

SPC DB(2015-2024) 이용가이드



I

사회성과인센티브
기업체 패널조사 소개

1. 조사 개요

1.1. 조사 배경06

1.2. 조사 목적07

2. 조사 설계와 방법

2.1. 조사대상 선정07

2.2. 데이터 수집10

2.3. 사회성과 측정10

3. 조사 내용13

4. 데이터 배포13

II

데이터 설명

1. 데이터 구조 및 구성16

2. 변수 구성 방식17

3. 데이터 이용 시 유의사항18

III

주요 변수 설명

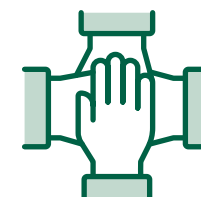
1. 참여기업 기본 정보22

2. 경제성과24

3. 사회성과27

I

사회성과인센티브 패널조사 소개



1. 조사 개요

- 1.1. 조사 배경
- 1.2. 조사 목적

2. 조사 설계와 방법

- 2.1. 조사대상 선정
- 2.2. 데이터 수집
- 2.3. 사회성과 측정

3. 조사 내용

4. 데이터 배포

I | 사회성과인센티브 패널조사 소개¹⁾

1. 조사 개요

1.1 조사 배경

사회성과인센티브는 사회문제 해결을 조직 미션으로 하는 기업이 창출한 사회적 가치가 시장의 가격기구에 반영되지 않는 문제를 해결하기 위하여 사회적 기업의 사회성과를 화폐가치로 환산하여 측정하고 그 크기에 비례하여 현금 인센티브를 제공하여 그 효과를 검증하는 실험이다. 이 프로젝트는 SK그룹의 최태원 회장이 2013년 다보스포럼에서 제안한 'Social Progress Credit(SPC, 사회성과인센티브)' 아이디어를 사회적경제조직 생태계에 적용한 것이다. SPC는 사회적 가치에 기반한 인센티브이자 거래 가능한 유가 증권을 의미한다. SPC는 각 국가가 처한 상황에 맞게 다양한 형태로 개발될 수 있는데, 예를 들면 정부가 사회적 기업이 창출한 사회적 가치에 비례하여 해당 기업에 세액 공제권을 부여하고, 해당 기업은 이를 시장에 유통시킬 수 있도록 하여 사회적 기업 생태계에 자금이 유입되는 방식을 들 수 있다. 사회성과인센티브의 두 축은 '사회적 가치 측정'과 '금전적 인센티브'로, 이를 통해 사회적 기업이 사회문제 해결에 집중하고 동시에 지속가능성을 높일 수 있는 사회적 기업 생태계의 선순환구조를 만드는데 궁극적인 목적이 있다.

사회성과인센티브 프로젝트 2015년부터 시작되었다. SK그룹이 재원을 마련하고, 제도의 취지에 공감한 한국사회적기업진흥원, 한국사회적기업중앙협의회, 학계가 공동으로 '사회성과인센티브추진단'을 구성하여 프로젝트를 추진하였다. 사회성과인센티브는 사회적 가치 측정에 있어서 '합의', '화폐화'를 지향한다. 그에 따라서 사회성과를 화폐가치로 환산할 수 있는 측정 방법론과 표준식 또한 개발되었다.

측정방법론과 표준식에 근거한 사회성과인센티브는 2018년 사회적 가치에 대한 본격적인 측정과 연구를 목적으로 하는 SK그룹 출연 (재)사회적가치연구원(Center for Social value Enhancement Studies, CSES)의 설립과 함께 SPC DB로 구축되어 체계적으로 측정, 연구, 관리되고 있다. 사회적가치연구원은 사회성과인센티브 실험을 통해 사회문제 해결을 조직 미션으로 하는 조직의 사회적 가치를 측정한다. 그리고 그 과정에서 축적된 데이터를 연구자 및 실무자가 활용할 수 있도록 SPC DB로 전환하여 대외 공개하고 있다. SPC DB에는 사회성과인센티브 실험에 참여한 사회적 기업의 기본 정보를 비롯하여 매출액, 영업이익 등의 재무성과와 화폐가치로 측정한 사회성과, 인센티브 금액이 포함되어 있다.

1. 라준영 외(2018), 사회성과인센티브 측정매뉴얼, SPC DB 소개 설명회 자료, SPC 모집설명회 자료 등을 참고하여 작성되었음.

1.2 조사 목적

사회적 기업은 시장원리를 활용하여 사회문제를 해결하는 기업조직이지만 사회적 기업이 창출한 가치가 가격기구에 제대로 반영되지 않기 때문에 사회성과가 우수한 기업이라도 기업의 지속가능성과 성장에 필요한 자본을 시장에서 조달하는 것이 매우 어렵다. 사회성과인센티브(SPC)는 사회적 기업이 창출한 사회적 가치를 화폐로 측정하여 현금으로 보상함으로써 사회적 기업의 시장실패의 문제를 해결하는 데 있어 마중물 역할을 하기 위해 마련된 제도이다. 따라서 사회성과인센티브 프로젝트에 참여하는 기업의 사회성과를 체계적으로 측정하는데 필요한 기초정보를 수집하고 표준화된 측정방법과 산식을 토대로 사회성과를 화폐화하여 측정하는 것은 매우 중요하다. 참여기업의 사회성과는 1년 단위로 측정하며, 인센티브는 각 참여기업이 창출한 사회성과에 비례하여 일정 비율로 연 1회 지급하게 된다.

사회성과의 화폐가치로의 환산은 사회성과를 기업가치에 반영하기 쉽고 다종다양한 사회적 기업의 성과를 동일한 기준으로 비교 평가할 수 있으며, 측정 방법의 반복 적용이 용이하여 신뢰성을 확보할 수 있다는 장점이 있다. 또한 커뮤니케이션과 성과/비용 기반 자원배분이 용이하며 임팩트 투자 의사결정의 정보를 제공해줄 수 있다는 점도 장점이라고 할 수 있다.

2. 조사 설계와 방법

2.1 조사대상 선정

조사대상 기업은 사회적 가치 창출을 목적으로 하는 기업(법인)을 대상으로 하며 매년 7~8월에 신규 참여기업을 모집을 시작한다. 모집대상 기업은 업력 제한이 없고 창출하는 사회성과가 명확하고 측정이 가능하며 재무제표 제출이 가능해야 한다. 또한 설립 목적과 미션이 사회문제 해결과 밀접하게 연계되어 있고 현재 사업을 통해 안정적으로 사회성과를 창출하고 있는 기업이면 신청 가능하다. 2023년 기준, SPC 참여기업은 4년(1+3년)을 기간으로 협약을 하며²⁾ 협약기간 동안 매년 경제성과와 사회성과 측정에 필요한 자료를 제출한다. 그리고 제출한 자료를 토대로 측정된 사회성과에 기반하여 사회성과인센티브를 제공받는다.

모집대상 기업은 연도별로 다소 차이가 있는데 2015년과 2016년에는 우수 사회적 기업을 추천받아 심사를 거쳐 선정하였으며, 2016년부터는 공모를 통해 대상기업을 모집하고 있다. 연도별 모집 방법과 기준 및 모집기업 규모는 다음과 같다.

2. SPC 참여기업의 협약기간은 2021년에 변동되었다. 2015년부터 2020년까지 선발한 기업은 3년을 기간으로 협약하고 사회성과인센티브 사무국(사회적가치연구원)과 SPC 참여기업 간 협의에 따라 추가적으로 3년을 연장할 수 있어 최대 협약 기간은 6년이었다. 2021년부터 선발된 기업의 협약기간은 4년(1+3년)으로 변경되었다. 첫 해에는 측정에 적응하는 가측정 기간으로 간주하여 측정비 500만원만 지급되고 두 번째 해부터 3년간은 본측정으로 간주하고 화폐적으로 측정한 사회성과에 비례하여 인센티브가 지급된다.

<표 1> 연도별 모집 대상의 특성				
연도	모집 방법	모집 대상	모집 기준	모집 규모
	7개 협력기관 추천	사회적 기업	• 사회적 미션의 명확성 • 사회문제 해결방법의 혁신성 • 성장/확산 가능성 • 사회적기업가의 책임감과 진정성	44개
2016년	협력기관 추천 20%, 공모 80%	사회적 기업 소셜벤처	• 사회적 미션의 명확성 • 기존에 없는 BM 보유 기업 • 스케일업 부문의 경우 지난 2년 동안 평균 매출 2억원 이상	50개
2017년	일반공모	사회적 기업 소셜벤처 스타트업	• 사회적기업 부문: 업력 7년 미만, 최근 2년 평균 매출 5억원 이상 • 소셜벤처 & 스타트업 부문: 전년도 매출 1억원 이상	36개
2018년	일반공모	사회적 기업 소셜벤처 스타트업	• 사회적 가치 창출을 목적으로 하는 기업(법인)으로 법인형태 및 사회적기업 인증 여부에 따른 제한 두지 않음 • 17년도 매출이 2억 이상인 기업 우대	35개
2019년	일반공모 (서류+ 면접심사)	사회적 기업 소셜벤처 스타트업	• 사회적 가치 창출을 목적으로 하는 기업(법인) • 업력 등의 제한은 없으나 19년도 재무제표 제출이 가능한 기업 • 18년도 매출이 2억 이상인 기업 우대	35개
2020년		사회적 기업 소셜벤처 스타트업 영리기업	• 사회적 가치 창출을 목적으로 하는 기업(법인) • 업력의 제한은 없으나, 전년도 재무제표 제출이 가능한 기업 • 창출하는 사회적과가 명확하고 측정이 가능한 기업 • 매출 2억원 이상인 기업 '우대'	66개
2021년		사회적 기업 소셜벤처 스타트업 영리기업	• 사회적 가치 창출을 목적으로 하는 기업(법인) • 업력의 제한은 없으나, 전년도 재무제표 제출이 가능한 기업 • 창출하는 사회적과가 명확하고 측정이 가능한 기업 • 매출 2억원 이상인 기업 '우대'	44개
2022년			• 사회적 가치 창출을 목적으로 하는 기업(법인) • 업력의 제한은 없으나 2021년도 재무제표 제출이 가능한 기업 • 창출하는 사회적과가 명확하고 측정이 가능한 기업 • 2021년도 매출이 2억 이상인 기업 우대	44개
2023년			• 사회적 가치 창출을 목적으로 하는 기업(법인) • 업력의 제한은 없으나 2022년도 재무제표 제출이 가능한 기업 • 창출하는 사회적과가 명확하고 측정이 가능한 기업 • 2022년도 매출이 2억 이상인 기업 우대	44개
2024년			• 사회적 가치 창출을 목적으로 하는 기업(법인) • 업력의 제한은 없으나 2022년도 재무제표 제출이 가능한 기업 • 창출하는 사회적과가 명확하고 측정이 가능한 기업 • 2023년도 매출이 2억 이상인 기업 우대	44개
2025년			• 사회적 가치 창출을 목적으로 하는 기업(법인) • 업력의 제한은 없으나 2022년도 재무제표 제출이 가능한 기업 • 창출하는 사회적과가 명확하고 측정이 가능한 기업 • 2024년도 매출이 2억 이상인 기업 우대	20개

* 출처: 2015-2024 사회적과인센티브 모집 공고문, 2019-2024 사회적과인센티브 모집설명회 자료

측정대상 기업은 서류심사를 토대로 선정되며 2019년부터는 대면 인터뷰를 거쳐 선발하고 있다. 구체적으로는 1차 심사에서 기업이 제출한 심사 신청서를 기반으로 재무 가치와 사회 가치를 평가하고 2차 심사인 대면 인터뷰에서는 SPC에 대한 이해도, 프로젝트 참여 의지, 사회성과 창출 의지, 소셜미션 명확성, 성과 측정 가능성 등에 대해 심사한다. 서류 심사 평가항목은 다음과 같다.

<표 2> SPC 참여기업 서류 심사 평가 항목(2024년 기준)		
대분류	중분류	설명
사회적 가치	소셜미션의 명확성	사회문제 해결과 사회적 가치를 추구하는가?
	SV 관련성	사업분야와 SV가 관련되어 있는가?
	SV 창출 효율성	사회성과를 효율적으로 창출하는가?
	SV 창출 효과성	사회성과를 효과적으로 창출하는가?
	SPC 마중물 효과	인센티브로 보완가능한 적자인가?
재무적 가치	성장성	매출이 안정적인가?
	수익성	영업적자(순손실) 개선 여지가 있는가?
	안정성	부채비율이 낮고 안정적인가?
혁신적 가치	솔루션 영향력	혁신적인 방법으로 사회문제를 해결하는가?
		확산이 필요한 해결 방식인가?
	시장 경쟁력	시장에서 경쟁력을 갖추고 있는가?

* 출처: 2024 사회적과인센티브 모집설명회 자료

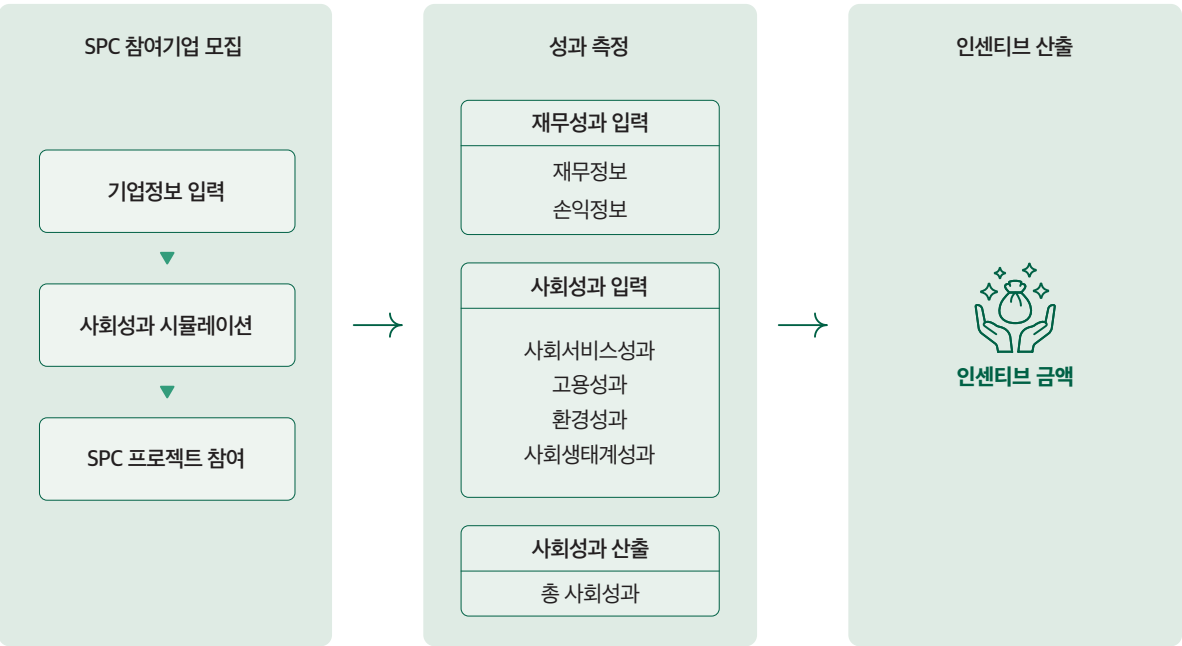
사회성과인센티브 참여기업과 측정기업 수는 일치하지 않을 수 있는데 그 이유는 기업이 불가피한 이유로 측정에 참여할 수 없거나, 기업에서 측정에 참여하기 원치 않아 협약관계를 종료한 경우(협약 종료), 윤리 경영 문제, 비협조적 태도, 연락 불가 등 계약 위반 내용 혹은 장기 무성과 기업으로 사무국에 의해 협약이 해지되었거나, 재협약을 미체결한 경우(협약 해지), 신규 측정 지표 개발이 필요하거나 측정 가능한 성업 성과 및 데이터가 없는 경우(측정 유예), 증빙 자료 미제출 등 측정에 비협조적이거나 경영난/인력 부족으로 참여가 어려워 당해년도 측정에 참여하지 못한 경우(측정 제외)가 발생하였기 때문이다. 2015년 이후 사회적과인센티브 누적 참여기업과 측정기업 수는 다음과 같다.

<표 3> 누적 참여기업수 및 측정 현황, 2015-2024											
구분		15년	16년	17년	18년	19년	20년	21년	22년	23년	24년
참여기업(누적)		44	94	130	188	222	324	362	404	448	468
협약	전체	44	93	127	179	211	303	322	354	359	216
	측정	43	92	125	169	200	300	314	347	359	196
	측정 유예	0	1	2	10	5	0	0	0	0	0
	측정 제외	0	0	0	0	6	3	8	7	0	20
협약 종료(누적)			1	3	8	14	15	24	24	47	21
협약 해지(누적)			1	1	4	5	6	10	10	19	6

* SPC 참여기업은 매년(y+1) 전년도(y)에 창출한 성과를 측정하며, <표 2>의 연도는 기업이 창출한 성과를 측정한 연도(y+1)가 아닌 기업이 성과를 창출한 연도(y)를 의미한다.

2.2 데이터 수집

사회성과인센티브 측정과 관련된 정보는 측정시스템(SPAS, Social Progress Appraisal System)을 통해 수집 및 관리된다. SPAS는 사회성과인센티브 사업에 참여를 원하는 기업의 지원서부터 재무정보, 사회성과 시뮬레이션, 그리고 협약 후 지속적인 데이터 업데이트까지 참여기업이 자체적으로 관리할 수 있는 플랫폼으로, 이를 이용해 참여기업은 일반적인 기업의 기본정보를 직접 입력하고, 재무정보로 재무제표를 제출한다. 이들 자료는 사회적가치연구원의 확인과 검토를 거쳐 DB로 구축된다. 사회성과는 플랫폼에 포함되어 있는 표준식에 의해 자동으로 산출되며, 기업이 제출한 증빙자료를 토대로 사회적가치연구원의 확인과 검토를 거쳐 확정된다. SPAS를 이용한 데이터 조사의 기본틀은 다음과 같다.



<그림 1> 사회성과인센티브 측정시스템(SPAS) 조사 체계

2.3 사회성과 측정³

1) 사회성과의 정의와 측정범위

◎ 정의
‘사회성과’는 조직 활동의 결과물로서의 사회적 가치라고 할 수 있다. 사회성과인센티브에서는 ‘사회성과’를 ‘기업이 경영활동을 통해 직접적으로 창출한 사회적 가치’로 정의한다(김소예 외, 2024). 사회성과는 기업활동의 경제적 성과인 ‘재무성과’에 상응하는 회계적 개념이고 따라서 기업 활동을 통해 발생한 사회적 편익과 비용을 합산하여 측정할 수 있다.

3. 김소예 외(2024)를 참고하여 요약 정리함. 사회성과에 대한 상세한 측정방법은 별도로 제공되는 ‘사회성과인센티브 사회성과 측정 매뉴얼’을 참조할 것.

◎ 측정 범위

사회성과의 측정 범위는 사명부합성, 결과중심성, 미보상성을 기준으로 한다. 즉 기업의 사회적 사명과 핵심 비즈니스에 부합하는 사회성과(사명부합성), 조직 활동의 결과로서의 사회성과(결과중심성), 그리고 가격기구와 제도를 통해 보상되지 않은 사회성과(미보상성) 위주로 측정한다. 이러한 원칙에 따라 기업의 부수적, 간접적 성과는 배제되며, 기업활동을 통해 목표집단, 즉 수혜자가 얻은 직접적인 편익만을 측정대상으로 삼는다. 또한 이미 기존 시장에서 매출 및 지원금의 형태로 가격화되어 보상이 끝난 사회성과는 배제하고 가격에 반영되지 않아 보상되지 못한 사회성과만을 포함한다.

◎ 측정 기간

사회성과의 측정은 재무회계와 마찬가지로 1월 1일부터 12월 31일까지 1년 단위로 측정한다.

2) 측정원리

사회성과는 다양한 지표로 측정할 수 있으나 사회성과인센티브에서는 정량적인 지표만을 이용한다. 측정의 원리는 이해관계자 회계원리, 보수성의 원칙, 준거시장 기준의 원칙 등 세 가지로 요약될 수 있다.

◎ 이해관계자 회계 원칙

기업활동과 직접 관련된 이해관계자의 편익과 비용을 측정하고자 하며 결과적으로 이해관계자별 편익과 비용을 합산한 것, 즉 사회적 편익에서 사회적 비용을 뺀 값과 동일하다.

◎ 보수성의 원칙

사회성과인센티브는 사회적 가치의 과대 계상을 최대한 방지하기 위하여 누구나 합의할 수 있는 객관적인 사회성과만을 포함한다. 따라서 목표집단과 관련이 없는 일반적인 소비자 후생이나 영리시장에서 일반적으로 발생할 수 있는 양의 외부 효과로서의 사회적 편익도 측정에 포함시키지 않는다.

◎ 준거시장 기준의 원칙

현실적인 시장가격을 추정하여 화폐가치로 환산한다. 만일 일반 시장가격이 존재한다면 즉각적인 가격비교를 통해서 측정하며, 그렇지 않은 경우에는 유사한 생산 활동을 하는 실제 공급자들의 공급의사가가격(willingness to supply)이나 구매자의 지불의사가가격(willingness to pay)을 조사하는 방식으로 추정한다. 이 때 개별조사의 표본의 대표성 문제를 보완하기 위하여 국가통계 DB 등 추정 값의 신뢰성을 보완할 수 있는 방식을 적용한다. 시장가격이 존재하지 않는다면, 사회적 기업이 추가적으로 지불한 비용을 기준으로 사회적 편익을 추정한다.

3) 측정체계

사회성과 측정 체계는 사회적 기업의 사명과 사회성과 창출 방법에 따라 4가지 영역으로 구분된다. 사회적 기업의 사명은 사람을 대상으로 하는 사회문제 해결과 자연생태계를 대상으로 하는 환경문제 해결로 구분하고, 사회성과 창출방법은 재화 및 서비스(product) 자체를 통해 사회문제를 해결하는 경우와 재화나 서비스를 생산하는 과정, 즉 가치사슬에서 사회성과를 만들어 내는 경우로 구분한다. 이에 따라 사회성과 측정지표 체계는 제품/서비스(前 사회서비스) 내부공정(前 고용), 환경, 외부공정(前 사회생태계) 성과로 구분된다.

사회적기업의 사명		
사회성과 창출 방법		환경문제 해결
제품/서비스(product)		IV. 환경성과 1. 재사용 2. 재제조 3. 재활용 4. 친환경 대체재료 5. 친환경 프로세스 6. 생태계 복원력 강화
공정(process)	내부	II. 내부공정성과(前 고용성과) 1. 직접고용 2. 경과성 일자리 3. 중증 돌봄 대체
	외부	III. 외부공정성과(前 사회생태계성과) 1. 소농거래 2. 공정무역 - 농산물 3. 공정무역 - 비농산물 4. 공정 여행 - 해외, 국내 5. 크라우드펀딩 - 기부형, 리워드형 6. 고용에 준하는 새로운 경제조직 형성과 일자리 창출 7. 취약생산자 추가 거래 기회 제공 8. 문화예술 자산보호 9. 비영리 조직 지원 10. 시민자산 형성 및 확대 11. 취약그룹 불공정 거래 예방

* 출처: 김소예 외(2024)에서 발췌

<그림 2> 사회성과 측정지표 체계

영역별 사회성과 측정 내용은 다음과 같다.

<표 4> 개별 사회성과별 측정 내용	
구분	측정
제품/서비스성과 (DB 기준, 사회서비스성과)	• 복지, 보건, 교육, 문화 등 광의의 사회적 서비스로 인해 발생한 대상 집단의 삶의 질 개선 효과를 의미 • 주로 동일 서비스의 시장 기준 가격대비 사회적 기업 제공가격의 차이로 측정
내부공정성과 (DB 기준, 고용성과)	• 장애인, 저소득층, 노인, 탈북자, 결혼이민자 등 사회적 취약계층을 고용해서 발생한 사회적 편익의 증대 효과를 의미 • 주로 근로소득 증대분으로 측정. 근로소득 증대분은 고용된 취약계층의 개선된 삶의 질을 의미하는 가처분 소득 증가 효과와 정부의 관련 예산절감과 세수증대 등 가용 예산의 증대 효과를 모두 포함
환경성과	• 자원절감과 환경오염 저감 효과를 의미 • 절감한 자원과 오염물질 처리비용의 화폐가치를 추정하여 측정
외부공정성과 (DB 기준, 사회생태계성과)	• 취약지역 소농/소상공인의 소득 증대 효과와 사회적 기업 생태계를 지원하는 것이 사명인 사회적 기업이 해당 생태계에 기여한 부가가치를 측정 • 아울러 기부생태계의 활성화, 사회적 문화자산, 시민역량 등의 향상도 포함

* 출처: 김소예 외(2024) 재구성

4) 인센티브 비율

사회성과인센티브는 2015-2016년 참여기업에는 1,000만원, 2017년부터 선발된 참여기업에는 500만원을 최소 보장하고 있으며, 전년대비 증분이 (-)인 경우에는 당해년도 사회성과 총량에 대해서만 보상한다. 또한 참여 연차에 비례하여 차등적으로 지급되는데, 인센티브 산정 비율은 다음과 같다.

<표 5> 인센티브 산정 비율	
구분	인센티브 산정 비율
SPC 1기~5기 기업 (2015~2019년 선발 기업)	• 참여 1년차: 당해년도 사회성과 총량의 25% • 참여 2~3년차: 당해년도 사회성과 총량의 15% + 전년대비 사회성과 증분의 25% • 참여 4~6년차: 당해년도 사회성과 총량의 5% + 전년대비 사회성과 증분의 50%
SPC 6기 기업 (2020년 선발 기업)	• 참여 1~3년차: 당해년도 사회성과 총량의 15% + 전년대비 사회성과 증분의 25% • 참여 4~6년차: 당해년도 사회성과 총량의 5% + 전년대비 사회성과 증분의 25%
SPC 7기 이상 기업 (2021년 이후 선발 기업)	• 1년차(가측정): 측정비 500만원 • 2~4년차: 당해년도 사회성과 총량의 15% + 전년대비 사회성과 증분의 25%

3. 조사 내용

사회성과인센티브 측정 사업을 통해 수집되는 주요 정보는 다음과 같다

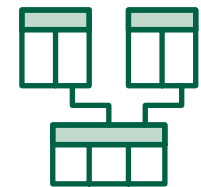
<표 6> 주요 조사 내용			
기업정보	재무성과	사회성과	인센티브
• SPC 참여년도 • 설립년도 • 법인격 • 사회적기업 인증 여부 및 유형 • 산업분류 • 사업영역 • 근로자수 • 취약층근로자수 등	• 자산((비)유동자산) • 부채((비)유동부채) • 자본 • 매출액 • 매출원가 • 판관비 • 영업이익 • 영업외 수익/비용 • 당기순이익 등	• 사회서비스 성과 • 고용성과 • 환경성과 • 사회생태계성과 • 총 사회성과 등	• 인센티브 금액

4. 데이터 배포

SPC DB 세트는 데이터 파일(xlsx 파일)과 이용가이드(pdf)로 구성된다. 해당 자료는 사회적가치연구원이 운영하는 SV Hub(<https://svhub.co.kr/>) 웹사이트에서 제공된다. 신규 데이터 공개 시기는 매년 하반기 말(11월)에 예정되어 있다.

II

데이터 설명



1. 데이터 구조 및 구성
2. 변수 구성 방식
3. 데이터 이용 시 유의사항

II 데이터 설명

1. 데이터 구조 및 구성

SPC DB의 데이터 파일은 ‘참여기업 정보’, ‘사회성과’, ‘경제성과’의 3가지이다. ‘참여기업 정보’에는 SPC 참여기업의 아이디를 포함한 기본 정보를, 사회성과는 참여기업이 창출한 사회성과 측정값을 담고 있으며, 개별 코드북도 포함되어 있다.

<표 4> 개별 사회성과별 측정 내용

	 참여기업 정보	 경제성과	 사회성과
설명	SPC 참여기업 기본 정보	SPC 참여기업 재무제표 값	SPC 참여기업이 산출한 사회성과의 항목별 측정값
기간 ¹⁾	2015 - 2024	2014 - 2024	2015 - 2024
주요 변수 구성	• 아이디 • 데이터 기준년도 • SPC 참여년도 및 기간 • SPC 협약 상태 및 내용 • 소재지 • 데이터 공개일 • 설립연도 • 법인격 • 사회적기업 인증 여부 및 유형 • 예비사회적기업 지정 여부 및 유형 • 산업분류 및 사업영역 • (취약)근로자 수	• 자산: (비)유동자산 • 부채: (비)유동부채 • 자본: 자본금, 자본잉여금, 자본조정, 기타포괄손익누계액, 이익잉여금 • 매출액, 매출원가, 매출총이익 • 판관비 • 영업이익, 영업외수익 • 영업외 비용 • 법인세 차감 전 이익 • 법인세 등 당기순이익	• 사회성과 시뮬레이션 값 • 사회성과(계): 양적, 질적, 총합 • 측정방식 변경 여부/분류/내역 • 사회서비스 성과 • 고용 성과 • 환경 성과 • 사회생태계 성과 • 인센티브 • 부가정보(2015년 질적 성과 측정 결과)

1) SPC 참여기업의 성과가 발생한 연도(성과 창출 연도)를 의미함

2. 변수 구성 방식

1) 변수명 부여 방식

변수명은 영역, 영역 내 변수의 내용, 변수 간 위계관계 등을 직관적으로 알아볼 수 있도록 연관형 방식으로 작성되었다. 기본적으로 변수 내용을 함축하는 한글 단어로 표기하였고, 관련 하위변수는 숫자와 대시(“-”)를 이용해 표기하였다.

◎ 참여기업 정보 예시

변수 내용	변수명
해당연도 예비사회적기업 지정 여부	예비 SE 인증 여부
예비사회적기업 지정 시작 연도	예비인증 시작연도
예비사회적기업 지정 종료 연도	예비인증 종료연도
예비사회적기업 지정 유형	예비 SE 인증유형

◎ 경제성과 및 사회성과 예시

구분	변수 내용	변수명
 재무정보	자본 자본금 자본잉여금 자본조정 기타포괄손익누계액 이익잉여금	자본 I 자본금 II 자본잉여금 III 자본조정 IV 기타포괄손익누계액 V 이익잉여금
 손익정보	판관비 급여 등 인건비 지원금(-) 감가상각비 대손상각비 세금과 공과금 기타 판관비	IV 판관비 IV-(1) 급여 등 IV-(1)-①인건비 지원금(-) IV-(2) 감가상각비 IV-(3) 대손상각비 IV-(4) 세금과 공과금 IV-(5) 기타 판관비
 사회성과	고용성과 총액(양적) 직접고용 과성일자리 고용돌봄성과 외부지원금	고용성과 고-1(직접고용) 고2(경과성일자리) 고3(고용돌봄성과) 고-외부지원금

2) 결측값 부여 방식

데이터에 포함된 변수는 크게 참여기업 정보 및 사회성과 측정방식 변경 내역 등 명목형 변수와 경제성과 및 사회성과를 금액으로 측정한 연속형 변수로 구분할 수 있다. 명목형 변수의 경우 ‘모름/무응답’과 ‘비해당’ 값에 대해 “.”으로 일관되게 부여하였다. 연속형 변수의 경우는 ‘비해당(측정 대상이 아니기에 측정 값이 없는 경우)’ 값에 대해 공란으로 처리하였다.

3. 데이터 이용 시 유의 사항

1) 조사 차수별 조사대상 변경

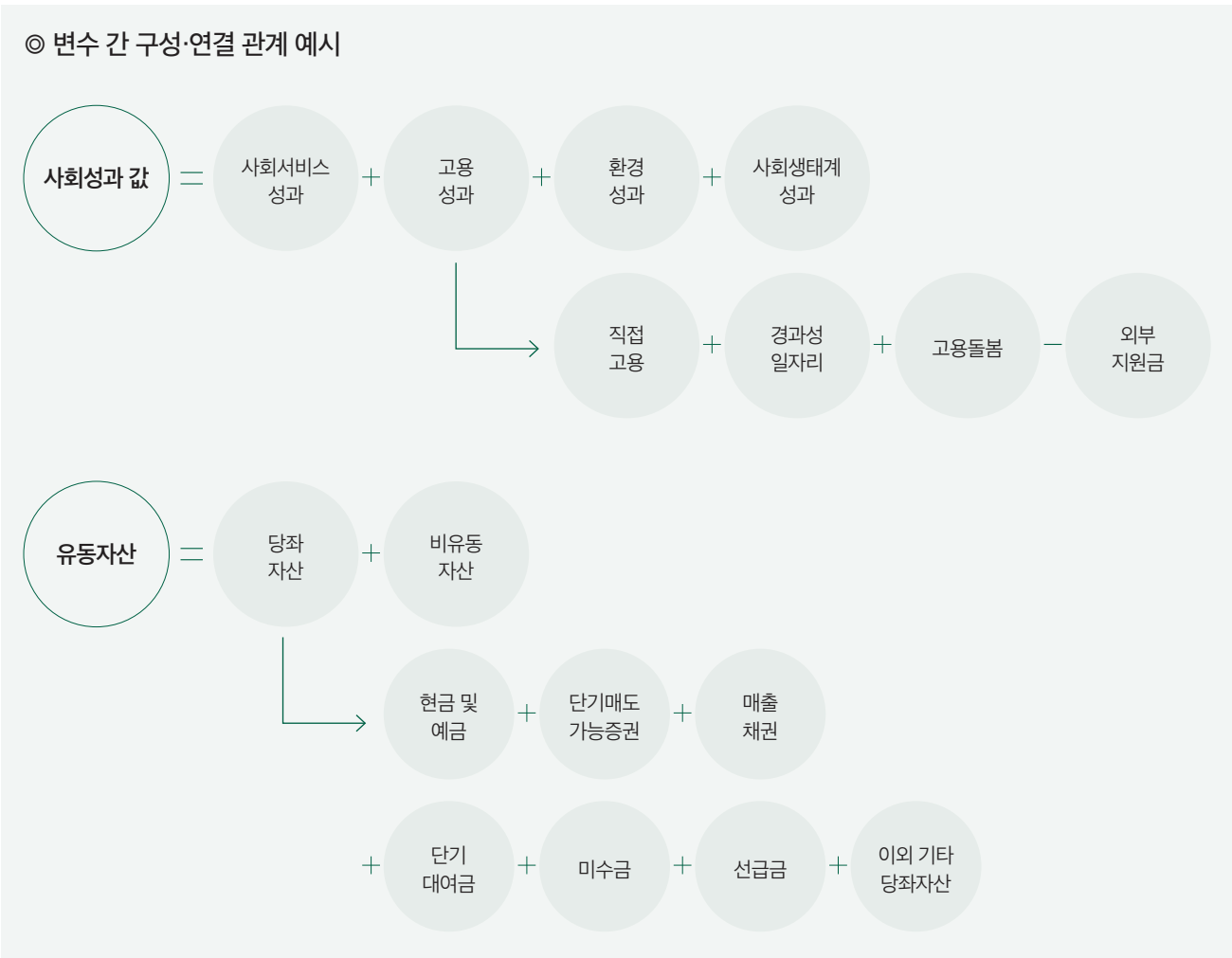
해당 조사연도에 협약과 관련된 사항(예: 협약 종료, 유예, 제외 등)의 사유로 조사대상이 달라질 수 있으므로, 분석·비교 시 조사대상 변동 여부를 사전에 확인해야 한다.

2) 조사 차수별 사회성과 측정 기준 등의 변화

조사 차수별로 사회성과 측정기준을 정교화하는 과정에서 개별 기업에 적용되는 기준이 달라질 수 있다(예: 취약계층 비율 조정, 기준 중위소득 변경 등). 측정기준 변경 여부 및 내역은 데이터셋의 ‘변경 여부’, ‘변경 분류’, ‘변경 내역’ 변수를 통해 확인 가능하다.

3) 변수 간 관계 파악 필요

사회성과와 재무성과 변수는 포함·연결 관계가 있어, 해석 및 활용 시 중복 산정 등이 발생하지 않도록 구성 관계를 함께 확인할 필요가 있다. 예를 들어, 사회성과 값은 사회서비스·고용·환경·사회생태계 성과로 구성될 수 있으며, 고용성과 값은 직접고용·경과성 일자리·고용돌봄·외부지원금 등 하위 항목으로 연결될 수 있다. (자세한 내용은 아래 도식 참조)



4) 변수 의미 파악 필요

사회성과 관련 변수는 측정 방식과 표준식에 따라 산출되므로, 산정 기준을 확인한 후 활용해야 한다. 자세한 산정 방식은「사회성과인센티브 측정 매뉴얼 종합편」을 참고한다.

사회성과 값은 사회서비스성과·고용성과·환경성과·사회생태계 성과의 합으로 산정된다. 영역별 사회성과는 측정값에서 외부지원금을 차감해 계산하므로, 외부지원금이 측정값을 초과하는 경우 해당 영역의 성과가 음수(-)로 산출될 수 있다. 이에 총합이 과도하게 상쇄되는 문제를 방지하기 위해 2020년부터 음수로 산출된 성과를 0으로 보정한 뒤 합산하는 기준을 적용하고 있다. 예를 들어 2020년 ID 1510021의 고용성과(원값)는 -21,297,880원(4,437,120원-31,735,000원)이나, 인센티브 지급기준 고용성과는 0원으로 처리된다.

이 기준을 반영해 2020년 데이터부터는 원값과 인센티브 지급기준 값을 구분하여 제공한다. (변수명 및 설명은 ‘III 주요 변수 설명’ 참고)



성과값(원값)

- (영역별)측정값 - 외부지원금
- 음수 가능



성과값(인센티브 지급기준)

- 원값이 음수이면 0으로 보정
- 지급기준값 = max(원값, 0)

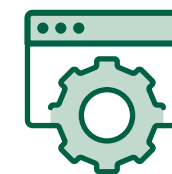
5) 사회성과 측정 영역 변화 확인 필요

사회생태계성과와 환경성과의 하위 측정 영역이 변경되었다. 사회생태계성과는 2017년부터 ‘생-12불공정거래예방’이 추가되었고, 환경성과의 하위 측정영역인 ‘환-4(친환경 재료/공정)’이 2023년부터 ‘환-4(친환경 대체재료)’와 ‘환-5(친환경 프로세스)’로 구분되었다.

※ 본 데이터를 활용한 연구·보고서·출판물 작성 시 데이터 출처 및 사사 표기(acknowledgement)에 관한 지침은 SV Hub(<https://svhub.co.kr/>)에서 제공하는 최신 기준을 반드시 확인하시기 바랍니다.

III

주요 변수 설명



1. 참여기업 기본 정보
2. 경제성과
3. 사회성과

3 | 주요 변수 설명

1. 참여기업 기본 정보

◎ 기업체 아이디 (ID)

- 기존 SPC 참여기업 DB(기본 정보, 경제성과, 사회성과)에서 사용하고 있는 기업체 아이디
- SPC 참여 시작 연월과 기업체 전체 목록의 연번을 조합하여 생성(앞 두 자리는 SPC 참여 시작연도, 다음 두 자리는 모집 월, 나머지 뒤 세 자리는 기업체 전체 목록의 연번)
- 2015년과 2016년에는 연도별로 2차례에 걸쳐 기업을 선발하였음. 따라서 9월 이후에 선발된 기업은 차년도부터 참여하는 것으로 간주함

◎ SPC 협약상태

- 당해연도 SPC 협약상태를 의미함
- 협약상태는 ‘협약’, ‘협약 종료’, ‘협약 해지’로 구분됨
- ‘협약’은 해당 연도 협약이 유지된 상태로 원칙적으로 경제성과 및 사회성과 측정 대상이 됨
- ‘협약 종료’ 및 ‘협약 해지’는 해당 연도 협약이 종료되었거나 해지된 상태로 경제성과 및 사회성과 측정 대상에서 제외됨

◎ SV 측정 상태

- 당해연도 사회성과 측정 여부에 대한 내용을 의미함
- 측정 협약 내용은 ‘1 측정’, ‘2 측정 유예’, ‘3 측정 제외’로 구분됨
- ‘1 측정’은 당해연도 측정을 하고, 측정이 완료된 경우임
- ‘2 측정 유예’는 차년도부터 측정을 하는 경우임
- ‘3 측정 제외’는 기업 사정으로 당해연도 측정에서 제외되는 경우임

◎ 참여연도

- 해당 기업이 SPC에 참여를 시작한 연도이자, 참여기업 기본 정보, 경제성과, 사회성과를 측정한 기준연도를 의미함

◎ 설립연도

- 기업체의 설립연도로 기업체가 SPC 사업에 처음 참여할 당시 SPAS 시스템에 입력한 값임

◎ 법인격

- 기업체의 법인 유형을 의미함
- 기업체가 SPC 사업에 처음 참여할 당시 SPAS 시스템에 입력한 값임(제시된 항목 중 기업이 선택)

◎ 사회적기업 인증 정보(SE 인증여부, SE 인증시기, SE 인증유형)

- 사회적가치연구원에서 사회적기업진흥원 홈페이지의 공개 자료를 토대로 코딩한 값으로 인증 여부, 인증 연도, 인증유형 등의 변수로 구성됨
- 매년 선발한 기업의 사회적 기업 인증 관련 정보를 코딩하며 그 과정에서 기존 참여기업의 새로운 정보가 확인될 경우에는 변수값이 변경될 수 있음

◎ 예비사회적기업 지정 정보(예비 SE 인증여부, 예비인증 시작연도, 예비인증 종료연도, 예비 SE 인증유형)

- 사회적가치연구원에서 사회적기업진흥원, 지방자치단체, 부처별 홈페이지를 토대로 코딩한 값으로 지정 여부, 지정 시작연도, 지정 종료연도, 지정 유형, 지정 기업의 사회적 목적 실현 유형 등의 변수로 구성됨

◎ 산업분류

- 기업체가 SPC 사업에 처음 참여할 당시 SPAS 시스템이 입력한 기업체의 사업영역을 추출하여 사회적가치연구원이 제10차한국산업표준분류에 따라 일괄 정리한 값임

◎ 사업영역 정보(사업 영역, 업태)

- 기업체가 SPC 사업에 처음 참여할 당시 SPAS 시스템에 입력한 기업체의 사업영역을 사회적가치연구원의 별도 분류체계에 따라 코딩한 값임
- 기업체의 사업영역과 더불어 기업체의 주업태 정보도 함께 제공함

◎ 근로자수

- 기업체의 당해연도 기준 근로자 수임
- 빅데이터 기반 Tin-Tech 기업인 애크(주)에서 제공하는 Hubble Database를 기반으로 구성한 값임

◎ 취약계층근로자수

- 기업체의 해당 연도에 근무 이력이 있는 모든 취약계층근로자 수(퇴사자 포함)임
- 빅데이터 기반 Tin-Tech 기업인 애크(주)의 Hubble Database를 기반으로 구성한 값임

2. 경제성과

1) 대차대조표

◎ 자산

- 유동자산과 비유동자산의 합

• 유동자산

- 대차대조표일로부터 1년내에 또는 정상 영업주기 내에 현금화되거나 소비될 것으로 예상되는 자산
- 당좌자산, 재고자산, 기타유동자산의 합

• 비유동자산

- 대차대조표일로부터 1년 내에 현금화되지 않는 자산
- 투자자산, 유형자산, 무형자산의 합
 - * 투자자산: 투자이윤이나 타기업을 지배하는 목적으로 소유하는 자산(매도가능금융자산, 만기보유금융자산, 관계기업투자주식, 투자부동산, 장기투자증권, 지분법적용투자주식)
 - * 유형자산: 장기간 영업활동에 사용하는 자산으로 물리적 형태가 있는 자산(토지, 건물, 기계장치, 비품)
 - * 무형자산: 회사의 수익 창출에 기여하거나 형체가 없는 자산(영업권, 산업재산권, 개발비, 특허권, 저작권) - 소프트웨어, 산업재산권, 개발비, 이외기타무형자산의 합

◎ 부채

- 유동부채와 비유동부채의 합

• 유동부채

- 부채 중 만기가 1년 이내 도래하는 부채
- 매입채무, 단기차입금, 미지급금, 예수금, 가수금, 이외기타유동부채의 합
 - * 매입채무: 외상 매입금과 지급어음 등 재고자산의 매입과 관련하여 발생하는 채무
 - * 단기차입금: 차입 관련 총액
 - * 미지급금: 미지급세금 등 미지급 관련 총액
 - * 예수금: 부가세 예수금 등 예수금 관련 총액
 - * 가수금: 현금의 수입은 있었으나 처리할 계정이 미확인이거나, 계정은알 수 있으나 금액이 미확정일 경우에 이것이 확정될 때까지 일시적으로 수입을 처리하는 가계정
 - * 이외기타유동부채

• 비유동부채

- 부채 중 만기가 1년 이후 도래하는 부채
- 장기차입금과 이외기타비유동부채의 합
 - * 장기차입금: 차입금의 지급기한이 재무상태표일로부터 1년을 초과하는 것
 - * 이외기타비유동부채

◎ 자본

- 자본금, 자본잉여금, 자본조정, 기타포괄손익누계액, 이익잉여금의 합

• 자본금

- 납입자본금. 기업의 소유자 또는 소유자라고 생각되는 자가 사업의 밑천으로 기업에 제공한 금액

• 자본잉여금

- 회사의 영업이익 이외의 원천에서 발생하는 잉여금. 자본거래로 인하여 발생한 잉여금. 주식발행초과금과 감자차익, 자기주식처분이익 등의 기타자본잉여금으로 구성됨

• 자본조정

- 특성상 자본에 부가하거나 차감하여야 하는 계정 또는 자본의 구성항목 중 어느 계정에 계상하여야 하는지 불분명하여 회계상 자본총액에서 가감하는 형식으로 기재하는 항목. 자본조정에는 주식할인발행차금, 배당건설이자, 자기주식, 미교부주식배당금, 해외사업환산차대, 투자유가증권평가손익 등이 있음

• 기타포괄손익누계액

- 기업 실체가 일정기간 동안 소유주와의 자본거래를 제외한 모든 거래나 사건에서 인식한 자본의 변동액으로서 당기순이익에 기타포괄손익을 가감하여 산출한 포괄손익의 내용을 주석으로 기재함

• 이익잉여금

- 손익거래로부터 발생한 잉여금. 기업의 경상적인 영업활동, 고정자산의 처분, 그밖의 자산의 처분 및 기타 임시적인 손익거래에서 생긴 결과로서 주주에게 배당금으로 지급하거나 자본으로 대체되지 않고 남아있는 부분

2) 손익계산서

◎ 매출액

- 상품이나 제품 등의 판매 또는 서비스의 제공 등 기업의 사업목적을 위한 경상적인 영업활동에서 벌어들인 수입금액
- 상품매출, 제품매출, 서비스매출, 기타매출의 합

◎ 매출원가

- 수익창출을 위해 쓰인 생산비용, 구매비용으로 판매된 상품이나 제품 또는 서비스의 원가(기업의 정상적인 영업활동과정에서 발생한 수익 즉 매출액에 직접 대응하는 비용. 즉 상품이나 제품이 판매되면 매출이라는 수익이 인식되고 판매된 상품 등의 원가는 매출원가라는비용이 됨)
- 상품매출원가, 제품매출원가, 서비스매출원가, 기타매출원가의 합

◎ 매출총이익

- 영업자산을 활용해서 창출된 수익
- 매출액에서 매출원가를 뺀 값

◎ 판관비

- 판매비와 관리비. 판매, 배송, 광고 등 간접활동에서 사용된 관련 비용. 즉, 상품과 용역의 판매활동 또는 기업의 관리와 유지에서 발생하는 비용으로 매출원가에 속하지 아니하는 영업비용을 말함. 판매비는 판매활동과 관련하여 발생하는 비용이며 관리비는 회사 전체의 관리 및 유지에 필요한 비용임(급여, 복리후생비, 광고비 등)
- 인건비지원금을 제외한 급여, 감가상각비, 대손상각비, 세금과 공과금, 기타판관비의 합
 - * 급여 등: 급여, 임원급여, 상여금, 퇴직급여, 직원급여, 잡급
 - * 인건비지원금: 인건비지원금, 전문인력지원금 등 급여에 대한 지원금 총액(데이터에는 음(-)의 값으로 기술됨. 분석 시 주의 요함)
 - * 감가상각비: 건물, 기계장치, 비품및차량운반구 등 장기간 영업활동에 사용되는 자산의 취득원가를 사용기간 동안에 적절한방법으로 배분하여 비용으로 계상하는 금액
 - * 대손상각비: 회수가 불확실한 채권에 대하여 합리적이고 객관적인 기준에 따라 산출한 대손추산액에 대한 대손충당금과 회수가 불가능하게 된 채권을 대손처리한 금액
 - * 세금과공과금, 기타판관비

◎ 영업이익

- 영업활동 이외에 발생한 이익으로 이자, 배당, 외환, 유가증권처분 등에서 발생
- 매출총이익에서 판관비를 뺀 값

◎ 영업외수익

- 매출수익을 얻기 위한 주된 영업활동 이외의 보조적 또는 부수적인 영업활동에서 순환적으로 발생하는 이익(이자수익, 배당금수익, 임대료, 유가증권처분이익, 유가증권평가이익, 지분법평가이익, 외환차익, 외화환산이익, 투자자산처분이익, 유형자산처분이익, 사채상환이익 또는 법인세 환급액 등)
- 보조금총액, 이자수익, 자산수증이익, 잡이익, 운용수익, 보조금총액, 이외기타영업외수익의 합

◎ 영업외비용

- 매출수익을 얻기 위한 주된 영업활동 이외의 보조적 또는 부수적인 영업활동에서 순환적으로 발생하는 비용
- 이자비용, 기부금, 자산처분손실, 잡손실, 이외기타영업외비용의 합

◎ 법인세차감전이익

- 법인세 비용을 차감하지 않은 순손익을 말함
- 영업이익과 영업외수익의 합에서 영업외비용을 뺀 값

◎ 법인세등

- 당기 법인에서 부담액 등으로 발생하는 비용. 당해 사업연도에 부담할 법인세 및 법인세에 부가되는 세액의 합계에 당기이연법인세 변동액을 가감하여 산출된 금액

◎ 당기순이익

- 본업과 부업에서 발생한 이익을 합하고 세금 등을 제외한 이익
- 법인세 비용 차감 전 이익에서 법인세등을 뺀 값

3. 사회성과⁴

◎ SPC 진입 직전년도 성과 시뮬레이션

- 기업체가 SPC 사업에 처음 참여할 당시 SPAS 시스템에 입력한 참여 직전 연도의 사회성과 시뮬레이션 값(2020년 이후 시뮬레이션 미실시)
- SPC사무국에서 검증한 값은 아님. 따라서 참여 시작연도에 측정한 사회성과 값과 직전연도의 시뮬레이션 값이 큰 차이를 보일 수 있음. 또한 기업이 입력하지 않은 경우도 있음

◎ 사회성과 총액(사회성과(양적), 사회성과(양적, 인센티브 지급 기준))

- 당해연도 양적으로 측정된 사회성과의 총합
- 사회서비스성과, 고용성과, 환경성과, 사회생태계성과의 합
- 2020년부터는 외부지원금 차감 과정에서 영역별 성과가 음수로 산출될 수 있어, 음수 처리 기준에 따라 두 가지 값을 구분하여 기재함
 - ① 사회성과(양적): 영역별 성과의 음수 값을 그대로 반영하여 합산한 총계(음수 가능)
 - ② 사회성과(양적, 인센티브 지급): 영역별 성과가 음수인 경우 0으로 보정한 뒤 합산한 총계(0 미만 불가)

◎ 사회성과 측정방식 변경 정보(변경 여부, 변경 분류, 변경 내역)

- 사회성과 측정방식이 전년도와 비교하여 변경 여부 및 변경 내역을 나타낸 변수들 의미함
- 기업체의 사회성과에 급격한 변화가 있을 경우 측정방식 변경 정보를 확인 바람

◎ 사회서비스성과총액(양적)

- 당해연도 양적으로 측정된 사회서비스성과 세부항목 1과 2의 합

• 사회서비스성과1: 무료/할인제공

- 아래 세 경우 중 하나 이상에 해당하는 경우임
 - ① 경제적 취약계층을 위하여 제품과 서비스를 할인/무료로 제공한 성과
 - * 일반시장이 대비 사회적기업이 가격을 할인한 정도로 측정
 - * 산식: {(일반시장의 서비스 제공 가격 - 사회적기업의 서비스 제공 가격)×총할인}/무료판매량} - 해당서비스관련외부지원금
 - ② 시장배제 취약계층을 위한 특화제품 및 서비스를 제공한 성과
 - * 기존 공급자가 해당 제품과 서비스를 특정대상에게 제공할 경우 받고자 하는 가격(공급의사가격) 대비 실제 사회적기업이 책정한 가격과의 차이로 측정
 - * 산식: {(기존 공급자의 공급의사가격 - 사회적기업의 제공 가격) × 총제공량} -서비스관련외부지원금
 - ③ 사회문제를 기존보다 효율적으로 해결하는 새로운 제품과 서비스를 제공한 성과
 - * 기존 공공 및 비영리 영역에서의 사회문제 해결 비용 대비 사회적 기업의 사회문제 해결 비용의 차이(비용절감분)로 측정
 - * 산식: {(기존 공공 및 비영리 영역에서의 사회문제 1단위당 지불 비용 - 사회적 기업의 사회문제 1단위당 해결 비용)×총판매량} - 서비스관련외부지원금
- ※ 보다 자세한 내용은 『사회성과인센티브 측정 매뉴얼 종합편』 p.52 참조 바람

4. 라준영 외(2018)과 김소예 외(2024)를 참고하여 정리함.

- 사회서비스성과2: 추가생산요소투입
 - 경제적 취약계층을 위해 추가적인 생산비용 투입으로 품질을 높인 성과
 - 사회적 기업이 실제 투입한 원가에서 기존 시장의 차선서비스의 평균적인 원가를 뺀 값(추가투입비용)으로 측정
 - * 산식: {(사회적기업의서비스제공가격 - 일반시장의서비스원가) × 총판매량} - 서비스관련외부지원금
- ※ 보다 자세한 내용은 『사회성과인센티브 측정 매뉴얼 종합편』 p.54 참조 바람

◎ 고용성과총액(고용성과(양적), 고용성과(양적, 인센티브 지급기준))⁵

- 당해연도 양적으로 측정된 고용성과 세부항목 1~3의 합에서 외부지원금을 차감해 산출한 값
 - ① 고용성과: 세부항목 1~3의 합에서 외부지원금을 차감한 원값(음수 가능)
 - ② 고용성과(인센티브 지급기준): 원값이 음수인 경우 0으로 보정한 값(0 미만 불가)

- 고용성과1: 직접고용
 - 아래 두 경우 중 하나 이상에 해당하는 경우임
 - ① 직접 고용을 통한 취약계층근로자의 소득 증진 성과
 - * 취업 후 소득수준에서 노동취약상태의 소득수준을 뺀 값(사회적 기업 취업 전후 근로소득 증가분)으로 측정
 - ② 장애인 연계 고용제도 등 취약계층고용과 관련한 제도에 근거한 직접고용 성과
 - * 장애인표준사업장으로서 연계고용제도를 활용하는 사회적 기업의 고용 성과로 측정
 - * 산식: 사회적 기업에 고용된 노동취약계층의 근로소득 - 노동취약계층의 사회적 기업 취업 이전의 근로소득
- ※ 보다 자세한 내용은 『사회성과인센티브 측정 매뉴얼 종합편』 p.57참조 바람

- 고용성과2: 경과성 일자리
 - 취약계층근로자에 대한 적극적인 지원으로 일반 노동시장에 진입시킨 성과
 - 취업 후 이직하여 일반 노동시장에 편입된 경우 평균 소득의 차이로 측정
 - * 산식: 해당 노동취약계층의 노동가능상태에서의 평균근로소득 - 노동취약계층의 사회적 기업 지원 이전의 근로소득
 - * 이 성과는 이직 후 1년 동안만 인정
 - * 고용에 준하는 일자리 기회 제공, 취약생산자에게 추가거래 기회 제공 등은 ‘사회생태계성과’에서 측정함.
- ※ 보다 자세한 내용은 『사회성과인센티브 측정 매뉴얼 종합편』 p.62 참조 바람

- 고용성과3: 고용돌봄 성과
 - 중증장애인 고용을 통한 돌봄서비스 대체 성과
 - 중증장애인을 직접 고용하여 근무시간 동안 발생하는 돌봄 대체효과를 국내 주간보호시설의 시간당 평균이용 비용으로 계산한 값으로 측정
 - * 산식: 중증장애인 연간 총근무시간 × 주간보호시설의 시간당 이용 비용
- ※ 보다 자세한 내용은 『사회성과인센티브 측정 매뉴얼 종합편』 p.64 참조 바람

- 고용성과외부지원금
 - 인센티브 계산시 성과에서 제외되는 외부지원금

5. 「사회성과인센티브 측정 매뉴얼 종합편」기준, 고용성과는 내부공정성과에 해당

- 정부 등 외부로부터 취약계층근로자 직접고용 및 이직지원과 관련하여 받은 지원금 및 기부금으로 측정

◎ 사회생태계성과총액(양적)⁶

- 당해연도 양적으로 측정된 사회생태계성과 세부항목 1~12의 합

- 사회생태계성과1: 국내 소농과 거래시 추가가격 지불(농산물직거래)
 - 국내 소농을 위해 기존 거래처보다 높은 가격을 지불함으로써 취약 소농의 소득을 증진시킨 성과
 - (2016년 이후 기준) 기업이 각 유통단계별 유통비용을 절감하여 생산자와 소비자 양측에 가격적 편익을 제공한 것 중에 생산자 편익부분을 사회성과로 측정(기존 유통채널에서의 출하유통비 절감분)
 - * 산식: 사회적 기업이 추가적으로 지불한 가격 × 총거래량 - 외부지원금
 - * 2016년부터 성과측정방식이 변경됨
 - ① 2015년: (농산물 구매가격 - 기존 일반거래처의 구매가격) × 총거래량
 - ② 2016년 이후: (거래가격 × 출하유통비율 × (출하유통비비율/생산자수취액비율)>
 - * 일반적인 직거래방식 외 계약재배, 크라우드형 직거래 등도 해당됨.
- ※ 보다 자세한 내용은 『사회성과인센티브 측정 매뉴얼 종합편』 p.67참조 바람

- 사회생태계성과2: 해외 소농과 거래시 추가가격 지불(공정무역-농산물)
 - 해외소농을 위해 기존 거래처보다 높은 가격을 지불함으로써 저개발국 농업생산자들의소득을 증진시킨 성과
 - 기업이 해외 소농과 공정무역을 통하여 농산물에 대해 기존 거래처에 비해 추가지불한 가격으로 측정
 - * 산식: (농산물 구매가격 - 기존 일반거래처의 구매가격) × 총거래량 - 외부지원금
- ※ 보다 자세한 내용은 『사회성과인센티브 측정 매뉴얼 종합편』 p.70 참조 바람

- 사회생태계성과3: 취약생산자 거래시 추가가격 지불
 - 취약생산자를 위해 기존 거래처보다 높은 가격을 지불함으로써 취약생산자의 소득을 증진시킨 성과
 - 사회적 기업이 취약생산자를 위해 추가적으로 지불한 가격으로 측정(5인 이하 영세공장 및 가내수공업형 영세기업과의 거래가격이 일반시장가보다 높은 경우 그 차이)
 - * 산식: 사회적 기업이 추가적으로 지불한 가격 × 총거래량 - 외부지원금
- ※ 보다 자세한 내용은 『사회성과인센티브 측정 매뉴얼』 p.118 참조 바람

- 사회생태계성과4: 취약생산자 거래시 추가가격 지불(공정무역-비농산물)
 - 취약생산자를 위해 기존 거래처보다 높은 가격을 지불함으로써 취약생산자의 소득을 증진시킨 성과
 - 취약생산자를 위해 구매한 금액 중 부가가치분을 측정
 - * 산식: (연간 총 거래액 × 해당 생산조직의 부가가치율) - 외부지원금
- ※ 보다 자세한 내용은 『사회성과인센티브 측정 매뉴얼 종합편』 p.74 참조 바람

- 사회생태계성과5: 공정여행(국내/해외)
 - 취약지역 여행사업을 통해 지역의 취약생산자의 소득증진에 기여한 성과로 아래 세 가지 경우가 해당됨

6. 「사회성과인센티브 측정 매뉴얼 종합편」기준, 사회생태계성과는 외부공정성과에 해당

- ① 경제적 생산기회가 많지 않은 취약국가 또는 지역에 여행상품을 개발하여 대자본과 무관한 현지주민 생산자와 거래를 통해 지역경제에 기여한 성과
- ② 현지에 여행비용이 직접유입되어 지역경제에 기여한 성과
- ③ 현지인이 직접 운영하는 소규모 숙소나 식당, 상점 등을 이용하여 현지에 여행비용이 직접 유입되어 지역경제에 기여한 성과

* 산식: 연간 총거래액 × 해당 생산조직(국가)의 부가가치율
※ 보다 자세한 내용은 『사회성과인센티브 측정 매뉴얼 종합편』 p.76 참조 바람

- 사회생태계성과6: 크라우드펀딩(기부형, 리워드형)
 - 크라우드펀딩 기업이 공익사업을 위한 모금 또는 거래에 기여한 성과로 아래 두 가지 경우가 해당됨(기부문화의 확산과 공공사업을 위한 자원조달 성과에 대한 우회 지표)
 - ① 자체방식으로 모금했을시 예상되는 모금액보다 더 많은 기부금을 모금한 성과
 - ② 총모금액에서 보상품 제공을 위해 사용한 총비용을 제한 후 순수하게 모금수익으로발생한 성과
- * 산식:
- 기부형펀딩표준식: (크라우드펀딩을 통한 모금달성액 - 자체모금시 모금예상액) - 크라우드펀딩 이용수수료
 - 리워드형펀딩표준식: (크라우드펀딩을 통한 모금달성액 - 리워드 제품 및 서비스 제공을 위한 총투입비용) - 크라우드펀딩 이용수수료

※ 보다 자세한 내용은 『사회성과인센티브 측정 매뉴얼 종합편』 p.80 참조 바람

- 사회생태계성과7: 고용에 준하는 새로운 경제조직 형성과 일자리창출(창업지원)
 - 취약계층근로자가 생산조직을 직접 만들어 경제활동을 할 수 있도록하여 소득을 증진시킨 성과(사회적 기업이 고용하고 있는 취약계층근로자가 창업하도록 지원하거나, 자활사업단과 같이 기관 간 도급협력을 통해 취약계층이 생산조직을 직접 꾸릴 수 있도록하여 직접 고용에 준하는 일자리를 창출하고 참여근로자들의 소득을 증진시킨 성과)
 - 새로운 경제조직을 형성하여 일자리를 창출하고 취약계층의 소득을 증진시킨 성과로 해당 근로자가 과거 취약한 노동상태에 있었을 때와 비교하여 늘어난 소득수준으로 측정
- * 산식: (새로운 경제조직의 총매출 × 부가가치율) - 참여하는 취약계층근로자들의 이전소득수준
- * 고용 후 창업지원을 한 경우, 3년 후 성과 일몰 적용
- * 자활사업단 등 생산조직 지원 및 도급은 도급·거래관계가 존재하는 기간만 성과 측정

※ 보다 자세한 내용은 『사회성과인센티브 측정 매뉴얼 종합편』 p.86 참조 바람

- 사회생태계성과8: 취약생산자에 거래시 새로운 거래기회 제공
 - 취약생산자에게 새로운 거래기회를 제공함으로써 경제적 자립성 강화에 기여한 성과(사회적 경제조직 또는 취약생산자에 대한 새로운 거래기회를 제공하여 소득(수익)을 증진시킨 성과)
 - 사회적 경제조직 및 취약생산자와의 거래가격 중 생산투입비용을 제외한 부가가치액으로 측정
- * 산식: 총거래액 × 대상기업(산업)의 부가가치율

※ 보다 자세한 내용은 『사회성과인센티브 측정 매뉴얼 종합편』 p.88 참조 바람

- 사회생태계성과9: 신진작가거래(문화예술 자산보호)
 - 예술가와의 작품활동거래를 통해 작가가 얻게 되는 소득(문화예술분야의 예술인이 예술활동을 유지할 수 있도록함으로써 사회의 문화예술적 자산이 증가하는 성과)
 - 시장에서 배제된 문화예술적 자산을 기업이 보호하는 경우, 해당 기업과 예술가와의 작품활동 거래를 통해 작가가 얻게 되는 부가가치분을 측정

* 산식: 신진예술가와의 거래액 × (1-제작비비율) - 사회적 기업의 거래수수료
※ 보다 자세한 내용은 『사회성과인센티브 측정 매뉴얼 종합편』 p.90 참조 바람

- 사회생태계성과10: 공익활동조직지원(비영리조직지원)
 - 비영리조직 후원을 사명으로 하는 기업의 지원 성과(기업의 수익을 사회문제를 잘 해결하는 비영리조직에 지속적으로 기부함으로써 사회적 가치를 실현하는 성과)
 - 사회문제를 효율적, 전문적으로 해결하는 비영리조직에게 기부하는 현금·현물기부금(후원금)의 액수로 측정
- * 산식: 사회적 기업의 현금 / 현물기부금(후원금) 전액

※ 보다 자세한 내용은 『사회성과인센티브 측정 매뉴얼 종합편』 p.92 참조 바람

- 사회생태계성과11: 지역문제해결(시민자산 형성 및 확대)
 - 사회적 기업의 활동을 통해 지역자원의 공공성이 강화되고 시민자산이 늘어나는 성과
 - 사례별 산식 응용: 가치창출방식이 워낙 다양하여 사례에 따라 기존에 개발된 표준식을 적절히 응용하여 성과를 측정
예) 사회문화적자산을 형성하는 사회성과는 공공자산의 형성과 관리를 위한 예산을 보다 효율적, 효과적으로 집행한 성과로 대신 측정

※ 보다 자세한 내용은 『사회성과인센티브 사회성과 측정 매뉴얼』 p.131 참조 바람

- 사회생태계성과12: 불공정거래예방
 - 취약그룹에 대한 불공정 거래를 예방한 성과(예방에 기여한 성과)
 - 2017년도부터 측정함
 - 불공정 거래에 노출된 근로자가 공정한 계약 하에 거래할 수 있는 환경을 조성해 불공정 거래를 예방한 성과를 측정
예) 계약 불이행(용역비체불)으로 인해 발생한 피해에 대한 비용을 측정

※ 보다 자세한 내용은 『사회성과인센티브 측정 매뉴얼 종합편』 p.96 참조 바람

◎ 환경성과총액(환경성과(양적), 환경성과(양적, 인센티브 지급기준))

- 당해연도 양적으로 측정된 환경성과 세부항목 1~5의 합에서 외부지원금을 차감해 산출한 값
 - ① 환경성과: 세부항목 1~5의 합에서 외부지원금을 차감한 원값(음수 가능)
 - ② 환경성과(인센티브 지급기준): 원값이 음수인 경우 0으로 보정한 값(0 미만 불가)

- 환경성과1: 재사용
 - 제품의 재사용을 통한 소비자원절감성과와 환경오염저감성과
 - 재사용을 통해 신규 제품 소비를 줄임으로써 자원소비량을 줄이고, 신규 제품 생산과정에서 발생하는 환경오염을 줄인 성과로 아래 두 가지 경우 중 하나 이상에 해당하는 경우임

- ① 내구연한이 남아있는 제품의 재사용을 통해 신규 자원소비를 줄인 성과
 - * 중고제품의 거래가격에 제품의 평균 재료비 비중을 적용해 신규 자원소비 저감 성과 산출
 - * 산식: 소비자자원절감성과 = 중고제품 거래가격 × 해당 제품의 재료비 비율
 - ② 내구연한이 남아있는 제품의 재사용을 통해 신규 제품 생산시 발생하는 환경비용을 줄인 성과
 - * 제품에 쓰이는 재료의 환경비용을 산출하고 여기에 중고제품이 신제품을 대체하는 정도, 즉 잔존가치의 비율을 곱함(중고제품은 신제품을 100% 대체하지 않기 때문에 환경비용도 잔존가치 비율만큼 인정하게 됨. 따라서 중고제품의 잔존가치 비율은 중고제품가격이 신제품 평균 가격에서 차지하는 비중임)
 - * 산식: 환경오염저감성과 = 중고제품 재료의 Eco-cost × 중고제품 잔존가치 비율 = 중고제품 거래 가격/신제품 평균 가격
- ※ 보다 자세한 내용은 『사회성과인센티브 측정 매뉴얼 종합편』 p.100 참조 바람

- 환경성과2: 재제조
 - 재제조를 통한 소비자자원절감성과와 환경오염저감성과
 - 재제조를 통해 신규 부품 소비를 줄임으로써 자원의 낭비를 줄이고, 신규 부품 생산과정에서 발생하는 환경오염을 억제한 성과
 - * 산식:
 - 소비자자원절감성과 = 재제조제품의 가격 × 해당 제품의 부품비 비중 × 중고부품비의 비중 × 해당 부품의 재료비 비율
 - 환경오염저감성과 = 중고부품 재료의 Eco-cost × 재제조 제품 거래 가격/신제품 평균 가격
- ※ 보다 자세한 내용은 『사회성과인센티브 측정 매뉴얼 종합편』 p.104 참조 바람

- 환경성과3: 재활용
 - 재활용을 통한 소비자자원절감성과와 환경오염저감성과
 - 재활용을 통해 신규 자원의 소비를 줄이고, 신규 제품 생산과정에서 발생하는 환경오염을 억제한 성과
 - * 산식:
 - 소비자자원절감성과(ProcessA형) = 중고부품거래가격 × 해당 부품의 재료비 비율 = 중고재료거래가격 × 해당 재료의 원재료비(광물) 비율
 - 소비자자원절감성과(ProcessB형) = 재활용제품의 시장가격 × 해당 제품의 부품비 비중 × 재활용부품비의 비중 × 해당 부품의 재료비 비율
 - 환경오염저감성과(ProcessA형) = 해당 재료 기존 폐기방식의 Eco-cost - 해당 재료의 재활용방식의 Eco-cost
 - 환경오염저감성과(ProcessB형) = 신제품 생산시의 Eco-cost - 재활용제품 생산시의 Eco-cost
- ※ 보다 자세한 내용은 『사회성과인센티브 측정 매뉴얼 종합편』 p.108 참조 바람

- 환경성과4: 친환경 재료 및 공정
 - 기존 생산방식보다 환경에 영향을 덜 미치는 방식을 선택함으로써 자원의 소비를 줄이고 환경오염을 줄인 성과
 - 비재생물질·에너지를 재생가능물질·에너지로 대체하거나, 기존 제품보다 내구성이 현저히 높은 제품을 생산함으로써 자원의 소비를 줄이고, 생산과정에서 발생하는 환경오염을 저감시킨 성과
 - 2015~2022년까지는 친환경 재료와 친환경 공정을 ‘환경성과4’로 통합하여 측정해오다가 2023년부터 ‘환경성과4(친환경 대체재료)’와 ‘환경성과5(친환경 프로세스)’로 구분하여 측정함
 - * 산식:
 - 소비자자원절감성과 = (기존 재료를 통해 만들어진 제품/서비스의 단위당 재료가격 - 사회적 기업이 대체한 재료를 통한 제품/서비스의 단위당 자원가격) × 사회적 기업의 총제품/서비스 제공량

- 환경오염저감성과 = (기존 재료 또는 생산과정을 통한 제품 단위당 Eco-cost - 사회적 기업이 대체한 재료 또는 생산과정을 통한 제품단위당 Eco-cost) × 사회적 기업의 총제품제공량
- ※ 2022년 이전에 대한 보다 자세한 내용은 『사회성과인센티브 사회성과 측정 매뉴얼』 p.83 참조 바람
- ※ 친환경 대체재료, 친환경 프로세스에 대한 자세한 내용은 각각 『사회성과인센티브 측정 매뉴얼 종합편』 p.112, 116 참고 바람
- 환경성과5: 생태계복원력 강화
 - 기업활동을 통해 지구생태계의 복원력을 강화한 성과
 - 식물식재, 야생동물보호, 생태공간조성 등과 같은 활동을 통하여 지구생태계의 복원력(재생능력)을 높인 성과(현재 나무식재를 통한 온실가스감축 성과)
 - * 산식: 측정년도에 새로 식재한 나무와 과거에 식재하여 현재까지 보유하고 있는 나무의 수령 및 수종에 따른 연간 탄소포집량 × 수령 및 수종별 나무수 × 탄소배출권가격
- ※ 보다 자세한 내용은 『사회성과인센티브 사회성과 측정 매뉴얼』 p.120 참조 바람

- 환경성과의 외부지원금
 - 인센티브 계산시 성과에서 제외되는 외부지원금
 - 환경성과 관련 지원금 수령 총액(원)으로 측정

◎ 사회성과인센티브지급액

- 인센티브 지급률(산정 기준)
 - ① 참여 1년차: 당해연도 사회성과총량의 25%
 - ② 참여 2~3년차: 당해연도 사회성과총량의 15% + 전년 대비 사회성과 증분의 25%
 - ③ 참여 4~6년차: 당해연도 사회성과총량의 5% + 전년 대비 사회성과 증분의 50%
- 단, 2025년부터 5기와 6기는 사회성과총량의 5% + 전년 대비 사회성과 증분의 25%
- * 참고: 전년 대비 증분이 (-)인 경우는 당해연도 사회성과총량에 대해서만 지급
 - * 최소인센티브 보장
 - 2015~2016년: 1,000만원
 - 2017년 이후: 500만원

◎ 2015년 사회성과총액(양적+질적)

- 2015년 당시 측정한 양적 사회성과와 질적 사회성과의 총합

- 2015년 사회성과(질적)
 - 2015년도에만 측정함
 - 화폐가치로 환산하기 어려운 사회성과(예: 고용안정성, 개인성장성, 수혜자의 삶의 질 변화)를 보완하기 위한 지표임. 수혜대상에게 미치는 영향이 지속적이고 직접적인 경우에 한하여, 양적 성과를 보완하는 범위에서 측정함
 - 다만, 질적 성과의 특성상 측정 결과의 일관성 확보가 어려워 2016년부터는 질적 성과를 측정하지 않음

Reference

김소예, 이한결, 김지현, 김보영, 고현창, 여미영, 정족덕, 박혜수, 박정은, 김성은, 권순범.
(2024). 사회성과인센티브 측정 매뉴얼 종합편. 사회적가치연구원.
<https://svhub.co.kr/contents/info?id=4760>

라준영, 김수진, 박성훈. (2018). 사회성과인센티브(SPC)와 사회적 기업의 사회적 가치측정:
사회성과의 화폐가치 환산. 사회적가치와 기업연구, 11(2): 133-161.

라준영, 김수진, 정소민, 박성훈. (2017). 사회성과인센티브 사회성과 측정 매뉴얼. 사회성과인센티브 추진단.

사회적가치연구원. (2019). 2019년 사회성과인센티브 5기 참여기업 모집 공고문. 내부자료.

사회적가치연구원. (2020). 2020년 사회성과인센티브 6기 참여기업 모집 공고문.
<https://www.cses.re.kr/instituteNews/noticeView.do?boardSeq=406¤tPage=1&listUrl=%2FinstituteNews%2FnoticeList.do&keyword=all&search=%EC%B0%B8%EC%97%AC%EA%B8%B0%EC%97%85>

사회적가치연구원. (2021). 2021 사회성과인센티브(SPC) Social Track 참여기업 모집 공고문. 내부자료.

사회적가치연구원. (2021). 2021 사회성과인센티브(SPC) innoVation 참여기업 모집 공고문. 내부자료.

사회적가치연구원. (2022). 2022 사회성과인센티브(SPC) Social Track 참여기업 모집 공고문.
<https://www.cses.re.kr/instituteNews/noticeView.do?boardSeq=1030¤tPage=1&listUrl=%2FinstituteNews%2FnoticeList.do&keyword=all&search=%EC%B0%B8%EC%97%AC%EA%B8%B0%EC%97%85>

사회적가치연구원. (2023). 2023 사회성과인센티브(SPC) S-Track 참여기업 모집 공고문.
<https://www.cses.re.kr/instituteNews/noticeView.do?boardSeq=1199¤tPage=1&listUrl=%2FinstituteNews%2FnoticeList.do&keyword=all&search=%EC%B0%B8%EC%97%AC%EA%B8%B0%EC%97%85>

사회적가치연구원. (2024). 2024 사회성과인센티브(SPC) S-Track 참여기업 모집 공고문.
<https://spas.socialincentive.org/notice/news/detail/35>

사회적가치연구원. (2019). 2019 SPC 모집설명회 자료. 내부자료.

사회적가치연구원. (2020). 2019 SPC 모집설명회 자료. 내부자료.

사회적가치연구원. (2021). 2019 SPC 모집설명회 자료. 내부자료.

사회적가치연구원. (2022). 2022 SPC 모집설명회 자료. 내부자료.

사회적가치연구원. (2023). 2023 SPC 모집설명회 자료. 내부자료.

사회적가치연구원. (2024). 2024 SPC 모집설명회 자료. 내부자료.

사회적가치연구원. (2022). 2022 SPC DB 소개 설명회 자료. 내부자료.

사회적가치연구원. (2023). 2023 SPC DB 소개 설명회 자료. 내부자료.

사회적가치연구원. (2024). 2024 SPC DB 소개 설명회 자료. 내부자료.

기획 및 저자

유미현 책임연구원

감수

한국사회과학자료원(KOSSDA)

발행정보

발행처 사회적가치연구원
발행일 2026년 1월

문의

주소 (06141) 서울시 강남구 테헤란로 211, 17층
전화 02-6275-0410
팩스 070-5176-4269
이메일 info@cses.re.kr
홈페이지 <https://www.cses.re.kr> / <https://svhub.co.kr/>