Vol.2 | 2022. 4. 30

SPC Review

Social Progress Credit

사회성과를 화폐적으로 측정하고 인센티브를 받았다? 어디에 사용할까? 어떤 도움이 될까?

기업이 비즈니스를 하면서도 더 많은 사회문제를 해결하려면 특별한 동기부여 시스템이 필요합니다. 예를 들면 기업이 해결한 사회문제에 대해 시장에서 성과로 인정받는 제도가 될 수도 있습니다. 이를 위해서는 어떤 사회문제를 얼마큼 해결했는지 정확한 측정과 이에 대한 적절한 보상이 설계되면 도움이 될 것입니다.

사회성과인센티브(SPC, Social Progress Credit) 프로젝트는 측정과 보상이라는 두 가지 메커니즘의 효과를 실험해 왔습니다. 사회적 기업이 창출한 사회적 가치를 화폐적으로 측정하고 일정 부분을 현금으로 보상해 그 효과를 관찰하고 있습니다.

지난 SPC Review 1호에서는 평균과 분산으로 SPC 참여기업들의 특성을 살펴보았습니다. 이번 2호에서는 SPC 참여기업 인터뷰(임팩트 투자사 포함)와 인식조사(SPC 참여기업 서베이)로 취합된 정보를 소개해 볼까 합니다. SPC 참여기업들은 창출해 낸 사회적 가치의 측정 결과와 그에 따른 인센티브를 어떻게 활용하고 있을까요? 그리고 실제로 어떤 도움이 되었을까요?

CSES | 사회적가치연구원
Center for Social value Enhancement Studies

측정 결과와 인센티브를 어디에 쓸까?

01

SPC 참여기업 서베이

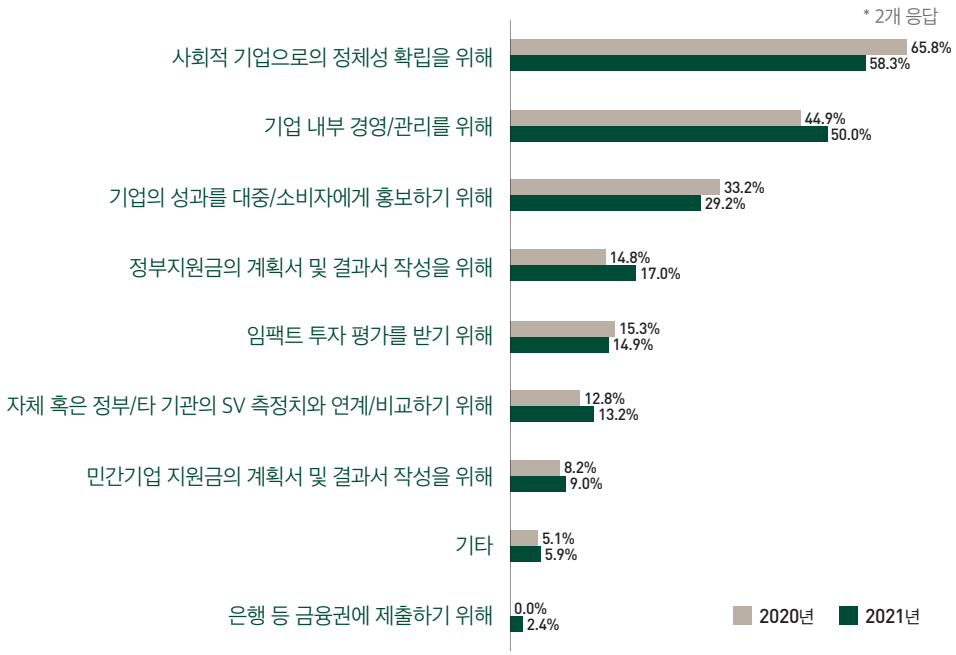
SPC 참여기업을 대상으로 사회적 가치, 사회문제, 기업역량, 기업가정신 등에 대한 인식 변화를 추적하는 조사입니다.

응답자인 SPC 참여기업 대표의 특성을 살펴보면(2021년 7월 조사 기준) 평균 54세, 남자 71.9%, 사회적 기업 생태계 관련 평균 경력은 8.7년이고 75.4%가 기업의 대표이자 창업자입니다.

해당 설문조사 DB는 SV Hub (https://svhub.co.kr/)에서 신청 후 다운로드 받을 수 있습니다.

사회성과 측정 결과의 활용

SPC 참여기업은 사회성과 측정 결과를 주로 사회적 기업이라는 **정체성을 확립**하는 데 활용(2020년 65.8%, 2021년 58.3%)하고 있습니다. 또한 2020년 대비 2021년에는 **기업 내부 경영/관리 목적**으로 활용하는 경우는 5.1% 증가(44.9%→50.0%)했고 **임팩트 투자, 정부/민간기업 지원금 등 투자 및 지원**을 받기 위한 자료로 활용하는 경우는 2.6% 증가(38.3%→40.9%)한 것으로 확인됩니다.

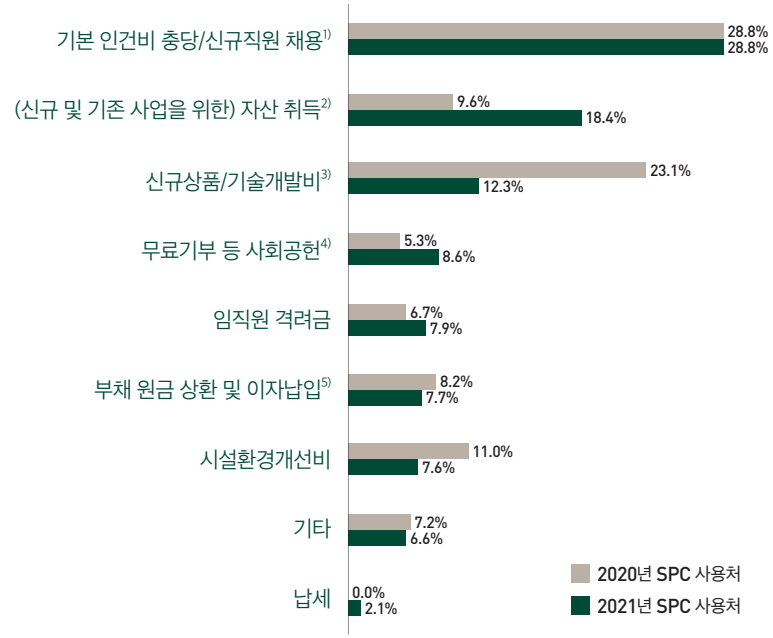


사례 1 **사회적 기업 정체성 인정, 투자 유치 자료로 활용**

취약계층의 안전 보호를 미션으로 하는 A기업은 국내에서 스타트업으로 분류됩니다. 사회문제를 해결하고 있다는 자부심을 가지고 있지만, 국내 기준에서는 소셜 벤처로 인정되지 않기 때문입니다. 이에 A기업은 소셜 벤처로 인정받고자 SPC에 참여했으며 SPC 참여기업 선정 이후, 특히 해외에서는 소셜 벤처로 기업을 소개하고 있습니다.
친환경 대체재를 개발한 B기업은 마케팅 자료로 사회성과 측정값을 활용합니다. 공인된 수치이기에 특히 해외IR에서 임팩트가 크기 때문입니다. 또한 자체적으로 화폐적 측정을 추가로 진행해 IR피칭에 활용하고 있습니다.

현금 인센티브의 활용

2020~2021년 동안 금전적 인센티브는 주로 **인력, 기술개발**에 사용된 것으로 파악됩니다. **기술 및 시설투자(자산 취득, 기술개발, 시설환경개선)**는 전년 대비 5.5% 감소(43.7%→38.2%)한 반면, **사회공헌(무료기부 포함)**은 3.3% 증가(5.3%→8.6%)했습니다.



사례 2 **예측 가능한 인센티브, 재투자 및 인건비로 활용**

C기업은 프로젝트 참여 기간 동안 사업비가 크게 소요되고 상품 판매 이후에 수익이 발생되는 구조를 보였습니다. C기업은 인센티브에 맞춰 예산 계획을 세우고 그에 따라 현금을 사용할 수 있어 기업 운영에 도움을 받았다고 합니다. 측정한 사회적 가치만큼 인센티브가 주어지는 사회성과인센티브가 현금 지급, 사용의 자율성, 규모의 예측 가능성이라는 측면에서 수익이 발생하지 않는 기간 동안 인건비로 활용하거나 재투자 비용으로 사용하기가 유용하다는 것입니다.

1) 2021년 '기본 인건비 충당(23.8%)', '신규 직원 채용 인건비(5.0%)'
2) 2021년 '기존 사업을 위한 유무형 자산 취득(8.3%)', '신규 사업을 위한 유무형 자산 구입(10.0%)'
3) 2021년 '기술개발비'로 수정
4) 2021년 '무료 기부(2.0%)', '기타 사회공헌(6.6%)'
5) 2020년 '기존 부채상환 및 이자납입(7.5%)', '신규대출발생 및 이자비용(0.7%)'

도전과 과제

SPC에 참여하는 모든 기업은 사회성과 측정 리포트를 받게 됩니다. 더 많은 사회적 기업들이 이러한 리포트를 통해 자신의 사회성과를 입증할 수 있는 제도화가 필요합니다.

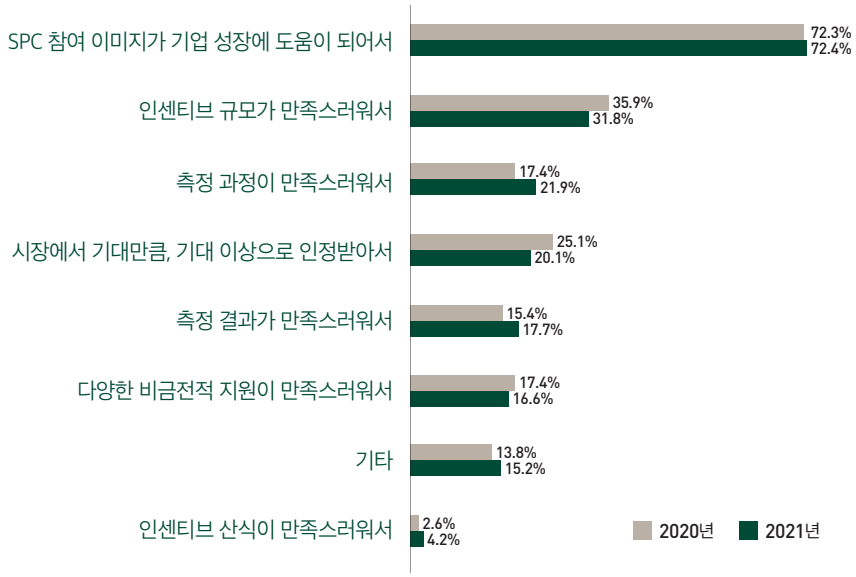
SPC는 사용처를 제약하지 않는 현금 인센티브를 부여합니다. 현금 인센티브 사용처를 기업 스스로 정하는 것이 가장 효율적입니다.

측정 결과와 인센티브는 어떤 도움이 될까?

02

SPC의 지속적인 참여 목적

SPC 참여기업의 70% 이상은 **SPC에 참여한다는 이미지가 기업 성장**에 도움이 된다는 점에서 지속적인 참여 이유를 밝혔고, 응답자의 30% 이상은 **인센티브 규모**를 참여 이유로 들었습니다. 또한, 전년 대비 **측정 과정 만족**(4.5% 증가) 및 **측정 결과 만족**(2.3% 증가)의 응답 증가는 사회성과인센티브의 측정이 보안/발전하고 있다는 시그널로 해석할 수 있습니다. 다만, 인센티브 산식에 대한 만족도는 낮은 것으로 나타납니다. **인센티브 규모도 중요하지만 많은 사람이 수용하고 납득할 수 있는 인센티브 산식**을 설계하는 것이 중요한 과제입니다.

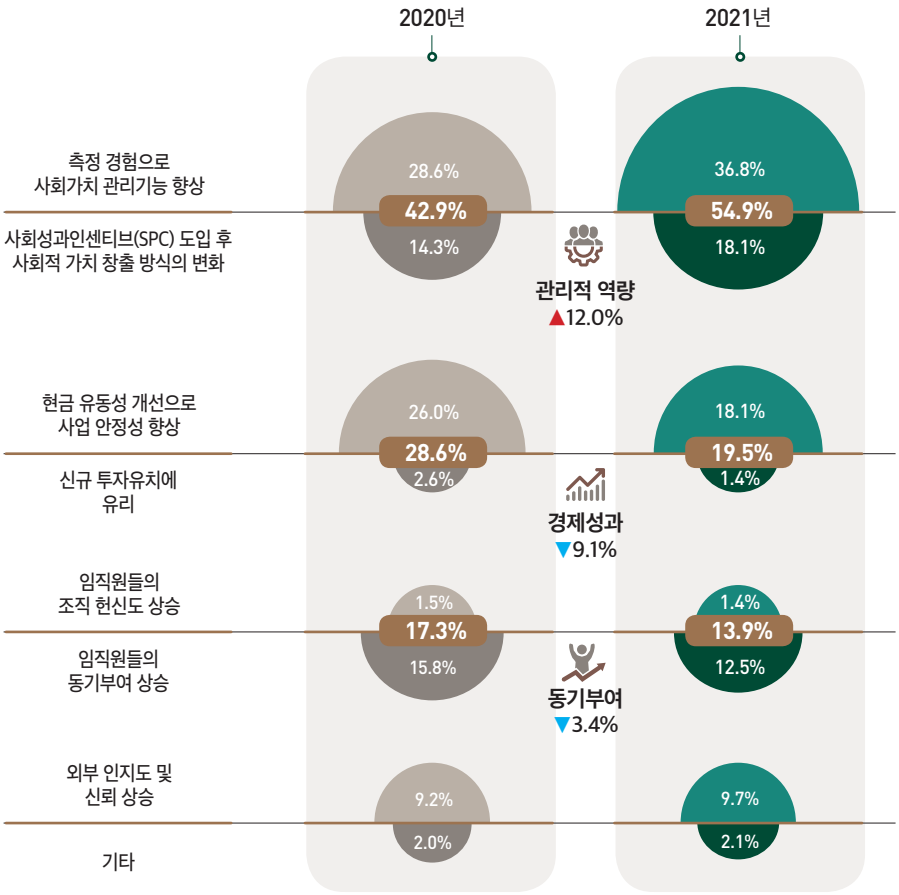


사례 3 긍정적 기업 이미지 형성, 시장의 인정 효과

앞서 살펴본 A기업은 특히 해외IR에 주력하고 있으며 해외 피칭 시 수익 모델과 더불어 소셜 미션, 사회가치를 강조합니다. 일도 잘하고(수익성) 이미지도 좋은 회사(사회가치 창출)라는 점이 투자자들에게 어필되기 때문입니다. A기업은 사회성과인센티브 프로젝트가 다른 사업/프로젝트에 비해 자유로운 피칭이 가능하기 때문에 참여할 수 있었다고 설명합니다. 사회적 기업, 소셜 벤처로 구분되지는 않지만 소셜 미션을 추구하는 다양한 기업들의 참여가 가능하다는 것입니다.
또한, 환경 가치를 창출하는 D기업은 사회성과인센티브 참여기업이라는 이력으로 투자자들의 관심이 달라진다는 점에서 성과 측정이나 인센티브 제공뿐만 아니라 사회성과인센티브 참여기업 선정만으로도 기업에 긍정적인 영향을 준다고 말합니다.

SPC의 기업 역량 강화

사회성과 측정 및 인센티브는 **기업의 관리적 역량, 경제성과 안정성, 기업 구성원 동기부여에 도움**이 되는 것으로 나타났습니다. **2020~2021년을 비교**해 보면, 측정 경험으로 인한 **관리적 역량**이 12.0%로 크게 **강화**된 반면 현금 유동성 개선 및 투자 유치 등 **경제성과**는 9.1% **감소**했습니다. 또한 조직 헌신도 등 **동기부여**는 3.4% **감소**했습니다.



사례 4 KPI 설정 기여, 연간 자료 관리 효과

임팩트 투자사 E기업은 기업의 성장, 투자 가치 등을 판단할 수 있는 객관적 기준 측면에서 사회가치의 화폐적 측정의 장점을 강조합니다. 사회성과인센티브를 통해서 기업들이 연속적으로 데이터를 수집/관리할 뿐만 아니라 KPI 설정으로 연결시켜서 외부 투자에 활용하면 좋을 것 같다고 얘기합니다.
공정무역을 지향하는 F기업은 현금 인센티브를 장점으로 고려해 사회성과인센티브에 지원했지만 지금은 연간 자료 관리 측면을 장점으로 꼽습니다. 매년 사회성과 및 재무성과를 객관적으로 측정(수치화)하면서 자료 관리 및 외부 기관의 검증 효과가 있다는 것입니다.

도전과 과제

눈에 보이지 않는 사회적 가치를 화폐적으로 측정해 보면 기업 내외부 자원 활용/관리가 보다 효율화될 수 있습니다.

사회적 기업의 데이터 관리 역량 강화는, 사회적 가치 시장화를 위한 인프라 구축의 필수 요건입니다.

이달의 추천 연구

Lee, C. K., Mousa, F. T., Lee, J., & Lee, S. H. S. (2021). Consumer Behaviour and Social Entrepreneurship: The Case of South Korea. *Journal of Social Entrepreneurship*, 1-20.

*본 논문은 CSES의 <사회적 가치 서베이(현 한국인이 바라본 사회문제)> 데이터를 활용했습니다.