

<http://dx.doi.org/10.17703/JCCT.2023.9.6.1119>

JCCT 2023-11-134

업종별 사회적기업의 사회적가치 창출에 관한 현황 연구 - 인천의 사회적기업을 중심으로

A Study on Social Value Creation in Social Enterprise by Sector - Focusing on Social Enterprise in Incheon

김용구*, 김재호**

Yong-Gu kim, Jae Ho Kim**

요약 본 연구에서는 한국사회적기업진흥원이 개발한 사회적가치지표(SVI: Social Value Index)를 이용하여 인천광역시 내에 있는 사회적경제기업의 사회적 가치를 측정하였다. 그 결과 사회적경제기업의 사업 활동의 사회적 가치 지향성은 15점 만점에 평균 9.3점으로, 혁신 노력도는 10점 만점에 8.0점으로 나타났다. 사회적경제기업의 금전적 또는 비금전적 사회적 환원 노력도는 10점 만점에 평균 5.1점으로 나타났다. 업종별 평균 매출액 및 지표별 사회적 가치 점수를 비교해보면, 제조업 경우는 사회적기업의 평균 매출액 및 사업 활동의 사회적 가치 지향성은 높지만, 사회적 환원 노력은 낮다. 사회사업시설관리 및 사업지원서비스업의 평균 매출액은 높지만, 사업 활동의 사회적 가치 지향성과 금전적 또는 비금전적 사회적 환원 노력은 낮다. 한편, 교육서비스업, 예술, 스포츠 및 여가 관련 서비스업, 출판, 영상, 방송통신 및 정보서비스업은 평균 매출액은 낮지만 사업 활동의 사회적 가치 지향성은 사회적 가치 지향성은 높다. 이러한 SVI지표의 활용은 지자체에서는 잘 활용되지만 중앙부처는 아직 미진하다. 향후 정부나 공공기관에서는 사회적기업을 위한 정책을 수립할 때 업종에 따른 차이를 반영해야 한다.

주요어 : 업종별 사회적가치, 사회적가치창출, SVI, 인천사회적경제기업

Abstract: This study measured the social value of social economy enterprises in Incheon Metropolitan City using the Social Value Index (SVI) developed by the Korea Social Enterprise Promotion Agency. The results showed that the social value orientation of the business activities of SSEs averaged 9.3 out of 15 points, and their innovation efforts were 8.0 out of 10 points. The average monetary and non-monetary social contribution efforts of SSEs was 5.1 out of 10. When comparing the average sales and social value scores by industry, the manufacturing sector shows that social enterprises have higher average sales and social value orientation of business activities, but lower social return efforts. Social work facility management and business support services have high average sales, but low social value orientation of business activities and efforts to make monetary or non-monetary social contributions. On the other hand, education services; arts, sports, and leisure-related services; and publishing, video, broadcasting, communication, and information services have lower average revenues but higher social value orientation of business activities. These SVI indicators are well utilized by local governments, but not yet by the central government. In the future, governments and public institutions should reflect the differences between sectors when formulating policies for social enterprises.

Key words : Social Value by Industry, Social Banner Creation, SVI, Incheon Social Economy Enterprise

I. 서론

1. 연구의 필요성

저성장과 불평등이 전 세계적으로 심화하자 국제사

본 연구는 2023년 청운대학교 학술지원비 지원을 받아 연구되었음 Received: October 7, 2023 / Revised: October 25, 2023

*준회원, 인천사회적경제지원센터 센터장 (주저자)

Accepted: November 10, 2023

**정회원, 청운대학교 글로벌무역물류학과 부교수 (교신저자)

**Corresponding Author: kim2144@hanmail.net

접수일: 2023년 10월 7일, 수정완료일: 2023년 10월 25일

Dept. of Global Trade & Logistics, Chungwoon Univ, Korea

게재확정일: 2023년 11월 10일

회에서는 불평등의 문제가 정책 이슈로 등장하였다. OECD 보고서에 따르면 지난 30년 동안 대부분 국가에서 소득 불평등이 악화하였으며, 신흥국의 경우 더욱 심각한 불평등 문제를 경험하고 있다고 한다. 특히 2008년 세계금융위기 이후 소득 불평등은 더욱 증가하고 있다. 우리나라도 소득 불평등이 악화하고 있다. 예컨대 상위 10%의 평균 실질소득은 가파르게 증가하고 있지만, 하위 10%의 평균 실질소득은 IMF 이전보다 감소하였고 IMF 이후 상위 10% 소득자와 상위 1% 소득자의 소득 점유율이 1.5~2배 가까이 증가했다고 한다 [1].

이러한 불평등 심화에 따라 국제사회는 불평등을 완화하면서도 지속적인 성장을 할 수 있는 새 모델로 '포용적 성장(inclusive growth)'이라는 개념을 도입하게 되었다.

포용적 성장은 개발도상국들의 성장전략이었던 '친빈곤층 성장(pro-poor growth)'의 개념과 유사하다. 친빈곤층 성장은 산업화 초기에 빈곤을 완화하고 균형적인 분배구조를 기반으로 성장을 도모하는 성장 모델이라고 할 수 있다. 포용적 성장 역시 보건·의료·교육·환경 개선과 사회안전망 확충 등 빈곤층의 삶에 영향을 미치는 요인들을 고려한다는 점에서 빈곤 완화를 중요한 목적으로 한다.

포용적 성장에 대한 정의는 '사회구성원 전체를 위한 기회를 창출하고 금전적, 비금전적인 의미에서 증대된 결과를 사회 전체적으로 공정하게 분배하는 경제성장'이라고 한다[2].

포용적 성장은 사회적 취약계층(자신에게 필요한 사회서비스를 시장가격으로 구매하는 데 어려움이 있거나 노동시장의 통상적인 조건에서 취업이 특히 곤란한 계층)도 성장에 참여하며, 공정한 기회와 성장의 혜택이 사회계층에게 공평하게 제공되는 것을 목적으로 한다. 포용적 성장은 경제성장에서의 공정한 기회를 모든 사회계층들에게 제공하는 것으로 특히 여성, 청년, 노인 등 사회적 취약계층이 배제되지 않도록 직업훈련 및 교육과 같은 적극적 노동시장 정책 등을 전략으로 제시한다. 포용적 성장의 핵심 내용은 지속적인 성장, 성장의 속도 및 방향, 빈곤 감소, 소득 불평등과 분배, 일자리 창출, 직업훈련 및 교육, 공정한 기회와 참여, 사회안전망 확충 등을 포함한다.

포용적 성장은 기존의 신자유주의 경제모델이 해결

하지 못한 저성장 및 양극화 문제를 극복하고 지속적인 성장을 꾀할 수 있는 대안으로 기대하고 있으며 사회적 가치가 핵심 요소가 된다. 사회적 가치란 '개인의 이익보다는 사회구조에 의해 직접적으로 다루어지는 권리와 자유, 권한 및 기회, 그리고 소득과 재산 등과 같은 가치들'을 의미한다[3].

사회적 가치는 '인권, 노동권, 안전한 근로환경, 사회적 약자 배려, 양질의 일자리, 지역사회 활성화 및 지역경제 공헌, 민주적 의사결정과 참여 실현 등 공공이익과 공동체 발전에 이바지하는 가치'로 정의할 수 있다 [4].

현대사회의 복잡한 문제들을 효과적으로 해결하기 위해 사회적 가치의 중요성을 강조하고 있으며 정부실패(시장에 대한 정부 개입이 오히려 자원의 비효율적 배분으로 이어지는 현상)와 시장실패(시장기구가 그 기능을 제대로 발휘하지 못하여 자원이 효율적으로 배분되지 못하는 상태)의 대안으로 사회적경제의 중요성을 강조하고 있다. 사회적경제는 사회적 가치를 추구하는 조직이다.

기업은 보통 개량적인 재무 정보를 통해 평가한다. 그러나 사회적경제기업들은 재무 정보 평가도 중요하지만 사회적 가치를 추구하기 있으므로 비재무적인 사회적 가치 평가는 중요한 요소이다. 한국사회적기업진흥원은 사회적경제기업이 창출하는 사회적 가치 수준을 측정하여 사회적경제 분야의 재정지원 사업 및 사회적기업 선정 시 측정 도구로 활용하고 있다. 따라서 본 연구에서는 한국사회적기업진흥원이 개발한 사회적 가치지표(SVI: Social Value Index)를 이용하여 사회적경제기업의 사회적 가치를 측정하고자 한다.

II. 이론적 배경

1. 사회적경제기업

사회적경제는 지역사회의 문제해결 해결을 위해 경제적 수단을 활용하는 조직으로 영리기업과 비영리조직 중간 형태의 제3 섹터라고도 한다. 즉 영리기업과 비영리조직의 중간 형태로 사회문제 해결을 추구하면서 동시에 재화 및 서비스의 생산·판매 등 영업활동을 수행하는 기업이나 조직을 말한다. 즉, 사회적경제는 국가나 시대에 따라 다양하게 정의되나 '구성원의 참여'를 바탕으로 '국가와 시장의 경계'에서 '사회적

가치'를 추구하며 '경제적 활동'을 한다는 공통점을 가지고 있다. 연구자들마다 다르지만 보통 사회적경제기업에는 사회적기업, 마을기업, 자활기업, 협동조합, 소셜벤처 등으로 구분한다.

사회적기업은 사회적기업육성법 제2조에 따라 취약 계층에게 사회서비스 또는 일자리를 제공하거나 지역 사회에 공헌함으로써 지역 주민의 삶의 질을 높이는 등의 사회적 목적을 추구하면서 재화 및 서비스의 생산·판매 등 영업활동을 하는 기업으로서 제7조에 따라 인증받은 자를 말한다. 정부는 2011년부터 예비사회적기업 제도를 운영하고 있는데 사회적기업 인증을 위한 최소한의 법적 요건을 갖추고 있으나, 일부 요건을 충족하지 못하고 있는 기업을 지방자치단체장이 지정하여 향후 사회적기업 인증이 가능한 기업을 예비사회적기업이라 한다. 또한 중앙부처장이 지정하여 사회적기업 인증을 목적으로 하는 기업을 부처형 예비사회적기업이라 부른다.

마을기업은 지역 주민이 각종 지역 자원을 활용한 수익사업을 통해 공동의 지역 문제를 해결하고, 소득 및 일자리를 창출하여 지역공동체 이익을 효과적으로 실현하기 위해 설립, 운영하는 마을 단위의 기업을 말한다. 자활기업은 국민기초생활보장법에 따라서 지역자활센터의 자활근로 사업을 통해 수급자 또는 저소득층 주민들이 공동사업자 형태로 운영되는 기업을 지칭한다.

협동조합은 일반협동조합과 사회적협동조합으로 분류한다. 일반협동조합은 2012년 제정된 협동조합기본법 제2조 제1항에 따라서 재화 또는 용역의 구매, 생산, 판매, 제공 등을 협동으로 영위함으로써 조합원의 권익을 향상하고 지역사회에 공헌하고자 하는 사업조직을 말한다. 사회적협동조합은 협동조합기본법 제2조 3호에 따라 지역 주민들의 권익, 복리 증진과 관련된 사업을 수행하거나 취약계층에게 사회서비스 또는 일자리를 제공하는 등 영리를 목적으로 하지 아니하는 협동조합을 지칭한다. 소셜벤처는 개인 또는 소수의 기업가가 사회문제를 해결할 혁신적인 아이디어를 사업화하기 위해 설립한 신생기업을 말한다.

2020년 12월 기준 한국표준산업분류에 따른 인천시 업종별 사회적기업은 다음과 같다. 제조업 29.5%, 교육 서비스업 13.3%, 예술, 스포츠 및 여가서비스업 9.1%, 도매 및 서비스업 9.1%, 사업시설관리 및 사업지원서비

스업 8.7%, 건설업 6.2%, 출판, 영상, 방송통신 및 정보 서비스업 5.4% 순으로 나타났다. 인천시 사회적경제기업의 현황은 아래의 표와 같다.

표 1. 인천시 사회적경제기업 현황
 Table 1. Status of Social Economy Enterprises in Incheon

업종	2020년		2019년	
	기업 수	비율 (%)	기업수	비율 (%)
합계	241	100.0	212	100.0
농업, 임업 및 어업	5	2.1	5	2.4
제조업	71	29.5	59	28.8
하수, 폐기물처리, 원료재생 및 환경복원업	1	0.4	1	0.5
건설업	15	6.2	15	7.1
도매 및 소매업	22	9.1	20	9.0
운수업	1	0.4	1	0.5
숙박 및 음식점업	6	2.5	2	0.9
출판, 영상, 방송통신 및 정보서비스업	13	5.4	9	2.8
전문, 과학 및 기술 서비스업	7	2.9	4	1.4
사업시설관리 및 사업지원 서비스업	21	8.7	19	12.7
교육 서비스업	32	13.3	25	11.3
보건업 및 사회복지 서비스업	15	6.2	15	5.7
예술, 스포츠 및 여가관련 서비스업	22	9.1	20	9.4
협회 및 단체, 수리 및 개인 서비스업	5	2.1	9	1.9

2. 한국사회적진흥원 사회적가치 지표

한국사회적기업진흥원은 사회적경제기업이 창출하는 사회적 가치 수준을 측정하여 사회적경제 분야의 재정 지원 사업 및 사회적기업 선정 시 사회적 가치 측정 도구로 활용될 수 있도록 사회적 가치 지표(Social Value Index)를 개발하여 사용하고 있다.

사회적 가치지표(SVI: Social Value Index)란 경제적 회계가 측정할 수 없는 공공의 이익과 공동체 발전 등에 이바지하는 가치를 의미하며, 사회적 가치 실현은

공동체의 발전을 위한 공익(Public interest)의 실현을 의미한다.

지표는 전체 14개 지표로 사회적 성과(60점), 경제적 성과(30점), 혁신 성과(10점)로 구성되어 있으며 다른 지표와 다른 점은 사회적 성과 관점이 60점으로 높은 편이다. 사회적 성과는 조직이 사회적 가치를 실현하기 위해서 각종 기제를 설정하고 실행하고 있는지를 측정한다. 경제적 성과는 조직이 효율적으로 인적·물적 자원을 투입하여 나타난 사업 활동의 경제적인 결과를 측정하며, 혁신 성과는 기업 활동에서 제품 및 서비스의 혁신성이 발현되고 있는지를 측정한다. 측정 지표 중에서 지표 3. 사업 활동의 사회적 가치 지향성, 지표 6. 사회적 환원 노력도, 지표 14. 혁신노력도는 비계량 지표이다. 사회적경제기업의 사회적 가치지표는 다음 표와 같다.

표 2. 사회적가치지표
Table 2. Social Value Indicator

관점	범주	영역	측정 지표	배점	
사회적 성과 (60)	조직 미션 (7)	사회적 미션(7)	1. 사회적 가치 추구 여부	2	
			2. 사회적 성과 관리 체계 구축 여부	5	
	사업 활동 (33)	주사업 활동의 사회적 가치(15)	3. 사업활동의 사회적 가치 지향성 (비계량 지표)	15	
			4. 사회적 경제기업과의 협력 수준	4	
			5. 지역사회와의 협력 수준	4	
	조직 운영 (20)	운영의 민주성(5)	6. 사회적 환원 노력도 (비계량지표)	10	
			7. 참여적 의사결정 비율	5	
	경제적 성과 (30)	재정 성과 (30)	고용창출 및 재정성과(25)	8. 근로자 임금 수준	10
				9. 근로자 역량강화 노력	5
10. 고용성과				10	
노동성과(5)		노동생산성	11. 매출성과	10	
			12. 영업성과	5	
혁신 성과 (10)	기업 혁신 (10)	혁신성(10)	14. 혁신노력도 (비계량지표)	10	
계			14개 지표	100	

자료: 한국사회적기업진흥원, 2019.

3. 사회적경제기업의 사회적 가치 지표 관련 연구

사회적 가치지표 체계상 3개의 관점(사회적 성과, 경제적 성과, 혁신 성과)과 14개 지표의 타당성이 점차 확인되고 있으며, 사회적 가치지표가 사회적기업의 사회적 성과 제고를 촉진하는 역할과 사회적 가치의 방향을 제시하는 유효한 수단이다[5].

한국사회적기업진흥원의 사회적 가치지표(SD)를 통한 사회적 가치 평가 및 측정에 대한 분석과 사회적경제기업의 특성에 따른 사회적 성과 간의 관계에 관한 연구를 보면, 기업 특성(조직 형태, 업종유형, 인증유형)은 대체로 사회적 성과(조직미션, 사업활동, 조직유형)에 대하여 영향 관계가 있었지만, 기업 특성과 경제적 성과 간에 영향 관계는 나타나지 않았으며, 경제적 성과와 사회적 성과 간에도 영향 관계가 나타나지 않았다 [6].

(예비)사회적기업의 사회적 가치 측정을 위해 활용되고 있는 사회적 가치지표(SVI)의 현장적합성을 탐색하고 개선방안 도출을 목적으로 전북지역 (예비)사회적기업을 대상으로 실시한 연구 결과 사회적가치지표(SD)는 조사 기간 투여되는 시간과 노력 대비 (예비)사회적기업에게 지속가능한 방향성을 제시하기에는 부족한 것으로 나타났다[7]. 일부 평가지표가 일자리제공형에 맞춰져 있는 점에 대해 개선 필요성을 제시하였다. 또한 경제적 성과평가의 경우 명확한 비즈니스모델을 보유하여 수익을 창출하는 업체를 제외하면 높은 점수를 달성하기 힘들다는 의견을 제시하였다. 비계량 평가의 경우는 조사원의 판단에 따른 점수가 상이할 수 있다는 점을 주장하였다.

인천문화재단은 인천시 문화예술 분야 사회적경제 현황 조사연구에서 2020년 사회적기업 재정지원 사업을 신청한 전체 148개 사회적경제기업을 대상으로 사회적가치지표(SVI)를 측정하였다. 연구 결과 인천시 재정심사에 참여한 문화예술 및 출판 영상, 도서 업종은 사회적 경제기업 전체 평균보다 사회적 가치 지향성이 높은 것으로 나타났다[8].

2007년부터 2020년까지의 사회적기업 성과 관련 연구를 수집하여 사회적기업의 성과 영향요인 연구의 효과 크기에 대한 연구를 진행하였다[9].

연구 결과 첫째, 개인 요인이 경제적 성과에 가장 큰 영향을 미쳤으며, 둘째, 사회적 성과와 관련해서 개인

요인이 가장 큰 영향을 보였고, 그 다음으로 지원 요인이 영향을 보였다. 셋째, 조직형태(영리, 비영리)와 지원 시기(1차, 2차) 모두 경제적 성과와 사회적성과에 대한 조절 효과가 있는 것으로 나타났다. 기존 선행연구의 사회적 성과 측정 지표와 고용 창출과 고용성과를 경제적 성과 지표로 명시한 SVI 측정 지표와의 불일치에 대한 문제점을 제기하며, 사회적 성과, 사회적 가치 측정을 위한 보다 심도 있는 논의의 필요성을 제안하였다.

한국사회적기업진흥원의 사회적 가치지표의 내용이 취약계층의 일자리 제공을 미션으로 하는 일부 사회적기업에 한정되어 있고, 다른 사회적 미션을 지닌 사회적경제기업의 특성을 충분히 반영하지 못하는 한계가 있다는 점을 지적하였다. 한국의 특수성에 적합한 변수 기의 범주화를 시도하고 그 유형에 적합한 지표를 개발할 필요가 있다는 점을 주장하였다[10].

III. 연구 방법

1. 측정 대상 및 측정 지표

2021년 재정지원 사업을 신청한 인천시 사회적경제기업 전체 129개소를 대상으로 사회적 가치를 측정하였다. 예비사회적기업 53개소, 인증사회적기업 71개소, 사회적협동조합 4개소, 마을기업 1개소이다. 일자리 창출 사업을 신청기업은 48개소, 사업개발비 46개소, 공동 35개소이며, 일자리 창출 사업 신청기업 및 사업개발비 신청기업은 한국사회적기업진흥원이 개발한 사회적가치(SI)지표 중에서 지표3-사업 활동의 사회적 가치 지향성(비계량 지표, 15점), 지표 6-사회적 환원 노력도(비계량지표, 10점), 지표 14-혁신노력도(비계량지표, 10점)를 측정하였다. 측정 대상별 대상은 다음 표와 같다.

표 3. 측정 대상
 Table 3. What to measure

군구	합계	신청기업				재정지원사업		
		마을	사 꼬 투 리	예 비	인 증	일자리 창출	사업 개발비	합 계
합계	129	1	4	53	71	48	46	35

강화	6	1		1	4	2	3	1
계양	9			1	8	5	1	3
남동	29			10	19	11	10	8
동구	3			3		2	-	1
미추 홀	24			13	11	7	9	8
부평	11			2	2	7	3	6
서구	17			11	6	4	9	4
연수	20			1	9	10	8	6
옹진	3				3	1	1	1
중구	7			1	3	3	5	1

지표3은 사회적경제기업의 모든 활동은 우선 사회적 가치를 지향해야 하며, 이를 확인하기 위해 사업 활동에서의 사회적 가치 지향성을 확인하는 지표로 배점은 15점이다. 지표3의 판단기준과 착안 사항은 아래의 표와 같다.

표 4. 사회적 가치 지표3 (사회적 가치 지향성)
 Table 4. Social value metric 3 (social value orientation)

판단기준	착안 사항
내부 운영의 사회적가치 (5점)	<ul style="list-style-type: none"> 취약계층 고용 및 임금수준: 취약계층 고용 및 임금수준을 기재 사회적 가치 실현노력(기타): 취약계층 고용의무가 없는 기업은 기업의 내부운영상 사회적 가치 실현수준 등을 기재 근로자 보건 및 안전: 근로자 보건·안전 위한 노력도 기재 고용의 질: 기업 고용정책 및 근로환경 개선 노력도 기재
외부 운영 (제품·서비스 및 이용자)의 사회적가치 (10점)	<ul style="list-style-type: none"> 기업이 제품·서비스를 생산·판매하는 각 과정에서 발생하는 사회적 가치 수준을 서술 업이 생산하는 제품·서비스를 이용자가 사용함으로써 발생하는 사회적 가치 수준을 서술 상기 항목 외 제품·서비스 및 이용자와 관련된 사회적 가치를 자유롭게 기재하고, 그 수준을 서술

지표 6의 사회적 환원 노력도는 사회적경제기업이 금전적 또는 비금전적으로 사회적 환원에 관한 노력을 측정하는 지표이다. 측정기준은 기업 내, 외부 운영에 대한 투자, 자원 등 수익의 활동 내용 및 주된 사업의 활동 이외의 비금전적인 조직의 역량 활용내용 및 수준을 측정기준으로 비계량 측정으로 배점은 10점이다. 지표 6의 판단기준과 착안 사항은 아래의 표와 같다.

표 5. 사회적 가치 지표6 (사회적 환원 노력도)
Table 5. Social Value Metrics (Social Giving Effort)

판단기준	착안 사항
조직내부운영을 위한 수익의 활용(4점)	<ul style="list-style-type: none"> • 부가적인 일자리 창출 • 구성원 성과급 • 교육훈련비 • 시설투자비
조직외부활동을 위한 수익의 활용(4점)	<ul style="list-style-type: none"> • 지역사회 재투자 • 사회서비스 제공내역
기타(비금전적)조직의 역량 활용(2점)	<ul style="list-style-type: none"> • 주 사업영역 외에 조직의 비금전적 자원(인력·시간 등)을 활용한 내역 • (봉사활동, 재능기부 등)유무와 수준 측정

지표 14는 사회적기업이 경쟁력 및 효율성 강화를 위해 추진한 제도적·기술적 혁신의 노력에 대한 활동 내역 및 추진 실적을 측정하는 지표이다. 측정기준은 혁신 활동 과정과 결과의 판단 요소를 확인하고 측정한다. 비계량 측정으로 배점은 10점이다. 지표 14의 구분과 착안 사항은 아래의 표와 같다.

표 6. 사회적 가치지표 14(혁신 노력도) 점수
Table 6. Social Value Metric 14 (Innovation Effort) score

구분	착안 사항
과정의 혁신 (5점)	<ul style="list-style-type: none"> • (사회문제 해결 노력) 기업이 적시하는 사회문제 및 해결노력·활동 등 • (제도개선 노력) 권한 위임, 프로젝트 조직, 의사소통 구조, 유연근무제 및 시차출퇴근 등 • (전문인력 도입) 제품·서비스 개발 또는 조직의 운영혁신을 위한 전문인력의 채용내용 • 사내 제안 및 외부의견) 사내 제안을 통한 프로젝트 또는 외부의견 수용 • (경영시스템 개선) 경영컨설팅, 경영혁신 관련 자문, ERP 시스템 및 그룹웨어 도입 등 • (시장이나 기술 분석 노력) 신제품 개발을 위한 기술 동향 분석, 고객수요 파악, 경쟁사 분석 • (R&D 투자) 제품 및 서비스의 경쟁력을 높이기 위한 기술개발 수행 내용 및 R&D투자 • (기타) 상기 사항에 포함되지 않은 기업의 혁신노력 기재
혁신의 결과 (5점)	<ul style="list-style-type: none"> • (사회문제 해결 노력 결과) 기업의 사회문제 해결 노력에 따른 결과·실적 등 • (신상품도입 및 수익 발생) 신상품 도입 내용 및 수익발생 유무 등 • (고객만족도 증가율) 고객만족도 조사유무 및 만족도 증가내용 등 • (자원절감) 제조공정·제조시간 등 사업 운영에 따른 자원 절감내역 등 • (이용자 수 증가) 혁신활동을 통한 이용자 수 증가 내역 등 • (기술적 성과) 특허, 상표권, 지적재산권, 실용신안

표 6. 사회적 가치지표 14(혁신 노력도) 점수
Table 6. Social Value Metric 14 (Innovation Effort) score

구분	착안 사항
	<ul style="list-style-type: none"> • 내역, 기업 수상실적 등 • (혁신 제품·서비스) 기존 시장에 없던 혁신제품·서비스 출시 내역 등 • (기타) 상기 사항에 포함되지 않은 혁신 결과 기재

IV. 측정 결과

1. 측정 결과

2021년 인천시 재정지원에 참여한 129개 사회적경제 기업들을 대상으로 사회적 가치 점수를 보면 다음과 같다. 사업 활동의 사회적 가치 지향성은 15점 만점에 평균 9.3점(중위값 9.0), 금전적 또는 비금전적 사회적 환원 노력도는 10점 만점에 평균 5.1점(중위값 5.0), 혁신 노력도는 10점 만점에 평균 8.0점(중위값 8.0)으로 나타났다. 측정 결과 사회적경제기업의 사업 활동은 사회적 가치 활동을 지향하며, 혁신적인 활동을 하는 것으로 나타났다.

2. 사회적경제기업의 업종별 지표별 사회적 가치 점수

한국표준산업분류에 따라 업종별 사회적 가치 점수를 보면 사업 활동의 사회적 가치 지향성은 전문, 과학 및 기술서비스업 및 출판, 영상, 방송통신 및 정보서비스업은 10.5점, 교육서비스업은 9.6점, 예술, 스포츠 및 여가 관련 서비스업은 9.5점 순으로 높은 편이다. 금전적 또는 비금전적 사회적 환원 노력도는 농업, 임업 및 어업은 7.0점, 교육서비스업은 6.2점, 출판, 영상, 방송통신 및 정보서비스업은 5.9점 높은 편이고, 혁신 노력도는 전체 업종에서 높게 나타났다.

출판, 영상, 방송·통신 및 정보서비스업 및 교육서비스업은 사업 활동의 사회적 가치 지향성 및 금전적 또는 비금전적 사회적 환원 노력도는 높은 편이다. 반면 전문, 과학 및 기술서비스업 경우는 사회적 가치 지향성은 높은 편이나, 반면에 금전적 또는 비금전적 사회

적 환원 노력도는(4.0점) 낮은 편이다. 사회적경제기업의 업종별, 지표별 사회적가치 점수는 아래의 표와 같다.

표 7. 사회적경제기업 업종별 지표별 사회적 가치 점수
 Table 7. Social value scores by metric by sector for social economy companies

업종	지표 3	지표 3	지표 14	기업수
건설업	8.3	5.8	7.2	6
교육서비스업	9.6	6.2	8.4	19
농업,임업 및 어업	9.0	7.0	9.8	3
도매 및 소매업	8.3	4.5	7.7	13
보건업및사회복지서비스	9.3	4.0	8.3	3
사업시설관리 및 사업지원서비스업	8.4	4.4	8.6	7
숙박 및 음식점업	9.5	4.6	6.2	5
예술, 스포츠 및 여가관련 서비스업	9.5	5.4	8.2	14
전문,과학및기술 서비스업	10.5	4.0	8.5	2
제조업	9.2	4.2	7.8	37
출판,영상,방송통신 및정보서비스업	10.5	5.9	8.2	19

단위: 점수, 개소, 운수업 및 하수폐기물처리 등 업종은 1개 기업 이하 제외

3 업종별 평균 매출액과 지표별 사회적가치 점수

2020년 사회적기업 평균 매출액과 지표별 사회적 가치 점수를 비교하면 다음과 같다. 제조업 경우는 사회적기업의 평균 매출액은 1,321,821 천 원이며, 사업 활동의 사회적 가치 지향성은 9.2점 높은 편이나, 금전적 또는 비금전적 사회적 환원 노력도는 4.2점으로 낮은 편이다. 사업시설관리 및 사업지원서비스업의 평균 매출액은 1,311,930 천 원이고, 사업 활동의 사회적 가치 지향성은 8.4점, 금전적 또는 비금전적 사회적 환원 노력도는 4.4점으로 낮은 편이다.

한편, 교육서비스업은 평균 매출액 2,641 천 원, 예술, 스포츠 및 여가 관련 서비스업은 2,786 천 원, 출판, 영상, 방송·통신 및 정보서비스업은 4,142 천 원으

로 평균 매출액은 낮은 편이나 사업 활동의 사회적 가치 지향성은 교육서비스업이 9.6점, 예술, 스포츠 및 여가 관련 서비스업은 9.5점, 출판, 영상, 방송·통신 및 정보서비스업은 10.5점으로 사회적 가치 지향성은 높은 편이다. 업종별 평균 매출액과 지표별 사회적 가치의 점수는 아래의 표와 같다.

표 8. 업종별 평균매출액과 지표별 사회적 가치 점수
 Table 8. Average revenue by industry and social value score by metric

업종	전체 사회적기업 평균 매출액	2021년 재정지원 참여 사회적경제기업			
		지표 3	지표 6	지표 14	기업 수
건설업	837,237	8.3	5.8	7.2	6
교육서비스업	264,127	9.6	6.2	8.4	19
농업,임업 및 어업	554,127	9.0	7.0	9.8	3
도매 및 소매업	848,226	8.3	4.5	7.7	13
보건업및사회복지서비스	857,041	9.3	4.0	8.3	3
사업시설관리및 사업지원서비스	1,311,930	8.4	4.4	8.6	7
숙박 및 음식점업	81,644	9.5	4.6	6.2	5
예술, 스포츠 및 여가관련 서비스업	278,675	9.5	5.4	8.2	14
전문,과학및기술 서비스업	301,658	10.5	4.0	8.5	2
제조업	1,321,821	9.2	4.2	7.8	37
출판,영상,방송통신 및정보서비스업	414,233	10.5	5.9	8.2	19

V. 결론

지금까지 한국사회적기업진흥원이 개발한 사회적가치지표(SVI: Social Value Index)를 이용하여 2021년 재정지원 사업을 신청한 인천시 사회적경제기업 전체 129개소를 대상으로 사회적 가치를 측정하였다. 연구 결과를 종합해보면 사회적경제기업의 사업 활동의 사회적 가치 지향성은 15점 만점에 평균 9.3점으로, 혁신 노력도는 10점 만점에 8.0점으로 나타나 사회적경제기업들의 사업 활동은 사회적 가치 활동을 지향하며, 혁

신적인 활동을 하는 것으로 나타났다.

반면에 사회적경제기업의 금전적 또는 비금전적 사회적 환원 노력도는 10점 만점에 평균 5.1점으로 나타나 사회적 환원에 좀 더 노력해야 할 것이다.

업종별 평균 매출액 및 지표별 사회적 가치 점수를 비교해보면, 제조업 경우는 사회적기업의 평균 매출액 및 사업 활동의 사회적 가치 지향성은 높은 편이나, 사회적 환원 노력도(4.2점)으로 낮은 편이다. 사회사업시설관리 및 사업지원서비스업의 평균 매출액은 높은 편이나, 사업 활동의 사회적 가치 지향성(8.4점), 금전적 또는 비금전적 사회적 환원 노력도(4.4점)으로 낮은 편이다.

한편, 교육서비스업, 예술, 스포츠 및 여가 관련 서비스업, 출판, 영상, 방송통신 및 정보서비스업은 평균 매출액은 낮은 편이나 사업 활동의 사회적 가치 지향성은 교육서비스업(9.6점), 예술, 스포츠 및 여가 관련 서비스업(9.5점), 출판, 영상, 방송통신 및 정보서비스업(10.5점)으로 사회적 가치 지향성은 높은 편이다.

제조업 경우는 사회적 환원 노력도, 사회사업시설관리 및 사업지원서비스업은 사업 활동의 사회적 가치 지향성 및 사회적 환원 노력에 힘써야 할 것이다. 교육서비스업, 예술, 스포츠 및 여가 관련 서비스업, 출판, 영상, 방송통신 및 정보서비스업은 사회적 가치 지향성은 높은 편이나 매출액 향상에 노력해야 할 것이다.

따라서 정부나 공공기관에서는 업종에 따른 차이를 반영한 정책을 수립해야 할 것이다. 현재 인천시 경우는 사회적 가치지표를 사회적경제기업의 재정지원에 점수를 반영하고 있으며 다른 지자체에서 재정사업 지원 시 참고하고 있다. 앞으로 중앙정부 및 공공기관에서 사회적가치지표(SVI)를 응용하여 사회적 가치를 반영한 지원제도에 적용할 예정이다.

그러나 앞선 연구에서 사회적 가치 지표(SVI)가 (예비)사회적 기업에게 지속가능한 방향성을 제시하기에는 부족하며, 일부 평가지표가 일자리제공형에 맞춰져 있는 점, 비계량 평가의 경우는 조사원의 판단에 따른 점수가 상이할 수 있다는 문제점을 본 논문의 한계라고 생각하며, 표본대상이 인천사회적경제기업 중 2021년 재정지원사업 신청한 기업 대상으로 한 점 등의 한계가 있는 점을 밝힌다.

References

- [1] Kim, Nakyeon, et al. "Revisiting Korean income distribution indicators". Analysis of the Korean Economy, Vol, 19. No2, pp 1-64, 2013.
- [2] Korea Social Welfare Foundation, "Directions and Challenges for Inclusive Growth in Korea", 2016.
- [3] Korean Society of Public Administration, "Research on Evaluation Methods for Realizing Social Value, 2017.
- [4] Ministry of the Interior and Safety (2018.5), Improving Social Value Indicators in 2019
- [5] Kang Kyung Hum, "Achievements and Challenges of Social Value Indicators", SVIs, 2019..
- [6] Lee changdai, Noh yongsook.. "A Study on the Relationship between Social Enterprise Characteristics and Social Achievements with a focus on Social Value Index(SVI) measurements". Social Enterprise Studies, Vol, 13, No3, pp-41, 2020.
- [7] Kim, Ik-Tae, Lee, Yong Min, Kang, Beom-Seok, Choi, in nam, "A Study on the Improvement of Evaluation Indicators to Improve Field Conformity of Social Value Index (SVI)". Social Enterprise Studies, Vol.13, No.2, pp.3-32, 2020.
- [8] Incheon Cultural Foundation, "A survey on the current status of social economy based on culture in Incheon Metropolitan City", 2021.
- [9] Chung, Hee Soo, Cho, Sangmi. "A Meta-Analysis of Factors Influencing the Performance of Korean Social Enterprises". Social Enterprise Studies, Vol. 14, No. 1, pp. 207-24, 2021.
- [10] Jang Jongick. "A Typological Approach to Measuring Social Performance of Social Economy Enterprises". Journal of Regional Studies and Development, Vol. 30, No.2, pp.77-107, 2021.
- [11] Kim, Ik-Tae, Lee, Yong Min, Kang, Beom-Seok, Choi, in nam. "A Study on the Improvement of Evaluation Indicators to Improve Field Conformity of Social Value Index (SVI)". Social Enterprise Studies, Vol.13, No. 2, pp.3-32, 2020.

※ 본 연구는 2023년 청운대학교 학술지원비 지원을 받아 연구되었음