을 의미합니다. 한편 정부 계정에서는 2013년에 근로자에게 생활보조금 50만원을 제공하다가 2014년에는 근로자가 고용됨으로써 더 이상 생활 보조금을 제공할 필요가 없게 됩니다. 예산을 50만원 절감한 셈입니다. 절감된 금액은 다른 사회적 목적의 예산으로 활용됩니다. 따라서 근로자의 가처분 증대분 50만원과 정부의 예산 절감액 50만원, 두 계정을 합해 총 100만원의 사회적 편익이 발생하게 됩니다. 즉 이해관계자 회계 원칙에 따라 이 사회적 기업의 고용 성과는 100만원이 되는 것입니다(실제 측정 시에는 이것을 간단하게 근로자의 근로소득 차이로 계산할 수 있습니다).

두 번째 사례인 의족의 경우에도 마찬가지입니다. 3D 기술을 통해 의족을 저렴하게 판매하는 사회적 기업의 경우 같은 방식으로 장애인 계정에서 150만원의 편익, 자선단체 계정에서 50만원의 비용을 합산한 결과인 100만원이 최종 사회성으로 발생합니다.

2. 보수성의 원칙

: 누구나 합의할 수 있는 객관적인 사회성과만을 인정합니다.

사회성과 측정은 일종의 사회적 회계로서 사회적 가치의 과대 계상을 최대한 방지하여야 합니다. 사회성과인센티브 제도에서는 명확한 기준값^{proxy}이 있는 경우만 사회성으로 인정하며, 논란의 여지가 있는 사회성과가 있는 경우 누구나 합의할 수 있는 최소 기준만을 적용합니다.

제품/서비스의 혁신으로 인한 가격 인하 효과는 사회문제와 그 목표집단과 관련된 사회성으로 인정하며, 일반적인 소비자 후생은 사회성에서 배제합니다. 단순히 제품/서비스의 가격을 낮추었다고 해서 모든 거래에서의 가격인하분이 사회성으로 측정되는 것은 아니며, 가격장벽으로 인해 제품/서비스가 필요함에도 이용하지 못했던 목표집단(ex.경제적 취약계층)과의 거래만이 사회성으로 인정됩니다.

또한 영리시장에서 일반적으로 발생할 수 있는 양의 외부 효과인 사회적 편익도 사회성에서 배제합니다. 예를 들면 일반 시장에서 이미 잘 작동하고 있는 비철금속 재생사업의 경우 모든 환경성과를 인정하는 것이 아니라, 사회적 기업이 공정혁신 등을 통해 영리시장 대비 추가적으로 발생시킨 환경 효과만 인정합니다. 이를 통해 일반 시장의 영리기업에 대한 역차별을 방지하여 공정성을 유지합니다.

3. 준거시장 기준의 원칙

: 현실적인 시장가격을 추정하여 화폐가치로 환산합니다.

사회성과인센티브는 사회성과를 화폐가치로 측정하기 때문에 화폐화를 위한 기준이 필요합니다. 사회적 기업이 제공하는 가치와 동일한 가치물(價値物)이 시장에서 거래되고 있다면 그 시장가격을 그대로 준용할 수 있습니다. 그러나 그러한 가치물이 없다면, 그 가격을 새롭게 추정해야 합니다.

회계학에는 공정가치^{fair value}라는 개념이 있습니다. 공정가치란 합리적 거래를 전제로 다른 당사자 간 자산이 거래될 수 있는 가격을 의미합니다. 즉 시장 가격에 준하는 가격을 추정하면 되는 것이지 그것이 반드시 시장에서 거래되는 가격일 필요는 없다는 뜻입니다.

이러한 원리를 바탕으로 사회적 기업과 동일하거나 유사한 조건을 가진 준거시장에서의 가격을 추정하게 됩니다. 사회성과인센티브에서는 <표 4>와 같이 크게 가격에 기반한 추정방식과 비용에 기반한 추정방식을 채택하고 있습니다.

일반 시장가격이 존재한다면 즉각적인 가격비교를 통한 성과측정이 가능할 겁니다. 그렇지 않은 경우에는 사회적 기업의 생산 활동과 유사한 생산 활동을 하는 실제 공급자들의 공급 의사가격이나 구매자의 지불의사가격을 조사하는 방식으로 추정할 수 있습니다. 그러나 개별 조사는 조사표본이 대표성을 갖기 어렵습니다. 그래서 국가통계 데이터베이스 등 추정 값의 신뢰성을 보완할 수 있는 방식을 적용합니다. 또한 추정방식의 적용에 있어서도 적용순위를 두어 가장 타당하고 객관적인 방식으로 가격을 추정합니다.

<표 4> 준거시장에 근거한 가격추정방식

구분	가격추정방식	내용	적용 순위
가격 기반	일반 시장 가격 (average price)	· 기업이 제공하는 것과 동일한 제품/서비스의 평균적인 시장가격 · 업계 평균가격, 법정 가격 등 공시된 자료에 근거하여 설정	1
	공급의사가가격 (willingness to supply)	· 새로운 제품/서비스의 경우, 동종 업종의 공급자가 동일한 제품/서비스를 제공할 때 받고자 하는 가격 · 통상 기존의 수익률 또는 수익액이 보장되는 지점에서 공급의사가 발생한다고 간주함. · 해당 산업의 생산비, 수익률 등에 대한 국가/산업 단위의 통계자료를 근거로 하여 추정	2
	지불의사가가격 (willingness to pay)	· 새로운 제품/서비스의 경우, 해당 사회문제의 당사자나 문제의 해결에 책임이 있는 잠재적 구매자가 지불하고자 하는 가격. · 기존 솔루션의 사회문제 해결 단위당 소요 비용을 지불의사가가격으로 봄	3
비용 기반	대체방식 비용 (alternative cost)	· 기업이 제공하는 솔루션이 없었을 경우, 기존의 솔루션에 사회가 지불했을 가격(비용)	4
	추가투입비용 (additional cost as minimum price)	· 제품/서비스에 대한 가격 및 원가 통제가 이루어지는 경우, 사회문제 해결을 위한 추가적인 원가 투입분을 사회성과의 가격으로 간주 · 주요 서비스에 인적 서비스가 부가되는 경우 등에 제한적으로 적용	제한 적용

4. 사회성과는 4가지 영역으로 구분합니다.

사회성과인센티브는 기업의 사명과 사회성과 창출방법에 따라 사회성과를 4가지 영역으로 구분합니다. 우선 기업의 사명은 ①사람을 대상으로 사회문제를 해결하는 경우와 ②자연생태계를 대상으로 환경문제를 해결하는 경우로 구분합니다. 그리고 사회적 기업은 기업의 생산활동에 의해 사회적 가치를 창출하는 만큼 재화와 서비스^{product} 자체를 통해 사회문제를 해결하는 경우와 재화나 서비스를 생산하는 과정^{process} 즉 가치사슬에서 사회성과를 만들어 내는 경우로 구분합니다. 이러한 구분에 따라 사회성과 측정체계를 다음 <그림 8>과 같이 도식화 할 수 있습니다.



<그림 8> 사회성과의 영역

이렇듯 사회적 기업의 사명과 사회성과 창출 방법에 따라 사회성과는 사회서비스, 고용, 환경, 사회생태계 성과 등 네 가지 영역으로 구분됩니다.

① 사회서비스 성과

복지, 보건, 교육, 문화 등 광의의 사회적 서비스로 인해 발생한 대상 집단의 삶의 질 개선 효과를 의미하며, 주로 동일 서비스의 시장 기준 가격 대비 사회적 기업 제공가격의 차이로 측정합니다.

② 고용성과

장애인, 저소득층, 노인, 탈북자, 결혼이민자 등 사회적 취약계층을 고용해서 발생한 사회적 편익의 증대 효과를 의미하며 주로 근로소득 증대분으로 측정합니다. 근로소득 증대분은 고용된 취약계층의 개선된 삶의 질을 의미하는 가처분 소득 증가 효과와 정부의 관련 예산 절감 및 세수 증대 등 사회적 가용예산의 증대 효과를 모두 포함합니다.

③ 환경성과

환경성과는 기업의 제품 및 서비스 또는 그 생산과정을 통하여 한정된 자원의 소비를 줄이거나

환경오염의 발생을 저감시킨 성과를 의미 합니다. 소비를 줄인 자원의 가치, 그리고 오염물질로 인한 환경비용을 화폐가치로 추정하여 측정합니다.

④ 사회생태계 성과

사회생태계 성과는 사회의 구조적인 제약으로 인해 충분하고 적절한 거래조건이나 거래기회를 얻지 못하는 취약한 생산자 및 생산지역 등을 사회적 기업이 생산과정의 가치사슬^{value chain}에 적극적으로 결합시켜 취약성을 극복할 수 있도록 돕는 성과입니다. 또한 사회공공의 가치를 증진시키거나 시민자산을 보존하고 확대한 성과도 사회생태계 성과에 포함됩니다.

기업의 고유 미션에 따라 구분되는 사회성과영역

사회성과 영역은 개별 기업의 제품/서비스 특성, 산업 유형, 조직 형태에 따라 기계적으로 결정되는 것은 아닙니다. 예를 들어 똑같이 간병서비스를 제공하는 사회적 기업이라 할지라도 어떤 기업은 노동시장에서 배제된 취약계층을 위해 더 많은 간병서비스 일자리를 창출하는 것이 기업의 사명일 수 있습니다. 반면 또 다른 기업은 높은 품질의 간병서비스를 소외계층에게 전달하는 것이 주목적일 수 있습니다. 이런 경우에 사회성과를 측정할 때, 첫 번째 기업은 고용 성과를, 두 번째 기업은 사회서비스 성과를 측정하는 것이 바람직합니다. 물론 이 두 가지 모두를 기업의 사명으로 삼고 있는 기업은 두 성과 모두를 측정할 수 있습니다.

사회성과 영역 간 비중첩성, 비관계성

따라서 이러한 네 가지 사회성과 영역은 서로 중첩되지 않으며, 성과영역 간에 가치 우열이나 인과성도 존재하지 않습니다. 예컨대 사회서비스 성과가 환경 성과보다 더 우월하다거나, 고용 성과가 존재해야만 사회서비스 성과가 인정되는 것은 아닙니다.

5. 사회성과 측정은 6단계 과정을 거칩니다.



<그림 9> 사회성과 측정의 6단계 과정

1단계 사회문제 여부의 판단: 사회문제인가? 아닌가?

사회적 기업은 비즈니스를 통해 사회문제를 해결하는 기업을 의미합니다. 사회적 성과 또는 가치는 사회문제를 해결하는 것의 의미입니다. 결국 사회성과 측정을 위한 가장 첫 번째 단계는 사회적 기업이 해결하고자 하는 문제가 정확히 무엇이며, 그것이 ‘사회문제’인지 아닌지를 판단하는 것입니다.

사회문제란 ‘사회의 가치, 규범, 윤리 등에 비추어 사회다수가 바람직하지 않다고 판단하거나, 이들의 삶에 영향을 미치므로 시정이 요구되는 사회현상’을 의미합니다(김종일, 2005).

사회문제는 다음과 같이 나누어 볼 수 있습니다.

- ① 개인복지를 위협하는 문제: 예) 범죄, 청소년비행, 성매매, 정신질환, 약물남용, 가정폭력, 성폭력
- ② 사회평등을 위협하는 문제: 예) 소득불평등, 빈곤, 착취, 성차별, 인종차별
- ③ 사회제도를 위협하는 문제: 예) 가족, 교육, 보건, 노동, 고용
- ④ 삶의 질을 위협하는 문제: 예) 인구, 도시, 농촌, 지역, 환경 문제

경제학적 관점에서의 사회문제란 사회적 요구(needs)가 충분히 충족되지 않은 상태를 의미합니다. 국가, 시장, 시민사회의 모든 조직은 사회적으로 필요한 재화와 서비스를 공급하는 데, 그 공급이 제한되거나 효율적이지 못할 때가 있습니다. 이를 각각 시장실패, 정부실패, 비영리실패라고 부릅니다.

물론 지역에 따라 사회문제는 다르며 시간에 따라 계속 변화합니다. 사회성과인센티브에서는 사회적 기업이 해결하고자 하는 문제가 사회문제인지 아닌지 판단하기 위해 해당 문제가 다음과 같은 요소들을 포함하고 있는지 확인하고 있습니다.

개인 또는 사회에 피해를 주는 유해한 상황^{harmful conditions}

: 개인이 의도적으로 선택할 수 없는 사회적 조건에 의해 실질적인 피해가 발생할 것

신체적 상해, 재산의 손실, 권한의 침해, 환경의 오염, 인종차별, 성차별 등과 같이 사회적 가치를 위협하는 것은 사회의 유해요인입니다. 사회적 가치란 좋고 나쁨, 옳고 그름, 바람직하거나 바람직하지 않음에 관한 것으로서 사회적 동의를 전제로 합니다. 사회적 가치는 어떤 사회적 조건이 사회문제인지를 판정하는 중요한 기준입니다. 사회적 조건이 사회 구성원들의 가치와 양립할 수 없거나 모순 될 경우 사회문제로 간주되기 때문입니다.

예를 들어 빈곤과 노숙문제는 보편적 복지의 가치를 해치고, 범죄는 정직, 사유재산, 비폭력의 가치를 파괴하며, 인종차별, 성차별, 동성애차별 등은 평등과 공평의 가치에 해를 주기 때문에 사회문제입니다.

영향력 있는 집단을 통한 사회문제의 규정(공적 쟁점화)

: 특정 개인이 아닌 많은 사람이 유사하게 가지는 고민이나 문제일 것

사회적으로 유해한 상황을 영향력 있는 집단이 사회문제로 규정(주관적인 해석)해야 사회문제가 됩니다. 즉 유해상황이라 하여도 사회문제로 규정하는 사람의 수가 적으면, 사회문제가 되기 어렵습니다. 대중적 논쟁이나, 국가정책에 상당한 영향력을 행사하는 집단 또는 그러한 영향력 자체가 존재해야 합니다. 사회문제를 규정하는 영향력은 해당 문제에 관심을 나타내는 사람의 수 ^{number}, 관심 표출의 강도 ^{strength}, 또는 관심을 나타내는 사람들의 권력 ^{power}에 따라 결정됩니다.

집단적 해결의 필요와 추구

사회문제는 개인의 선택과 노력으로 해결되는 문제가 아닙니다. 사람들이 집단행동을 통해 해결되기를 원하는 동시에 그렇게 해결될 수 있다고 믿는 문제입니다. 즉 사람들이 관심을 갖고 있으며 공론을 통해 해결해야 할 필요와 기대가 있는 공적 문제 ^{public issue}를 의미합니다.

사회문제는 해당 유해조건으로부터 고통을 받는 당사자가 자신의 힘만으로는 해결이 불가능하며 타인의 도움이나 공감, 지지에 기반한 공동의 노력인 집단행동을 통해 해결됩니다.

사회성과인센티브에서의 사회문제 판단

기업이 해결하고자 하는 사회문제는 조직의 정관, 총칙 등과 같이 공식적인 서면에 기재된 조직의 목적 및 사명에 준하여 판단합니다. 사회적 기업가 또는 임직원의 일부가 개인적인 활동을 통해 기여한 사회성이나 기업의 명시적 사명과는 무관하게 일시적으로 창출한 사회적 가치는 측정하지 않습니다. .

<표 5> (참고) 사회문제의 개념과 관련한 연구

연구	사회문제의 정의
Mooney, Knox, & Schacht(2002)	사회구성원의 일부가 사회에 해가된다고 판단하여 치료가 필요하다고 생각하는 상황
Curran & Renzetti(1993)	사회적으로 중요한 위치에 있는 대중이 사회에 해롭거나 바람직하지 않다고 생각하는 상황
Miller & Holstein(1993), Sullivan(2000)	사회적으로 영향력 있는 집단이 자신의 가치를 위협하고, 많은 사람들에게 영향을 미치며 또 집단행동을 통해 해결 가능하다고 생각하는 상황
Zastrow(2000)	사회문제를 영향력 있는 집단이 어떤 조건이 많은 사람들에게 영향을 미친다고 확신하여 문제로 규정하고 또 집단행동에 의해 해결될 수 있다고 생각하는 것
Beeghley(1999)	상당히 많은 사람들이 해로운 것이라고 간주하고, 또 정치적으로 개선이 필요한 것으로 인식하는 조건
Rubington and Weinberg(1971)	사회의 구성원에 의해 바람직하지 못하다고 받아들여지는 상황 내지 행동양식으로서, 이러한 바람직하지 못한 상황에 대한 자신들의 불만이나 관심을 회합, 서신교환, 시위, 그리고 기타 항의의 형태로 표현하지만, 이러한 사회문제들을 통제하기 위한 자신들의 의도된 혹은 적용된 조치들이 아직 효과를 거두지 못한 상태에 있는 것

2단계 목표집단의 설정: 목표 대상은 누구인가?

단순히 제품이나 서비스의 가격을 할인하거나 품질을 개선했다고 해서 모두 사회성으로 인정되는 것은 아닙니다. 제품과 서비스의 혁신을 통한 가격인하 또는 품질 제고를 통해 소비자 후생을 증대시키는 것은 시장경쟁의 자연스러운 결과입니다. 우리가 사회성으로 측정하고자 하는 것은 경제적, 지리적, 사회적 이유로 시장에서 배제된 사람들의 편익 증진 또는 사회문제의 해결입니다. 따라서 일반적인 소비자 후생은 성과 측정의 대상에서 배제되며, 사회적으로 합의할 수 있는 사회문제와 목표집단에 대한 성과만을 인정하게 됩니다. 일반 소비자와 구분하기 위하여 목표집단^{target group} 또는 수혜자^{beneficiaries}라는 용어를 사용하기도 합니다.

사회성과에 반영되는 목표집단이 되기 위해서는 다음과 같은 요소를 충족해야 합니다.

사회문제와 목표집단의 높은 연관성

목표집단은 사회문제의 당사자이어야 합니다. 사회문제와 무관하거나 크게 관련이 없는 그룹이 얻는 편익은 사회성으로 보기 어렵습니다.

예를 들어 사회문제가 ‘청각장애인이 이용 가능한 영상서비스 부재’이고 이를 위해 사회적 기업이 청각장애인들에게 특화된 영상서비스를 제공하되, 청각장애인/비청각장애인에게 동일 가격에 제공한다고 가정합니다. 이 서비스를 통해 비청각장애인이 얻는 편익이 청각장애인이 얻는 편익과 같다고 볼 수 있을까요? 비청각장애인은 이 서비스가 아니라도 다른 대체서비스를 이용할 수 있습니다. 따라서 비청각장애인은 이 서비스의 제공으로 더 다양한 선택을 할 수 있는 소비자 후생을 누리게 되는 것에 지나지 않습니다. 반면 청각장애인은 영상서비스 시장에서 배제되었다가 이 서비스를 통해 서비스 편익을 누리게 됩니다. 즉 그동안 접근하기 어려웠던 서비스를 이용할 수 있게 된 것입니다. 이를 ‘접근성’의 가치라고 합니다.

목표집단의 명확성(특정가능성)

사회성과 측정을 위한 목표집단이 되기 위해서는 목표집단을 특정하는 명확한 기준이 존재하여야 합니다. 예를 들어 사회적 기업의 미션이 ‘약물중독이라는 사회문제의 해결’이라고 한다면, 목표집단은 단순히 ‘약물에 중독된 사람’이라거나 ‘약물중독의 가능성이 있는 사람’으로 모호하게 정의되어서는 안 됩니다. ‘과거 3년 이내 의료인 또는 의료시설로부터 진단받은 사람’이나 ‘하루 100ml 이상의 약물을 3개월 이상 지속적으로 섭취하고 있는 사람’과 같이 목표집단의 정의에는 사회문제와의 연관성이 뚜렷하게 드러나는 동시에 목표집단 해당여부를 판단할 수 있는 기준이 포함되어야 합니다. 이렇게 해야만 목표집단의 규모를 명확하게 확인할 수 있고, 관련 사회성과를 측정할 수 있습니다.

따라서 성과측정을 위해서는 이용고객(사회서비스 성과), 근로자(고용 성과), 거래대상(사회생태계 성과) 중에서 목표집단 해당여부를 정확하게 파악할 수 있는 기준과 정보를 마련해야 합니다.

3단계_ 사회성과 영역설정: 사회성과 영역 중 어디에 해당하는가?

해결하고자 하는 사회문제와 목표집단이 정의되면, 이러한 사회문제를 해결하기 위해 사회적 기업이 취하는 비즈니스 전략 즉 사회성과 창출방식이 사회성과 영역 중 어느 곳에 속하는지 확인합니다. 그리고 해당 영역의 사회성과 창출방식에 따라 세부 성과지표를 결정합니다. 성과영역별 세부지표는 다음과 같으며, 본 매뉴얼의 제2부에서 각 지표의 측정 및 계산 방식을 소개합니다.

<표 6> 사회성과 영역 및 세부 성과 지표

사회성과 영역	사회성과 창출방식		세부 성과지표
사회서비스 성과	동일 제품의 할인/무료제공		일반시장가격 대비 할인 성과
	시장배제집단을 위해 해당 집단에 특화된 제품 및 서비스 제공		공급의사가 가격 대비 할인성과
	사회문제 해결의 효율성을 높일 수 있는 신규 제품 및 서비스 제공		지불의사가 가격 대비 할인성과
	가격 및 원가가 통제된 시장에서 품질을 높이기 위해 추가적인 생산비용 투입		일반시장 대비 품질제고 성과 (=추가 투입비용 성과)
고용 성과	직접 고용		고용을 통한 근로자 소득증대 성과
	경과성 일자리(이직기회) 제공		취약계층 근로자의 일반노동시장 진입 성과
환경 성과	재사용(reuse)		소비자원 절감 성과 환경오염 저감 성과
	재제조(remanufacturing)		소비자원 절감 성과 환경오염 저감 성과
	재활용(recycle)		소비자원 절감 성과 환경오염 저감 성과
	대체자원 및 대체기술의 사용(renewable process)		환경오염 저감 성과
	생태계 복원력 강화: 나무식재		온실가스 감축 성과
사회생태계 성과	추가 가격 지불	농산물 직거래(국내 소농)	국내 소농의 소득증진 성과
		공정무역(해외 소농)	해외 소농의 소득증진 성과
		크라우드 펀딩(단순기부형)	공익사업을 위한 기부액 증대 성과
		기타 취약생산자 거래시 추가가격지불	취약생산자의 소득증진 성과
	추가 거래 기회	공정무역(농업 외 공업, 상업)	취약국가 생산자의 소득증진 성과
		공정여행(국내/해외)	취약지역 주민의 소득증대 성과
		크라우드 펀딩(리워드형)	공익사업을 위한 기부액 증대 성과
		고용에 준하는 일자리 기회 제공	창업 지원 등을 통한 소득증대 성과
		취약생산자에게 추가 거래기회 제공	취약지역 주민의 소득증대 성과
	시민공공 자산증대	문화예술 자산보호	신진작가의 작품을 통한 소득증대 성과
		비영리 조직 지원	공익활동 지원 성과
		시민자산 형성 및 확대	공공예산 효율성 증대 성과

4단계_ 솔루션의 시장화여부 판단: 시장화 된 솔루션인가? 아닌가?

시장화의 개념

사회적 기업이 창출한 사회적 가치가 이미 시장에서 충분히 보상된 상태를 ‘시장화’라고 합니다. 이는 해당 사회문제가 수요와 공급이 정상적으로 작동하는 시장을 통해 잘 해결되고 있는 상태를 의미합니다. 달리 말하자면 사회적 기업이 제시하는 솔루션(제품/서비스, 기술, 거래방식 등)이 이미 일반(영리)시장에서도 일반적으로 적용되고 있는 상태라고 할 수 있습니다.

시장화가 이루어지면, 사회적 가치는 이미 시장의 가격기구에 반영되어 있으며 준거시장의 원칙에 따라 보상이 끝난 것으로 보고 사회성과인센티브의 대상인 미보상 성과에서 제외됩니다.

시장화 판단기준

사회문제를 해결하는 사회적 기업의 사회적 가치를 사회정책의 관점에서 평가하는 것이라면 시장화는 크게 고려할 내용이 아닙니다. 그러나 사회성과인센티브처럼 기존 가격기구의 왜곡이나 혼란을 야기하지 않으면서 사회성과를 화폐가치로 측정하고 보상하고자 하는 경우는 사회문제 해결방식(솔루션)의 시장화 여부는 사회성과 측정에 있어 매우 예민한 이슈입니다.

사회성과인센티브에서는 <표 7>과 같이 시장화를 판단하는 기준을 정하고 있습니다. 앞서 1단계에서 사회문제의 정의가 시대나 지역에 따라 다를 수 있다는 것을 언급하였습니다. 마찬가지로 해당 솔루션의 시장화 여부 역시 성과측정 시점에 따라 다르게 판단됩니다.

예를 들어 많은 사회적 기업들이 농산물 직거래 방식을 통해 소농들의 소득증진에 기여하고 있습니다. 온라인 거래가 확산되면서 전체 농산물 거래시장에서 직거래 비중이 5%를 넘어서고 있으며, 많은 영리업체들이 이러한 방식을 취하면서 앞으로 상당히 빠른 속도로 직거래 방식은 보편화 될 것입니다. 그렇게 되면 직거래 방식을 통한 사회성과는 시장화되어 거래가격을 통해 보상이 끝난 것으로 판단할 수 있습니다.

사회성과인센티브에서는 아직 시장화 판단기준을 개념적 수준에서 정하고 있습니다. 앞으로 시장화에 대한 명확한 판단기준을 제시하기 위해 더 많은 연구와 논의를 진행하고자 합니다.

<표 7> 시장화 판단기준

판단기준	내용	논의 예시
해당 솔루션의 제도화	이미 제도적으로 적용된 해당 솔루션을 사회적 기업이 적용하는 경우 사회적 기업이 제시한 솔루션이 제도화 되어 목표집단의 제도적 이용이 가능해진 경우	· 대형 가전의 재활용 처리에 대한 제도와 규정 · 공동간병서비스의 제도화
해당 솔루션의 경쟁시장 존재 또는 대형 영리기업의 참여	해당 솔루션을 이용하여 사회문제를 해결하는 다수의 영리/비영리조직이 경쟁시장에 참여하고 있거나 대형 기업이 참여하는 경우	· 도시광산업 시장의 대기업 참여
해당 솔루션의 상당한 시장점유율	해당 솔루션이 일반 시장에서 상당한 비중으로 시장점유를 하고 있어서 목표집단이 솔루션을 선택할 수 있는 경우	· 농산물 직거래

5단계 측정식 및 비교가격 기준설정: 비교가격은 무엇으로 설정할 것인가?

구체적인 성과측정 지표가 정해지면 표준식에 맞추어 적절한 비교가격의 기준값^{proxy}을 설정합니다. 앞서 설명한 가격추정방식에 따라 proxy를 구성해야 하는 경우도 있습니다. proxy는 준거시장 비교 원칙에 따라 합리적인 값으로 정해질 수 있도록 객관적인 근거를 바탕으로 해야 합니다. 사회성과인센티브에서는 측정시스템을 통해 일부 지표에 대하여 proxy와 proxy DB를 제공하고 있습니다.

<표 8> 성과지표별 가격추정방법과 proxy, 활용 DB

영역	세부 성과지표		proxy	가격추정방식	Proxy DB
사회 서비스 성과	일반시장가격 대비 할인 성과		시장에서의 제품서비스 가격	일반시장가격	· 사례별 탐색/검증
	공급의사가 가격 대비 할인 성과		시장에서의 제품서비스 가격	공급의사가 가격	· 사례별 탐색/검증
	지불의사가 가격 대비 할인 성과		시장에서의 제품서비스 가격	지불의사가 가격	· 사례별 탐색/검증
	일반시장 대비 품질제고 성과		일반시장에서의 생산원가율	추가투입비용	· 산업별 원가율 DB
고용 성과	고용을 통한 근로자 소득증대 성과		취약계층의 이전소득 평균	일반시장가격	· 가계동향조사
	취약계층 근로자의 일반노동시장 진입 성과		취약계층의 이전소득 평균 사회적기업 평균임금	일반시장가격	· 장애인고용실태조사 · 사회적기업실태조사
환경 성과	소비자원 절감 성과		절약된 신규자원의 가격	대체방식비용	· 광공업 및 제조업의 재료비 비율 DB
	환경오염 저감 성과		환경피해 처리비용	지불의사가 가격	· Eco-cost DB
사회 생태계 성과	추가 가격 지불	농산물 직거래(국내소농)	기존 거래시 생산자 수취가격	대체방식비용	· 농업유통비중 DB
		공정무역(해외 소농)	기존 거래시 생산자 수취가격	대체방식비용	· 사례별 탐색/검증
		크라우드 펀딩(단순기부형)	공익사업을 위한 기부액 증대 성과	대체방식비용	· 국제선물거래소 DB
		기타 취약생산자 거래시 추가가격지불	취약생산자의 소득증진 성과	대체방식비용	· 산업별 부가가치 DB
					· 사례별 탐색/검증
	추가 거래 기회	공정무역(농업 외)	취약생산지역 소득증대분	대체방식비용	· 공정무역국가별 부가가치율 DB
		공정여행(국내/해외)	취약지역 주민의 신규 소득증대분	대체방식비용	· 공정여행국가별 부가가치율 DB · 관광 관련 산업 부가가치율 DB
		크라우드 펀딩(리워드형)	공익사업의 기존 기부모금 예상액	대체방식비용	· 산업별 부가가치 DB
		고용에 준하는 일자리 기회 제공	창업 지원 등을 통한 소득증대 성과	대체방식비용	· 산업별 부가가치 DB · 가계동향조사
		취약생산자에게 추가 거래기회 제공	취약지역 주민의 소득증대 성과	대체방식비용	· 산업별 부가가치 DB
	시민자산 증대	문화예술 자산보호	신진작가의 작품을 통한 소득증대 성과	대체방식비용	· 사례별 탐색/검증
		비영리조직 지원	공익활동 지원 성과	일반시장가격	· 사례별 탐색/검증
시민자산 형성 및 확대		공공예산 효율성 증대 성과	대체방식비용	· 사례별 탐색/검증	

6단계_ 사회성과 보상여부 판단: 이미 보상받은 사회성과는 얼마인가?

총 사회성과를 측정하고 나면 이해관계자 회계의 원칙에 따라 이미 주어진 보상, 또는 해당 성과를 창출하기 위해 외부의 이해관계자가 지불한 사회적 비용을 총 사회성과에서 제외합니다.

이미 보상된 가치로 판단되는 사회적 비용은 창출된 사회성과에 대한 직접적인 보상인 경우만 해당합니다. 예를 들어 사회적 기업이 고령자에게 무료 공연을 제공하여 사회성과를 창출하였고, 외부에서 이를 위한 공연비용을 지원 받은 경우에는 측정된 사회성과에서 지원금을 빼게 됩니다. 그러나 조직운동을 위한 회비, 사업개발비 지원금, 전문 인력 지원 등과 같이 수혜자의 편익이라는 ‘결과’와 직접적인 인과 관계가 없는 경우는 보상으로 보지 않습니다.

<표 9> 사회성과에 대한 보상으로 처리되는 사회적 비용 사례

이미 보상된 사회성과로 보는 경우 (특정 사회성과 창출을 전제한 외부 기부금 및 지원금)	보상된 사회성과로 보지 않는 경우 (특정 사회성과 창출과 직접적인 관련이 없는 외부 기부금 및 지원금)
· 취약계층에 대한 제품/서비스 할인/무료 제공을 전제한 외부 기부금 또는 지원금 · 거래를 통해 발생한 매출 중에 사회성과에 대한 명확한 보상이 포함되어 있는 경우 · 사회적 일자리 지원금 · 소농생산 지원을 위해 제공된 농산물 유통기업에 대한 정부보조금	· 사회적기업 사업개발비 · 컨설팅(비용) 지원 · 전문인력(비용) 지원 · 조직운동을 위한 정기 회비/후원 · 개인 차원의 소액기부

제2부

사회성과 유형별 측정방식

1. 사회서비스 성과 측정

사회적 기업은 사회적 문제해결을 위해 재화와 서비스를 생산, 판매하는 기업 조직입니다. 사회 서비스 성과란 바로 이 재화와 서비스에 기반하여 창출된 사회성과를 의미합니다.

기존 시장에서는 재화와 서비스가 그것을 필요로 하는 이들에게 충분히 전달되지 못하는 경우가 있습니다. 가격이 비싸서 가난한 이들이 구입하기 어려운 재화나, 장애인이 이용할 수 없는 서비스와 같은 것들이지요. 사회적 기업은 혁신을 통해 생산비용을 줄이거나, 이익 감소를 기꺼이 감수하면서 필요한 이들에게 재화와 서비스를 제공합니다. 사회서비스 성과란 이처럼 기존 시장에서 배제되는 취약계층의 삶의 질 향상을 위해 필요한 재화와 서비스를 제공함으로써 사회적 편익을 증진시킨 성과라고 할 수 있습니다.

또한 사회문제를 해결할 수 있는 새로운 제품과 서비스를 개발하여 기존의 방식보다 효과적으로 사회문제를 해결하는 경우에도 사회서비스 성과가 발생한다고 볼 수 있습니다. 적정기술이 좋은 예입니다. 물 오염 국가를 위해 개발된 빨대모양의 개인용, 휴대용 정수기인 Life straw의 경우, 기존 해결 방식인 우물설치나 외부로부터 조달된 식수를 구입하는 것보다 훨씬 저렴하고 안정적으로 식수를 확보할 수 있게 합니다.

단 여기서 ‘사회서비스’란 복지, 보건 분야를 의미하는 사회복지적 서비스 ^{social care service} 뿐 아니라 사회문제와 관련된 모든 재화와 서비스, 즉 사회적 서비스를 의미하는 용어로 사용됩니다. 따라서 사회서비스의 대상은 경제적 취약계층 뿐 아니라 해당 재화 및 서비스를 통해 해결하고자 하는 사회문제의 목표집단이라면 누구나 가능합니다.

사회서비스 성과를 측정하기 위해서는 우선 사회서비스의 성과를 만들어 내는 방식을 이해해야 합니다. 사회서비스 성과는 크게 다음과 같은 네 가지 방식으로 창출됩니다. 각각의 측정 방식에 대해서는 다음 페이지에서 소개하도록 하겠습니다.

- 1) 동일 품질 가격 할인
- 2) 시장배제 취약계층을 위한 특화 제품/서비스 제공
- 3) 새로운 제품/서비스를 통한 사회문제 해결의 효율성 제고
- 4) 동일 가격 품질 제고

1. 동일품질 가격할인

측정지표: 경제적 취약계층을 위하여 제품과 서비스를 할인/무료로 제공한 성과

사회서비스의 내용과 품질은 차선의 일반 시장 서비스(second alternative service)와 동일하지만, 목표집단에게 할인된 가격 또는 무료로 서비스를 제공하여 서비스에 대한 접근성을 높인 성과입니다.

표준식

(일반 시장의 서비스 제공가격 - 사회적 기업의 서비스 제공가격) × 총 할인/무료 판매량
- 해당 서비스 관련 외부 지원금

시스템 입력 문항

사회서비스 성과 문항 1번

사회문제

필요한 제품과 서비스를 충분히 구매하지 못하는 경제적 취약계층이 있습니다. 사회적 기업은 생산비용을 절감하거나, 이익 감소를 감수하는 방식을 통해 제품과 서비스의 가격을 낮춤으로써 경제적 취약계층이 가격장벽을 넘어 제품과 서비스를 이용할 수 있도록 합니다.

목표집단

이 성과의 목표집단은 해당 제품과 서비스를 구입하기 어려운 경제적 취약계층입니다.
일반 소비자가 얻는 할인 혜택은 소비자 후생으로 처리됩니다.

Proxy 설정

사회적 기업이 제공하는 제품 및 서비스의 일반 시장가격이 비교 기준이 됩니다. 일반 시장가격도 시장 상황과 공급자에 따라 가격이 다를 수 있습니다. 통상 가장 많이 판매되는 가격, 즉 가중평균가격을 proxy로 사용합니다. 또는 정부가 통제하고 있는 표준가격이 있다면 이 가격을 proxy로 채택하기도 합니다. 가중평균가격이나 표준가격에 대한 정보가 없는 경우에는 보수성의 원칙에 따라 수집된 가격정보 중 가장 최저가격을 proxy로 적용합니다.

적용

이 방식의 사회서비스 성과는 일반 시장가 대비 사회적 기업이 가격을 할인한 정도로 측정합니다. 일반 시장의 제공가격에서 사회적 기업의 제공가격을 빼고, 여기에 할인 판매한 총 판매량을 곱해 줍니다. 만약 사회적 기업이 무료로 서비스를 제공하는 경우에는 사회적 기업의 서비스 제공가격이 '0'이므로 사회성과의 기준 가격은 일반 시장가와 동일합니다. 따라서 이 때의 성과는 일반 시장가격에 총 무료제공량을 곱하면 됩니다 그리고 목표집단을 위한 할인/무료서비스 제공을 목적으로 외부로부터 지원금을 받은 경우에는 그 금액만큼 시장에서 보상 받은 것으로 간주하여 이를 차감해 줍니다.

2. 시장배제 취약계층을 위한 특화 제품/서비스 제공

측정지표: 시장배제계층을 위한 제품 및 서비스를 제공한 성과

사회적 기업이 기존 시장에서 배제된 취약 계층을 위하여 특화된 제품과 서비스를 제공함으로써 이용편익을 얻게 한 성과입니다.

표준식

(기존 공급자의 공급의사 가격 - SE의 제공 가격) × 총 제공량 - 서비스 관련 외부 지원금

시스템 입력 문항

사회서비스 성과 문항 1번

사회문제

경제적인 문제가 없더라도 기존 시장에 존재하는 제품과 서비스에 자유롭게 접근 할 수 없는 경우가 있습니다. 예를 들어 장애인이나 범죄 경력이 있는 청소년의 경우 안전관리 등을 이유로 단체 여행 서비스를 이용하기 어렵습니다. 사회적 기업은 이처럼 기존 시장에서 배제된 취약 계층을 위하여 특화된 제품과 서비스를 제공하여 사회성과를 창출할 수 있습니다. 장애인과 노인을 위한 유니버설디자인^{universal design} 제품, 청각 장애인을 위한 자막, 시각장애인을 위한 나레이션이 삽입된 영화 등 배리어프리^{barrier-free} 등의 제품 및 서비스가 대표적입니다.

목표집단

이 성과지표의 목표집단은 경제적, 지리적, 사회적 이유로 인해 필요한 제품 및 서비스를 구입, 이용하지 못하는 시장배제 계층입니다.

Proxy 설정

시장배제 계층에 특화된 서비스의 경우 가격을 바로 비교할 수 있는 동일한 제품과 서비스는 존재하지 않습니다. 단 기존 제품 및 서비스 공급자가 있기 때문에 이들 공급자가 특화 제품 및 서비스를 생산하여 제공할 경우 받고자 하는 가격^{willingness to supply}을 추정할 수 있습니다.

특화된 제품과 서비스를 위해 생산비용이 더 들더라도 이익률 또는 이익 총액이 기존 수준으로 보장된다면, 기존 공급자가 해당 서비스를 공급할 유인이 발생한다고 전제합니다. 특화된 제품 및 서비스 제공에 소요되는 원가 또는 비용에 기존 서비스의 적정한 이익^{margin}을 더하여 공급의 사가격을 추정합니다.

공급자에게 공급의사가가격을 직접 조사할 수도 있겠으나, 조사비용 부담과 객관성 결여 등의 문제를 고려하여 실제로 조사하는 방식은 적용하지 않습니다.

적용

기존 공급자가 해당 제품과 서비스를 특정 대상에게 제공할 경우 받고자 하는 가격(공급의사가 가격) 대비 실제 사회적 기업이 책정한 가격과의 차이를 사회성으로 인정할 수 있습니다. 공급의사 가격에서 사회적 기업의 제공가격을 빼고, 여기에 판매한 총 판매량을 곱해주면 됩니다. 그리고 목표집단을 위한 제품 및 서비스 제공을 목적으로 외부로부터 지원금을 받은 경우에는 그 금액만큼 이미 보상 받은 것으로 간주하여 이를 차감해 줍니다.

이러한 방식의 성과측정 개념은 앞서 살펴본 일반 시장 가격을 기준으로 한 성과측정 방식과 동일한 원리를 적용한 것입니다.



<그림 10> 공급의사가 가격의 추정방식

3. 새로운 제품/서비스를 통한 사회문제 해결의 효율성 제고

측정지표: 사회문제를 기존보다 효율적으로 해결하는 새로운 제품과 서비스를 제공한 성과

사회적 기업이 사회문제를 해결하는 새로운 제품과 서비스를 제공함으로써 기존의 솔루션보다 더 효율적으로 사회문제를 해결한 성과입니다.

표준식

(기존 공공/비영리 영역에서의 사회문제 1단위당 지불비용 - 사회적 기업의 사회문제 1단위당 해결 비용)
× 총 판매량 - 서비스 관련 외부 지원금

시스템 입력 문항

사회서비스 성과 문항 1번

사회문제

기존 시장에 존재하지 않는 새로운 제품이나 서비스를 통해 사회문제를 해결하는 경우도 있습니다. 그러나 이것이 기존에 해당 문제를 해결하려는 시도가 전혀 없었다는 의미는 아닙니다. 이미 정부와 시민사회는 사회문제로 인식되는 대부분의 문제를 나름의 방식으로 해결해오고 있습니다. 다만 사회적 기업이 혁신적인 제품이나 서비스를 새롭게 개발하여 기존 방식보다 더 효과적, 효율적으로 해당 사회문제를 해결할 수 있습니다.

목표집단

본 성과지표의 목표집단은 사회문제로 인한 피해를 받고 있거나 기존 정부 및 NGO의 대안으로 문제가 충분히 해결되고 있지 못한 집단입니다.

Proxy 설정

사회적 기업이 사회문제 해결을 위하여 유사 시장과 공급자조차 없는 전혀 새로운 제품 및 서비스를 제공하는 경우에는 앞의 두 가지 방법으로 기준 가격을 추정하는 것이 불가능합니다. 이러한 경우 해당 제품 및 서비스에 대한 고객의 지불의사(willingness to pay) 가격을 추정하는 방법을 사용합니다.

기존에 공공조직이나 NGO 등이 해당 사회문제를 해결하기 위해 일정한 예산을 집행하고 있거나 그러한 계획이 있는 경우, 이를 문제해결을 위한 지불의사로 간주하여 가격 기준으로 삼고 편익을 추정할 수 있습니다.

그러나 개별 소비자의 지불의사 가격을 추정하는 것은 조사비용과 객관성의 문제로 인해 현실적인 대안은 아니므로 적용하지 않습니다.

적용

사회적 기업이 제시하는 새로운 해결책이 기존의 방식 대비 더 효율적이라면, 그 효율성의 차이를 사회성으로 봅니다.

특정 사회문제를 해결하는 최소한의 단위를 ‘문제 해결 단위’라고 합니다. 사회적 기업이 문제해결 단위 한 개를 해결하는 비용과 기존의 정부 또는 비영리조직, 또는 사회문제 당사자가 이 문제를 한 단위를 해결하는 비용이 서로 다를 수 있습니다. 만약에 사회적 기업의 문제해결 방식이 더 효율적이어서 관련 소요 비용을 획기적으로 줄일 수 있다면, 이 비용 절감분에 사회적 기업의 문제해결 규모(문제해결 단위의 총량)를 곱하여 사회성과를 측정할 수 있습니다. 그리고 목표집단을 위한 제품 및 서비스 제공을 목적으로 외부로부터 지원금을 받은 경우에는 그 금액만큼 성과에 대해 보상 받은 것으로 간주하여 이를 차감해 줍니다.

비영리재단인 My Shelter Foundation의 Liter of Light 프로젝트를 보겠습니다. 전기시설이 들어오지 않는 오지에서는 집안 내부의 빛이 너무 부족합니다. 현지 주민들은 매일 밤 집안 곳곳에 양초를 켜는 것으로 이 문제를 해결하고 있습니다. 1년 동안 소비되는 양초의 가격이 1만원이라고 가정합시다. 이 때 한 사회적 기업이 물과 표백제를 섞어 가득 채운 페트병에 태양열 전지와 재충전이 가능한 배터리, LED 다이오드를 붙여 밤에도 10시간가량 빛을 낼 수 있는 ‘나이트 라이트’를 개발하여 3천원에 제공합니다. 뿐만 아니라 이 라이트는 저녁시간 외에 낮에도 페트병을 지붕 위에 올려두면 햇빛이 페트병에 반사돼 집안 내부에 빛을 제공합니다. 빛의 밝기와 안전성이 동일하다고 볼 때(=문제 해결 단위) 기존 방식은 3만원이 들지만, ‘나이트 라이트’는 3천원이 듭니다. 문제해결의 효율성이 높은 것입니다. 이러한 라이트를 100가구에 제공했다고 가정하면 사회성과는 기존 비용인 1만원에서 새로운 솔루션의 비용 3천원을 빼고, 여기에 총 제공량을 곱한 값이 됩니다.

*이 측정방식은 사회문제 솔루션의 효율성을 측정하는 아큐먼펀드^{Acumen Fund}의 BACO 비율^{Best Available Charitable Option Ratio}과 측정원리가 유사합니다.

4. 동일가격 품질제고

측정지표: 경제적 취약계층을 위해 추가적인 생산비용 투입으로 품질을 높인 성과

차선의 서비스보다 원가를 더 투입하여 동일 가격 대비 고품질의 제품/서비스로 수혜자의 편익을 증진시킨 성과입니다.

표준식

(사회적 기업의 서비스 제공가격 - 일반 시장의 서비스 원가) × 총 판매량 - 서비스 관련 외부 지원금

시스템 입력 문항

사회서비스 성과 문항 2번

사회문제

일반 시장 서비스 대비 가격은 동일하지만, 더 많은 자원을 투입하여 서비스의 내용과 품질의 차이를 만들어 내는 경우도 있습니다. 예를 들면 시장가격이 공식적으로 고정되어 있는 시장(예: 바우처형 서비스)에서 차선의 서비스보다 원가를 더 투입하여 동일 가격 대비 고품질의 제품/서비스로 수혜자의 편익을 증진시키는 경우입니다.

목표집단

이 성과는 가격은 동일하지만 제품/서비스의 품질을 높인 것으로서 이러한 품질에 준하는 제품과 서비스에 접근하기 어려운 경제적 취약계층이 목표집단입니다.

Proxy 설정

이 방식의 경우 추가적인 투입 비용 그 자체를 미보상 성과로 인정합니다. 그 이유는 추가 투입 비용으로 인해 향상된 품질을 시장가격으로 추정하기가 어렵기 때문입니다. 추가적인 자원 투입의 목적이 품질향상을 위한 것이므로, 추가 투입 비용만큼 품질이 높아졌고, 그 만큼 수혜자의 편익도 증가되었다고 가정합니다.

Proxy는 기존 시장 차선 서비스의 평균적인 원가 또는 원가율가 됩니다. 이 proxy 값과 사회적 기업 서비스의 원가와 차이로 성과를 인정합니다.

적용

서비스 단위당 사회적 기업이 실제 투입한 원가에서 기존 시장의 차선 서비스의 평균적인 원가를 뺀 값에 총 서비스 제공량을 곱하여 계산합니다. 추가적인 자원 투입을 위한 외부 지원금이 있는 경우 이를 차감합니다.

결식아동을 위한 공공도시락 사업의 경우, 일반 식품제조업의 제조원가율이 53%인데 반해, 공공도시락 영역에서 활동하는 사회적 기업의 제조원가율은 80%에 달합니다. 추가로 투입된 원가만큼 결식아동들에게는 균형 잡힌 영양소의 품질 좋은 도시락이 제공되었다고 보고, 최소 가격으

로 추가투입비용을 사회성과에 반영합니다.

사회성과인센티브는 높아진 품질에 해당하는 가격을 추정하는 것을 원칙으로 합니다. 다만 이 추정이 매우 어려운 경우, 적어도 추가된 생산비용만큼은 가격에 반영될 것이기 때문에 ‘최소가격’으로서 추가투입비용을 인정합니다.가급적 해당 품질 수준의 가격을 추정하되, 다음과 같은 경우에만 예외적으로 본 측정방식을 적용합니다.

적용 사례

- ① 가격/원가 통제로 인해 일반 시장의 차선 서비스 보다 원재료를 추가적으로 투입하는 경우:
결식아동을 위해 도시락의 제조원가율을 높인 도시락 사회적 기업
- ② 일반 시장의 서비스에는 없는 재화/서비스를 부가적으로 무료 제공하는 경우: 요양환자를 위해 간호사를 추가 배치하여 기초적인 의료서비스를 제공하는 돌봄서비스 사회적 기업
- ③ 대인서비스의 경우 근로자의 인건비를 업계 평균보다 더 지급하여 서비스 품질을 높이는 경우: 돌봄서비스 품질을 높이기 위해 요양사에게 업계 평균보다 더 높은 임금을 제공하는 돌봄 서비스 사회적 기업

[SPAS] 측정시스템 사회서비스 성과 입력

사회적 기업의 사회서비스 성과가 있는 경우 아래 내용을 참고하여 사회서비스 성과 측정페이지에 성과를 입력합니다.

[미션여부] 귀 사는 귀 사가 생산하는 제품 및 서비스가 특정 계층(목표집단)에게 제공되도록 하는 것을 기업의 소명으로 하고 있습니까?

경제적, 지리적, 사회적 이유로 해당 제품 및 서비스를 구입, 이용하지 못하는 대상에게 제공하는 것을 기업의 목표로 하는 경우를 의미합니다.

제품 및 서비스 성과 제외 항목

기업의 생산활동을 통한 사회성과 창출을 촉진하는 사회성과인센티브 제도의 취지에 따라 다음 항목은 성과 측정에서 제외됩니다.

- 현금 기부
- 직접 생산한 제품/서비스가 아닌 현물 기부
- 기업의 미션(목표집단)이 아닌 대상에 대한 할인/무료 제공

☐ 그렇다

☐ 아니다

입력 가이드

귀 사가 제품 및 서비스의 제공을 통하여 사회문제를 해결하는 것을 목적으로 하는 경우, '그렇다'를 선택합니다. -> 하위문항이 자동생성됩니다.

귀 사의 제품 및 서비스의 제공이 사회문제 해결과 직접적인 관련이 없는 경우 '아니다'에 체크합니다. -> 하단의 '확인'을 누르면 고용 성과 페이지로 이동합니다.

[목표집단] 귀 사가 제품 및 서비스 생산, 제공을 통해 해결하고자 하는 사회문제의 대상자(목표집단)는 누구입니까?

사회문제 해결의 대상자(목표집단)이란?

기업이 해결하고자 하는 사회문제의 당사자이자, 기업이 제공하는 제품 및 서비스의 수혜자를 의미합니다.

예) 결식아동(도시락 사업), 청각장애인(보청기), 산간지역 아동(이동형 도서관), 독거노인(간병서비스)

①		②	③
번호	목표집단	상세설명	해결하고자 하는 사회문제
자동	직접입력	직접입력	직접입력
예시	경제적 취약계층 경계선 장애아동	빠른 진단과 치료가 필요한 경계선 장애아동	저렴한 상담 서비스로 장애진단과 상담 치료 접근성을 높임

입력 가이드

- ① 목표집단: 귀 사의 서비스 수혜자 집단을 간단한 문장으로 기재합니다. → 하위 문항의 목표집단으로 자동생성 됩니다.
- ② 상세설명: 각 목표집단의 특성이나 사회문제의 판단기준이 되는 요소(나이, 지역, 장애, 경제력, 위기상황 등)를 상세하게 기재합니다.
- ③ 해결하고자 하는 사회문제: 목표집단이 가지고 있는 문제를 귀 사의 제품/서비스가 어떻게 해결하고 싶은지, 목표집단이 귀 사를 통하여 어떻게 변화되기를 바라는지 기재합니다.

3. 귀사가 사회문제 해결의 대상자(목표집단)를 위하여 판매용 제품/서비스를 할인 또는 무료/기부 형태로 제공하는 경우 아래 내용을 입력해 주십시오.

귀사와 동일/유사한 제품 및 서비스가 일반 영리시장에 있는 경우, 시장가격 입력방법

- 평균시장가격: 귀사와 동일/유사한 제품 및 서비스를 일반영리시장에서 제공하는 경우의 평균가격 또는 표준화된 가격을 입력합니다.

귀사와 동일/유사한 제품 및 서비스가 일반 영리시장에 없는 경우, 시장가격 추정방법

귀사와 동일/유사한 제품 및 서비스가 일반 영리시장에 없어 평균시장가격을 확인하기 어려운 경우 다음과 같은 방식으로 일반시장가격을 추정합니다.

- 공급의사 가격추정: 귀사가 사회문제를 해결을 위해 제공하는 제품/서비스를 다른 영리기업이 동일하게 제공할 경우를 가정하고, 영리 기업이 현재의 수익성을 보장하는 수준에서 설정할 것으로 추정되는 제공가격을 입력합니다.

- 지불의사 가격추정: 귀사가 제공하는 제품/서비스와 동일한 품질/효과를 얻기 위해서 기존에 사용했던 제품 및 서비스를 구입해야 하는 가격을 입력합니다.

- 기존 솔루션 대비 단위 효율성 추정: 정부나 NGO가 해당 사회문제 1단위를 해결하기 위해 소요하는 비용을 추정하여 입력합니다.

입력하신 시장가격 또는 시장가격 추정값은 사회성과인센티브 사업단의 사후 검증 과정이 진행됩니다.

데이터 입력후 하단의 증빙자료 버튼을 누르시고 이와 관련한 증빙자료를 제출하여 주십시오.(시뮬레이션의 경우 제외)

	①	②	③	④	⑤	⑥	
번호	귀사가 제공하는 제품/서비스 이름은 무엇입니까?	제품/서비스 제공을 통해 편익을 얻는 목표집단은 누구입니까?	목표집단을 위하여 귀사가 할인해서 제공하는 제품/서비스의 가격은 단위당 얼마입니까? (무료인 경우 '0'로 입력) (원)	목표집단에 대한 제품/서비스의 연간총제공량은 얼마입니까?(회 또는 개)	귀사가 제공하는 제품/서비스와 유사한 제품/서비스의 일반 시장 가격은 단위당 얼마입니까?(원)	이 제품/서비스의 할인이나 무료제공을 위해 외부에서 받은 지원금 및 기부금은 얼마입니까?(원)	사회성과
자동	직접입력	항목선택	직접입력	직접입력	직접입력	직접입력	
1	아동심리상담	경제적 취약계층 아동	50,000원	300회	80,000원	2,000,000원	7,000,000원

입력 가이드	업로드 할 증빙자료
① 귀 사가 제공하는 제품/서비스를 기재합니다	거래내역, 거래 영수증 등
② 2번 문항의 목표집단 입력 내용에 따라 선택항목 자동생성 → 해당 제품/서비스의 목표집단을 선택합니다.	
③ 귀 사가 제공한 해당 제품/서비스의 제공가격을 기재합니다.	
④ 측정 년도 한 해 동안 귀 사가 목표집단에게 제공한 제품/서비스의 총제공량을 기재합니다.	
⑤ 귀 사가 제공한 제품/서비스와 유사한 제품/서비스의 시장가격을 기재합니다.	일반시장가격 관련 통계, 법정가격기준 등
⑥ 귀 사가 제품/서비스를 수혜자에게 제공하기 위해 외부에서 받은 지원금을 기재합니다.	지원금 및 기부금 수령증

2. 귀사가 목표집단이 겪고 있는 문제를 더욱 잘 해결하고자 제품/서비스의 품질을 높이기 위해 추가적인 생산요소를 투입하고 있는 경우 아래 내용을 기입해 주십시오.

제공가격은 일반 시장과 같지만, 목표집단이 겪고 있는 사회문제가 보다 더 잘 해소되도록 제품/서비스 품질을 높인 경우를 의미합니다.

①		②	③	④	⑤	⑥	⑦	
번호	추가적으로 투입하는 생산요소는 무엇입니까?	서비스 대상계층은 누구입니까?	제품/서비스 제공가격은 얼마입니까?(원)	귀 사의 단위당 원가율은 몇%입니까? (%)	일반 시장에서의 단위당 원가율은 몇%입니까? (%)	목표집단에 대한 제품/서비스의 연간 총제공량은 얼마입니까? (회 또는 개)	이 제품/서비스의 추가생산요소 투입을 위해 외부로부터 받은 지원금/기부금은 얼마입니까?(원)	사회성과
	직접입력	선택입력	직접입력	직접입력	직접입력	직접입력	직접입력	자동계산
1	급식재료비	결식아동	50,000	87.6%	56.8%	10,000	1,000,000	153,000,000

입력 가이드	업로드 할 증빙자료
① 귀사의 제품/서비스의 질적 향상을 위해 추가로 투입한 생산요소를 기재합니다.	거래내역, 거래 영수증 등
② 해당 제품/서비스의 목표집단을 선택합니다.	
③ 귀사의 제품/서비스 제공 가격을 기재합니다.	
④ 귀사의 제품/서비스 가격에서 생산원가의 비율을 기재합니다.	일반 시장 원가율 관련통계, 생산원가 증빙서류 등
⑤ 귀사의 제품/서비스와 유사한 제품/서비스의 평균 원가율을 기재합니다. 평균 원가율은 해당 제품/서비스가 속한 산업의 원가율 통계값을 사용합니다.	
⑥ 서비스 수혜자 집단에 측정연도 한 해 동안 제공한 제품/서비스의 총수량/총제공량을 기재합니다.	무료/할인 제공내역 자료
⑦ 귀사의 제품/서비스 생산 시 추가생산요소 투입을 위해 받은 외부 지원금이 있다면 그 총액을 기재합니다.	지원금 및 기부금 수령증

II. 고용 성과 측정

장애인, 고령자, 노숙자 등 일반 노동시장에 진입하기 어려운 사람을 ‘노동취약계층’이라고 합니다. 고용 성과란 노동취약계층이 사회적 기업에 취업하여 소득이 증가하고 생활여건이 개선되면서 발생하는 각종 사회적 편익을 의미합니다. 사회적 기업이 고용 성과를 창출하는 방식은 크게 두 가지로 나누어 볼 수 있습니다.

직접 고용

사회적 기업이 노동취약계층을 직접 고용하는 방식입니다.

사회적 기업 취업 후 이직(경과성 일자리) 지원

사회적 기업이 노동취약계층에 대한 교육 훈련, 적극적 취업 알선 및 연계를 통해 일반 노동시장의 다른 기업에서 일할 수 있도록 돕는 방식

제외) 사회적 기업 취업 후 창업 성과 (→사회생태계 성과 7~8번 문항으로 측정)

직접 고용 이후 창업을 통한 자립을 지원하는 것을 목적으로 하는 사회적 기업이 직접 고용을 통한 경력 및 기술 축적 뿐 아니라, 창업을 위한 구체적인 교육 및 컨설팅, 자본지원 등을 제공하여 실제 창업을 이뤄낸 성과를 의미합니다. 본 성과는 고용이 종료되고 창업 이후에 발생하는 성과로서 사회생태계 성과로 처리합니다.

1. 직접 고용

측정지표: 직접 고용을 통한 취약계층 근로자의 소득 증진 성과

사회적 기업이 취약계층 근로자를 직접 고용함으로써 취약계층 근로자의 소득증진을 통해 삶의 질을 개선시킨 성과입니다.

표준식

(사회적 기업에 고용된 노동취약계층의 근로소득 - 노동취약계층의 사회적 기업 취업 이전의 근로소득)

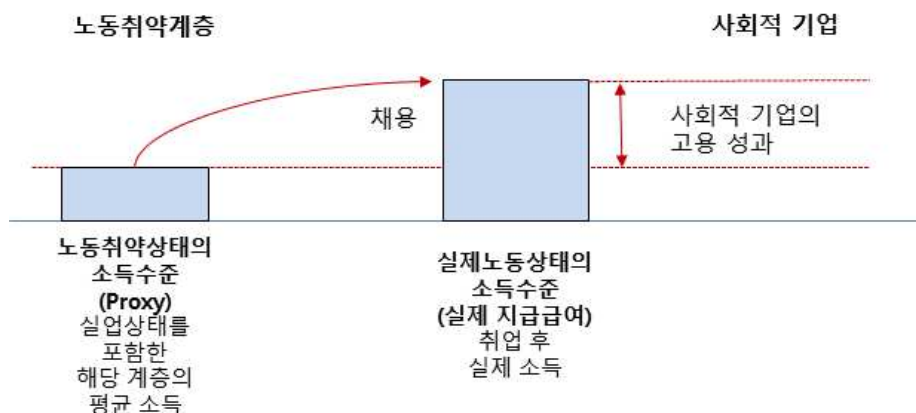
시스템 입력 문항

고용 성과 문항 1번

사회문제

근로의욕은 있으나 신체나 연령, 경력, 시장상황 등의 제약에 의해 일할 기회를 얻지 못하거나 충분한 소득을 얻지 못하는 사람들이 있습니다. 이들은 일반 노동 시장에서 실업상태이거나 불안정한 일용직 근로 상태에 있습니다. 사회적 기업은 이들을 직접 고용하여 이전 보다 높은 수준의 급여를 지급합니다. 이 급여수준의 차이를 사회적 기업의 고용 성과로 측정합니다.

사회성과인센티브에서는 고용을 통한 사회성과를 화폐가치로 추정하기 위하여 사회적 기업 취업 전후(前後) 취약계층의 근로소득을 비교합니다. 즉 근로소득 증가분을 측정하는 것입니다. 근로소득 증가분은 취약계층 근로자의 가처분 소득 증가분, 정부의 취약계층 지원 예산 절감분, 세수(소득세) 확대 효과를 모두 포함합니다. 앞서 성과측정 원칙에서 소개한 이해관계자 원칙을 살펴 보시면 쉽게 이해할 수 있습니다. 근로자의 가처분소득 증가분은 질적 차원에서 해석하자면 소득 증대로 인한 취약계층 근로자의 의식주 생활 및 건강의 개선, 사회적 관계의 개선 등을 의미합니다.



<그림 11> 사회적기업의 고용성과

목표대상

그렇다면 구체적으로 노동취약계층에는 어떤 사람들이 포함되는 것일까요? 노동취약계층은 심신의 건강상태, 경제수준, 학력 및 기술 등을 이유로 일반 노동시장에 진입할 기회를 얻기 어렵거나, 노동 시장 내에서 적절한 수준의 소득을 얻기 어려운 사람을 말합니다. 고령자, 장애인, 노숙자 등을 생각할 수 있겠지요. 사회성과인센티브에서는 기본적으로 다음과 같은 요건을 갖춘 사람을 노동취약계층으로 정의하고 있습니다. 구체적인 유형은 아래 표에 정리되어 있습니다.

다음에 정의된 노동취약계층 유형 가운데 2-3개 유형에 중복하여 해당하는 사람도 있을 수 있습니다. 이들에 대한 고용 성과 측정 시에는 사회적 기업의 미션에 비추어 우선적인 고용대상의 유형에 준하여 측정합니다. 예를 들어 장애인 고용을 주 사명으로 하는 사회적 기업이 준고령자 이면서 동시에 중증 지체 장애를 가진 사람을 고용한 경우, 목표대상은 중증 지체 장애인이 우선입니다. 따라서 해당 근로자는 중증 지적 장애인으로 보고, 이에 준하여 고용 성과를 측정합니다.

<표 10> 노동취약계층 유형

일반저소득층(20세 이상~60세 미만)	장애인
저소득층은 월평균 가구소득이 전국 월평균 가구소득의 60% 이하인 자를 의미합니다. 연령은 20세 이상~60세 미만으로 제한합니다. 이 외의 연령은 청소년, 준고령자 및 고령자로 구분합니다.	선천적, 후천적 요인으로 신체적, 정신적 장애를 가지고 있는 자입니다. 장애인의 고용 성과는 장애정도에 따라 중증장애(1~2급 및 3급 중복), 경증장애(3~6급)를 구분하여 적용합니다. 장애유형은 '주된 장애'에 따라 판단합니다.
준고령자(만60세~64세) ¹⁾	고령자(만65세 이상)
노동을 할 수 있는 물리적 요건은 갖추고 있으나 은퇴 시점을 지남으로써 노동의 기회를 얻기 어려운 자입니다.	고령으로 인해 체력이 약화되면서 노동 시장에 진입하기 어려운 자입니다.
기타	기타_탈학교 청소년
경력단절여성, 성매매 피해자, 북한이탈주민, 가정폭력피해자, 한부모가족보호대상자, 결혼이민자, 갱생보호대상자, 범죄구호피해자, 출소자, 여성가장, 청년장기실업자 등을 포함하며, 일반저소득층에 준한 취약계층으로 이해합니다.	소년원 퇴소 청소년, 보호관찰 청소년 등 학교로 돌아가기 어렵고 자립의 필요가 있는 청소년도 노동취약계층에 포함합니다.
기타_노숙인	기타_저개발국 현지의 취약계층 근로자
주로 일정한 주거 없이 거리에서 잠을 자며 생활하는 사람 또는 노숙인 쉼터나 쪽방과 같은 열악한 주거공간에서 거주하는 사람 등 잠재적 노숙상태에 있는 자입니다.	우리나라 뿐 아니라 외국에서 사업을 하는 사회적기업의 경우 외국인 취약계층을 고용하는 경우도 있습니다. 사회성과인센티브에서는 외국인 노동취약계층 또한 고용 성과로 인정합니다.

1) 고용노동부에서는 준고령자 기분을 55~65세까지로 정하고 있습니다만, 통계를 활용해 사회적 기업 이전소득을 추정한 결과, 55세~60세까지의 소득수준이 상당히 높게 산출되어, 사회적 기업 진입그룹으로

Proxy의 설정

① 사회적 기업 취업 이후(後)의 근로소득

고용 성과를 측정하기 위해서는 우선 사회적 기업이 취약계층 근로자에게 지급하는 실제 근로소득을 계산합니다. 사회성과인센티브에서 정의하는 근로소득이란 근로의 대가로서 근로자에게 지급하는 급여 및 고용을 통해 발생하는 비용으로서, 개인 및 사회적 편익으로 수렴되는 4대 보험 및 급여성 제공비용을 모두 포함합니다. 구체적으로는 다음과 같은 항목을 포함합니다.

<표 11> 사회적 기업 취업 이후의 근로소득에 포함되는 항목

기본급 및 성과급	소득세/주민세
가장 기본적인 의미의 근로소득입니다. · 기본급: 본봉, 연령급, 능률급, 근속급 등 기본적으로 지급되는 급여 · 성과급: 개인의 작업량이나 성과에 따른 급여	개인이 얻은 소득에 대하여 부과하는 조세로 보통 기업에서 급여 지급 시 원천징수합니다. 소득세/주민세는 우리 사회의 조세 편익으로서 사회성과로 간주합니다.
4대 보험(개인 및 사업자 부담금)	급여성 복리후생비
국민연금, 건강보험(장기요양보험), 고용보험, 산재보험 등입니다. 소득에 기반한 연금 및 보험제도로써 직장 가입자의 경우 개인 부담금과 사업자 부담금으로 나누어집니다. 소득 발생에 따라 보험 및 연금의 편익이 발생하므로, 사회성과로 간주합니다.	· 종업원 또는 종업원 자녀의 학자금(교육비 보조금) · 종업원의 진료비 부담액 · 불우종업원에 대한 생계비 또는 학비 보조금 · 종업원에 대한 법인 부담금 이외의 보험료, 국민연금 기여금 · 자가운전보조수당 중 월 20만원 초과액 · 종업원에게 지급하는 부임수당 중 이주 비용 상당액 (여비교통비) 초과액

② 사회적 기업 취업 이전(前) 근로소득의 추정

사회적 기업에서 고용한 취약계층 근로자에게 지급하는 급여는 사회적 기업이 바로 확인할 수 있습니다. 그런데 사회적 기업에 취업하기 이전의 소득은 어떻게 추정할 수 있을까요?

우선 취약계층 근로자 전원의 취업 이전 소득을 직접 조사하는 방법이 있을 것입니다. 하지만 모든 취약계층 근로자를 대상으로 이전 소득 수준을 일일이 확인하는 것은 신뢰성과 측정비용 측면에서 비효율적입니다.

대신 매년 발표되는 소득관련 국가통계를 기준 값으로 활용할 수 있습니다. 국민 소득통계 자료를 통해 성별, 연령, 장애유형과 정도 등에 따른 평균 소득 수준을 파악할 수 있습니다. 사회성과인센티브에서는 정기적으로 발표되는 국민소득통계 자료인 통계청이 발표하는 <가계동향조사>²⁾ 및 <장애인고용실태조사>를 활용하여 노동취약계층 유형별 이전 소득을 일괄산출하고 있습니다.

보기에 적절치 않다고 판단됩니다. 이에 본 제도에서는 일반저소득층 근로자 범위를 60세 미만으로, 준고령자의 범위를 60세 이상 65세 미만으로 조정하여 적용하고 있습니다.

2) 본 통계조사를 통해 도출된 값의 타당성을 검증하기 보기위하여, 저소득층 가구를 주 표본집단으로 하는 <복지패널조사>의 평균 소득 값을 추출하여 비교한 결과, 큰 차이는 나타나지 않았음.

사회적 기업 취업 이전 근로소득을 통계적으로 추정하기 위해서는 우선 사회적 기업에 어떤 사람들이 진입하는지 가정하는 것이 필요합니다. 이를 위해 취업자가 실제로 일하고 있는 신분 내지 지위상태인 ‘종사상 지위’를 검토하고, 이 가운데 사회적 기업에 진입하는 그룹의 평균 소득을 반영하게 됩니다.

사회성과인센티브에서는 노동취약계층별로 사회적 기업에 진입하는 대상그룹을 <표 12>와같이 각각 다르게 정하고 있습니다. 노동취약계층 유형의 특징에 따라 사회적 기업에 진입하는 사람들이 상이할 것이라고 보기 때문입니다.

<표 12> 경제활동인구 구성

경제활동인구 만 15세 이상 생산가능인구 중 재화나 서비스를 생산하기 위해 생산활동에 참여할 의사가 있는 사람	
취업자	가족 종사자를 포함하여 일정기간 주 임금, 급료, 수수료, 이익 등의 수입을 목적으로 일을 한 모든 사람. 기본적으로 매월 15일이 속한 1주일 동안에 수입을 목적으로 1시간 이상 일한 사람
임금근로자	개인, 가구, 사업체와 고용계약을 체결하여 일하고 그 대가로 급여, 봉급, 일당, 현물 등을 받는 사람
상용직	근로자 가운데 하루하루 일자리를 찾지 않고 상시적으로 고용돼 있는 근로자.
임시직	고용계약기간이 1년 이상 이지만 법적으로 정년까지 고용이 보장된 정규직과는 달리 특정한 고용기간을 정한 근로자
일용직	통상 근로와는 달리, 하루를 단위로 지급하는 임금인 일당을 받는 노동자나 고용계약기간이 정해져 있는 기간제 노동자
비임금근로자	개인사업체를 운영하는 사람이나 예술가, 프리랜서 등, 일정 형태의 사업체를 갖추지 않고 서비스를 제공하여 자신 또는 가족의 수입을 위해 일한 사람
종업원 없는 자영업	종업원을 두지 않고 고용주 단독으로 운영되는 자영업
종업원 있는 자영업	고용주 외 1인 이상의 종업원이 있는 자영업
기타 무급가족종사자, 자원봉사자 등	노동을 제공하나 급여 없거나 급여의 정함이 없는 사람
실업자	적극적으로 일자리를 구하였으나 수입이 있는 일에 전혀 종사하지 못한 사람. 일자리만 있으면 즉시 취업이 가능한 사람
비경제활동인구 만 15세 이상의 생산 가능 인구 가운데 일을 할 능력이 없거나 일을 할 능력은 있는데 일을 할 의사가 없는 사람, 경제 활동에 참여하지 않는 사람	

- ① 우선 고용을 목적으로 하는 사회적 기업에서 채용하는 대상은 경제적 필요가 높은 대상일 것을 전제하여, 고령자를 제외한 취약계층은 월평균소득이 전체 가구소득 평균의 60%에 미치지 못하는 저소득층 가구로 제한합니다.

<표 13> (참고)저소득자의 판단 기준(2015년 3/4분기 기준)

구분	가구원수 별 저소득자 판단기준				
	1인 가구	2인 가구	3인 가구	4인 가구	5인 가구
월평균 가계소득 (15년 3/4분기)	1,715,812	3,174,966	4,618,531	5,254,304	5,388,428
가계소득의 60%	1,029,487	1,904,980	2,771,119	3,152,582	3,233,057

- ② 어떤 취약계층에서든지 전체 그룹 가운데 상용직 근로자 및 종업원이 있는 자영업자는 진입 대상에서 제외됩니다. 상시적 고용이 보장된 안정적인 직장을 가진 근로자(상용직)나 종업원을 두고 운영하는 사업체를 가지고 있는 자영업자의 경우, 사회적 기업에 취업할 유인이 적다고 판단하기 때문입니다.
- ③ 일반저소득층, 준고령자, 기타 취약계층 근로자³⁾의 경우에는 비경제활동인구는 제외합니다. 생산가능 인구임에도 일을 할 능력이 없는 경우나 일을 할 의사가 없는 경우(ex. 학생, 전업주부 등)는 사회적 기업의 노동시장에도 진입하지 않을 것으로 간주합니다.
- ④ 고령자의 경우, 근로할 의사가 없다고 보기 보다는 연령에 따른 근로능력의 저하로 부득이 비경제활동인구가 된다고 가정합니다. 따라서 고령자의 경우에는 비경제활동인구도 사회적 기업에 진입할 수 있는 대상으로 간주합니다.
- ⑤ 장애인도 고령자와 마찬가지로 비경제활동인구를 포함합니다. 단 65세 이상인 경우, 이미 고령자에 중복되어 포함되므로, 65세 이상인 장애인 근로자의 경우 고령자로 측정합니다.

이와 같은 방식으로 사회적 기업의 노동시장에 진입할 것으로 예상되는 취약계층을 설정하고, 각 종사상 지위별 소득과 실업자 및 비경제활동인구의 무소득(0원)을 반영하여 각 유형별 월평균 소득을 산출하게 됩니다. 평균값을 산출할 때에는 성별, 장애유형을 구분하여 산출합니다.

단 이 산출방법에서 활용되는 통계표본은 근무 시간이 반영되지 않은 월소득 평균값입니다. 이 값은 해당 유형이 한 달 동안 소득을 창출할 수 있는 실질적 근로기회만을 반영한 평균 소득이라는 의미를 갖습니다. 그러나 풀타임/파트타임의 요건을 구분하지 않고 얻어지는 월소득에 대한 정보이므로 시간단위 근로소득에 대한 proxy로 바로 적용하기 어려운 한계가 있습니다.

3) 노숙인, 청소년, 해외 현지근로자는 기타 취약계층에서 제외. 이유는 아래 별도로 설명함.

<표 14> SE 취업 이전 평균소득 proxy 산출시, 취약계층 유형별 적용되는 기준(사회적 기업 노동시장 진입 대상)

적용기준				취약계층 유형	일반 저소득자	준고령자 (60-64세)	고령자 (65세이상)	중증 장애인	경증 장애인	노숙자	청소년/ 저개발국 근로자	
전국 가구 월평균소득의 60% 이하					○	○	X	○	○	정신 장애 유형 평균 소득	소득 없음	
경제 활동 인구	취업자	임금 근로자	상용직	X	X	X	X	X				
			임시직	○	○	○	○	○				
			일용직	○	○	○	○	○				
		비임금 근로자	종업원없는 자영업	○	○	○	○	○				
			종업원있는 자영업	X	X	X	X	X				
			기타	○	○	○	○	○				
		실업자				○	○	○	○			○
		비경제활동인구				X	X	○	○*			○*
사회성과 감가/일몰 기준 적용여부(채용 후 5년 기준시)				감가**	감가	적용 없음	적용 없음	감가	일몰	감가		
					** 예외적 적용							
					경력단절여성 및 장기청년실업자				3년후 일몰			

시간제 근로의 고용성과 측정

사회적 기업의 고용정책이나 전략 또는 업무의 성격, 근로자의 업무수행 능력과 선호에 의해 시간제 방식으로 고용을 하는 경우에는 다음과 같이 분류하여 proxy를 적용합니다.

<표 15> 시간제 근로자의 경우 이전소득 Proxy 적용 방식

취약계층 유형별 월평균 근로소득 (A)	Proxy 적용 조건		Proxy 적용 값
	월평균 근로소득을 시간당 최저임금으로 나눈 시간보다 실제 근무한 시간이 긴 경우		(A)
	월평균 근로소득을 시간당 최저임금으로 나눈 시간보다 실제 근무한 시간이 짧은 경우		최저임금 × 근로시간
	중증장애인 및 고령자의 경우 근무시간 관계없이		(A)

적용

직접 고용을 통한 사회성과는 기본적으로 앞의 ①과 ②의 차이를 측정하는 것이 기본 원칙입니다. 그러나 사회적 기업의 직접 고용기간이 늘어나게 되면 근로자의 노동취약성^{labor vulnerability}이 소멸되거나 줄어들게 됩니다. 그리고 사회적 기업은 근로자의 근속기간이 늘어날수록 노동력 향상을 통한 생산성 증가의 혜택을 보게 됩니다. 따라서 사회성과인센티브에서는 다음과 같은 조정 조건을 적용하고 있습니다.

장기 근속자에 대한 고용 성과 감가^{depreciation, 減價} 적용: 채용 후 5년 초과 시

저소득층 근로자가 사회적 기업에 고용될 경우 수년간 일하면서 번 돈으로 저소득 상태에서 벗어나고, 일반 노동시장에 진입이 가능할 만큼 직무기술이 향상됩니다. 이러한 개선은 기업의 생산성 향상으로 이어집니다. 예를 들어 일반 노동 시장에서 월 100만원 정도를 벌던 남성 저소득층 근로자가 사회적 기업에서 5년 넘게 근무하면서 매월 160만원 이상의 급여를 받았다면, 이 남성은 저소득층 상태를 벗어나게 되고, 기업은 숙련된 근로자를 생산인력으로 보유하게 되는 것이지요. 따라서 이러한 경우 사회적 기업 취업 이전소득과 현재의 근로소득간의 격차만큼 실제 고용 성과가 발생한다고 보기 어렵습니다. 따라서 일정 기간 근무를 통하여 노동취약성이 개선되었다면, 해당 연도에는 고용 성과가 그만큼 감가(減價)되는 셈입니다.

사회성과인센티브에서는 노동취약성이 개선되는 시점을 5년으로 설정하였습니다. 동일 사회적 기업에 5년 정도 근무한 자라면 적어도 우리나라 사회적 기업 근로자의 평균소득을 얻을 수 있을 만큼 노동취약상태에서 벗어났다고 봅니다.

단 고령자, 중증장애인과 같이 근속기간이 늘어나도 노동취약성이 개선되기 어려운 경우에는 근속기간에 상관없이 해당 노동취약계층의 ‘사회적 기업 취업 이전 소득’을 그대로 반영합니다.

경력단절여성과 장기청년실업자에 대한 고용 성과 일몰^{sunset, 日沒} 적용: 채용 후 3년 초과 시

경력단절여성, 청년실업자는 노동취약성이 다른 취약계층과는 다른 성격을 가집니다. 먼저 근로자가 속한 가구의 소득이나 자산 수준과 무관합니다. 둘째, 노동취약성의 원인이 근로자의 노동능력의 취약성(가구의 소득수준, 신체적·지적 장애 또는 노화, 낮은 교육/기술정도, 사회적 낙인 등)이 아닌 노동시장의 제약(낮은 취업기회)에 기인합니다.

따라서 이들은 취업과 동시에 노동취약상태의 원인으로부터 벗어나게 됩니다. 다른 노동취약계층의 경우 취업이 되더라도 취약성의 원인이 상당한 시간을 지나야 해소되는 것과는 다릅니다. 또한 이들을 고용한 사회적 기업은 다른 취약계층을 고용한 경우와 비교할 때 노동력의 효율성을 상대적으로 빨리 누리게 됩니다.

사회성과인센티브에서는 경력단절여성 및 장기청년실업자였던 근로자가 사회적 기업에 채용된 뒤 3년이 초과하면 이들의 노동취약상태는 완전히 해소된 것으로 보고, 고용 성과로 인정하지 않습니다.

노숙자의 이전소득 proxy와 성과일물

노숙자는 근로 의욕이 현저히 낮고 정신적 장애를 겪하고 있는 경우가 많습니다. 거처와 신원이 뚜렷하지 않아 이러한 장애를 증빙하기는 어렵고 취약계층 중에서도 삶의 상태가 상당히 불안한 그룹에 속합니다. 사회성과인센티브에서는 노숙자의 이러한 상태를 정신질환 관련 장애인 수준으로 보고 이전소득 proxy를 정신질환 관련 중증장애인의 평균 소득으로 설정합니다.

반면 노숙인의 노동취약성은 연령이나 신체적 상태에 따라 개선될 가능성이 중증 장애인에 비하여 훨씬 높다고 볼 수 있습니다. 따라서 5년 이상 근속한 경우에는 노숙인이 취약상태에서 벗어났다고 보고 일반 취약계층에 준해서 감가를 적용합니다. 단 해당 시점에 증빙 가능한 범위 내에서 중증 장애인 또는 고령자 등 노동취약성을 다시 파악하여 관련 proxy를 적용합니다.

청소년 및 저개발국 현지근로자의 이전소득 Proxy와 성과일물

청소년과 저개발국 현지근로자의 경우 취업기회가 극히 제한적이라는 점에서 이전 소득을 0원(무소득) 일괄 설정하여 적용합니다.

2. 경과성 일자리(사회적 기업 취업 후 이직)

측정지표: 취약계층 근로자에 대한 적극적인 지원으로 일반 노동시장에 진입시킨 성과

사회적 기업이 고용한 취약계층에 대한 적극적인 교육과 지원을 함으로써 실제 이직이 이루어져 일반 노동 시장에 진입시킨 성과를 측정합니다.

표준식

(해당 노동 취약계층의 노동가능상태에서의 평균 근로소득 - 노동취약계층의 사회적 기업 지원 이전의 근로 소득)

시스템 입력 문항

고용 성과 문항 2번

사회문제

노동취약계층을 직접 고용한 후 전문화된 교육 및 지원 프로그램을 통해 타 사회적 기업에 취업하거나 일반 노동 시장에 진입할 수 있도록 하여 고용상태를 유지하는 성과를 창출하는 사회적 기업도 있습니다. 노동취약계층의 근로 능력을 높여줄 수 있는 학습 기간과 프로그램을 제공함으로써 일반 노동 시장에 진입할 수 있는 징검다리 역할을 하는 것입니다. 사회적 기업은 취업에 도움이 되는 기술 훈련이나 직무 교육 등을 제공합니다. 또는 타 직장으로의 이직을 목적으로 사회적 기업이 일정 기간 취약계층을 직접 고용하여 경과성 일자리를 제공하기도 합니다.

목표대상

해당 사회적 기업에 고용되어 있는 취약계층근로자

Proxy의 설정

경과성 일자리(사회적 기업 취업 후 이직) 성과란 취약계층에게 직업훈련, 교육 또는 경과성 일자리(징검다리) 제공을 통하여 일반 노동시장에 진입할 수 있는 ‘노동가능상태’가 되도록 지원한 성과입니다.

‘노동가능상태’란 해당 취약계층이 실업 또는 비경제활동 상태에서 벗어나 임시직, 일용직, 종업원 없는 자영업 등 최소한의 근로활동을 하여 소득을 창출할 수 있는 상태를 의미합니다.

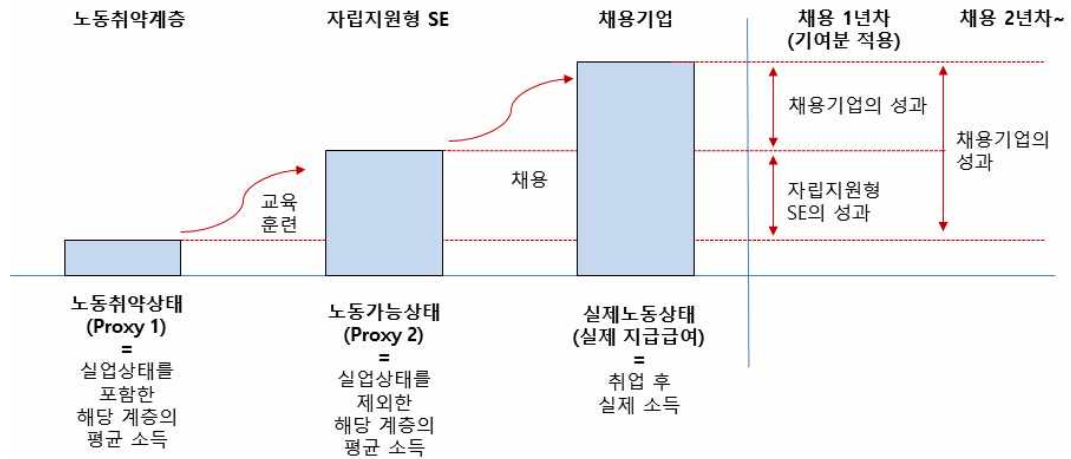
고용지원 성과는 ‘노동취약상태’였던 근로자가 실제 고용됨으로써 얻게 된 전체 편익 가운데, 취약계층 근로자가 ‘노동가능상태’에 이르도록 한 기여분에 대하여 측정하게 됩니다.

Proxy 1: 노동취약상태

앞서 직접 고용 성과에서 사회적 기업 취업 이전소득으로 추정된 proxy를 그대로 준용합니다.

proxy 2: 노동가능상태

실업 상태에서 벗어난 상태에서의 해당 계층의 평균 소득을 의미합니다. 사회성과인센티브에서는 사회적 기업 근로자의 평균임금을 ‘노동가능상태’의 proxy로 일괄 적용하고 있습니다.



<그림 12> 경과성 일자리 성과 측정 구조

적용

경과성 일자리(사회적 기업 취업 후 이직) 성과는 취약계층 근로자 이직 후 1년 동안에 한하여 제한적으로 인정합니다. 이는 본 지표가 사회적 기업이 취약계층 근로자의 이직에 기여한 성과이기 때문이며, 취약계층 근로자의 고용성과는 해당 근로자를 지속적으로 채용한 기업에서 발생하는 것으로 봅니다.

적용 예외: 고용 후 창업 등 간접고용과 유사한 생산자 지원성과

사회적 기업이 근로자를 직접 고용 하지는 않으나 취약한 생산자 또는 생산조직을 거래/지원/협력 등의 방식으로 도움으로써 고용에 준하는 효과를 만들어 내는 경우가 있습니다. 이 경우의 성과는 사회생태계 성과로 분류합니다.

관련 측정지표

사회생태계 성과 >

7. 고용에 준하는 일자리 기회 제공
8. 취약생산자에게 추가거래 기회 제공

3. 고용을 통한 돌봄성과의 측정

측정지표: 중증장애인 고용을 통한 돌봄서비스 대체 성과

중증장애인을 직접 고용함으로써, 근무시간동안 발생하는 돌봄 대체 효과를 측정합니다.

표준식

중증장애인 연간 총근무시간 × 주간보호시설의 시간당 이용비용

시스템 입력 문항

고용 성과 문항 3번

사회문제

중증장애인의 경우 일상생활을 영위하는 데 있어서 가족이나 돌봄서비스 종사자의 도움이 필요한 경우가 많습니다. 중증장애인을 고용하게 되면, 기업은 최소한의 수준으로나마 근로자의 활동과 안전을 보장함으로써 일정한 돌봄효과를 발생시키게 됩니다. 근로자는 활동 상의 편익을 얻고, 근로자의 가족이나 지역사회도 돌봄 부담을 줄일 수 있습니다.

목표대상

해당 사회적 기업에 고용되어 있는 중증장애인 근로자

Proxy의 설정

중증장애인 연간 총근무시간

각 기업이 직접 고용하고 있는 중증장애인 근로자의 연간 근무시간의 총합을 의미 합니다.

주간보호시설의 시간당 이용비용

중증장애인 근로자의 돌봄효과는 근로환경과 근무조건, 업무내용 등에 따라 매우 상이합니다. 본 제도에서는 보수성에 원칙에 따라 중증장애인을 위한 국내 주간보호시설의 평균적인 이용비용(시간당)을 일괄 적용합니다.

4. 의무고용제도에 따른 고용 성과의 측정

측정지표: 장애인 연계고용제도 등 취약계층 고용과 관련한 제도에 근거한 직접 고용 성과

장애인 연계고용제도 등 취약계층 고용과 관련한 제도에 근거하여 운영되는 사회적 기업의 고용 성과는 직접 고용 성과와 동일하게 측정합니다.

시스템 입력 문항

고용 성과 문항 1번

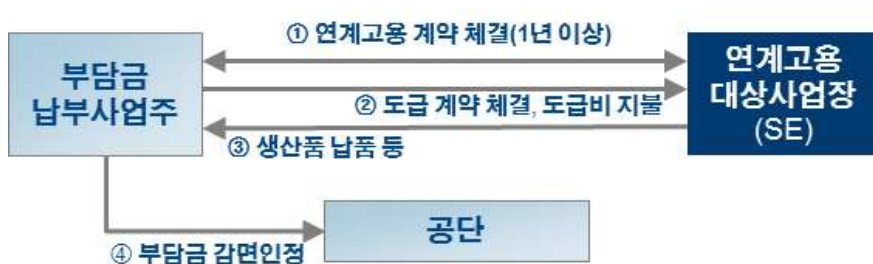
연계고용제도

우리나라에서는 국가·지방자치단체와 50명 이상 공공기관·민간기업 사업주에게 장애인을 일정비율 이상 고용하도록 의무를 부과하고, 미준수시 부담금을 부과하고 있습니다(장애인 의무고용제도). 그러나 장애인을 직접 고용하기 어려운 장애인고용의무사업주도 있습니다. 이런 경우를 위해 고용의무사업주가 연계고용을 통해 부담금을 대신 할 수 있는 제도를 운영하고 있습니다. 대표적인 제도로 연계고용부담금감면제와 자회사형 표준사업장 제도가 있습니다.

사회적 기업 중에는 장애인표준사업장으로서 이러한 제도를 기업운영에 활용하기도 합니다. 이 경우 장애인 고용 성과를 일반적인 직접 고용과 동일하게 볼 것인가, 제도의 기여분을 제외할 것인가 하는 문제가 존재합니다.

연계고용부담금 감면제

고용의무사업주가 직업재활시설, 장애인 표준사업장, 자립작업장에 생산 설비와 원료, 기술 등을 제공하고 생산품의 판매를 전담하거나 도급을 준 경우 장애인 고용의무 사업주에게 부담금을 감면해 주는 제도입니다.



<그림 13> 연계고용부담금 감면제

사회성과인센티브에서는 장애인표준사업장으로서 연계고용제도를 활용하는 사회적 기업의 고용 성과를 다른 직접 고용 성과와 동일하게 측정합니다. 그 이유는 다음과 같습니다.

- ① 이 제도는 장애인 표준사업장에 대한 혜택, 지원이 목적이 아닌 고용의무부담사업주가 고용 책임을 기업 상황에 맞는 방식으로 부담할 수 있도록 하는 데 목적이 있습니다.

- ② 사회적 기업이 이 제도를 활용하는 것은 기업에 필요한 자본을 유입하는 방식 중에 하나로 봅니다. 이 제도를 이용하는 편익이 사회적 기업의 취약계층 근로자 고용에 직접 상응하는 보상형태로 주어지지 않기 때문입니다.
- ③ 실제 거래 관계에서 살펴보면, 장애인표준사업장으로부터 고용의무부담사업주가 필요한 제품/서비스 구매를 보장하는 방식입니다. 따라서 거래매출은 구매한 제품/서비스에 대한 대가이며 이것이 대체고용에 대한 보상으로 주어지는 것은 아닙니다.
- ④ 물론 본 제도를 통해 고용의무부담사업주가 구매를 ‘보장’함으로써 사회적 기업의 장애인 고용유지에 기여하는 측면이 있습니다. 그러나 이 거래가 성사되지 않는다고 해서 일정 장애인 근로자의 고용관계가 해지된다고 볼 수는 없습니다. 사회적 기업은 고용을 유지할 수 있도록 다른 자본유입 전략을 동원할 것이기 때문입니다. 따라서 구매 보장이 고용유지와 창출에 직접적인 기여를 한다고 보기 어렵습니다.
- ⑤ 따라서 연계고용제도는 ‘사회성과에 대한 직접적 상응 관계가 없는 지원’으로서 앞서 제시한 사회성과 보상여부 판단 기준에 따라 고용성과에 대한 보상으로 보지 않습니다.

자회사형 표준 사업장 제도

고용의무사업주(母會社, parent company)가 장애인 고용을 목적으로 일정 요건을 갖춘 자회사(subsidiary company)를 설립할 경우, 자회사에서 고용한 장애인을 모회사에서 고용한 것으로 간주하여 장애인 고용률에 산입하는 제도입니다.

이 제도에서는 장애인고용의무가 있는 사업주가 장애인표준사업장을 발행주식 총수 또는 출자총액 기준 100분의 50을 초과하여 실질적으로 지배하고 있거나 2개 이상의 고용의무사업주가 공동출자하여 장애인 표준사업장을 설립하는 방식으로 적용됩니다.



<그림 14> 자회사형 표준 사업장제도

자회사형 표준사업장 제도의 경우 기업 설립과 운영에 필요한 자본 일정 부분을 모기업을 통해 출자형태로 받게 됩니다. 이 경우에도 자회사인 사회적 기업이 장애인 고용에 직접 상응하는 보상을 받는 것은 아니기 때문에 일반적인 직접 고용 성과와 동일하게 성과를 측정합니다.

[SPAS] 측정시스템 고용 성과 입력

사회적 기업의 고용 성과가 있는 경우 아래 내용을 참고하여 고용 성과 측정페이지에 성과를 입력합니다.

[미션여부] 귀 사는 취약계층을 근로자로 고용하는 것을 기업의 사명으로 하고 있습니까?

취약계층 근로자란?

취약계층 근로자는 저소득자, 준고령자, 고령자, 장애인 등 일반 노동시장에 진입하기 어렵거나, 일정 수준 이상의 소득 생활을 영위하기 힘든 자를 말합니다. 사회성과인센티브에서는 기본적으로 고용노동부에서 정한 취약계층 유형 기준을 따르고 있습니다.

취약계층 유형에 대한 자세한 기준은 위 물음표(?)를 클릭하시면 확인하실 수 있습니다.

☐ 그렇다.

☐ 아니다.

한 사람의 근로자가 2개 항목 이상의 취약계층 유형에 해당되는 경우 입력방법

- 1) 고용노동부 보고내용 기준을 우선으로 입력하고,
2) 1)에 해당이 없거나, 2개 이상의 취약계층 유형이 중복되는 근로자에 대해서는 귀 사의 고용미션에 가까운 유형으로 우선 선택합니다.

직접 고용 성과 측정 기준

직접 고용 성과의 비교기준(Proxy)은 해당연도의 국민소득 통계자료에 기초하여 해당 취약계층 유형의 평균 소득수준을 추산, 적용하고 있습니다.

(현재 본 시스템에는 2016년 소득 통계 분석 결과가 반영되어 있음)

[illegible]

입력가이드	업로드 할 증빙자료
① 직원명: 해당 근로자의 이름을 입력합니다. 실명정보를 공개하기 어려운 경우, 입력하는 담당자가 식별할 수 있는 고유번호를 부여하여 기재해도 무방합니다.	근로(급여)대장, 복지카드 사본, 장애인등록증 등 취약근로자 증빙자료
② 취약계층 유형: 해당 근로자가 속하는 노동취약계층 유형을 기재합니다. 다수의 유형에 중복 해당하는 자는 취약성이 가장 높은 유형으로 기재합니다.	
③ 기타유형: 취약계층 유형에서 기타유형을 선택한 경우, 해당 근로자가 속하는 유형을 선택합니다.	
④ 성별: 근로자의 성별을 입력합니다.	
⑤ 출생년도: 반드시 4자리로 입력해 주세요. 양식에 맞지 않을 경우 측정이 되지 않습니다.	
⑥ 장애유형: 장애인 등록증에 기재된 장애유형을 기재합니다.	
⑦ 장애등급: 장애인 등록증에 기재된 장애등급을 기재합니다.	
⑧ 입사년월: 년도는 반드시 4자리 숫자로, 월은 2자리 숫자로 기재해주세요. 양식에 맞지 않을 경우 측정이 되지 않습니다.	
⑨ 근무개월수: 해당 근로자의 2016년 근무 개월을 입력합니다.	
⑩ 월 평균급여: 해당 근로자의 2016년 월 평균 급여를 입력합니다.	
⑪ 파트타임여부: 파트타임으로 근무한 근로자의 경우 파트타임을 선택합니다.	
⑫ 월평균 근무시간: 해당 근로자의 월 평균 근무시간을 계산하여 기재합니다.	
⑬ 입사전 소득수준: 해당 근로자의 입사 전 소득을 알고 있는 경우 기재합니다.	

[illegible]

입력가이드	업로드 할 증빙자료
① 직원명: 해당 근로자의 이름을 입력합니다. 실명정보를 공개하기 어려운 경우, 입력하는 담당자가 식별할 수 있는 고유번호를 부여하여 기재해도 무방합니다.	근로(급여)대장, 취약계층 증빙자료(예시: 복지카드 사본, 장애인등록증) 등
② 취약계층 유형: 해당 근로자가 속하는 노동취약계층 유형을 기재합니다. 다수의 유형에 중복 해당하는 자는 취약성이 가장 높은 유형으로 기재합니다.	
③ 기타유형: 취약계층 유형에서 기타유형을 선택한 경우, 해당 근로자가 속하는 유형을 선택합니다.	
④ 장애유형: 장애인 등록증에 기재된 장애유형을 기재합니다.	
⑤ 장애등급: 장애인 등록증에 기재된 장애등급을 기재합니다.	
⑥ 성별: 근로자의 성별을 입력합니다.	
⑦ 출생년도: 반드시 4자리로 입력해 주세요. 양식에 맞지 않을 경우 측정이 되지 않습니다.	관련증빙자료
⑧ 귀사가 제공한 교육훈련 기간: 교육 훈련을 제공한 기간을 숫자로 입력합니다.	
⑨ 타사 채용시점: 년도는 반드시 4자리 숫자로, 월은 2자리 숫자로 기재해주세요. 양식에 맞지 않을 경우 측정이 되지 않습니다.	
⑩ 파트타임여부: 파트 타임으로 근무한 근로자의 경우 파트타임을 선택합니다.	
⑪ 월평균 근무시간: 해당 근로자의 월 평균 근무시간을 계산하여 기재합니다.	
⑫ 노동취약상태 소득수준: 앞의 측정항목들의 값을 기반으로 자동 계산됩니다.	
⑬ 노동가능상태 소득수준: 앞의 측정항목들의 값을 기반으로 자동 계산됩니다.	

3. 고용을 통한 돌봄 성과: 중증장애인 고용을 통하여 근무시간동안 장애근로자의 활동과 안전을 보장한 성과입니다.

연번	①	②	③
	중증장애인 근로자 인원	중증장애인 총 근무시간	사회성과
자동입력	직접입력	직접입력	자동계산

입력가이드	업로드 할 증빙자료
① 중증장애인 근로자 인원 : 귀 사가 고용하고 있는 중증장애인 근로자수를 기재합니다.	별도 증빙자료 없음
② 중증장애인 총 근무시간 : 중증장애인 근로자의 연간 근무시간 합계를 기재합니다.	

4. 귀 사가 정부 등 외부로부터 취약계층 근로자 직접 고용 및 이직 지원과 관련하여 받은 지원금/기부금이 있습니까? 있다면 그 총액은 얼마입니까?

사회적 일자리 지원금, 장애인고용촉진금, 교육지원금 등 취약계층 고용 및 이직지원과 직접적으로 관련한 외부 지원금/기부금 총액을 입력합니다.

①

취약계층 고용 관련 지원금 수령총액(원)	직접입력
------------------------	------

입력가이드	업로드 할 증빙자료
① 취약계층 고용 관련 지원금 수령 총액: 취약계층 고용을 조건으로 수령한 지원금의 총액을 기재합니다.	고용관련 외부 지원금 수령내역 등

Ⅲ. 환경 성과 측정

환경 성과는 사회적 기업의 활동을 통해 자원소비와 환경오염을 줄이는 성과입니다.

소비자원의 절감^{節減}: 재활용을 통해 신제품 생산에 필요한 자원의 소비를 줄이는 성과

잔존가치는 있지만 현 소유자에게는 쓸모를 다한 특정 제품을 다시 사용하거나, 폐기된 제품을 분해, 가공하여 다른 제품의 재료나 부품으로 다시 활용하면 신제품의 생산을 대체하고, 신규 자원의 소비를 줄이게 됩니다. 따라서 재료나 제품을 재활용함으로써 새로 소비하지 않아도 되는 원재료의 가치(가격)를 환경 성과로 볼 수 있습니다.

환경오염의 저감^{低減}: 환경에 대한 영향이 낮은 생산방식을 선택하여 환경오염을 줄인 성과

인간의 활동, 특히 제품의 생산, 사용, 폐기과정은 환경에 유해한 오염물질을 발생시키곤 합니다. 오염물질은 인간의 생활과 건강, 그리고 대기, 토양, 물 등 지구환경에 위협을 가하기 때문에 우리 사회는 지구의 지속가능성을 유지하기 위해서 환경오염물질을 처리하기 위한 비용을 지불하게 됩니다. 이를 환경비용^{Eco-cost}이라고 합니다. 즉 제품의 생산부터 사용, 폐기에 이르는 전 과정에서 발생하는 환경적 부담을 화폐가치로 환산한 것입니다.

사회적 기업은 기존의 생산방식에서 주로 사용하는 재료나 생산기술보다 환경비용을 덜 요구하는 생산방식을 선택함으로써 환경적 편익을 만들어 냅니다. 예를 들어 어떤 제품을 재활용하면 한정된 자원의 고갈을 방지할 뿐 아니라, 자원 채굴이나 물리적 변형, 화학적 처리 등 재료화 과정에서 발생하는 각종 대기오염, 수질오염 등을 줄일 수도 있습니다. 또는 기술혁신을 통해 생산 공정에서 소모되는 석유 에너지의 소비를 줄이는 경우, 결과적으로 석유 에너지 생산과정에서 발생하는 환경오염을 줄일 수 있습니다.

환경비용을 실제 화폐가치로 환산하기 위한 여러 가지 방법이 있습니다. 사회성과인센티브에서는 기본적으로 EU의 지원 아래 Netherlands의 Delft University of Technology에서 개발한 Eco-cost DB를 사용하여 환경오염 저감성과를 측정합니다.

<표 16> 친환경 대체자원/에너지 판단 기준: 재생/비재생 물질 및 에너지원의 구분

환경성과 창출방식	개념	자원 절감	오염 저감
재사용 reuse	사용후 제품의 재사용을 위한 간단한 조치(단순 청소 및 정비)만을 한 후 잔존 수명만큼 같은 목적으로 다시 사용하는 것	○	○
재제조 remanufacturing	사용 후 제품을 체계적으로 회수, 분해, 세척, 검수, 조정, 재조립 등의 과정을 거쳐 동일 신규 제품으로 만드는 방식	○	○
재활용 recycle	폐제품/부품을 수거하여 원래의 잔존가치를 활용하기 위해 분해, 용융, 파쇄 등 물리적 가공을 거친 후 다른 제품의 원료로 사용하는 것	○	○
재생가능 자원 및 친환경적 생산프로세스	비재생물질을 재생가능물질로 대체하거나, 재생에너지원을 사용하거나, 생산공정을 줄임으로써 생산과정에서 발생하는 환경오염을 저감시킨 성과	○	○
생태계 복원력 강화	생태계에서 발생하는 여러 교란으로 발생하는 손상을 스스로 빠르게 이겨내고 회복하는 능력을 강화시킨 성과	방식에 따라 다르게 적용	

1. 재사용

측정지표: 제품의 재사용을 통한 소비자원 절감 성과와 환경오염 저감 성과

재사용을 통해 신규 제품 소비를 줄임으로써 자원소비량을 줄이고, 신규 제품 생산과정에서 발생하는 환경오염을 줄인 성과를 측정합니다.

표준식

소비자원 절감성과 = 중고제품 거래가격 × 해당제품의 재료비 비율

환경오염 저감성과 = (중고제품 재료의 Eco-cost × 중고제품의 잔존가치비율)
= (중고제품 재료의 Eco-cost × 중고제품 거래가격 / 신제품 평균가격)

시스템 입력 문항

환경 성과 문항 1번

재사용^{reuse}의 개념

재사용이란 사용 후 제품^{used item}을 간단하게 청소하거나 정비하는 조치만을 한 후 제품의 잔존 수명만큼 같은 목적으로 다시 사용하는 것을 의미합니다. 우리가 흔히 말하는 중고제품이 이에 해당합니다. 중고 물품을 중개하는 사회적 기업은 신규 제품 생산으로 인한 자원의 소비와 환경오염의 발생을 줄이는 성과를 만들어 냅니다.



<그림 15> 재사용의 개념

1) 소비자원 절감 성과

A라는 제품을 폐기하지 않고 재사용^{reuse}하게 되면 동일한 제품을 새로 생산하지 않는 억제효과가 발생합니다. 따라서 신제품 생산을 위해 소비 될 재료가 자연자원 상태로 보존됩니다. 그렇다면 이렇게 자원소비를 줄인 가치는 어떻게 화폐가치로 환산할 수 있을까요?

Proxy 1: 소비되지 않는 자원(재료)의 가치

일반 시장가격 직접 조사 방식의 한계

소비 자원을 절감시킨 성과의 화폐가치는 소비하지 않게 된 재료(자원) 그 자체의 가격입니다. 그렇다면 재료의 시장가격을 조사하여, 절감된 재료의 양만큼 곱하면 됩니다. 제품의 재사용을 통해 플라스틱 2kg의 자원소비를 줄였고, 플라스틱의 시장가격이 kg당 1만원 이라고 한다면 소비

자원 절감 성과는 2만원입니다.

이러한 측정방법은 명쾌하지만, 실제 측정에 적용할 때에는 다음과 같은 문제가 있습니다.

첫째, 하나의 제품에는 수많은 재료가 투입됩니다. 그래서 각각의 재료에 대한 시장가격을 모두 조사하여 확보하는 것은 매우 어려운 일입니다. 둘째, 시장가격은 거래단위에 따라 편차가 매우 큼니다. 실제 1회의 거래에서 플라스틱을 1kg을 구입할 때와 1ton을 구입할 때 가격차이가 정확히 1000배가 나는 것이 아닙니다. 그래서 거래량 단위를 어떻게 정하여 시장가격을 조사하는 지에 따라 가격의 차이가 발생합니다.

제품의 재료비 비율 적용

가격을 직접 조사하는 방식을 대신하여 제품의 가격에서 재료비가 차지하는 비율을 적용하여 재료의 가격을 추정하는 방식을 선택할 수 있습니다. 만약 자전거의 가격이 10만원 일 때, 자전거의 가격 중 재료비가 차지하는 비중이 40%라고 한다면 재료비는 4만원입니다.

우리나라 통계청에서는 광공업 및 제조업 산업통계를 통해 재료비/제조간접비/부가가치 등의 생산액 구성요소별 정보를 공개하고 있습니다. 사회성과인센티브에서는 이 통계자료를 근거로 각 제품의 평균적인 재료비 비중을 산출하여 DB로 활용합니다.



<그림 16> 제품가격의 구성

Proxy 1 = 소비되지 않는 재료의 가격
 = 신제품 평균가격 × 해당제품의 재료비 비율

Proxy 2: 중고제품의 잔존가치비율 추정

재사용 제품은 이미 전 소유자가 일정기간 동안 제품을 사용했기 때문에 품질, 내구성 등에서 신제품과 동일한 가치를 갖고 있다고 보기 어렵습니다. 그 잔존 가치만을 이전시킬 뿐입니다. 예를 들어 신제품인 자전거의 총 내구연한이 20년이고, 사회적 기업에서 판매하는 중고 자전거의 내구연한이 10년이라고 한다면, 자전거가 필요한 구매자는 중고자전거를 2회 구입해야 신제품 자전거와 같은 이용효과를 누리게 됩니다. 따라서 중고자전거의 가치가 신제품의 가치에 미치지 못하기 때문에 재사용 제품의 재료가 신규 자원의 소비를 1:1로 대체한다고 보기 어렵습니다. 앞서 제시한 사례의 경우 1:0.5 수준으로 대체한다고 보아야 합니다.

그렇다면 중고제품이 신제품을 대체하는 정도, 즉 중고제품에 남아 있는 가치인 잔존가치의 비율을 추정하는 것이 필요합니다.

중고제품의 잔존가치는 구매자가 그 제품을 소장하고 이용할 때의 가치라고 할 수 있습니다. 여

기에는 기능이나 내구성 뿐 아니라 선호성(유행 또는 희귀성)과 같은 요소까지 모두 포함됩니다. 두 대의 중고 자전거가 동일한 내구성을 갖고 있어도, 한 쪽 제품에 유명인의 서명이 있다면 구매자는 오랜 기간 그 제품을 소장하고 이용할 것입니다. 당연히 해당 중고제품 가격은 더 높겠지요. 따라서 잔존가치에 대한 정보는 거래가격에 반영되어 있다고 볼 수 있습니다.

이런 원리에 따라 사회성과인센티브에서는 중고제품의 잔존가치의 정도는 중고제품의 가격과 동일하다고 보고, 잔존가치비율은 신제품의 가격 대비 중고제품의 거래가격의 비로 산출합니다.

proxy 2 = 중고제품의 잔존가치비율
= 중고제품의 거래가격 / 신제품 평균가격

측정 표준식

재사용을 통한 소비자원 절감 성과의 표준식은 다음과 같습니다.

$$\begin{aligned} \text{소비자원 절감성과} &= \frac{\text{소비되지 않는 재료의 가격}}{\text{proxy 1}} \times \frac{\text{중고제품의 잔존가치비율}}{\text{proxy 2}} \\ &= \frac{\text{신제품 평균가격} \times \text{해당제품의 재료비 비율}}{\text{proxy 1}} \times \frac{\text{중고제품의 거래가격} / \text{신제품 평균가격}}{\text{proxy 2}} \\ &= \text{중고제품 거래가격} \times \text{해당제품의 재료비 비율} \end{aligned}$$

따라서 중고제품의 거래가격과 해당제품의 재료비 비율 정보를 통해 재사용을 통한 자원소비 절감 성과를 계산할 수 있습니다. 사회성과인센티브 측정시스템에서는 다양한 제품유형의 재료비 비율 DB를 제공합니다.

<표 17> (참고) 제품과 구성요소 개념의 이해

	환경 성과 측정지표의 이해를 돕기 위해 제품의 구성단위를 왼쪽의 그림과 같이 제품의 구성을 구분합니다. 제품이란 하나 이상의 기능을 가진 최종적인 생산물입니다. 부품은 제품을 구성합니다. 제품의 작동을 위해 특정한 기능을 담당합니다. 재료는 부품을 구성하는 물질이며, 그 자체는 기능을 가지고 있지 않지만, 재료가 가지는 성질에 따라 부품이 기능을 갖게 됩니다. 본 측정식에서 제품/부품/재료는 구성요소나(하위), 구성요소의 결합물이나(상위)를 확인하기 위한 상대적인 개념으로 사용합니다.
--	--

2) 환경오염 저감 성과

재사용 전문 사회적 기업은 신규 재료(자원)의 생산 및 폐기 과정에서 발생하는 환경오염을 줄입니다. 이러한 성과를 측정하기 위해서는 우선 제품에 쓰이는 재료의 환경비용을 산출합니다. 그리고 여기에 중고제품이 신제품을 대체하는 정도, 즉 잔존가치의 비율을 곱하여 환경성과를 계산하게 됩니다.

Proxy 1: 중고제품 주 재료의 환경비용

사회성과인센티브에서는 Delft University of Technology 의 Eco-cost DB를 환경비용 측정에 적용하고 있습니다. 이 DB는 5천여 종의 물질, 프로세스, 에너지와 관련한 환경비용 정보를 제공하고 있습니다. 참여 기업은 측정시스템을 통해 중고제품으로 소비가 대체되는 재료(물질)의 환경비용을 쉽게 산출할 수 있습니다. 본 DB에서는 재료(물질)의 경우, 무게 단위(kg)로 환경비용 정보를 제공하고 있으므로 참여기업은 중고제품 재료의 무게 정보를 확보하는 것이 필요합니다.

단 제품 1개를 구성하는 재료가 다양할 경우 가장 많이 투입된 재료, 즉 주재료를 중심으로 환경비용을 추출합니다.

$$\text{중고제품 재료의 Eco-cost} = \text{해당 재료의 단위당 Eco-cost} \times \text{재료의 양(kg)}$$

proxy 2: 중고제품의 잔존가치비율 추정

앞서 살펴본 대로 중고제품은 신제품을 100% 대체하지 않기 때문에 환경비용도 잔존가치 비율만큼 인정합니다. 중고 제품의 잔존가치 비율은 중고제품 가격이 신제품 평균가격에서 차지하는 비중⁴⁾의 의미합니다.

$$\text{중고제품의 잔존가치비율} = \text{중고제품 거래가격} / \text{신제품 평균 가격}$$

측정 표준식

$$\begin{aligned} \text{환경오염 저감성과} &= \frac{\text{중고제품 재료의 Eco-cost}}{\text{proxy 1}} \times \frac{\text{중고제품의 잔존가치비율}}{\text{proxy 2}} \\ &= \frac{\text{중고제품 재료의 Eco-cost}}{\text{proxy 1}} \times \frac{\text{중고제품 거래가격} / \text{신제품 평균가격}}{\text{proxy 2}} \end{aligned}$$

4) 잔존가치비율 추정 산식은 p.66 <중고제품의 잔존가치비율 추정> 참조

2. 재제조

측정지표: 재제조를 통한 소비자원 절감 성과와 환경오염 저감 성과

재제조를 통해 신규 부품 소비를 줄임으로써 자원의 낭비를 줄이고, 신규 부품 생산과정에서 발생하는 환경오염을 억제한 성과를 측정합니다.

표준식

소비자원 절감 성과

$$= \text{재제조 제품의 가격} \times \text{해당제품의 부품비 비중} \times \text{중고부품비의 비중} \times \text{해당 부품의 재료비 비율}$$

환경오염 저감 성과

$$= \text{중고부품 재료의 Eco-cost} \times \text{재제조 제품 거래가격} / \text{신제품 평균 가격}$$

시스템 입력 문항

환경 성과 문항 2번

재제조^{remanufacturing}의 개념

재제조란 사용 후 제품^{used item}을 체계적으로 회수, 분해, 세척, 검수, 조정, 재조립 등의 과정을 거쳐 동일 신규 제품으로 만드는 방식입니다. 즉 제품^{product}을 분해하여 이중 잔존가치가 존재하는 부품^{component}을 골라내어 신제품의 부품으로 재사용하는 것입니다. ‘부품의 재사용’이라고 말할 수 있습니다.

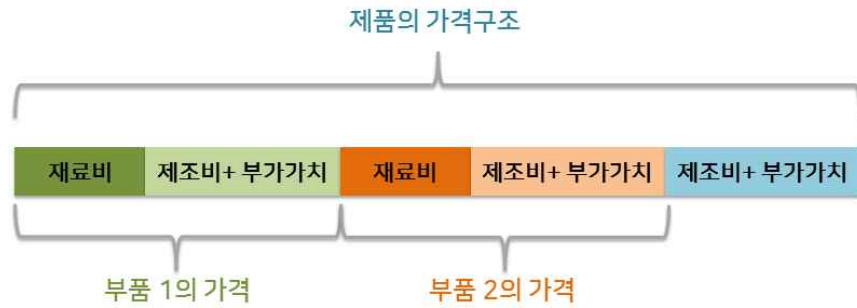


<그림 17> 재제조 과정

1) 소비자원 절감 성과

재제조를 통한 소비자원 절감 성과를 측정하는 산식을 보기 전에, 우선 재제조 제품의 가격이 어떻게 구성되는지 살펴보겠습니다.

제품은 하나 이상의 부품으로 이루어집니다. 부품은 하나 이상의 재료로 만들어 집니다. 따라서 제품의 가격은 부품의 (구입)가격과 이를 제품으로 만드는 비용인 제조비, 그리고 부가가치가 포함되어 있습니다. 부품의 가격에는 재료의 (구입)가격과 이 재료를 결합해 부품으로 만드는 비용인 제조비, 그리고 부가가치가 포함되어 있습니다. 이러한 가격 구조는 <그림 18>과 같습니다.



<그림 18> 제품의 가격구조

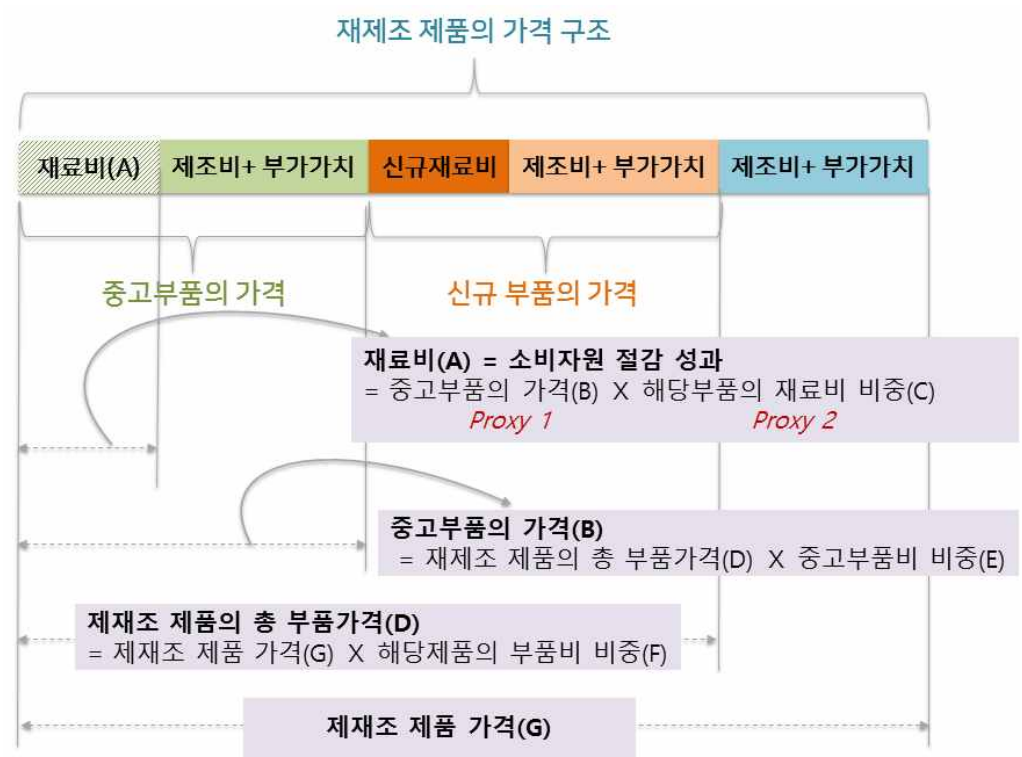
재제조는 제품의 구성요소의 일부, 즉 부품 단위에서 재사용이 이루어집니다. 따라서 앞서 재사용^{reuse}의 경우와 같은 원리를 재제조에서도 적용할 수 있습니다.

$$\begin{aligned}
 \text{제품 재사용을 통한 소비자자원 절감성과} &= \text{중고제품 거래가격} \times \text{해당제품의 재료비 비율} \\
 \Downarrow \\
 \text{부품 재사용을 통한 소비자자원 절감성과} &= \frac{\text{중고부품 거래가격}}{\text{proxy 1}} \times \frac{\text{해당부품의 재료비 비율}}{\text{proxy 2}}
 \end{aligned}$$

Proxy 1: 중고부품의 거래가격

사회적 기업은 재제조를 위하여 중고부품을 구입하기 보다는 사용 후 제품을 직접 수거, 분해하여 중고부품을 구하기 때문에 중고부품의 가격을 직접 확인하기 어렵습니다. 따라서 사회적 기업이 확보할 수 있는 정보를 활용하여 중고부품의 가격을 추정해야 합니다.

재제조 제품의 가격구조는 다음 <그림 19>와 같습니다.



<그림 19> 재제조제품의 가격구조

앞의 그림에 따라 중고부품의 가격을 구하는 식은 다음과 같습니다.

$$\begin{aligned} \text{중고부품의 거래가격} &= \frac{\text{재제조 제품의 총 부품가격}}{(D)} \times \frac{\text{중고부품비의 비중}}{(E)} \\ \text{proxy 1} &= \frac{\text{재제조 제품의 가격}}{(G)} \times \frac{\text{해당 제품의 부품비 비중}}{(F)} \times \frac{\text{중고부품비의 비중}}{(E)} \end{aligned}$$

가격 추정에 필요한 정보

- ① 재제조 제품의 가격(G): 사회적 기업이 판매하는 재제조 제품의 판매가격
- ② 해당 제품의 부품비 비중(F): 사회적 기업이 판매하는 제품의 부품비 비중은 측정시스템에서 제공하는 <광공업 및 제조업 산업통계 DB>에서 해당 제품이 속한 제조업 세부항목을 선택하면 확인이 가능함
- ③ 중고 부품비의 비중(E): 사회적 기업이 제품 생산시 사용하는 모든 부품을 확보하는데 드는 비용 중 중고 부품을 확보(수거, 분해, 검수)하는 데 드는 비용의 비중으로서, 사회적 기업이 직접 측정하여 적용

위 세 가지 정보를 통해 중고부품의 거래가를 추정할 수 있습니다.

Proxy 2: 해당 부품의 재료비 비율

우리나라 통계청에서는 <광공업 및 제조업 산업통계 DB>를 통해 재료비/제조간접비/부가가치 등의 생산액 구성요소별 정보를 공개하고 있습니다. 사회성과인센티브에서는 이 통계자료를 근거로 각 제품/부품의 평균적인 재료비 비율을 산출하여 DB로 활용합니다. 이 DB에서 해당 부품이 속한 제조업 세부 항목을 선택하시면 확인이 가능합니다.

측정 표준식

정리하자면, 재사용을 통한 소비자원 절감 성과의 표준식은 다음과 같습니다.

$$\begin{aligned} \text{소비자원 절감성과} &= \frac{\text{중고부품의 거래가격}}{\text{proxy 1}} \times \frac{\text{해당 부품의 재료비 비율}}{\text{proxy 2}} \\ &= \frac{\text{재제조 제품의 가격} \times \text{해당제품의 부품비 비중} \times \text{중고부품비의 비중}}{\text{proxy 1}} \times \frac{\text{해당 부품의 재료비 비율}}{\text{proxy 2}} \end{aligned}$$

2) 환경오염 저감 성과

사회적 기업은 재제조, 즉 부품의 재사용을 통하여 신규 재료(자원)의 생산 및 폐기 과정에서 발생하는 환경오염을 줄이게 됩니다. 이러한 성과를 측정하기 위해서는 우선 중고부품에 쓰이는 재료의 환경비용을 산출합니다. 그리고 여기에 재제조 제품이 신규 제품을 대체하는 정도, 즉 재제조 제품의 잔존가치비율을 곱하여 환경성과를 측정하게 됩니다.

Proxy 1: 중고부품 재료의 환경비용

사회성과인센티브에서는 Delft University of Technology의 Eco-cost DB를 환경비용 측정에 적용하고 있습니다. 참여 기업은 측정시스템을 통해 중고부품의 사용으로 소비가 대체되는 재료(물질)의 환경비용을 쉽게 산출할 수 있습니다. 본 DB에서는 재료(물질)의 경우, 무게 단위(kg)로 환경비용 정보를 제공하고 있으므로 참여기업은 중고부품 재료의 무게 정보를 확보하는 것이 필요합니다.

단 부품 1개를 구성하는 재료가 다양할 경우 가장 많이 투입된 재료, 즉 주재료를 중심으로 환경비용을 추출합니다.

$$\text{중고부품 재료의 Eco-cost} = \text{해당 재료의 단위당 Eco-cost} \times \text{재료의 양(kg)}$$

Proxy 2: 재제조 제품의 잔존가치비율 추정

앞서 살펴본 대로 중고제품은 신제품을 100% 대체하지 않기 때문에 환경비용도 잔존가치비율만큼 인정합니다.

$$\text{재제조 제품의 잔존가치비율} = \text{재제조 제품 거래가격} / \text{신제품 평균 가격}$$

측정 표준식

$$\begin{aligned} \text{환경오염 저감성과} &= \frac{\text{중고부품 재료의 Eco-cost}}{\text{proxy 1}} \times \frac{\text{재제조 제품의 잔존가치비율}}{\text{proxy 2}} \\ &= \frac{\text{중고부품 재료의 Eco-cost}}{\text{proxy 1}} \times \frac{\text{재제조 제품 거래가격} / \text{신제품 평균 가격}}{\text{proxy 2}} \end{aligned}$$

3. 재활용

측정지표: 재활용을 통한 소비자원 절감 성과와 환경오염 저감 성과

재활용을 통해 신규 자원의 소비를 줄이고, 신규 제품 생산과정에서 발생하는 환경오염을 억제한 성과를 측정합니다.

표준식

소비자원 절감 성과

$$\begin{aligned} \text{(Process A형)} &= \text{중고부품 거래가격} \times \text{해당부품의 재료비 비율} \\ &= \text{중고재료 거래가격} \times \text{해당재료의 원재료비(광물) 비율} \\ \text{(Process B형)} &= \text{재활용 제품의 시장가격} \times \text{해당제품의 부품비 비중} \times \text{재활용 부품비의 비중} \\ &\quad \times \text{해당 부품의 재료비 비율} \end{aligned}$$

환경오염 저감 성과

$$\begin{aligned} \text{(Process A형)} &= \text{해당재료 기존 폐기 방식의 Eco-cost} - \text{해당재료의 재활용 방식의 Eco-cost} \\ \text{(Process B형)} &= \text{신제품 생산시의 Eco-cost} - \text{재활용 제품 생산시의 Eco-cost} \end{aligned}$$

시스템 입력 문항

환경 성과 문항 3-1, 3-2번 (Process A형)

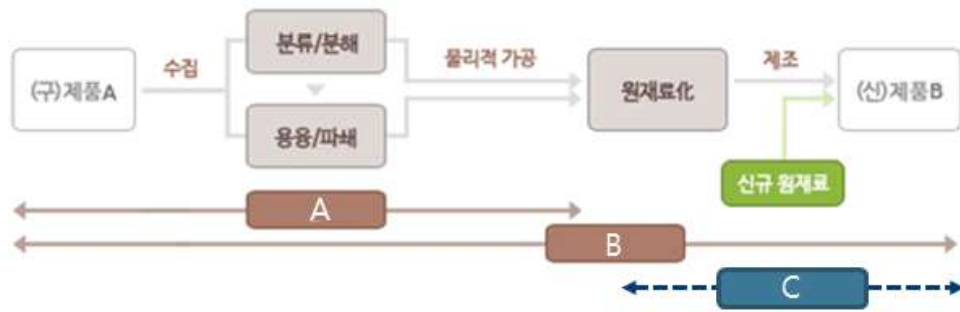
환경 성과 문항 3-3, 3-4번 (Process B형)

재활용 방식의 개념

재활용^{recycling}이란 폐제품이나 부품을 수거하여 잔존가치를 활용하기 위해 분해, 용융, 파쇄 등 물리적 가공을 거친 후 ‘다른’ 제품의 원료^{material}로 사용하는 것을 의미합니다. 이 과정을 통해 새로운 자원의 소비와 그 생산과정에서 발생하는 환경오염을 줄이게 됩니다. 사회적 기업은 이 과정의 전부 또는 일부를 수행함으로써 환경성적을 만들어 냅니다.

재활용 프로세스 범위에 따른 구분

- ① Process A형: 사회적 기업이 폐제품/부품을 물리적으로 가공하여, 다른 제품의 원재료로 쓸 수 있도록 재료화함으로써 신규 자원 소비를 줄인 성과입니다.
- ② Process B형: 폐제품/부품을 물리적으로 가공하여 원재료화를 통해 다른 제품의 원료로 사용하여 신제품을 직접 생산함으로써 신규 자원 소비를 줄인 성과입니다.



<그림 20> 재활용 프로세스에 따른 구분

1) 소비자원 절감 성과

① Process A형: 원재료화를 통한 소비자원 절감성과

사회적 기업이 재활용 process의 일부 즉 폐제품/폐부품을 수거 및 가공하여 다른 제품의 재료 또는 부품으로 사용할 수 있게 한 경우입니다. 이 경우 사회적 기업이 재활용하여 만든 재료가 최종적으로 어떤 제품이 되었을지는 알 수 없습니다⁵⁾. 그러나 재료 단위, 부품 단위의 거래가를 바로 확인 할 수 있기 때문에 재활용 된 재료의 소비자원 절감 성과를 측정할 수 있습니다.

process A형 사회적 기업은 재료의 재사용 또는 부품의 재사용 성과를 만들어 냅니다. 이는 앞서 살펴본 재사용 성과 및 재제조 성과의 산식을 준용하여 측정 할 수 있습니다.

부품/재료 재사용시 산식

제품 재사용을 통한 소비자원 절감성과	=	중고제품 거래가격	×	해당제품의 재료비 비율
↓				
부품 재사용을 통한 소비자원 절감성과	=	중고부품 거래가격	×	해당부품의 재료비 비율
		proxy 1		proxy 2
↓				
재료 재사용을 통한 소비자원 절감성과	=	중고재료 거래가격	×	해당재료의 원재료비(광물) 비율
		proxy 1		proxy 2

Proxy 1: 중고부품/재료 거래가격

- (부품)사회적 기업이 실제 판매한 중고부품의 거래가격(=단가×총거래수량)을 적용합니다.
- (재료)사회적 기업이 실제 판매한 중고재료의 거래가격(=단가×총거래수량)을 적용합니다.

5) 특히 부품/재료가 타 기업으로 전달되어 전량 그대로 재사용 되는 경우도 있겠으나, 실제로는 더 작은 단위로 분해되는 등 재료의 일부만 재사용 될 수도 있음. 그러나 이러한 내용을 측정 기업이 모두 확인하기 어려움. 사회성과인센티브에서는 부품단위의 거래사실을 근거로 부품이 모두 재사용 된 것으로 간주함.

Proxy 2: 해당부품의 재료비 비율/해당재료의 원재료비(광물) 비율

- (부품) 재제조와 마찬가지로 사회적 기업이 재활용을 위해 분리, 판매한 부품 유형의 재료비 비율을 적용합니다. 사회성과인센티브 측정 시스템에서는 다양한 제조업의 재료비 비율 정보를 제공하고 있습니다. 해당 부품이 속한 영역의 제조업 항목을 선택하여 재료비 비율을 적용합니다.
- (재료) 수거한 폐제품/폐부품에서 일부 재료를 분리해 재활용한 경우입니다. 이 경우 분리된 재료^{material} 수준에서 대체하는 자원의 가치를 추정하기 위해서는 그 재료를 구성하는 원재료(통상 광물단위)의 가치를 추정해야 합니다. 사회성과인센티브 측정 시스템에서는 광공업에 포함된 여러 층위의 제조업 재료비 비율 정보를 제공하고 있습니다.

② Process B형: 재활용 제품 생산을 통한 소비자원 절감성과

이 경우는 폐제품의 수거부터 분리, 재료화 및 제품 생산에 이르기까지 전 과정을 단일 사회적 기업이 모두 진행하는 경우입니다. 대표적으로 업사이클링^{upcycling} 기업이 이 유형에 속합니다. 재활용 제품의 경우, 재제조와 유사하게 제품의 구성요소의 일부 즉 부품이 단위에서 재활용이 이루어집니다. 그러나 재사용, 재제조가 동일 신규 재료의 소비를 줄이는 것과 달리(플라스틱→재생플라스틱), 재활용의 경우에는 재료의 재사용을 통해 다른 재료의 소비를 줄이게 됩니다. 따라서 중요한 것은 재활용 부품이 실제 어떤 신규 부품과 재료의 소비를 억제하는지 확인하는 것입니다.

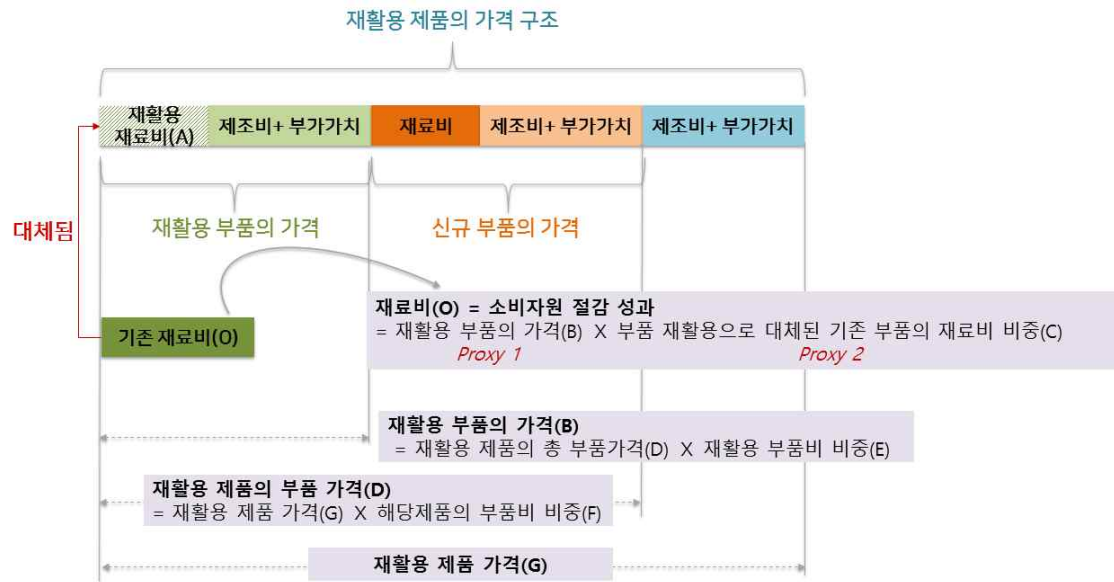
재활용 재료를 통해 소비되지 않는 자원(재료)의 가치

제품을 분해하여 일부 재료나 부품을 재활용해 새로운 제품의 재료로 사용하는 경우, 재활용을 통하여 새로 소비할 필요가 없어진 재료의 가치를 추정하는 것이 필요합니다.

Proxy 1: 재활용 부품의 거래가격 추정

재활용은 제품의 일부 구성요소를 기존 제품의 재료와는 다른 재료의 재활용을 통하여 확보합니다. 재활용을 통해 대체되는 재료, 즉 소비가 줄어드는 재료(자원)의 실제 가격을 일일이 조사하기 어렵기 때문에 사용 가능한 정보를 통해 가격을 추정합니다.

재활용 제품의 가격구조를 보면 다음과 같습니다.



<그림 21> 재활용부품의 거래가격 추정

<그림 21>에 따라 재활용 되는 부품의 가격을 구하는 식(B)은 다음과 같습니다.

$$\begin{aligned}
 \text{재활용 부품의 가격} &= \text{재활용 제품의 총 부품가격} \times \text{재활용 부품비의 비중} \\
 \text{proxy 1} & \quad (D) \quad (E) \\
 &= \frac{\text{재활용 제품의 가격}}{(G)} \times \frac{\text{해당 제품의 부품비 비중}}{(F)} \times \frac{\text{재활용 부품비의 비중}}{(E)}
 \end{aligned}$$

가격 추정에 필요한 정보

- ① 재활용 제품의 가격(G): 사회적 기업이 판매하는 재활용 제품의 판매가격
- ② 해당 제품의 부품비 비중(F): 사회적 기업이 판매하는 제품의 부품비 비중은 측정시스템에서 제공하는 <광공업 및 제조업 산업통계 DB>에서 해당 제품이 속한 제조업 세부항목을 선택하면 확인이 가능함
- ③ 재활용 부품비의 비중(E): 사회적 기업이 제품 생산시 사용하는 모든 부품을 확보하는데 드는 비용 중 재활용(=중고)부품을 확보(수거, 분해, 검수)하는 데 드는 비용의 비중으로서, 사회적 기업이 직접 측정하여 적용

위 세 가지 정보를 통해 재활용 부품의 가격을 추정할 수 있습니다.

Proxy 2: 재활용 부품으로 대체된 기존 부품의 재료비 비율(C)

우리나라 통계청에서는 <광공업 및 제조업 산업통계 DB>를 통해 재료비/제조간접비/부가가치 등의 생산액 구성요소별 정보를 공개하고 있습니다. 사회성과인센티브에서는 이 통계자료를 근거

로 각 제품/부품의 평균적인 재료비 비율을 산출하여 DB로 활용합니다. 이 DB에서 기존의 일반 신제품에서 주로 사용하는 부품이 속한 제조업 세부 항목을 선택하시면 확인이 가능합니다.

측정 표준식

정리하자면, 재활용을 통한 소비자원 절감 성과의 표준식은 다음과 같습니다.

$$\begin{aligned}
 \text{소비자원 절감성과} &= \text{재활용 재료를 통해 소비되지 않는 자원(재료)의 가치} \\
 &= \frac{\text{재활용 부품의 가격}}{\text{proxy 1}} \times \frac{\text{재활용 부품으로 대체된 기존 부품의 재료비 비율(C)}}{\text{proxy 2}} \\
 &= \frac{\text{재활용 제품의 시장가격} \times \text{해당제품의 부품비 비중} \times \text{재활용 부품비의 비중} \times \text{해당 부품의 재료비 비율}}{\text{proxy 1} \times \text{proxy 2}}
 \end{aligned}$$

③ Process C형: 이미 다른 기업의 활동을 통해 원재료화 된 재활용 재료를 구입해 사용한 경우

이미 다른 기업이 Process A를 통해 만들어낸 재활용 원재료^{recycled materials}를 구입하여 제품을 생산한 경우에는 재활용에 근거한 소비자원 절감성과를 측정하지 않습니다. 이 사회적 기업이 자원 재활용을 위해 직접 노력한 것이 아니고, 이미 재료화된 재활용 자원을 생산요소로 선택한 것이므로 재활용을 통한 자원소비 절감 성과의 기여분을 명확하게 구분하기 어렵기 때문입니다. 단 이 경우에는 해당 제품을 생산하기 위하여 기존에 사용하던 재료에 비해 친환경적인 대체재료로서 재활용 재료를 선택한 것으로 보고, 다음 장에 설명하는 ‘친환경재료 및 생산과정의 이용 > 소비자원 절감성과’의 산식을 준용하여 측정합니다.

2) 환경오염 저감 성과

① Process A형: 원재료화를 통한 환경오염 저감 성과

재활용 방식을 통해 폐제품을 수거하여 일부 재료의 잔존가치를 활용할 수 있도록 원재료화를 하는 경우, 재활용된 재료가 정확히 어떤 제품의 재료를 대체하여 환경오염을 줄일지 확인할 수 없습니다. 재활용된 구리가 신규 구리를 대체 할 수도 있고, 경우에 따라서는 신규 아연이나 알루미늄을 대체할 수도 있으니까요.

따라서 Process A형의 경우 재료의 폐기 과정(사용 후 과정)에서 Eco-cost를 줄인 성과를 측정합니다. 즉 사용 후 구리를 매립 또는 소각의 방식으로 폐기했을 때의 Eco-cost와 재활용 했을 때의 Eco-cost를 비교하여 그 차이를 환경오염 절감 성과로 측정⁶⁾합니다.

6) 폐기 과정만을 비교하는 것이 환경오염 절감 성과를 다소 제한적으로 측정하는 면이 있음. 그러나 앞 각주에서처럼 소비자원 절감 성과에서는 실제 재활용량과 상관없이 재활용 부품/재료의 거래량 전체를 재활용 성과로 인정하는 완화된 기준을 적용하고 있음. 이로써 측정의 불완전성을 일부 상쇄하고자 함.

측정표준식

$$\text{환경오염 저감성과} = \frac{\text{해당재료의 일반폐기방식 Eco-cost}}{\text{proxy 1}} - \frac{\text{해당재료의 재활용 방식 Eco-cost}}{\text{proxy 2}}$$

② Process B형: 재활용 제품 생산을 통한 환경오염 저감성과

기존 제품의 신규 재료를 사용 했을 때와 비교하여 재활용 제품을 사용했을 때 환경오염이 덜 발생하는 성과를 측정합니다.

Proxy 1: 신제품 생산시의 Eco-cost

우선 기존 신제품을 생산할 경우 Eco-cost를 값을 선택합니다. 재활용 방식과 생산 과정이 크게 다르지 않을 경우 재활용 재료를 통해 대체된 주 재료의 단위당 Eco-cost를 선택합니다. 여기에 대체된 재료의 총량(kg)을 곱합니다.

Proxy 2: 재활용 제품 생산시의 Eco-cost

재활용 제품을 생산할 경우 Eco-cost를 값을 선택합니다. 재활용 방식과 생산 과정이 크게 다르지 않을 경우, 사용된 주된 재활용 재료의 단위당 Eco-cost를 선택합니다. 여기에 대체한 재활용 재료의 총량(kg)을 곱합니다. 재활용 과정에 화학적 처리가 없고 단순 분해하여 사용하는 경우에는 재활용 Eco-cost 값을 '0'으로 설정하여 반영합니다.

측정표준식

$$\text{환경오염 저감성과} = \frac{\text{신제품 생산시의 Eco-cost}}{\text{proxy 1}} - \frac{\text{재활용 제품 생산시의 Eco-cost}}{\text{proxy 2}}$$

③ Process C형: 이미 다른 기업의 활동을 통해 원재료화 된 재활용 재료를 구입해 사용한 경우

앞에서와 같이 이 유형의 성과는 다음 장에 소개하는 '친환경재료 및 생산과정의 이용 > 환경오염 절감성과' 성과로 보고 해당 산식에 준하여 측정합니다.

4. 친환경 재료 및 생산과정의 이용

측정지표: 기존 생산방식보다 환경에 영향을 덜 미치는 방식을 선택함으로써 자원의 소비를 줄이고 환경오염을 줄인 성과

비재생 물질/에너지를 재생가능물질/에너지로 대체하거나, 기존 제품보다 내구성이 현저히 높은 제품을 생산함으로써 자원의 소비를 줄이고, 생산과정에서 발생하는 환경오염을 저감시킨 성과입니다.

표준식

소비자원 절감성과

$$= (\text{기존 재료를 통해 만들어진 제품/서비스의 단위당 재료 가격} \\ - \text{사회적 기업이 대체한 재료를 통한 제품/서비스의 단위당 자원가격}) \\ \times \text{사회적 기업의 총 제품/서비스 제공량}$$

환경오염 저감성과

$$= (\text{기존 재료 or 생산과정을 통한 제품 단위당 Eco cost} - \text{사회적 기업이 대체한 재료 or 생산과정을 통한 제품 단위당 Eco-cost}) \times \text{사회적 기업의 총 제품 제공량}$$

시스템 입력 문항

환경 성과 문항 4-1, 4-2, 4-3번

친환경 대체자원 또는 생산과정의 사용의 개념

제품이나 재료를 재활용 하는 방식 외에 똑같이 신규 자원(재료)를 사용하더라도 보다 친환경적인 대체자원을 사용하여 환경에 미치는 부정적 영향을 줄일 수 있습니다. 원재료 뿐 아니라 생산공정의 개선을 통해 에너지 사용을 줄이거나 포장/운송/폐기 단계에서 발생하는 환경비용을 줄일 수도 있습니다. 또는 기존의 제품보다 현저히 내구성이 높은 제품을 개발함으로써 자원의 낭비를 줄이고 오염물질을 덜 배출하게 할 수도 있습니다. 이처럼 기존의 재료 및 생산과정을 보다 친환경적인 재료 또는 생산방식으로 대체하여 환경오염을 줄이는 성과를 측정합니다.

<표 18> 친환경 대체자원/에너지 판단 기준: 재생/비재생 물질 및 에너지원의 구분

구분	개념	정의	예시
물질/재료 자원 Materials	비재생물질 (Nonrenewable materials)	단시일 내에 재생되지 않는 자원	광물, 석유 및 그 추출물
	재생가능물질 (Renewable materials)	생태순환이나 농업활동을 통해 단기간에 보충할 수 있는 방대한 자원으로부터 추출하는 물질	농산물
에너지 자원 Energy sources	비재생에너지원 (Nonrenewable energy sources)	생태순환을 통해 단기적으로 재보충, 재생산, 성장 또는 생성할 수 없는 에너지원	석유, 석탄, 천연가스, 원자력 및 이를 처리/정제하는 과정에서 추출된 연료
	재생가능에너지원 (Renewable energy sources)	에너지 생성과정에서 공해를 발생시키지 않고 고갈될 우려가 없는 에너지원	태양열·태양광·바이오매스·풍력·소수력·지열·해양에너지·폐기물에너지 등

<표 19> 친환경 대체자원을 통한 환경성과

구분	환경성과 창출방법 및 예시	성과 구분	인정 여부	설명
내구성이 거의 동일한 제품으로 (1:1 대체)	비재생→재생가능 (플라스틱→나무 탁자)*	자원절감	○	재생가능물질로 대체함으로써 희소성이 높은 비재생물질의 소비 절감
		오염저감	○	생산과정에서의 환경비용은 다르므로 환경오염 저감성과 인정
	재생가능→재생가능 (일반 면→옥수수면 의복)	자원절감	X	둘 다 재생가능한 물질로 소비자원 절감성과는 없음
		오염저감	○	생산과정에서의 환경비용은 다르므로 환경오염 저감성과 인정
내구성이 현저히 높은 제품으로 (1: n 대체)	비재생→재생가능 (플라스틱→천 기저귀)	자원절감	○	내구성이 높은 물질로 대체함으로써 소비자원의 총량을 줄임
	재생가능→비재생 (종이→플라스틱 컵)*	오염저감	○	소비자원의 총량이 줄면서 환경오염 물질의 발생량도 감소
	재생가능→재생가능			

* 본 표는 대체자원을 통한 환경성과 창출의 이해를 위해 구조화하여 설명한 것으로, 사회성과인센티브에서는 각 사례의 시장화 여부를 판단하며, 시장화되었을 경우 사회성과 측정대상에서 제외함(위 예시 중 플라스틱 탁자를 나무탁자로 교체한 경우나, 종이컵을 플라스틱컵으로 교체한 경우 등은 이미 시장화가 충분히 되었다고 볼 수 있기 때문에 측정에서 제외함)

1) 소비자원 절감 성과

한정된 지구자원인 비재생물질 대신 지구순환을 통해 비교적 단시간에 얻을 수 있는 재생가능 물질을 재료로 하여 제품을 만들면 지구의 자원 낭비를 줄일 수 있습니다. 또한 재생가능 물질을 여러 단위를 써야 하는 제품 대신 내구성이 높은 비재생가능 물질 한 단위로 대체하는 경우에도 소비된 자원 가치의 총량을 줄일 수 있을 것입니다.

에너지의 경우도 마찬가지입니다. 생산공정 개선을 통해 절대적인 에너지 사용량을 줄이거

나, 재생가능 에너지를 사용한 발전^{發電} 방식을 택함으로써 한정된 에너지 자원의 소비를 줄일 수 있습니다.

친환경 재료/에너지를 통한 소비자원 절감성과는 다음과 같이 측정합니다.

Proxy 1: 기존 재료를 통해 만들어진 제품/서비스의 단위당 재료 가격

해당 제품이나 서비스 한 단위를 만들기 위해 기존 방식에서 주로 사용되는 재료의 가격을 반영합니다.

가격추정방법

- (제품) 제품 1단위에 투입되는 가격 = 제품 1단위의 단가 × 해당 제품 유형의 재료비비율
- (서비스) 서비스 1단위에 투입되는 가격 = 서비스 1단위에 투입되는 제품 개수 × 제품의 단가 × 해당 제품 유형의 재료비비율

Proxy 2: 사회적 기업이 대체한 재료를 통한 제품/서비스의 단위당 재료 가격

사회적 기업이 해당 제품이나 서비스 1단위를 만들기 위해 대체하여 사용한 재료의 가격을 반영합니다.

가격추정방법

- (제품) 제품 1단위에 투입되는 가격 = 제품 1단위의 단가 × 해당 제품 유형의 재료비비율
- (서비스) 서비스 1단위에 투입되는 가격 = 서비스 1단위에 투입되는 제품 개수 × 단가 × 해당 제품 유형의 재료비비율

Proxy 3: 사회적 기업의 총 제품/서비스 제공량

사회적 기업이 측정연도에 제공한 제품 또는 서비스의 총 제공량을 입력합니다.

측정표준식

정리하자면 친환경 재료를 통한 제품/서비스의 성과는 다음과 같은 식으로 측정합니다.

$$\begin{aligned}
 & \text{소비자원 절감성과 (재료,물질 자원)} \\
 &= \left(\frac{\text{기존 방식을 통해 만들어진 제품/서비스의 단위당 재료 가격}}{\text{proxy 1}} \right. \\
 &\quad \left. - \frac{\text{사회적 기업이 대체한 방식을 통한 제품/서비스의 단위당 재료 가격}}{\text{proxy 2}} \right) \\
 &\quad \times \frac{\text{사회적 기업의 총 제품/서비스 제공량}}{\text{proxy 3}}
 \end{aligned}$$

에너지의 경우 다음과 같이 두 가지 방식을 통하여 줄어든 에너지 비용의 총량을 소비자원 절감 성과로 측정합니다.

$$\begin{aligned}
 &\text{소비자원 절감성과 (에너지 자원)} \\
 &= \left(\frac{\text{제품 1단위를 생산하기 위해 기존 방식을 통해 사용되는 단위당 에너지 자원의 가격}}{\text{proxy 1}} \right. \\
 &\quad \left. - \frac{\text{사회적 기업이 대체한 방식을 통해 사용되는 단위당 에너지 자원의 가격}}{\text{proxy 2}} \right) \\
 &\quad \times \frac{\text{사회적 기업의 총 에너지 사용량}}{\text{proxy 3}}
 \end{aligned}$$

2) 환경오염 저감 성과

사회적 기업이 기존 시장의 생산방식 대비 친환경적인 자원이나 생산공정을 선택함으로써 환경오염을 줄이는 환경성과가 발생합니다. 우선 기존 시장에서 제품 생산을 위해 일반적으로 사용하는 재료 대신 친환경 재료를 사용함으로써 대기, 토양, 수질 등의 환경오염을 줄일 수 있습니다. 예를 들어 티셔츠를 만들 때 사용되는 일반 면^{cotton} 대신 화학처리를 하지 않는 무가공면^{pre-treated cotton}을 사용하여 사람과 자연에 미치는 부정적인 영향을 최소화할 수 있습니다. 또는 생산공정, 포장, 운송, 폐기 등 생산과정^{process}에서도 보다 친환경적인 방식을 선택함으로써 환경오염을 줄일 수 있습니다.

Proxy 1: 일반시장이 이용하는 기존 재료 및 생산공정의 Eco-cost

사회적 기업의 제품과 동일/유사 기능을 갖는 제품 1단위를 생산하기 위해 일반 시장이 주로 사용하는 기존 재료(물질)또는 에너지의 환경비용을 Eco-cost DB를 통해 산출합니다. 그리고 사회적 기업의 생산량과 같은 양의 제품을 생산할 경우, 필요한 기존 재료 또는 에너지의 양을 추정합니다.

Proxy 2: 사회적 기업의 대체 자원(재료) 및 생산과정의 총 Eco-cost

사회적 기업이 사용하는 재료(물질) 또는 에너지의 환경비용을 Eco-cost DB를 통해 산출합니다. 그리고 사회적 기업의 생산량과 같은 양의 제품을 생산할 경우, 필요한 기존 재료의 양을 추정합니다.

측정 표준식

$$\begin{aligned}
 \text{환경오염 저감성과} &= \frac{\text{기존 재료 및 생산과정의 총 Eco-cost}}{\text{proxy 1}} - \frac{\text{대체한 재료 및 생산과정의 총 Eco-cost}}{\text{proxy 2}} \\
 &= \frac{\text{기존재료 및 생산과정의 단위당 Eco-cost} \times \text{사회적 기업의 총 사용량}}{\text{proxy 1}} \\
 &\quad - \frac{\text{대체한 재료 및 생산과정의 단위당 Eco-cost} \times \text{사회적 기업의 총 사용량}}{\text{proxy 2}}
 \end{aligned}$$

5. 생태계 복원력 강화를 통한 환경 성과

측정지표: 기업활동을 통해 지구생태계의 복원력을 강화한 성과

식물 식재, 야생동물 보호, 생태공간 조성 등과 같은 활동을 통하여 지구생태계의 복원력(재생능력)을 높인 성과입니다. 현재 나무식재를 통한 온실가스 감축 성과를 측정하는 지표를 개발하였습니다.

표준식

측정년도에 새로 식재한 나무와 과거에 식재하여 현재까지 보유하고 있는 나무의 수령, 수종에 따른 연간 탄소포집량 × 수령, 수종별 나무수 × 탄소배출권 가격

시스템 입력 문항

환경 성과 문항 5번

생태계 복원력^{ecological resilience}의 개념

지나친 삼림 훼손, 무절제한 소비로 인한 대기오염, 무분별한 개발로 인한 생태순환체계의 붕괴로 지구의 지속가능성은 상당한 위협을 받고 있습니다. 이에 따라 생태계 복원력을 강화하는 것이 현대사회의 중요한 과제가 되었습니다. 생태계 복원력이란, 생태계에서 발생하는 여러 교란으로 발생하는 손상을 스스로 빠르게 이겨내고 회복하는 능력을 의미합니다. 생태계의 자정능력, 재생능력 등으로도 표현하기도 합니다. 탄소포집을 통해 온실가스를 줄이는 것, 숲 조성을 통해 토양의 유실을 방지하는 것, 야생동물 보호를 통해 생물다양성을 확보하는 것과 같이 다양한 방법을 통해 생태계 복원력을 높일 수 있습니다.

생태계 복원력 강화 사례

사회성과인센티브에서는 생태계 복원력을 강화한 사례로 나무 식재를 통해 온실가스를 감축하는 경우에 대한 측정식을 개발하였습니다.

나무식재를 통한 온실가스 감축

사회적 기업이 조경이나 임업을 목적으로 하는 것이 아닌 자연환경을 위해 나무를 식재하고 관리하는 서비스를 제공하면 환경성과가 발생하게 됩니다. 나무는 광합성을 통해 온실가스의 일종인 탄소를 포집^{carbon sequestration}하여 이를 산소로 배출하기 때문에 지구환경에 이롭습니다. 따라서 나무 식재의 양과 식재한 나무의 수령 등에 따른 연간 탄소포집량을 사회성과로 측정할 수 있습니다.

이렇게 측정된 연간 총탄소포집량을 탄소배출권거래가격에 적용하면 화폐가치로 사회성과를 나타내는 게 가능해집니다.

탄소포집성과와 Proxy

최근 나무의 탄소포집량에 대한 조사연구가 활발합니다. 사회성과인센티브에서는 수령과 수종에 따른 탄소포집량 데이터를 미국 에너지부 에너지관리청에서 발행한 자료⁷⁾에 기반하여 다음과 같이 DB를 마련하였습니다. 이는 사회성과 측정시스템에도 반영되어 있습니다.

적용

나무식재를 통해 생태계 복원력을 강화하는 성과의 특성은 그 결과가 장기적이고 누적적으로 나타난다는 점입니다. 나무를 한번 심어 놓으면, 나무가 죽거나 뽑히지 않는 이상 계속적으로 온실가스를 줄입니다. 따라서 사회적 기업이 나무를 식재한 시점부터 나무를 소유하면서 지속적으로 관리를 하는 동안은 사회성과가 계속 발생한다고 볼 수 있습니다.

사회성과인센티브에서는 나무의 식재시점, 식재당시의 나무 연령

예를 들어 다음과 같이 나무를 식재한 경우 측정산식은 다음 표와 같습니다.

2014년 5년생 활엽수 20,000그루

2015년 6년생 활엽수 10,000그루, 3년생 침엽수 1,500그루 식재

2016년 5년생 활엽수 10,000그루, 5년생 침엽수 2,000그루 식재

<표 20> 2016년 나무를 통한 탄소포집 성과 측정예시

	2016년 기준			
	활엽수	나무 수	탄소포집량 단위당 화폐가치 (원/kg)	환경 성과
활엽수	5년생 (2016년 식재)	10,000그루	146	1,460,000
	7년생 (14,15년 식재)	30,000그루	194	5,820,000
침엽수	5년생 (15, 16년 식재)	3,500그루	89	311,500

7) Method for Calculating Carbon Sequestration by Trees in Urban and Suburban Settings, U.S. Department of Energy, Energy Information Administration. 국내 연구자료는 수종/수령에 따른 자료가 없어 본 자료를 사용함.

<표 21> 나무의 수령, 수종별 탄소포집량과 화폐가치(측정시스템에 적용되어 있음)

수령 (age)	활엽수		침엽수	
	연간 탄소포집량 (kg/y)	탄소포집량 단위당 화폐가치 (원/kg)	연간 탄소포집량 (kg/y)	탄소포집량 단위당 화폐가치 (원/kg)
0	0.8	45	0.45	24
1	1.23	65	0.68	36
2	1.59	84	0.91	48
3	1.95	103	1.14	60
4	2.36	124	1.41	74
5	2.77	146	1.68	89
6	3.23	170	2.00	105
7	3.68	194	2.32	122
8	4.14	218	2.64	139
9	4.64	244	3.00	158
10	5.09	268	3.36	177
11	5.59	294	3.73	196
12	6.14	323	4.14	218
13	6.64	349	4.50	237
14	7.18	378	4.91	258
15	7.68	404	5.36	282
16	8.23	433	5.77	304
17	8.82	464	6.23	328
18	9.36	493	6.68	352
19	9.96	524	7.14	376
20	10.55	555	7.59	400
21	11.09	584	8.09	426
22	11.73	618	8.59	452
23	12.32	649	9.09	479
24	12.91	680	9.59	505
25	13.55	713	10.09	531
26	14.18	747	10.64	560
27	14.77	778	11.18	589
28	15.41	811	11.73	618
29	16.05	845	12.27	646
30	16.73	881	12.82	675
31	17.37	914	13.41	706
32	18.05	950	13.96	735
33	18.68	984	14.55	766
34	19.37	1,020	15.14	797
35	20.05	1,056	15.77	831
36	20.73	1,091	16.37	862
37	21.41	1,127	16.96	893
38	22.09	1,163	17.59	926
39	22.82	1,202	18.23	960
40	23.50	1,237	18.87	993
...	...	...	...	...

[논의] 대체성에 따른 환경 성과의 발생 여부

대체성의 판단

옷은 한 명의 소비자가 여러 벌을 소비합니다. 따라서 재사용 옷을 한 벌 구입했다고 해서 다른 옷 한 벌을 구입하지 않는 효과가 실제 발생한다고 보기 어렵습니다. 그러나 휴대전화는 내구성 소비재로서 일반적으로 한 개를 구매할 경우, 다른 휴대전화는 사지 않습니다. 따라서 재사용 휴대전화를 한 개 구입하면, 신규 휴대전화의 생산과 소비가 억제됩니다.

시장화가 되지 않은 친환경 재료 또는 제품이라 할지라도, 그것이 동일 용도의 다른 제품에 대한 소비를 실질적으로 억제(대체)하지 못한다면, 구입한 재사용 제품만큼 소비자원 절감이나 환경오염 감소효과가 반드시 발생한다고는 보기 어려울 것입니다. 따라서 시장화 여부와 함께 환경 성과의 발생여부를 판단하는 중요한 기준으로 ‘대체성 여부’를 고려해야 합니다.

다음과 같은 특성을 갖는 제품의 경우, 대체성을 인정할 수 있습니다.

- 통상 사용자가 1개 또는 소수의 제품만을 소유하는 제품(핸드폰, 자전거 등)
- 기본 용도 이외의 높은 부가가치요소(디자인, 브랜드 등)를 갖는 제품
- 재화 자체의 특성에 의한 대체성은 없다 하더라도, 거래의 대상이 기업(B2B) 또는 정부(B2G)로서 다른 목적으로 예정된 예산을 환경 성과를 위하여 집행한 경우

매우 보수적으로 접근할 경우, 아래 표와 같이 대체성 여부와 시장화 여부를 동시에 고려하여 환경 성과를 판단해야 합니다. 2015년 사회성과인센티브 측정시에는 이렇게 보수적인 방식으로 환경성과를 측정하였습니다.

<표 22> 시장화여부와 대체성 여부를 고려시 환경성과 판단

		시장화 여부	
		시장화 됨	시장화 되지 않음
대체성 여부	대체성 있음	환경 성과 없음 (보상완료)	환경성과 있음
	대체성 없음	환경 성과 없음 (보상완료)	환경성과 없음 (보상완료)

그러나 과다소비, 자원낭비가 심각함에도 여전히 사용가능한 중고물품을 충분히 재사용/재활용하지 않고 대부분 폐기하고 있는 현 상황을 고려할 필요가 있습니다. 그리고 경제학적 관점에서 보면 재사용/재활용이 신규 소비를 100%까지 대체하지는 못하더라도 최소한 중고물품을 구입하면서 발생하는 소비자 가치분 소득의 감소분만큼은 신규 소비를 억제한다고 볼 수 있습니다. 그래서 2016년 사회성과인센티브에서는 환경성과 판단시 대체성 여부 적용을 보류하기로 결정하였습니다. 이와 관련한 사회적인 논의가 지속적으로 이루어지기를 기대합니다.

[SPAS] 측정시스템 환경 성과 입력

사회적 기업의 환경 성과가 있는 경우 아래 내용을 참고하여 환경성과 측정페이지에 성과를 입력합니다.

[미션판단] 귀 사는 환경문제 해결을 사명으로 하며, 이를 위한 기업활동을 진행하고 있습니까?

☒ 그렇다.

☐ 아니다.

[성과방식] 귀 사는 다음 중 어떤 방식으로 환경 성과를 창출하고 계십니까?

재사용(Reuse)

사용 후 제품에 대하여 간단한 조치(분류, 단순 청소 및 정비, 세척 등)만을 한 후 잔존 수명만큼 같은 목적. 용도로 다시 사용하도록 하는 것을 의미합니다. (Ex. 중고가게)

재제조(Remufacturing)

사용 후 제품에 대하여 체계적인 회수, 분해, 세척, 검수, 조정, 재조립 등의 과정을 거쳐 동일 신제품으로 생산함으로써 부품의 일부를 다시 사용하는 것을 의미합니다. (Ex. 에코폰)

재활용(Material recycling)

폐제품/부품을 수거하여 원재료로서 잔존가치를 활용하기 위해 분해, 용융, 파쇄 등 물리적 가공을 거친 후 다른 제품의 원료로 사용하는 것을 의미합니다.

친환경 물질 대체(Alternative materials)

기존 시장에서 사용하는 비재생 물질을 재생가능 물질로 대체하거나, 기존 시장에서 사용하는 물질에 비하여 환경에 영향을 덜 끼치는 물질로 대체하는 것을 의미합니다.

친환경 생산 프로세스(Alternative solution)

기존 시장에서 사용하는 비재생에너지원 대신 재생에너지를 사용하고 있거나, 생산 과정을 혁신하여 환경에 영향을 덜 끼치는 방식으로 대체하는 것을 의미합니다.

기타

나무 식재 등의 방식으로 환경오염물질 저감

☒ 재사용(Reuse)

☐ 재제조(Remufacturing)

☐ 재활용(Material recycling)

☐ 친환경 물질 대체(Alternative materials)

☐ 친환경 생산 프로세스(Alternative solution)

☐ 기타

1-1. 재사용을 통한 자원절감 성과: 내구연한이 남아 있는 제품의 재사용을 통해 신규 자원 소비를 줄인 성과입니다.

재사용(Reuse)을 통한 환경 성과: 사용 후 제품에 대하여 간단한 조치(분류, 단순 청소 및 정비, 세척 등)만을 한 후 잔존 수명만큼 같은 목적, 용도로 다시 사용하는 것을 의미합니다.



	①	②	③	④	⑤	
		해당 제품의 재료비 비율		중고제품의 거래가격		
번호	귀사에서 판매하는 재사용제품은 무엇입니까?	이 제품은 다음 중 어떤 유형의 산업에서 만들어진 것입니까?	이 제품의 인건비 차감 생산원가율(%)	귀사에서 판매하는 이 제품의 단위당 가격은 얼마입니까? (원)	이 제품의 연간 거래량은 얼마입니까? (개)	사회성과
	직접입력	선택입력	자동계산	직접입력	직접입력	자동계산
	교복	봉제의복 제조업	29.10%	20,000원	800개	4,656,000원

입력 가이드	업로드 할 증빙자료
① 귀사에서 판매하는 재사용 제품의 제품명을 입력합니다.	재사용 제품의 거래내역 및 영수증 (재사용 제품의 거래량(개수), 단가)
② 귀사의 제품은 어떤 유형의 산업에 속하는 제품군인지 선택합니다.	
③ ②번의 응답내용에 따라 해당되는 값이 자동으로 입력됩니다.	
④ 귀사에서 판매하는 제품의 단위당 가격을 입력합니다.	
⑤ 측정년도 한 해 동안 판매하신 제품의 수량을 입력합니다.	

1-2. 재사용을 통한 환경오염 절감 성과: 내구 연한이 남아 있는 제품의 재사용을 통해 신규 제품 생산 시 발생하는 환경비용을 줄인 성과입니다.

	①	②	③	④	⑤	⑥	
		중고 제품 재료의 Eco-cost			중고제품의 잔존가치비율		
번호	판매하신 재사용 제품은 무엇입니까?	이 제품의 주재료는 무엇입니까?	이 재료의 단위당Eco-cost는 얼마입니까?(원/kg)	1년 동안 판매한 제품 중 이 재료 의 총 무게는 얼마입니까? (Kg)	이 제품이 신제품일 경우 평균가격은 얼마입니까? (원)	이 제품을 재사용품으로 귀사에서 판매하는 가격은 얼마입니까? (원)	사회성과
	직접입력	선택입력	자동계산	직접입력	직접입력	직접입력	자동계산
1	교복(겉감)	Cotton fibre from China (without globas transport)	1,949 원	1,000 kg	100,000 원	30,000 원	587,000 원

입력 가이드	업로드 할 증빙자료
① 귀사에서 판매한 재사용 제품의 이름을 입력합니다.	재사용 제품의 거래내역 및 영수증 (재사용 제품의 거래량(개수), 단가)
② ①에서 입력한 재사용 제품의 주재료를 선택합니다.	
③ ②에서 기재한 재료의 단위당 Eco-cost가 자동입력 됩니다.	
④ 측정년도 한 해 동안 판매한 제품에 ②번 재료가 얼마나 사용되었는지 그 총량을 입력합니다.	
⑤ 귀사에서 판매한 제품이 신제품일 경우 시장에서의 평균가격이 얼마인지 기재합니다.	
⑥ 귀사에서 판매하신 재사용 제품의 판매 가격을 입력합니다.	

2-1. 재제조를 통한 소비자원 절감 성과: 내구연한이 남아 있는 부품의 재사용을 통해 신규 자원 소비를 줄인 성과입니다.

재제조(Remanufacturing)를 통한 환경 성과: 사용 후 제품을 체계적인 회수, 분해, 세척, 검수, 조정, 재조립 등의 과정을 거쳐 동일 신제품으로 만드는 것을 통하여 부품의 일부를 다시 사용하는 것을 의미합니다.



	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦	⑧	
		해당 제품의 부품비 비중		해당 부품의 재료비 비중		중고부품 거래가격	중고 부품비 비중	중고부품 거래가격	
번호	귀사에서 판매하는 재제조제품은 무엇입니까?	이 제품은 다음 중 어떤 유형의 산업에서 만들어진 것입니까?	이 제품의 부품비 비중 (%)	재사용한 부품의 주재료는 무엇입니까?	이 부품의 재료비 비중 (%)	귀사에서 판매하는 이 제품의 단위당가격은 얼마입니까? (원)	통상 이 부품의 가격이 전체 투입되는 부품가격에서 차지하는 비중은 얼마입니까?(%)	이 제품의 연간거래량은 얼마입니까? (개)	사회성과
	직접입력	선택입력	자동계산	선택입력	자동계산	직접입력	직접입력	직접입력	자동계산
	자전거	자전거 및 환자용 차량 제조업	64.00%	타이어 및 튜브 제조업	50.60%	100,000원	10.00%	200개	647,680 원

입력 가이드	업로드 할 증빙자료
① 귀사에서 판매하는 재제조 제품의 제품명을 입력합니다.	재제조 제품의 거래내역 및 영수증 (재제조 제품의 거래량(개수), 단가)
② 귀사에서 판매한 재제조제품이 어떤 유형의 산업군에 속하는지 선택합니다.	
③ ②번의 응답내용에 따라 자동으로 입력됩니다.	
④ 귀사에서 재사용한 부품의 주재료명을 선택합니다.	
⑤ ⑤번의 응답내용에 따라 자동으로 입력됩니다.	
⑥ 귀사에서 판매하는 재제조제품의 단위당 가격을 기재합니다.	
⑦ 귀사에서 재사용한 부품이 전체 투입되는 부품의 총 가격에서 차지하는 일반적인 비중을 기재합니다.	
⑧ 측정년도 한 해 동안 판매한 제품의 총 개수를 기재합니다.	

2-2. 재제조를 통한 환경오염 저감 성과: 내구 연한이 남아 있는 부품의 재사용을 통해 신규 부품 생산 시 발생하는 환경비용을 줄인 성과입니다.

	①	②	③	④	⑤	⑥	
		중고 부품·재료의 Eco-cost			재제조 제품의 잔존가치비율		
번호	재사용한 부품은 무엇입니까?	이 부품의 주재료는 무엇입니까?	이 재료의 단위당 Eco-cost는 얼마입니까?	이 재료의 연간 재사용량은 얼마입니까? (Kg)	이 제품과 유사한 일반 신제품의 가격은 얼마입니까? (원)	귀사에서 판매하는 이 제품의 단위당 가격은 얼마입니까?(원)	사회성과
	직접입력	선택입력	자동	직접입력	직접입력	직접입력	자동계산
1	자전거타이어	BR and PIB (butadiene rubber and butyl rubber)	824원/KG	1,000KG	150,000원	100,000원	549,333

입력 가이드	업로드 할 증빙자료
① 귀사에서 재사용한 부품의 부품명을 입력합니다.	재제조 제품의 거래내역 재사용된 부품의 양
② ①번에 기재한 부품의 주재료를 선택 입력합니다.	
③ ②번에 입력한 재료의 단위당 Eco-cost가 자동으로 입력됩니다.	
④ 측정년도 한 해 동안 귀사에서 재사용한 부품의 총량을 기재합니다.	
⑤ 귀사에서 판매하는 제품과 유사한 일반시장에서의 신제품의 경우 그 가격을 기재합니다.	
⑥ 귀사에서 판매한 제품의 판매가격을 입력합니다.	

3-1. 재활용을 통한 소비자원 절감 성과(일부과정): 폐제품/부품을 물리적으로 가공하여, 다른 제품의 원재료로 쓸 수 있도록 재료회합으로써 신규 자원 소비를 줄인 성과입니다.

재활용(Material recycling)을 통한 환경 성과: 폐제품/부품을 수거하여 원재료로서 잔존가치를 활용하기 위해 분해, 용융, 파쇄 등 물리적 가공을 거친 후 다른 제품의 원재료로 사용하는 것을 의미합니다.



	①	②	③	④	⑤	
		해당부품 · 재료의 재료비 비율		재활용 부품 · 재료의 거래가격		
번호	귀사에서 판매하는 재활용 재료는 무엇입니까?	이 재료는 다음 중 어떤 유형의 산업에서 만들어진 것입니까?	이 재료의 인건비차감 생산원가율(%)	귀사에서 판매하는 이 재료의 단위당가격은 얼마입니까? (원)	이 재료의 연간거래량은 얼마입니까?(개)	사회성과
	직접입력	선택입력	자동계산	직접입력	직접입력	자동계산
	플라스틱	가공 및 재생 플라스틱원료 생산업	68.80%	8,000원/kg	1,000/kg	5,504,000원

입력 가이드	업로드 할 증빙자료
① 귀사에서 판매하는 재활용 재료의 이름을 입력합니다.	재활용 제품 거래내역 및 영수증
② ①번에서 입력한 재활용 재료는 어떤 유형의 산업에서 생산된 것인지 선택 입력합니다.	
③ ②번의 응답내용에 따라 자동으로 입력됩니다.	
④ 귀사에서 판매한 재활용 재료의 판매가격을 입력합니다.	
⑤ 측정 년도 한 해 동안 판매한 재활용 재료의 총량을 입력합니다.	

3-2. 재활용을 통한 환경오염 저감 성과(일부과정): 폐제품/부품을 재활용함으로써 기존의 폐기과정에서 발생하는 환경비용을 줄인 성과입니다.

①	②	③	④	⑤	⑥	
		해당 재료의 일반 폐기방식의 Eco-cost	해당 재료의 재활용 방식의 Eco-cost	처리량		
번호	재활용이 되는 제품/재료의 성분은 무엇입니까?	기존 시장에서 이 제품/재료를 폐기하는 방식은 다음 중 무엇입니까?	이 폐기방식의 단위당Eco-cost는 얼마입니까? (원)	귀사에서 이 제품/재료를 처리하는 방식은 다음 중 무엇입니까?	이 처리 방식의 단위당 Eco-cost는 얼마입니까?(원)	귀사에서 처리하는 이 제품/재료의 연간 재활용량은 얼마입니까? (Kg)
	직접입력	선택입력	자동계산	선택입력	자동계산	직접입력
	Waste plastic	Waste plastic, industrial electronics (소각)	583원	Waste plastic plaster (재생)	6원	2,000 kg
						1,154,000 원

입력 가이드	업로드 할 증빙자료
① 귀사에서 재활용한 제품/재료의 성분을 기재합니다.	재활용 제품 거래내역 및 영수증
② ①에서 입력한 제품/재료를 기존 시장에서 폐기하는 방식을 선택합니다.	
③ ②의 입력 내용에 따라 자동으로 계산됩니다.	
④ 귀사에서 이 제품/재료를 처리하는 방식을 선택합니다.	
⑤ ④의 입력 내용에 따라 자동으로 계산됩니다.	
⑥ 측정 년도 한 해동안 귀사에서 처리한 이 제품/재료의 재활용량을 기재합니다.	

3-3. 재활용을 통한 소비자원 절감 성과(전체과정): 폐제품/부품을 물리적으로 가공하여 원재료화를 통해 다른 제품의 원료로 사용하여 신제품을 직접 생산함으로써 신규 자원 소비를 줄인 성과입니다.

①		②		③		④		⑤		⑥		⑦		⑧		⑨		⑩	
		재활용 제품의 시장가격		해당제품의 부품비 비중		해당 부품의 재료비 비중			재활용 부품비의 비중										
번호	귀사가 판매하는 재활용 제품명은 무엇입니까?	귀 사의 단위당 제품 가격은 얼마입니까? (원)	본 제품 총 판매량은 얼마입니까? (개)	본 제품은 어떤 제품유형으로 분류됩니까?	제품 가격에서의 재료가격비율 (%)	이 제품에서 재활용을 통해 대체되는 자원 (기존재료)은 무엇입니까?	이 재료의 생산은 어떤 유형으로 분류됩니까?	원재료 생산 시 재료가격비율 (%)	이 제품에 사용된 자원(재활용 재료)은 무엇입니까?	제품 생산을 위해 재활용 재료가 쓰인 비율은 얼마입니까? (% ,재료가격 기준)	사회성과								
	직접입력	직접입력	직접입력	선택입력	자동계산	직접입력	선택입력	자동계산	직접입력	직접입력	자동계산								
	바이크재활용 가죽 안장	20,000원	1000개	핸드백, 가방 및 기타 보호용 케이스 제조업	42.20%	인조가죽(부 직포, 우레틴)	합성섬유 제조업	65.20%	재활용 천연가죽	100.00%	5,502,880 원								

입력 가이드	업로드 할 증빙자료
① 귀사에서 판매하는 재활용 제품의 제품명을 기재합니다.	재활용 제품 거래내역 및 영수증
② 귀사에서 판매하는 재활용 제품의 단위당 가격을 기재합니다.	
③ 측정년도 한 해 동안 판매한 제품의 총 개수를 입력합니다.	
④ 귀사에서 판매하는 재활용 제품이 속하는 제품유형을 선택 입력합니다.	
⑤ 귀사에서 판매하는 제품의 가격에서 재료가 차지하는 비율이 자동 계산됩니다.	
⑥ 귀사의 재활용을 통해 대체되는 기존 자원(재료)의 이름을 입력합니다.	
⑦ ⑥번에 입력한 재료가 속한 산업유형을 선택 입력합니다.	
⑧ ⑦의 입력 내용에 따라 재료비 비중이 자동 계산됩니다.	
⑨ 이 제품에 사용된 재활용 재료의 이름을 입력합니다.	
⑩ 제품 한 단위당 재활용 재료가 쓰인 비율을 제품의 가격을 기준으로 기재합니다.	

3-4. 재활용을 통한 환경오염 저감 성과(전체과정): 폐제품/부품을 재활용함으로써 기존 재료의 생산과정에서 발생할 환경오염을 줄인 성과입니다.

① ② ③ ④ ⑤ ⑥ ⑦								
번호	귀사가 판매하는 재활용 제품명은 무엇입니까?	재활용 제품 생산시 Eco-cost			신제품 생산시 Eco-cost			
		이 제품/서비스를 위해 사용한 자원의 이름은 무엇입니까?	이 재료의 연간 사용 물량은 얼마입니까? (kg)	사용된 재료의 단위당 Eco-cost는 얼마입니까?(원/kg)	유사한 제품/서비스를 위하여 기존 시장에서 사용하는 기존 재료의 이름은 무엇입니까?	귀사의 사용재료를 통해 대체되는 기존 재료의 양은 얼마입니까? (kg)	대체되는 재료의 단위당 Eco-cost는 얼마입니까? (원/kg)	사회성과
	직접입력	선택입력	직접입력	자동계산	선택입력	직접입력	자동계산	자동계산

4-1. (친환경) 대체재료를 통한 자원소비 절감효과: 재생 물질/에너지를 재생가능물질/에너지로 대체하거나, 기존 제품보다 내구성이 현저히 높은 제품을 생산함으로써 자원의 소비를 줄인 것을 의미합니다.

[illegible]

4-2. (친환경) 대체재료를 통한 환경오염 저감성과: 기존 시장에서 사용하는 비재생 물질을 재생가능 물질로 대체하거나, 기존 시장에서 사용하는 물질에 비하여 환경에 영향을 덜 끼치는 물질로 대체하는 것을 의미합니다.

친환경 물질 대체(Alternative materials)를 통한 환경 성과: 기존 시장에서 사용하는 비재생 물질을 재생가능 물질로 대체하거나, 기존 시장에서 사용하는 물질에 비하여 환경에 영향을 덜 끼치는 물질로 대체하는 것을 의미합니다.

- 비재생 물질 (Nonrenewable materials) 광물, 금속, 석유, 가스나 석탄처럼 단시일 내에 재생되지 않는 자원을 말합니다.
- 재생가능물질(Renewable materials): 생태순환이나 농업활동을 통해 단기간에 보충할 수 있는 방대한 자원으로부터 추출하는 물질을 의미합니다.
- 환경적인 부담을 덜 끼치는 물질: 기존 시장에서 해당 제품 생산에 일반적으로 사용하는 재료/자원/원료에 비하여 환경적 영향이 적은 물질의 의미합니다.
- 예시: 양말을 생산하는 경우, 기존 시장은 일반면 70%와 폴리에스터 30%를 사용하는데 비하여, 환경비용을 덜 발생시키는 옥수수 섬유를 100% 사용하는 경우
- 예시: 건물청소를 위해 일반적으로 사용되는 '유해성분이 포함된 화학약품' 대신, EM등 친환경 화학제품을 사용하는 경우

①		②		③	④	⑤		⑥		⑦
		사회적 기업이 대체한 재료의 총 Eco-cost			기존 재료의 총 Eco-cost					
번호	귀 사가 판매하는 대체제품/서비스 이름은 무엇입니까?	이 제품/서비스를 위해 사용한 자원의 이름은 무엇입니까?	이 재료의 연간 사용 물량은 얼마입니까? (kg)	사용된 재료의 단위당Eco-cost 는 얼마입니까? (원/kg)	유사한 제품/서비스를 위하여 기존 시장에서 사용하는 기존 재료의 이름은 무엇입니까?	귀 사의 사용재료를 통해 대체되는 기존 재료의 양은 얼마입니까? (kg)	대체되는 재료의 단위당Eco-cost 는 얼마입니까? (원/kg)	사회성과		
	직접입력	선택입력	직접입력	자동	선택입력	직접입력	자동	자동계산		
	옥수수섬유양말	PLA (Polylactide, biodegradeble)	1,000 kg	943 원/kg	Cotton fibre from China (without globas transport)	1,000 kg	1,888 원/kg	945,000 원		

입력 가이드	업로드 할 증빙자료
① 귀사에서 판매하는 대체제품 및 서비스의 이름을 입력합니다.	친환경재료 구입내역
② ①의 제품/서비스를 위해 사용한 자원의 이름을 선택 입력합니다.	
③ 측정 년도 한 해 동안 사용한 ②의 재료의 총량을 입력합니다.	
④ ③의 입력 내용에 따라 자동 계산됩니다.	
⑤ 귀사에서 제공하는 제품/서비스와 유사한 제품/서비스를 위해 기존 시장에서 사용하는 재료의 이름을 입력합니다.	
⑥ 측정 년도 한 해 동안 귀사의 친환경 물질 사용을 통해 대체된 기존 자원의 총량을 기재합니다.	
⑦ ⑤의 입력 내용에 따라 자동 계산됩니다.	

4-3. 친환경적인 생산 프로세스(Alternative Solution): 기존 시장에서 사용하는 비재생에너지원 대신 재생에너지원을 사용하고 있거나, 생산 과정을 혁신하여 환경에 영향을 덜 끼치는 방식으로 대체하는 것을 의미합니다.

비재생 에너지원(Nonrenewable energy sources): 생태순환을 통해 단기적으로 재보충, 재생산, 성장 또는 생성할 수 없는 에너지원을 말합니다.

- 석유나 원유에서 증류된 연료(휘발유, 경유, 제트 연료, 난방유등)
- 천연가스[압축 천연 가스(CNG), 액화 천연 가스(LNG)]
- 천연 가스 처리 및 석유 정제 과정을 통해 추출된 연료[부탄, 프로판, 액화 석유 가스(LPG)]
- 석탄
- 원자력

재생에너지(energy): 자연 상태에서 만들어지고 자연적으로 재보충되는 천연 자원에서 나는 에너지를 말합니다.

- 태양 에너지(태양광, 태양열) / 풍력 / 수력 / 생물 자원(바이오매스) / 지열 / 조력 / 파도 에너지

공정의 단축을 통해 자원 및 에너지의 소비량을 줄인 성과의 경우도 본 성과지표에 포함합니다.

	①	②	③	④	⑤	
			친환경 프로세스로 감소하는 환경오염물질의 양		환경오염 단위당 가격	
번호	귀사가 제품/서비스를 생산하기 위해 사용하는 생산방식/에너지원의 이름은 무엇입니까?	귀사와 동일한 제품/서비스를 생산하는 기존생산방식/에너지원의 이름은 무엇입니까?	친환경 생산방식으로 발생이 줄어드는 오염물질명은 무엇입니까?	친환경 생산 방식을 통한 오염 성분의 연간 발생감소량은 얼마입니까?(Kg)	감소되는 성분의 단위당 Eco-cost는 얼마입니까?(원/kg)	사회성과
	직접입력	직접입력	직접입력	직접입력	자동계산	자동계산
	태양열 전력사용	화력 전력사용	CO2	4,000 kg	60 원/kg	240,000 원

입력 가이드	업로드 할 증빙자료
① 귀사가 제품/서비스를 생산하기 위해 사용하는 생산방식 및 에너지원의 이름을 입력합니다.	친환경 에너지 사용량(전기요금 고지서 등)
② 귀사와 동일한 제품/서비스를 생산하는 기존 생산방식/에너지원의 이름을 입력합니다.	
③ 귀사의 친환경 생산 방식을 통하여 발생이 줄어드는 오염 물질의 이름을 입력합니다.	
④ 측정 년도 한 해 동안 귀사의 친환경 생산 방식을 통해 감소된 오염 성분의 발생량을 입력합니다.	
⑤ ③번의 입력 내용에 따라 자동 계산 됩니다.	

5. 생태계 회복력 강화: 귀 사가 나무 식재를 통해 환경오염 절감하는 경우 아래 항목을 작성해 주십시오.

	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦	
번호	식재한 국가는 어디입니까?	식재한 나무는 어떤 종류입니까?	식재한 시기는 언제입니까? (yyyy)	식재당시 나무의 수령은 얼마입니까?(년령)	식재한 나무의 현재 수령(년령)	해당 수목의 CO2 포집Kg당 가격	식재 나무 수(그루)	사회성과
	직접입력	직접입력	직접입력	직접입력	직접입력	자동	직접입력	자동계산

입력 가이드	업로드 할 증빙자료
① 귀 사가 나무를 식재한 국가의 이름을 입력합니다.	나무식재 내역 전년도까지 식재한 나무 중 폐사분
② 귀 사가 식재한 나무의 종류를 입력합니다.	
③ 귀 사가 나무를 식재한 년도를 4자리 숫자로 입력합니다. 4자리로 입력하지 않을 경우 측정이 되지 않습니다.	
④ 식재당시 나무의 수령을 입력합니다.	
⑤ 귀 사가 식재한 나무의 현재 수령을 입력합니다.	
⑥ ②의 입력 내용에 따라 자동 계산 됩니다.	
⑦ 귀 사가 식재한 나무의 수를 입력합니다.	

6. 귀사가 환경적 성과와 관련하여 외부로부터 받은 지원금이 있습니까? 있다면 그 총액은 얼마입니까?

①

환경 성과 관련 지원금 수령 총액(원)	직접입력
-----------------------	------

입력 가이드	업로드 할 증빙자료
① 귀사의 환경 성과와 관련하여 외부로부터 받은 지원금의 액수를 입력합니다.	나무 식재에 대한 지원금 및 기부금 영수증

IV. 사회생태계 성과 측정

사회생태계 성과는 취약지역의 소농/소상공인, 사회적 경제 생태계 내 다른 사회적 기업의 소득(수입)증진과 역량 강화에 기여한 성과를 말합니다. 또한 국가적으로 필요한 사회문화적 자산을 유지하고, 증대시키는 효과도 포함됩니다. 이러한 성과들은 앞서 살펴본 사회서비스 성과나 고용 성과와 달리 사회적 기업 내부가 아닌 외부 가치사슬^{value chain}에서 발생하는 성과입니다. 중요한 것은 이러한 외부적 기여를 사회적 기업의 목적으로 하는 경우에만 성과를 인정한다는 점입니다.

추가적인 가격 지불

저개발 국가의 생산자 또는 농촌 지역의 빈농은 기존 시장에서는 가격 교섭력이 낮아 생산물에 대한 적절한 대가를 받기 어렵습니다. 추가적인 가격 지불 방식은 이들 영세 공급자에게 기존 시장 대비 높은 가격을 지불함으로써 이들의 소득 또는 수입을 높여주는 성과입니다.

추가적인 거래 기회 확보

유통시장 자체가 없거나 불안정하여 거래기회를 확보하기 힘든 취약지역/산업의 소농/소상공인들이 경제적 주체로서 존속하고 성장할 수 있도록 지원하는 성과입니다. 소농에 대한 계약거래제 적용, 거래기회를 확보하기 어려운 사회적 기업의 판로를 지원하거나, 경제적 기반이 취약한 오지마을을 관광상품으로 발굴하여 지역경제를 활성화시키는 경우가 여기에 속합니다.

지역 커뮤니티 또는 사회전체를 위한 공공 시민자산의 형성과 유지에 기여

사회적 기업 중에는 지역 커뮤니티나 사회전체를 위한 문화적 자산을 형성하거나 보호하는 것이 사명인 기업이 있습니다. 이러한 사회성과를 측정하는 방법은 하나의 표준화된 식보다는 상황에 맞게 다양한 응용식을 적용하는 것이 바람직합니다.

<표 23> 사회생태계 성과 창출방식과 세부 성과 지표

사회생태계 성과 창출방식			세부 성과지표
공급사슬 생태계	추가 가격 지불	농산물 직거래(국내 소농)	국내 소농의 소득증진 성과
		공정무역(해외 소농)	해외 소농의 소득증진 성과
		클라우드 펀딩(단순기부형)	공익사업을 위한 기부액 증대 성과
		기타 취약생산자 거래시 추가가격지불	취약생산자의 소득증진 성과
	추가 거래 기회	공정무역(농업 외 공업, 상업)	취약국가 생산자의 소득증진 성과
		공정여행(국내/해외)	취약지역 주민의 소득증대 성과
		클라우드 펀딩(리워드형)	공익사업을 위한 기부액 증대 성과
		고용에 준하는 일자리 기회 제공	창업 지원 등을 통한 소득증대 성과
커뮤니티 생태계	공공시민 자산증대	취약생산자에게 추가 거래기회 제공	취약지역 주민의 소득증대 성과
		문화예술 자산보호	신진작가의 작품을 통한 소득증대 성과
		비영리 조직 지원	공익활동 지원 성과
		시민자산 형성 및 확대	공공예산 효율성 증대 성과

1. 농산물 직거래: 국내 소농과 거래시 추가가격 지불

측정지표: 추가적인 가격 지불

국내 소농을 위해 기존 거래처보다 높은 가격을 지불함으로써 취약 소농의 소득을 증진시킨 성과를 측정합니다.

표준식

사회적 기업이 추가적으로 지불한 가격 × 총거래량 - 외부지원금

= (사회적 기업의 농산물 구매가격 - 기존 일반 거래처의 구매가격) × 총거래량 → 2015년 기준

= (사회적 기업 거래가격 × 출하유통비율 × (출하유통비 비율 / 생산자 수취액 비율)) → 2016년 기준

시스템 입력 문항

사회생태계 성과 문항 1번

사회문제

영세한 규모의 농업 생산자들은 가격협상력이 낮아 거래시장에서 적절한 가격을 받지 못합니다. 사회적 기업은 기존의 유통 방식과 달리 도농간 직거래, 계약재배, 온라인 직거래 등 여러 가지 비즈니스 모델을 통해 유통시장에서 보호받지 못하는 취약생산자에게 추가적인 가격을 지불함으로써 소득 증진에 기여합니다.

최근 일반 시장에서도 생산자 단체를 통한 유통계열화, 직거래 활성화 등을 통해 유통단계가 축소되는 등 유통구조 전반의 효율화가 이루어지고 있습니다. 통신기술에 기반한 물류/유통산업의 눈부신 발전으로 온라인 직거래 방식은 생산자의 수취가격을 가장 높게 책정하여 농가 소득이 증진될 수 있는 방법입니다만, 아직 전체 농산물 유통시장의 10%에 미치지 못하고 있습니다.

사회성과인센티브에서는 직거래를 통한 소농의 소득증진 성과를 ‘추가적인 가격지불’이라는 지표를 통해 사회성으로 인정하고 있습니다.

목표집단

경작지의 규모, 농가의 연소득을 고려하여 소농 인정 여부를 판단

(통상 논농사의 경우 경작면적이 2ha 미만인 경우, 농가 연소득이 3천만원 이하인 경우 인정)

추가지불가격 proxy의 설정

직접 조사 후 비교 방식의 한계

가격 추정 방식으로 사회적 기업이 거래하는 농산물의 기존 거래 가격을 일일이 조사하는 방법을 고려해 볼 수 있습니다. 그러나 이러한 방식은 기업별, 지역별, 작물별, 시기별로 비교대상군의 기준을 세세하게 정하여 적용해야 하므로 조사비용이 상당히 소요됩니다. 또한 사회적 기업이 직접 조사하는 경우 그 값의 신뢰성을 인정하기 어렵습니다.

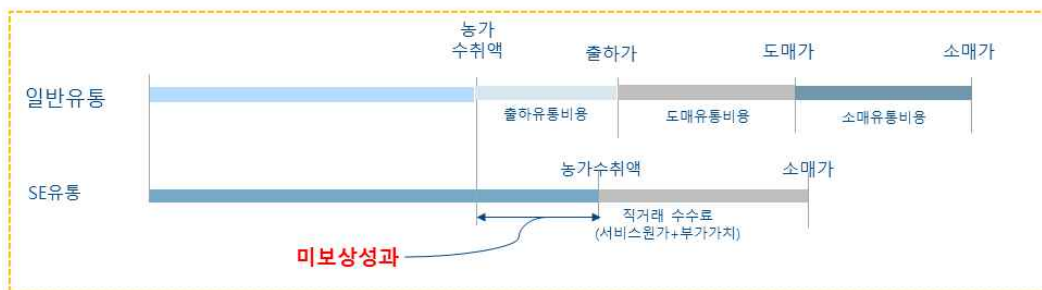
일반 시장 평균 가격 직접 비교 방식^{2015년}의 한계

사회적 기업과 소농과의 거래가격을 기존 거래 채널(ex. 농협 구매)에서의 평균 거래가와 비교하여 추가적인 가격 지불의 크기를 측정 할 수 있습니다. 우리나라에서는 농산물유통정보, 각 도매시장 단위에서의 가격월보/연보 등을 통해 출하단계에서의 평균적인 거래가격을 확인 할 수 있습니다.

그러나 농산물이라는 특성상 지역, 계절, 기후, 시장상황 등의 요소에 따라 시점별 거래가격의 편차가 매우 큽니다. 그러나 통계를 통한 평균 가격은 이러한 변동요인을 세밀하게 반영한 정보가 아닙니다. 또한 농산물의 품질 등급에 따른 가격 차이가 큰데, 농산물 유통가격등의 통계자료의 품질 정보는 객관적 기준에 따른 제품의 품질이 아닌 당일 유통가격을 기준으로 상/하 품질을 구분하고 있는 한계가 있습니다.

출하단계 유통비율의 적용^{2016년 적용}

일반적인 농산물 유통시장에서의 농산물의 가격은 ‘생산자수취액 + 출하유통비 + 도매유통비 + 소매유통비’의 네 가지 요소로 구성됩니다. 출하유통에 드는 비용은 보통 생산자인 농민이 부담합니다.



<그림 22> 농산물 가격의 구성요소 및 사회적 기업 유통시 성과 측정

2015년 사회성과인센티브 참여기업 및 여타 사회적 기업이 소농의 소득증진에 기여하는 방식을 종합적으로 검토한 결과, 주로 생산자와 산지조직이 부담했던 출하단계에서의 비용을 대신 부담해 주거나, 전체가격의 출하유통비율(작물에 따라 다름) 수준으로 거래가를 더 지불해 주는 것으로 파악되었습니다.

이에 2016년부터는 사회적 기업이 각 유통단계별 유통비용을 절감하여 생산자와 소비자 양측에 가격적 편익을 제공한 것 중에 생산자 편익 부분을 사회성으로 측정하고자 합니다. 농업생산자가 추가적으로 얻은 편익은 기존 유통채널에서의 출하유통비 절감분 전체로 봅니다.

적용

사회적 기업이 소농생산자에게 A라는 농산물을 구입하여 지불한 가격을 기존 시장에서의 생산자 수취액 비중과 출하유통비 비율로 나눕니다. 그래서 출하유통비 비율에 해당하는 액수를 추가적인 가격지불로 간주하게 됩니다.

만약 사회적 기업이 소농생산자의 감자를 1,000,000원에 거래한 경우 추가가격 지불 성과는 다음과 같이 측정합니다.

<표 24> 예시: 농산물 유통정보에 따른 감자의 가격구성

농산물의 종류	생산자 수취액 비율	출하유통비 비율	도매유통비 비율	소매유통비 비율
감자	60%	10%	15%	15%

사회적 기업이 생산자에게 제공한 거래가격은 1,000,000원에 기존 유통방식에서의 출하 유통비 비중을 산출하면 다음과 같습니다.

$$\begin{aligned} \text{사회성과} &= \text{사회적 기업 거래가격} \times \text{출하유통비율} \times (\text{출하유통비 비율} / \text{생산자 수취액 비율}) \\ &= 1,000,000\text{원} \times 10\% / (60\%+10\%) = 142,857\text{원} \end{aligned}$$

본 측정 방식은 일반적인 직거래 방식 뿐 아니라 계약재배, 클라우드형 직거래 등 비즈니스모델과 무관하게 일괄 적용⁸⁾합니다.

사회성과인센티브 측정시스템에서는 농산물 유통정보^{KAMIS, Korean Agricultural Information on Service}에서 제공하는 유통비용 비율 정보를 proxy로 채택하고, 이를 바탕으로 생산자 수취액 비율 및 출하유통비율을 DB화 하여 적용하고 있습니다. 사회적 기업이 취급하는 농산물을 선택하면 자동으로 측정이 가능합니다.

예외

본 측정식의 proxy를 적용하기 어려운 특수한 경우에 한해, 다음 내용을 기업이 증빙 할 수 있을 경우에는 예외적 적용을 고려할 수 있습니다.

예외적 적용 상황

- 농산물 유통정보 시스템이 제공하는 작물의 범주와 현저한 차이가 있는 경우
- 농산물이 아닌 농산물 가공품인 경우

증빙자료

- 거래대상이 소농임을 증명하는 자료(농가소득자료, 농업소득자료)
- 거래 가격 비교 자료(통계값 또는 농가가 제시하는 유통거래증빙)

8) 계약 재배 방식으로 사회적 기업과 농가 간 거래량을 미리 정하는 것은 신규 거래를 창출한다고 해석할 여지도 있음. 그러나 농산물에 대하여 기본적인 정부수매가 이루어지고 있는 국내 상황에서 계약거래는 신규수요를 창출한다기 보다는 가격변동으로 인한 위험성을 줄여주는 성과가 있다고 해석하는 게 더 적절할 것임. 2016년 성과측정에서는 계약재배 방식도 추가가격지불 성과로 통합하여 측정하고, 향후 적절한 산식을 개발하고자 함.

2. 공정무역(농산물): 해외 소농과 거래시 추가가격 지불

측정지표: 추가적인 가격 지불을 통한 저개발국 농업생산자들의 소득증진

해외 소농을 위해 기존 거래처보다 높은 가격을 지불함으로써 취약 소농의 소득을 증진시킨 성과를 측정합니다.

표준식

사회적 기업이 추가적으로 지불한 가격 × 총거래량 - 외부지원금
 = (사회적 기업의 농산물 구매가격 - 기존 일반 거래처의 구매가격) × 총거래량 - 외부지원금

시스템 입력 문항

사회생태계 성과 문항 2번

사회문제

공정무역^{fair trade}은 국제 무역에서 사회와 환경 표준뿐만 아니라 공정한 가격을 지불하도록 촉진하기 위하여 조직된 사회 운동입니다. 공정무역은 주로 개발도상국에서 선진국으로 수출하는 경우 생산자들이 경쟁시장에서 결정된 가격이 아니라 생산자의 최소한의 인권과 소득을 보장할 수 있는 적절한 가격으로 거래하는 것을 장려합니다.

공정무역의 목적은 시장경쟁의 절대적 약자인 생산자와 노동자가 최소한의 생계유지와 경제적 자급자족이 가능하도록 취약한 상태에서부터 벗어나게 하는 데 그 목적이 있습니다. 그래서 공정무역의 성과지표는 생산자들의 소득증진을 통한 자립지원 성과를 반영합니다.

목표집단

공정무역협회에 가입되어 있는 저개발국가의 취약한 농업생산자

추가지불가격 proxy의 설정

공정무역은 농업에 국한되지 않고, 공업, 상업 등 모든 경제 영역에서 벌어지고 있습니다. 이중 농업 무역은 기존 채널의 거래가격(일반 시장가)에 비해 공정무역 사회적 기업이 추가적으로 지불하는 가격을 사회성과로 인정합니다. 농업은 공장을 통한 제조업과 달리 경작지 규모에 의해 생산량이 결정되며, 병충해, 기후 등의 제약이 있기는 하지만 매년 가능한 최대의 양을 생산합니다. 농산물의 생산량은 사회적 기업과의 거래 규모와 큰 상관이 없으며, 당해년도 작황에 좌우됩니다. 따라서 사회적 기업이 동일한 농산물을 기존 유통 채널보다 더 좋은 가격에 구입함으로써 사회성과가 발생한다고 볼 수 있습니다.

해당 농산물의 무역시장 거래가 통계 DB의 활용

사회적 기업이 공정무역을 통하여 기존 거래처에 비해 어느 정도 추가가격을 지불했는지 확인하기 위해서는 해당 농산물의 무역시장에서의 평균 거래가격을 확인해야 합니다.

무역 거래의 시장가격은 국제선물거래소^{Intercontinental Exchange}에서 확인하거나 세계커피기구^{ICO, International Coffee Organization}와 같은 국제적인 농산물 관련기관의 자료를 활용할 수 있습니다. 또는 사회적 기업이 농업생산자(수출업자)와의 계약상에 기존 거래가의 특정 비율(또는 액수) 이상을 지불하겠다는 내용을 정한 경우에도 계약에 근거하여 시장가격을 추정할 수 있습니다.

운송조건에 따른 성과 처리

공정무역은 국가 간 무역거래인 만큼 운송조건도 proxy를 설정하는 데 중요한 요소가 됩니다. 운송방식은 인도조건과 운송비 부담 책임에 따라 크게 세 가지 유형으로 구분됩니다.

<표 25> 공정무역시 운송조건 유형과 매수자의 비용부담

	인도조건	운송비 부담 범위
공장인도 EXW(Ex Works)	화물을 매도인의 공장이나 창고 등에서 매수인의 임의처분 상태로 인도하는 무역거래조건	운송비 등 수출 절차에 드는 모든 비용을 수입업자가 부담. 수출업자의 의무가 최소.
본선인도 FOB(Free on Board)	수출업자가 약속한 화물을 수입업자가 지정한 선박에 적재하고, 본선 상에서 화물의 인도를 마칠 때까지의 일체 비용과 위험을 부담하는 무역거래 조건	수출업자는 화물이 현장에서부터 본선 선상에 인도될 때까지의 제비용(諸費用)과 위험을 부담, 수입상은 그 이후 화물의 소유권을 취득함과 동시에 도착항(수입항)까지의 제비용과 위험을 부담
관세지급인도 DDP (Delivered Duty Paid)	입국 내의 지정된 목적지까지 물품을 도착시키는 조건이며, 이때 수입국 내의 관세, 부가세 및 수입에 드는 모든 비용까지 수출자가 부담하는 조건	수출 절차 시작부터 물품이 수입국의 지정된 목적지까지 도착하는데 드는 모든 비용을 수출업자가 부담. 수입업자의 의무가 최소.

일반 무역시장에서 해당 농산물의 일반적인 운송조건이 관세지급인도^{DDP} 방식이어서 해당 농산물을 수출하는 농가의 부담이 큰 데 반해, 공정무역에서는 운송비용의 일부를 수입업자가 부담하는 본선인도방식^{FOB}을 취할 수도 있습니다. 이 경우 운송비 부담분도 추가적으로 지불한 가격으로 보고 사회성과에 반영하게 됩니다.

따라서 사회적 기업이 지불한 추가가격을 확인하기 위해 일반 시장가격을 추정할 때에는 반드시 운송비 부담조건을 동일하게 하여야 합니다.

<표 26> 공정무역협회 가입생산국(가나다 순)

국가명	국가명	국가명	국가명
가나	모잠비크	아르헨티나	칠레
가봉	몰디브	아이티	카메룬
가이아나	몽골	아일랜드	카보베르데
감비아	미국	아제르바이잔	카자흐스탄
과테말라	미얀마	아프가니스탄	캄보디아
그레나다	미크로네시아	알제리	캐나다
기니	바누아투	앙골라	케냐
기니비사우	방글라데시	앤티가바부다	코모로
나미비아	베냉	에리트레아	코스타리카
나우루	베네수엘라	에콰도르	코트디부아르
나이지리아	베트남	에티오피아	콜롬비아
남수단	벨기에	엘살바도르	콩고
남아프리카공화국	벨리즈	영국	쿠바
네덜란드	보스니아헤르체고비나	예멘	쿠아일랜드
네팔	보츠와나	오만	키르기스스탄
노르웨이	볼리비아	오스트레일리아	키리바시
뉴질랜드	부룬디	오스트리아	타이완
니우에	부르키나파소	온두라스	타지키스탄
니제르	부탄	요르단	탄자니아
니카라과	북한	우간다	태국
대한민국	브라질	우루과이	토고
덴마크	사모아	우즈베키스탄	토켈라우제도
도미니카	상투메프린시페	월리스 푸투나 제도	통가
도미니카공화국	세네갈	이라크	투르크메니스탄
독일	세이셸	이란	투발루
동티모르 ^e	세인트루시아	이스라엘	튀니지
라오스	세인트빈센트그레나딘	이집트	트리니다드토바고
라이베리아	세인트키츠네비스	이탈리아	파나마
레바논	소말리아	인도	파라과이
레소토	솔로몬제도	인도네시아	파키스탄
르완다	수단	일본	파푸아뉴기니
리비아	수리남	자메이카	팔라우
마다가스카르	스리랑카	잠비아	팔레스타인
마셜	스와질란드	적도기니	페루
말라위	스웨덴	조지아	폴란드
말레이시아	스위스	중국	프랑스
말리	스페인	중앙아프리카공화국	피지
멕시코	시리아	지부티	핀란드
모로코	시에라리온	짐바브웨	필리핀
모리셔스	아랍에미리트	차드	홍콩
모리타니	아르메니아	체코 공화국	

3. 취약생산자 거래시 추가가격 지불

측정지표: 추가적인 가격 지불

취약생산자를 위해 기존 거래처보다 높은 가격을 지불함으로써 취약생산자의 소득을 증진시킨 성과를 측정합니다.

표준식

사회적 기업이 추가적으로 지불한 가격 × 총거래량 - 외부지원금
 = (해외 소농에 대한 사회적 기업의 구매가격 - 기존 일반 거래처의 구매가격) × 총거래량 - 외부
 지원금

시스템 입력 문항

사회생태계 성과 문항 3번

사회문제

사회적 기업이 취약생산조직과의 거래를 통하여 이들 조직의 경제적 자립성 강화에 기여하는 것이 사명인 경우, 그 기여분을 사회성으로 인정합니다.

목표집단

- 5인 이하 영세공장/가내수공업형 기업 또는 이와 유사한 매출 수준의 영세기업으로
 종업원들이 취약계층 근로자인 경우

추가지불가격 proxy의 설정

이들 목표집단과의 거래가격이 일반 시장가보다 더 높은 경우 그 차이를 사회성으로 측정합니다. 일반 시장가는 실제 시장가를 조사하거나, 계약상 조건에 따라 정하는 등 사례에 따라 적절한 방식을 탐색하여 정합니다.

4. 공정무역(비^非농산물): 추가적인 거래기회 제공을 통한 취약생산자 지원

측정지표: 추가적인 거래기회 제공을 통한 저개발국 생산조직/근로자들의 소득증진

해외 생산자/근로자를 위해 새로운 거래기회를 제공하여 부가가치를 발생시킴으로써 취약생산자/근로자의 소득을 증진시킨 성과를 측정합니다.

표준식

사회적 기업과의 연간 총 거래액 × 해당 생산조직의 부가가치율

시스템 입력 문항

사회생태계 성과 문항 4번

사회문제

농업 이외의 공업, 상업 분야의 공정무역은 저개발국의 영세상인, 영세공장 등을 지원하여 빈곤층의 소득 개선에 기여합니다. 이 경우 추가적인 거래기회를 제공한 것으로 보고, 그 기여분을 사회성으로 측정합니다.

목표집단

- 공정무역협회에 가입되어 있는 저개발국가의 영세한 공장 및 상인

추가 거래기회를 통한 부가가치 증대분 proxy의 설정

저개발국의 공업, 상업 분야 공정무역의 경우 농업 분야와 달리 사회적 기업이 추가적인 거래기회를 제공하는 것으로 보고 거래를 통한 부가가치액을 사회성으로 측정합니다. 이는 저개발국의 영세 생산 유통업자가 평소의 판로의 부족으로 거래량이 적어 최대 생산가능량을 생산하지 못하기 때문입니다. 사회적 기업의 공정무역은 저개발국의 영세 업자에게 신규 거래 기회를 제공함으로써 사회적 기업의 부가가치 증진을 가져올 수 있습니다.

부가가치율의 활용

해당 저개발국 생산조직이 사회적 기업과 거래할 경우 거래를 통해 얻게 된 부가가치액을 사회성으로 인정합니다. 사회적 기업은 해당 조직의 협조를 얻어 재료원가율 또는 부가가치율 정보를 받아 산식에 적용합니다. 이 방식이 여의치 않을 경우 측정팀이 제공하는 국가별 제조업 부가가치율 DB를 적용합니다.

예외: 공정무역 유통상(도매상)을 통한 구입

사회적 기업 중에는 공정무역 제품의 유통을 목적으로 활동하는 기업이 있습니다. 사회적 기업이 소매상^{retails}으로서, 공정무역 도매상^{wholesales}으로부터 제품을 구입하여 개별 소비자에게 판매하는 경우입니다. 이 경우는 사회적 기업이 목표집단인 취약생산자에게 소득증진의 편익을 직접

적으로 제공하는 것이 아니기 때문에 사회성과 측정 대상에서 제외⁹⁾됩니다.

9) 이 성과배제 원칙은 농업의 공정무역에도 동일하게 적용함.

5. 공정여행

측정지표: 취약지역 여행사업을 통해 지역의 취약생산자의 소득 증진에 기여한 성과

경제적 생산기회가 많지 않은 취약국가 또는 지역에 여행상품을 개발하여, 대자본과 무관한 현지 주민생산자와 거래를 통해 지역 경제에 기여한 성과를 측정합니다.

표준식

사회적 기업과의 연간 총 거래액 × 해당 생산조직(국가)의 부가가치율

시스템 입력 문항

사회생태계 성과 문항 5번

사회문제

여행산업이 확산됨에 따라 여행으로 인한 현지 주민의 생활환경과 자연환경에 피해가 발생함과 동시에 대규모 자본에 의존하는 여행산업의 발전으로 오히려 현지 지역에는 경제적 기여가 적은 문제가 발생하고 있습니다. 공정여행^{Fair trade tourism}은 여행 현지에 여행비용이 직접 유입되는 소비를 지향하며, 현지의 문화를 존중하고, 여행과정에서 발생하는 환경영향을 최소화하고자 하는 노력입니다. 사회성과인센티브에서는 현지인이 직접 운영하는 소규모 숙소나 식당, 상점 등을 이용하여 현지에 여행비용이 직접 유입되어 지역 경제에 기여한 성과를 사회성으로 측정합니다.

목표집단

공정여행 대상지역

- 해외의 경우, WorldBank에서 발표한 1인당 GNI가 중하위권 이하에 해당하는 국가의 현지 주민 생산자
- 국내의 경우, 지역의 경제현황 및 관광실태의 취약성을 검토하여 정함. 측정팀의 사전 합의 또는 사후 검증 과정이 있음

추가 거래기회를 통한 소득증대분 proxy의 설정

공정여행이 취약지역 및 영세 생산자에게 새로운 거래 기회를 제공한다고 보고, 공업/상업형 공정무역과 동일하게 해당 거래의 부가가치 전액을 사회성으로 인정합니다. 그런데 공정무역과 달리 공정여행은 사회적 기업과 취약 생산자와의 관계가 깊지 않기 때문에 직접 부가가치율 정보를 수집하는 것이 어렵습니다.

사회성과인센티브에서는 주요 공정여행 국가의 부가가치율 및 우리나라 관광 관련 업종(숙박업, 외식업, 기타 서비스업)의 부가가치율 정보를 DB화 하여 적용하고 있습니다. 측정시스템을 통하여 해당 수치를 이용할 수 있습니다.

적용

공정여행 대상 지역에 해당하지 않는 국가를 여행한 경우, 원칙적으로 사회성과에서 배제합니다. 단 해당 국가의 오지 지역을 여행한 경우, 그 지역의 경제적, 사회적 실태에 대한 검토 및 해당 지역에 대한 일반 영리 여행업체의 여행상품 유무 등을 고려하여 성과 반영 여부를 측정팀이 판단합니다.

<표 27> 공정여행 대상국가(WorldBank에서 발표한 1인당 GNI가 중하위권 이하에 해당하는 국가)

국가명	국가명	국가명	국가명
* 대한민국(국내여행)	말리	스리랑카	중앙아프리카공화국
가나	모로코	스와질랜드	지부티
가이아나	모리타니	시리아	짐바브웨
가자	모잠비크	시에라리온	차드
감비아	몰도바	아르메니아	카메룬
과테말라	미크로네시아연방	아이티	카보베르데
기니	바나투	아프가니스탄	캄보디아
기니비사우	방글라데시	에리트레아	케냐
나이지리아	베닌	에티오피아	코모로스
남수단	베트남	엘살바도르	코소보
네팔	볼리비아	예멘	코트디부아르
니제르	부르키나파소	온두라스	콩고공화국
니카라과	부탄	우간다	콩고민주공화국
동티모르	북한	우크라이나	키르기스스탄
라오스	브룬디	우크베키스탄	키리바시
레소토	사모아	이집트	타지키스탄
르완다	상투메프린시페	인도	탄자니아
리베리아	세네갈	인도네시아	토고
마닐라	소말리아	잠비아	파키스탄
마다가스카르	솔로몬제도	조지아	파푸아뉴기니
말라위	수단	중국	필리핀

<표 28> 공정여행 국가별 부가가치율 DB

국가명	부가가치율	국가명	부가가치율
네팔	63.0%	캄보디아	50.8%
라오스	50.3%	필리핀	52.3%
모로코	54.9%	해외기타_숙박업	24.5%
베트남	36.6%	해외기타_외식업	31.4%
볼리비아	56.1%	해외기타_기타업	43.9%
부탄	56.1%	대한민국_숙박업	24.5%
인도네시아	50.3%	대한민국_외식업	31.4%
중국	33.5%	대한민국_기타업	43.9%

6. 크라우드펀딩

측정지표: 크라우드펀딩으로 공익사업을 위한 모금 또는 거래에 기여한 성과

기부문화의 확산과 공공사업을 위한 자원조달성과에 대한 우회지표로 크라우드 펀딩 사회적 기업이 공익사업을 위한 모금 또는 거래에 기여한 성과를 측정합니다.

기부형 펀딩 표준식

(크라우드 펀딩을 통한 모금 달성액 - 자체 모금시 모금예상액) - 크라우드 펀딩 이용 수수료

리워드형 펀딩 표준식

(크라우드 펀딩을 통한 모금 달성액 - 리워드 제품/서비스 제공을 위한 총 투입비용) - 크라우드 펀딩 이용 수수료

시스템 입력 문항

사회생태계 성과 문항 6번 (6-1번, 6-2번)

사회문제

우리나라 개인의 기부수준은 아직 미국, 영국, 캐나다와 같은 기부 선진국에 비해 낮은 편입니다. 특히 우리나라는 미국에 비해 문화 예술이나 공공/지역사회, 의료기관, 교육기관을 위한 기부 비율이 현저하게 낮습니다. 비교적 분야별로 고른 미국에 비해 우리나라는 지나치게 종교 단체와 자선 복지단체에 편중되어 있습니다.

크라우드펀딩^{crowd funding}이란 소셜네트워크 서비스를 이용해 소규모 후원이나 투자 등의 목적으로 인터넷과 같은 플랫폼을 통해 다수의 개인들로부터 자금을 모으는 행위를 의미합니다. 사회적 기업은 착박한 기부 환경을 배경으로 공익사업을 실행하고자 하는 비영리 조직이나 사회적 경제조직, 임의 조직 및 개인이 공공 프로젝트를 위한 기금을 마련할 수 있도록 크라우드 펀딩 플랫폼 서비스를 제공합니다. 사회성과인센티브에서는 기부문화의 확산과 공공사업을 위한 자원 조달성과에 대한 우회지표로 크라우드펀딩 사회적 기업이 공익사업을 위한 모금 또는 거래에 기여한 성과를 측정합니다.

목표집단

- 공익적 프로젝트를 진행하는 개인, 조직 또는 사회적 경제조직 등 프로젝트의 공익성을 기준으로 판단

기부형 크라우드 펀딩

기부형 크라우드펀딩은 공익활동을 위해 불특정 다수에게 기부금을 받는 모금형태입니다. 크라우드 펀딩 플랫폼에 연결되어 있는 기부자 네트워크를 통해 공익사업을 하려는 주체가 플랫폼이 아닌 자체 방식으로 모금했을시 예상되는 모금액보다 더 많은 기부금을 모금한 성과를 측정합니다. 추가가격 지불성과와 유사한 원리로 측정합니다. 크라우드 펀딩 플랫폼의 이용수수료는 보상

성과로서 제외합니다.

보상형 크라우드 펀딩

보상형^{reward} 크라우드펀딩은 기부를 촉진하기 위해 또는 공익활동에 기부자들의 직접 참여를 유도, 보장하기 위해 기부 금액에 따라 일정한 대가를 제공하는 펀딩 방식입니다. 이 방식은 보상으로 제공할 제품/서비스를 마련하기 위한 비용이 발생하기 때문에, 총 모금액에서 보상품 제공을 위해 사용한 총 비용을 제한 후 순수하게 모금수익으로 발생한 성과만을 측정합니다.

이 성과는 추가 거래를 통한 수입 증진 성과지표와 유사한 원리로 측정됩니다. 보상형 펀딩을 일종의 사회적 기업의 플랫폼을 통해 새로운 거래 기회를 얻게 되었다고 보는 것입니다. 따라서 생산비용(=보상을 위한 투입비용)을 제외한 부가가치(순 모금수익)을 크라우드펀딩 플랫폼의 기여라고 봅니다. 그리고 크라우드펀딩 플랫폼의 이용수수료는 보상성과이므로 사회성과에서 제외합니다.

7. 고용에 준하는 새로운 경제조직 형성과 일자리 창출

측정지표: 사회적 기업이 취약계층 근로자가 생산조직을 직접 만들어 경제활동을 할 수 있도록 하여 소득을 증진시킨 성과

사회적 기업이 고용하고 있는 취약계층근로자가 창업하도록 지원하거나, 자활사업단과 같이 기관 간 도급협력을 통해 취약계층이 생산조직을 직접 꾸릴 수 있도록 하여 직접 고용에 준하는 일자리를 창출하고 참여 근로자들의 소득을 증진시킨 성과

표준식

새로운 경제조직의 총 소득 - 참여하는 취약계층 근로자들의 이전소득 수준

= (새로운 경제조직의 총 매출 × 부가가치율) - 참여하는 근로자의 이전소득 수준

시스템 입력 문항

사회생태계 성과 문항 7번

사회문제

사회적 기업이 근로자를 직접 고용하지는 않지만, 취약한 생산자와의 거래 또는 창업지원 등의 방식으로 도와줌으로써 고용에 준하는 효과를 만들어 내기도 합니다.

목표집단

- 사회적 기업에 고용되어 있다가 창업팀으로 자립하는 취약계층 근로자
- 자활사업단 등 경제적 자립을 위한 생산활동을 하는 취약계층 근로자

사회적 기업 고용 후 창업지원

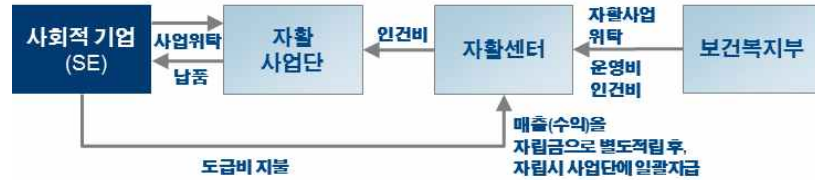
사회적 기업이 채용한 취약계층 근로자에 일정한 교육과 적극적인 창업 준비 지원을 제공하여 창업시킴으로써 고용에 준하는 일자리를 창출한 성과입니다. 이 성과를 인정하기 위해서는 근로자 창업지원이 기업의 미션에 포함되어 있어야 하며, 창업지원을 위한 비즈니스 전략이 존재해야 합니다.

자활사업단 등 생산 조직 지원 및 도급

사회적 기업이 자활센터와의 협력을 통하여 자활사업단을 꾸리고 사회적 기업의 생산업무를 도급형태로 위탁하는 방식으로 고용에 준하는 일자리를 창출한 성과입니다. 이 성과를 인정하기 위해서는 취약계층 일자리 창출이 기업의 미션에 포함되어 있어야 하며 이러한 간접적인 일자리 창출이 사회적 기업의 비즈니스 전략에도 내재되어 있어야 합니다.

이러한 성과가 사회생태계 성과 8번 지표인 <취약 생산자 거래시 새로운 거래기회제공> 방식과 다른 점은 이 생산조직의 형성 과정에 사회적 기업이 적극적으로 개입한다는 점입니다. 따라서 기존에 운영되고 있던 자활사업단과 일반적인 도급/거래를 하는 경우에는 사회생태계 성과 8번

지표인 〈취약생산자 거래시 새로운 거래기회제공〉 성과로 보고, 해당 지표의 따라 성과를 산출합니다.



<그림 23> 자활사업단 등 생산조직 지원 및 도급

측정 proxy의 산출

사회적 기업이 새로운 경제조직을 형성하여 일자리를 창출하고 취약 계층의 소득을 증진시킨 성과입니다. 따라서 해당 근로자가 과거 취약한 노동 상태에 있었을 때와 비교하여 늘어난 소득 수준만큼을 성과로 측정합니다.

성과측정을 위하여 우선 새롭게 창출된 생산조직의 부가가치액을 구합니다. 부가가치액은 기업활동을 통해 생산한 제품의 총 금액(매출)에서 그 생산을 위해 다른 기업에서 매입한 금액을 제외한 순 생산액을 의미합니다. 생산조직의 총매출에 부가가치율을 곱하여 참여자들의 소득수준을 산출합니다.

이 금액에서 참여 근로자들이 사회적 기업과의 관계 이전 상태 즉 ‘취약노동 상태’였을 때의 평균적인 소득을 제외합니다. 취약노동 상태였을 때의 소득수준은 측정팀이 해당 취약계층 근로자 그룹의 평균소득을 통계적으로 추산하여 정합니다.

적용

사회적 기업 고용 후 창업지원의 경우 3년 후 성과일몰 적용

이 경우 창업단계에서의 지원 성과를 측정하는 것이므로, 시간이 지날수록 소득증진 성과는 생산조직 스스로의 몫으로 이전한다고 보는 것이 타당합니다. 따라서 창업 후 3년이 지난 시점에는 성과를 일몰처리하여 본 지표를 더 이상 적용하지 않습니다.

자활사업단 등 생산 조직 지원 및 도급

이 경우에는 도급/거래관계가 존재하는 기간 동안만 성과를 측정합니다.

8. 취약생산자에 거래 시 새로운 거래 기회 제공

측정지표: 취약생산자에게 새로운 거래기회를 제공함으로써 경제적 자립성 강화에 기여한 성과

사회적 경제조직 또는 취약생산자에 대한 새로운 거래기회를 제공하여 소득(수익)을 증진시킨 성과를 측정합니다.

표준식

사회적 기업과의 총 거래액 × 대상 기업(산업)의 부가가치율

시스템 입력 문항

사회생태계 성과 문항 8번

사회문제

사회적 기업이 다른 사회적 기업이나 협동조합, 마을기업, 자활 사업단과 같은 사회적 경제조직 또는 취약 생산조직과의 거래를 통해 거래 조직의 경제적 자립에 기여하는 것을 사명으로 하는 경우, 그 기여분을 사회성으로 인정합니다.

목표대상

- 사회적 기업이나 협동조합, 마을기업, 자활 사업단과 같은 사회적 경제조직
- 5인 이하 영세공장/가내수공업형 기업 또는 이와 유사한 매출 수준의 영세사업자로서 종업원들이 취약계층 근로자인 경우

적용

이들 목표집단과의 거래가격 중 생산 투입비용을 제외한 부가가치액을 사회성으로 측정합니다. 대상 기업의 부가가치율은 직접 조사하거나, 산업별 부가가치율 DB를 활용하여 적용합니다. 적용할 부가가치율에 대해서는 측정팀의 사전 합의 또는 사후 검증 과정이 진행될 수 있습니다.

예외: 상호 호혜성을 기초로 하는 사회적 경제 조직 간 거래

사회적 경제 생태계 활성화 및 상호호혜성 구현은 사회적 경제조직의 공통된 사명이자 정신입니다. 이를 위해 사회적 경제조직은 개별 기업의 핵심 사명과 별개로, 생산활동에 필요한 자원을 상호 거래함으로써 사회적 경제 활성화에 기여하고 있습니다. 그러나 사회성과인센티브에서는 아래 제시하는 내용을 이유로 사회적 기업간 거래성가를 사회성으로 측정하지 않습니다.

- ① 이것은 본 제도를 통해 측정하고자 하는 ‘시장에서 보상받아야 할 성과’라기보다는 사회적 경제 당사자들의 사회적 경제 확장을 위한 실천 전략으로 이해할 수 있습니다.
- ② 이해관계자 관점에서 보면, 상호 호혜(내부거래)라는 개념에서 전제하듯 서로 혜택을 주고 받는 관계가 존재합니다. 즉 이것은 혜택의 거래로서 호혜적 구입 행위를 사회성으로 잴다면

그 반대의 경우는 비용으로서 제외해야 합니다. 결국 그 상호 거래상의 편익과 비용의 총량은 '0'에 수렴할 것입니다.

- ③ 측정범위 측면에서 보면, 사회적 경제 조직 간 거래를 통해 사회적 경제 생태계가 강화되는 것은 직접적인 결과성과 ^{outcome}라기 보다 장기적으로 누적되어 나타나는 영향성과 ^{impact}이므로 본 제도의 측정 범주에 포함되지 않습니다.

따라서 사회적 경제조직의 제품과 서비스 유통을 핵심 사명으로 삼지 않는 일반 사회적 경제조직이 가치사슬 연계하여 생산물을 거래하거나 협의체 등에 자원을 제공하는 등의 기여는 본 측정성과의 범주에서 제외됩니다.

9. 문화예술 자산보호

측정지표: 예술가와의 작품활동 거래를 통해 작가가 얻게 되는 소득

문화예술 분야의 예술인이 예술활동을 유지할 수 있도록 함으로써 사회의 문화예술적 자산이 증가하는 성과를 측정합니다.

표준식

신진 예술가와의 거래액 × 작품의 부가가치율 - 사회적 기업의 거래수수료
 = 신진 예술가와의 거래액 × (1-제작비 비율) - 사회적 기업의 거래수수료

시스템 입력 문항

사회생태계 성과 문항 9번

사회문제

시장에서 배제된 문화예술적 자산을 사회적 기업이 보호하는 경우입니다. 예를 들어 우리나라는 순수예술작품의 거래 시장 규모가 작고 진입장벽이 높아서 예술가의 양극화가 심각합니다. 특히 신진 예술가는 예술 활동을 통해서 최소한의 생계도 유지하기 어려울 만큼 열악한 상황에 놓여 있습니다. 이들이 경제적 이유로 예술활동에서 멀어지면 사회 전체적으로 문화예술 자산을 잃어버리게 됩니다. 따라서 사회적 기업이 신진 예술가들의 작품을 거래할 수 있는 시장을 열어주거나, 작품활동 기회를 제공함으로써 문화예술 활동을 지속할 수 있도록 하는 것은 사회문화 자산을 증대시키는 활동이며, 그 기여분을 사회성으로 인정받을 수 있습니다. 그러나 이 자산의 가치를 직접 추정하기가 매우 어렵습니다. 따라서 이를 간접적으로 측정할 수 있는 우회지표를 활용합니다.

목표집단

- 문화예술 시장의 양극화로 인해 시장진입 기회를 얻지 못하는 신진 예술가
 (사회문화적 자산 보호에 대한 우회지표이므로 신진 예술가가 경제적 취약계층일 필요는 없음)

측정을 위한 proxy

이 지표는 사회생태계 표준식 중 ‘추가 거래 기회 확보 방식’의 표준식을 준용하여 사회적 기업과 예술가와의 작품활동 거래를 통해 작가가 얻게 되는 부가가치분을 사회성으로 측정합니다. 사회적 기업이 제시하는 예술작품 거래가의 부가가치율 또는 재료비(=제작비) 비율은 측정팀과의 사전 협의 또는 사후 검증 과정을 거쳐 확정합니다.

10. 비영리 조직 지원

측정지표: 비영리조직 후원을 사명으로 하는 기업의 지원성과

기업의 수익을 사회문제를 잘 해결하는 비영리 조직에 지속적으로 기부함으로써 사회적 가치를 실현하는 성과입니다.

표준식

사회적 기업의 현금/현물 기부금(후원금) 전액

시스템 입력 문항

사회생태계 성과 문항 10번

사회문제

기업의 비즈니스 수익을 사회문제를 효율적, 전문적으로 해결하는 비영리 조직에게 기부함으로써 사회적 가치를 실현하는 사회적 기업이 있습니다. 이 경우 사회문제는 각 사회적 기업이 비영리 조직을 통해 해결하고자 하는 문제에 따라 정의됩니다.

목표집단

사회적 문제를 해결하고자 하는 비영리조직/공익조직

측정을 위한 Proxy

이 성과는 기업의 사명과 동일한 미션을 가진 비영리 조직을 후원하고 지지하는 것이 비즈니스 모델에 명확하게 반영된 경우에만 제한적으로 인정합니다.

사회성과는 현금/현물 기부금(후원금) 전액을 인정합니다.

11. 시민자산 형성 및 확대

측정지표: 지역자원의 공공성이 강화되고 시민 자산이 늘어나는 데 기여한 성과

사회적 기업의 활동을 통해 지역 자원의 공공성이 강화되고 시민 자산이 늘어나는 성과를 측정합니다.

표준식

사례별 산식 응용

시스템 입력 문항

사회생태계 성과 11번 문항

사회문제

급속한 산업발전과 도시화는 우리나라 지역 공동체를 위축시켰습니다. 개인주의가 확산되고 사회가 기능별로 과도하게 분화되면서 도시나 농촌 모두에서 지역 주민 스스로가 지역 공동체에서 소외되고 있습니다.

사회적 기업은 교육, 축제, 교류, 문화/생태공간 조성 등의 활동을 통해 지역주민의 참여, 공동체 형성을 촉진하고 지역의 문제를 주민들이 스스로 해결할 수 있도록 돕습니다.

본 지표는 이런 활동을 통해 지역 자원의 공공성이 강화되고 시민 자산이 늘어나는 데 사회적 기업이 기여한 성과를 측정합니다.

목표집단

경제적 생산성, 공동체성, 시민참여성 등이 취약한 지역사회(사례별 판단)

측정을 위한 proxy

본 지표는 가치창출 방식이 워낙 다양하여 사례에 따라 기존에 개발된 표준식을 적절히 응용하여 성과를 측정합니다. 앞으로 다양한 사례 연구를 통해 측정식을 유형화 하고자 합니다.

공공 예산의 효율성 제고 사례

사회적 기업이 공공 공간(public open space)을 형성하거나, 커뮤니티 전체의 사회문화적 수준을 높일 수 있는 서비스를 제공하는 활동이 예입니다. 그러나 사회문화적 자산은 무형적인 가치로서 화폐가치로 측정하기가 매우 어렵습니다. 따라서 우회적인 측정 지표를 적용할 수 밖에 없습니다. 보통 공공의 자산을 형성하고 관리하는 책임은 정부 또는 지자체를 포함한 지역커뮤니티의 몫이기 때문에, 사회문화적 자산을 형성하는 사회성과는 공공자산의 형성과 관리를 위한 예산을 보다 효율적, 효과적으로 집행한 성과로 대신 측정할 수 있습니다. 측정식은 사회서비스 성과 표준식 중 ‘새로운 제품/서비스를 통한 사회문제해결의 효율성 제고 방식’을 준용합니다.

[SPAS] 측정시스템 사회생태계 성과 입력

각 성과 영역을 선택하여 사회성과를 작성하시고, 작성이 완료되면 제출 버튼을 눌러 제출합니다.

[미션여부] 다음 중 귀사의 사명과 비즈니스에 해당하는 분야가 있다면 선택해 주십시오

- | | | |
|---|--|--|
| ☐ 관련분야 없음 | ☐ 소농과의 농산물 거래 | ☐ 공정무역(농산물) |
| ☐ 취약생산자 거래 시 추가가격 지불 | ☐ 공정무역(농산물 외) | ☐ 공정여행 |
| ☐ 크라우드 펀딩 | ☐ 비영리 조직 지원 | ☐ 취약생산자에 신규 거래기회 확보 |
| ☐ 사회적 문화 자산의 보존과 창출
(신진작가와의 거래) | ☐ 고용에 준하는 일자리 기회제공
(창업지원/자활사업단 연계 등) | |

입력 가이드

귀사가 제품 및 서비스의 제공을 통하여 지원하고자 하는 사회 활동 분야를 선택해 주세요. 중복 선택이 가능하며, 선택한 분야에 해당하는 하위문항이 자동 생성됩니다.

1. 소농과의 농산물 거래: 소농에게 기존 거래채널 보다 추가적인 가격을 지불하여 소농의 소득증진에 기여하는 성과를 측정합니다.

* 소농은 총경작지 통상 2헥타르 미만인 생산자를 의미합니다. 자세한 소농의 기준은 측정팀과 논의를 통하여 확정합니다.

작물종류의 선택

선택 창에서 동일한 작물을 선택합니다.

해당작물이 없는 경우, 해당하는 대분류의 가중평균 값을 선택합니다.

	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦	⑧	⑨	
번호	귀사가 거래한 소농생 산자의 이름은 무엇입 니까?	귀사가 거래한 작물 은 무엇입니까?	이 작물은 어 떤 종류입니까? (대분류)	이 작물은 어떤 종류입니까?(소 분류)	소농에 대한 추가가격 지불 비율 (%)	귀사가 거래 한 작물의 수 량(중량)은 얼 마입니까?(kg)	귀사가 거래한 작물의 단가는 얼마입니까? (원)	이 작물의 총 구매액은 얼마입니까? (원)	이 거래를 위하여 외부로부터 받은 지원금/기부금은 얼 마입니까?	사회성과
	직접입력	직접입력	선택입력	선택입력	자동	직접입력	직접입력	직접입력	직접입력	자동계산
	영주두레농장	고사리	엽근채소류	가중평균	27.9%	500kg	4,000원/kg	2,000,000 원	0원	558,000

입력 가이드	업로드할 증빙 자료
① 귀사가 거래한 소농 생산자의 이름을 입력합니다.	
② 귀사가 거래한 작물의 이름을 입력합니다.	
③ 귀사가 거래한 작물의 작물종류를 선택입력 합니다.	
④ 귀사가 거래한 작물의 구체적인 종류를 선택입력 합니다.	
⑤ 앞의 입력 내용에 따라 자동으로 입력됩니다.	
⑥ 측정 년도 한 해 동안 귀사가 거래한 작물의 총 수량을 기재합니다.	
⑦ 귀사가 거래한 작물의 단위당 가격을 입력합니다.	
⑧ 귀사가 거래한 작물의 총 구매액을 기재합니다.	
⑨ 소농과의 농산물 거래를 위하여 외부로 받은 지원금 및 기부금의 총 액수를 기재합니다.	

2. 공정무역(농업): 해외 소농과 거래시 기존 거래 채널보다 기존 거래채널 보다 추가적인 가격을 지불하여 소농의 소득증진에 기여하는 성과를 측정합니다.

공정무역 대상지역

세계공정무역기구(WFTO) 및 페어트레이드 인터내셔널(FLO)에 가입/인증된 생산자단체 및 지역에 해당하는 지역에 한합니다.

번호	① 귀 사가 거래한 공정무역 생산조직의 이름은 무엇입니까?	② 이 생산조직과 거래한 작물은 무엇입니까?	③ 이 생산조직이 소재한 국가는 어디입니까?	④ 이 생산조직이 소재한 국가 내 지역은 어디입니까?	⑤ 거래한 작물의 단위당 거래 단가는 얼마입니까?	⑥ 거래한 작물의 일반 시장가격은 단위당 얼마입니까?(원)	⑦ 이 생산조직과의 연간 총 거래량은 얼마입니까(kg)	⑧ 이 거래를 위하여외부로부터 받은 지원금/기부금은 얼마입니까? (원)	사회성과
	직접입력	직접입력	선택입력	직접입력	직접입력	직접입력	직접입력	직접입력	자동계산
	Brazil Coffee coop.	커피원두	브라질	Minas Gerais	3,000원	1,800원	1,000kg	0원	

입력 가이드	업로드할 증빙 자료
① 귀 사가 거래한 공정무역 생산 조직의 이름을 입력합니다.	거래계약서,
② ①의 생산조직과 거래한 작물이 무엇인지 기재합니다.	
③ 귀 사가 거래한 생산 조직이 위치하고 있는 국가의 이름을 기재합니다.	
④ 귀 사가 거래한 생산 조직이 ③의 국가의 어느 지역에 위치하는지 기재합니다.	
⑤ 귀 사가 거래한 작물의 단위당 거래 가격을 입력합니다.	
⑥ 귀 사가 거래한 작물의 일반 시장에서의 단위당 가격을 입력합니다.	
⑦ 측정년도 한 해 동안 귀 사가 해당 생산 조직과 거래한 작물의 총 량을 입력합니다.	
⑧ 공정무역을 위하여 외부로부터 받은 지원금 및 기부금을 기재합니다.	

3. 기타 취약생산자 거래시 추가가격지불: 기존 거래처 대비 추가적인 가격을 지불하여 취약생산자 소득증진에 기여하는 성과를 측정합니다.

기존거래 대비 추가가격 지불

기존 채널(기존 거래처) 보다 높은 가격을 지불함으로써 취약생산자의 소득을 증진시키는 효과를 측정합니다.

취약생산자에 대하여 측정팀과의 사전 합의 또는 사후 검증 과정이 진행됩니다.

	①	②	③	④	⑤	⑥	
번호	거래하는 제품의 이름은 무엇입니까?	거래하는 생산자(조직)는 누구입니까?	일반 시장 거래 시 단위당 가격은 얼마입니까?(원)	귀 사와의 거래 시 단위당 가격은 얼마입니까?(원)	연간 총 구매량은 얼마입니까? (개수/횟수)	이 거래를 위하여 외부로부터 받은 지원금/기부금은 얼마입니까?(원)	사회성과
	직접입력	직접입력	직접입력	직접입력	직접입력	직접입력	자동계산
	공정무역 커피콩	브라질 공정무역 협동조합	3400원(kg당)	5,200원(kg당)	1,500kg	0원	2,700,000원

입력 가이드	업로드 할 증빙자료
① 귀 사가 취약 생산자와 거래한 제품의 이름을 기재합니다.	구입 및 판매 거래내역 및 영수증, 일반 시장 가격 관련통계 등
② 귀 사가 거래한 취약 생산자의 이름을 기재합니다.	
③ 귀 사가 거래한 제품의 단위 당 일반 시장 가격을 기재합니다.	
④ 귀 사가 ①번 제품 거래 시 지불한 단위당 가격을 기재합니다.	
⑤ 귀 사가 측정년도 한 해 동안 해당 생산자로부터 구매한 제품의 개수 또는 구매 횟수를 기재합니다.	
⑥ 취약 생산자와 거래를 하는 조건으로 받은 외부 지원금/기부금을 기재합니다.	지원금 및 기부금 수령증

4. 공정무역(비농산물): 공정하고 적절한 가격으로 새로운 거래기회를 제공하여 경제적 취약지역의 현지 생산공장 및 생산근로자의 소득증진에 기여하는 성과를 측정합니다.

공정무역 대상지역

세계공정무역기구(WFTO) 및 페어트레이드 인터내셔널(FLO)에 가입/인증된 생산자단체 및 지역에 해당하는 지역에 한합니다.

**공정무역 중 농산물과 같은 원재료를 거래하는 경우는 문항 4번 '취약생산자 소득증진'에 입력 바랍니다.

	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦	
번호	거래하는 공장의 이름은 무엇입니까?	이 공장과의 주거래 품목은 무엇입니까?	이 공장이 소재한 국가는 어디입니까?	이 공장이 소재한 국가 내 지역은 어디입니까?	이 공장과의 연간 총 거래액은 얼마입니까? (원)	이 공장과의 거래액 중 재료원가가 차지하는 비중은 얼마입니까? (%)	이 거래를 위하여 외부로부터 받은 지원금/기부금은 얼마입니까? (원)	사회성과
자동	직접입력	직접입력	항목선택	직접입력	직접입력	직접입력	직접입력	자동계산
예시	KCC Trade	봉제가방	방글라데시	다카	12,000,000원	32%	0원	8,160,000원

입력 가이드	업로드 할 증빙 자료
① 귀 사가 공정무역 거래를 한 공장의 이름을 기재합니다.	구입 및 판매 거래내역 및 영수증 등
② 귀 사가 ①번에 기재한 공장과 주로 거래한 품목을 기재합니다.	
③ ①번에 기재한 공장이 위치한 국가를 기재합니다.	
④ 귀 사가 공정무역 거래를 한 공장이 ③번 국가의 어느 지역에 위치하고 있는지 기재합니다.	
⑤ 귀 사가 측정년도 한 해 동안 해당 공장과 거래한 총 액을 기재합니다.	
⑥ ⑤번의 거래 총 액에서 재료 원가가 차지하는 비중을 기재합니다.	지원금 및 기부금 수령증
⑦ 현지 업체와 공정 무역 거래를 하는 조건으로 받은 외부 지원금/기부금을 기재합니다.	

5. 공정여행: 경제적 기반이 없는 취약지역에 관광을 통한 수입이 발생하도록 하여 지역 경제에 기여하는 성과를 측정합니다.

공정여행 대상지역

해외의 경우, WorldBank에서 발표한 1인당 GNI가 중하위권 이하에 해당하는 국가에 한합니다.

국내의 경우, 측정팀에서 지역의 경제현황 및 관광실태를 검토하여 정합니다.

	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦	
번호	제공하는 여행 프로그램의 이름은 무엇입니까?	여행국가는 어디입니까?	주된 여행도시는 어디입니까?	현지 업체와 거래한 서비스 종류는 무엇입니까?	해당 서비스의 부가가치율(%)	연간 거래총액은 얼마입니까?(원)	이 거래를 위하여 외부로부터 받은 지원금/기부금은 얼마입니까?(원)	사회성과
자동	직접입력	직접입력	직접입력	항목선택	자동	직접입력	직접입력	자동계산
	청소년 공정여행	필리핀	마스코바도	숙박	56%	8,600,000원	0	4,816,000

입력 가이드	업로드할 증빙 자료
① 귀 사의 공정여행 프로그램명을 기재합니다.	구입 및 판매 거래내역 및 영수증 등
② 공정여행 프로그램을 통해 방문한 국가를 기재합니다.	
③ 공정여행 프로그램을 통해 방문한 국가에서 주로 체류/관광을 했던 도시를 기재합니다.	
④ 현지 업체와 거래한 서비스의 종류를 선택합니다.	
⑤ 4번 문항의 서비스 종류 입력 내용에 따라 선택항목 자동생성	
⑥ 측정년도 한 해 동안 거래했던 제품/서비스의 총액을 기재합니다.	
⑦ 공정여행 프로그램을 통해 현지 업체와 거래하는 조건으로 받은 외부 지원금/기부금을 기재합니다.	지원금 및 기부금 수령증

6-1. 공익기관 또는 사회적 경제조직의 크라우드 펀딩을 지원함으로써 사회적 기여활동을 위한 자산을 증대한 효과를 측정합니다.

* 공익적 성격을 가진 기관이나 프로젝트, 사회적 경제조직의 펀딩 프로젝트에 한합니다.

1) 기부형(단순 모금형)

	①	②	③	④	⑤	⑥	
번호	크라우드 펀딩 프로젝트명은 무엇입니까 ?	크라우드 펀딩 대상 기관명은 무엇입니까?	대상기관의 자체 모금 시 모금액상액은 얼마입니까?(원)	실제 귀사를 통해 모금된 총액은 얼마입니까?(원)	귀사의 펀딩 수수료 비율은 얼마입니까? (%)	이 펀딩 추진을 위하여 외부로부터 받은 지원금/기부금은 얼마입니까?(원)	사회성과
	직접입력	직접입력	직접입력	직접입력	직접입력	직접입력	자동계산

입력 가이드	업로드 할 증빙자료
① 귀사가 지원한 크라우드 펀딩 프로젝트의 이름을 기재합니다.	거래내역, 거래 영수증 등
② 귀사의 크라우드 펀딩 프로젝트가 목표로 한 지원 대상 기관의 이름을 기재합니다.	
③ 귀사의 크라우드 펀딩 프로젝트를 이용하지 않고 대상 기관이 자체 모금했을 경우 예산되는 모금액을 기재합니다.	
④ 귀사의 크라우드 펀딩 프로젝트를 통하여 대상기관이 실제로 모금한 모금액의 총액을 기재합니다.	
⑤ 귀사가 크라우드 펀딩 프로젝트 진행 조건으로 대상기관으로부터 받는 펀딩 수수료의 비율을 기재합니다.	
⑥ 귀사가 크라우드 펀딩 프로젝트 추진을 위하여 외부로부터 받은 지원금 및 기부금의 액수를 기재합니다.	지원금 및 기부금 수령증

6-2. 공익기관 또는 사회적 경제조직의 클라우드 펀딩을 지원함으로써 사회적 기여활동을 위한 자산을 증대한 효과를 측정합니다.

2) 리워드형(제품/서비스 판매형)

	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦	
번호	클라우드 펀딩 프로젝트명은 무엇입니까?	클라우드 펀딩 대상기관명은 무엇입니까?	리워드로 제공되는 주요제품/서비스 유형은 무엇입니까?	리워드로 제공되는 주요제품/서비스의 부가가치율	실제 귀사를 통해 모금된 총액은 얼마입니까?	귀사의 펀딩 수수료 비율은 얼마입니까?	이 펀딩 추진을 위하여 외부로부터 받은 지원금/기부금은 얼마입니까?	사회성과
	직접입력	직접입력	직접입력	자동	직접입력	직접입력	직접입력	자동계산

입력 가이드	업로드 할 증빙 자료
① 귀사가 지원한 클라우드 펀딩 프로젝트의 이름을 기재합니다.	거래내역, 거래 영수증 등
② 귀사가의 클라우드 펀딩 프로젝트의 지원 목표였던 대상 기관의 이름을 기재합니다.	
③ 귀사의 클라우드 펀딩 프로젝트에 참여했던 사람들에게 펀딩의 보상으로 제공되었던 제품/서비스를 기재합니다.	
④ ③번의 입력 내용에 따라 시스템에서 자동으로 부가가치율을 계산하여 반영 합니다 →평균 부가가치율은 해당 제품/서비스가 속한 산업의 부가가치율 통계값을 사용합니다.	
⑤ 귀사의 클라우드 펀딩 프로젝트를 통해 실제로 모금된 모금액의 총 액을 기재합니다.	
⑥ 귀사가 클라우드 펀딩 프로젝트 진행 조건으로 대상기관으로부터 받는 펀딩 수수료의 비율을 기재합니다.	지원금 및 기부금 수령증
⑦ 귀사가 클라우드 펀딩 프로젝트 추진을 위하여 외부로부터 받은 지원금 및 기부금의 액수를 기재합니다.	

7. 고용에 준하는 일자리 기회 제공: 사회적 기업 고용 후 창업 지원이나 자활사업단 협력구성 등을 통해 직접 고용을 하지는 않으나 이에 준하는 일자리 창출을 통해 취약계층의 자립을 지원하는 성과를 측정합니다.

번호	① 귀 사가 지원하는 생산조직의 이름은 무엇입니까?	② 귀 사가 이 생산조직을 지원하는 방식은 무엇입니까?	③ 이 생산조직의 창업시점/귀사 와의 거래시점은 언제입니까?	④ 귀 사가 지원하는 이 생산조직의 연간 총 매출액은 얼마 입니까?(원)	⑤ 귀 사가 지원하는 이 생산조직의 부가가치율은 얼마입니까? (%)	⑥ 귀 사가 지원하는 이 생산조직의 참여인원(창업 주 포함)은 몇 명입니까?(명)	⑦ 이 참여자들이 취약계층 상태였을 때의 1인당 월평균소득은 총 얼마입니까?(원)	⑧ 이 활동을 위하여 외부 로부터 받은 지원금/기부금은 얼마입니까?(원)	⑨ 성과 개월 수	사회성과
	직접입력	선택입력	직접입력	직접입력	직접입력	직접입력	직접입력	직접입력	자동계산	자동계산
	수원 자활사업단	자활사업단 조직 협력	2016.01	50,000,000원	50.0%	2명	500,000원	2,000,000원		

입력 가이드	업로드할 증빙 자료
① 귀 사가 지원하는 생산조직의 이름을 입력합니다.	
② 귀 사가 어떠한 방식으로 ①의 생산조직을 지원하는지 선택 입력합니다.	
③ 귀 사가 이 생산조직과 언제부터 거래하기 시작했는지 입력합니다.	
④ 측정 년도 동안 귀 사가 지원하는 이 생산조직의 총 매출성과는 얼마인지 기재합니다.	
⑤ 귀 사가 지원하는 이 생산조직의 부가가치율을 입력합니다.	
⑥ 귀 사가 지원하는 이 생산 조직에 참여하고 있는 인원의 수를 입력합니다.	
⑦ ⑥의 참여자들이 취약계층 상태였을 때의 1인당 월 평균 소득을 입력합니다.	
⑧ 귀 사가 고용에 준하는 일자리 기회를 제공하기 위해 외부로부터 받은 지원금 및 기부금을 기재합니다.	

8. 추가적인 거래기회를 통한 취약생산자 수익증진: 취약생산자에게 새로운 거래기회를 제공함으로써 수익을 증진시키는 효과를 측정합니다.

기존거래 대비 거래물량 증대

사회적 기업, 협동조합, 마을 기업 등 사회적경제 조직과 같은 취약생산자(조직)의 기존 거래량에 비하여 추가적으로 거래함으로써 사회적 경제조직의 수익을 증진시키는 효과를 측정합니다. 단 본 항목은 사회적 기업 유통지원을 주 미션 및 비즈니스로 하는 기업의 경우에만 성과를 인정합니다.

	①	②	③	④	⑤	
번호	거래하는 제품명은 무엇입니까?	거래하는 사회적경제조직의 이름은 무엇입니까?	해당 제품의 부가가치율은 얼마입니까? (%)	연간 구입총액은 얼마입니까?(원)	이 거래를 위하여 외부로부터 받은 지원금/기부금은 얼마입니까?(원)	사회성과
	직접입력	직접입력	자동	직접입력	직접입력	자동계산
	모자	사회적기업 **패션	45%	24,000,000원	0원	10,800,000원

입력 가이드	업로드 할 증빙 자료
① 귀 사가 취약 생산자와 거래한 제품의 이름을 기재합니다.	구입 및 판매 거래내역 및 영수증 등
② 귀 사가 거래한 취약 생산자의 이름을 기재합니다.	
③ 시스템에서 부가가치율을 계산하여 자동으로 입력합니다 → 평균 부가가치율은 해당 제품이 속한 산업의 부가가치율 통계 값을 사용합니다.	
④ 귀 사가 측정년도 한 해 동안 해당 생산자로부터 구매한 제품의 구매 총액을 기재합니다.	
⑤ 귀 사가 취약 생산자와 거래를 하는 조건으로 받은 외부 지원금/기부금을 기재합니다.	지원금 및 기부금 수령증

9. 사회적 문화자산의 보존과 창출: 신진 예술가의 지속가능한 예술활동이 가능하도록 문화예술작품의 거래확보를 통해 사회문화적 자산을 보호한 성과를 측정합니다.

번호	① 작품명/창작활동의 이름은 무엇입니까?	② 거래하는 작가명 또는 작가조직의 이름은 무엇입니까?	③ 거래 작품 수 또는 활동횟수는 얼마입니까? (개 또는 회)	④ 작품 또는 활동 단위당 작가에게 지불하는 거래가격은 얼마입니까?	⑤ 작가가 작품제작 또는 활동을 위해 투입하는 비용의 비율 (%)	⑥ 이 활동을 위하여 외부로부터 받은 지원금/기부금은 얼마입니까?(원)	사회성과
	직접입력	직접입력	직접입력	직접입력	직접입력	직접입력	자동계산
	신진작가 5인전	홍**외 4인	12개	2,200,000원	5%	10,000,000원	15,080,000 원

입력 가이드	업로드할 증빙자료
① 귀 사가 추진한 프로그램의 작품명 혹은 창작활동의 이름을 기재합니다.	거래내역, 거래 영수증 등
② 귀 사가 예술활동을 지원함에 있어서 거래했던 작가나 작가조직의 이름을 기재합니다.	
③ 귀 사가 측정년도 한 해 동안 해당 작가 및 조직과 거래한 작품 수 또는 활동 횟수를 기재합니다.	
④ 귀 사가 작품 또는 활동 단위당 작가에게 지불했던 거래 가격을 기재합니다.	
⑤ 작가가 작품 제작 또는 활동을 위해 투입하는 비용(제작비)이 ④번의 거래 가격 중 차지하는 비율을 기재합니다.	객관적 근거를 통해 측정팀과 합의된 비율 적용
⑥ 귀 사가 신진 예술가와 거래를 하는 조건으로 받은 외부 지원금/기부금을 기재합니다.	지원금 및 기부금 수령증

10. 비영리 조직 지원 : NGO, NPO등 공익활동기관에 대한 지원 성과를 측정합니다.

비영리 조직 지원 이 기업의 미션이며, 비즈니스 모델에 내재(생산배분, 수익배분 원칙)되어 있는 경우에 한하여 인정합니다.

번호	① 귀사가 제공하는 지원(배려)의 방식은 무엇입니까?	② 지원(배려)의 대상의 명칭은 무엇입니까?	③ 귀사가 이 대상에 제공하는 지원금액은 총 얼마입니까?(원)	④ 이 지원사업을 위하여 외부로부터 받은 지원금/기부금은 얼마입니까?	사회성과
	선택입력	직접입력	직접입력	직접입력	자동계산
	현금기부	ABCD	2,000,000	0	2,000,000

입력 가이드	업로드할 증빙 자료
① 귀 사가 제공하는 지원의 방식을 선택 입력합니다.	-
② 지원 대상의 이름을 입력합니다.	
③ 귀 사가 ②의 대상에 제공하는 지원금액의 총 액수를 입력합니다.	
④ 귀 사가 비영리 조직 지원 사업을 위하여 외부로부터 받은 지원금 및 기부금을 기재합니다.	

제3부

사회성과 측정 결과의 이해와 활용: 사회성과리포트

1. 사회성과 리포트의 구성

사회성과인센티브 측정시스템(spas.socialincentive.org)에서는 참여기업의 성과측정결과를 일목요연하게 확인하고, 평가 할 수 있는 리포트 기능을 제공하고 있습니다.

사회성과 리포트는 다음과 같이 크게 5가지 내용으로 구성되어 있습니다.

<표 30> 사회성과 리포트 구성

구성		주요내용
1	기업정보	소셜미션, 설립시기, 직원수 주소 등
2	재무성과	자산총액, 자본총액, 매출액, 영업손익, 영업외수익/비용, 당기순이익 등
3	측정결과	사회성과 전체 측정결과
		사회성과 양적 측정결과(해당영역)
		사회성과 질적 측정결과(해당영역)
4	성과분석	동일업종 기업 중 사회성과 수준, 유사 매출규모 기업 중 사회성과 수준 사회성과 영역별

사회성과인센티브에 참여하는 모든 기업의 해당연도 성과측정과 검증과정이 완료되면 온라인 측정시스템을 통해 사회성과 리포트가 제공됩니다. 사회성과 리포트의 모든 내용은 사회성과인센티브 추진단이 측정, 검증한 것임을 보증합니다.

2. 측정 결과

전체 성과

측정결과는 우선 전체사회성과의 총 합계가 표시되며, 사회서비스/고용/환경/사회생태계 성과 등 4개 영역 중 해당 되는 성과측정 결과값이 표시됩니다. 해당 되지 않는 성과영역의 경우 '0원'으로 표시됩니다.



<그림 24> 4개영역 성과측정 결과값

양적 성과

사회적 기업이 만든 각 영역별 사회성과의 세부적인 내용과 성과측정 값이 정리되어 표시됩니다. 기업의 사회성과에 해당되지 않은 부분은 노출되지 않습니다.



<그림 25> 사회성과 세부내용 및 성과 측정값 표시

질적 성과(질적성과 측정기업만 해당)

양적 성과에 더하여 질적 성과를 측정한 경우, 각 해당 영역별(돌봄서비스, 의료서비스, 고용)로 기업간 상대평가 결과를 표시합니다. 상대평가 결과는 상/중/하 세 등급중에 하나로 표시됩니다. 질적 성과 측정대상에 해당하지 않는 경우 본 항목은 표시되지 않습니다.

③ 질적 사회성과

고용분야 질적 성과는 24,791,990 원입니다.	돌봄분야 질적 성과는 6,487,921 원입니다.	의료분야 질적 성과는 17,787,669 원입니다.
상대평가 결과 중	상대평가 결과 중	상대평가 결과 상

<그림 26> 질적 사회성과

3. 측정 결과 분석

그룹별 상대 비교

업종별, 매출 규모별 그룹 중 해당 기업의 상대적 사회성과 수준을 분석한 결과입니다. 분석항목은 다음과 같습니다.

동일업종/매출규모 그룹 내에서

- 사회성과의 총 규모(절대값) 수준의 상위/중위/하위 중 해당 수준
- 총매출 대비 사회성과 수준의 상/중/하위 중 해당 수준 → 경제성과 대비 사회성과
- 총지출 대비 사회성과 수준의 상/중/하위 중 해당 수준 → 사회성과의 효율성

동일업종 기업 중 우리 기업의 상대적 성과

우리 기업과 동일한 업종(공정무역, 교육, 돌봄, 문화예술 식품 심리치료 여행 위생 의료 제조업 주거, 환경 기타 등)에 속한 기업간 상대평가 결과를 제공합니다.

유사 매출규모 기업 중 우리 기업의 상대적 성과

우리 기업과 유사한 매출규모(5억 단위)에 속한 기업 간 상대평가 결과를 제공합니다.

기업명 의 성과분석 결과는 아래와 같습니다.			
동일업종 중 기업명 은(는)		매출규모가 비슷한 기업 중 기업명 의 성과는	
사회성과 총 규모	상 중 하	사회성과 총 규모	상 중 하
총 매출 대비 사회성과	상 중 하	총 매출 대비 사회성과	상 중 하
총 지출 대비 사회성과	상 중 하	총 지출 대비 사회성과	상 중 하

<그림 27> 유사 매출규모 기업중 우리 기업의 상대적 성과

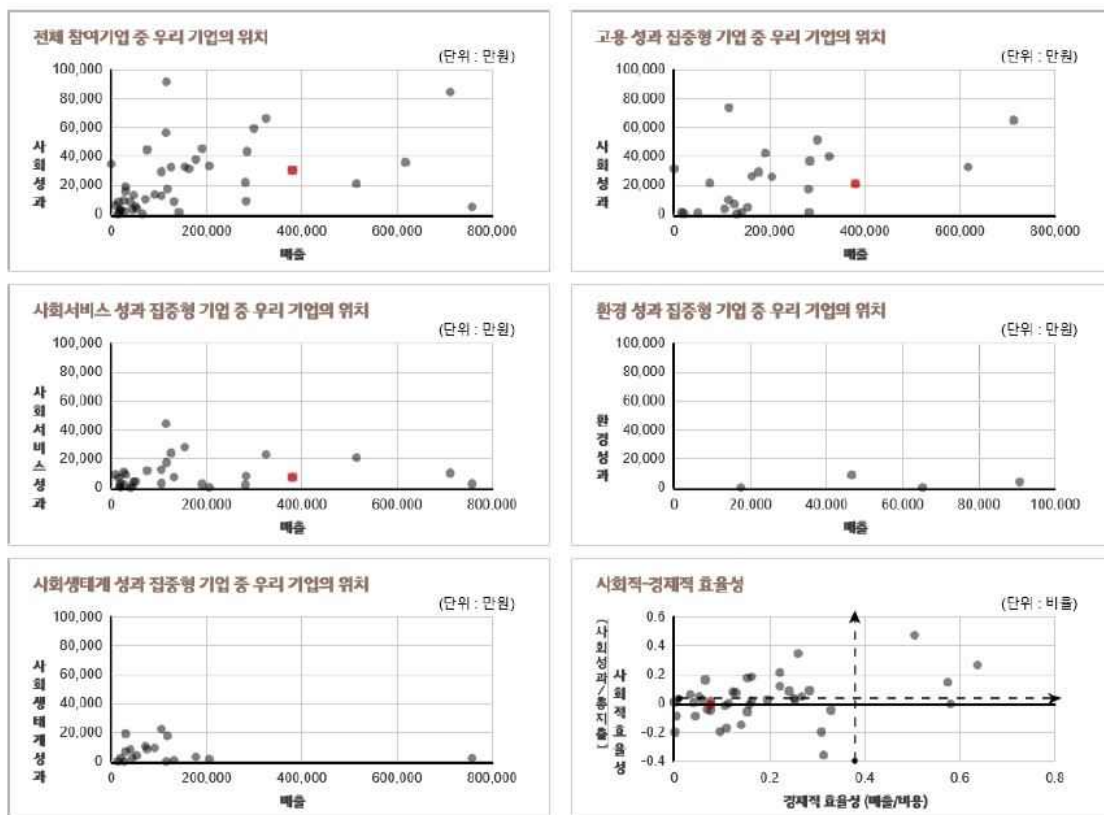
결과 분석 Chart

사회성과 리포트에서는 각 성과영역 및 사회적-경제적 효율성 기준에 따라 총 6개의 분석 차트가 제공됩니다. 이 차트를 통해 사회성과인센티브 참여기업 중 우리 기업의 사회성과의 상대적 위치를 확인 할 수 있습니다.

전체참여기업 중 우리기업의 위치

성과 측정년도의 전체 참여기업을 경제성과(매출)와 사회성과를 기준으로 분산시킨 차트 위에서 우리기업의 위치를 표시(붉은색)해 줍니다. 차트의 오른쪽으로 갈수록 높은 경제성과를, 위쪽으로 갈수록 높은 사회성과를 의미합니다.

본 차트를 통하여 동일 매출 수준의 기업 중 우리기업의 사회성과 수준을 확인할 수 있으며, 반대로 우리기업과 유사한 사회성과를 만든 기업들의 매출규모가 주로 어느 수준에 집중되어 있는 지도 확인할 수 있습니다.



<그림 28> 전체참여기업 중 우리기업의 위치

사회서비스 성과 집중형 기업 중 우리기업의 위치

성과측정연도의 참여기업 중 사회서비스 성과를 만드는 참여기업의 경제성과(매출)와 사회서비스 성과를 기준으로 분산시킨 차트 위에 우리기업의 위치를 표시해 줍니다.

고용 성과 집중형 기업 중 우리기업의 위치

성과측정연도의 참여기업 중 고용 성과를 만드는 참여기업들의 경제성과(매출)와 고용 성과를 기준으로 분산시킨 차트 위에 우리 기업의 위치를 표시(붉은색)해 줍니다.

환경 성과 집중형 기업 중 우리기업의 위치

성과측정연도의 참여기업 중 환경 성과를 만드는 참여기업들의 경제성과(매출)와 환경 성과를 기준으로 분산시킨 차트 위에 우리 기업의 위치를 표시(붉은색)해 줍니다.

사회생태계 성과 집중형 기업 중 우리기업의 위치

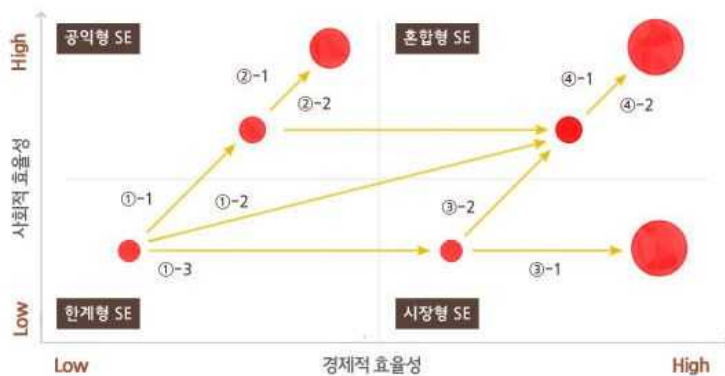
성과측정연도의 참여기업 중 사회생태계 성과를 만드는 참여기업들의 경제성과(매출)와 사회생태계 성과를 기준으로 분산시킨 차트 위에 우리 기업의 위치를 표시(붉은색)해 줍니다.

사회적-경제적 효율성

마지막 차트는 기업이 기업활동을 위해 투입한 비용에 대비하여 사회적, 경제적인 성과를 얼마나 창출했는가를 분석하는 차트입니다.

사회적 효율성이란 기업의 활동을 위해 투입한 비용(=총지출) 대비 사회성과의 크기를 나타내는 지표입니다. 값이 클수록 단위 비용 대비 사회성과를 많이 창출한다는 의미입니다.

경제적 효율성이란 기업의 활동을 위해 투입한 비용(총지출) 대비 경제적 수익(총수입)의 크기를 나타내는 지표입니다. 값이 클수록 단위 비용 대비 수익을 많이 창출한다는 의미입니다.



<그림 29> 사회적-경제적 효율성

사회적-경제적 효율성을 분석하기 위해 사회적 효율성의 중위값(median, 전체 참여기업 중 가장 중간 순위의 값)과 경제적 효율성의 자본가치 기준값(대출이자율)을 기준으로 4개 그룹으로 나누어 볼 수 있습니다. 각 분위별로 사회-경제적 성과에 따른 사회적 기업을 유형화 하고, 기업성과 개선 방향을 다음과 같이 제시할 수 있습니다. 따라서 우리 기업의 위치를 확인하고 이에 맞는 개선방향을 점검할 수 있습니다. 그러나 이러한 분석은 사회성과인센티브의 사회성과 측정

결과 및 재무자료에 따른 것이므로, 기업의 경영환경 및 여타의 기업정보를 함께 고려하여 기업의 성과개선 전략을 수립하는 것이 필요합니다.

<표 31> 사회적-경제적 효율성에 따른 기업성과 유형과 개선방향

기업 유형	개념	개선방향
한계형 SE	사회적-경제적 효율성 양쪽 모두 낮은 수준임.	①-1. 임팩트 모델 재정립 ①-2. 비즈니스모델의 재설계 ①-3. 재무 구조 개선, 가치혁신 및 수익성 제고
공익형 SE	사회적 효율성은 높으나 경제적 효율성은 낮은 수준임	②-1. 기부 연계형 임팩트 극대화 ②-2. 재무 구조 개선 및 효율성 제고 수익 창출형 신규 사업 개발
시장형 SE	사회적 효율성은 낮으나, 경제적 효율성은 높은 수준임	③-1. 사업규모 확대를 통한 사회적 가치의 총량 증대 ③-2. 사회적 목표집단의 재구성 : 문제가 더 심각한 계층으로 서비스 확대
혼합형 SE	사회적-경제적 효율성 양쪽 모두 높은 수준임	④-1. 규모 확대 및 솔루션의 복제 /확산을 통한 사회적 가치 극대화 ④-2. 관련 사회문제 해결의 고도화를 위한 신규사업 추진