

www.kibo.or.kr

2019년 제9권 제1호



기술금융연구

Korea Technology Finance Corporation

MISSION

중소·벤처기업을 위한 기술금융과 혁신지원 활성화로
국민경제 발전에 기여

VISION

기술에 가치를 더하는
중소·벤처기업의 No.1 혁신성장 파트너

핵심가치 [F.I.T.]



경영목표



전략목표



전략과제

① 활발한 혁신창업 생태계 조성	⑤ 맞춤형 일자리 창출 지원 강화	⑨ 기술평가 인프라 고도화	⑬ 공공성 강화 및 사회적 가치확산
② 4차 산업 혁신 성장 분야 육성	⑥ 사회적 경제 지속성장 지원	⑩ 유관기관과의 협력사업 활성화	⑭ 국민 참여·윤리경영 실천 강화
③ R&D사업화·개방형 혁신 촉진	⑦ 지식재산 창출·기술보호 강화	⑪ 재정 건전성의 균형적 관리	⑮ 고객을 위한 혁신활동 강화
④ 우수기술기업 성장·도약 지원	⑧ 동반성장·공정거래 체계 구축	⑫ 미래지향적 사업·조직 기반 조성	배려와 존중의 조직문화 구현

www.kibo.or.kr

2019년 제9권 제1호



기술금융연구

Korea Technology Finance Corporation

CONTENTS

1

사회적 경제 활성화를 위한 소셜벤처 육성방안 연구

I. 서론	6
II. 국내 소셜벤처 생태계의 현주소	13
III. 해외 동향과 정책사례 조사	16
IV. 소셜벤처 육성전략과 정책과제	62
참고문헌	70

2

사회적 가치 평가방법론 조사연구

I. 연구개요	76
II. 사회적 가치 평가방법론의 이론적 검토	79
III. 주요 평가방법론 조사분석(1) : 정성평가	91
IV. 주요 평가방법론 조사분석(2) : 정량평가	110
V. 결론	142
참고문헌	144

3

기업성과 측정을 위한 기술적, 재무적 요인 분석

I. 서론	148
II. 기업성과 예측 사례 및 영향 요인 분석	156
III. 매출액 추정 함수 도출과 예측력 검증	161
참고문헌	167

4

기보-UNIDO GCIP 기후기업 기술 매칭 시스템 구축 연구

I. 산업환경 변화와 국제협력	170
II. 기업의 녹색기술 (Green Technology) 국제협력 실태	180
III. 기보-UNIDO 기후기업 간 매칭사업 시스템 구축 필요성 및 방향	185
IV. 결론	189

5

통계데이터_기술평가 부문

I. 주요 사업별 기술평가건수	192
II. 업종별 기술평가건수	193
III. 지역별 기술평가건수	194
IV. 업력별 기술평가건수	195

1

사회적 경제 활성화를 위한 소셜벤처 육성방안 연구

중소기업연구원 최세경

I. 서론	6
1. 연구 배경과 목적	6
2. 소셜벤처의 정의와 특성	8
II. 국내 소셜벤처 생태계의 현주소	13
III. 해외 동향과 정책사례 조사	16
1. 영국	16
2. 독일	36
3. 기타 국가	53
4. 시사점	55
IV. 소셜벤처 육성전략과 정책과제	62
1. 소셜벤처 창업 활성화	62
2. 소셜벤처의 유망사업 분야 진출 확대	65
3. 소셜벤처의 성장 촉진	66
4. 소셜벤처 성공모델 및 긍정인식 제고	68
참고문헌	70

I. 서론

1 연구 배경과 목적

- 세계는 사회적 경제 패러다임 확산으로 사회적 기업과 소셜벤처 육성에 주력
 - UN은 지속가능개발목표(Sustainable Development Goals, 이하 SDGs)를 완수하기 위한 핵심 동력으로 사회적 기업/사회적 기업가와 소셜벤처에 주목하고 이를 육성하기 위한 실천계획 마련
 - SDGs의 세부 실천과제로 기업가정신과 혁신적 비즈니스 아이디어를 통해 공동체에서 긍정적인 사회변화를 촉진하는 것을 목표로 하는 ‘사회변화를 위한 기업가(Entrepreneur of Social Change)¹⁾’ 프로젝트를 추진
 - EU는 사회적 기업이 질 높고 포용적인 일자리를 창출하는 것을 고려하여 회원국에 공공정책을 통한 육성을 강조
 - EU(2016)는 “사회적 경제와 사회적 기업의 성장을 위한 정책권고”에서 ‘임팩트투자 펀드 조성’, ‘사회적 영향력 측정 방법론 개발’, ‘공공구매 기회 확대’ 등과 같은 사회적 기업을 위한 공공정책, 그리고 이들의 자금접근을 개선하는 방안을 마련하도록 각 회원국에 제시
- 사회적 기업은 빈곤, 환경 등 사회문제를 시장경제의 모델로 해결할 뿐만 아니라 양질의 사회포용적 일자리를 창출
 - 유럽의 사회적 기업은 '15년 기준 약 2백만 개, 그 종사자 수는 1,450만 명 이상으로 EU 전체 일자리의 10%에 해당되며, 사회적 기업의 시장규모는 EU 전체 GDP의 8%를 차지(GECES, 2016)
 - 영국의 사회적 기업 수는 '16년 기준 약 47만 개로 전체 중소기업의 9%에 해당하며, 그 종사자 수는 약 144만 명 규모로 전체 일자리의 약 9.6%에 해당(DCMS & BEIS, 2017)
 - 일본의 사회적 기업은 '14년 기준 약 20.5만 개로 전체 기업의 20.5%에 해당할 만큼 높은 비중을 차지하고 있으며, 그 종사자 수는 약 577.6만 명으로 전체 일자리의 10.3%에 해당(Cabinet Office of Japan, 2015)

1) 세부 실천과제의 번호는 SDG Action 23553이며, 총 1백만 달러를 투입하여 2013년부터 2016년까지 총 375명의 청년(18세~35세) 사회적 기업가를 모집한 후 사회적 기업과 소셜벤처로 창업과 성장할 수 있도록 교육훈련, 멘토링, 법률자문 등과 함께 임팩트투자에 대한 접근을 지원하는 프로그램이다.

□ 특히 소셜벤처는 사회적 기업보다 지속가능성 확보와 청년일자리 창출에 유리

- 사회적 기업은 취약계층 지원, 사회문제 해결 등 사회적 가치 창출에 주안점을 두기 때문에 지속가능성과 성장성은 상대적으로 부족
 - 국내 사회적 기업 중에서 영업이익이 발생한 기업의 비중은 '14년 20.8%, '15년 24.4%, '16년 50.1%로 지속 상승하고 있으나 아직도 저조(고용노동부)
- 반면, 소셜벤처는 사회적 가치 추구하고 함께 혁신성, 모험성(venturing) 등 기업가적 속성을 통해 기업 성장을 지향하는 만큼 사회적 목적의 지속가능한 실현 가능
 - 소셜벤처는 사회문제 해결 등 사회적 목적을 혁신적이고 지속가능한 사업모델로 실현하여 재무적 수익과 함께 사회적 가치를 추구하는 스타트업업을 의미
- 실제로 최근 성공을 거두고 있는 소셜벤처는 혁신기반의 모업사업화를 통해 높은 재무적 수익을 창출할 뿐만 아니라, 효과적인 사회문제 해결, 청년일자리 창출 등과 같은 사회적 목적을 적극 실현

<표 1> 국내외 소셜벤처 성공사례

현황	'15.6월 창업, 창업자 30대, 종사자 11명(경력단절 여성 50%)	
● 모어댄(韓)  <p>“우리가 원래 자동차였다고?!” 카풀을 위한 자동차 모는 기업 MOERDAN</p>	혁신	페자동차 가족시트·에어백 등을 업사이클링하여 가방, 지갑, 신발 등 제조('16.1월 벤처기업 확인)
사회성과	경력단절 여성, 새터민 등 취약계층 일자리 제공, 매립폐기물 4백만 톤 절감, 물 1,642리터 절약(가방 1개당)	
경제성과	'17년 매출 335백만 원, 독일·영국 등 3만 달러 수출	
현황	'15.4월 창업, 창업자 20대, 종사자 25명(청년 72%)	
● 닷:dot(韓)  <p>죽거오도 시계, 단차, 카운터 시계, 단차, 카운터 시계, 단차, 카운터 시계, 단차, 카운터</p>	혁신	저가의 점자단말기용 ‘닷 워치’, 점자교육용 디바이스 ‘닷 미니’와 ‘닷 패드’ 개발(평균 수백만 원 → 약 30만 원)
사회성과	시각장애인 문맹률 및 디지털소외 해소에 기여, 아프리카 저소득층 시각장애인 교육프로젝트 수행 등	
경제성과	제품출시 전 선주문 350억 원, 총 102억 원 투자 유치	
현황	'15년 창업, 창업자 30대	
● 에그리쿨(佛)  <p>des tomates locales, 0% pesticides et 100% goût Agricool</p>	혁신	대도시에서 무농약으로 재배 가능한 스마트 컨테이너 개발
사회성과	120배의 과일재배 생산성 구현, 재생에너지 활용으로 물과 비료 사용을 90% 감소, 새로운 도시형 농업일자리(Cooltivators) 창출	
경제성과	총 1,340만 달러 투자 유치, 연간 91톤의 딸기를 파리 내에서 재배하여 수입농산물 대체	

자료: 언론보도, 각 사 홈페이지 등을 토대로 재구성

- 우리 정부 역시 사회적 경제 실현을 위한 법제도 기반을 마련하고 사회적 기업 육성을 위한 정책을 적극 추진
 - '00년 이후 부처별로 사회적 경제 지원정책을 추진하고 있으며, '07년 「사회적 기업육성법」 제정을 시작으로 관련 법제도를 구축
 - 특히, 문재인 정부는 '사회적 경제 활성화 방안(17.10.17)', '소셜벤처 활성화 방안(18.5.16)' 등에서 사회적 경제 확산과 일자리 창출의 핵심으로 소셜벤처 육성을 강조
 - 소셜벤처 활성화를 위한 정책과제로 '소셜벤처 판별 및 가치평가체계 구축'을 토대로 한 '청년 소셜벤처 집중지원 허브 구축', '소셜벤처 청년창업 활성화', '금융·R&D·판로 등 특화지원' 등을 제시

2 소셜벤처의 정의와 특성

- 소셜벤처는 사회적 기업이면서 기업가적 속성을 동시에 지닌 신생기업
 - 사회적 기업, (일반)벤처기업 등과 달리 소셜벤처에 대한 법적 정의는 현재 없으며, 학술적 정의 역시 아직까지 명확히 합의되지 않은 상태
 - 대체로 지속가능성과 성장성이 부족한 사회적 기업, 그리고 경제적 이윤의 추구를 주요 목적으로 하는 벤처기업의 한계를 보완하는 상대적 개념으로 소셜벤처를 사용
 - 사회적 기업, 벤처기업 등과 구분되는 소셜벤처의 주요 특성을 토대로 그 대상과 범위를 설정하여 정의할 수밖에 없음
 - 해외의 경우, 소셜벤처를 여러 유형의 사회적 기업 중에서 임팩트투자가 가능한 신생기업을 지칭하는 개념으로 사용되고 있는 반면, 국내에서는 기존 사회적 기업의 고령화 또는 지속가능성 부족의 문제를 해결하는 대안으로 소셜벤처라는 용어를 사용하기 시작(고용노동부, 2014; 중소기업연구원, 2017)
 - 정부는 2009년 '제1회 소셜벤처 경연대회'를 시작으로 소셜벤처라는 용어를 공식적으로 사용했으며, 이후 사회적 기업가의 양성 또는 예비 사회적 기업의 발굴을 위한 정책대상으로 소셜벤처를 언급
 - 기존 문헌들에서 제시하고 있는 소셜벤처의 정의를 살펴볼 때, 소셜벤처를 특징짓는 주요 요소로 ① 사회적 목적의 추구, ② 혁신과 모험 기반의 기업가적 속성, ③ 기업의 지속가능성과 성장 그리고 ④ 재무적 수익 추구 등을 강조
 - NESTA(2015)는 소셜벤처를 "법적 형태에 관계없이 사회적 목적의 실현 또는 사회문제 해결과 함께 투자자의 재무적 수익을 추구하는 조직과 기업"으로 정의

- Virtue Ventures(2015/2012)는 “소셜벤처(socially-oriented venture)란 효과성과 지속가능성을 증진시키는 기업가적 접근을 통해 궁극적으로 사회적 편익 또는 변화를 창출하는 기업”으로 규정
- 한국사회적 기업진흥원(2014)은 소셜벤처를 사회적 기업의 한 모델로 인식하고, “창의적이고 도전적인 벤처 정신으로 사회문제의 솔루션을 제공하는 혁신적인 기업 모델”로 정의
- 김진수와 동료들(2016)은 소셜벤처가 “사회적 가치 창출과 경제적 가치를 동시에 추구하고, 혁신 또는 혁신적인 접근방법으로 사회적 문제를 해결하며, 사업의 확장 또는 지속가능한 성장을 위한 접근 방법, 즉 비즈니스 접근을 활용하는 기업”으로 정의
- 이상을 종합해 볼 때, 소셜벤처는 사회적 목적을 혁신적이고 지속가능한 사업모델로 실현하며, 사회적 기업과 달리 사회적 가치뿐만 아니라 재무적 수익을 창출함으로써 성장을 지향하는 신생기업
- 소셜벤처는 혁신적이며 모험적인 사업모델로 사회적 목적을 실현하기 때문에 성공하면 높은 수익과 함께 지속가능한 사회적 가치 또는 영향력을 창출
- 사회적 기업은 신생기업으로 국한되지 않지만, 벤처가 아직 시장에서 성공에 도달하지 않아 실패 위험이 있는 신생기업을 지칭한다는 점에서 소셜벤처는 사회적 신생기업(social startup)에 해당

<표 2> 사회적 기업, 벤처기업, 소셜벤처의 비교

구분	사회적 기업	소셜벤처	(일반)벤처
미션	사회적 가치	사회적 가치 + 재무적 수익	재무적 수익
특성	사회성, 민주성	사회성 + 기업가적 속성	기업가적 속성(혁신성, 모험성)
장단점	사회적 영향력이 크지만 지속가능성은 부족	성공하면 높은 수익과 지속 가능한 사회적 영향력을 창출	성공하면 높은 수익을 창출하나, 사회적 영향력은 부족
주요 자원	사회기부, 공공지원(보조금 등)	임팩트투자, 사회금융 등	모험자본, 주식 등
사업모델	자선·기부, 사회서비스, 사회가치 배분 모델	사회혁신의 사업모델, 임팩트투자 ²⁾ 모델	효율 기반 수익모델, 모험적 투자 모델

2) 임팩트투자는 재무적 수익을 창출하면서도 사회적, 환경적 과제들을 해결하는 목적의 투자 방식을 의미하며 흔히 사회적 임팩트투자 또는 사회적 투자로도 불린다.

□ 소셜벤처의 주요 특성은 ‘사회적 기업가 정신’, ‘(사회)혁신성’, ‘지속가능성’, ‘성장성’, ‘사회적 영향력’

- 소셜벤처를 사회적 기업과 벤처기업의 상대적 개념으로 정의하고 있기 때문에 정확한 정책대상으로 설정하려면 그 특성을 명확히 규정하는 것이 필요
 - 특히 국내의 경우 사회적 기업과 벤처기업에 대한 법적 정의가 있으나 소셜벤처에 대한 법적 정의가 없기 때문에, 정책대상으로서 소셜벤처를 명확히 설정해야 소셜벤처 육성방안 도출이라는 이 연구의 목적을 달성할 수 있음
- NII(the NESTA Impact Investment)는 자사 임팩트투자의 대상이 될 수 있는 소셜벤처의 기준으로 다섯 가지의 특성을 제시(NESTA, 2015)
 - 효과성(outcome): 사업모델이 특정한 집단에 긍정적 효과를 도출하거나 사회에 있어서 긍정적 변화를 유발
 - 혁신성(innovation): 기업 활동이 지금까지 존재하던 것을 넘어서는 혁신성을 보유하고 있어야 하며, 구체적으로는 제품, 프로세스, 사업모델 등에서 혁신이 나타나야 함
 - 입증가능성(evidence): 재무적 수익과 사회적 영향력을 입증할 수 있는 구체성 있는 사업모델의 보유 여부
 - 포용성(inclusiveness): 제품 또는 서비스가 사회적 목적 실현 또는 사회문제를 해결하는 데 있어서 해당되는 모든 사람들에게 편익을 제공하고, 이들이 접근가능하고 감당할 수 있는 가격으로 공급
 - 성장성(scalability): 사회적 목적을 실현하거나 사회문제를 해결하기 위한 사업모델을 통해 기업의 규모도 유의미한 수준으로 성장
- 한편 김진수 등(2016)은 사회적 기업과 벤처기업과 구분되는 소셜벤처의 주요 특성을 ‘사회적 기업가 정신’, ‘사회혁신’, ‘지속가능성’, ‘사회적 영향력’으로 제시
 - 사회적 기업가 정신(social entrepreneurship): 새로운 기회를 추구하고 사람과 자원을 새롭게 재조합하여 사회문제를 해결하려는 마음가짐과 태도
 - 사회혁신(social innovation): 사회적 문제를 해결하려는 새로운 시도이며, 이는 제품, 서비스, 프로세스 등의 혁신을 통해 발현
 - 지속가능성(sustainability): 경제적 자립을 이룸과 동시에 사회적 목적을 달성해 나가는 과정을 통하여 경제적, 사회적 가치를 끊임없이 창출해내는 능력
 - 사회적 영향력(social impact): 사회혁신이 진행되는 과정과 결과물을 통해 사회적으로 지속 가능한 긍정적인 변화를 창출해내는 힘

- 이러한 네 가지 특성은 소셜벤처 내에 한 개씩 단독으로 발생하지 않고, 서로 영향을 미치면서 소셜벤처를 발전시키는 주요 동력으로 작용한다고 주장
- 즉, 소셜벤처는 ‘기업가 측면’, ‘기업의 운영 측면’ 그리고 ‘기업의 성과 측면’에서 다음과 같은 특성을 보유
 - 기업가 측면: 사회적 목적을 위한 기회 추구, (사회)혁신적이고 모험적인 사업모델의 도입과 적용
 - 기업 운영 측면: (임팩트)투자가 가능한 효과적인 사업모델 실현, 이를 통한 기업의 성장과 지속가능성 확보
 - 기업성과 측면: 재무적 수익과 동시에 사회적 가치를 창출하여 사회적 영향력을 확산
- 특히 벤처와 유사한 기업가적 속성을 보유하고 있지만, 소셜벤처의 기업가적 속성은 사회적 목적을 실현하고 사회적 영향력을 확산시키는 데 더 주안점을 둔다는 점에서 근본적인 차이가 존재
 - 이러한 측면에서 단순히 재무적 수익을 추구하기 위한 벤처 또는 기업이 그 성과로 사회적 가치를 창출하고 사회적으로 긍정적 변화를 이끌었다 할지라도 소셜벤처로 분류되기 어려움
 - 즉, 사회적 기업가 정신을 보유한 신생기업은 소셜벤처의 필수조건이며, 지속가능하고 성장이 가능한 사업모델 그리고 사회적 영향력은 소셜벤처의 충분조건에 해당

<표 3> 소셜벤처의 주요 특성

특성		내용
기업가 측면	사회적 목적	기업 활동 목표의 최우선에 사회적 목적의 실현 또는 사회문제 해결을 둠
	혁신성/모험성	지금까지 시도되지 않았던 새롭고 도전적인 사업모델을 창안하고 적용
기업 운영 측면	지속가능성	기업을 유지시킬 뿐만 아니라 이를 통해 사회적 목적을 지속적으로 실현 가능
	성장성	효과적인 사업모델을 통해 기업의 규모를 성장시키고, 그에 따라 사회적 영향력도 극대화
기업성과 측면	재무적 수익 창출	재무적 수익을 창출하여 투자자에게 환원할 뿐만 아니라 기업 성장과 사회적 목적 실현에 재투자가 가능
	사회적 영향력	사회적 목적을 실현함으로써 사회적으로 긍정적인 변화를 유발, 즉 사회적 가치를 창출·확산

- 국내 정책대상으로 소셜벤처의 범주는 중소기업에 속하지만 인증 사회적 기업 또는 벤처확인기업가에 포함되지 않는 것으로 규정
 - 소셜벤처는 영리적 목적을 갖는 기업이라는 점에서 사회적 목적을 비영리적으로 실현하는 자선단체, 공익재단 등을 제외한 중소기업에 해당
 - 국내에서 사회적 기업은 「사회적기업육성법」에 따라 인증을 받은 기업으로 협소하게 설정되어 있는 상황
 - 사회적 기업이란 “취약계층에게 사회서비스 또는 일자리를 제공하거나 지역사회에 공헌함으로써 지역주민의 삶의 질을 높이는 등의 사회적 목적을 추구하면서 재화 및 서비스의 생산·판매 등 영업 활동을 하는 법 제7조에 따라 인증을 받은 기업(사회적 기업육성법, 제2조의 1호)”
 - 사회적 기업의 인증요건은 ‘사회적 목적의 실현’, ‘정관의 필수사항’, ‘이윤의 사회적 목적 사용’, ‘이해 관계자 참여의 의사결정구조’, ‘유급근로자 고용’, ‘영업활동의 수입’, ‘조직형태’ 등 7가지로 매우 엄격
 - 인증을 받지 않을 경우 사회적 기업 또는 이와 유사한 명칭을 사용할 수 없도록 강제하고 있기 때문에(사회적 기업육성법, 제19조), 인증 사회적 기업만이 정책대상으로 사회적 기업에 해당
 - 한편, 국내 정책대상으로서 벤처기업은 「벤처기업육성특별법」에 따라 「중소기업기본법」 제2조에 따른 중소기업이면서 벤처확인을 받은 기업
 - 벤처기업 확인은 벤처투자기관 투자기업, 연구개발비 투자기업, 기술사업성 우수기업 등의 조건을 충족한 기업
 - 벤처기업 확인을 받은 중소기업인 경우 벤처기업을 대상으로 하는 지원시책을 수혜받지 못하기 때문에 벤처확인기업만 정책대상으로 벤처기업에 해당
 - 이러한 측면에서 이 연구의 대상이며 국내 정책대상이 되어야 하는 소셜벤처는 인증 사회적 기업 또는 벤처확인기업 등의 해당 여부에 관계없이 앞에서 논의한 소셜벤처의 특성을 보유한 사회적 신생기업으로 설정하는 것이 바람직

II. 국내 소셜벤처 생태계의 현주소

□ 소셜벤처에 대한 인식이 부족하고 사회적 기업가 양성이 저조

- 소셜벤처를 미인증 또는 예비 사회적 기업으로 인식하는 경향이 크기 때문에 임팩트투자의 유치와 사업화에 애로
 - 사회적 기업은 주로 정부의 보조금을 받아 운영되고 있어 일반 투자기관이 소셜벤처를 사회적 기업으로 인식할 경우 지속가능성과 사업성이 부족한 것으로 오인
 - 뿐만 아니라 재무적 수익 중심의 시장성을 우선적으로 고려하는 일반 투자기관은 소셜벤처에 대한 인식이 부족하기 때문에 소셜벤처에 대한 투자를 꺼려하는 경향이 발생
- 사회적 기업가 양성기관이 전반적으로 부족하고 사회적 목적 사업 분야의 창업초기활동(TEA) 비중이 선진국에 비해 저조하는 등 소셜벤처 관련 창업저변이 미흡
 - Miller와 Stacey(2014)에 따르면, '14년 기준으로 전 세계에 사회적 기업가를 양성하는 소셜벤처 아카데미가 총 25개 운영되고 있으나, 국내 창업지원플랫폼 중에서 사회적 기업가를 특화하여 양성하는 기관은 매우 부족
 - 국내 전체 창업초기활동에서 '건강·교육·정부·사회서비스업'이 차지하는 비중은 13.6%로 미국 19.7%, 영국 19.4%, 독일 29.0% 등에 비해 낮음(GEM, 2016)

□ 소셜벤처의 주요 자금조달원인 임팩트투자 시장이 아직까지 미성숙

- 국내 임팩트투자 규모는 '15년 기준 총 175건에 약 539억 원 수준에 불과하며(KAIST, 2015), 그에 대한 구체적인 현황도 파악하지 못하는 상황
 - '15년 기준 세계 임팩트투자 규모는 약 15.2조 원이라고 할 때 국내 임팩트투자 규모는 세계대비 0.35%에 불과(GIIN, 2016)
 - 사회적 투자를 촉진하는 정책을 적극 추진하는 영국 규모(약 2,968억 원)의 1/6수준이며, 유럽에서 임팩트투자 시장이 상대적으로 미성숙한 독일 규모(약 828억 원)보다 저조(DWP, 2016; Bertelsmann Stiftung, 2016)

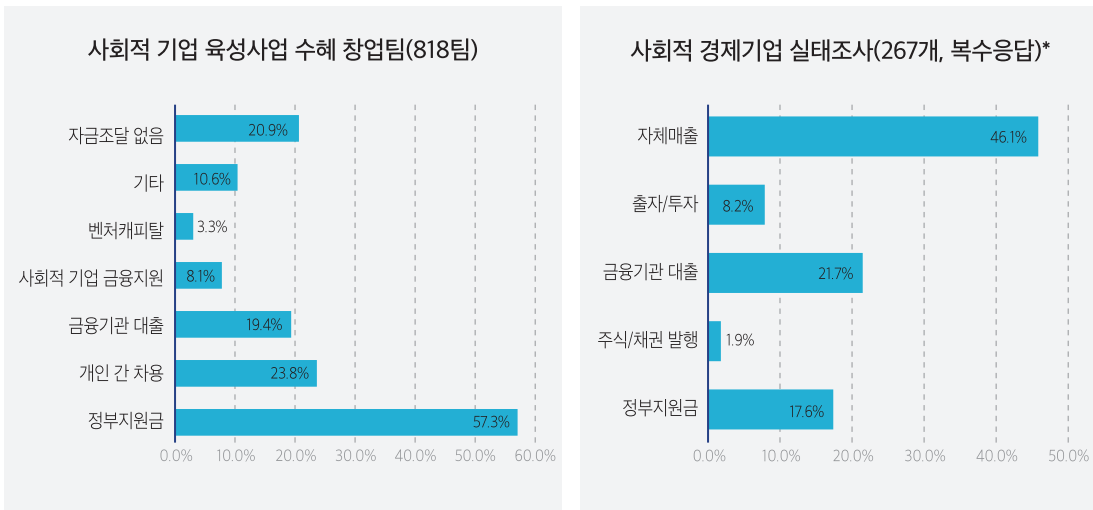
<표 4> 세계 임팩트투자 규모 추이

구분	2014	2015	2016	2017
투자 규모 (백만 달러)	10,553 (약 10.5조 원)	15,231 (약 15.2조 원)	22,142 (약 22.1조 원)	25,905 (약 25.9조 원)
투자 건수(건)	5,404	7,551	7,951	9,557

자료: GII, Annual Impact Investor Survey, 각년도

- 사회적 기업에 관한 실태조사를 살펴보면, 이들이 경영상 직면하는 주요 애로사항도 ‘자금접근성’에 집중되어 있는 실정
 - ‘사회적 기업가 육성사업’으로부터 수혜를 받은 창업팀이 외부자금을 조달한 방법 중에서 VC를 통한 투자는 전체의 3.3%에 불과(장원찬, 2017)
 - 중소기업연구원(2017)이 실시한 ‘사회적 경제기업 실태조사’에 따르면, 사회적 기업이 ‘출자/투자’를 통해 자금을 조달한 비중은 전체의 8.2% 수준

<그림 1> 사회적 기업의 자금조달 유형

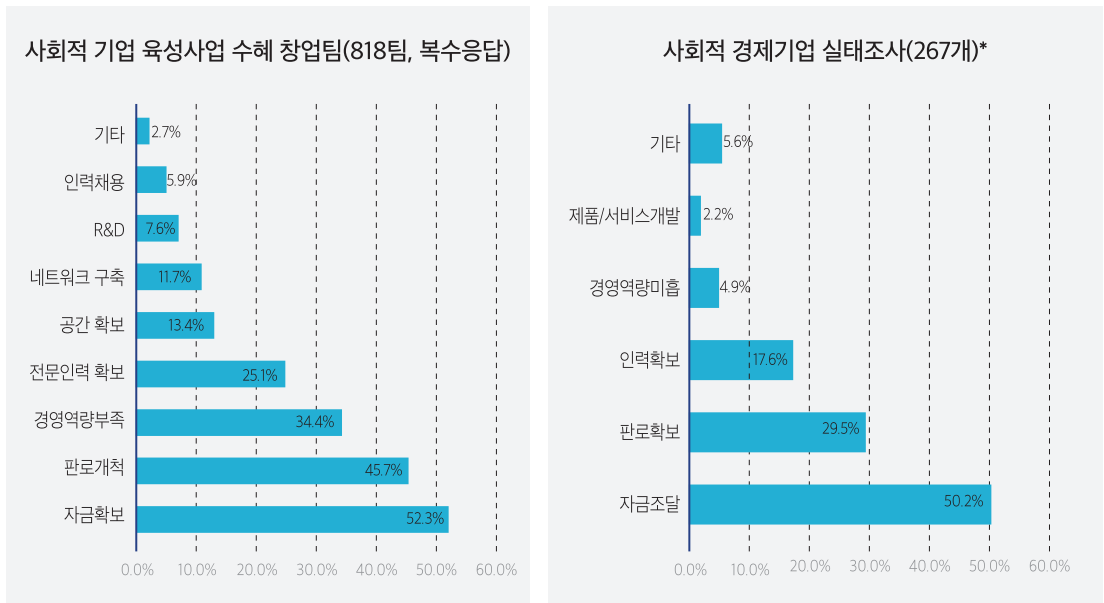


* 사회적 경제기업 표본 총 700개 중 사회적 기업 267개에 해당하는 응답
 자료: 장원찬(2017), 중소기업연구원(2017)

□ 소셜벤처는 민간부문의 판로가 부족하고 국내의 경우 사회서비스 관련 시장도 미성숙

- 소셜벤처에 대한 인식 부족으로 소비자의 접근성이 제약되고 있을 뿐만 아니라 민간부문 수요처를 확보하는 데 있어 애로 직면
 - ‘사회적 기업가 육성사업’에 수혜를 받은 창업팀이 운영상 느끼고 있는 주요 애로는 ‘자금확보(52.3%)’ 다음으로 ‘판로개척(45.7%)’이 높게 조사(장원찬, 2017)
 - 중소기업연구원(2017)의 사회적 경제기업 실태조사에서 사회적 기업의 운영단계에서 주요 직면하는 애로사항 중에서도 ‘판로확보(29.5%)’가 ‘자금조달(50.2%)’ 다음으로 높게 나타남

<그림 2> 사회적 기업의 주요 애로사항



* 사회적 경제기업 표본 총 700개 중 사회적 기업 267개에 해당하는 응답
 자료: 장원찬(2017), 중소기업연구원(2017)

- 뿐만 아니라 규모가 영세한 소셜벤처는 광고비 부족과 취약한 영업망으로 인하여 적극적인 내수 판로를 개척할 수 없을 뿐만 아니라 수출실적도 상대적으로 부족

Ⅲ. 해외 동향과 정책사례 조사

1 영국

1) 소셜벤처의 정의

□ 소셜벤처에 대한 공식적 정의가 없으며, 사회적 기업의 한 유형으로서 사회적 투자와 관련하여 소셜벤처를 언급

○ 영국은 소셜벤처에 대한 법적 또는 공식적 정의를 두고 있지 않으나, 일부 정부의 공식 문서에서 ‘소셜벤처’라는 용어를 사용

- 영국 정부가 사회적 투자 시장(social investment market)을 촉진하기 위한 정책 방안을 제시한 보고서(HM Government, 2011)에서 소셜벤처를 “재무적으로 지속가능한 방법을 통해 사회적 가치를 창출하는 기업”으로 정의

- ‘영국 소셜벤처 창업 가이드선(Cabinet Office & DIT, 2015)’에서는 소셜벤처에 대한 명확한 정의를 두지 않고, 사회적 기업으로서 창업단계에 있는 ‘신생기업’을 지칭하는 용어로 사용

○ 공공기관 성격의 NESTA는 다양한 보고서에서 소셜벤처라는 용어를 가장 빈번하게 사용하고 있으며, 특히 소셜벤처를 다음과 같은 세 가지 특성에 따라 사회적 기업과 구분(Shanmugalingam et al., 2011)

- 사회적 문제를 해결하는 기업

- 재정적으로 지속가능성을 확보할 수 있는 기업

- 사업의 아이디어를 활용하여 사회적 영향력의 확대와 조직의 성장을 목표로 하는 조직

○ 이처럼 영국은 소셜벤처에 대한 공식적 정의를 두고 있지 않지만 소셜벤처를 사회적 기업의 한 유형으로 인식하고 있으며, 재정적 지속가능성과 조직의 성장을 목표로 한다는 점을 강조

- 소셜벤처는 비영리 사회적 기업과는 명확히 구분되며, 신생기업으로서 성장을 지향하는 기업가적 속성을 강조한다고 유추 가능

○ 다만, 소셜벤처의 공식적 정의를 사용하지 않고 있기 때문에 영국의 소셜벤처 현황과 생태계를 이해하고 그에 대한 지원정책을 파악하려면 영국 사회적 기업에 대한 이해가 선행되어야 함

□ 사회적 기업에 대한 법적 정의가 없지만 정부 측면에서 사회적 기업의 공식적 정의를 사용

- 영국은 ‘사회적 기업: 성공을 위한 전략(Social Enterprise: A Strategy for Success)’이란 정책 문서에서 사회적 기업을 최초로 정의
 - 사회적 기업이란 “사회적인 목적을 우선으로 추구하는 기업으로서, 주주와 소유주의 이익 극대화를 추구하기보다는 사회적 목적 달성을 위해 잉여금을 주로 기업 자체나 지역사회에 재투자하는 기업 (DTI, 2002)”
- 이후 정책대상으로서 사회적 기업을 명확히 설정하고 영국 내 사회적 기업의 규모를 파악할 목적으로 추진된 ‘사회적 기업 시장동향 조사(Social Enterprise: Market Trends)’에서 사회적 기업에 대한 조직적 정의를 마련
- 영국의 내각사무처(Cabinet Office, 2016)는 사회적 기업을 다음과 같은 세 가지 기준에 근거하여 분류
 - ① 거래 및 상업 활동으로부터 수입의 50% 이상을 확보
 - ② 이익과 잉여금이 주로 사회적 또는 환경적 목적 실현에 사용하는 기업으로서 이윤의 50% 이상을 주주에게 배당하지 않은 기업
 - ③ 기업의 미션으로 재무적 수익의 창출보다 사회적 또는 환경적 목적에 우선을 두거나 적어도 이 두 목적을 동등하게 추구하는 기업

□ 사회적 기업이 될 수 있는 법적 지위와 형태는 매우 다양하며, 자선단체, 협동조합, 공동체이익회사 등뿐만 아니라 영리기업도 가능

- 영국 정부는 사회적 기업이 될 수 있는 법적 형태를 구체적으로 제시하여 다양한 법적 성격을 갖는 조직이 사회적 기업이 될 수 있음을 제시
 - 사회적 기업에 대한 법적 정의가 없는 대신에 사회적 기업으로 분류할 수 있는 법적 형태를 열거해 놓고 있음
 - 「회사법」상의 ‘유한책임회사’, 「산업공제조합법」이 규정한 ‘산업공제조합’, 「공동체이익회사법」에 근거를 둔 ‘공동체이익회사’ 등이 사회적 기업의 될 수 있는 법적 지위를 분류(DLA Piper & UnLtd, 2014)
- 법적 지위에 따른 영국 사회적 기업의 분포를 보면, '16년 기준으로 ‘유한책임주식회사’가 전체 사회적 기업의 43.7%로 가장 많은 비중을 차지하고 있으며, 그다음으로 개인사업자 및 비법인 단체가 26.9%를 차지(DCMS & BEIS, 2017)

<표 5> 영국 사회적 기업의 법적지위와 주요 특징

구분	특징	관련 법률	자선단체 등록
유한책임주식회사 (Company Limited by Shares, CLS)	- 회사의 일반적 형태 - 기업등록소(Companies House)의 감독을 받음	회사법	불가능
보증책임주식회사 (Company Limited by Gurantee, CLG)	- 회사의 형태이나 주식자본이 없음 - 기업등록소의 감독을 받음	회사법	특정요건 충족 시 가능
공동체이익회사 (Community Interest Company, CIC)	- 사회적 목적을 지닌 유한책임 회사 - 유한책임형과 보증책임형으로 구분 - '공동체이익심사(community interest test)'를 거친 후 설립 가능 - 기업등록소와 공동체이익회사 감독관의 감독을 받음	회사법 (유한책임형) 공동체이익회사 규정 (보증책임형)	불가능
자선사업법인 (Charitable Incorporated Organisation, CIO)	- 자선단체를 위한 새로운 법적 형태 - 자선사업관리위원회의 감독을 받음	자선단체법	가능
산업공제조합 (Industrial and Provident Society)	- 신용협동조합이 선정함 - 금융행위규제청(FAC)이 규제함 - 협동조합과 공동체이익조합, 신용조합 등 여러 유형 존재	산업공제조합법	불가능
유한책임합자회사 (Limited Liability Partnership, LLP)	- 기업등록소의 감독 하에 있음	유한책임합자회사법	불가능
합명회사 (Partnership)	- 법인격이 부여되지 않음	합명회사법	불가능
비법인 단체 (Unincorporated Association)	- 법인격이 부여되지 않음	회사법 (특정유형의 경우 자선단체법)	가능

자료: DLA Piper & UnLtd(2014), p.13의 표 재가공

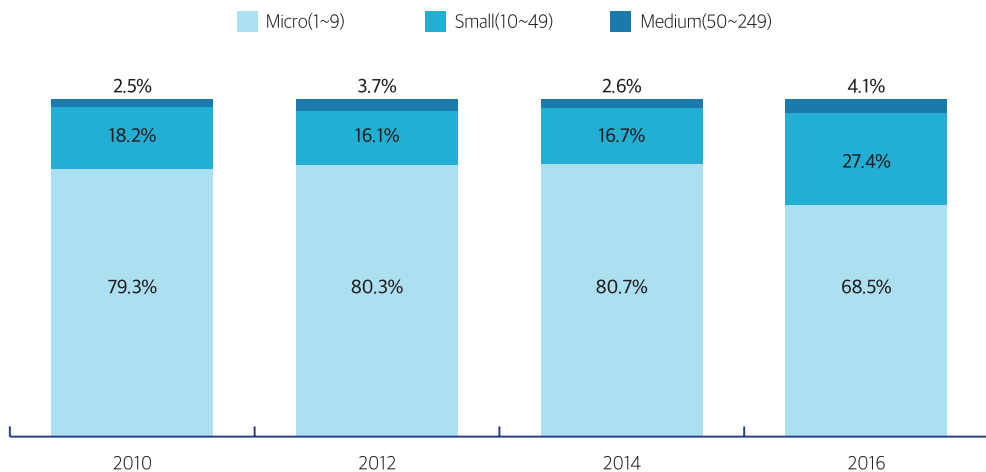
2) 소셜벤처 생태계 구조

(1) 소셜벤처 현황과 특성

□ 영국의 사회적 기업은 '10년부터 정부가 추진한 육성 정책으로 인하여 전체 경제에 기여하는 영향력이 점차 증가하는 추세

- 영국 사회적 기업의 수는 '16년 기준으로 약 47만 개로 전체 중소기업의 9%에 해당하며, 사회적 기업의 종사자 수는 약 144만 명에 해당(DCMS & BEIS, 2017)
 - '17년부터 '사회적 기업 시장 동향조사'의 통계 산출 방식이 변하면서 과거 조사와의 정확한 비교는 어렵지만, 보고서에 따르면 사회적 기업의 비중과 종사자 규모가 꾸준히 증가하는 추세
 - 최근에는 영국 정부가 사회적 기업이 영국 경제에 차지하는 비중에 대한 추정치를 제시하지 않기 때문에, 과거 추정치를 통해 영국 경제에서 사회적 기업이 차지하는 정도를 추정할 수밖에 없음
 - 영국 사회적 기업의 총 매출규모는 '11년 기준 240억 파운드로 영국 총생산(GDP)의 1.5%에 해당 (Shanmugalingam et al., 2011)
 - 영국 사회적 기업이 창출하는 부가가치는 '13년 기준으로 영국 총 부가가치(GVA)의 3.3%에 해당 (Cabinet Office, 2013)
- 사회적 기업 대부분이 50인 이상의 기업에 해당하나 최근 영세 중소기업의 비중이 증가하는 추세를 보이며 소셜벤처도 이와 마찬가지로 유추됨
- 규모를 살펴보면 '16년 기준 '50인 이상'의 기업이 68.5%로 다수를 차지하며 '10인 미만'의 영세 중소기업이 4.1%, '10인 이상 50인 미만'의 중소기업이 27.4%에 해당
 - 영세 중소기업이라 할 수 있는 종사자 규모 '50인 이하'의 사회적 기업은 96,000개로 전체 사회적 기업의 19.6%를 차지하고, '12년 이후 지속적으로 증가하는 추세

<그림 3> 영국 고용 사회적 기업의 종사자규모별 현황



자료: DCMS & BEIS(2017), p.29의 표 재가공

□ 영국 사회적 기업의 상당수가 '업력 5년 미만'의 신생기업이라는 점에서 소셜벤처가 상당한 비중을 차지한다고 유추 가능

○ 소셜벤처에 대한 공식적 정의 또는 조작적 정의가 없고 그 현황에 대한 공식적인 자료가 없으나, 사회적 기업의 법적 지위에 따른 분포 그리고 업력별 분포를 고려하여 추정 가능

- 법적 지위별 분포에서 유한책임주식회사인 사회적 기업이 전체의 43.7%를 차지하고, '업력 5년 미만'인 신생기업에 해당하는 사회적 기업이 49%를 차지

- 이러한 수치를 고려할 때 재정적으로 지속가능성을 추구하고 수익을 통해 성장을 추구하는 소셜벤처가 상당수가 존재한다고 추정

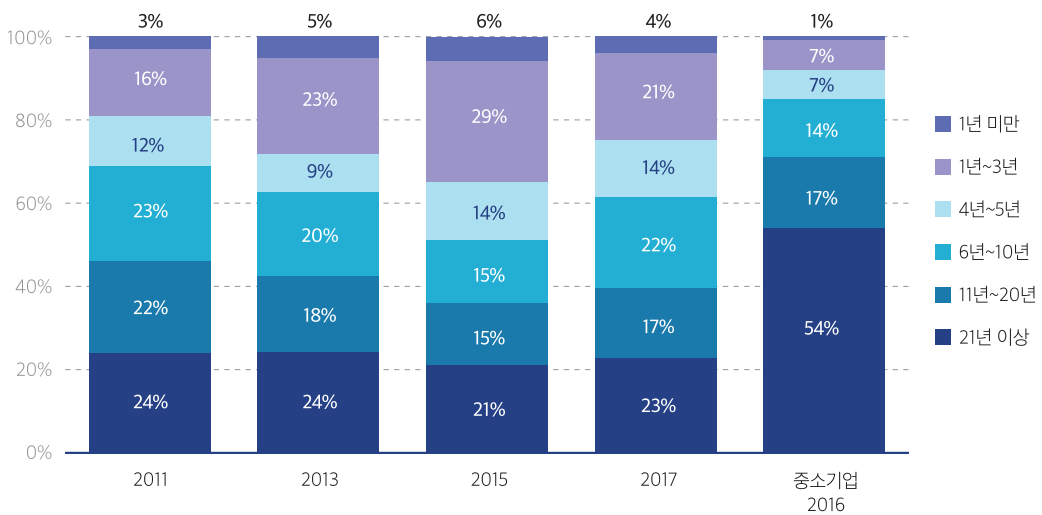
○ 영국 사회적 기업을 업력 분포별로 살펴보면, '업력 5년 미만'의 신생기업이 대부분을 차지

- SEUK(2015; 2017)의 조사에 따르면, 지속적으로 '업력 5년 미만'의 사회적 기업이 '09년 이후부터 스타트업 붐이 일어나면서 지속적으로 증가

- '17년 기준 '업력 3년 미만'이 25%, '업력 5년 미만'이 39%임을 볼 때 영국 사회적 기업에서 소셜벤처가 차지하는 비중이 높다고 유추 가능

- 특히 업력 5년 미만의 비중이 중소기업(15%)보다 사회적 기업(39%)에서 더 높은 것으로 나타나 소셜벤처가 상대적으로 더 활성화되고 있는 상황

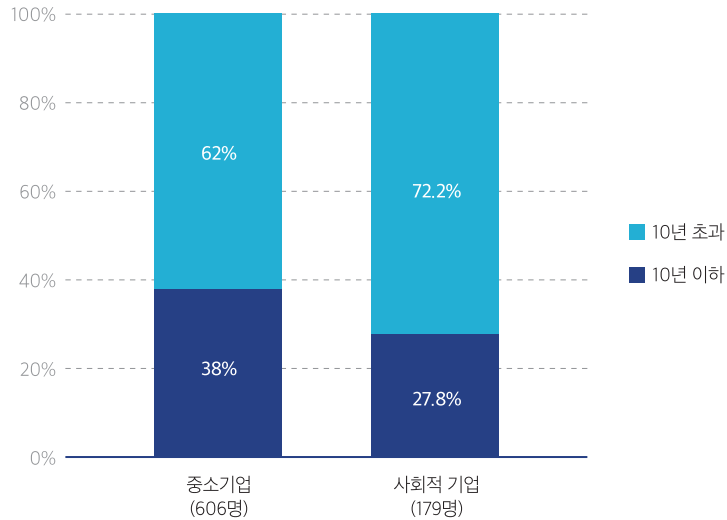
<그림 4> 영국 사회적 기업의 업력별 분포 추이



자료: SEUK(2017), p.15

- 한편, 2017년 사회적 기업 시장동향 보고서(DCMS & BEIS, 2017)에 따르면, 설문조사에 참여한 고용 사회적 기업의 업력별 분포로 볼 때 ‘업력 10년 미만’이 전체의 27.8%(48개)를 차지

<그림 5> 영국 고용 사회적 기업의 업력별 분포



자료: DCMS & BEIS(2017), p.32의 표 재가공

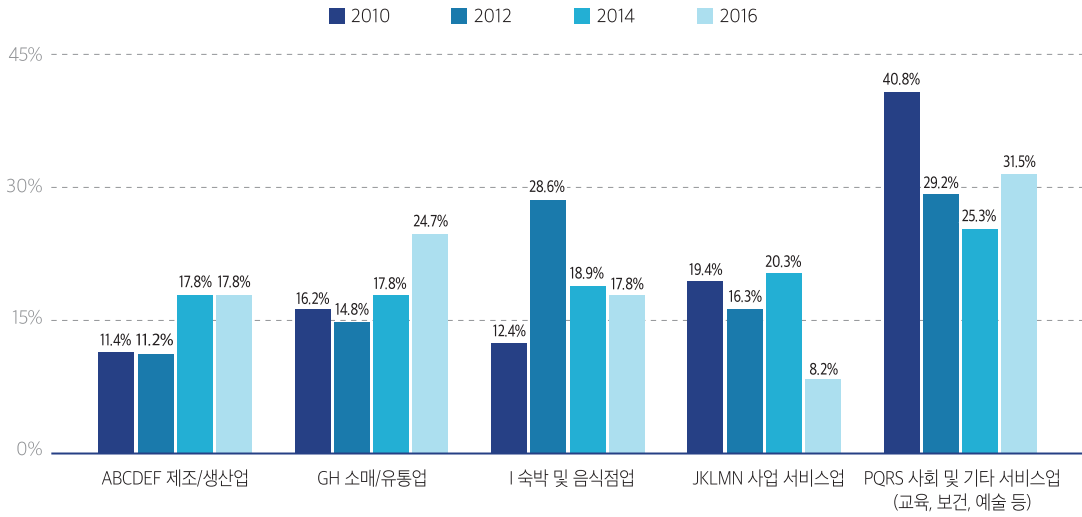
□ 업종별 사회적 기업의 분포를 보면, ‘서비스업’은 감소 추세이나 ‘제조·생산업’과 ‘소매·유통업’ 분야는 증가 추세

○ ‘17년 기준으로 볼 때, ‘사회복지 및 공공행정 서비스업’, ‘예술·스포츠 및 여가 관련 서비스업’을 영위하는 사회적 기업의 비중이 매우 높음(DCMS & BEIS, 2017)

○ 하지만 업종별 사회적 기업 분포의 추이를 살펴보면, ‘숙박 및 음식점업’, ‘사업서비스업’, ‘사회 및 기타 서비스업종’이 점차 감소 추세를 보이고 있음

- 영국 사회적 기업이 활성화되면서 점차 다양한 업종에서 사회적 목적을 실현하고 있음을 시사

<그림 6> 영국 사회적 기업의 업종별 분포



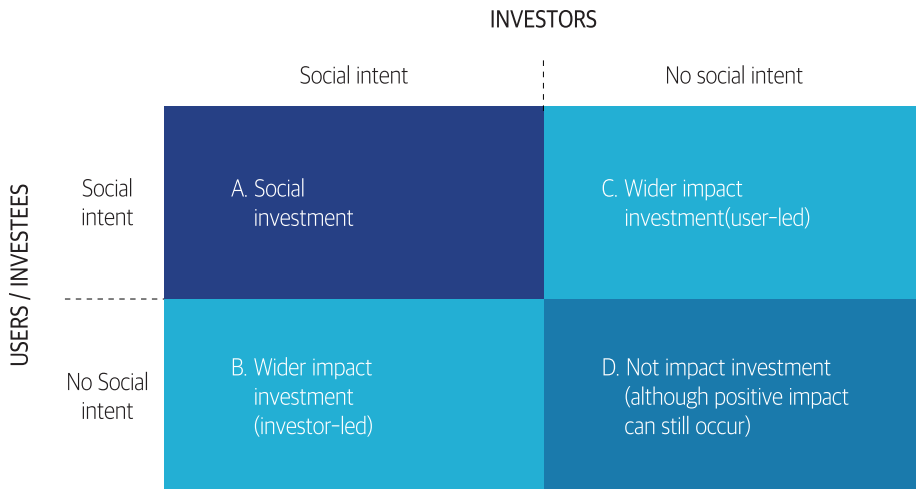
자료: DCMS & BEIS(2017), p.33의 표 재가공

(2) 임팩트투자 시장 및 증개지원기관 현황

□ 영국의 임팩트투자에 해당하는 사회적 투자 유형은 매우 다양하고 그 시장 규모는 꾸준히 증가 추세

○ Robinson(2016)은 영국의 사회적 투자 시장을 ‘투자자(investors)’와 ‘투자유치자(investees)’의 사회적 목적 유무에 따라 네 가지 영역으로 구분하여 그 시장 규모를 추정

<그림 7> 임팩트투자의 네 가지 분야



자료: Robinson(2016), p.6

- Sector A에 해당하는 영국의 사회적 투자의 시장 규모는 사회은행대출, 사회성과연계채권, 자선채권 등까지 포함할 때 '15년 말 기준으로 15억 2,500만 파운드
- 이 중에서 사회적 투자의 거래 규모는 '15년 말 기준으로 4억 5,700만 파운드로서 '11년(1억 6,500만 파운드) 대비 2.6배 증가한 규모
- BSC가 중심이 되는 사회적 투자는 10억 6,200만 파운드로 전체 70%를 차지하며, 영리중심인 사회적 투자는 4억 6,200만 파운드 규모

<표 6> 영국 사회적 투자의 유형과 현황

구분		규모 (백만 GBP)	비중 (%)	투자기업 (개)	비고
사회적 투자 - BSC 중심		1,062	70	2,656	
SME 자선단체 재원 분야 (46%)	사회은행대출 (Social bank lending)	545	36	1,264	영국 사회은행으로부터 자선단체 및 사회적 기업이 받는 대출
	비은행권 대출 (Non-bank lending)	158	11	858	특수펀드나 다른 채널을 통해 자선단체와 사회적 기업이 받는 비은행권 대출
사회혁신 분야 (3%)	유사주식 투자 (Equity-like capital)	32	2	123	특수펀드나 다른 자선단체를 통한 자선단체 및 사회적 기업의 성장을 위한 자본 투자 방식
	사회성과연계채권 (Social Impact Bond)	14	1	18	모든 종류의 사회성과연계채권
개인 참여 분야 (6%)	공동체주식 (Community share)	96	6	353	대부분 공동체이익회사로부터 발행된 공동체주식
	사회적 투자세금감면 (Social investment tax relief)	1	0.1	9	사회적 투자로 인한 세금감면을 통해 투자 활성화
성장 분야 (14%)	자선채권 (Charity bond)	86	6	18	자선단체에 의해 발행된 채권으로 사회 영향을 타겟으로 하며 명확한 임팩트 측정을 수반하는 투자 방식
	고 임팩트 사회적 자산 (High impact social property)	130	9	14	자선단체나 사회적 기업의 서비스 전달을 위한 자본
사회적 투자-영리 목적		462	30	807	영리를 목적으로 하는 자산 비동결 기업에 대한 모든 투자 유형
총 사회투자		1,525	100	3,463	

자료: Robinson(2016), p.9

- 사회은행(Social bank)은 위험이 높은 사회적 기업 특성을 고려하여 차월한도(overdraft facilities), 운전자금대출금(working capital loans), 현금흐름대출(cashflow lending) 등 사회적 기업의 수요에 맞는 대출프로그램을 제공
 - Richardson(2015)에 의하면 '15년 기준 영국의 사회적 투자의 82%가 4대 사회은행(Co-operative Bank, Charity Bank, Unity Trust, Triodos)을 통해 이루어짐
- 유사주식 투자(Equity-like Capital)는 사업수익의 특정 비율을 인세 지불 형식으로 투자자에게 돌려주는 것으로 기관에게 주식발행을 요구하지 않는다는 점에서 일반적인 주식투자자와 차이가 존재
- 사회성과연계채권(Social Impact Bond)은 사회적 가치를 추구하는 사회적 기업(소셜벤처)이 투자자와 계약을 체결하여 사업을 진행한 후, 일정한 사회성과(계약목표)를 달성하면 정부가 그 사업에 대한 투자비를 보조금으로 지급하는 투자 프로그램
- 공동체주식(Community Share)은 특정 커뮤니티를 대상으로 영업하는 사회적 기업의 경우, 그 지역 사회에 주식을 발행함으로써 재원을 확보
- 사회투자세금감면(Social Investment Tax Relief, SITR)은 '14년에 도입된 정책으로 총투자금액의 30% 내에서 최대 연간 투자금 백만 파운드까지 감면해 주는 제도(Richardson, 2015)
- 이러한 사회적 투자 시장규모는 약 3,500개의 개별 투자를 통해 이루어진 규모이며, 이를 통해 3,000개 이상의 자선단체 및 사회적 기업이 사회적 투자의 혜택을 받음(Robinson, 2016)
 - 소셜벤처에 대한 사회적 투자는 '영리중심 사회적 투자'에 해당하는 것으로 볼 수 있기 때문에, 이 수치의 약 30% 정도가 소셜벤처 관련 사회적 투자로 추정 가능
- 사회적 투자 중개기관을 포함하여 사회적 기업과 소셜벤처의 경영활동을 지원하는 다양한 중개지원기관이 존재
 - 사회적 기업과 소셜벤처에 대한 관심이 크게 증가한 1990년대부터 다수의 '소셜벤처 전문 중개기관(social venture intermediaries, SVIs)'이 영국에서 등장(Shanmugalingam et al., 2011)
 - 소셜벤처의 성장, 역량개발, 지속가능성을 도와주는 역할을 담당하며, 자금(finance), 역량(skill), 네트워크(network), 업무공간(building), 조언(advocate) 등의 공급자를 소셜벤처에 중개하는 역할을 담당
 - 사회적 투자 중개지원기관(Social Investment Financial Intermediary; SIFI)은 사회적 기업과 소셜벤처에 사회적 투자를 공급 또는 중개해주는 기관을 의미

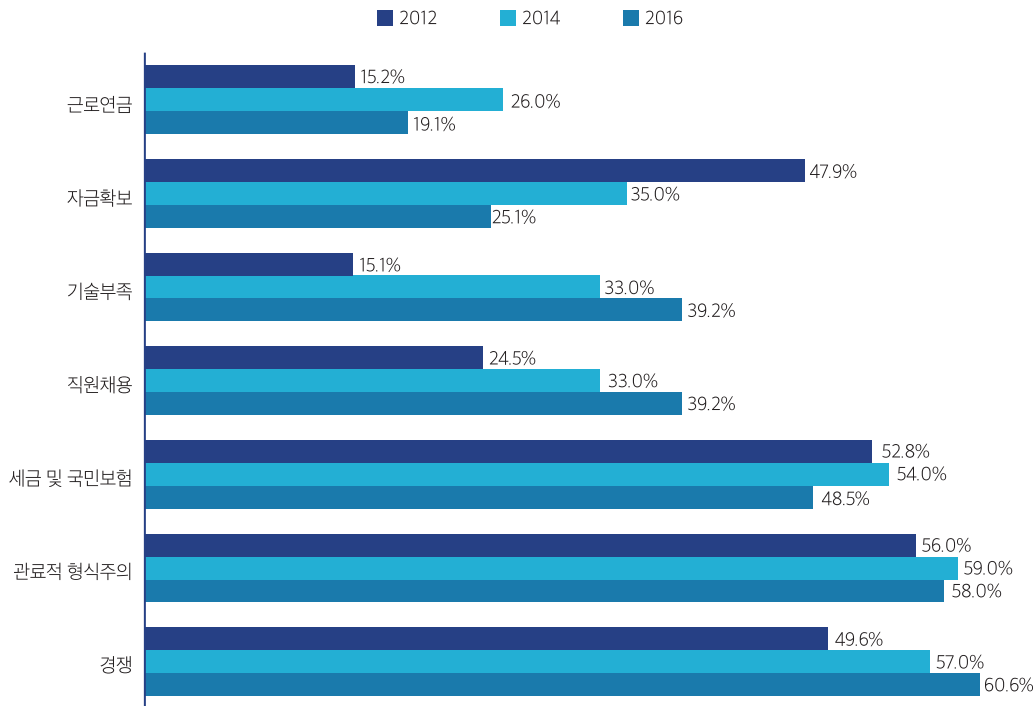
- 소셜벤처 중개지원기관은 소셜벤처가 직면하는 다양한 어려움을 해결해주는 역할을 담당하는 것으로 Shanmugalingam과 동료들(2011)은 소셜벤처 생태계의 주요 이해관계자에 따라 소셜벤처 중개지원기관의 역할을 다음과 같이 분류
 - ① 자금중개: 투자자와 소셜벤처 간에 투자 또는 다양한 자금수단을 중개
 - ② 네트워크중개: 전문가, 사회적 기업가, 사회활동가 등의 네트워크를 소셜벤처와 연결해주는 역할
 - ③ 수혜자 및 고객 중개: 소셜벤처의 사회적 가치 또는 사회영향을 평가하여 그 수혜자와 소셜벤처를 결속을 높이며, 소셜벤처의 마케팅 활동을 지원하고 판로를 제공
 - ④ 혁신의 중개: 소셜벤처의 혁신을 지원하기 위하여 다양한 인사이트, 방법론, 혁신자산 등을 공급
- 영국에서 활동하고 있는 소셜벤처 중개지원기관의 정확한 수는 알 수 없으나, 소셜벤처 지원을 전문으로 하는 민간 중개지원기관이 다수 존재
 - 민간 소셜벤처 중개지원기관은 소셜벤처를 대상으로 하는 인큐베이터와 액셀러레이터의 형태를 보이고 있음
 - 민간 소셜벤처 인큐베이터는 소셜벤처의 창업과 경영활동에 필요한 컨설팅뿐만 아니라 사업개발과 투자유치 등에 대한 전문적인 조언을 제공하는 역할까지 담당
 - 예를 들어 Emerge Venture Labs를 통해 기술 전문 소셜벤처를 대상으로 상품 및 서비스 개발을 위해 비즈니스 모델 캔버스, 디자인 씽킹, 린 스타트업 등과 같은 다양한 방법론과 조사도구를 제공 (Richardson, 2015)
- NESTA는 소셜벤처 지원을 전문으로 하는 인큐베이터와 액셀러레이터의 운영모형을 다섯 가지로 제시
 - 공동업무공간 제공 모델: 업무공간 확보뿐만 아니라 네트워크, 동료 지원, 정보 및 전문성을 얻기 용이하도록 지원
 - 교육 지원 모델: 1:1 멘토링, 코칭, 워크숍 등 교육 프로그램을 제공
 - 임팩트 액셀러레이터 모델: 직접 대출이나 보조금 제공
 - 소셜벤처 공모제 모델: 경연대회를 개최하여 유망 소셜벤처에 현금 및 전문가의 1:1 지원을 제공
 - 엔젤투자자 네트워킹 모델: 투자자들로부터 멘토링 및 전략적 조언을 얻을 수 있도록 엔젤투자자 네트워크 조성 및 제공

(3) 애로사항 및 문제점

□ 영국 사회적 기업은 경제 및 사회의 다양한 영역에서 잠재적 애로에 직면

- ‘2017년 사회적 기업 시장동향 조사(DCMS & BEIS, 2017)’에 따르면, 영국 사회적 기업은 ‘시장경제에서의 경쟁’, ‘규제’, ‘조세’ 등의 순으로 애로사항을 제시
- ’12년에 비해 ‘자금확보’와 ‘세제혜택’에 해당하는 경제적 애로보다는 ‘기술부족’, ‘직원채용’, ‘시장에서의 경쟁 증가’ 등과 같은 지속가능성에 관한 애로를 더 많이 제시

<그림 8> 영국 사회적 기업의 주요 애로사항

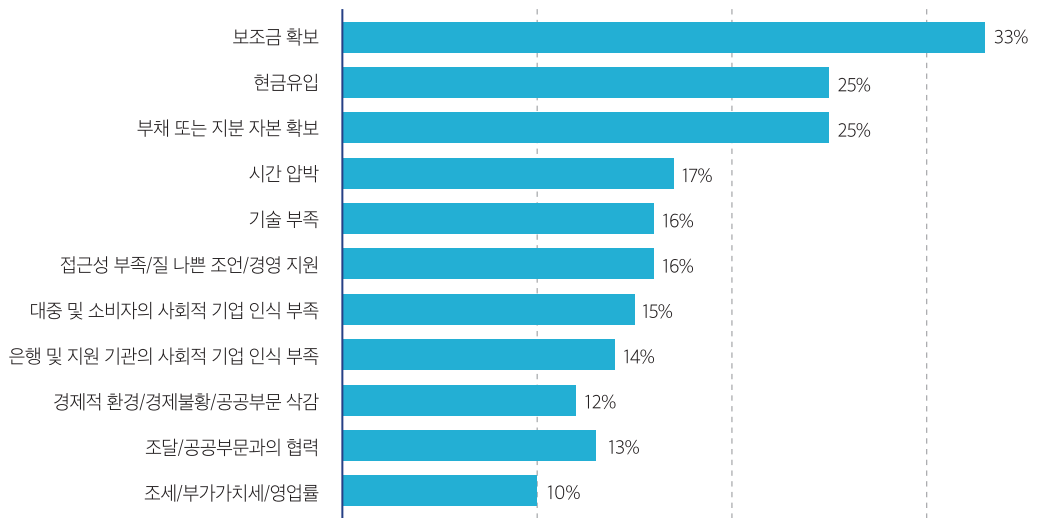


자료: DCMS & BEIS(2017), p.44의 표 재가공

- 반면, 사회적 기업연합회(SEUK, 2015)의 조사에 따르면, 44%의 사회적 기업이 지난 12개월 동안 자금 확보에 대한 어려움을 겪은 것으로 나타남
 - 조사대상 사회적 기업의 44%가 지난 12개월 동안 자금(funding), 재정(finance) 또는 자본(capital)을 확보하려고 노력함
 - 이는 2013년(48%)에 비해서는 낮은 비율이지만 자금 확보를 추구하는 중소기업(19%)과 비교할 경우 2배 이상

- 소셜벤처에 해당하는 업력 3년 미만의 신생기업일수록 자금 확보의 어려움을 느낀다고 응답한 비율이 더 높음(전체의 53%)
- 영국 사회적 기업은 신생기업일 경우 자금확보에 더 많은 애로를 겪고 있으며, 성장할수록 지속가능성에 필요한 기술, 인력, 마케팅 등에 대한 애로를 겪는다고 유추할 수 있음
- 소셜벤처는 사회적 기업에 비해 자금부족에 대한 애로가 더 크고, 기업의 손익 실현까지 상당한 시간이 소요
 - SEUK(2015)에 의하면 소셜벤처가 주로 인식하는 애로는 자금접근으로 나타남
 - 조사대상 소셜벤처가 인식하는 애로 중 '보조금 확보'라는 응답이 33%로 가장 많았으며, 그 뒤로 '현금유입(25%)', '부채 또는 지분 자본 확보(25%)' 순으로 나타남

<그림 9> 소셜벤처의 애로 유형



자료: SEUK(2015), p.50

- 소셜벤처의 자금부족의 원인은 사회적 투자를 통해 유치하는 투자 규모가 상대적으로 적기 때문에 발생
 - 작년에 조달이 가능했던 사회적 투자 거래 중에서 2/3가 최저 임금에 해당하는 1년 연봉보다 작은 '5천 파운드 이하'의 소액 대출(loan)에 해당
- 소셜벤처가 자금부족을 야기하는 또 다른 원인은 임팩트투자 후 손익 실현까지 상당한 시간이 소요되는 시간 압박임

- 소셜벤처가 3명으로 구성된 팀을 고용할 경우 초기에 지급해야 할 연봉이 1만 5천 파운드이며, 공간 대여에 필요한 금액인 5천 파운드, 한 해의 운영에 필요한 자본 요건인 5만 파운드까지 고려하면 최소 7만 파운드의 초기 비용이 필요
- 소셜벤처가 임팩트를 확고하게 실현하려면 최소 5천 파운드에서 최대 25만 파운드까지 필요하기 때문에, 손익 분기점에 도달하려면 대체로 약 9년 가까운 시간이 소요되는 것으로 알려짐 (Shanmugalingam et al., 2011)

3) 정부 지원정책

(1) 지원체계

□ 영국 정부는 사회적 기업의 지원체계 개선을 위한 통계를 구축하고 소셜벤처에 필요한 다양한 지원정보를 제공

- 사회적 기업의 실태 파악과 정책수요 발굴을 위해 '12년부터 기업에너지산업전략부(DBEI) 주도로 '사회적 기업 시장동향 조사'를 2년마다 발표

- 국내와 달리 사회적 기업에 대한 법적 정의가 없기 때문에 중소기업 측면에서 사회적 기업의 범위와 분류기준 마련

- 사회적 기업 수 및 종사자 수 추정, 사회적 기업의 주요 특성, 비즈니스 성과 및 장애요인, 정책수요 등에 대해 조사

- 또한 영국 정부는 '소셜벤처 창업 가이드(Cabinet Office & DIT, 2015)', '혁신형 소셜벤처 투자 실천 가이드(NESTA, 2015)' 등을 발표하여 소셜벤처 지원에 관한 다양한 정책정보를 제공

□ 사회적 기업과 소셜벤처의 판로 및 세제를 지원하는 법제도 마련

- '사회적 가치법(the Social Value Act 2012)'을 제정하여 공공구매를 통해 사회적 기업의 판로 확충을 지원

- 사회적 가치법은 경제적, 사회적 또는 환경적 이익을 위해 지방정부 및 기타 공공기관이 구매활동 시 사회적 영향을 고려하도록 요구

- 공급사슬에서 사회적 기업이 직접 서비스를 제공하거나 하청업체로 포함될 수 있도록 기회를 제공

- 사회적 가치법을 시행함으로써 지역공동체와 중소기업에 긍정적 영향이 발생하는 것으로 나타남

- Lord Young(2015)에 의하면 정부의 설문조사 응답자의 60% 이상이 사회적 가치법이 지역사회에 긍정적인 영향을 준다고 응답하였으며, 82%는 지역 경제에, 72%는 지역 내 사업에 긍정적인 영향을 준다고 평가함
- 구체적인 성과로 재무 투자 및 환경 개선(66%), 지역 기업의 공급망 이용(70%), 청년 및 소외 계층 고용 증가(75%), 교육 및 지역인재 고용 기회제공(83%) 등 다양한 성과가 보고됨
- 또한 지방정부가 사회적 가치법을 통해 공공구매를 확대함으로써 총지출이 감소되어 예산 효율성이 높아졌을 뿐만 아니라 지역소재 중소기업에 대한 지출은 오히려 더 늘어나는 성과를 달성
- Lambeth 지역의 총지출을 약 3천만 파운드 감소시켰고, 지역소재 중소기업에 지출한 금액은 1억 5천 9백만 파운드에서 1억 8천만 파운드로 증가함
- Durham 지역은 총지출을 약 3천만 파운드 감소시켰고, 중소기업에 전체 지출의 절반 이상(51.8%)을 지출
- '14년부터 '사회적 투자 세금감면제도(Social Investment Tax Relief, SITR)'를 도입하여 사회적 투자를 한 개인의 경우 최소 3년 투자 유지를 조건으로 총투자금액의 30%를 연간 최대 백만 파운드까지 소득세에서 감면
- HM Revenue & Customs(HMRC, 2018)에 의하면 세제감면제도 도입 이후 50개의 사회적 기업이 이 제도를 통해 투자를 받았으며 현재까지 총 51만 파운드의 기금을 조성
- '16년~'17년간 총 25개의 사회적 기업이 사회투자세금감면을 통해 투자를 받았고 대출과 주식을 포함하여 180만 파운드 규모의 기금을 조성

<표 7> 사회투자세금감면 제도로 자금을 조성한 사회적 기업의 수와 규모

연도	기금 조성한 기업 수 (단위: 개)	기금 규모 (단위: £ million)
2014~15	5	0.5
2015~16	25	2.3
2016~17	25	1.8

자료: HMRC(2018), p.44

- 사회적 기업의 판로 확대를 목적으로 사회적 기업연합회 주도로 사회적 기업 및 소셜벤처 온라인 데이터베이스 구축
 - SEUK는 800개의 사회적 기업이 회원사로 참여하는 기관으로 15,000개 파트너 네트워크를 관리하고 있으며, 온라인 디렉토리 사이트(the Buy Social Directory)를 통하여 사회적 기업에 대한 상세정보를 제공
 - 사회적 기업과의 거래, 임팩트투자, 중간지원기관, 사회적 기업 공공구매 정책 등 다양한 정보를 동시에 제공
 - 사회적 기업 판로 확대를 위해 사회적 기업에 대한 인식 개선이 중요하다고 보고, 이를 위해 매년 Social Enterprise Awards 시행

(2) 사회적 기업가 양성체계

- 교육 및 컨설팅을 통해 사회적 기업에 대한 인식을 제고하고 민간의 사회적 기업가 양성을 지원
 - 중등교육기관에서 프로그램을 개설하여 사회적 기업에 대한 지식을 제공하고 사회적 기업 경영에 필요한 기술을 교육
 - 스코틀랜드의 Social Enterprise Academy, 잉글랜드의 Real Ideas Organisation
 - 잉글랜드의 경우 Higher Education Funding Council of England(HEFCE)에 의해 대학 및 고등교육기관이 사회적 기업을 지원하는 허브 역할을 하도록 프로그램 개설하였으며, '15년 기준 약 60여 개 대학이 프로그램에 참여 중
 - 영국 사회적 기업가학교(the School for Social Entrepreneurs, SSE)³⁾는 사회적 기업가 정신, 창업 및 창업보육 등에 관한 교육 프로그램을 개설하여 운영하고 있으며, 이 프로그램은 현재 세계의 주요 지역에 보급되고 있음

(3) 임팩트투자 촉진 및 중개지원기관 육성 정책

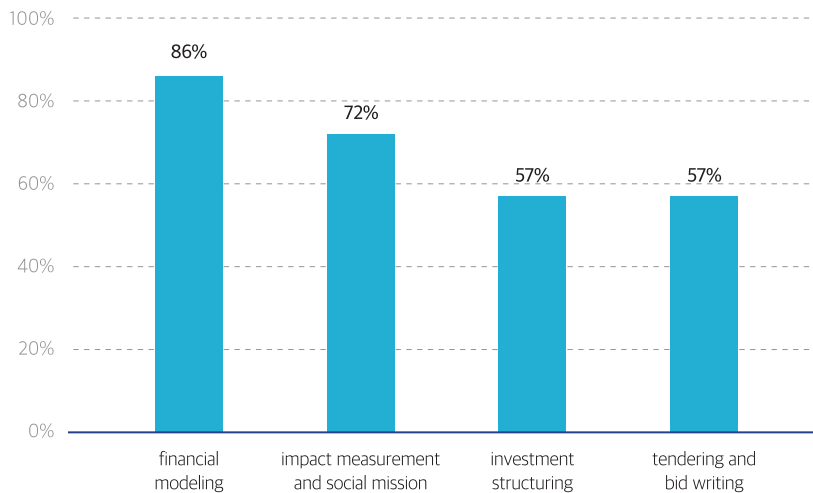
- 민간 임팩트투자 활성화를 위한 다양한 펀드를 조성하고 사회성과연계채권 제도를 통해 소셜벤처에 대한 자금 접근성을 개선
 - 세계 최초로 임팩트투자도매은행인 'Big Society Capital'⁴⁾을 '12.4월에 설립하여 국내 모태펀드처럼 민간 임팩트투자 운영기관에 시드머니를 투자

3) 1997년에 영국의 유명 사회적 기업가인 마이클 영(Michael Young)에 의해 설립. 민간 기관이나, the National Lottery Charities Board의 자금을 통해 운영되는 등 공적 성격이 강함

4) 휴먼예금 계좌를 통해 4억 파운드를 조성하였고 영국 4대 은행으로부터 사업 초기 5년간 2억 파운드(각 5천만 파운드)를 투자받아 총 6억 파운드를 기금으로 조성하여 운영

- 사회적 투자 중개지원기관인 Social Investment Business(SIB)는 소셜벤처의 사회적 투자 유치를 촉진할 목적으로 ‘투자계약준비기금(Investment & Contract Readiness Fund)’을 조성하여 지원
 - ‘12.5월부터 ’15.3월까지 조성된 기금으로 총 1천만 파운드 규모이며 임팩트투자 수요를 촉진하기 위하여 임팩트투자 유치와 공공서비스 계약입찰에 필요한 소셜벤처의 역량을 제고하기 위한 프로그램
 - 전문가가 유망 소셜벤처에게 제공하는 투자유치 및 계약체결 지원서비스(컨설팅, 법률, 멘토링 등)에 대한 대가(각 5만~15만 파운드)를 보조금으로 지급
- Ronicle & Fox(2015)에 의하면, SIB가 총 1,320만 파운드의 보조금을 투자계약준비기금으로 조성하여 투자 및 계약을 준비하고 있는 총 155개 소셜벤처에 지원
 - 투자계약준비기금의 9가지 지원 유형 중 소셜벤처가 가장 희망한 지원 유형은 ‘재정 모델링(86%)’이며, 그다음으로 ‘사회적 목적 제시 및 임팩트 측정(72%)’, ‘투자 구조(57%)’, ‘입찰 및 입찰서면 작성(57%)’ 순이었음

<그림 10> 소셜벤처가 희망한 투자계약준비기금 지원 유형



자료: Ronicle & Fox(2015), p.4 재가공

- 투자계약준비기금의 혜택을 받은 사항을 살펴보면, 86개 기업이 계약에 대한 지원을 받았고 79개 기업이 투자에 대한 지원을 받은 것으로 나타남
 - 투자계약준비기금의 지원을 통해 155개 소셜벤처 중 78개는 최소한 한 개의 계약이나 투자 기회를 확보하는 데 성공하였고 일부 소셜벤처는 투자와 계약을 모두 확보함

- 투자계약준비기금의 지원 종료 이후 총 84건의 계약과 투자가 실제로 발생
- 소셜벤처의 업종을 기준으로 정보, 인프라 및 재생 부문의 소셜벤처는 계약 및 투자 유치를 75~80% 달성하여 높은 성공률을 나타냄

<표 8> 투자계약준비기금의 지원 유형과 지원 현황

지원유형	지원받은 소셜벤처* (단위: 개)	비중 (단위: %)	계약 지원 (단위: 개)	비중** (단위: %)	투자 지원 (단위: 개)	비중*** (단위: %)
재무적 성과 보고 체계 수립	50	32%	24	28%	26	33%
기업 재정 자문	71	46%	21	24%	50	63%
임원 탐색 및 채용	25	16%	14	16%	11	14%
재정 모델링	133	86%	62	72%	71	90%
거버넌스	71	46%	35	41%	36	46%
사회적 목적 제시 및 임팩트 측정	111	72%	57	66%	54	68%
투자 구조	89	57%	23	27%	66	84%
법률	68	44%	25	29%	43	54%
입찰 및 입찰서면 작성	88	57%	68	79%	20	25%
총 지원 수	706	-	329	-	377	-

* 총 155개의 소셜벤처가 지원을 받았으며, 지원유형 중복 신청 가능

** 총 86개 기업 중

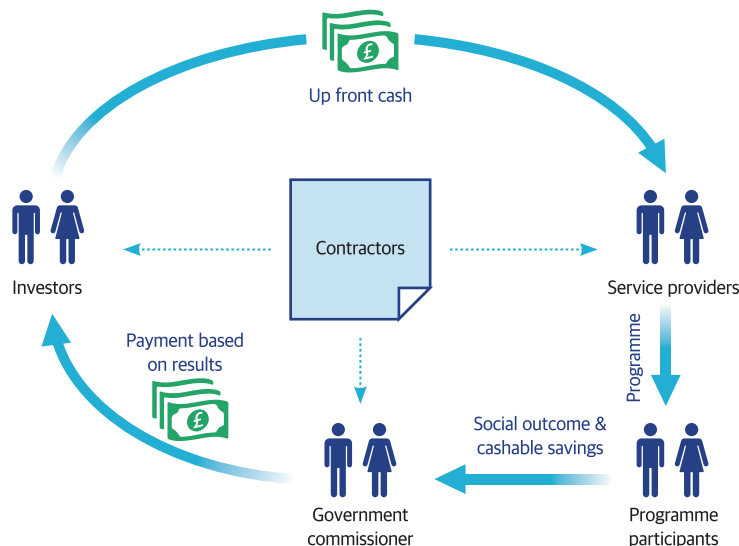
*** 총 79개 기업 중

자료: ECORYS(2015), p.15

- 내각(Cabinet Office)은 '14.9월 조성된 '임팩트촉진펀드(Impact Readiness Fund)'를 통해 유망 소셜 벤처에 대해 보조금을 지원

- 4백만 파운드짜리 시범 기금으로 소셜벤처가 사회적 영향력(social impact)을 입증하고 개선하는 것을 돕기 위해 설립
- 해당 프로그램을 통해 소셜벤처가 임팩트 성장 보조금(Impact Growth Grant)을 신청할 수 있는 기회 제공
- ‘사회성과연계채권(Social Impact Bond)’을 도입하고 약 6천만 파운드의 ‘사회성과펀드(Social Outcomes Fund)’를 공공기금으로 조성하여 사회성과연계채권 발행사업에 보조금으로 지원
- 사회성과연계채권은 보조금을 기업에게 직접 제공하는 방식과 달리 바람직한 사회성과에 대해서만 정부가 자금을 지원하는 방식
- ‘10년에 ‘범죄’와 ‘정의’ 부문에 처음 도입된 이후 ‘18.1월까지 36개의 사회성과연계채권이 조성되어 ‘노숙’, ‘정신건강’, ‘교육’, ‘실업’ 등 다양한 정책 분야의 광범위한 문제를 해결하기 위해 사용(GO Lab, 2018)
- ‘16년 기준으로 영국의 사회성과연계채권 시장규모는 약 10억 파운드에 육박(Floyd, 2017)

<그림 11> 사회성과연계채권의 지급 구조



자료: Cabinet Office, DCMS and Office for Civil Society(2012), p.1

- 공공 및 개인 데이터를 기반으로 첫 16개의 사회성과연계채권 프로젝트에 대한 성과를 분석한 Dear 와 동료들(2016)의 보고서에 의하면, 15개 프로젝트가 사회적 및 재무적 성과에서 긍정적인 결과를 창출
- 재무성과의 경우 16개 프로젝트 중 10개를 통해 투자된 금액은 투자자에게 일부 상환되었거나 서비스 제공에 재투자되었고, 3개를 통해 투자된 금액은 전액 상환됨

- 다양한 소셜벤처 중개지원기관을 육성을 통해 임팩트투자를 촉진하고 소셜벤처 지속가능성을 제고
 - 과학기술예술재단(NESTA)을 소셜벤처 전문 임팩트투자 운용사로 지정하고 소셜벤처의 창업과 성장에 주로 투자하는 UnLtd에 자금을 투자
 - UnLtd는 소셜벤처에 대한 임팩트투자, 네트워킹 및 멘토링 서비스 등을 제공하는 액셀러레이터 기관으로 특히 영국 정부가 투자한 1억 파운드의 이자를 활용하여 초기자본이 필요한 소셜벤처에 투자하는 '빅벤처챌린지(Big Venture Challenge)'를 운영
 - '16년부터 연간 1천만 파운드의 '소셜인큐베이터펀드(Social Incubator Fund)'를 조성하여 소셜벤처 인큐베이팅을 제공하는 소셜벤처 인큐베이터 또는 액셀러레이터에 대해 매칭펀드 방식으로 자금을 지원
 - '16년 기준 약 1천만 파운드가 매칭펀드 방식으로 잉글랜드 전역에 있는 총 10개의 소셜벤처 인큐베이터에게 지원
 - 소셜벤처 인큐베이터는 정부가 제공하는 펀드와 함께 민간 자본을 매칭하여 소셜벤처를 지원하거나 투자할 수 있는 자금을 마련
 - 현재 소셜인큐베이터펀드를 지원받고 있는 10개 소셜벤처 인큐베이터는 각각이 다양한 방식을 통해 소셜벤처를 지원(<표 9>를 참조)
 - 소셜벤처 인큐베이터가 지원하는 소셜벤처의 사회적 목적 분야가 서로 다를 뿐만 아니라 소셜벤처에 자금을 투자 또는 대출하는 방식도 각 소셜벤처 인큐베이터에 따라 차이를 보이고 있음
- 사회적 투자 촉진을 위해 다양한 정보를 제공
 - SEUK를 통해 '사회적 투자 가이드'를 발간하고, 다양한 임팩트투자 중개지원기관에 대한 자금 정보를 제공
 - British Council(2015)에 의하면 현재 영국 내 20개 이상의 임팩트투자 중개지원기관이 보조금, 인내 자본(patient capital), 지분, 유사지분(quasi-equity), 대출/융자, 채권 등 여러 형태의 금융수단을 소셜벤처에 제공

<표 9> 소셜 인큐베이터 펀드의 지원을 받은 소셜벤처 인큐베이터 현황

기관명	분야 (사회적 목적)	주요 서비스
Bethnal Green Ventures	기술기반 소셜벤처	총투자금 1.8백만 파운드(SIF 90만 파운드) 업무공간 제공(3개월), 사후지원, 사회성과보고 지분투자 (주식의 6% 확보)
Big Issue Invest	사회적 기업, 빈곤해결, 이민자	총투자금 2백만 파운드(SIF 1백만 파운드) 멘토링, 사후지원(18개월) 전환대출(3년 상환, 이자율 3%)
Dotforge Impact	기술기반 소셜벤처	총투자금 1.5백만 파운드(SIF 753,500파운드) 업무공간 제공(6개월), 멘토링, 사후지원(3개월) 지분투자(주식의 8% 확보)
Health Social Innovators	소셜벤처, 보건	총투자금 1.2백만 파운드(SIF 60만 파운드) 멘토링, 장기지원서비스(투자중개), 사후지원 유사지분(수익참여계약, 수익의 5%)
Hub Launchpad	사회적 기업, 가족	총투자금 2백만 파운드(SIF 1백만 파운드) 멘토링, 공급사슬 협업 지원, 사후지원 유사지분(수익참여계약, 지분의 6%)
Seebed	소셜벤처	총투자금 1.2백만 파운드(SIF 60만 파운드) 멘토링 중심 부담보 대출(5년 상환, ARP이율 6%)
Cambridge Social Ventures	소셜벤처	총투자금 없음 업무공간 제공, 사후지원(투자중개), 사회성과보고 융자/대출(이자율 9.5%)
Social Incubator North	소셜벤처, 환경	총투자금 2.1백만 파운드(SIF 1백만 파운드) 멘토링 중심 인내자본(장기대출)과 부채조달의 혼합
Wayra UnLtd	사회적 기업가	총투자금 1.2백만 파운드(SIF 60만 파운드) 업무공간 제공, 멘토링, 사후지원, 사회성과보고 전환대출(지분의 10%)
Young Academy	소셜벤처, 교육	총투자금 3백만 파운드(SIF 1.5백만 파운드) 멘토링, 사후지원(투자중개) 전환대출(2년 이상 이자율 7%/5년 이상 이자율 10%)

자료: ICF Consulting Service(2016), 재가공

2 독일

1) 소셜벤처의 정의

□ 독일은 사회적 기업뿐만 아니라 소셜벤처에 대한 법적 또는 공식적 정의를 두지 않고 있음

- 독일은 전통적으로 ‘사회적 경제 질서’를 중시해 왔기 때문에 ‘사회적 경제(sozialwirtschaft)’의 맥락에서 ‘공동체 이익 조직(gemeinnützigkeit)’, ‘자선단체(gemeinnützigkeit)’ 등과 같은 용어와 ‘사회적 기업(sozialunternehmen)’을 혼용해 쓰다가, ’10년을 전후로 유럽연합에서 사회적 기업 생태계에 대한 논의가 대두되자 독일 역시 사회적 기업을 구체적으로 정의하려는 움직임이 등장(Birkhölzer, et al., 2015)
- 당시 독일 연방정부(Deutscher Bundestag, 2010)가 발표한 ‘사회참여 전략 2010(Nationale Engagementstrategie 2010)’은 사회적 기업을 다음과 같이 사용
 - 사회적 기업이란, “시민의 사회 참여에 의하여 형성되고 사회적 목적으로 설립 또는 운영되며, 혁신적이며 기업가적 접근방법으로 사회문제를 해결하는 사회적 조직”(p.63)
- 하지만 독일 연방정부는 다양한 사회적 경제 단체의 의견을 수렴하고 사회적 기업 실태조사를 실시한 결과, 대부분의 사회적 기업이 법적 형태가 불필요하다고 지적함에 따라 사회적 기업에 대한 법적 형태를 규정하지 않을 것을 ’12년에 관보(Deutscher Bundestag, 2012)에서 밝힘
- 비록 공식적 정의는 아니지만 공공기관인 독일재건은행(KfW)이 사회적 기업의 자금을 지원하는 프로그램에서 지원대상인 사회적 기업을 정의하는 것을 보면 중소기업을 강조
 - 사회적 기업이란, “혁신적인 비즈니스 모델을 활용하거나 또는 기업가적 접근을 채택하여 독일의 사회적 문제를 해결할 목적을 갖는 중소기업(Wolf, 2014, p.3)”

□ 민간 분야에서 사용하는 소셜벤처는 사회적 기업으로서 사회적 목적을 실현하는 신생기업

- 독일 연방정부 차원의 법적 또는 공식적 정의는 없지만, 민간 분야를 중심으로 사회적 기업을 정의하거나 그 핵심 속성과 범위를 설정하고자 하는 다양한 활동이 이루어지고 있음
- Mercator Research Network⁵⁾(Jansen et al., 2013)에 따르면, 사회적 기업이란 “다양한 법적 형태를 가진 주체로서 사회적 목적에 따라 혁신적인 방법을 통해 사회문제를 해결하는 조직”
- 하이델베르크 대학의 ‘사회적 투자와 혁신 센터’는 사회적 기업을 다음과 같은 세 가지의 핵심 속성을 보유한 기업으로 정의(Scheuerle et. al., 2013, p.7~13)

5) Mercator Foundation의 지원을 받아 설립된 네트워크로 뮌헨 공과대학, 하이델베르크 대학, 아쇼카 독일, Schwab 재단 등 8곳의 독일 대학과 연구기관의 약 30명 정도의 연구자들이 모여 사회적 기업가에 대해 연구하는 기관

- ① 복지 지향(welfare orientation): 환경과 사회적 복지를 개선하는 것에 일차적 목적을 두거나 적어도 이차적 목적을 두는 기업
- ② 혁신(innovation): 새로운 맥락과 분야에 채택되어지는 아이디어로 정의할 수 있으며, 혁신이 사회적 목적과 경제적 목적의 조화를 이루어야 하고, 새로운 상품, 서비스 그리고 마케팅 전략에 반영하는 기업
- ③ 수익 추구(earned income): 제3섹터의 공동체 조직 또는 사회적 조직과 사회적 기업을 구분하는 가장 중요한 특성, 하지만 사회적 목적 유형에 따라 사회적 문제를 해결하면서 또는 사회적 가치를 창출하면서 재무적 수익을 동시에 추구하는 정도는 약간씩 차이가 있을 수밖에 없음

□ 사회적 기업이 될 수 있는 법적 형태를 명시적으로 규정하지는 않고 있으나, 다양한 법적 형태가 사회적 기업이 될 수 있음

○ 독일에는 20개가 넘는 법적 형태 중에서 대다수가 사회적 기업과 부합하지 않지만, 사회적 기업은 대체로 다음과 같은 7가지의 법적 형태를 가지고 있음

- ① 개인사업자(Einzelunternehmen), ② 민법상의 조합(Gesellschaft bürgerlichen Rechts, GbR), ③ 유한책임합자회사(Kommanditgesellschaft, KG), ④ 유한책임회사(Gesellschaft mit beschränkter Haftung, GmbH), ⑤ 창업기업(Unternehmergesellschaft, UG), ⑥ 유한책임주식회사(Aktiengesellschaft, AG), ⑦ 협동조합(eingetragene Genossenschaft, eG)

○ Mercator Research Network(Jansen et al., 2013)의 조사에 따르면, 독일 내 대다수의 사회적 기업은 관계적이고 경영자 중심의 지배구조를 갖고 있는 반면에 공동체 조직원리에 해당하는 참여적이고 민주적인 지배구조를 갖는 사회적 기업은 극소수에 불과

○ 유럽연합 회원국의 사회적 기업의 실태를 조사하는 SEFORIS⁶⁾가 '16년에 발표한 '독일 사회적 기업 현황 보고서'를 살펴보면, '15년 기준으로 독일 사회적 기업(응답기업 총 107개) 중에서 45%가 '법인형 협회(Register Association, e.V.)'로 가장 많은 비중을 차지하고, 그다음으로 '공익유한책임회사(gGmbH)' 17%, '일반유한책임회사(GmbH)' 15%의 순(Huysentruyt, et. al., 2016)

□ 소셜벤처란 용어는 사회적 기업의 한 유형으로 사용되고 있으며, 특히 사회적 기업가 정신 또는 사회적 신생기업을 주로 지칭

○ 연방정부 차원의 공식문서에서 소셜벤처라는 용어는 등장하지 않으나, 연방정부가 사회적 기업을 지원하는 사업에서 소셜벤처와 유사한 용어를 사용

6) SEFORIS(Social Enterprise as FORCE for more Inclusive and Innovative Societies)는 유럽위원회에 의해 후원을 받아 사회적 기업에 대한 학제적, 다분석기법의 연구를 진행하는 국제 프로젝트

- 국가재건은행 재단(KfW Foundation)이 연방정부 경제에너지부(BMWi)의 후원을 받아 민간 중개지원기관과 공동으로 추진하는 ANKOMMER⁷⁾ 사업에서 ‘사회적 신생기업(social startup)’이란 용어를 사용
- Choi & Mummert(2015, p.6~7) 역시 독일의 소셜벤처 관련 금융수단을 진단하는 보고서에서 소셜벤처를 초기 단계 또는 소규모의 사회적 기업으로 정의
 - 사회적 기업의 형태를 ‘법적 형태(영리, 비영리, 혼합)’, ‘기업의 성장단계(아이디어-초기-후기)’, ‘재무적 수익 정도’ 세 가지 요소에 따라 <표 10>과 같은 여섯 가지로 제시하고, 이 중에서 ‘사회편익기업’, ‘사회적 목적 우선의 사회적 기업’ 그리고 ‘혼합가치를 추구하는 사회적 기업’을 사회적 기업으로 설정
 - 소셜벤처는 사회적 기업으로서 기업성장단계는 상대적으로 초기 단계(seed, startup, growth)이거나 업력은 짧고 규모가 작아 사업 확장의 기회는 크지만, 일반 기술기반 신생기업과 달리 성장까지 상당한 시간이 소요되고 기술과 R&D의 집약 수준은 상대적으로 낮은 기업으로 정의

7) KfW 재단이 Social Impact gGmbH와 공동으로 혁신적인 사업모델로 이민자의 경제적, 사회적 참여를 촉진하고자 하는 사회적 기업가와 스타트업을 선발하여 최대 8개월간 12,500유로에 해당하는 종합 서비스(코칭, 컨설팅, 입주공간 제공 등)를 제공하는 프로그램

<표 10> 독일 사회적 기업의 다양한 유형과 특징

	RETURNS					
	Charitable		Blended		Financial	
	SOCIALLY MOTIVATED ORGANISATIONS			MAINSTREAM BUSINESSES		
	Charitable organization	Scope of this report Social Benefit Enterprise	Mission Locked Social Purpose Business	Blended Value Social Purpose Business	Socially Responsible Corporate citizen	Pure Commercial Enterprise
Primary business driver	Social mission	Social mission	Social mission, with profits as a by product	Social mission, in lockstep with profits	Socially responsible profit-maximization	Profit-maximization
Typical legal structure	e. V., gUG, gGmbH, gAG	gUG, gGmbH, gAG	gUG, gGmbH, gAG(occasionally hybrid structures)	UG, GmbH, AG	UG, GmbH, AG	UG, GmbH, AG
Financially sustainable?	Limited commercial revenues, largely depending on grants and donations	>50%~75% of costs covered by commercial revenue, partly dependent on grants/donations	Breaking even/ profitable (or potential for profitability)	Profitable/ potential for market returns	Profitable/ potential for market returns	Profitable/ potential for market returns
Distribution of Profits	No	No	Usually no (exceptions possible)	Usually yes(within reasonable limits)	Yes	Yes
Mission lock?	Yes	Yes	Yes	Usually no (exceptions possible)	No	No

자료: Choi & Mummert(2015), p.7

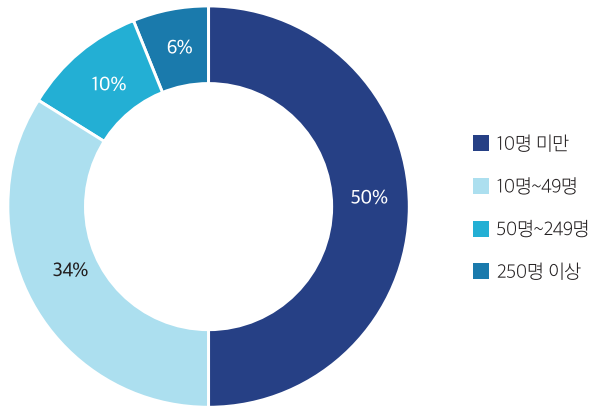
- 독일 내 다양한 임팩트투자기관 또는 소셜벤처 액셀러레이터 등이 소셜벤처라는 용어를 사용하고 있으며, 이때 소셜벤처는 혁신적이고 모험적 사업을 통해 사회적 문제를 해결하고자 하는 ‘사회적 기업가(social entrepreneur)’를 주로 지칭
 - 독일 최초로 EU 전역의 사회적 목적 사업에 투자하는 ‘소셜벤처펀드(Social Venture Fund)’를 운영하고 있는 The Ananda Ventures GmbH는 그 기금의 주요 투자 대상을 “기업가적 열정과 성과지향의 접근을 통해 긍정적 사회변화를 목표로 활동하는 사회적 기업”으로 제시
 - 베를린에 위치한 액셀러레이터 F-LANE의 경우 소셜벤처를 “혁신적인 기술을 보유하여 긍정적 사회변화를 기대할 수 있는 신생기업”으로 정의
- 이상을 종합하면, 독일에서 소셜벤처는 사회적 신생기업을 주로 지칭하면서 다음과 같은 주요 속성을 보유한 것으로 인식한다고 볼 수 있음
 - 기업가적 열정 또는 혁신적인 기술과 사업모델을 보유하고 있으며, 고수익을 기대할 수 있을 뿐만 아니라 긍정적 사회변화까지 기대할 수 있는 신생기업

2) 소셜벤처 생태계 구조

(1) 소셜벤처 현황과 특성

- 독일은 영국과 달리 사회적 기업의 실태에 대한 정부보고서가 존재하지 않으며 민간의 주도로 사회적 기업 실태를 파악
 - European Commission이 지원하는 SEFORIS(Social Entrepreneurship as a Force for more Inclusive and Innovative Societies)라는 연구 프로그램을 통해 '15.4월~'15.12월 동안 107개의 독일 사회적 기업을 대상으로 설문 조사를 실시
 - 소셜벤처에 대한 별도의 공식적 정의가 없을 뿐만 아니라 사회적 기업의 한 유형으로 인식하고 있기 때문에, 독일 소셜벤처의 실태를 정확히 파악할 수 있는 객관적 자료는 부족
- 독일의 사회적 기업의 대부분은 영세 중소기업에 해당하며, 업력은 매우 다양한 형태로 분포해 있음
 - 영세 중소기업이라 할 수 있는 종사자 규모 '50인 미만'의 사회적 기업이 독일 사회적 기업의 80% 이상을 차지하고 있으며, 종사자 규모가 '250명 이상'인 사회적 기업은 6%에 불과

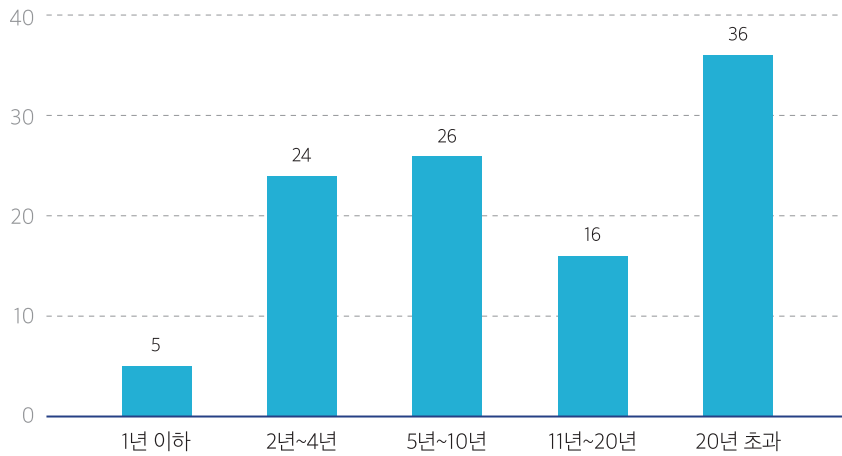
<그림 12> 독일 사회적 기업 고용규모별 분포



자료: SEFORIS(2016), p.23

- SEFORIS(2016)에 의하면 조사대상 107개 사회적 기업 중 '업력 20년 이상'인 기업이 36개로 가장 큰 비중을 차지하고 있으며, '업력 5년 미만'은 29개, '5년 이상 20년 미만'은 42개로 업력별 분포가 비교적 고르게 나타남

<그림 13> 독일 사회적 기업의 업력별 분포

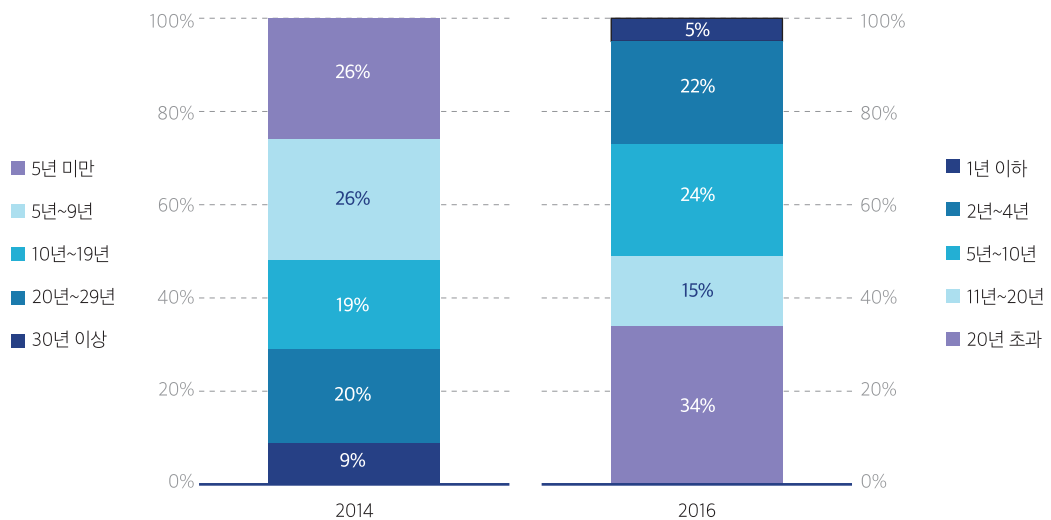


자료: SEFORiS(2016), p.22

○ 한편 244개의 사회적 기업을 조사한 Mercator 연구협회(Mercator Forschungsnetzwerk Social Entrepreneurship, MEFOSE)의 '14년 자료와 비교할 경우 '업력 20년 이상'이 되는 사회적 기업 비중이 더 증가한 것으로 나타남

- '업력 5년 미만'의 사회적 기업 비중이 26%에서 29%로 소폭 증가하였고 '업력 20년 이상' 사회적 기업도 29%에서 34%로 크게 증가한 반면, '업력 5년 이상 20년 미만'에 있는 사회적 기업은 45%에서 39%로 감소

<그림 14> 독일 사회적 기업 업력별 분포 추이



자료: Wolf(2014) & SEFORiS(2016), 재가공

- 비교적 신생기업이 많은 영국과 달리 독일의 사회적 기업이 업력이 높은 이유는 전통적으로 시민사회 및 제3섹터가 발달했기 때문
 - 사회적 목적을 추구하던 기존의 사회적 경제 관련 조직이 사회적 기업의 요건을 충족하면서 이들이 사회적 기업으로 분류되면서 나타난 현상으로 유추
- 사회적 기업에서 차지하는 신생기업이 적다고 할 때, 독일에서 소셜벤처는 사회적 기업과 다른 위상을 갖는다고 추정이 가능
 - 독일 사회적 기업은 영리적 기업이 차지하는 비중이 상대적으로 낮다고 볼 수 있으며, 결과적으로 사회적 가치와 재무적 수익을 동시에 추구하는 소셜벤처의 비중이 상대적으로 낮다고 볼 수 있음

□ 매출규모가 큰 사회적 기업일수록 설립연도가 오래되고 종사자 수도 많은 것으로 나타남

- 매출 '5만 유로 이하'의 사회적 기업(28%)과 '100만 유로 이상 500만 유로 미만'의 사회적 기업(23%)의 비중이 가장 큰 것으로 나타남
 - 매출 규모에 따른 평균 설립연도가 정비례하는 것으로 나타나, 매출규모에 따른 사회적 기업 분포가 업력별 분포와 유사

<표 11> 독일 사회적 기업의 매출 및 종사자 규모('13년 기준)

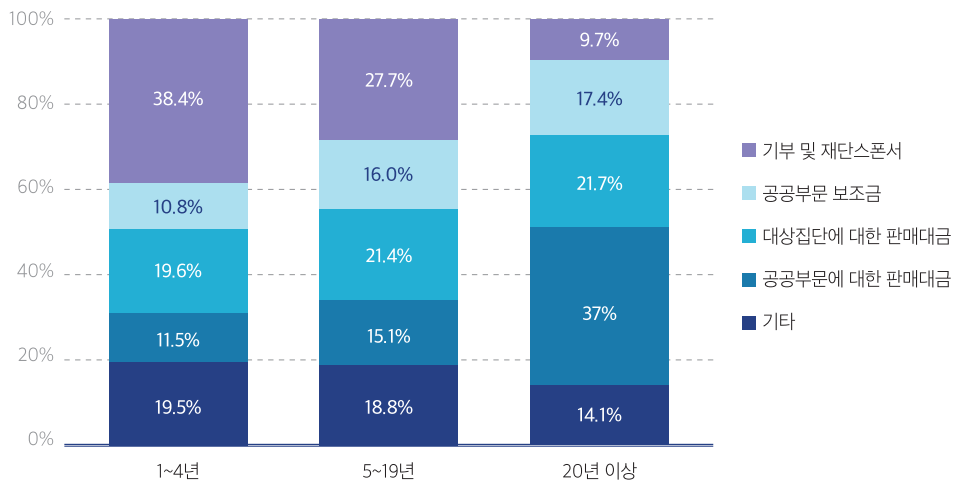
매출 (단위: 1,000유로)	비중 (단위: %)	평균 설립연도 (단위: 년)	평균 종사자 수 (단위: 명)
50 이하	28	4	0.5
50~100	9	8	2
100~250	12	9	5
250~500	10	10	7
500~1,000	10	10.5	14.5
1,000~5,000	23	18	41
5,000 이상	8	30.5	250

자료: Scheuerle, et. al.(2013). p.31

- 사회적 기업의 자원구조를 살펴보면 다양한 유형의 재원으로부터 자금을 조달하는 혼합 재정구조가 보편적인 상황
 - 독일 사회적 기업의 자금조달 수단은 '민간 기부금', '후원금', '재단 자금 조달'에서부터 '공공 부문 보조금'과 '시장에서 스스로 조성한 매출(수입)'에 이르기까지 다양

- 사회적 기업의 매출 규모가 증가하고 업력이 클수록 기부금보다 공공 부문 보조금 및 제품 및 서비스 판매 대금의 중요성이 증가
 - ‘업력 4년 미만’의 사회적 기업은 기부 및 재단의 후원을 통해 자금을 주로 조달하는 반면, ‘업력 20년 이상’의 사회적 기업은 공공부문으로부터 제품 및 서비스 판매 대금을 통한 재원확보의 비중이 큰 것으로 나타남

<그림 15> 독일 사회적 기업의 업력별 재원구조('13년 기준)



자료: Wolf(2014), p.12

(2) 임팩트투자 시장 및 중개지원기관 현황

- 독일의 사회적 투자 또는 임팩트투자 시장은 이제 형성이 시작되는 단계이며, 임팩트투자 시장 구성에 있어서 정부의 역할은 저조
 - 독일의 임팩트투자 시장규모에 대한 객관적 자료는 충분하지 않으나, '12년 약 240만 유로에서 '15년 약 700만 유로로 그 자산규모가 3배 정도 증가한 것으로 알려짐
 - 임팩트투자에 대한 자금은 유럽연합을 통해 본격적으로 유입되기 시작했으며, 민간이 임팩트투자를 위해 조성된 자금이 전체 시장 규모의 대부분을 차지
 - 유럽연합이 유럽의 임팩트투자 활성화를 위해 '14년부터 '20년까지 총 9천만 유로를 조성하기로 한 Social Business Initiative Fund(SBI Fund), 그리고 유럽 중소기업에 자금을 공급하기 위하여 조성된 European Investment Fund(EIF)에서 임팩트투자로 할당된 자금(5천만 유로)이 대부분의 임팩트투자 자산으로 활용되는 상황

- 독일 정부가 사회적 기업에 자금을 지원할 목적으로 조성한 기금은 KfW 프로그램이 가장 대표적이며, 이 프로그램은 '12년부터 7건의 투자에 약 100만 유로를 지원(Petrick & Weber, 2013)

□ 민간 분야에서 이루어지고 있는 임팩트투자는 매우 다양하며, 혼합금융 방식의 자금 조달이 상대적으로 발달

- 개인 투자자, 투자 펀드, 기타 전문 기관투자자, 크라우드플랫폼 등 다양한 투자자들이 존재하며 이들은 일반적으로 주식, 메자닌 및 부채 금융을 제공

- 메자닌이란 부채와 자본의 중간적 성격을 띠며 선순위채권과 보통주자본 사이에 속한 유연한 형태의 자본조달 유형

- FASE(Financing Agency for Social Entrepreneurship)는 사회적 기업을 위해 자본과 기부금이 결합된 혼합금융 방식으로 새로운 형태의 메자닌 자본을 개발

<표 12> 임팩트투자 유형과 주체

	자본(지분)	메자닌	부채
민간투자자		- 가족 및 친구 - 부유층 - 비즈니스엔젤	
투자펀드	- 초기단계투자펀드 - 벤처투자펀드 - 소셜벤처투자펀드 - 기업형벤처투자펀드 - 사모펀드		
기타 기관투자자	- 은행 - 가족기업		- 은행 - 사회은행 - 대출펀드 - 보증기금 - 마이크로파이낸스펀드
크라우드금융플랫폼	- 크라우드투자자		- 크라우드대출자

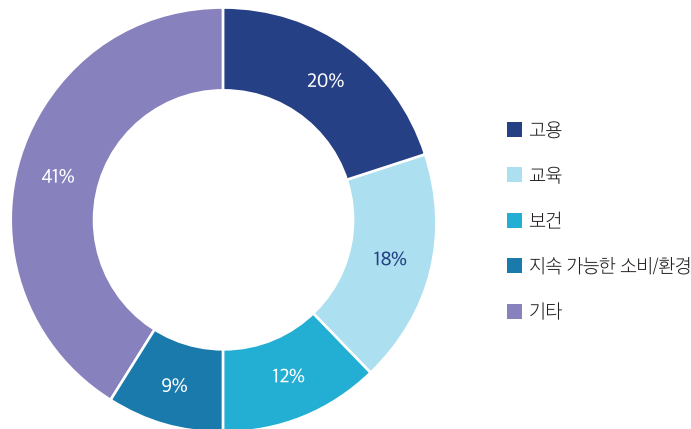
자료: Choi & Mummert(2015), p.13

- 투자자별 임팩트투자 자산 분포를 살펴보면, 은행이나 투자펀드와 같은 기관투자자보다는 개인 또는 재단 등 민간투자자에 의해 주도되고 있으나, 최근에 기관투자자의 투자 비중이 증가하는 추세

- '12년에 5% 미만이었던 기관투자자들에 의한 임팩트투자가 최근 24%로 증가하면서 '15년 말 기준으로 약 1/4의 임팩트투자 자본이 증가(Bertelsmann Stiftung, 2016)

- 독일 임팩트투자 규모를 사회적 목적 분야에 따라 살펴보면, '13년부터 '15년까지 이루어진 임팩트투자 중에서 '고용'이 전체의 20%로 가장 높았고, 그다음으로 '교육' 18%, '보건' 12%의 순

<그림 16> 독일 임팩트투자 영역별 비율



* 투자 기간: '13.1월~'15.12월

자료: Bertelsmann Stiftung(2016), p.21

□ 사회적 기업을 지원하는 다양한 중개지원기관이 존재하며, 이들이 제공하는 지원서비스에 따라 분류가 가능

- Choi와 Mummert(2015)가 제시한 독일 임팩트투자 생태계에 참여하는 이해관계자를 살펴보면, 사회적 기업의 창업과 성장을 지원하는 지원서비스 중개지원기관과 재정을 지원하는 중개지원기관으로 구분 가능(<그림 17> 참조)

- 사회적 기업 또는 소셜벤처를 대상으로 직접적인 임팩트투자가 이루어지는 형태는 그 투자 규모가 약 10만 유로에서 약 50만 유로 사이

- 민간 중개지원기관을 통해 투자되는 임팩트투자 규모는 독일의 연간 임팩트투자 규모의 약 2/3에 해당(Bertelsmann Stiftung, 2016)

- 정부와 무관한 (대)기업, 컨설팅회사 등 민간이 출자한 비영리 임팩트투자 중개지원기관이 자생하여 소셜벤처 특성에 맞는 다양한 금융수단을 개발 및 공급

- Ashoka 독일이 설립한 FASE는 사회적 기업에 적합한 기부, 용자, 임팩트투자 등을 혼합한 금융수단을 개발하고, 초기 단계 투자뿐만 아니라 투자 준비와 계약 등에 대한 컨설팅까지 제공

- Bertelsmann 재단이 설립한 PHINEO는 네트워킹, 쇼케이스 운영, 정보제공 등을 통해 임팩트투자의 수요자와 공급자를 연계하며, 사회성과평가모형을 개발하고 보급하여 이를 통한 'Wirk(Impact)' 인 증을 시행

<그림 17> 독일의 소셜벤처 중개지원기관 현황

SUPPORT	Think Tanks	BertelsmannStiftung, Stiftung Mercator, CSI, IMPACT in MOTION, Universität Hamburg
	Investment Advisors	FASE, IMPACT in MOTION, SOCIAL PHINEO, ROOTS OF IMPACT
	Incubators	socialimpact lab, Social Entrepreneurship Akademie, IMPACT HUB, Social Lab KÖLN, Social Impact START, ROOTS OF IMPACT
	Financial Product Developers	FASE, IMPACT in MOTION, juvat
FINANCING	Grant Providers	BMW Stiftung Herbert Quandt, Ashoka, aurdidis, Ashoka, Social Entrepreneurship, Vodafone Stiftung Deutschland
	Investor Networks	ASHOKA Business Angel Network, EMPA tonic
	Social VC Funds	BONVENTURE, ANANDA Social Venture Fund, PROBLEMLÖSER Social ventures, Direct Impact Investments 100k-500k EUR
	Impact Asset Managers	INVEST IN VISIONS, financeinmotion
	Crowdfinancing	Respekt net, betterplace.org, indiegogo, SOCIAL PHINEO, ALTRUIA, bettervest, socialpioneer, ecocrowd, plasma2help, sosense, vision quality
	Social Loan Providers	GLS Bank, Bank für Sozialwirtschaft, Triodos Bank, EthikBank FAIRES GELD, kfw

자료: Choi & Mommert(2015), p;15

- o 소셜벤처를 대상으로 하는 임팩트투자 기관은 Ananda Ventures와 BonVenture이 주도하고 있으며, 이들의 성공으로 임팩트투자 규모가 점차 증가
 - Ananda Ventures와 BonVenture는 '15년 말 약 6,000만 유로에 해당하는 자금을 관리하고 35개 이상의 소셜벤처 또는 사회적 기업에 투자하는 등 독일 임팩트투자 시장에 가장 많은 영향을 미침
 - '12년과 비교해 볼 때 위의 두 임팩트투자기관의 거래 건수가 차지하는 비중은 신규 투자자의 증가로 인해 감소했으나, 거래 당 평균 투자규모는 더 증가하는 등 전체 시장점유율은 증가

<표 13> 독일 임팩트투자 중개지원기관 개요

중개지원기관	펀드 규모	자금유형
	① SVF I(2010) - 730만 유로 ② SVF II(2013) - 2,230만 유로	자본(지분), 메자닌, 부채
	① BV I(2004) - 500만 유로 ② BV II(2009) - 1,000만 유로 ③ BV III(2015) - 현재 자금 모금 진행 중, 1,320만 유로(first closing) ④ MRI Pilot Fund(2015) - 70만 유로	자본(지분), 메자닌, 부채
	① Eleven Augsburg 펀드(2013) - 아우크스부르크의 소외계층과 청년에 대한 고용과 교육훈련 지원에 사회성과연계채권을 적용	사회성과연계채권(SIB)
	자체 기금을 운영하지 않음 Tengelmann Venture Capital Fund로부터 투자받음	자본(지분), 메자닌

자료: Bertelsmann Stiftung(2016), p.31

- Ananda Ventures는 유럽 연합(EU)이 공동 출자하는 중개기관으로 독일의 저렴한 주택 개발을 위한 임팩트 주도 프로젝트(impact-driven project)를 시행
 - 독일 부동산 부문에서 최초로 조성된 임팩트투자 상품이며, '15년 말 설립된 WohnRaumGesellschaft와 함께 보육 교사, 노인 간호사, 경찰관 등 근로자들이 도심지에 주거 및 작업 공간을 이용할 수 있도록 기금을 조성
- Ananda Ventures와 Bertelsmann Stiftung로 구성된 컨소시엄은 기술 부문 소셜벤처를 위한 SocialTech start-up fund의 조성을 준비 중에 있음
- BonVenture는 임팩트투자 전문가 그룹을 지원하여 Mission-Related Investment(MRI) Pilot Fund를 조성함

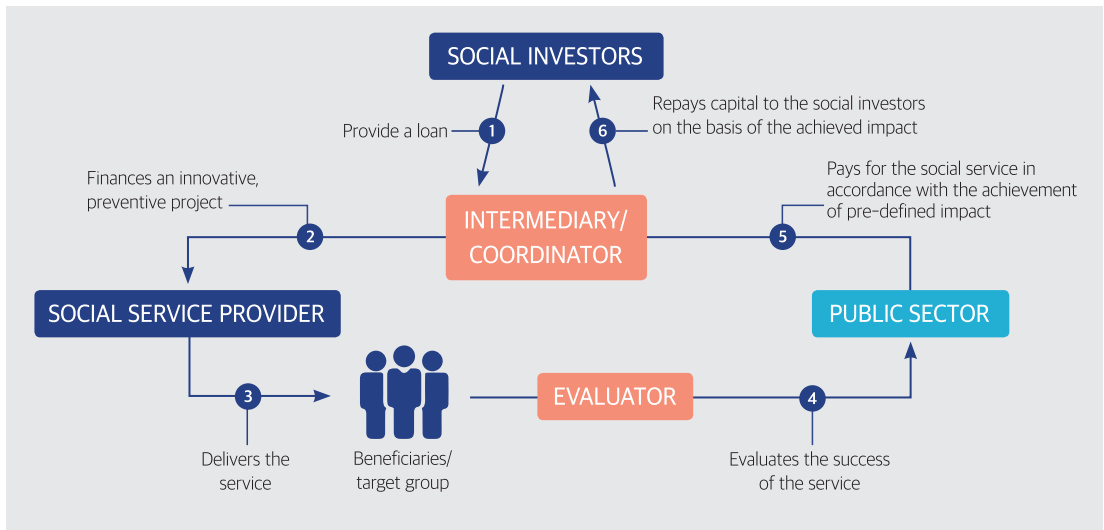
- 6개 재단⁸⁾과 Association of German Foundations이 각각 10만 유로씩 기금에 투자하여 MRI Pilot Fund for Education을 운영
- 향후 4년에서 6년 동안 총 70만 유로의 기금이 교육기관 및 교육 프로젝트에 투자될 예정이며, '16년에 이 기금을 통한 교육 분야 사회적 기업에 대한 3건의 투자가 완료될 예정

□ 독일의 사회성과연계채권은 공공 부문과 독일의 사회복지법 개입으로 인해 영국에 비해 발전이 지연

- Bertelsmann Stiftung(2016)에 따르면, 정부가 사회성과연계채권의 창설을 적극적으로 지원하는 영국, 호주, 캐나다 등의 국가와 달리 독일은 공공부문에 이를 도입하는 데 어려움을 겪고 있음
 - 공공서비스 제공에 개인 투자자가 참여하는 것에 대해 유보적인 태도를 취하고 있기 때문임
- 독일 사회성과연계채권의 지급 구조를 살펴보면, 민간기관이 주도하며 정부기관은 여기에 협력하는 형태로 운영되는 형태
 - 예를 들어, Eleven Augsburg는 Benckiser Stiftung Zukunft의 자회사인 Juvat과 바바리안 주의 고용·사회복지·가족·연대부(the Bavarian State Ministry for Employment and Social Welfare, Families and Integration) 사이의 협정에 의해 조성
- 독일은 노동시장의 사회문제를 해결하기 위해 사회성과연계채권을 활용하는 것으로 나타나며, 이는 앞서 설명한 전체 임팩트투자 분야에서 고용 부문이 가장 높은 비중을 차지한다는 것과 일맥상통함
 - 독일 최초의 사회성과연계채권인 Eleven Augsburg는 아우크스부르크(Augsburg)에서 '13년 9월에 시작되었으며 아우크스부르크 지역에 있는 최소 20명 이상의 소외 계층 및 청년을 고용과 직업훈련에 참여시키는 프로젝트를 대상으로 운영하고 있음
 - 연방고용청(Federal Employment Agency, BA)이 노동시장에서 장기실업자를 지속적으로 유인하기 위한 장치로 사회성과연계채권의 지원여부를 평가
 - Bertelsmann Stiftung도 주로 청년실업과 청년복지에 초점을 맞춘 사회성과연계채권 시범 사업을 추진하고 있으며 약 4개에서 6개의 청년실업 관련 프로젝트를 개발 중

8) Bertelsmann Stiftung, BMW Foundation Herbert Quandt, Castringius Kinder-und Jugend-Stiftung, Eberhard von Kuenheim Stiftung der BMW AG, Hoffnungsträger Stiftung, Schweißfurth Stiftung

<그림 18> 독일 사회성과연계채권 지급 구조



자료: Bertelsmann Stiftung(2016), p.34

□ 한편, 소셜벤처를 지원하기 위한 사회성과연계채권 프로젝트가 사회적 기업을 대상으로 하는 프로젝트와 별도로 운영

○ The Early-Stage Co-Investment Fund는 '15년에 FASE가 조성한 펀드로서 충분한 자원에 접근하기 어려운 창업초기단계의 소셜벤처를 대상으로 사회적성과연계를 통해 자금을 공급

- 약 550만 유로를 조성하여 5년의 기간 동안 약 30개의 소셜벤처를 지원할 계획이며, 부유층과 재단, 가족기업 등의 다양한 유형의 투자자와 공동으로 총투자 금액의 최대 50%까지 사회성과연계채권을 제공

- FASE에서 승인한 소셜벤처를 대상으로 사회성과연계채권을 적용하여 자금을 공급

(3) 애로사항 및 문제점

□ 독일은 국가 차원의 사회적 경제를 추진함에 있어서도 사회혁신에 있어서 다양한 장벽이 작용

○ 아쇼카 독일은 독일이 사회혁신에 있어서 다음과 같은 열 가지 장벽이 작동한다고 지적

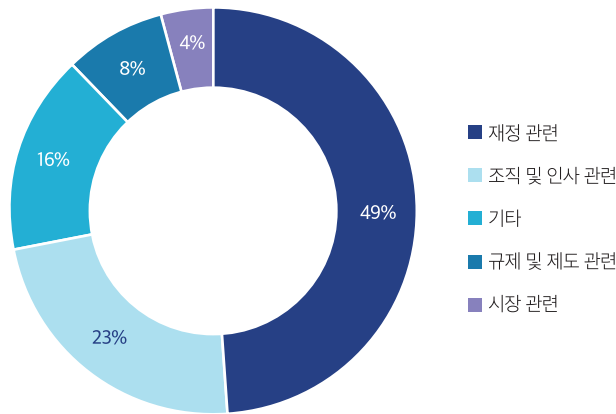
- ① 벤처자금 부족, ② 성공적인 이니셔티브를 위한 후속자금 조달 부족, ③ 공공 자금의 투명성 부족, ④ 기존 사회복지 분야에 대한 협조이지 부족, ⑤ 사회혁신 모방자를 위한 시장 부족, ⑥ 사회부문에 적합한 인재 부족, ⑦ 사회적 기업 경영 관리에 대한 지식 부족, ⑧ 사회적 경제조직의 비생산적 조직 문화, ⑨ 사회적 기업가를 위한 지원의 부재, ⑩ 사회적 사업가에 대한 정치적 로비

- 이러한 열 가지의 장벽 중에서 세 가지가 자금과 관련된 내용임을 고려할 때 사회혁신의 가장 큰 장벽은 자금부족이라고 볼 수 있음

□ 실제로 독일 사회적 기업이 직면하고 있는 주요 애로사항은 자금부족

- SEFORIS(2016)에 의하면 107개의 사회적 기업 중 49%가 사회혁신을 추구하는 데 있어서 직면하는 주요 애로사항으로 '자금부족', '비용부담' 등과 같은 재정 관련 어려움이라고 응답

<그림 19> 독일 사회적 기업의 주요 애로사항



자료: SEFORIS(2016), p.27의 그래프 재구성

- 소셜벤처의 경우 창업초기단계에 기술기반 신생기업을 지원하는 프로그램이 있으나, 이들에 대한 지원은 주로 '혼합가치형 사회적 목적 사업(blended value social purpose businesses)'에 국한되어 있어 자금부족에 직면

- 사회적 목적을 추구하는 사업이라 하더라도 혁신적인 기술을 이용하는 사업에만 지원이 집중되기 때문에 기술기반 소셜벤처를 제외할 경우 자금을 지원받기 어려운 상황

□ 사회적 기업에 비해 소셜벤처는 임팩트투자를 유치하는 데 있어서 다양한 잠재적 애로에 직면

- 소셜벤처가 scale-up을 하는 데 있어 공공자금을 조달하기 어려운 직접 또는 간접적 장애물이 작용 (Choi & Mommert, 2015)

- 공공자금 조달은 자금관리에 대한 부담이 수반되며, 자금의 사용방법을 제한하고 기업가정신 발휘와 성과의 개선을 방해하는 등의 부정적 효과 발생

- 복잡한 행정절차와 보조금 지급에 대한 책임자를 파악하는 데 한계가 있으며 보조금 지급 기간이 제한적이기 때문에 보조금만으로 운영되는 소셜벤처는 자금 운용의 한계가 발생
- 독일 사회적 기업의 법적 형태는 회사와 기부자 양쪽에게 세금혜택을 제공하지만, 세금혜택을 받을 경우 준비금의 보유, 글로벌 진출 제한 등과 같은 운영상 제약이 발생
- 한편 민간 투자자로부터 임팩트투자 자금을 지원받는 상황에서도 독일 소셜벤처는 다양한 애로를 호소(Centre for Social Investment, 2013)
 - 투자자는 단기 수익을 우선으로 생각하기 때문에 투자의 사회적 및 환경적 성과(Impact)에 대한 재무적 가치의 인정이 미흡
 - 실행 위험을 최소화하기 위해 통제권을 행사하려는 투자자로 인해 사회적 목적에서 이탈할 가능성이 높아지는 등 통제에 대한 애로 존재
 - 소셜벤처의 성장과 발전을 위해 약 10만~15만 유로의 소규모 자금 조달이 필요하지만 실사 비용과 기타 간접비 등을 포함한 높은 거래 비용으로 인해 민간 투자자로부터 소규모 자금 확보가 어려움
 - 투자자의 관점에서 소셜벤처는 상대적으로 위험한 투자대상으로 인식되기 때문에 투자를 받으려면 소셜벤처는 사업혁신성을 입증해야 하는 어려움이 항상 작용
 - 소셜벤처의 경우 사회성과를 평가하는 과정에서 요구되는 측정 사항이 복잡하고 많은 자원이 소모되는 반면, 투자자는 사회성과 평가를 위해 사용할 수 있는 데이터가 부족

3) 정부 지원정책

- 독일은 연방정부 차원의 사회적 기업과 소셜벤처에 대한 구체적인 지원체계가 없으며, 민간이 주도하는 특성을 보유
 - 독일에서 사회적 기업에 관한 정책은 2000년부터 본격적으로 이루어졌으나, 주로 사회적 기업가를 양성하거나 사회적 기업의 창업에 관한 인식을 개선하는 데 초점을 둠
 - 사회적 기업가 양성과 사회적 기업 인식 개선은 아쇼카 독일을 설립한 Konstanze Frischen라는 기업가이자 학자가 구성한 '실터 포럼(Sylter forum)'에서 '실터 각서(Sylter Runde 4/18/2004)'를 발표하면서 본격화

- 실터 각서는 사회적 기업가의 개념과 활동 영역을 설명하여 사회적 기업에 대한 국가적 인식을 제고 하려고 노력
- 사회적 기업가 정신에 대한 연구 준비 및 대학과의 협력, 벤치마킹을 위한 국제적 모범사례 및 방법 탐색, 아쇼카 독일과 같은 중개지원기관의 지원 요청 등 사회적 기업가와 정책수립가에게 구체적인 이니셔티브를 제안
- 현재 독일 연방정부에서 사회적 기업 정책을 소관하는 부서는 ‘연방가족·노인·여성·청소년부 (BMFSFJ)’이며, 사회적 기업가의 양성에 초점을 두고 있음
 - BMFSFJ는 사회적 기업가 네트워킹을 촉진하기 위하여 토론회의 개최를 지원하거나 사회혁신을 장려하기 위한 상담기관을 설치·운영
 - 다양한 이해관계자가 참여하는 콘퍼런스를 개최하여 정계, 행정부, 재단, 복지단체, 사회적 기업, 학계 및 재계 등으로부터 약 200명이 참가하고, 참가자들은 사회적 기업가의 재정문제를 주로 논의하여 국가 차원의 임팩트투자 시장 활성화를 강조
 - 독일재건은행(Kreditanstalt für Wiederaufbau, KfW)에 사회적 기업을 위한 자금조달 프로그램을 신설하였으며, 사회적 기업 지원을 위한 KfW 재단을 설립
- 연방정부가 사회적 기업 및 소셜벤처를 대상으로 지원하는 것은 민간 중개지원기관을 통한 금융지원이 대부분
 - 연방정부는 ’12년부터 독일재건은행을 중심으로 다양한 형태의 사회적 기업 금융지원 프로그램 제공
 - 독일재건은행은 정부가 지분을 소유하고 있는 공공 임팩트투자 기관으로 볼 수 있으며, 다른 투자자들과 함께 매칭펀드 방식으로 사회적 기업 또는 소셜벤처에 대한 임팩트투자를 유도
 - ’12년 초부터 BMFSFJ와 함께 외부투자의 유치를 조건으로 하여 사회적 기업에 최대 20만 유로까지 정책자금을 지원
 - ’15년부터 연방경제에너지부(BMWi)의 후원을 받아 KfW 재단을 통해 ‘사회적 스타트업’ 10개를 발굴하여 창업과 사업화를 지원하는 ANKOMMER 사업을 추진
 - 독일재건은행을 통해 이루어지는 소셜벤처 지원사업은 정책자금 지원부터 경영 관련 컨설팅까지 다양하나 주로 민간 중개지원기관과 공동으로 추진
 - 독일재건은행은 사회적 기업 및 소셜벤처를 위해 인사, 정보, 기술, 마케팅 등 경영 전반에 대한 컨설팅을 제공

- 먼저 ‘사회적 기업가 정신 아카데미’가 독일재건은행 재단의 후원을 받아 사회적 기업가를 양성하는 ZGI:Kompakt 인증 워크숍을 운영
 - 2일간의 집중 과정을 통해 사회적 기업가 정신의 필수 요소를 가르치고 기본적인 비즈니스 아이디어를 준비할 수 있도록 지원하며, 경험 많은 사회적 기업가들과 네트워킹할 수 있는 기회를 제공
- Special Impact Award에서 ANKOMMER Perspektive Deutschland, AndersGründer, Community의 세 가지 부문으로 나누어 시상을 하고 수상자에게 창업을 위한 자금과 컨설팅을 제공
 - ANKOMMER 사업의 일환으로 예비 사회적 기업가(팀)의 아이디어를 평가하여 수상하는 프로그램
 - 총상금은 45,000유로이며 ANKOMMER와 AndersGründer 부문 수상자에게 2만 유로의 창업 자금을 지원하고, Community 부문 수상자에게 5천 유로의 상금을 지급
- 마지막으로 중개지원기관인 Social Impact와 공동으로 ANKOMMER 사업을 통해 이민자의 경제적, 사회적 참여를 촉진하고자 하는 사회적 기업가와 스타트업에 최대 8개월간 12,500유로에 해당하는 코칭, 컨설팅 등의 종합지원 서비스를 제공

3 기타 국가

1) 소셜벤처의 정의 및 지원체계

□ (프랑스) 사회적연대경제에 관한 법적 정의가 있으나 소셜벤처에 대한 법적 정의는 없음

- 사회적 기업에 대한 법적 정의 있음
- 사회적 기업이란 “인간 활동의 모든 영역에 적합한 경제발전 및 기업양식으로서 재화와 용역의 생산·유통·교환·소비로 구성”된 사회연대경제 조직을 의미
- 수익 배분만이 아닌 다른 목적 추구 가능하며, 민주적 지배구조와 참여를 보장함

□ (이탈리아) 법적으로 사회적 기업을 정의하고 있음

- 사회적 기업의 네 가지 충족 기준은 다음과 같음
 - ① 사적 조직(상업회사)

- ② 재화와 용역을 생산하는 기업가적 활동을 수행(총수입의 70% 이상)
 - ③ 사회적 유용성을 추구(복지, 건강, 교육, 문화, 환경보호 등 11개 분야) 또는 고용통합(취약계층 30% 이상)
 - ④ 수입을 핵심 비즈니스와 자산에 투자(소유자, 주주, 종사자에 배분 금지)
- (캐나다) 사회적 기업에 대한 법적 정의는 없지만 사회적 기업위원회에서 정책적 차원의 사회적 기업 정의를 제시
- 사회적 기업이란 ① 비영리조직이 사업 운영하며, ② 재화와 용역을 통한 상업적 활동을 하고, ③ 사회적 목적과 재무적 수익을 동시에 추구하는 조직으로 정의
 - 주정부마다 사회적 기업의 정의를 달리 사용
 - 연방정부가 '10년부터 4년에 걸쳐 캐나다 사회적 기업의 운영 실태와 사회성과를 측정할 목적으로 '사회적 기업 조사(Social Enterprise Sector Survey)'를 실시
 - 전국의 사회적 기업을 전수 조사한 것으로 사회적 기업의 규모와 캐나다 경제에 미치는 영향력을 파악하여 각 주정부의 사회적 기업 지원에 활용

2) 임팩트투자 촉진 및 중개지원기관 육성

- (호주) 소셜벤처 자금지원을 위한 임팩트투자 펀드를 조성하고 사회편익채권을 운영
- '10년부터 총 2억 달러의 '사회적 기업 발전과 투자 펀드(Social Enterprise Development and Investment Fund)'를 조성하여 3개 펀드운영사를 통해 보조금을 융자 형태로 공급
 - 투자 심사를 통해 자금을 융자할 뿐만 아니라 소셜벤처 역량개발, 사회적 가치 평가 방법론의 개발, 임팩트투자 집중분야 선정 등에 대한 사업도 전개
 - '13년 뉴사우스웨일스(NSW) 주정부가 '사회편익채권(Social Benefit Bond)⁹⁾을 처음 도입한 이후 여러 주정부가 사회적 목적 사업에 적용 추진
 - 뉴사우스웨일스 정부는 '13년에 the Newpin bond('가출아동 귀가' 프로그램, Social Venture Australia 추진), the Benevolent Society bond('활력있는 가족 만들기' 프로그램, Westpac 추진)를 발행하고 3년간 운영하여 높은 사회성과 달성

9) 지역사회 문제를 해결하는 소셜벤처와 사회적 기업에 정부가 채권을 발행하는 것으로 영국의 사회성과연계채권과 유사하나, 재무 리스크를 사회적 서비스를 제공하는 소셜벤처뿐만 아니라 정부와 프로그램에 참여한 민간 투자자까지 나누어 갖는 채권

- (캐나다) 주정부 중심으로 임팩트투자를 촉진하는 기금을 조성하고 소셜벤처 중개지원기관을 설립하여 지원
 - 온타리오 주정부는 소셜벤처 임팩트투자를 촉진하기 위한 중개지원기관을 설립하고 사회적 기업 지원을 위한 펀드를 조성
 - '11년부터 대기업과 함께 중개지원기관 SVX(the Social Venture Connexion)를 설립하여 100개 이상의 소셜벤처를 발굴하고 1억 달러 이상의 임팩트투자를 연계
 - '14년부터 '사회적 기업실현펀드(the Social Enterprise Demonstration Fund)'로 560만 달러를 조성하여 사회적 기업의 자금 지원과 스케일업 지원에 사용

4 시사점

- 선진국은 사회적 기업을 포괄적으로 규정하여 소셜벤처까지 적극 육성
 - 사회적 기업의 법적 근거를 갖는 국가는 극소수에 불과하고, 그마저도 사회적 경제 조직의 한 분야로 정의하는 수준에 불과
 - 주요 국가 중 이탈리아만이 '사회적 기업법'이 존재하고, 국내처럼 사회적 기업에 해당되는 주요 기준을 구체적으로 명시
 - 프랑스와 스페인 사회적 경제 조직의 범위를 제시하고 있으나, 구체적인 사회적 기업의 정의 또는 판별기준은 부재
 - 영국, 독일, 캐나다 등은 사회적 기업에 대한 법적 정의는 없으며, 영국과 캐나다의 경우 사회적 기업 조사를 위해 조작적 정의를 사용
 - 한편, 사회적 기업에 대한 인증체계를 갖고 있는 국가는 한국이 유일
 - 소셜벤처에 관한 법적 정의 또는 조작적 정의는 거의 찾아볼 수 없으며, 주로 '사회적 신생기업(기업가)', '사회혁신', '임팩트투자', '성장' 등을 지칭할 때 소셜벤처 용어를 사용
 - 사회혁신성(사회적 기업가 정신), 모험적 사업모델 등을 갖는 신생기업으로서 성장과 지속가능성을 지향하는 사회적 기업에 해당

<표 14> 소셜벤처와 사회적 기업 정의 비교

국가	사회적 기업	소셜벤처
영국	<ul style="list-style-type: none"> - 법적 정의 없음 - 사회적 기업 조사에서 조작적 정의 제시 - ① 상업활동에서 수입 50% 이상 확보 - ② 이윤을 주로 사회·환경적 목적 실현에 사용(이윤의 주주배당 50% 미만) - ③ 사회·환경적 목적을 재무적 수익 창출보다 우선하거나 동등하게 추구 - 지배구조 관련 기준은 없음 	<ul style="list-style-type: none"> - 법적 정의 없음 - 일부 정책문서에서 소셜벤처 정의 사용 “재정적으로 지속가능한 방법을 통해 사회적 가치를 창출하는 기업” - 소셜벤처 특성을 주로 강조 - ① 사회적 문제 해결 - ② 재정적으로 지속가능성을 확보 - ③ 자신의 아이디어를 통해 성장을 목표로 하는 조직
미국	<ul style="list-style-type: none"> - 법적 정의 없음 - 사회적 기업은 재화와 용역으로 사회적 필요를 직접 충족시키는 기업 	<ul style="list-style-type: none"> - 법적 정의 없음 - 사회적 기업보다 다양한 방식으로 사회적 필요를 충족시키는 벤처 - 사회적 기업가, 사회적혁신가 등의 용어를 더 많이 사용
독일	<ul style="list-style-type: none"> - 법적 정의 없음 - 일부 정책문서에서 정의 사용 - “시민의 사회참여에 의해 형성되거나 사회적 목적으로 설립·운영되며, 혁신적인 사업모델과 기업가적 접근방법을 채택하여 사회문제를 해결하는 중소기업” 	<ul style="list-style-type: none"> - 법적 정의 없음 - 사회적 기업의 한 유형으로서 ‘사회적 신생기업’을 지칭할 때, 그리고 임팩트투자를 논의할 때 소셜벤처라는 용어를 사용
프랑스	<ul style="list-style-type: none"> - 법적 정의 있음 - 사회연대경제 조직 - “인간 활동의 모든 영역에 적합한 경제발전 및 기업양식으로서 재화와 용역의 생산·유통·교환·소비로 구성” - ① 수익 배분만이 아닌 다른 목적 추구 - ② 민주적 지배구조와 참여 보장 - ③ 이윤을 기업의 유지나 활동에 사용 - ④ 의무적립금 배당 금지 - 사회연대경제 조직이 되는 상업회사 - ① 사회연대경제 조직의 조건 충족 - ② 사회적 유용성(목적) 추구 - ③ 이윤의 최소 20%를 정관상의 의무적립금으로 구성 - ④ 이윤의 최소 50%를 재투자 	<ul style="list-style-type: none"> - 법적 정의 없음 - 소셜벤처에 대한 개념이 모호

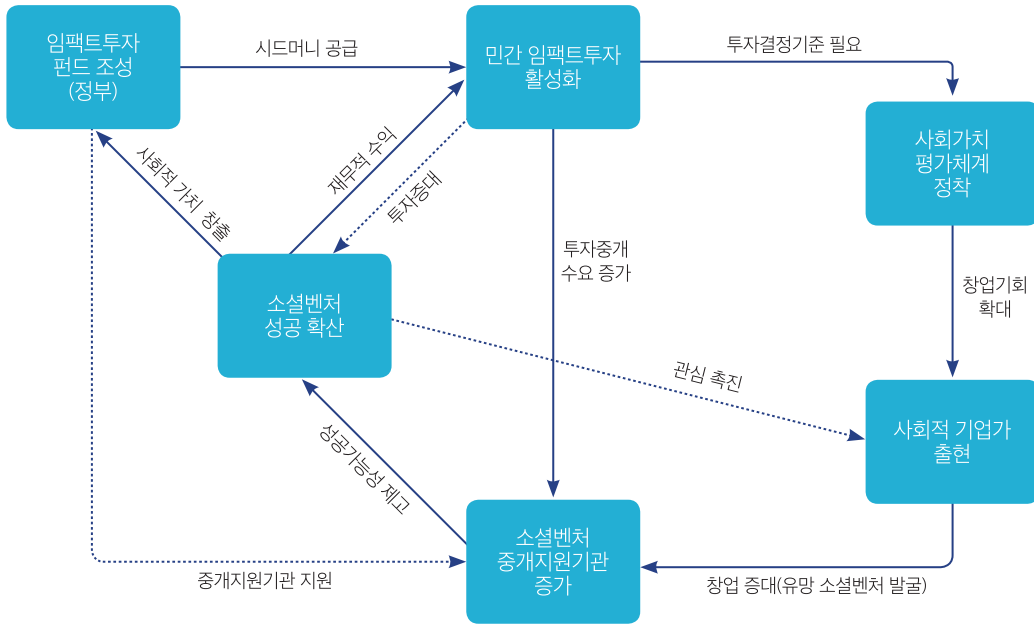
국가	사회적 기업	소셜벤처
이탈리아	<ul style="list-style-type: none"> - 법적 정의 있음 - 사회적 기업의 충족 기준 - ① 사적 조직(상업회사) - ② 재화와 용역을 생산하는 기업가적 활동을 수행(총수입의 70% 이상) - ③ 사회적 유용성을 추구(복지, 건강, 교육, 문화, 환경보호 등 11개 분야) 또는 고용통합(취약계층 30% 이상) - ④ 수입을 핵심 비즈니스와 자산에 투자(소유자, 주주, 종사자에 배분 금지) 	<ul style="list-style-type: none"> - 법적 정의 없음 - 사회혁신을 추구하는 기업가를 지칭할 때 소셜벤처라는 용어를 사용(밀란의 글로벌 소셜벤처 공모제 등)
캐나다	<ul style="list-style-type: none"> - 법적 정의 없음 - 사회적 기업위원회에서 조작적 정의 - ① 비영리조직이 사업 운영 - ② 재화와 용역을 통한 상업적 활동 - ③ 사회적 목적과 재무적 수익을 동시에 추구 - 주정부마다 정의를 약간 다르게 사용 	<ul style="list-style-type: none"> - 법적 정의 없음 - 임팩트투자와 관련하여 소셜벤처라는 용어를 부분적으로 사용

- 지원대상 소셜벤처의 판별기준을 구체적으로 제시하는 것은 매우 어렵기 때문에, 광의의 범위를 설정하는 네거티브 리스트 방식이 바람직
 - 사회적 목적의 실현과 사회문제 해결을 기업가적 방법으로 해결하는 신생기업이 필수조건
 - 기존에 없던 혁신적이고 시장에서 입증 가능한 사업모델을 보유하고 있는 것은 충분조건
- 소셜벤처 판별기준으로 혁신성·성장성에 관한 정량조건을 많이 부여할 경우, 기존에 문제였던 지원의 불리성을 해소할 수 없음
 - 특히 벤처확인요건 수준을 적용하면 사회성과 혁신성·성장성을 모두 충족해야 하기 때문에 지원의 문턱이 높아질 수 있음
 - 정성조건을 통해 혁신적 사업모델이며 시장에서 성공가능성이 존재하는가를 판단하는 것이 적절 → 중개지원기관, 공공기관 등에서 자율적으로 판단하도록 하는 방향
- 국내외 달리 법적 형태의 사회적 기업 인증제를 운영하지 않고 있으며 사회적 기업 지원체계 내에서 임팩트투자 촉진을 통한 소셜벤처 육성에 중점을 둠
 - 소셜벤처를 사회적 기업 중에서 기업가적 속성 또는 혁신적 사업모델을 통해 사회적 목적을 실현하는 '사회적 스타트업'으로 정의

□ 소셜벤처의 가장 큰 애로사항을 자금접근으로 인식하고 임팩트투자의 수요와 공급을 모두 장려하는 정책을 추진

○ 소셜벤처 육성은 정부가 다양한 펀드를 조성하고 시드머니로 공급하여 임팩트투자 민간시장을 촉진함으로써 소셜벤처의 선순환 생태계를 형성하는 데 주력

<그림20> 소셜벤처 선순환 생태계 형성 고리



○ 정부가 임팩트투자 펀드를 조성·공급하여 ‘민간 임팩트투자 활성화’ → ‘사회적 가치 평가체계 정착’ → ‘사회적 기업가 출현’ → ‘소셜벤처 중개지원기관 증가’ → ‘소셜벤처 성공 확산’의 선순환 고리를 형성

○ 동시에 민간주도의 중개지원기관을 활성화하여 임팩트투자의 수요와 공급을 증대하면서 소셜벤처의 창업과 사업화, 그리고 스케일업을 지원하도록 유도

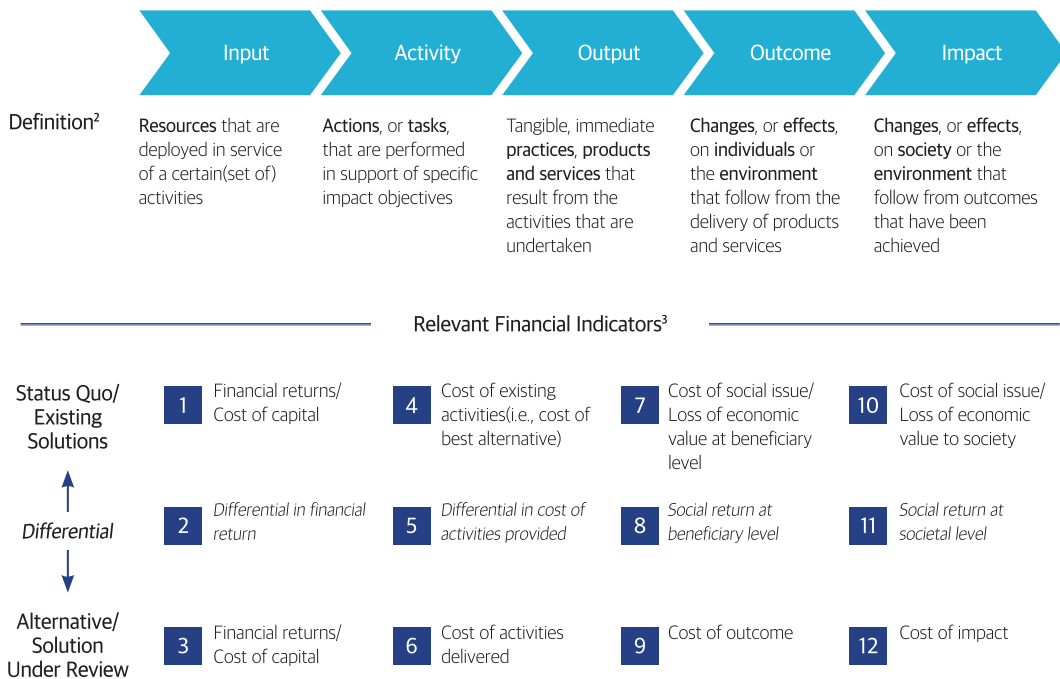
○ 사회적 기업과 소셜벤처를 별도로 구분하고 있지 않아 소셜벤처만을 특화한 지원은 아니지만, 대체로 임팩트투자의 대상이 되는 사회적 신생기업(startup) 지원에 초점을 두고 있음

<표 15> 소셜벤처 및 임팩트투자 관련 해외 지원정책 비교

국가	공급	수요	중개지원기관
영국	<ul style="list-style-type: none"> - Big Society Capital이 운영하는 펀드 조성 - 사회성과연계채권 도입과 사회성과펀드 조성 - 사회적 투자세액감면제도 (STTR) 시행 	<ul style="list-style-type: none"> - 투자계약준비펀드(ICRF) 조성 및 사회적 기업 등 지원 - 사회적 기업연합회(SEUK)를 설립하고 판로 확대를 위한 온라인 DB 구축 - 사회적 기업 공공구매제도 (사회적 가치법) 운영 	<ul style="list-style-type: none"> - 임팩트투자도매은행 (Big Society Capital) 설립 - 사회적증권거래소(SSE) 운영 - 인큐베이터펀드 조성과 민간 인큐베이터 지원 - NESTA를 소셜벤처 전문 임팩트투자 운영사로 지정
미국	<ul style="list-style-type: none"> - 임팩트투자펀드와 초기단계 펀드 조성 	<ul style="list-style-type: none"> - 사회혁신펀드(i3) 조성과 사회 서비스 혁신모델 육성 - 소셜벤처 관련 다양한 민간 협력 촉진 프로그램 운영 (PACE, GDIV 등) - 에너지, 농업, 환경 분야 지역 기반 신생기업 지원 (개념검증센터, i6챌린지 등) 	<ul style="list-style-type: none"> - 청정에너지 분야 민간 액셀러레이터 지원 - 임팩트투자 펀드 지원 시 사회성과 측정·보고 의무화
호주	<ul style="list-style-type: none"> - 사회적 기업발전투자펀드 (SEDIF) 조성과 용자 지원 - 사회편익채권 도입 	<ul style="list-style-type: none"> - SEDIF로 사회적 기업 등의 역량개발을 지원 	<ul style="list-style-type: none"> - 사회적 가치 평가 방법론 개발
독일	<ul style="list-style-type: none"> - 독일재건은행(KfW)을 통해 사회적 기업 금융지원 프로그램 운영 	<ul style="list-style-type: none"> - 소셜벤처 발굴과 지원의 ANKOMMER 사업 추진 	<ul style="list-style-type: none"> - KfW 재단 설립과 소셜벤처 사업 지원
캐나다 (주정부)	<ul style="list-style-type: none"> - 사회적자금촉진프로그램 (SFAI) 운영 - 사회적 기업실현펀드(SFIF) 조성(온타리오주) 	<ul style="list-style-type: none"> - 사회적 기업실현펀드를 통해 스케일업 지원 	<ul style="list-style-type: none"> - 중개지원기관 SVX 설립 및 운영 지원(온타리오주)

- 소셜벤처 활성화에 핵심이 되는 임팩트투자 시장을 촉진하기 위해 소셜벤처 또는 임팩트 평가모형 개발과 보급이 매우 중요
 - 임팩트투자를 위해 사회성과를 측정하고 평가하고자 하는 다양한 방법론이 전 세계적으로 모색되고 있음
 - 투자자가 임팩트투자가 가능한 소셜벤처(사회적 기업)를 판단하기 위한 기준뿐만 아니라, 향후 그 성과를 투자자에게 보고(reporting)하기 위한 기준으로 활용
 - 소셜벤처는 임팩트투자를 유치하기 위한 자가진단 자료 또는 IR 작성을 위한 근거로 활용하기도 함
 - 대체로 논리모형(logic-model)에 따라 기업활동(프로젝트)에 따른 ‘산출(output)-결과(outcome)-영향(impact)’의 흐름에 따라 평가방법론을 구축
 - 평가의 측정은 성과에 해당하는 산출, 결과, 영향에 대해 재무적 수치와 같은 객관적 지표로 입증하는 형태

<그림 21> 임팩트 가치사슬에 따른 논리모형과 재무적 지표



자료: Social Impact Investment Taskforce(2014)

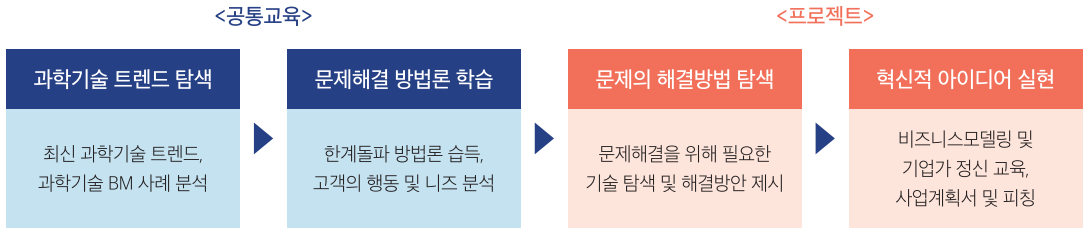
- 임팩트투자 관련 평가모형은 국제민간기구가 시행하는 것과 각 임팩트투자기관이 자체적으로 시행하는 것으로 구분 가능
 - 국제민간기구가 수행하는 것은 주로 기업 간 비교를 목적으로 설계되어 있으며, 기업의 운영과 지배구조까지 평가
 - 임팩트투자기관의 평가체계는 투자대상을 선정할 목적으로 사용
- 사회성과 평가모형은 소셜벤처(프로젝트), 투자기관, 중개지원기관 등에 다각적으로 사용될 수 있어야 함
 - 공통지표는 임팩트를 구체적으로 측정 또는 입증할 수 있는 것에 집중
 - 평가의 대상과 활용에 따라 사회적 목적 분야와 운영(활동) 분야에 대한 개별지표를 달리 적용
 - 평가의 대상이 자가진단을 통해 사업모델을 개선하거나 임팩트 성과를 제고할 수 있도록 유도하는 것이 필요

IV. 소셜벤처 육성전략과 정책과제

1 소셜벤처 창업 활성화

- (기술기반 소셜벤처 육성) TIPS(Tech Incubator Program for Start-Up) 프로그램을 통해 소셜벤처에 중점 투자(50% 이상)하는 운영사를 신규 선정하여, 우수 기술기반 소셜벤처 육성*
 - * 운영사에 연간 5개 내외의 창업팀 추천권 TO를 배정하고, 최종 선정된 창업팀(3개 내외)은 정부 R&D자금(5억 원), 사업화·마케팅(2억 원) 등 최대 10억 원 지원
 - 등록 액셀러레이터(창업지원법, 63개) 등을 대상으로 참여의사 및 투자실적 조사 후 추진
 - 운영사 선정 시 우대 요건* 중 하나에 해당하는 소셜벤처 투자사인 경우 가점 부여 등 우대
 - * ① Impact 투자펀드 운영 ② 최근 3년간 해당 투자실적(금액 또는 피투자기업 수)이 50% 이상 ③ 향후 소셜벤처를 50% 이상 틱스 투자·추천할 계획을 제출하는 경우
- 기술기반 소셜벤처의 성공가능성을 제고하기 위한 소셜벤처 대상의 특화 R&D 지원 확대(과기정통부)
 - (R&D역량) 출연연·대학과 소셜벤처 등과의 네트워킹을 통해 장비의 공동 활용 및 애로기술 컨설팅 등 R&D역량 강화 지원
 - (기존 R&D) 사업 기획 및 실증, 성과 확산에 소셜벤처 등 사회적 경제 조직의 참여 의무화 또는 확대
 - (대상사업) 사회문제해결형 기술개발사업, ICT 착한 상상 프로젝트
 - (신규 R&D) 사회적 가치 실현과 밀접한 신규 R&D 사업에서 인센티브 부여 등을 통한 소셜벤처 등 사회적 경제 조직 참여 촉진
 - (대상사업) 지역 수요 맞춤형 R&D, 국민생활연구 선도사업
- 과학기술·ICT를 접목한 혁신적인 아이디어로 지역·사회의 문제를 해결할 수 있는 기술기반 소셜벤처 예비창업자(팀) 양성(18년 18억 원(450명))
 - 창조경제혁신센터와 교육기관(대학 등)이 협업하여 청년혁신가 및 예비창업자 대상으로 공동교육 실시
 - 혁신적 아이디어의 사업화를 위한 팀 프로젝트를 제공하여 기술기반 소셜벤처 창업을 촉진

<그림 22> 기술기반 소셜벤처 예비창업자(팀) 양성 프로그램



□ (소셜벤처의 창업 및 성장 지원 프로그램 강화) 아이디어 발굴 → 창업육성 → 성장지원 등 단계별 소셜벤처 육성 프로그램 운영(고용부)

- (아이디어) 청소년, 대학생, 창업연계, 글로벌 부문에서 소셜벤처 아이디어 경연대회 개최 등을 통해 인재 발굴

- (창업) 창업공간 및 자금, 멘토링 등 창업의 전 과정을 원스톱 지원하는 ‘청년 사회적 기업가 육성사업’을 확대

- (‘17) 500개 팀 → (‘18) 550개 팀 → (‘19) 1,000개 팀

- (성장지원) 협업·사무 공간, 교육 등을 제공하여 창업의 지속 가능성을 높이는 ‘소셜캠퍼스 온(溫)’ 조성 확대

- (‘17) 3개소(서울, 전주, 부산) → (‘18) 6개소 → (‘19) 9개소

□ 성장가능성이 높은 소셜벤처 등 사회적 경제기업을 선정하여 판로·R&D·컨설팅 등을 패키지로 지원(1억 원 한도, ’18.4월 시범사업)

- (선정) 사회적 목적 추구, 사회적 가치 창출, 사업모델의 사회혁신성 등을 평가하여 선정

- (컨설팅) 민간전문가로 구성된 기업진단팀을 배정하여 지원내용의 기획부터 컨설팅 등 사후관리까지 체계적으로 지원

- ’22년까지 사회적 가치를 추구하는 혁신기업 200개 육성 계획

- (‘18) 20개 → (‘19) 30개 → (‘20) 50개 → (‘21) 50개 → (‘22) 50개

□ 대기업·중견·중소기업 등에서 사회적 목적 추구의 분사창업이 활성화될 수 있도록 ‘소셜벤처 사내창업 지원’ 추진

- 사내벤처가 사회적 목적 추구 및 사회적 가치 창출을 지향하는 경우, 상생서포터즈 사내창업 프로그램* 선정 시 우대
 - * 유망 사내벤처팀을 선정하여 모기업에서 1억 원 이상 先투자 시 정부예산 1억 원을 매칭 지원
 - 기업이 설립·투자한 소셜벤처인 경우, 벤처기업 출자자의 제2차 납세의무 한시 면제가 되는 신성장 벤처기업*으로 인정
 - * 현행은 인공지능 등 신성장동력·원천기술 R&D를 투자한 제조업 및 신성장 서비스업만 해당
- (소셜벤처 창업지원플랫폼 확충) 소셜벤처의 창업 및 민간투자 촉진을 위하여 ‘소셜벤처 창업기획사(엑셀러레이터)’ 활성화(벤처투자회수와 협의 필요)
- 기존 임팩트투자 기관의 소셜벤처 창업기획사로 등록 및 전환을 유도하기 위해 상근 전문인력 인정기준을 개선
 - 상근 전문인력 인정기준의 하나로 “임팩트투자 실적이 투자기업 기준 10회 이상 또는 투자금액 기준 10억 원 이상인 회사에서 3년 이상 투자심사업무를 한 경력 있는 자”를 추가

현장의 목소리

“창업기획사로 등록하고 싶으나 임팩트투자를 수행하는 기관임에도 BI, 창투사, 신기사 등에 해당되지 않아, 기존 상근인력과 관계없이 등록요건이 되는 해당 전문인력을 추가로 채용해야 하는 어려움이 있습니다.” (임팩트투자기관 대표)

- 소셜벤처에 특화된 창업기획사를 선정·지원하여 소셜벤처 창업 및 투자연계를 적극 촉진
 - (대상) 투자 및 창업보육 기업의 50%가 소셜벤처인 창업기획사 5개
 - (분야) 사회통합, 사회문제(필요), 공동체 발전, 환경/생태 등 사회적 목적 사업 분야를 고려하여 선정
 - (지원) 창업기획사 1개당 운영비 1억 원을 지원하여 소셜벤처의 사업화, 법인설립, 투자유치 등을 체계적으로 지원
- 소셜벤처 등 사회적 경제기업에 대한 인큐베이팅 지원 전문기관을 확대 및 육성
- 소셜벤처, 예비 사회적 기업 대상의 창업보육 프로그램 운영기관이 창업보육센터(BI, Business Incubator)로 지정받을 경우, 특화 BI 보육역량강화사업*에서 우대
 - * 창업보육센터별 특화 보육프로그램의 개발 및 운영 지원(1억 원 내외)

- 既 지정 창업보육센터(전국 262개)가 일정 비중(30%) 이상 소셜벤처를 대상으로 입주 지원 시, BI 운영평가에서 가점*을 부여
 - * BI 경영평가 시 '사회적 가치 실현여부'를 평가하여 가점(2점) 부여
- 지역별 메이커 스페이스를 중심으로 소셜벤처 공동업무 공간 제공 및 소셜벤처 간 협업 프로젝트를 지원
 - 전문형 메이커 스페이스*를 중심으로 co-working 스페이스를 제공하고, 지역문제 해결 등 협업 프로젝트 및 커뮤니티 활동 지원
 - * '18년 전국 5개소 내외로 구축 예정이며, 시제품 제작용 장비 등을 보유
 - 우수 아이디어에 대한 시제품 제작·양산을 지원하고, 기술보증기금 등을 통해 창업자금을 연계 지원

2 소셜벤처의 유망사업 분야 진출 확대

- (주거환경) 청년, 신혼부부 등 취약계층의 주거환경을 개선하거나 공급하는 소셜벤처 대상 지원사업 확대(국토부)
 - (인큐베이팅) 주거환경 관련 사회문제 해결을 목적으로 하는 소셜벤처 예비 창업팀의 발굴 및 창업·사업화 지원 확대*
 - * 창업자금·공간 지원(창업샘터), 창업컨설팅, 크라우드펀딩 및 홍보 지원('17) 8억 원 → ('18) 10억 원)
 - (스케일업) 주거복지 등을 목적으로 하는 기존 소셜벤처를 발굴하여 성장을 다각적으로 지원하는 사업*을 신설
 - * 집·다세대 주택 등을 임대하여 취약계층에게 임대주택·공유공간 등으로 제공할 경우, 리모델링 및 비품구입 비용, 상장지원 컨설팅 등을 지원('18년, 10억 원)
 - ** 기존 인큐베이팅 사업으로 선발되어 육성 중인 소셜벤처는 공모 시 가점 등 우대
 - (도시재생) 도시재생사업과 연계한 다양한 사업*을 추진하여 소셜벤처 발굴·지원
 - * 국토교통형 예비 사회적 기업 제도 도입, 사회적 경제 육성을 위한 사업화 지원, 창업공간 조성을 위한 주택도시기금 지원 등
- (지역기반) 커뮤니티비즈니스 활성화 사업* 내에서 소셜벤처의 창업 및 사업화 지원을 적극 우대(산업부)
 - * 제조·유통, 식품제조, 에너지, IT문화, 사회서비스 등 5대 분야의 22개 프로젝트를 대상으로 '18년에 98억 원 지원
 - (아이디어 공모) 지역사회문제 해결의 아이디어를 공모하여 창업 단계별 전문가 컨설팅, R&D, 디자인 등 지원 신설

- 지역사회문제 해결 아이디어 공모 → 기획컨설팅 및 사업화 지원 → R&D(IoT기술, 스마트그리드 등), 디자인 활용 등 지원
- (네트워킹) 지역기반 소셜벤처와 사회적 경제기업 간의 협력을 유도할 수 있도록 네트워킹 활동 지원 신설
- (문화관광) 창작활동 기반의 문화예술 분야 소셜벤처를 육성하고, 인프라 지원 및 다양한 문화·예술·스포츠 프로그램 참여 기회 제공(문체부)
 - (성장지원) 소셜벤처의 경영자립 및 판로개척 등을 위한 지원*과 창작·공연 등을 위한 유희·공공시설 활용 지원**
 - * 경영컨설팅, 기업 CI 등 브랜드 개발, 재정적 자립 기반 조성 등
 - ** 공간(시설) 사용료 할인 및 우선 사용권 부여 등 안정적 공간 확보 지원
 - (기회확대) 문화예술·스포츠프로그램* 등의 운영주체 공모 시 소셜벤처의 참여 기회 확대 및 참여 유도
 - * 작은 영화관, 작은 미술관, 토요문화학교, 스포츠클럽 등 운영
 - (발굴·육성) 지역 주민공동체가 주도하는 관광사업체인 관광두레 선정 시 취약계층을 위한 공정여행과 같은 사회적 서비스 기능을 가진 소셜벤처의 발굴 및 육성
 - 관광두레 주민사업체 확대(누적): ('18) 300개 → ('20) 670개 → ('22) 1,125개(예정)

3 소셜벤처의 성장 촉진

- 소셜벤처에 투자하는 임팩트펀드 조성·운동('18년 1,000억 원)
 - 모태펀드에서 출자하여 소셜벤처 등에 투자하는 1,000억 원 규모의 '임팩트투자 펀드' 조성('18.상)
 - 모태펀드가 80%를 출자(약 800억 원)하고, 벤처캐피탈(VC), 액셀러레이터, 경영참여형 PEF 등이 펀드를 운용
 - 운용사가 투자기업의 사회적 성과(공공성)를 측정할 수 있는 평가지표를 제시
 - 모태펀드에서 손실을 우선 부담하고, 민간투자자에 대해 콜옵션*을 부여하여 민간의 투자 참여확대를 유도
 - * 이익발생 시 민간투자자에게 모태펀드지분 매입권(콜옵션)을 부여

- 성과창출에 소요되는 기간이 길어 펀드 존속기한을 장기로 설정(10년 내외)하고, 약정총액의 70% 이상을 소셜벤처에 투자
 - UN이 합의한 지속가능발전 17개 목표(SDGs) 등 사회통합, 사회문제 해결을 위한 사업에 투자

<그림 23> UN이 합의한 지속가능발전 목표(15.9월)



- 소셜벤처의 성공가능성 및 성장 제고를 위한 R&D-사업화 중심의 일관지원 기능 강화
 - 여러 부처가 사회적 경제기업을 지원할 뿐만 아니라, 혁신성장의 핵심이 되는 R&D 지원이 여러 부처로 산재되어 있는 점을 고려하여 부처 간 및 사업 간 연계의 패키지 지원 강화
 - (예비)사회적 기업이 성장을 목표로 한 소셜벤처로 전환할 경우, R&D, 사업화, 판로 등을 후속 지원
 - (자격) 청년 사회적 기업가 양성사업, (예비)사회적 기업 지원사업 등의 수혜 소셜벤처로서 사회성과 창출 가능성*이 높은 기업
 - * 사회성과 창출 가능성에 대한 평가는 사회금융 가치평가, 소셜벤처 가치평가 등을 활용
 - (지원내용) 각 부처가 소셜벤처를 주 대상으로 하는 R&D, 사업화, 판로 등의 지원 사업을 통해 후속 지원
 - 각 사업의 지원 수 또는 예산규모의 일정부분(10% 내외)을 할당하여 해당 소셜벤처를 지원
- 소셜벤처 일관지원의 실효성을 제고할 수 있도록 범부처가 참여하는 소셜벤처 지원사업 통합추진 프로세스 구축
 - 소셜벤처 등 사회적 경제기업을 주 대상으로 하는 각 부처의 지원사업을 연계·통합하여 추진함으로써 정책수요자의 지원사업 접근성을 제고

- 지원사업 선정부터 지원내용(분야, 대상) 설계, 통합공고, 사후관리까지의 전주기 지원프로세스를 연계·통합
 - “부처별 일관지원 사업 선정 → 부처 간 연계 지원 계획 수립(정책협의회) → 지원사업 통합공고(사업 설명회) → 일관지원 및 점검 → 사회성과 측정 및 성공사례 확산” 등
- ‘사회적 경제기업 지원 온라인 포털’을 구축하여 일관지원사업 정보 제공, 수혜기업 DB, 우수 사회성과 소개 및 사례 전파 등을 실시

4 소셜벤처 성공모델 및 긍정인식 제고

- 소셜벤처의 지역 확산을 위해 지자체의 지원의지 등이 높은 지역의 창조경제혁신센터에 소셜벤처 지원 기능을 확충하고 지역 여건*을 고려한 특화 지원
 - * 지방은 소셜벤처 지원 인프라가 부족하므로, 소셜벤처 발굴 → BM 수립, 보육 및 창업·사업화 지원 → 투자유치 기회제공 및 사후관리 순으로 지원 추진
- 혁신센터를 축으로 창업보육센터, 테크노파크 및 사회적 경제 중간조직 등이 협업하여 소셜벤처 상시 발굴*
 - * 소셜벤처 경연대회 및 소셜벤처 양성교육 참가자 등을 대상으로 선별
- 발굴한 소셜벤처에 대해 비즈니스 모델 수립, 멘토링, 창업자금 및 공간 등을 집중 지원*하여 성공적인 창업·사업화 지원
 - * 사회적 기업이 육성사업(고용부), 수요자 참여형 Living Lab 운영 등을 연계
- 투자유치를 위해 액셀러레이터, 임팩트투자펀드 운용사 간 만남의 장(IR, 투자상담회 등)을 마련하고, 판로·유통·홍보 등 사후 지원 강화
- 지자체와 협의하여 지식산업센터, 지자체 소유 건물 또는 벤처육성촉진지구 등에 소셜벤처 및 지원기관의 집적화 유도
- 사회적 기업이 중심의 기업가정신 교육 활성화
 - (청소년) 초중고 학생 및 교사를 대상으로 한 ‘사회적 기업가 정신(Social Entrepreneurship) 교육’ 강화
 - 사회적 기업가 정신 등을 교육하는 초중고 학교를 ‘청소년 비즈쿨’ 지원학교로 추가·확대((‘17) 500개교 → (‘18) 550개교)
 - 지도교사를 대상으로 ‘소셜벤처 창업동아리 운영 교육’ 신설

- 교과 내에서 사회적 경제 관련 학습 및 다양한 사회적 경제기업 체험을 제공하는 사회적 경제 연구 학교 운영 신설(교육부)
 - (대학생) 대학 내 사회적 경제 교육을 활성화하고 소셜벤처 창업 체험 프로그램 확대
 - 사회적 경제 분야 창업교육 콘텐츠의 개발·보급 및 대학 대상 컨설팅 추진(교육부)
 - 대학기업가센터(9개)가 공동으로 소셜벤처 기업가 포럼을 신설하고, 소셜벤처 창업성공 사례 발굴·보급
 - (일반인) 소셜벤처 창업을 촉진하고 기업가의 사회적 책임을 교육하는 ‘소셜벤처 창업교육’ 프로그램 마련
- 사회적 기업가 네트워킹 활성화
- 사회적 기업가 간 협력을 촉진하고 창업아이디어와 임팩트투자자 간의 연계를 장려하는 ‘사회적 기업가네트워크’ 구축
 - 선후배 사회적 기업가, 임팩트투자 운영사, 전문엔젤, 학계 전문가 등이 참여하는 포럼 운영 및 사회 혁신 노하우 전수 지원
 - 사회적 기업가 예비소셜벤처 등에게 임팩트투자 기회를 제공하기 위한 ‘소셜벤처 임팩트투자대회’ 개최(벤처창업페스티벌 연계)
 - 청년기업가정신 재단이 주관하여 사회적 기업가 정신 캠프 개최
 - 사회적으로 존경받는 기업인을 초청하여 사회적 목적 사업에 대한 감동적인 성공 스토리와 사회혁신 사례 등을 공유·확산
- 사회적 공헌도가 높은 소셜벤처 기업가를 발굴·포상하고, 대국민 홍보 등을 통해 자긍심 고취
- (포상) 사회적 기업가 정신 포상을 신설*하고, 수상자는 기업가정신 교재 등에 롤 모델로 반영
 - * 벤처창업페스티벌(11월 말), 세계기업가정신 주간행사(GEW, 11월 3주)의 유공자 포상부문에 해당 분야 신설
 - (홍보) 우수 소셜벤처를 발굴·소개하는 다큐멘터리를 제작하여 지상파 등을 통해 심층 홍보

☞ 참고문헌

- [1] 관계부처 합동 (2018), 『소셜벤처 활성화 방안을 통한 일자리 창출방안』.
- [2] 김진수 외 (2016), 『소셜벤처 창업하기』, 도서출판 청람.
- [3] 윤미영 (2011), 한국과 일본의 사회적 기업에 관한 연구: 영리기업과 비영리조직의 협력사업 모델. 이화여자대학교 대학원
- [4] 일자리위원회 (2017), 『사회적 경제 활성화 방안』.
- [5] Ministry of Economy, Trade and Industry (2008) Social Business Kenkyukai Hokokusho. retrieved from http://www.meti.go.jp/policy/local_economy/sbcb/sbkenkyukai/sbkenkyukaihoukokusho.pdf.
- [6] Mizutani Eri (2016), 日本の社会的インパクト評価の現状. 三菱UFJリサーチ & コンサルティング. Social Impact Day 2016 발표자료. retrieved from <http://www.impactmeasurement.jp/wp/wp-content/uploads/2016/07/c1a676f4c1a67118a9c7916d0936eeaa.pdf>
- [7] Sakurai Junri (2010), 社会的企業による就労支援活動の特徴と中間支援組織の役割. 自治労大阪, 1-31(<http://jichiro-osaka.gr.jp/opinion> より2010年 8月 31日取得)
- [8] Takashi Koseki (2017), 社会的企業の資金調達分析: 日本の事例研究. 明治大学社会科学研究所紀要 55(2), 75-89
- [9] Takahashi Mayumi (2016), 社会的企業の資金調達分析: 日本の事例研究, 明治大学社会科学研究所紀要 55(2), 75-89
- [10] Bertelsmann Stiftung (2016), Social Impact Investment in Germany: From momentum to implementation. Gütersloh: Bertelsmann Stiftung.
- [11] Birkholzer, K., Goler von Ravensburg, N., Glanzel, G., Lautermann, C. & Mildenerger, G. (2015), Social Enterprise in Germany: Understanding Concepts and Context, ICSEM Working Papers, No.14, Liege: The International Comparative Social Enterprise Models(ICSEM) Project.
- [12] Cabinet Office, DCMS & Office for Civil Society (2012), Knowledge Box: Guidance on developing a Social Impact Bond. London: Cabinet Office
- [13] Cabinet Office & DIT (2015), Starting a social venture in the UK. retrieved from <https://www.gov.uk/government/publications/social-investment-and-social-entrepreneurship-in-the-uk/starting-a-social-venture-in-the-uk>
- [14] Cabinet Office of Japan (2015), A Report on the Aggregated Activity Size of Social Enterprises in Japan.
- [15] Cabinet Office of Japan (2016), Promoting Social Impact Measurement: Basic Concept of Social Impact Measurement for Solving Social Issues and Plans to be Taken.
- [16] Choi, Y. & Mummert, A. (2015), Closing the gap: Developing a new financing vehicle for social ventures in Germany. München: Impact in Motion.

- [17] DCMS & BEIS (2017), *Social enterprise: market trends 2017*, London: National Archives.
- [18] Dear, A., Helbitz, A., Khare, R., Lotan, R., Newman, J., Sims, G. C. & Zaroulis, A. (2016), *SOCIAL IMPACT BONDS: The Early Years*. London: Social Finance.
- [19] Deutscher Bundestag (2010), Nationale Engagementstrategie. retrieved from http://www.b-b-e.de/fileadmin/inhalte/aktuelles/2010/10/Nationale%20Engagementstrategie_10-10-06.pdf
- [20] Deutscher Bundestag (2012), Drucksache 17/10926, Antwort der Bundesregierung auf die Kleine Anfrage der Abgeordneten Ulrich Schneider, Britta Haßelmann, Beate Walter-Rosenheimer, weiterer Abgeordneter und der Fraktion BÜNDNIS 90/ DIE GRÜNEN retrieved from <http://dipbt.bundestag.de/dip21/btd/17/109/1710926.pdf>
- [21] DLA Piper & UnLtd (2014), *Structures for Social Enterprises*. London: DLA piper.
- [22] ECORYS (2015), *ICRF Data Analysis*. London: ECORYS.
- [23] European Commission (2014), *A map of Social Enterprises and their ecosystems in Europe–Country Report for Germany*. London: CF Consulting Services.
- [24] Feld, B. (2012), *Startup Communities: Building an Entrepreneurial Ecosystem in Your City*, Hoboken, NJ: Wiley & Sons, Inc.
- [25] Floyd, D. (2017), *Social Impact Bonds: An Overview of the Global Market for Commissioners and Policymakers*. London: Social Spider CIC.
- [26] GECES (2016), *Social enterprises and the social economy going forward*, Belgium, Bruxelles: European Union.
- [27] GO Lab (2018), *SOCIAL IMPACT BONDS: AN OVERVIEW A briefing note for senior management in local authorities*. London: Blavatnik School of Government, University of Oxford.
- [28] Grace, K., Griffith, J. & McCallick, B. (2015), *Financing Social Innovation: Analyzing Domestic Impact Investing Policy in the United States*.
- [29] GSG & Japan National Advisory Board (2016), *Current State of Social Impact Investment in Japan 2016*.
- [30] HM Government (2011), *Growing the Social Investment Market: A vision and strategy*. London: Cabinet Office.
- [31] HMRC (2018), *Enterprise Investment Scheme Seed Enterprise Investment Scheme and Social Investment Tax Relief*, London: National Statistics.
- [32] Huysentruyt, M., Le Cog, C. Mair, J., Rimack, T., & Stephan, U. (2016), *Country Report: Germany*, Brussels: SEFORIS.
- [33] Isenberg, D. (2011), *The Entrepreneurship Ecosystem Strategy as a New Paradigm for Economic Policy: Principles for Cultivating Entrepreneurship*, Presentation at the Institute of International and European Affairs.
- [34] Jansen, S.A., Heinze, R. G., & Beckmann, M. (eds). (2013), *Sozialunternehmen in Deutschland*, Springer: Wiesbaden

- [35] Kelly, M., Duncan, M. & Dubb, S. (2016), FINANCING SOCIAL ENTERPRISE Strategies for Financing the Inclusive Economy: Financing social enterprise as a tool to create jobs and build community wealth. Washington, D.C.: The Democracy Collaborative.
- [36] Longair, H. & Tora, K. (2015), SEED TO IMPACT: BUILDING THE FOUNDATIONS FOR A HIGH-IMPACT SOCIAL ENTREPRENEURSHIP ECOSYSTEM. London: UnLtd.
- [37] Lord Young (2015), Social Value Act Review. London: Cabinet Office.
- [38] Mason, C & Brown, R. (2014), Entrepreneurial Ecosystems and Growth Oriented Entrepreneurship, OECD.
- [39] Miller, P. & Stacey, J. (2014), GOOD INCUBATION: The craft of supporting early-stage social ventures. London: NESTA.
- [40] Ministry of Economy, Trade and Industry (2011), Social Business Case Book, Japan.
- [41] NESTA (2015), Investing Innovative Social Venture: A Practice Guide. London: NESTA.
- [42] Petrick, S. & Weber, M. (2013), The Social Impact Investment Ecosystem in Germany. München: Impact in Motion.
- [43] PWC (2013), The Startup Economy: How to support tech startups and accelerate Australian innovation.
- [44] Reinhart, C. (2011), LOW-PROFIT LIMITED LIABILITY COMPANIES OR L3CS. retrieved from <https://www.cga.ct.gov/2011/rpt/2011-R-0344.htm>
- [45] Richardson, M. (2015), Social enterprise in the UK: Developing a thriving social enterprise sector. London: British Council.
- [46] Robinson, M. (2016), SOCIAL INVESTMENT INSIGHTS SERIES: The size and composition of social investment in the UK. London: Big Society Capital.
- [47] Ronicle, J. & Fox, T. (2015), In Pursuit of Readiness: Evaluation of the Investment and Contract Readiness Fund. London: ECORYS
- [48] Saltuk, Y., Idrissi, A. E., Bouri, A., Mudaliar, A. & Schiff, H. (2015), Eyes on the Horizon: The Impact Investor Survey. London: J.P. Morgan & GIIN.
- [49] Samali, M. (2016), Mapping the Money: An Analysis of the Capital Landscape for Early-Stage, For-Profit, Social Enterprises in the United States. M-RCBG Associate Working Paper.
- [50] Shanmugalingam, C., Graham, J., Tucker, S. & Mulgan, G. (2011), GROWING SOCIAL VENTURES-The role of intermediaries and investors: who they are, whar they do, and what they could become. London: NESTA.
- [51] Scheuerle, T., Glänzel, G., Knust, R., & Then, V., (2013), Social Entrepreneurship in Deutschland. Frankfurt: Centre for Social Investment, Heidelberg of University.
- [52] SEFORİS (2016), COUNTRY REPORT GERMANY.
- [53] SEUK (2015), Leading the world in Social Enterprise. London: SEUK.

- [54] SEUK (2017), The Future of Business: State of Social Enterprise Survey 2017. London: SEUK.
- [55] SocEntCity.org (2017), A Deeper Dive: Social Enterprise Ecosystems in the U.S. Vol.2
- [56] So, I. & Staskevicius, A. (2015), Measuring the “impact” in impact investing. Harvard Business School. Retrieved from <http://www.hbs.edu/socialenterprise/Documents/MeasuringImpact.pdf>
- [57] SROI network Japan (2017), Social Impact Measurement and Its Application as SIBs in Japan.
- [58] Tamako Watanabe (2016), Study of Social Entrepreneurship and Innovation Ecosystems in South East and East Asian Countries: Country Analysis Japan. New York: IDB & Japan Research Institute
- [59] The Global Social Impact Investment Steering Group & Japan National Advisory Board (2016), Current State of Social Impact Investment in Japan 2016.
- [60] Thornley, B. (2012), The Facts of US Social Enterprise. retrieved from http://www.huffingtonpost.com/ben-thornley/social-enterprise_b_2090144.html
- [61] Triponel, A. & Agapitova, N. (2016), LEGAL FRAMEWORKS FOR SOCIAL ENTERPRISE: Lesson from a Comparative Study of Italy, Malaysia, South Korea, United Kingdom and United States. Washington: World Bank Group.
- [62] Virtue Ventures (2005), Social Enterprise Definition.
- [63] Virtue Ventures (2012), Applying Social Enterprise Methodology to International Development.
- [64] Wolf, M. (2014), The State of Social Entrepreneurship in Germany, SEFORIS Country Report, Brussels: SEFORIS.
- [65] World Bank Group (2017), Government Support to the Social Enterprise Sector: Comparative Review of Policy Frameworks and Tools.

2

사회적 가치 평가방법론 조사연구

연구책임자: 김수진(주식회사 플랜엠, 수석연구원)

참여연구원: 라준영(가톨릭대학교 경영학부, 부교수)

이재숙(주식회사 플랜엠, 연구원)

I. 연구개요	76
1. 연구의 배경	76
2. 연구목적	78
II. 사회적 가치 평가방법론의 이론적 검토	79
1. 사회적 가치 평가의 배경이론	79
2. 사회적 가치 평가범위	85
3. 사회적 가치 평가방식	87
4. 사회적 가치 평가의 최근 논의이슈와 흐름	89
III. 주요 평가방법론 조사분석(1): 정성평가	91
1. IRIS(Impact Reporting & Investment Standards)	91
2. B Lab Assessment	92
3. Guide for Analysis of Social Economy Enterprises, Quebec	97
4. Bridges IMPACT Radar	101
5. AA1000	104
6. 소결	107
IV. 주요 평가방법론 조사분석(2): 정량평가	110
1. SROI(Social Return on Investment)	110
2. Social Progress Credit(사회성과인센티브)	120
3. BACO(Best Available Charitable Options) ratio	125
4. 비용(cost) 기반 효율성 분석 방법들	130
5. 소결	140
V. 결론	142
참고문헌	144

I. 연구개요

1 연구의 배경

- 사회문제 해결을 통한 사회적 가치추구와 혁신을 바탕으로 하는 경제적 가치 융합 및 기업의 이익창출과 분배가 선순환하는 벤처의 미래 지향점으로 소셜벤처 중요성 대두
- 소셜벤처란 사회적 목적을 달성하기 위하여 새로운 비즈니스 모델을 만들어 수익을 영위하는 조직으로, 사회문제를 해결하는 혁신적 아이디어를 사업화하여 기업형태로 운영됨
 - 소셜벤처: 사회적 가치를 창출하는 방식이 혁신적인 벤처형 사회적 기업

<표 1> 소셜벤처의 개념과 특성에 대한 이론적 논의

구분	정의
John Elkington et al.(2008)	① Leveraged Nonprofit Ventures(Model 1): 베어풋칼리지-빈민국 사람 교육 ② Hybrid Nonprofit Ventures(Model 2)-주류시장에서 배제된 취약계층을 대상으로 재화/서비스 제공, 동시에 일반 소비자에게 판매함으로써 수익 창출 ③ 소셜비즈니스: 사회적 목적을 달성하기 위한 비즈니스 운영, 주로 환경 관련 기업
Geoff Mulgan et al.(2011)	다음 세 가지를 만족하는 기업 ① 사회문제 해결을 목표로 함(tackle social problems) ② 재정적 지속가능성(financially sustainable) ③ 효과적인 비즈니스 모델을 확장하려는 의지(Aim to scale what works)
김영춘(2017)	① 창의적이고 도전적인 벤처정신으로 사회문제의 솔루션을 제공하는 혁신적인 기업모델 ② 개인 또는 소수의 기업가가 사회문제를 해결할 혁신적인 아이디어를 사업화하기 위해 설립한 신생기업
박재홍, 황금주 (2017)	기존의 일반적인 벤처기업과 달리 기술, 경영 혁신 등의 방법으로 경영 활동을 수행하는 기업 형태에 사회적 가치를 추구해야 하는 기업 형태를 결합한 조직

- 사회적 기업 대비 소셜벤처의 차이
 - 국내외 대부분의 경우 사회적 기업과 소셜벤처를 구분하고 있지 않음
 - 인증제를 도입하고 있는 우리나라의 경우 인증 사회적 기업과 구분하기 위해 사용하는 경우가 많음

- 사회적 기업 중 신생기업을 지칭하거나, 사회혁신 및 기술혁신, 임팩트투자 관점에서 지속가능성 및 성장성을 강조하는 경우 사용

<표 2> 소셜벤처의 유형

구분	기업의 목적함수		
	사회적 가치 우선형	공유가치 (사회+경제) 추구형	경제적 가치 극대화형
접근 방법	개선	사회적 기업	중소기업
			중소기업
	혁신	소셜벤처	벤처기업
			벤처기업
자본비용회수 가능 여부	불가능(손실 또는 회계적 이익)	가능 (경제적 이익)	가능 (경제적 이익)

자료: 라준영(2018), 소셜벤처 창업과 임팩트투자

- 국내의 경우, 소셜벤처가 청년들을 중심으로 민간에서 자생적으로 출현 중¹⁾
 - 성수동을 중심으로 사회문제 해결에 관심이 높은 청년 소셜벤처 기업가 등이 모여 개방형 혁신을 실현하는 소셜밸리 형성
 - 헤이그라운드, 소셜캠퍼스 온(溫) 등에 약 250여 개 소셜벤처 기업, 투자·지원 기관 입주
- 소셜벤처 창업과 육성, 생태계 강화를 위해서는 투자관점의 지원정책 강화 필요
 - 청년 일자리창출 잠재력과 성장성이 큰 소셜벤처 활성화 여건 조성 필요
 - 특히 임팩트 금융을 중심으로 한 사회적 자본시장 형성과 활성화 관건
- 자본시장은 투자를 위한 선택근거를 요구함. 소셜벤처는 재무적 성과뿐 아니라 사회적 성과에 대하여도 평가받아야 한다는 인식이 보편화 됨
 - 소셜벤처는 사회적 가치 창출을 위한 기술혁신을 전제한다는 점에서 여타 사회적 가치 추구 조직과 성격을 달리함. 기술의 사회적 가치 잠재성에 근거한 확장성을 포착할 수 있는 평가방법론 필요

1) 중기부 등 관련부처 합동 보도자료(2018.5.16.), 소셜벤처 활성화를 통한 일자리 창출방안

- 정부에서도 민간의 자생적 움직임을 사회경제 전반으로 확장시킬 수 있는 정책·제도적 지원의 일환으로 가치평가의 중요성 강조²⁾
 - 기업가치 평가에 재무적 성과만이 반영되고 있고 계량화가 어려운 사회적 가치는 제외되어 소셜벤처의 실질가치가 저평가되는 실정임
 - 경제적 성과 외 소셜벤처가 창출한 사회적 가치에 대한 올바른 평가를 위해 혁신성·성장성 등을 종합적으로 고려한 가치평가모형 개발 추진

2 연구목적

- 소셜벤처의 사회적 가치 평가와 관련한 연구 및 평가방법론 조사분석을 통해 사회경제적 수익(return)을 고려한 임팩트투자 관점에서의 평가방식 검토
 - 소셜벤처는 일반 사회적 기업과 비교하여, 경제적 가치와 사회적 가치가 비례적 관계로 설정되는 경향이 뚜렷함
 - 따라서 사회적 기업을 중심으로 육성지원정책을 고려해 사회적 가치 측정 연구를 투자관점에서 소셜벤처로 확장할 필요가 있음
 - 소셜벤처는 사회적 가치 창출에 있어서 경제적, 기술적 혁신기제를 추구한다는 점에서 사회적 기업 등 여타 사회문제 해결조직과 다름. 따라서 이에 적합한 평가 체계 도입이 필요하며 특히, 기술기반 혁신에 기반한 사회적 파급력을 고려한 사회적 가치 측정 방법론 개발 필요
 - 기존 사회적 가치 평가방법론 조사 분석을 통해 소셜벤처에 적합한 평가방안 검토

2) 중기부 등 관련부처 합동 보도자료(2018.5.16.), 소셜벤처 활성화를 통한 일자리 창출방안

Ⅱ. 사회적 가치 평가방법론의 이론적 검토

1 사회적 가치 평가의 배경이론

1.1 Triple Bottom Line Approach

- 지속가능한 발전(Sustainable Development)이란 다음 세대가 그들의 필요를 충족시키는 능력을 침범하지 않으면서 현세대의 필요를 충족시키는 발전을 의미함
 - 기업의 사회적 책임경영 기본요소로서 경제적 효율성, 사회적 형평성, 생태적 지속가능성을 동시 추구하는 것을 말함
- 사회적 가치 평가는 경제적 회계가 측정하지 못하는 기업의 외부성(externality)에 대한 평가로서 논의됨
 - 기업의 CSR(Corporate Social Responsibility)보고서 및 지속가능성보고서와 같은 논리
 - 사회적 가치와 환경적 가치를 구분하는 경우도 있고, 사회적 가치에 환경적 가치를 통합하여, 경제적 가치에 대응하는 개념으로 사용하는 경우도 있음. 어떤 방식이든 환경적 고려를 포함하는 것이 일반적임³⁾
 - 주주권한, 노사관계 등 법령 준수여부에서 기업 정보공개를 의미하는 투명성까지 기업지배구조(governance)에서의 사회적 책임성을 포함함

1.2 외부성(externality)

- 외부성이란, 한 경제주체의 생산·소비 또는 분배행위가 시장교환에 참여하지 않고 있는 다른 소비자 또는 생산자에게 유리 또는 불리한 영향을 미치는 것을 의미함
 - 비가격효과(nonprice effects), 이웃효과(neighborhood effects), 파급효과(spillover effects)라고도 함
 - 사회적 비용, 이해관계자 위험 개념을 적용하면 소비자, 생산자에서 사회 및 다양한 이해관계자로 논리를 확대할 수 있음

3) 본 보고서의 '사회적 가치'는 별도 표기하지 않는 이상 환경적 가치를 포함한 광의의 사회적 가치 개념으로 기술함

□ 기업이 창출하는 사회적 가치는 주로 외부성에서 발생함

- 가격기구를 기반으로 한 시장교환 행위 밖에서 발생하는 이해관계자의 편익(외부 경제) 또는 이해관계자의 비용(외부 불경제)을 사회적 가치로 정의할 수 있음
- 단, 기업의 기부행위나 사회공헌 활동, 또는 가격할인/무료 제공 등을 통해 취약계층에 대한 시장의 배제 정도를 완화하는 것과 같이 외부성이 아니더라도 기업이 사회적 편익을 제공하는 경우 사회적 가치에 반영할 수 있음

□ 외부성과 시장실패

- 외부성은 크게 외부 경제와 외부 불경제로 구분함
- 외부 경제(positive externalities)는 기업활동을 통해 사회에 미치는 영향이 긍정적인 것을 의미함. 그러나 별도의 외부 개입이 없는 경우 과소공급되기 쉽기 때문에 보조금 지급 또는 기술개발 지원 등의 인센티브 필요
- 외부 불경제(negative externalities)는 외부 경제와 반대로 사회에 미치는 영향이 부정적인 것을 의미함. 별도로 개입하지 않을 경우 과다 공급될 수 있음. 따라서 사회적 비용을 내부화하기 위하여 세금, 과징금과 같은 페널티를 부과함

<표 3> 기업의 경제활동에서 나타나는 외부효과의 사례

	긍정적 외부효과 (Social Benefit)	부정적 외부효과 (Social Cost)
생산자 → 생산자	지역에 대형공장이 입주함에 따라 주변 상권이 활성화됨	대형할인점 입주로 지역상권 붕괴
생산자 → 소비자	상업용 숲 조성이 지역 주민에게 쾌적한 환경을 제공	공장의 공해물질 유출이 시민의 건강과 삶의 조건을 악화시킴
소비자 → 소비자	전염병 예방 접종을 통해 타인에 대한 전염가능성 감소	식당 내 흡연이 다른 손님의 쾌적한 식사 방해
소비자 → 생산자	제품에 대한 자발적인 고객 피드백이 제품 품질 개선을 가져옴	소비자의 문제 행동이 기업 이미지의 훼손을 가져옴

1.3 사회문제와 사회적 가치

- 사회적 가치의 개념적 정의는 사회학적 관점과 경제학적 관점에 따라 다름
- 사회학적 관점에서는 ‘인간 삶에서 궁극적으로 옳고 바람직하며 타당한 것’을 사회적 가치로 인식함
 - 사회학적 관점에서는 “무엇이 바람직한가?”를 묻고, 정의, 공정, 평등, 관용, 참여, 공존, 연대, 협력, 호혜성 등 ‘규범’으로서의 사회적 가치를 개념화함
 - 사회학적 관점에서 사회적 가치는 사회문제론에 기반하여 검토할 수 있음
 - 사회문제란 ‘사회의 가치, 규범, 윤리 등에 비추어 바람직하지 않아서 시정이 요구되는 사회현상’을 의미함
 - 개인 복지, 사회평등, 사회제도, 삶의 질을 위협하는 모든 문제를 사회문제로 보고, 이를 해결함으로써 일어나는 사회변화가 사회적 가치로 인식됨
- 경제학적 관점에서는 ‘인간의 욕망, 필요, 효용이 충분히 충족된 상태’를 사회적 가치로 인식함
 - 경제학적 관점에서 ‘가치’는 시장의 가격기구를 통해 객관화됨(사용가치 또는 교환가치로 추정될 수 있음)
 - 사회적 가치에 대하여도 ‘생산’으로서의 사회적 가치를 강조함. 정부, 기업, NGO/NPO 등의 모든 조직은 사회가 필요로 하는 가치를 창출하는 생산조직임
 - 대부분의 사회적 수요는 자원 배분의 효율성이 가장 높은 시장기제를 통해 충족되지만, 외부성(externality), 공공재(public goods), 가치재(merit goods) 등의 시장실패 요인 때문에 사회적으로 필요한 양만큼 공급되지 못하는 경우도 많음
 - ‘사회적으로 필요한 수요를 해결하는 것’을 경제학에서는 사회적 가치라고 이해함
- 상기 두 가지 학문적 관점을 종합해 보면, 사회적 가치란 ‘사회문제를 해결함으로써 사회의 필요를 충족시키는 것’으로 이해할 수 있음
 - 사회문제란 ‘특정 사회에 속하는 구성원의 다수가 구조적으로 고통받고 있는 상태’를 뜻함
 - 문제의 원인이 구조적으로 발생하기 때문에 개인의 노력으로 해결이 불가능하며, 해결하지 못하면 참기 어려울 정도로 현저하게 불편한 상황을 야기함

<표 4> 사회문제의 정의

연구	사회문제의 정의
Mooney, Knox & Schacht(2002)	사회구성원의 일부가 사회에 해가 된다고 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

○ 사회적 가치는 사회가 직면하고 있는 다양한 문제들을 해결함으로써 창출되는 가치임. 기업 측면에서는 ‘사회적 책임’이라는 수동적인 방식이 아니라 기업이 보유한 효율성과 혁신역량을 기반으로 보다 적극적인 방식으로 사회문제를 해결하자는 것임

□ 사회문제는 지역적 특성과 시대적 맥락에 따라 다르게 전개됨. 따라서 기업이 해결하고자 하는 문제가 사회문제인지, 단순히 경제적 후생을 만들어 내는 것인지에 대한 판단 기준이 필요함

1.4 사회적 가치와 경제적 후생

□ 경제적 후생은 ‘경제적인 의미에서의 행복이며, 인간이 요구하는 물질적인 이익 내지 소득 면에서 측정된 것’임

○ 기업을 통해 발생하는 경제적 후생은 크게 생산자 후생과 소비자 후생으로 구분함

○ 생산자 후생은 협력업체 등 생산자가 제품·서비스에 대하여 공급의사가 생기는 최소한의 가격과 실제로 공급하는 가격(시장가격)과의 차이

- 기업에 제품·서비스를 제공하거나, 기업이 제공하는 거래채널을 이용하면서 얻는 편익이며, 이 거래가 사회문제 해결이나 공익증대와 무관한 경우가 대부분임

- 생산자 후생의 예: (오프라인 마켓 대비) 온라인 마켓의 거래 비용 절감분
 - 소비자 후생은 제품·서비스에 대해 소비자가 최대한 지불해도 좋다고 생각하는 가격(지불의향가격)과 실제로 지불하는 가격(시장가격)의 차이
 - 제품·서비스가 주는 편익이 사회문제를 해결하거나, 공익 증대와 무관하여 소비자잉여만을 증가시키는 경우임
 - 소비자 후생의 예: 일반 고객이 제품·서비스를 보다 싼값에 구입하는 것(예: 가격할인), 보다 다양한 제품을 선택할 수 있는 것, 또는 같은 가격에 보다 나은 제품·서비스(예: 더 빠른 이동)를 구매할 수 있게 되는 것
 - 소비자 후생은 시장경쟁을 통해 일상적으로 기업이 창출하는 경제적 가치임. 통상 ‘고객가치’라고 할 수 있음
- 경제적 후생은 사회성으로 인식하지 않음. 기업활동의 당연한 결과이며, 이미 시장의 가격기구에 반영되어 있다고 보기 때문임
- 그러나 경제적 후생에 속하는 제품·서비스나 기업활동 중에서도 다음과 같은 경우에는 사회적 가치를 인정할 수 있을 것
 - 특정 사회문제에 대한 직접적 해결: 인간의 건강과 생존을 위협하는 질병의 예방약과 같이 제품·서비스 자체가 경제적 후생이면서 동시에 사회적 가치를 창출하는 경우
 - 외부성을 통한 사회적 가치 창출: 제품·서비스 자체는 경제적 후생을 제공하나 동시에 가격에 반영되지 않은 외부성이 발생함으로써 사회적 가치를 만들어 내는 경우(예: 최적 경로를 제공하는 실시간 내비게이션은 환경오염물질의 배출량을 줄임)
 - 경제적 후생의 대상이 취약소비자이거나 취약생산자인 경우: 취약생산자 또는 취약소비자에 대하여 제공된 경제적 후생에 대하여는 경제적 불평등의 완화 및 사회적 배려로서 사회적 가치를 예외적으로 부여하는 것이 타당할 수 있음. 이 경우 사회적 가치 여부를 판단하는 기준에 기업행위의 의도성을 고려할 것인가에 대한 논의가 필요함

<표 5> 사회적 가치와 경제적 후생의 구분

구분	사회적 가치	경제적 후생
정의	사회가 직면하고 있는 다양한 문제들을 해결함으로써 창출되는 가치 및 공공의 자산이 증대되는 가치	경제적 의미에서의 편익. 인간이 요구하는 물질적 이익 내지 소득
특징	기업이 보유한 효율성과 혁신역량을 기반으로 보다 적극적인 방식으로 사회문제를 해결함으로써 창출됨	사회적 가치와 대비되는 개념으로, 시장과 가격에 (이미) 반영된 거래가치(=고객가치)
유형	<p>사회문제 해결</p> <ul style="list-style-type: none"> · 불평등 해소: 차별이나 불평등을 완화 또는 해소 · 일탈행위로부터의 보호: 사회적위험으로부터 보호하거나 일탈행위를 방지함 · 사회제도적 안정: 원활한 사회적 안녕을 확보하고 유지함 <p>사회자산 증진</p> <ul style="list-style-type: none"> · 기업이 가진 기술, 정보, 시설 등 무형의 자산을 사회에 개방하거나 공유함으로써 공공복리를 증진 · 문화적 다양성을 고려한 제품과 서비스를 제공하거나 시민참여를 촉진함으로써 사회문화적 자산 	<p>생산자 후생</p> <ul style="list-style-type: none"> · 협력업체 등 생산자가 제품·서비스에 대하여 공급의사가 생기는 최소한의 가격과 실제로 공급하는 가격(시장가격)과의 차이 · 예: 오프라인 마켓에 대비 온라인 마켓의 거래비용 절감분 <p>소비자 후생</p> <ul style="list-style-type: none"> · 제품·서비스에 대해 소비자가 최대한 지불해도 좋다고 생각하는 가격(지불의향가격)과 실제로 지불하는 가격(시장가격)의 차이 · 예) 일반 고객에 대한 가격할인, 같은 가격 대비 더 나은 품질(속도, 편리)
예외적 적용	취약계층의 경제적 편익은 사회경제적 양극화의 완화를 위해 사회적 가치로 이해	← 취약계층(생산자/소비자)에 대한 할인/추가구매/추가소득제공 등

2 사회적 가치 평가범위

2.1 동인(Driver) 및 투입 평가

- 기업(조직)이 추구하는 사회적 가치를 창출하기 위한 조직의 내부의 동인과 노력을 평가하는 방법이 있음
 - 대표적인 평가방법으로 기업가 및 핵심 조직(core team)의 사회적 기업가 정신(social entrepreneurship)을 평가하는 지표를 들 수 있음
 - 주로 기업가의 혁신성, 위험감수성, 기술성(전문성), 사회적 사명감, 연대의식, 헌신성, 몰입성 등을 정성적으로 평가함
 - 또한 이러한 기업 정신의 구현 정도를 정량적으로 평가하기 위하여 투입(input)을 사회적 가치로 평가하기도 함. 사회적 가치를 창출하기 위해 사용한 자본, 시간, 인력 등 자원의 투입 정도를 측정, 평가함
- 동인 및 투입에 대한 평가는 소셜벤처가 사회적 가치를 추구하는 진정성과 그 노력을 평가하기에 유용한 수단이며, 실제 해외에서 초기 사회적 기업가를 위한 지원을 제공할 때 많이 사용하는 평가방식임
 - 그러나 기업가 정신과 자원투입이 실제 기대한 성과(performance)로 이어지는 것은 아니기 때문에 실제 사회문제를 해결하는 조직의 성과를 평가하고자 하는 목적에는 부합하지 않음

2.2 과정 및 정책(Process/Policy) 평가

- 기업이 사회적 가치 창출을 위해 벌이는 활동(activities)과 그 과정에서의 운영정책의 수준을 평가함
- 활동에 대한 측정은 주로 산출(output)에 기반하여 이루어짐
 - 이러한 산출량을 평가하기 위해서 목표 대비 달성도나 유사 기업평균 대비 차이 등과 같이 기준치를 활용할 수 있음
 - 예: '직원교육 ○○회', '지역활동 ○○시간', '서비스 무료 제공 ○○개' 등
- 정책에 대한 평가는 기업의 사회적 가치에 대한 지향성을 구체적으로 조직의 운영원리나 원칙에 어느 정도 반영하고 있는지를 평가하는 것임
 - 사회적 가치 창출을 위한 기준, 절차, 시스템의 유무 및 그 준수 정도, 기업정책의 타당성과 적합성 등을 평가

- 예를 들어 장애인 근로자를 위한 설비를 갖추고 있는지, 환경보호를 위하여 에너지 관리 시스템을 적용하고 있는지, 그 관리 수준은 어떠한지에 대하여 평가함

□ 과정 및 정책에 대한 평가는 그 특성상 주로 정성적인 평가방식을 따름

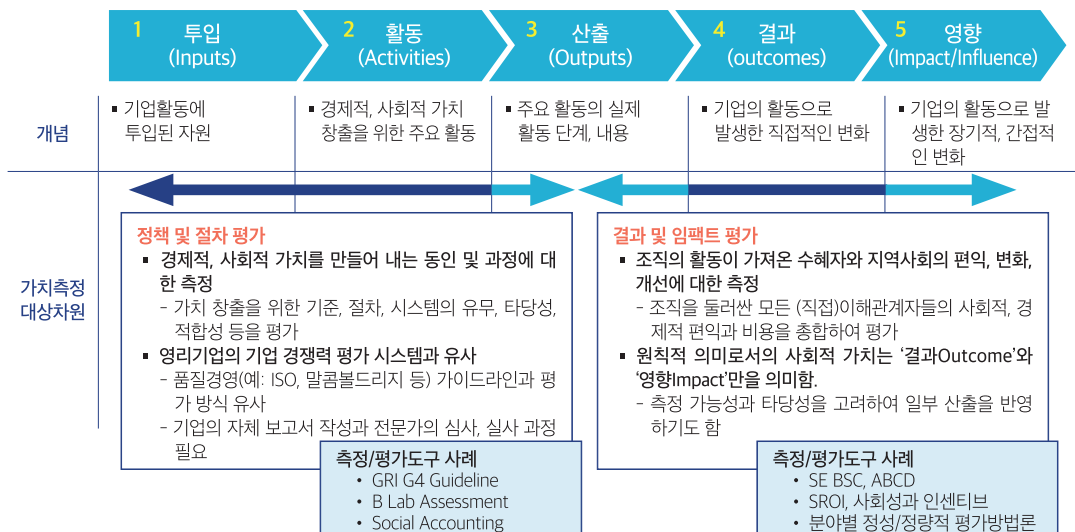
- 세계적으로 B-lab assessment, 국내에서는 사회적 기업진흥원의 사회가치평가지표(SVI)가 대표적인 사례임

2.3 결과 및 임팩트(Outcome/Impact) 평가

□ 결과 및 임팩트 평가는 기업활동을 통하여 목표대상을 비롯한 이해관계자, 그리고 장기적으로 사회에 발생시킨 변화에 대한 평가임

- 기업을 둘러싼 모든 이해관계자들의 사회적 편익과 사회적 비용을 종합하여 평가함
- 원칙적 의미로서 사회적 가치는 결과(Outcome)와 영향(Impact)을 말함
- 결과와 영향을 구분하는 기준은 평가도구에 따라 다름
 - 1) '결과'는 기업의 활동으로 발생한 직접적인 변화를, 이 변화에 의해 간접적, 파생적으로 발생하는 변화에 대하여 '영향'으로 구분
 - 2) 목표집단의 변화를 '결과', 목표집단 외 이해관계자의 변화를 '영향'으로 구분
 - 3) 단기적, 즉각적인 편익을 '결과', 장기적으로 나타나는 변화를 '영향'으로 구분

<그림 1> 논리모형에 따른 평가범위 및 평가방법론 구분



3 사회적 가치 평가방식

- 조직이나 Project가 창출하는 사회적 가치(성과)에 따라 정량/정성적인 다양한 측정 지표를 사용할 수 있음
- 이러한 지표들을 활용한 평가(assessment)를 위해서는 표준값(하한/상한/평균/중위) 또는 비교집단(시간적 비교, 업종 내 비교, 조직 간 비교 등)이 필요

3.1 정량 평가(화폐화 평가)

- 정량 평가 중에서도 조직이 창출한 성과를 화폐가치로 환산하여 측정하는 평가방법론이 있음
 - 사회적 기업 등의 사회적 가치를 화폐화 방식으로 측정하는 것은 SROI(Social Return on Investment) 방법론으로 처음 제안되었으나, 정책평가 영역 등에서는 사회경제적 효익/효과를 화폐 단위로 산출하는 방식이 일반적으로 사용되어 왔음
- 사회적 가치의 화폐화와 관련한 주요 개념은 다음과 같음
 - Accounting Principles
 - 재무회계: 외부 이해관계자에 대한 보고용
 - 관리회계: 내부 의사결정 및 관리용
 - Balanced Scorecard Approach
 - 일반기업: 학습/성장 내부프로세스, 시장재무
 - 사회적 기업: 학습/성장, 내부프로세스, 이해관계자, 지속가능성
 - Stakeholders-based View
 - 사회 문제와 기업 조직의 관계를 이해관계자 관점에서 접근
- 사회적 편익과 사회적 비용
 - 사회적 가치(value, 수익) = 사회적 편익(benefit) - 사회적 비용(cost)
 - 사회적 편익은 기업의 이해관계자가 기업의 활동을 통해 얻는 편익을 의미함

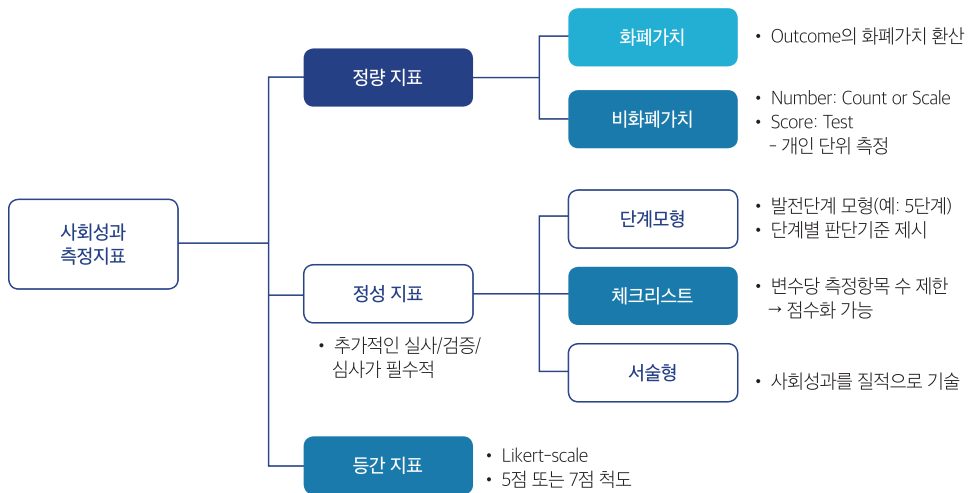
- 사회적 비용은 세 가지의 다른 의미가 혼재해서 쓰임
 - 첫째, 기업이 야기한 사고 또는 사회위반행위로 인하여 이해관계자가 입게 된 손실(damage)의 개념임. 이 개념에서의 사회적 비용은 사회적 피해의 회피비용 또는 피해복구(치료)비용으로 추정하여 측정함
 - 둘째, 기업이 사회적 편익을 창출하는 데 소요된 지출(expense)의 개념임. 이 개념에서 사회적 비용은 기업의 회계적 관점에서 나온 것으로 기업 당사자가 지출한 비용 중 사회적 편익 창출을 위해 쓰인 부분을 의미함. 그러나 실제 기업 활동에 쓰인 비용을 경제적 지출과 사회적 지출로 구분하기 어렵다는 난점이 있음
 - 셋째, 기업이 창출한 사회적 편익에 대하여 외부적인 보상(reward)이 이루어진 경우를 의미함. 기업이 취약계층을 고용하여 소득을 증진시킨 사회적 가치에 대해 정부가 일자리 지원금 등을 지원한 경우나 환경보전을 위한 활동에 대해 환경 보조금을 제공한 경우 등을 예로 들 수 있음
- 기업의 활동이 사회에 미친 영향을 종합적으로 측정한다는 관점에서 사회적 비용의 개념은 첫 번째 개념을 채택하는 것이 타당할 것임
 - 단, 소셜벤처를 지원하는 측면에서 비용(expense) 대비 편익의 창출 정도 즉, 사회적 가치 창출의 효율성을 보는 분석기준이 필요하므로, 용어의 쓰임을 명확하게 명시하여 사용할 필요가 있음
- 화폐화 방식 이외 사회적 가치를 산출물의 양(output)에 기초하여 측정하는 정량적 방식
 - 주로 기업활동의 영향을 받는 대상의 규모, 가치의 제공횟수, 제공시간 등을 활용하여 측정함
 - 개인 조사가 가능한 경우, 개인단위의 평가를 점수화한 결과도 정량평가에 반영할 수 있음

3.2 정성 평가

- 정성평가는 양적으로 계측되지 않는 성과에 대하여 일정한 기준을 설정하고 이를 단계(등급) 또는 체크리스트 방식 등으로 평가
- 정성평가는 단일 평가로는 직관적인 우위를 확인하기 어려움, 다만 정교화된 평가도구와 신뢰할만한 데이터베이스를 기반으로 하는 경우, 타당성을 확보한 평가결과를 도출할 수 있음
 - 발전 단계 모형: 기업활동의 영향을 단계화시켜 평가하는 방식임. 각 단계별로 명확히 제시된 판단기준에 따라 단계(등급)를 평가함

- 체크리스트: 측정항목을 '그렇다/아니다' 또는 '있다/없다'로 구성하여 해당하는 항목에 체크하고, 일방에 체크된 문항 수로 평가하는 방식. 변수당 측정항목 수를 제한하여 점수화하는 방법도 가능함
 - 서술형: 측정지표 없이 전문적 심사자가 사회적 가치를 평가항목을 고려하여 기술하는 방식
- 등간지표는 주로 기업활동의 대상(고객 또는 수혜자)의 기업활동에 대한 만족도, 인식정도 등에 대하여 척도지표로 구성된 문항에 응답하게 하고 그 결과를 점수화 또는 등급화하여 평가함

<그림 2> 사회적 가치 측정방식의 구분



4 사회적 가치 평가의 최근 논의이슈와 흐름

- 사회적 가치 평가와 관련한 그간의 국내외 연구에서 평가도구의 타당성과 신뢰성을 확보하고, 실제 조직을 평가하여 이를 활용하는 측면에서 다음의 조건들이 논의됨
- 이해관계자 관점: 다양한 이해관계자 관점의 사회적 영향 측정
 - 포괄성: 사회적 기업이 창출한 사회적, 경제적, 환경적 가치를 종합적으로 측정할 수 있어야 함
 - 통합성: 사회적 기업이 창출한 경제적, 사회적, 사회경제적 가치를 통합적으로 측정할 수 있는 지표 구성이어야 함
 - 비교가능성: 표준화된 공용 지표를 사용하여 비교 가능하여야 함. 또는 데이터가 축적되어 기업 간 우열이 비교될 수 있어야 하고, 정형화된 Rating system의 구축이 가능해야 함

- 검증가능성: 신뢰성 있는 지표로 체계적인 절차에 따라 검증할 수 있어야 함
 - 유연성: 사용 목적, 사업 유형, 사업 특성, 발전단계 등 기업별 상황과 특성에 따라 측정 체계 및 지표의 유연한 구성
 - 확장성: 초기투자, 재투자 등 투자용, 외부평가용, 내부 진단용, 전략 경영용 등 활용목적에 맞게 다양한 구성 가능할 것
- 특히 다음 세 가지 이슈가 최근에 활발하게 논의되는 항목⁴⁾ 임
- 측정체계의 포괄성 보완: 보다 정확한 측정을 위해서는 기존의 IRIS(Impact Reporting & Investment Standards) 지표가 다루지 못하는 부분에 대하여 SROI, Impact scorecard와 같은 기타 도구들을 결합하여 더 포괄적인 측정체계로 개발해야 함
 - 단순화된 측정도구 필요: 임팩트 측정에서 사용되는 용어 단순화, 임팩트의 정의 명확화 등 현재보다 보편적이고 통일된 측정방식 필요
 - 지표에 대한 시장 수요(유연한 확장성): 외부성 대응 수준을 향상시킨 도구를 위해서는 정책, 시장에의 접근성 등 마켓 시스템적 요소를 측정에 포함시킬 것
- 이러한 논의 속에서 1) 공통지표/템플릿을 적용한 대규모 평가데이터를 기반으로 하는 Rating system형 평가방식과 2) 사회적 가치의 화폐가치로 환산하여 투자가치를 분석하는 방식의 두 가지 흐름이 국제적으로 확산되고 있음

4) Rockefeller Foundation(2016), Impact Measurement for Impact Investing 토론자료 갈무리

Ⅲ. 주요 평가방법론 조사분석(1): 정성평가

1 IRIS(Impact Reporting & Investment Standards)

- 임팩트투자 대상 기업의 사회적, 환경적, 재무적 퍼포먼스를 측정하는 표준화된 지표 세트로서 template 또는 indicator pool에 가까움
 - IRIS는 측정지표 세트로서 IRIS 지표를 차용하여 여러 측정도구에서 응용할 수 있으나 IRIS 자체의 체계화된 측정도구를 보유하고 있는 것은 아님
 - * 구체적인 지표 내용은 <https://iris.thegiin.org/metrics> 참조
 - 여러 기관에서 사용하고 있는 임팩트 측정방법을 기반으로 측정언어의 통일성을 위해 Global Impact Investing Network(GIIN)에서 개발
 - 임팩트투자자, 일반 투자자, 관리지원조직 등이 투자를 원하는 다종다양한 산업분야의 기업을 대상으로 함
- 측정원리
 - IRIS 지표 카탈로그는 약 400여 개의 지표들을 보유하고 있으며 다음과 같은 총 다섯 개의 메인 섹션으로 구분되어 있음
 - 조직개요: 미션에 대한 정보, 운영구조, 기업 위치
 - 제품개요: 기업 제품 및 서비스, 목표 고객군에 대한 소개
 - 재무성과: 일반적으로 인정된 회계원칙 및 국제회계기준에 따른 재무성과 지표
 - 조직 영향: 기업 정책, 인사, 환경성과에 대한 설명(description)
 - 제품 영향: 기업 제품 및 서비스의 편익에 대한 측정 및 설명
 - 용어사전: IRIS에 사용된 용어 정의

□ 특징

- 여러 측정 지표의 합으로서 국제회계기준과 마찬가지로 다양한 임팩트 리포팅과 데이터 관리 플랫폼에서 사용 가능
- 고정된 지표로 구성된 성과측정 도구가 아닌, 투자자가 기업 목적에 맞는 성과를 측정하기에 적합한 지표를 취사선택하여 사용 가능
- IRIS 지표를 사용하여 임팩트 측정을 하고 있는 다양한 회사들의 예시를 제공함으로써 IRIS 지표를 사용하고자 하는 초보 사용자의 이해를 도움
- 특정 산업 분야에 적합한 측정 지표를 그룹화하여 추천
- 사업영역이나 지역에 관계없이 측정할 수 있음

□ 적용상 한계

- 지표 템플릿으로 비계량적 지표 위주로 구성되어 있어 관리가 용이하지 않음
- 비교분석을 위해서는 별도의 데이터베이스를 통한 분석작업이 필요하나 개별 조직 단위에서 이를 활용하기 어려움

2 B Lab Assessment

□ 정의

- 기업의 지속가능한 경영시스템 및 성과를 평가하기 위한 자체평가 도구로서, B-corporation 인증을 받기를 희망하는 기업이라면 반드시 통과해야 하는 임팩트 평가 시스템
- 적용대상은 사회문제를 해결하고자 하는 영리기업 및 비영리 기업/단체
- 측정기업의 사업장 위치, 고용인력 규모, 산업분야에 따라 조정된 질문들에 응답하는 형식으로 평가가 이뤄지며, 총 180개 질문 중 200점 만점에 80점 이상 획득하면 통과
- 약 3년마다 새로운 버전의 평가도구 발표
- B-lab assessment를 한다고 해서 자동적으로 B-Corp 인증을 받을 수 있는 것은 아님. 평가 항목의 측정 점수를 참고하여 기업의 사회적 영향을 확대시키기 위한 방향성과 지침에 대한 인사이트를 얻을 수 있음

□ 개발배경

- 기업 정책, 운영절차 및 퍼포먼스 평가를 통해 기업의 지속가능한 경영을 도모하기 위하여 개발되었음
- 초기에는 중소기업의 지속가능한 경영시스템을 평가하고 이를 발전시켜나가기 위한 용도로 개발되었으나 현재는 대기업 및 다국적 기업들도 사용하는 보편적인 측정도구로 발전됨

□ 측정원리

- 200개 측정문항에서 해당 기업의 산업분류, 규모, 지역에 따라 특정 문항에서 가중치를 부여하여 점수화
- 거버넌스, 기업구성원, 커뮤니티, 환경, 비즈니스 모델 다섯 가지 영역으로 나누어 평가
- 지속가능한 경영을 위한 기업 시스템의 강점과 약점을 평가하고 동종 업계의 유사 규모를 가진 타 기업과 비교를 통해 보완점을 제시

<표 6> B impact assessment의 다섯 가지 영역과 세부 이슈들

구분	평가항목	내용
거버넌스	미션/책임성/투명성/지배구조	투명하고 공정한 지배구조 아래 경영이 이루어지는가
기업구성원	고용성장/보상/근로환경	모든 기업 구성원에게 건강한 근무환경을 제공하는가
커뮤니티	외부이해관계자/지역사회/다양성/자선	지역사회에 긍정적인 영향력을 높이고 부정적인 영향력을 최소화하는가
환경	에너지사용/시설/공급망/생산	환경을 오염시키지 않는 깨끗하고 지속가능한 방법으로 운영되고 있는가
비즈니스모델	서비스/제품/가치사슬	비즈니스의 주요 목표에 재무적 가치뿐만 아니라 사회적 가치도 포함하고 있는가

□ 측정단계

- 1단계: 측정하고자 하는 비즈니스를 선택
 - B impact assessment는 하나의 국가와 하나의 비즈니스 단위를 선택하여 평가등록, 사용자는 측정을 진행하고 싶은 사업단위를 선택하여 등록 진행

- 2단계: 바로 응답할 수 있는 문항을 중심으로 응답
 - 등록 시에 설정한 기업정보에 따라 맞춤형으로 제공된 1차 질문 약 100~200여 개에 대한 응답을 즉각적으로 입력
- 3단계: 평가에 필요한 자료를 보완하여 응답
 - 1차 응답에서 완성하지 못했던 평가질문과 관련된 자료를 참고하여 답을 완성함
- 평가 예시: 평가문항 및 평가결과 분석⁵⁾
 - B lab assessment는 각 평가영역별로 평가대상이 직접 응답하는 질문문항을 제시하고, 이를 뒷받침할 근거를 요구하는 방식으로 평가를 진행(<표 7> 참조)
 - 각 평가영역별로 B-lab 평가를 수행하고 있는 평가대상 기업의 점수를 산출함. 점수 산출 시에는 기존 참여기업들의 수준과 가중치가 반영되며, 자세한 점수화 로직은 공개되지 않음(<표 8> 참조)
 - 대조군 대비 미흡한 성과 영역에 대하여 별도의 리포트를 제공하여 개선방향을 제시함(<표 9> 참조)
 - 전 차수 평가에 비하여 개선된 부분에 대하여도 임팩트 향상 리포트 제시(<표 10> 참조)

<표 7> B-lab Assessment: 거버넌스 영역 응답문항 예시

영역 1	거버넌스
<p>거버넌스 부분은 기업의 목표가 지속가능성임을 보여주는 좋은 비즈니스에 대해 다루며 기업의 핵심미션, 이해관계자들의 참여, 경영구조와 전반적 기업경영의 투명성에 초점을 맞춤</p>	
<p>1-1. 영향력 지향 수준</p> <p>당신의 기업을 가장 잘 설명하는 보기를 고르시오. 아래 질문은 평가점수에 영향을 미치지 않으며 리서치/벤치마킹의 목적으로 사용됨</p> <ul style="list-style-type: none"> <input type="checkbox"/> 사회·환경적으로 긍정적 영향을 지향하나 회사의 특정 목표까지는 아님 <input type="checkbox"/> 사회·환경적 영향력은 자주 고려되는 부분이지만 높은 우선순위는 아님 <input type="checkbox"/> 사업의 특정 분야에서 미칠 사회·환경적 영향력을 고려하지만 이는 가끔 있는 일임 <input type="checkbox"/> 기업의 성공과 수익성에 중요하다고 여기기 때문에 의사결정에 있어 사회·환경적 영향력을 지속적으로 고려함 <input type="checkbox"/> 사회·환경적 영향력을 가장 중요한 성공의 척도로 여기며 수익성을 동반하지 않더라도 우선순위가 함 	

5) MYSC, B-corp 진단질문세트(비공식버전)

<표 8> B-lab Assessment: Patagonia, Inc. B 임팩트 리포트

임팩트 분야	타 기업의 평균 점수	회사 점수
거버넌스	20	32
책임성(accountability)	12	6
투명성	3	3
고용(workers)	25	22
보상, 편익 및 교육	17	15
우리사주제도(worker ownership)	2	2
근무 환경	6	4
커뮤니티	20	32
지역사회 제품 및 서비스	0	15
커뮤니티 Practices	20	15
공급자 및 유통업자	9	4
지역성	1	5
다양성	N/A	2
일자리 창출	1	2
시민사회 참여 및 사회공헌	N/A	4
환경	9	47
친환경 제품 및 서비스	4	4
친환경적 활동	6	43
토지, 오피스, 공장	4	6
에너지, 물, 물질	2	11
오염물질 배출, 수질, 폐기물	1	2
공급자 & 운송수단	N/A	7
B 임팩트 점수 종합	80	107

자료: <https://bimpactassessment.net/patagonia-2011-report>

<표 9> B-lab Assessment: Dancing Deer Action Plan 미흡한 성과에 대한 개선제안 예시

질문 번호	질문	획득가능점수
EN5.5-5.9	주요 공급자에 대한 친환경적 운영 및 정책과 관련한 일련의 질문들과 관련하여, 거래량이 많은 상위 공급자들 중 몇 퍼센트가 폐기물생산 감소 또는 폐기물 매립/소각을 감소시키는 계획을 시행했는가?	+5.6
GV2.5	운영에서 어느 정도 만큼의 부분이 기업의 사회적 환경적 목표달성을 위한 퍼포먼스에 대해 서면평가를 받는가?	+0.7
CM2.13	귀사는 다음에 보여지는 독립적 도급업자와의 커뮤니케이션 채널을 갖고 있는가?	+0.6
EN2.4	운영에서 어느 정도 만큼의 부분이 기업의 사회적 환경적 목표달성을 위한 퍼포먼스에 대해 서면평가를 받는가?	+0.4
CM2.13	귀사는 직원들의 봉사활동 시간을 기록하고 모니터링하는가?	+0.3
+ 12개의 기타 시행항목		+15.52

자료: <https://bimimpactassessment.net/dancing-deer-action-plan>

<표 10> B-lab Assessment: Badger 임팩트 향상 리포트 예시

초기 점수	증가한 점수(point increase)	총 점수	카테고리 분석
98	+24	122	거버넌스 +6.7 고용 -3.8 환경 +2.5 커뮤니티 +18.1
Practices Implemented			
임팩트 분야	보완한 부분	획득한 점수	총 점수
거버넌스	내부고발자 정책 확립	+0.4	98.9
거버넌스	미션과 연관된 실적에 대한 연간리포트 발행	+0.2	99.1
고용	연간 직원만족도 설문 시행 및 80% 이상의 직원들이 만족감과 소속감을 느낌	+0.3	99.3
고용	직장 외 탁아시설 이용 보조금 지원	+0.7	100.1
커뮤니티	직원들의 지역사회 봉사활동 시간 증가. 전체 직원 중 참여직원 비율이 1~24%에서 75% 이상으로 증가	+0.6	100.6
환경	대부분의 작업시설이 LEED인증 제품이며 재활용지에서 추출한 고밀도 셀룰로오스와 비활성 미네랄, 인슐레이션을 함유한 불연소 소재	+0.5	101.2
환경	재사용 에너지 사용이 0%에서 25~50%로 증가	+0.7	101.9
기타	수십 개의 기타 실천사항	+20.1	122
초기 점수: 98점		+24	122

자료: <https://bimimpactassessment.net/how-it-works/improve-your-impact>

□ 특징

- 미래가치나 기업의 의도를 평가하지 않고 과거/현재 퍼포먼스를 측정함으로써 기업 규모에 구애받지 않고 지속 가능한 비즈니스 구축에 가이드 제공
- IRIS 지표를 사용하는 포괄적인 측정 도구로서 측정결과를 투자자들과의 커뮤니케이션하기 용이하며 다양한 지역적, 문화적 컨텍스트에서 활용 가능
- 동종의 유사 기업과의 비교평가를 통해 기업의 지속가능경영 수준과 보완점을 쉽게 파악 가능하며, 보완점에 대한 모범사례 및 가이드가 제시됨으로써 사용자의 편의를 고려하였음
- 사용자 정의에 따른 평가 지표 구축 가능: 기업의 업종, 고용인력 규모, 위치하고 있는 지역에 기반하여 평가 및 질문 문항당 가중치가 자동적으로 결정되므로 해당 기업에게 최적화된 측정 지표를 제공함

□ 적용상 한계

- 공급망(서플라이체인)에서 다단계 비즈니스를 하는 다국적 기업의 경우 기업의 다양한 비즈니스 단위를 단일평가에 모두 포괄할 수 없음
- 데이터베이스에 있는 비교가능한 타 기업의 개수에 따라 보완점에 대한 가이드의 내용이 달라질 수 있으므로 측정평가의 점수를 해석하는 데에 주의가 필요함

3 Guide for Analysis of Social Economy Enterprises, Quebec

□ 사회적 경제 금융기관이 주도하여 제시한 사회적 경제 분야의 사회적 금융 기업분석 가이드라인

□ 개발배경

- 캐나다 퀘벡주의 사회적 경제법 제정을 계기로 2009년 창립된 연대/책임금융 네트워크인 CAP Finance와 캐나다 최초의 비영리 벤처캐피털펀드 RISQ(Réseau d'investissement social du Québec)가 발간
- 주로 사회적 경제 기업의 프로젝트 자금조달에 대한 가이드를 제시

□ 측정원리

- 기업경영과 재무분석 두 가지 카테고리로 나누어 기업을 평가하고, 이를 기초로 투자의사결정 기준을 제시하는 통합적 기업평가 가이드

- 12개 평가 항목별로 3~9개 지표를 두고 1점에서 4점까지 총 4단계로 점수화한 후 합산하여 최종평가에 반영함
- 일부 문항에 가중치를 부여하며, 평가자의 선호에 따라 가중치를 부여하지 않을 수 있음
- 기업분석 평가항목
 - Association 요소와 Enterprise 요소로 구분하여 분석
 - Association: 미션, 사회적 편익, 거버넌스, 뿌리기반(Rootedness)
 - Rootedness: 공동체 기반, 네트워크 지원 등
 - Enterprise: 시장, 생산/운영, 인적자원, 지속가능 발전, 재무요소
- 사회적 경제의 특수성을 반영한 회계원리를 적용하여 재무분석
 - 재무제표의 조정, 재무계획, 재무제표 분석, 재무예측
 - 비영리조직, 협동조합의 특성을 반영하도록 손익계산서와 대차대조표를 조정하여(adjustment) Project Financing이 가능한 구조로 인식
- 투자 의사결정을 위한 구체적인 평가 기준 제시
 - 위험 요소 및 회피 수단에 대한 체계적인 분석 기준 제시
 - 기업분석의 각 분석 요소에 대해 단계적 격자(stage grid) 모델에 따라 점수(scoring) 기준을 제시하여 기업을 평가함

<표 11> Guide for Analysis of Social Economy Enterprises의 평가 내용

구분	평가 내용
기업분석 평가 항목	· 기업 미션, 기업이 만들어 내는 사회적 가치 · 지배구조 · 공동체기반 네트워크 지원 · 시장분석 · 기업운영 · 인적자원 · 지속가능 발전
재무분석 평가 항목	· 프로젝트 퀄리티와 위험 수준 · 재무구조와 재무 상태 · 성장 가능성

□ 분석대상: 비영리조직, 협동조합 등 사회적 경제 기업

□ 평가예시

○ 기업분석

<표 12> Quebec Guide: 미션에 대한 평가지표 예시

지표 및 평가기준	충분함(4)	적당함(3)	부족함(2)	매우 부족함(1)
필요에 대한 정의	해결필요에 대한 증명이 명확히 제시됨	해결필요에 대한 증명이 조금 있음	해결필요에 대한 증명이 없으며 이론적 논란이 있음	미션서술이 모호하며 활동 자체를 제외하고는 논증이 없음
제시된 해결책의 적절성	명확한 문제해결책 제시	문제의 일부분을 해결할 수 있는 해결책 제시	해결책의 효과성에 대한 증명이 없으며 이론적 논란이 있음	활동 자체 외엔 주요한 논증이 존재하지 않음
비전/가치 명시성	목표대상에 대해 명확히 서술되어 있음	대강의 서술이나 목표대상과 연관되어 있음	매우 대강 서술되어 있으며 기업의 목표를 불명확하게 나타냄	기업활동과 미션 간의 연계성을 찾을 수 없고 비현실적임
미션달성을 위한 조직구성원의 노력	조직구성원들의 미션 이해도가 높음	조직구성원의 미션이 해도가 보통임	조직구성원이 미션에 대해 모름	조직구성원 간 미션에 대한 지원과 합의가 없음

○ 재무분석

<표 13> Quebec Guide: 조정된 재무제표 예시

단위: K\$, %

7월 31일	2015		2016		2017		2018		2019	
	실적	%	실적	%	예측	%	예측	%	예측	%
판매수입	513	42	541	42	608	45	736	49	773	50
기타 현재수익	714	58	735	58	744	55	754	51	761	50
기타 수익	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
총수익	1227	100	1276	100	1352	100	1490	100	1534	100
CMV	287	23	303	24	305	23	369	25	387	25
행정	108	9	126	10	163	12	195	13	197	13
마케팅	3	0	7	1	14	1	21	1	22	1
인사관리비용	774	63	727	57	768	57	776	52	784	51
할부상환	24	2	23	2	42	3	61	4	61	4
장기부채이자	14	1	14	1	28	2	41	3	39	3
총지출	1210	99	1200	94	1320	98	1463	98	1490	97
현재 잉여금(적자)	16	1	76	6	33	2	27	2	44	3
특별 손익	46	4	25	2		0		0		0
총 잉여금(적자)	62	5	101	8	33	2	27	2	44	3

<표 14> Quebec Guide: 조정된 대차대조표 예시

단위: K\$, %

7월 31일	2015		2016		2017		2018		2019	
	실적	%	실적	%	예측	%	예측	%	예측	%
단기 자산	221	59	299	69	312	38	364	45	420	52
총자산	375	100	432	100	816	100	805	100	800	100
단기 부채	129	34	102	24	131	15	149	19	164	21
장기 부채	0	0	0	0	149	18	136	17	122	15
준 자본	277	74	263	61	518	64	484	60	441	55
자본	-31	-8	67	15	17	2	37	5	74	9

<표 15> Quebec Guide: 비율 및 분석 예시

단위: K\$, %

7월 31일	2015 실적	2016 실적	2017 예상	2018 예상	2019 예상
viability					
수익성장률	nd	4.0%	6.0%	10.2%	3.0%
지출증가율	nd	-0.8%	10.0%	10.8%	1.9%
총 이익률	44.1%	44.1%	49.9%	49.9%	49.9%
현재 순이익률	1.3%	6.0%	2.4%	1.8%	2.9%
총 순이익률	5.1%	7.9%	2.4%	1.8%	2.9%
손익분기점 금액	475	475	476	477	478
발생된 유동자산	37	96	70	82	98
총 자본금	83	120	70	82	98

□ 특징

- 사회적 경제 조직의 특성을 반영한 체계적인 기업분석 가이드라인으로서 사회적 금융 활성화를 위해 실용성이 매우 높음
- 기업분석과 재무분석을 통합하는 가이드라인으로서 기금을 비롯한 통합평가모형 구축 시 검토할 만한 모델이 될 수 있음
- 현재 체계적인 기업분석 도구가 부족한 우리나라 사회적 금융과 임팩트투자 시장의 현황을 고려할 때 업계의 실무관행을 정립하는 데 기여할 수 있을 것임

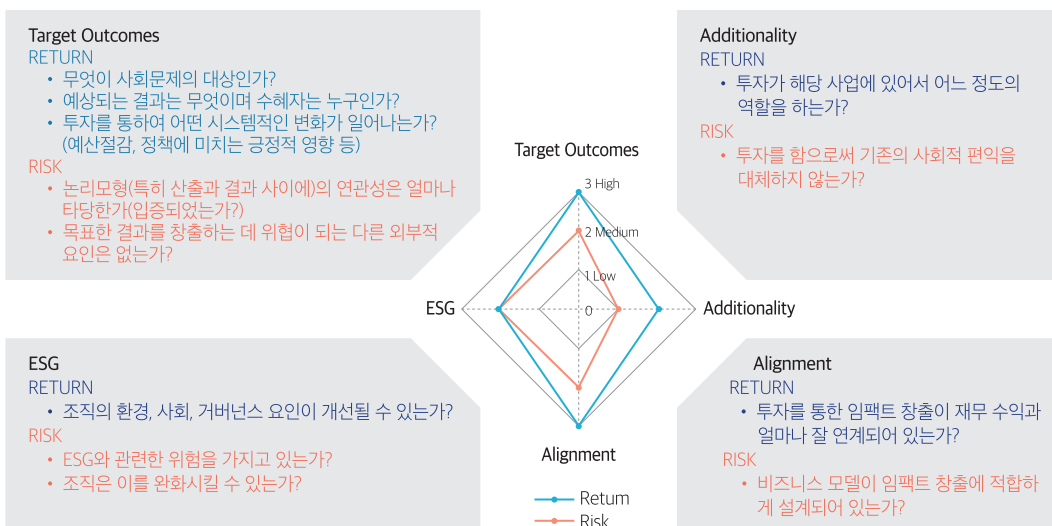
□ 적용상 한계

- 협동조합을 위시한 퀘벡의 사회적 경제조직에 위한 기업분석 방법론으로서 사회적 가치 측면보다는 조직 분석적 측면이 강함

4 Bridges IMPACT Radar

- 보상과 위험 분석을 통하여 사회성과를 극대화하는 비즈니스에 효율적인 투자를 결정하기 위한 목적으로 개발된 평가도구
- 개발배경
 - 임팩트투자기관인 Bridges Ventures가 직접 개발한 평가도구임
 - Bridges Ventures는 1) 저소득층 시장, 2) 건강과 웰빙, 3) 지속가능한 삶, 4) 교육과 기술 등 네 가지 영역을 중점으로 하는 임팩트투자기관임⁶⁾
- 측정원리
 - 목표성과(Target Outcomes), ESG(환경, 사회, 거버넌스 요인), 경제적-사회적 성과 간 연계성(Alignment), 부가성(Additionality) 등 네 가지 영역 구분
 - 각 영역을 Return/Risk 측면으로 나눈 후, 각각을 3등급으로 점수화(Scoring, (high=3, medium=2, low=1))하여 합산

<그림 3> Bridges IMPACT Radar: 평가차원별 보상과 위험 개념



6) Charette, Pierre and Dorion, Claude(2017), "Guide for Analysis of Social Economy Enterprises, 2nd Edition", CAP Finance, Quebec, Canada

□ 평가예시

○ 목표성과와 관련한 평가항목

<표 16> Bridges IMPACT Radar: 목표성과 평가항목

	주요 질문	스코어	스코어링 가이드
리턴 분석	A. 투자를 통하여 깊이 있는 임팩트 또는 임팩트의 확장이 이뤄지는가?	3	A+B와 C 모두, 혹은 B 또는 C에 해당
	B. 투자가 사회적 취약계층 또는 사회 전반적인 혜택을 발생시키는가?	2	사회전반적으로 A에 해당
	C. 투자로 인하여 어떠한 종류의 사회시스템적인 임팩트가 발생하는가?	1	임팩트의 확장성과 깊이 모두 존재하지 않음
리스크 분석	논리모형에 따른 활동-산출(output)-결과(outcome)의 관계가 잘 설정되어 있는가?	3	믿을만한 근거 자료에 의해 각 단계별 인과관계가 뒷받침될 경우
		2	믿을만한 근거 자료와 함께 주요 리서치가 인과관계를 뒷받침할 때
		1	과학적인 연구가 각 단계별 인과관계를 뒷받침하며 투자의 임팩트 창출 여부를 증명할 때

○ ESG(환경, 사회, 거버넌스 요인)와 관련한 평가항목

<표 17> Bridges IMPACT Radar: ESG 평가항목

	주요 질문	스코어	스코어링 가이드
리턴 분석	환경, 사회, 거버넌스 측면에서 유익한 영향을 미칠 여지가 있는가?	3	상당한 가능성이 존재할 경우
		2	약간의 가능성이 존재할 경우
		1	가능성이 없거나 거의 존재하지 않을 경우
리스크 분석	환경, 사회, 거버넌스에서의 위험요소가 감될 여지가 있는가?	3	위험요소가 경감될 수 없을 경우
		2	위험요소가 경감될 수 있는 경우
		1	위험요소가 거의 없는 경우

○ 경제적-사회적 성과 간 연계성(Alignment)과 관련한 평가항목

<표 18> Bridges IMPACT Radar: 경제적-사회적 성과 간 연계성 평가항목

	주요 질문	스코어	스코어링 가이드
리턴 분석	임팩트 창출과 리스크 조정수익이 연계되어 있는가?	3	임팩트 창출과 리스크 조정 수익이 잘 연계된 경우
		2	지속가능하게 리스크 조정 수익을 창출할 수 있는 경우
		1	투자금 상환능력이 없을 경우
리스크 분석	비즈니스모델이 임팩트 창출과 얼마나 잘 연계되어 있는가?	3	다수의 비즈니스적 성공요인이 임팩트 창출과 연결되어 있지 않음
		2	일부 비즈니스 성공요인이 임팩트 창출과 연결되어 있지 않음
		1	전부 혹은 대부분의 비즈니스 성공요인이 임팩트 창출과 연결되어 있지 않음

○ 부가성(Additionality)과 관련한 평가항목

<표 19> Bridges IMPACT Radar: 부가성 평가항목

	주요 질문	스코어	스코어링 가이드
리턴 분석	본 투자가 성과나 발전에 대해 핵심적인 역할을 하는가?	3	Bridges가 인큐베이팅하는 비즈니스일 경우
		2	메인 시장의 투자자들이 눈여겨보지 않는 비즈니스인데 Bridges가 유일하거나 리드하는 투자자일 경우
		1	타 투자자의 지원을 받아 기반을 닦은 비즈니스이더라도 Bridges의 비화폐적 지원을 통해 임팩트를 증대시킬 수 있을 경우
리스크 분석	투자로 인해서 예상치 않은 결과가 발생했는가?	3	다른 사회적 편익을 이동시킬 확률이 높은 경우(displacement)
		2	다른 사회적 편익을 이동시킬 가능성이 낮은 경우
		1	다른 사회적 편익을 이동시킬 가능성이 거의 없는 경우

5 AA1000⁷⁾

□ 정의

- 기업의 지속가능경영 보고서 작성 시의 원칙과 요구사항을 규정한 국제적으로 합의된 검증표준
- 기업의 사회적 책임과 지속가능성을 평가하기 위한 접근법으로 지속가능보고서의 국제 표준 가운데 하나임
 - ※ 검증항목 및 원칙에서 지향하는 항목에 대한 기업의 사회적 가치를 평가에 시사점을 줄 수 있어 본 검토에 포함함

□ 개발배경

- 국제적으로 인정되고 자유롭게 활용할 수 있는 일련의 원칙을 제시하여 조직이 자사의 설명 의무를 이해하고 통제하며 관리, 실행, 평가하고 의사소통할 수 있는 방법을 구상하고 구조화할 수 있도록 함
- 기업의 지속가능성에 대한 검증원칙과 절차의 표준을 제시
- 조직의 사회적 경제적 환경적 성과와 그 창출과정의 임팩트에 대한 보고기준으로서 “이해관계자의 관여 정도”를 평가
- 이해관계자의 인식과 기대에 조직이 얼마나 개방적이고 적정하게 반응하는지를 주요 기준으로 반영

□ 측정원리

- 포괄성 근본 원칙, 중요성 원칙, 대응성의 세 가지 원칙에 기반하여 기업의 지속가능에 대한 검증원칙 및 그 절차의 표준을 제시함
- 포괄성 근본 원칙
 - 자사에 의해 영향을 받거나 자사에 영향을 미치는 당사자에 대한 설명의무를 받아들이는 조직에게, 포괄성이란 지속가능성에 대한 설명 의무를 다하고 전략적인 대응방안을 개발하고 달성해 나가는 과정에 이해관계자를 참여토록 하는 것
- 중요성 원칙
 - 중요성이란 어떤 이슈가 조직과 그 이해관계자에 대해 갖는 관련성과 유의성을 결정하는 것이며, 중요 이슈란 조직 혹은 그 이해관계자의 의사결정, 활동 및 성과에 영향을 미치게 되는 이슈로 정의함

7) AA1000 APS 2008 한국어 번역서의 내용을 재정리함

○ 대응성 원칙

- 대응성이란 조직의 지속가능성 성과에 영향을 미치는 이해관계자의 이슈에 대한 조직의 대응으로 정의되며, 의사결정, 활동 및 성과 그리고 이해관계자와의 커뮤니케이션을 통해서 실현됨

□ 평가항목 (1): 포괄성 근본원칙

○ 조직이 자사가 영향을 미치거나 혹은 영향을 받는 당사자에 대해 설명 의무를 다하겠다는 공약을 함

- 조직이 아래와 같은 방식의 이해관계자 참가 프로세스를 수립하고 있음
- 해당 프로세스가 조직 전반에 적용됨
- 해당 프로세스가 조직에 통합 운영됨
- 해당 프로세스가 단발성이 아니라 지속적으로 운영됨

○ 조직이 이해관계자 참여 프로세스를 운영하기 위해 필요한 능력과 자원을 갖추고 있거나, 이를 활용할 수 있음

- 이해관계자, 그들의 참여 역량, 그리고 그들의 견해 및 기대사항을 파악하고 이해하고 있음
- 이해관계자 참여를 위한 적절하고, 명확하며 균형 있는 참여 전략, 계획 및 방법을 파악, 개발, 실행하고 있음
- 조직 차원의 이해, 학습과 개선이 이뤄지고 있음
- 지속가능성 성과를 개선하려는 의사결정에 이해관계자가 참여할 수 있는 방안이 수립되어 있음
- 내부 이해관계자의 역량을 구축하는 한편, 외부 이해관계자의 참여 역량 구축도 지원함
- 이해관계자들의 각기 다른 기대사항 사이에서 발생하는 상충되는 사안 혹은 딜레마를 해결함

○ 이해관계자 참여 프로세스에 의해 지속가능성에 대한 설명 의무를 다하고 전략적인 대응방안을 마련하고 달성하는 과정에 이해관계자가 참여할 수 있게 됨

□ 평가항목 (2): 중요성 원칙

○ 조직이 다음과 같은 방식의 중요성 결정 프로세스를 수립하고 있음

- 해당 프로세스가 조직 전반에 적용됨(예: 그룹 및 지역 단위)
- 해당 프로세스가 조직에 통합 운영됨
- 해당 프로세스가 '단발성'이 아니라 지속적으로 운영됨
- 조직이 중요성 결정 프로세스를 운영하기 위해 필요한 능력과 자원을 갖추고 있거나, 이를 활용할 수 있음
- 중요성 결정 프로세스를 통해 조직의 주요 지속가능성 이슈에 대한 포괄적이고 균형 있는 이해가 가능하게 되고 우선순위가 도출됨
 - 이해관계자의 요구 및 관심사항, 사회적 규범, 재무적 고려사항, 동종 업계 규범 및 방침 관련 성과를 포함하는 광범위한 정보원으로부터의 이슈를 식별하고 공정하게 제시하고 있으며 해당 이슈와 관련된 지속가능성 배경 정보를 이해하고 있음
 - 파악된 지속가능성 이슈의 관련성을 평가함에 있어서 신뢰할 수 있고, 명확하고, 이해할 수 있으며 재현, 변론 및 검증가능한, 적절하고 명백한 기준과 임계선을 활용함
 - 변화하는 지속가능성 배경 정보와 이슈 및 관심사항의 성숙도를 고려함
 - 중요성에 대한 각기 다른 기대사항 사이에서 발생하는 상충되는 사안 혹은 딜레마를 해결할 수 있는 수단을 포함함

□ 평가항목 (3): 대응성 원칙

- 조직이 아래와 같은 방식의 적절한 대응방안 개발 프로세스를 구축하고 있음
 - 해당 프로세스가 조직 전반에 적용됨(예: 그룹 및 지역 단위)
 - 해당 프로세스가 조직에 통합 운영됨
 - 해당 프로세스가 단발성이 아니라 지속적으로 운영됨
 - 해당 프로세스가 이해관계자가 기대하는 중요 이슈 대응에 대한 포괄적이고 균형 있는 이해를 근간으로 하고 있음
 - 적절한 경우 해당 프로세스에 이해관계자를 참여토록 함
 - 해당 프로세스는 이슈의 성숙도와 대응의 적정성 사이의 관계를 고려하고 있음

- 해당 프로세스는 중요성 및 자원의 필요성을 고려하여 대응의 우선순위 결정함
- 해당 프로세스는 대응의 적시성을 고려하고 있음
- 조직이 공약을 달성하기 위해 필요한 능력과 자원을 갖추고 있거나, 이를 활용할 수 있음
- 조직이 중요 이슈에 포괄적이고 균형 있는 방법으로 대응함
- 조직이 이해관계자의 요구, 관심사 및 기대사항을 해결할 수 있는 방식으로 대응함
- 조직이 시의적절한 방식으로 대응함
- 조직이 아래와 같은 이해관계자와의 커뮤니케이션 프로세스를 수립하고 있음
 - 해당 프로세스가 조직전반에 적용됨(예: 그룹 및 지역 단위)
 - 해당 프로세스가 조직에 통합 운영됨
 - 해당 프로세스가 단발성이 아니라 지속적으로 운영됨
- 커뮤니케이션 프로세스
 - 이해관계자의 요구 및 기대사항을 반영함
 - 포괄적이고 균형 있으며 부족한 점을 파악할 수 있어 중요한 허위진술을 방지함
 - 이해관계자가 접근 가능함
- 조직이 지속가능성 보고에 관한 적절한 보고 원칙, 체계 또는 지침을 적용함
- 커뮤니케이션 프로세스를 통해 조직이 AA1000 설명 의무 원칙을 준수하는 특성과 정도에 일치하는, 포괄적이고 균형 있는 이해관계자 커뮤니케이션을 하게 됨

6 소결

□ 정성평가 방법론의 비교

- 앞서 소개한 다섯 가지 평가 방법이 모두 정성적 평가 방식이라는 점은 동일하나, IRIS는 표준화된 측정지표를, AA1000은 측정의 원칙을 다루고 있다는 점에서 보다 구체적인 측정방식과 체계를 갖고 있는 B-lab assessment와 Quebec Guide, Bridges IMPACT Radar와는 차이가 있음

- Quebec Guide와 Bridges IMPACT Radar는 단계별 판단기준을 제시하는 단계모형 평가를, B-lab assessment는 체크리스트 평가를 통한 점수화 방식을 적용한다는 점에서 정성적 평가 간에도 방식의 차이가 있음
- 정성적 평가 방식 간 차이를 고려할 때 정성지표에 대해 추가적인 심사/검증/심사가 필수적임

<표 20> 정성평가 방법론 비교

	IRIS	B-lab Assessment	Quebec Guide	Bridges IMPACT Radar	AA1000
평가체계보유	X (템플릿 제공)	O	O	O	X
평가목적	-	경영체계평가 및 B-corp 인증	투자심사	투자심사	-
자가평가 가능여부	X	O (자가진단 시스템 제공)	X	X	X
측정분야	조직개요 제품개요 재무성과 조직영향 제품영향	거버넌스 기업구성원 커뮤니티 환경 비즈니스모델	Association, rootedness, enterprise	목표성과 ESG 성과 간 연계성 부가성	-
평가방식	-	체크리스트	단계모형	단계모형	지속가능경영 보고서 작성 시 원칙 제시

□ 소셜벤처의 사회적 가치 평가를 위해 정성적 방식의 평가 내용 포함 필요

- 측정평가 관련 최근 논의는 평가방식의 포괄성 및 확장성이 강조되고 있음. 따라서 기금이 평가하고자 하는 대상 기업을 입체적으로 평가하는 평가체계 구성 필요
- 정성적 평가는 기업이 보유한 역량 및 과정과 정책을 평가한다는 점에서 전반적인 기업의 사회적 영향력을 평가하는 데에 필수요소라 할 수 있음
- 본 절에서 소개한 정성평가 방법론들은 공통적으로 거버넌스를 평가항목으로 두고 있음. 이는 기업의 사회적 가치를 단순히 사업 결과를 통한 외부효과만을 의미하는 것이 아니라 기업 내부의 운영구조 또한 중요하게 여기고 있음을 확인

- 최근 논란이 되고 있는 몇몇 사회적 기업 또는 소셜벤처의 직장 내 비민주적 운영의 사례 등은 소셜벤처의 기업가 정신, 조직역량, 경영역량 등의 판단을 통해 해당 기업의 진정성과 사회적 타당성 등을 평가함이 의미 있음을 나타냄

□ 정성평가의 세부항목의 내용 합의 필요

- 정성평가는 전문가의 해석 및 적용이 필수적이며 평가자의 주관이 개입될 수밖에 없다는 한계를 지니고 있음
- 본 절에서 소개한 정성적 방식의 평가들의 평가 분야가 유사하나 동일한 것은 아니며, 각 방식에서 다루고 있는 세부 측정 질문의 차이를 고려할 때 소셜벤처의 보편적 측정의 용이성을 위해 측정분야 및 세부항목을 통일하고 단순화할 필요가 있음

IV. 주요 평가방법론 조사분석(2): 정량평가

1 SROI(Social Return on Investment)

□ 정의 및 특징

- 사회적 기업이 창출하는 사회적, 경제적 가치를 화폐가치로 환산하여 평가하는 도구로서 기업의 내부 투자 의사 결정을 위한 관리 회계 지표인 ROI(투자대비회수율)의 개념을 사회적 기업에 적용함
- 투자로 발생한 미래의 사회적(화폐)가치를 비율로 표시한 것으로 볼 수 있으며, 투자대안의 타당성과 최종투자성과를 평가하는 목적으로 사용 가능함
- 정량적 수치로 사회적 가치를 나타냄으로써 측정의 객관성을 가질 수 있음
- 사회적 가치의 내용, 영역이 다르더라도 단일한 가치단위로 환산되어 측정 결과의 비교, 합산이 용이함

□ 개발배경

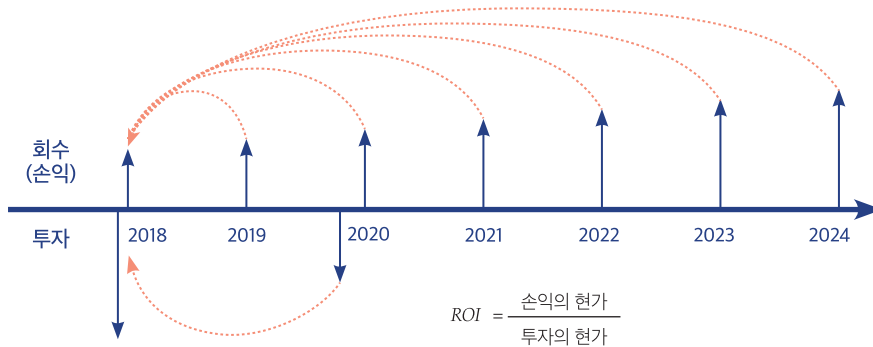
- 2000년 미국의 고용형 사회적 기업 투자 기관인 REDF(Roberts Enterprise Development Fund)와 Jed Emerson이 사회적 기업에 대한 투자 또는 기부가 산출한 경제적, 사회적 가치를 측정하기 위해 공동으로 개발함
- 영국의 NEF(New Economics Foundation)에 의해 발전되었으며 최근에는 Social Value UK에 의해 국제적 표준으로 발전되고 있는 대표적인 사회적 가치 측정방식임
- 사회적 기업이나 NPO 등이 창출한 사회적 가치와 경제적 가치를 통합해 정량적으로 측정하는 방법론으로, 주관적인 판단이 개입하기 쉬운 사회적 가치를 화폐가치로 객관화함
- SROI 측정을 통하여 부족한 자원의 효율적인 사용을 지원해줄 수 있으며 이를 통해 제3섹터의 사회적 가치를 측정, 그들의 기여를 설명할 수 있으며 결과물에 대한 전략적 사고와 참여적 접근의 기회를 제공해 줄 수 있음⁸⁾

□ 측정원리

- SROI는 기업의 내부 투자 의사 결정을 위한 관리 회계 지표인 ROI의 개념을 사회적 기업에 적용한 평가도구임

8) 조영복, "사회적기업성과측정 도구로서의 사회적투자수익률 방법(SROI)과 측정사례", 『韓國知識情報技術學 論文誌』 제7권 제6호 (2012): 34

<그림 4> ROI 개념도



- ROI는 투자대비 회수율로, 설비, 공장, 연구개발비 투자로 인해 발생한 미래의 현금흐름을 비율로 표시한 것으로서 여기서 회수(return)란 해당 투자로 인해서 발생한 경제적 이익이나 손실을 의미하며 경제적으로 발생한 회수만을 다루므로 EROI라 부를 수 있음
- 마찬가지로 원리로 SROI는 해당 투자로 인해서 발생한 사회적 회수를 측정된 것이며, 사회적 기업에서 투자한 금액은 EROI나 SROI에서 모두 동일하여 분모가 같아지므로 EROI와 SROI는 계산상 서로 합산할 수 있고 이를 합산한 것을 사회경제적 투자회수율(SEROI)이라 부름
- $SEROI = (\text{경제적 수익} + \text{사회적 수익}) / \text{투자}$
- EROI, SROI, SEROI를 간단한 식으로 요약하면 다음과 같음

- 경제적(economic) ROI = 경제적 투자회수(return) / 투자(investment)
- 사회적(social) ROI = 사회적 투자회수(return) / 투자(investment)
- 사회경제적(Socio-economic and blended) ROI = 경제적 ROI + 사회적 ROI

- 투자회수는 편익에서 비용을 뺀 값이라고 볼 수 있으며, 따라서 경제적 투자회수는 경제적 편익인 수익 또는 매출에서 비용을 뺀 경제적 부가가치를 의미하고, 사회적 회수는 사회적 편익에서 사회적 비용⁹⁾을 뺀 사회적 부가가치를 의미함

- 경제적 회수 = 경제적 편익 - 경제적 비용 = 수익 - 비용 = 경제적 부가가치
- 사회적 회수 = 사회적 편익 - 사회적 비용 = 사회적 부가가치

9) SROI에서는 사회적 비용의 개념에 대하여 명확한 정의를 내리고 있지 않으나, 사회적 비용은 기업이 야기한 사회적 피해비용 및 사회적 편익에 대한 외부 보상을 포함하는 개념으로 이해하는 것이 타당함. 사회적 가치를 창출하기 위해 조직 내에서 지출한 비용(expense)으로 이해하는 경우 이는 경제적 비용과 동일하기 때문에 중복 차감될 수 있음. 또한 분모가 되는 투자()와 외부 보상(지원)에 대하여 구분할 필요도 있음.

- 사회적 회수를 계산하기 위하여 사회적 편익과 사회적 비용을 계산하는 법을 새롭게 정의하여야 할 필요가 있는 반면, 경제적 회수는 순이익·손실을 의미하므로 기존의 재무제표 정보를 이용하면 쉽게 계산할 수 있음

□ SROI 측정 시 다음의 사항을 주요 원칙으로 삼고 있음¹⁰⁾

- 이해관계자를 참여시킬 것
- 구체적인 변화에 대해 이해할 것
- 중요한 사항을 (화폐)가치화할 것
- 중요한 사항만을 포함할 것
- 과대 산정하여 측정하지 않을 것
- 투명하게 측정할 것
- 결과를 검증할 것

□ 적용상 한계

- 모든 사회적 편익과 사회적 비용을 계수하거나 화폐화할 수 있는 것은 아님
- 프로젝트 간의 SROI를 비교하려면 프로젝트 진행 및 프로젝트로 인해 발생하는 편익의 지속기간까지도 일정하게 유지하는 등 중요한 가정들에 대해 일관된 적용을 유지해야 함
- 아직까지 측정기간, 할인율, dead-weight 및 기여도에 대한 명확하고 공인된 데이터가 존재하지 않음
- 객관적 데이터의 부족은 SROI 측정자의 주관에 개입될 수 있는 가능성을 높게 내포하고 있으며, 나아가 SROI 측정값에 대한 수용을 어렵게 할 수 있음¹¹⁾

□ 분석대상

- SROI분석은 ROI분석과 마찬가지로 5년에서 10년 정도의 사회적 기업의 현금 흐름 및 사회적 성과를 예측하여 사업계획의 타당성을 평가함
- 투자성가를 평가할 때는 투자시점부터 지금까지 성과를 취합하여 SROI를 계산하나, 투자효과의 유효기간을 쉽게 예측할 수 있는 것이 아니므로 과거 성과와 미래 예측을 동시에 포함하여 SROI를 계산할 수도 있음

10) A guide to Social Return on Investment, Cabinet Office

11) 조영복, “사회적기업성과측정 도구로서의 사회적 투자수익률 방법(SROI)과 측정사례”, 36

□ 측정단계 1: 측정범위설정 및 핵심 이해관계자 확인¹²⁾

- 분석을 수행할 범위 그리고 분석과정에 참여할 이해관계자 범위 및 방법에 대해 명확한 경계를 설정하는 것을 의미함
- 측정범위설정
 - SROI측정의 목적, 보고대상, 측정을 통해 달성하고자 하는 목표
 - 측정 수행에 동원 가능한 인적자원과 시간 및 비용확보 수준
 - 측정 수행담당자, 핵심 측정 분야, 측정 소요기간
 - 성과 평가 또는 미래 예측적 측정 판단
- 이해관계자 구체화
 - 기업 활동이 영향을 미치는 대상을 나열 후 기업 활동과 연관성이 높은 이해관계자를 선정

<표 21> SROI: 주요 이해관계자 판별 예시(MillRace IT사례)

주요 이해관계자	선정 이유
직원	MillRace IT의 직원들은 장애인으로서 이 회사가 아니었으면 취업이 어려웠을 가능성이 높으므로 MillRace IT는 이들의 삶에 큰 영향을 미쳤다고 볼 수 있음
배제된 이해관계자	포함되지 않은 이유
이사회 구성원	MillRace IT의 활동이 이사회 구성원에게 미친 영향이 확인된 바 없음

- 이해관계자 참여 장려 방안 결정
 - 측정에 필요한 정보 수집을 위해 직접 연락 수단 또는 기존 리서치 자료를 사용

□ 측정단계 2: 아웃컴 맵핑

- 이해관계자 참여를 통해 투입, 산출, 결과의 관계를 보여주는 임팩트 맵을 그려볼 수 있음
- 임팩트 맵 그리기: 측정하고자 하는 기관 정보 및 측정 범위 등을 나열

12) 강신일, 박문예, “해의 평가모델 사례를 통해 바라본 임팩트 평가의 현황과 과제”, 『서스틴베스트 issue report Vol.24』, CabinetOffice, “A guide to Social Return on Investment,” 17-78

<표 22> SROI: 임팩트 맵 예시

기관명	Wheels-to-Meals	
목표	30명의 지역 노인들에게 점심 제공과 동시에 식사모임을 통한 건강/사회적 편익 발생	
범위	활동	주 5일, 연 50주 동안 30명의 노인/장애인에게 점심 제공
	계약/펀딩 지원기관	지방 정부 보조금

- 이해관계자 투입 구체화
 - 기관의 활동을 진행하기 위해 제공된 이해관계자의 투입을 구체화함
- 투입분 가치산정
 - 금전적 투자, 봉사시간, 무료로 제공된 재화/서비스 등의 가치를 화폐화함

<표 23> SROI: 투입에 대한 화폐화 예시

투입 내용	금전적 가치
봉사활동	4명X3시간X5일X50주X시간당 6달러
Wheels-to-Meals와 지방정부 간 계약	24,375달러

- 산출 명확화
 - 투입의 결과로 나타나는 산출(아웃컴)을 확인하고, 이해관계자별 산출물이 중복되지 않도록 주의

<표 24> SROI: 아웃컴 설명

활동	산출	결과1	결과2	결과3
런치클럽	운동세션, 그룹활동	참가자 체중감량	체중감량에 따른 낙상감소	병원방문횟수 감소

□ 측정단계 3: 아웃컴 명시 및 가치산정

- 결과가 실제 일어났는지 여부를 판단하기 위한 지표를 선정하고, 관련 자료를 참고하여 가치를 산정함

<표 25> SROI: 지표 선정 예시-정신의학과 진료 서비스

산출(outcome)	지표(indicator)
환자들의 사회적 고립 감소	친구를 새롭게 사귀었다고 보고한 환자 수 증가 예전과 달리 공공시설을 이용한다고 응답한 환자 수의 증가
정신질환자들에 대한 사회적 낙인 감소	환자들이 사회적 차별을 겪는 빈도수의 감소 진료서비스 외 기타 사회활동에 참여한다고 응답한 환자 수의 증가

- 일대일 인터뷰, 세미나, 설문조사 등을 통해 결과 관련 데이터를 수집함
- 아웃컴의 유효 지속기간 설정
 - 특정 활동이 이뤄진 후 발생하는 각 아웃컴 편익의 지속기간을 합리적인 근거하에 설정함

<표 26> SROI: 아웃컴 지속기간 설정 예시

기관명	Wheels-to-Meals	
활동내용	점심식사 제공 및 건강강좌, 커뮤니티 활동 제공	
아웃컴	지속기간	기간설정 이유
낙상 감소	1년	1) Wheels-to-Meals가 제공하는 점심모임 및 현장 건강강좌에 참여함으로써 활동량 증가 2) 활동량 증가에 따른 신체건강 증진 3) 점심모임이 없었더라면 참여자들의 활동량이 증가하지 않았을 것이고 이는 건강이 개선되지 않았을 것임 4) 따라서 낙상 감소 효과는 점심모임이 지속되는 1년간 지속되는 것으로 설정함
지역보건의 방문 횟수 감소	5년	1) 점심모임에 참여함으로써 현장에서 제공하는 건강강좌 수강, 이에 따른 건강 관련 지식 습득 2) 건강강좌에서 습득한 건강지식은 점심모임이 지속된 기간(1년) 이후에도 참가자들에게 남아서 전보다 건강한 생활 습관을 유도함 3) 측정자의 주관에 따라 건강지식의 지속기간을 5년으로 설정함

- 아웃컴 가치 설정(putting a value on the outcome)
 - 아웃컴 가치를 화폐화할 때의 기준이 되는 프록시 설정은 아래 소개된 방법 중 적절한 방법을 선택함

<표 27> SROI: 아웃컴 가치의 프록시 설정 방법

화폐화 기준	방법
비용 감소분	· 특정 활동을 통한 개입 덕분에 이해관계자가 줄일 수 있는 비용(예시: 지역 보건의 방문 감소에 따른 비용 감소)
소득 증가분	· 특정활동의 이해관계자의 소득 증가분(예시: 월급 증가, 정부의 세수 증가)
직접 설문법	· 지불의사가격 또는 받고자 하는 보상의 가격을 조사하여 해당 활동의 아웃컴의 가치로 화폐화
헤도닉 (hedonic) 편익추정	· 시장가격 또는 위험부담에 따라 보상받고자 하는 가격(예시: 같은 제품이지만 공기청정기능 장착 여부에 따른 비용 차이를 해당 공기청정기술의 가격으로 추정, 예시: 특정 위험을 부담하는 것에 대해 사람들이 요구하는 추가 급여의 액수를 통해 해당 위험요소의 가치 추정)
이동비용 추정	· 제품/서비스 이용을 위해 지불하는 이동 비용
평균 가구 지출 추정	· 정부가 발표하는 분야별 평균 소비 금액 자료를 통해 특정 활동의 통용되는 가치를 추정(예시: 레저, 보건, 집수리 통계치를 사용하여 각각의 활동이 가지는 가치를 추정)

<표 28> SROI: 아웃컴 가치 프록시 적용 사례

이해관계자	아웃컴	측정지표	가능한 프록시
정신질환을 겪고 있는 사람	정신 건강 증진	· 사고활동에 사용한 시간 · 참가자가 새로운 활동에 참여한 범위 · 정신건강서비스를 사용한 정도	· 소셜클럽/네트워크의 멤버십 비용 · 레저비용이 수입에서 차지하는 평균 비율 · 카운셀링 세션의 비용
지역사회	지역서비스 접근성 향상	· 지역서비스 수혜자의 비율과 수혜 대상	· 지역서비스 접근성 향상에 따른 시간 과 이동비용의 절약
신체질환을 갖고 있는 사람	육체 건강 증진	· 지역보건의 방문 횟수 · 건강증진정도(자가보고) · 운동빈도	· 지역보건의 방문비용 · 건강보험비용 · 체육관 멤버십 비용

□ 측정단계 4: 임팩트 확정

- 수집된 근거와 화폐화된 가치를 활용하여 그러한 변화가 일어난 것으로 판단하거나 또는 고려대상에서 제외할 수 있음
- 데드웨이트(dead-weight)와 디스플레임먼트(displacement)의 검토
 - 데드웨이트: 기업활동이 존재하지 않았더라도 해당 결과가 자연발생했을 확률
 - 디스플레임먼트: 기업활동의 결과로 인해 다른 결과를 초래하는 확률, 모든 SROI 계산에서의 필수 요소는 아님

- 데드웨이트와 디스플레이스먼트에 해당하는 결과분은 기업활동의 결과에서 제외함

<표 29> SROI: Dead-weight와 Displacement 검토 사례

기업활동결과	데드웨이트와 디스플레이스먼트
Wheels-to-Meals의 식사를 주 3회 이상 제공받은 참가자의 건강상태가 증진됨	① 데드웨이트: Wheels-to-Meals가 아니었어도 해당 지방정부는 타 기업과의 계약을 통해 지역 노인들에게 점심식사를 제공했을 것이므로 이 경우 데드웨이트는 100% ② 디스플레이스먼트: 본 예시에서 디스플레이스먼트는 고려되지 않았음

- 기여분(attribution): 기업활동의 산출물로 여겨지는 결과 중 타 조직 및 사람들의 기여분을 백분율로 표시한 것

<표 30> SROI: 기여분 판단 예시

활동 결과	어트리뷰션 판단
Wheels-to-Meals의 식사제공에 참여한 사람들은 이전보다 그룹활동을 통한 타인과의 교류시간이 증가함	어트리뷰션 판단을 위해 Wheels-to-Meals는 설문조사를 통해 약 35%의 참가자들이 친구 또는 타 기관을 통해 그룹활동 참여를 권유받았다는 결과를 얻었으며, 이를 바탕으로 어트리뷰션을 35%로 가정함

- 할인율(drop-off): 기업활동으로 인한 영향이 1년 이상 지속되는 경우, 시간흐름에 따라 기업이 결과에 미치는 영향력의 감소 정도를 비율로 표현한 것(감가상각 개념과 유사)
- 임팩트 산출하기

<표 31> SROI: 임팩트 산출 예시

측정지표	그룹활동 참여 및 이에 따른 건강증진과 감정적 소외감이 감소
긍정적 응답자 수	16명
그룹활동 가치	£48.25(=해당 그룹활동의 일반 시장가격, 연간)
결과(화폐화)	16X£48.25 =£772.00
데드웨이트 적용	데드웨이트 10%인 경우, 임팩트=£772X(100-10)%=£694.80
기여분 적용	기여분이 35%인 경우, 임팩트=£694.80X(100-35)%=£451.62
총 임팩트	£451.62

□ 측정단계 5: SROI 산출

- 모든 편익을 합하고, 부정적인 사항은 공제하여 투자에 대한 결과를 비교함
- 미래가치 계산하기(projecting into the future)
 - 모든 아웃컴에 대해 각각의 임팩트가치를 산출함(보통 1년 기한)
 - 각 아웃컴의 지속기간에 따라 단계 할인율을 적용하여 계산한 후 총 아웃컴의 임팩트 가치를 합산함
 - 특정 활동이 행해진 기간의 막바지에 측정된 임팩트는 활동 종료 후 1년까지는 유지된다고 보며, 2년 차부터 임팩트 지속 예측기간에 따라 할인율을 적용함
 - 할인율은 추정치이며, 특정 활동이 이루어졌던 1년 기간 이후, 임팩트의 지속 여부와 기간도 측정자의 판단에 따라 달리 설정할 수 있음
- 순 현재가치계산(net present value)
 - 순 현재가치를 산출하기 위해서 디스카운팅을 적용함
 - 미래가치 계산 단계에서 할인율을 적용하여 계산한 각 아웃컴의 임팩트의 지속기간에 따라 디스카운팅을 적용할 기간(년)을 설정하여 각 아웃컴의 현재가치를 계산함

디스카운팅 비율이 r, 임팩트 지속기간이 5년일 때의 현재가치
 = [1년 차 임팩트가치/(1+r)] + [2년 차 임팩트가치/(1+r)^2] + [3년 차 임팩트가치/(1+r)^3]
 + [4년 차 임팩트가치/(1+r)^4] + [5년 차 임팩트가치/(1+r)^5]

<표32 > SROI: 성과 5개년 추정 시 현재가치화(디스카운트 적용) 예시

	1년 차	2년 차	3년 차	4년 차	5년 차
편익(benefits)	£448,875	£414,060	£389,935	£355,648	£319,005
디스카운트된 가치	£448,875/ (1.035)	£414,060/ (1.035)^2	£389,935/ (1.035)^3	£355,648/ (1.035)^4	£319,005/ (1.035)^5
현재가치	£1,750,444 = 디스카운트된 연도별 가치의 총합				

- 순 현재가치는 편익의 총 현재가치에서 투입(input)가치를 공제함
- 순 현재가치 = 현재가치 - 투입가치(투자)

- 순 현재가치= 현재가치 £1,750,444 - 투입가치 £576,000 = £1,174,444

○ 비율계산: 현재가치의 총합/투입의 총합

- SROI비율 = 현재가치/투입가치, net SROI = 순 현재가치/투입가치

○ 민감도 분석: 계산 수치의 정확성을 위해 다음 기준 수치의 변동 여부를 확인해야 함

- 데드웨이트, 어트리뷰션, 할인율

- 재정적 프록시(financial proxies), 아웃컴의 양(규모), 비재무적 투입에 대한 가치 산정

○ 투자액 회수기간 계산에 따른 프로젝트의 위험 분석(선택사항): 손익분기점(사회적 수익이 투자를 넘어서기 시작하는 순간)

- 투자회수 기간(월) = 투자액/(연간 임팩트/12)

□ 측정단계 6: 보고 및 커뮤니케이션, 내재화

○ 이해관계자들과 결과를 공유하고, 그들의 질문에 응답하며, 결과 처리 과정과 보고서의 검증을 내재화함

○ SROI 리포트에 포함되어야 하는 내용은 다음과 같음

- 조직 정보, 사업 내용, 주요 이해관계자 및 활동

- 분석의 범위, 이해관계자 개입의 세부 내용, 데이터 수집의 방법, 분석에 사용된 가정 및 한계점 등에 대한 기술

- 임팩트맵과 여기에 사용된 지표 및 프록시

- 케이스 스터디 또는 참가자의 특정 발견에 대한 인용

- 계산에 대한 세부설명, 추정수치와 가정들에 대한 논의, 민감도 분석 및 사회적 수익에 대한 가정들의 변화에 따른 영향도

- 특정 결정의 포함/배제 이유, 이해관계자, 아웃컴 또는 측정지표의 선정/미선정 이유에 대한 감사 기록(audit trail)

- 참여자를 포함하여 대중적인 보고를 위한 개요 보고

2 Social Progress Credit(사회성과인센티브)

□ 정의

- 사회적 기업이 사회 문제 해결과 사회 발전에 기여한 정도를 측정·평가한 결과에 기반하여 제공되는 인센티브
- 사회적 기업이 비즈니스를 통해 직접적으로 창출한 성과를 측정하여 일부를 보상함으로써 사회적 가치가 경제적 가치와 통합된 새로운 가격 시스템을 사회적 시장에 도입하고자 함

□ 개발 배경

- 시장원리를 통해 사회문제를 해결하는 사회적 기업은 사회 문제를 해결하는 데 있어서 정부나 NPO 보다 더 효율적이고 지속가능할 수 있지만 안정적인 수익을 보장할 수 없어 외부 자본을 유치하기 어려운 상황에 놓여 있음
- 사회적 기업이 창출한 사회적 가치가 시장에서 인정받지 못하기 때문에 사회적 기업이 투자자들에게 매력적인 투자처로 여겨지지 않는 실정임
- 사회적 기업들에게 사회적 가치에 비례하는 인센티브를 지급함으로써 지속적인 현금흐름을 발생시키고 사회적 기업들이 보다 적극적인 성장전략을 모색 가능하도록 함
- 사회적 기업이 창출하는 사회적 가치를 측정하여 기업별로 데이터를 축적하고, 이를 기업의 가치평가와 연계하여 사회적 자본시장에서의 새로운 기업가치평가시스템 구축
- 사회적 자본시장을 활성화하여 혁신적인 사회적 기업의 창업을 촉진하고 궁극적으로 사회적 기업 생태계 확대 및 선순환 구조 조성

□ 분석대상은 사회적 기업과 협동조합, 소셜벤처 등 사회적 가치 창출을 사명으로 하는 기업임

□ 특징

- 사회성과를 화폐가치로 환산하여 사회성과를 기업가치에 반영하기 용이함
- 다종다양한 사회적 기업의 성과를 동일한 기준으로 비교 평가할 수 있음
- 측정 방법의 반복 적용이 용이하여 신뢰성 확보가 가능함
- 기업 미션과 무관한 단순 기부, 공익사업, 일시적인 부가사업이나 이벤트를 성과측정 범위에서 제외함으로써 사회적 기업이 비즈니스를 통해 직접적으로 창출한 성과만을 측정함

- 사회성과 중에서 사회적 영향(impact)을 배제하고 결과(outcome)를 측정함으로써 기업 활동과의 인과관계가 명확한 부분만을 객관적으로 측정 가능
 - SROI를 기반으로 국내에서 개발된 측정 평가 도구로, 실제 국내 사회적 기업에 대한 측정 data가 축적되어 있음
 - 측정의 범위, 요건, 구체적인 proxy에 대하여 상세한 가이드라인 및 reference 제공
 - 사회성과 영역과 측정방식을 기업의 비즈니스 모델과 연동하여 개발하였기 때문에 기업의 비즈니스 모델 정보만으로도 측정 지표를 매칭하기 쉬움
 - 화폐화 방식에 대한 구체적인 방법론 및 적용 우선순위, 적용 사례 제공
- 적용상 한계
- 모든 사회성과를 화폐화할 수 없음
 - 정성적인 사회성과는 측정원칙의 일반화 및 표준화, 공정성의 이유로 측정에서 제외됨
 - SROI에 기반한 측정방법론이나 실무적으로 개발된 방법론이어서 학계의 추가적인 이론 개발과 검증이 필요함
 - 단년도 측정으로 제한하므로, 미래가치 예측에 대한 가이드는 부재
- 측정범위
- SROI 측정방식에 기초하여 사회적 기업이 창출한 사회성과를 화폐가치로 환산
 - 기업의 핵심미션과 비즈니스에 부합하는 성과를 측정
 - 사회적 기업의 핵심 미션과 핵심 비즈니스와 직접 관련이 있는 사회성과만 측정
 - 미션과 무관한 단순 기부, 핵심 미션과 별개인 보편적인 기업윤리에 기반한 기업활동, 일시적인 부가 사업이나 이벤트, 개별 기업 단위 외의 사회공헌 활동, 사회적 인식 변화를 도모하는 캠페인성 활동은 성과측정 범위에서 제외됨

<표 33> SPC: 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 사업화되지 않은 일시적인 활동의 성과	△	X
개별 기업 단위를 넘어선 사회 공헌 활동	기업 조직 활동이 아닌 직원 일부의 사회 공헌 활동 또는 협회 차원의 활동성과	△	X

- 조직활동의 결과를 측정: 기업 활동을 통한 수혜자의 직접적인 변화를 사회성과로 인정하고, 이러한 변화를 화폐가치로 측정
- 기업이 창출한 총 사회성과 중 가격기구와 제도를 통해 보상이 이뤄지지 않은 미보상 성과만을 측정하며 매출이나 지원금 형태로 이미 보상이 이뤄진 사회성과는 배제함
- 성과측정은 재무성과와 동일하게 1년 단위(측정연도의 1월 1일부터 12월 31일까지)로 이루어짐

□ 측정원리

- 이해관계자의 회계원리: 기업 활동과 직접 관련된 이해관계자의 편익과 비용을 측정하여 합산
- 보수성의 원칙: 누구나 합의할 수 있는 객관적인 사회성과만을 인정
- 준거시장 기준의 원칙: 현실적인 시장가격을 추정하여 화폐가치로 환산
- 기업의 사명과 사회성과 창출방법에 따라 사회성과를 네 가지 영역으로 구분
 - 사회서비스(제품서비스) 성과, 고용성과, 환경성과, 사회생태계 성과

□ 측정단계

- 사회성과 측정은 <그림 5>와 같이 6단계 과정으로 이루어져 있음

<그림 5> SPC: 사회성과 측정의 6단계 과정



□ 평가예시-사회서비스 성과

사례

- 비즈니스 모델: 舊作 영화를 상영하는 노인전용극장
- 사회문제: 노인 문화 공간, 콘텐츠 부족으로 인한 고령자의 문화 소외
- 솔루션: 추억의 영화(구작) 관람 서비스 제공을 통한 노인 전용 문화 공간 조성

- 사회문제 여부 판단: 문화콘텐츠로부터 노인소외, 노인문화 부족
- 목표집단 설정: 65세 이상 노인 관람객(티켓 판매 시 연령 확인)
- 사회성과 영역설정: 극장 관람 서비스 → 사회서비스 성과
- 솔루션의 시장화 여부 판단: 수많은 극장이 존재하고, 경로우대 티켓(전체 티켓가의 50% 수준)도 발행하고 있으나 신작 상영 중심의 멀티플렉스 극장은 문화적, 가격적 측면에서 노인계층을 배제하고 있으므로 충분히 시장화가 되었다고 볼 수 없음
- 측정식 및 비교가격 기준 설정
 - 유사/동종의 서비스는 제공되나 특정 계층이 서비스에서 소외되는 상황
 - 기존 공급자들의 소외계층에 대한 공급의사 가격을 추정하는 방식 채택
 - 기존 공급자인 극장과 배급사 수익 확인

<표 34> SPC: 일반극장(기존공급자)과 노인전용극장 티켓가격 구조 분석

	항목	영화발전기금	부가가치세	극장수익	배급사수익	티켓가
일반극장 (신작)	금액	210원	679원	3,056원	3,056원	7,000원
	비율	3.0%	9.7%	43.65%	43.65%	100%
노인전용극장 (구작)	금액	100원	200원	1,000원	700원	2,000원
	비율	5%	10%	50%	35%	100%

- 기존 공급자인 극장과 배급사의 기존 수익이 확보된다면, 소외계층 고객에게도 공급의사가 발생할 것이라고 전제하여 가격 역산

<표 35> SPC: 구작영화 상영에 대한 일반극장(기존 공급자)의 공급의사 가격

	항목	영화발전기금	부가가치세	극장수익	배급사수익	티켓가
일반극장 (신작)	금액	129원	417원	3,056원	700원	4,302원
	비율	3.0%	9.7%	75.8%	17.4%	100%

- 총 사회성과 측정
 - (공급의사가격 - 사회적 기업의 실제 공급가격) X 목표집단에 대한 연간 제공량 = (4,302원 - 2,000원) X 100,000회 = 230,200,000원
- 외부 보상성과 확인
 - 노인 관객 유치에 대한 외부 지원금 연 100,000,000원
- 미보상 사회성과 계산
 - 총사회성과 230,000,000원 - 보상성과 100,000,000원 = 130,200,000원

3 BACO(Best Available Charitable Options) ratio¹³⁾

□ 정의

- 어큐먼펀드 고객사들의 투자에 따른 사회적 산출물(social outcome)을 화폐가치로 정량화하여 같은 사회적 문제를 해결하는 타 조직의 자선 옵션들과의 효율성을 비교할 수 있도록 정리한 도구임
- 어큐먼펀드에서 사회적 영향력(Social impact)은 사회적 산출물(social outcome)을 의미함
 - 예시: 사회적 영향력으로 말라리아를 예방한 연간 사람 수를 기술

□ 개발배경

- 어큐먼펀드 투자자와 상위 관리자들은 그들의 포트폴리오 의사결정에 대해 알고자 BACO 비율 프레임워크를 사용함
- 투자자들에게 자선적 자본(philanthropic capital)이 일반적 자선활동보다 훨씬 효율적인 결과를 도출해 낼 수 있음을 알리고 자선적 투자의 사회적 영향과 비용 효과성을 판단하고자 했음

□ 개념적 원리

- BACO 비율은 그들의 자선적 자본이 가장 사회적으로 효율적인 방법으로 할당되고 있으며, 사회적 투자자가 그럴듯한 유사한 대안을 '능가하는' 것인지에 대해 정량적인 표시를 제공함
- BACO와 어큐먼펀드 투자 각각의 사회적 산출물 단위당 순 비용을 계산하여 비교함

13) 조영복, 류정란, 사회적 가치 창출의 평가와 측정, 사회적 기업 연구총서 2013-10, 사회적 기업연구원, 시그마프레스, p105~110

- BACO 비율을 계산하기 위하여 BACO의 사회적 산출물 단위당 비용을 어큐먼펀드 투자의 사회적 산출물 단위당 순 비용으로 나눔
 - BACO 비율이 1보다 클 경우 어큐먼 투자가 기존조직의 자선 옵션보다 해당 문제를 해결하는 데 더욱 비용 효과적임을 나타내며, 가치 있는 투자임을 알 수 있음
- 사회문제를 해결하고자 하는 기업의 문제해결 방식이 갖는 효율성을 검토하는 경우에 적용함
- 특징
- 어큐먼펀드 투자자들이 소망하는 사회적 산출물에 대해 NGO에 기부금을 주는 것보다 기업에 부채나 주식으로 투자되는 것이 비용면에서 효과적인지 결정할 수 있도록 정량적인 분석을 제공함
 - 다양한 BACO 비율에 대한 시나리오 분석은 예상되는 결과의 현실적 검토를 제공할 수 있음
 - 계산 시 선행연구에 기반한 비교적 구체적이고 명백한 가정을 설정함
- 적용상 한계
- BACO 비율의 계산은 재무적/사회적 산출물의 예상치를 포함한 많은 연구와 가정에 기반하여 이루어졌으며, 선행연구가 필수임
 - 투자로 야기될지 모르는 정량적인 ‘시스템 변화’를 확인치 않음
 - 전체 방법론이 올바른 자선 대안(BACO)과의 비교 선택에 의존함. 타 솔루션 전체 중 최선 vs. 차선 간 비교가 아님
 - 사회적 산출물이 동일한 단위가 아니면 다른 투자기회와 비교할 수 없음
 - 말라리아 예방으로 보호된 경우와 학교운영으로 교육기회를 얻은 경우를 비교할 수 없음
- 측정단계 1: BACO를 확인(방법론)
- 어큐먼펀드의 투자와 유사한 상품이나 서비스를 기존 자선단체가 언제든지 제공하는 것이 가능하고 전체
 - 지역에서 실행 가능한 비교대상이 존재하지 않는 경우에는 다른 지역에서 찾거나, 그럴듯한 타당한 시나리오 가정을 통해서 현실적인 가상의 옵션을 개발함

□ 측정단계 2: 순 비용계산

- 5~7년의 투자기간에 대한 BACO와 어큐먼펀드 투자의 순 비용을 계산

□ 측정단계 3: 총 사회적 산출물을 예상

- 투자기간 동안의 BACO와 어큐먼펀드 투자의 총 사회적 산출물을 예상

- 5~7년간 같은 비율로 사회적 산출물이 일어날 것으로 가정

- 어큐먼펀드 투자의 총 사회적 산출물을 명확하게 어큐먼의 자금으로 만들어질 수 있는 기업의 사회적 산출물의 퍼센트에 기반하여 할인함

- 기업의 총자본 기반에서 투자된 자본이 차지하는 퍼센트로 영향력의 규모를 가정

- 어큐먼펀드 투자의 총 사회적 산출물이 최하층에 도달하는 데 얼마나 효과적인 해법인지에 기반하여 할인함

- 예: 고객 중 몇 퍼센트가 최하층에 속해있는가?

□ 측정단계 4: 사회적 산출물 단위당 순 비용을 계산

- BACO 사회적 산출물 단위당 비용을 어큐먼펀드 투자의 사회적 산출물 단위당 순 비용으로 나눔

□ 측정단계 5: 시나리오 분석을 통해 결과를 확증

- BACO 비율은 어큐먼펀드의 투자에 대해 25% 할인율을 사용하여 세 가지 재무적 시나리오(투자총상환 - 원금 + 이자, 원금만 상환, 완전손실)로 계산

- 사회적 산출물은 할인 없이 세 가지 사회적 산출물 시나리오로 계산

- 투자계획 시 초기 예상

- 어큐먼 포트폴리오와 관리자가 계산한 적당한 중간 정도의 성장계획에 기반한 보수적인 예상

- 실제 사회적 산출물 데이터를 사용하여 실제 시간에 기반한 수정된 예상

□ 측정단계 6: 전형적으로 보수적인 '중심' 가치를 선택

- 가장 적절한 BACO를 산출하기 위해 BACO 비율 시나리오 분석의 결과 중 보수적인 '중심' 가치를 선택

□ 평가예시

- 장기 지속 모기장을 제조하는 탄자니아에 있는 에이투제트텍스타일밀즈에 대출해주는 어큐먼펀드의 투자 vs. 말라리아로부터 사람들을 보호하기 위해 전통적인 모기장을 나눠주는 유니세프 보조금의 BACO 사례
 - 어큐먼펀드는 장기지속 살충제 처리 모기장(LLITNS)이라는 혁신적 기술로 전환하고 이 모기장에 대한 생산역량을 확장하고자 하는 탄자니아에 있는 에이투제트텍스타일밀즈(A to Z Textile Mills)에 325,000달러의 대출을 고려했음
- BACO 확인: 어큐먼펀드는 에이투제트텍스타일밀즈에 대한 325,000달러 대출의 BACO로써 전통적인 살충제 처리 모기장(ITN)을 나눠주는 유니세프의 보조금 325,000달러를 확인함
- BACO와 어큐먼펀드 투자의 사회적 산출물 단위당 순 비용을 계산
 - 순 비용을 BACO와 어큐먼펀드 투자의 총 사회적 산출물로 나누어 BACO와 어큐먼펀드 투자의 사회적 산출물 단위당 순 비용을 계산
 - BACO 비율을 계산하기 위해 BACO 사회적 산출물 단위당 비용을 어큐먼펀드 투자의 사회적 산출물 단위당 순 비용으로 나눔
- 가장 적절한 BACO 비율 측정값으로 시나리오 분석의 하나의 가치를 선택
 - 예를 들어, 어큐먼 팀은 사회적 산출물에 대한 보수적인 예방을 달성하고 기본 수익에 더해 이익을 달성할 가능성에 자신감을 가졌을 것
 - 따라서 가장 적절한 BACO 측정으로 52를 선택했음
 - 만일 BACO 비율이 1보다 크다면, 어큐먼펀드 투자가 말라리아를 예방하는 연간 사람 수당 비용 면에서 더욱 효과적이므로 가치 있는 투자가 될 것임을 예상할 수 있음

<표 36> BACO Ratio: 말라리아 예방 모기장 사례

BACO 확인	항목	전통적 대안(자선)	투자방식(대출)	단위
순 비용 분석	맡겨진 자금	325,000	325,000	\$
	지출금과 영업비용	65,000	130,000	\$
	기대수익	-	5년간 연 6%	
	수익(원금 + 이자보상) = 재무레버리지	-	422,500	\$
	순 비용(수익 - 지출 - 비용)	390,000	32,500	\$
사회적 산출물 예상	생산원가	3.5	-	\$
	총산출물(모기장)	92,587	2,000,000	개
	산출물에 대한 투자자 비중	100%	20%	
	투자자산출물(기업효율성)	92,587	400,000	개
	영향요인(보호된 사람/모기장 1개)	2	2	명
	사회적 영향력(산출물X영향요인)	185,174	800,000	명
	BOP ¹⁴⁾ 투과도(BOP 고객비율)	100%	50%	
	BOP 영향력(사회적 영향력XBOP 투과도)	185,174	400,000	명
	제품효용(말라리아 예방연수)	2.5	5	년
	총 사회적 영향력(BOP 영향력X제품효용)	462,935	2,000,000	명
	단위당 순 비용	순 비용(수익 - 지출 - 비용)	390,000	32,500
총 사회적 영향력(BOP 영향력X제품효용)		462,935	2,000,000	명
순 비용/사회적영향력의 단위		0.842	0.016	\$
BACO Ratio(비용효과성 배수)		1	52	배

<표 37> BACO Ratio: 시나리오 분석

		재무적 수익		
		1) 원금 + 이자수익	2) 오직 원금	3) 완전 손실
사회적 영향력	(A) 초기예방, 2003	90	23	6
	(B) 보수적 예방, 2004	52	16	4
	(C) 수정된 예방, 2006	28	7	2

14) 최하층, Base of Pyramid, BOP(혹은 10억의 가난한 인구)

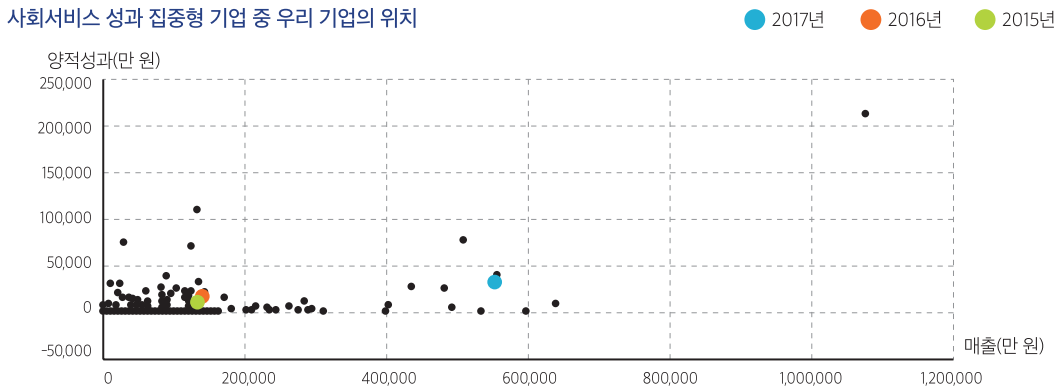
4 비용(cost) 기반 효율성 분석 방법들

- 본 절에서는 앞서 설명한 방식들을 활용하여 정량적으로 측정되거나 화폐가치로 환산되는 사회적 가치에 대하여 그 값의 의미를 분석하고, 다른 비교군과 대조 평가를 하기 위한 분석지표를 다룸
- 대부분의 분석지표는 비용(투입, input) 대비 사회적 가치의 크기를 대조함으로써 기업활동의 효율성을 측정하는 B/C ratio 컨셉을 차용하고 있음. 그러나 사회적 가치의 측정 방식이 통일되지 않았기 때문에 이에 대한 분석/평가 지표도 각각 파편적으로 발전해온 상황임

4.1 사회경제적 효율성 복합 분석

- 사회성과인센티브(SPC)에서는 사회적 가치를 제품·서비스, 고용, 환경, 사회생태계 등 네 가지 사회성과 영역으로 나누어 화폐단위로 측정하고, 그 합계를 절댓값으로 도출함
 - 통일된 화폐수치 및 다수 기업에 대한 data를 축적하고 있어 상세하고 입체적인 분석 가능
 - 주요 성과 영역을 중심으로, 동일한 성과를 내는 집단에서 해당 기업의 위치와 성과 변화를 분석

<그림 6> SPC: 사회성과 영역별 분석 예시



□ 등급분석

- 측정된 전체기업(모집단)을 전체 합계값 및 각 사회성과 영역별 성과값을 상/중/하 또는 1~5등급으로 나누어 등급화하고, 해당 기업이 속한 등급을 분석함(rating 방식과 유사)
- 동일업종 내, 동일 매출규모 내에서의 등급을 매출 대비 사회성과, 총지출(비용) 대비 분석하여 등급 화함으로써 기업의 사회성과 창출 효율성 파악 가능

<그림 7> SPC: 사회성과의 등급화 예시

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

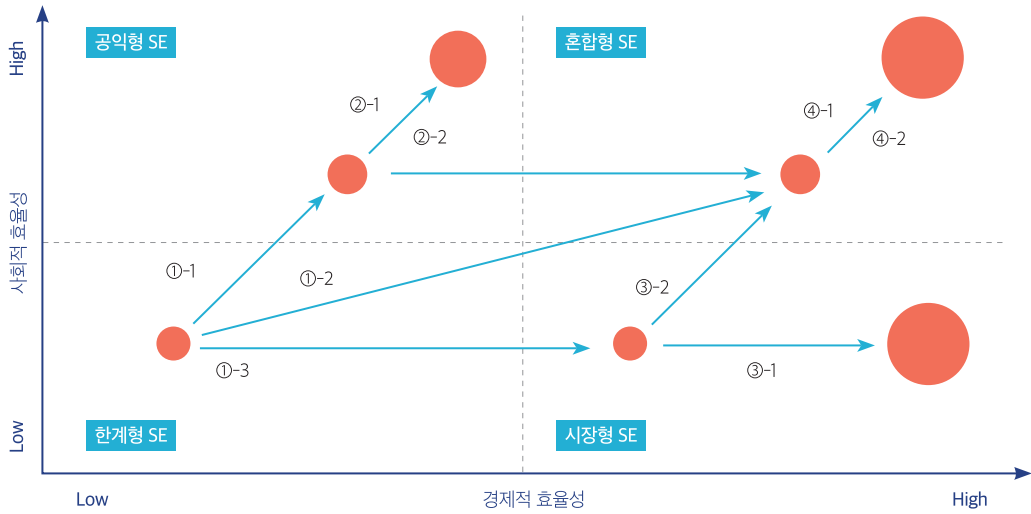
□ 사회적-경제적 효율성 분석

- 사회적-경제적 효율성 분석은 기업활동을 위해 투입한 비용에 대비하여 사회적, 경제적인 성과를 얼마나 창출했는가를 분석하는 복합지표임
- 사회적 효율성이란 기업의 활동을 위해 투입한 비용(=총지출) 대비 사회성과의 크기를 나타내는 지표임. 값이 클수록 단위 비용 대비 사회성과를 많이 창출한다는 의미임
- 경제적 효율성이란 기업의 활동을 위해 투입한 비용(총지출) 대비 경제적 수익(총수입)의 크기를 나타내는 지표임. 값이 클수록 단위 비용 대비 수익을 많이 창출한다는 의미임

□ 사회적-경제적 효율성을 분석하기 위해 사회적 효율성의 중위값(median, 전체 참여기업 중 중간 순위의 값)과 경제적 효율성의 자본가치 기준값(대출이자율)을 기준으로 4개 그룹으로 구분함

- 각 분위별로 사회적-경제적 성과에 따른 사회적 기업을 유형화하고, 기업성과 개선 방향을 <표 38> 과 같이 제시함. 이를 통해 기업의 위치를 확인하고 이에 맞는 개선방향을 점검할 수 있음
- 다만, 이러한 분석은 사회성과인센티브의 사회성과 측정 결과 및 재무자료에 따른 것이므로, 기업의 경영환경 및 여타의 기업정보를 함께 고려하여 기업의 성과개선 전략을 수립하는 것이 필요함

<그림 8> SPC: 사회적-경제적 효율성 분석과 유형화



<표 38> 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

□ 사회적-경제적 효율성을 분석은 동일 비용을 투입하여 창출되는 경제적, 사회적 가치를 동시적, 입체적으로 분석한다는 것이 특징임

○ SPC는 측정도구를 NPO 등 모든 사회조직에 적용하기보다는 경제활동을 반드시 수반하는 ‘기업’을 주요 대상으로 하여 만들어진 평가체계이기 때문임

○ 따라서 기업의 경제적 지속가능성과 성장성을 사회적 가치 창출과 연결하여 분석하고 있음

- 특히, 네 가지 유형으로 기업을 구분하고 기업의 개선방향을 제시하고 있다는 점에서 외부보고뿐 아니라 내부관리용 평가도구로서의 의미를 가짐
- 단, 네 가지 유형 간의 우월성 판단은 기업과 투자자 입장이 각각 다를 수 있음

4.2 비용/효과분석(Cost-Effective Analysis)

□ 개요

- 같은 영역 내 프로그램과 정책적 대안들에 대해 비용과 적절한 영향력 척도를 조합하여 결과를 비교하고 효과성에 따라 순위를 매김
- 프로그램의 다양한 효익을 가치화하는 방법들의 불확실성을 줄이기 위해 공통단위(예: 화폐단위)로 바꾸지 않고 비용에 대한 효과 비율을 검토

□ 측정원리

- 비용 대비 효과 비율: 동일한 비금전적 혜택 또는 영향을 만들어 내는 둘 이상의 정책(솔루션)에 대하여 각각 소요되는 비용의 비율을 계산
- 예: 질보정수명연수(QALY)당 비용, 고등학교 졸업생당 비용, 말라리아 치료 어린이당 비용. 때때로 비 공식적으로 '본전은 뽑을만한 bang for the buck' 비용에 대한 효과성의 비율

□ 측정방법

- 이해관계자(지불자 확인)와 시기(비용이 발생된 구체적 시기)별로 발생한 모든 비용 요소를 반영함
- 이해관계자(수혜자 확인)와 시기(영향력이 발생된 구체적 시기)별로 발생한 모든 영향력 요소를 반영함
- 화폐단위가 아닌 자연 단위로 혜택(효과)을 표현함(예: 늘어난 수명, 고등학교 졸업생 수)
- 적정 할인율로 비용과 효과를 할인(4%가 전형적인 사회프로그램 효과에 대한 할인율)
- 비용/효과 비율을 계산

□ 측정예시

- 1년간 100명의 어린이에 대한 가정 방문 프로그램 실시로 향후 3년간 아이들의 응급실 방문 횟수가 평균 1회 감소할 것으로 예상되는 사업

- 효과 = 100명의 어린이에 대하여 300회 응급실 방문 감소 X 할인율 4% = 288회 응급실 방문 감소
- 비용 = 100명의 어린이 X 1명당 1년간 가정방문 프로그램 소요비용 약 300달러 X 할인율 - %(프로그램은 1년만 제공되므로 할인율 적용 안 함) = 30,000달러
- 비용/효과 비율= \$1,000당 9.6회(=\$30,000/288회) 응급실 방문 감소

□ 특징

- 과학적인 영향력 연구에 기반(영향력 정보에 대한 무작위 실험 설계 혹은 준실험 설계)
- 한 영역 내에서 동일한 혜택을 일으키는 데 필요한 상대적 비용을 평가하여 의사결정과 우선순위 설정에 도움
- 화폐단위로 표현하기 어려운 사회적 영향력을 화폐화할 필요가 없음
- 시장 용어로 개선 가치를 측정하기 어려운 프로그램의 통합 비용 분석을 가능하게 함

□ 적용상 한계

- 단일 프로그램에서의 소요비용과 효과의 구별은 실무적으로 어려움. 각 프로그램에 대한 과학적인 임팩트 실험연구가 필요하기 때문에 상당한 측정비용이 소요됨
- 프로그램의 비용 요소를 계산하기 위한 기준, 할인율 기준 등 실질적인 지표분석을 위한 데이터 확보 및 기준설정이 어려움
- 단일 프로그램에 대한 비용/효과 비율에 대한 해석능력이 부족함. 예를 들어 1,000달러당 9.6건의 응급실 방문 감소가 많은 것인지 적은 것인지 대부분 사람들의 직관적 감각으로는 알기 어려움
- 프로그램의 영향력을 해당 사업의 자연단위(예: 늘어난 수명, 고등학교 졸업생 수)로 측정하기 때문에 타 영역과 교차비교가 불가능함. 또한 동일 영역 내 프로그램 간 비교에도 단위가 동일하지 않으면 비교 불가

4.3 비용/편익 분석(Cost-Benefit Analysis)

□ 개요

- 비용/편익 분석은 개입 프로그램과 관련된 편익과 비용을 화폐화하여 비교하는 것으로 의사결정 시 가장 보편적으로 쓰이는 분석지표임

- 비용/편익 분석은 기금을 조성하거나 배분하는 것에 관한 의사결정을 할 때 동일 영역 내 또는 다른 영역 간 각기 프로그램의 비용/편익 비율을 비교할 수 있음
- 또한 순가치 또는 내부수익률을 비교하는 것을 가능케 함

□ 측정원리

- 비용 대비 편익 비율: 동일한 금전적 혜택(비금전적 혜택도 화폐가치로 환산) 또는 영향을 만들어 내는 둘 이상의 정책(솔루션)에 대하여 각각 소요되는 비용의 비율을 계산

□ 측정방법

- 이해관계자(지불자 확인)와 시기(비용이 발생한 구체적 시기)별로 발생한 모든 비용 요소들을 반영함
- 이해관계자(수혜자 확인)와 시기(영향력이 발생한 구체적 시기)별로 발생한 모든 영향 요소들을 반영함
- 화폐단위로 혜택(효과)을 표현함(예: 늘어난 수명의 화폐가치, 고등학교 졸업생 수와 학위의 화폐가치)
- 적정 할인율로 비용과 효과를 할인(4%가 전형적인 사회프로그램 효과에 대한 할인율)
- 비용/편익 비율을 계산. 계산 결과 비용/편익 비율이 1보다 클 경우 해당 사업은 가치 있는 것으로 간주하고, 비용 대비 편익이 크면 클수록 사회적 투자가치도 커짐

□ 측정예시

- 1년간 100명의 어린이들에 대한 가정 방문 프로그램 실시로 향후 3년간 아이들의 응급실 방문 횟수가 평균 1회 감소할 것으로 예상되는 사업
- 효과 = 100명의 어린이에 대하여 300회 응급실 방문 감소 X 할인율 4% X 응급실 1회 방문당 소요비용 200달러 = 57,600달러
- 비용 = 100명의 어린이 X 1명당 1년간 가정방문 프로그램 소요비용 약 300달러 X 할인율 - % (프로그램은 1년만 제공되므로 할인율 적용 안 함) = 30,000달러
- 비용/효과 비율 = \$1,000당 \$1,920의 편익발생(=\$57,600/\$30,000)

□ 추가적인 분석 활용 (1): 순 현재가치법(NPV)

- 비용과 편익의 현재가치를 계산한 후 편익/비용 분석을 하지 않고 순 현재가치(NPV)로서의 ‘편익 - 비용’을 계산함

- 앞 사례의 경우 3년간 응급실 방문감소를 통한 편익인 \$57,600에서 이를 위한 투입비용인 \$30,000를 차감하여 \$27,600를 순 현재가치로서 인식

- (편익 \$57,600 - 비용 \$30,000) = 순가치 \$27,600

- NPV 값이 높을수록 사회적 투자가치도 커짐

□ 추가적인 분석활용 (2): 내부수익률

- 순 현재가치(NPV)에서 기간 내 예상되는 순가치에 내부수익률을 적용

- 내부수익률이란 사업을 추진하기 위한 현금흐름과 동일한 수준을 유지하는 프로그램의 가치비율을 의미함

- $NPV(= I_0 + I_1/(1+r) + I_2/(1+r)^2 + \dots + I_n/(1+r)^n)$ 가 0이 되는 r값을 계산함

- 앞 사례의 경우 내부수익률을 45%로 계산됨. 다른 솔루션의 내부수익률이 45%보다 높으면 투자가치가 더 높고 내부수익률이 45%보다 낮은 솔루션은 투자가치가 더 낮음을 나타냄

- $NPV = (30,000) + 20,000/(1+r) + 20,000/(1+r)^2 + 20,000/(1+r)^3$ 가 0이 되는 r은 45%임

□ 특징

- 이 방법론은 단일한 화폐단위로 모든 영향을 간명하게 표현하며, 그만큼 유연한 활용이 가능함. 또한 각 이해관계자 입장에서 수익을 분석할 수 있음

- 편익/비용 분석은 주로 한 프로젝트에서 발생하는 편익이 비용과 비교하여 얼마나 큰지 비교하는 의미임

- 비용과 편익의 실제 가치 값이 불확실성을 가지고 있을 때 대략적인 비교방법론으로 유용

- 대조적으로, 순 현재가치(NPV)는 사회적 회계 관점에서 투입한 비용에 따른 사회적인 순 편익(이익)의 크기를 절댓값으로 확인할 수 있음

- 비용/편익 분석은 비용활용의 효율성을, 순 현재가치 분석법은 사회적 자산(사회적 편익 - 투입비용)의 증감량을 확인할 수 있음. 또한 비용 편익 비율이 더 높은 프로젝트가 반드시 더 높은 현재가치를 가진다고 볼 수 없음

- 또한 편익/비용 분석은 어떤 결과물을 편익으로 보느냐, 비용 감소로 보느냐에 따라 변할 수 있기 때문에 둘 이상의 프로그램 간 비교 시에는 비용과 편익에 대한 범주화된 통일성을 갖출 때 비교할 수 있음
- 순 현재가치 분석의 경우, 다수 프로젝트 중 하나를 선택할 때 더 높은 순 현재가치를 가지는 프로젝트를 선택하는 것이 좋음. 일반적으로 경제학자들은 비용/편익 분석보다 순 현재가치를 더 선호함
- 그러나 사업 규모 자체가 큰 차이가 있을 때에는 사업 규모가 큰 쪽이 사회적 효율성이 높지 않더라도 순 현재가치의 값이 크게 나올 수 있으므로 유사 규모에 한하여 활용하거나, 비용/편익 분석을 병행할 필요가 있음
- 내부수익률은 목표수익률(예: 자본에 대한 기회비용)을 가지고 하나의 프로젝트를 검토할 때 사용할 수 있음. 만약 프로젝트의 내부수익률이 목표수익률보다 크다면, 그 프로젝트는 가치 있음
- 그러나 내부수익률 자체로 여러 프로젝트 중 하나를 선택하는 데 쓰일 수 없기 때문에(할인에 사용된 이자율이 중요 요소) 내부수익률은 항상 순 현재가치와 동반하여 계산됨

□ 적용상 한계

- 모든 비용과 영향(편익)이 동일한 수준의 타당성과 신뢰할만한 근거를 가지고 화폐화될 수 있는 것은 아니므로 측정값을 절대적으로 신뢰하기는 어려움
- 측정된 영향력을 화폐화하는 방법과 기준의 부족, 즉 잠재가격의 사용기준이 없음. 특히 참여자의 자존감 개선 등 비물리적인 변화에 대한 편익은 가정상황에 따라 값의 차이가 크게 달라질 수 있음

4.4 로빈후드 재단 비용/편익 비율(Robin-hood Foundation B/C ratio)

□ 개요

- 로빈후드 재단은 뉴욕시의 빈곤 퇴치를 목적으로 1988년에 설립된 비영리재단임
- 프로그램의 빈곤 퇴치 편익을 측정하는 데 있어 다양한 프로그램에서 예상되는 실제적인 산출물과 결과물들을 단순하고 화폐화된 가치로 변환하고자 함
- 로빈후드 재단의 현 투자와 잠재적인 자선 투자를 평가하기 위한 프로세스의 일부분으로서 체계적이고 일관된 정량분석을 제공하고자 함

□ 측정원리

- 기본적으로 비용/편익 분석법을 활용

- 로빈후드 계수 적용: 실제로 로빈후드 보조금에 따른 프로그램 성공의 비율을 계수화한 것. 수혜자의 총 프로그램 비용에 대한 로빈후드 보조금의 비율에서 기반함
- 계산식 = 총 편익 × 로빈후드 계수/총비용(=로빈후드 보조금)

□ 측정방법

- 총소득 증가분 산정: 내외부 자료에 근거하여, 그 프로그램이 없을 때 참가자들이 벌 수 있는 소득과 프로그램 참가자가 벌게 되는 평생소득의 차액을 산정
- 로빈후드 계수의 산정: 실제로 로빈후드 보조금에서 기인한 프로그램 성공의 비율. 주로 전체 예산에서 해당 투자자의 투자 비율을 반영
- 로빈후드 프로그램의 비용 산정: 사업에 투입된 로빈후드 보조금 액수. 로빈후드 재단이 수혜자들에게 제공한 대규모 프로보노 지원 등 비금전적 투입은 제외
- 비용/편익 계산: [(총소득신장) X (로빈후드 요인)]/로빈후드 보조금

□ 측정예시

- 여성직무훈련 프로그램에 200,000달러 투입. 150명 중 75명 훈련 완료 후 직무배치(성공률 50%), 이 중 3개월 이내 퇴사자 3명, 3개월~1년 이내 퇴사자 41명, 1년 이상 근속자 31명
- (편익 1) 프로그램 참가자의 총소득 증가분 산정: 총 \$8,120,000
 - 3개월 이내 퇴사자 소득분 \$0
 - 3개월~1년 이내 퇴사자 41명 소득분 \$120,000
 - 1년 이상 근속자 31명 소득분 \$8,000,000
- (편익 2) 프로그램 참가자 자녀의 총소득 증가분 산정: \$1,000,000
 - 부모소득이 매 10,000달러 증가할 때마다 자녀의 미래소득이 3.6% 증가(문헌근거)
 - 훈련자당 평균 자녀의 수는 1.8명
 - (a) 아이들 중 50%가 고등학교에서 중도 탈락, 평균 16,000달러의 소득
 - (b) 고등학교 졸업생과 대학에 진학하지 않은 22%가 평균 22,500달러의 소득

- (c) 대학에 진학했지만 졸업하지 않은 17%가 평균 27,300달러의 소득
- (d) 2년제 준학사학위를 받는 4%가 평균 35,000달러의 소득
- (e) 학사학위를 받는 7%가 평균 55,000달러의 소득
- (a~e까지) 따라서 훈련대상자 자녀들에 대한 평균 기대 소득은 $(0.5 \times 16,000) + (0.22 \times 22,500) + (0.17 \times 27,300) + (0.04 \times 35,000) + (0.07 \times 55,000) = \text{연간 } \$23,000$
- 31명의 1년 이상 장기근속자 자녀의 총소득증가분 = 부모의 평균소득증가분 $\$372,000 \times \text{부모당 1.8명의 자녀} \times (1/10,000) \times (3.6\% \times 23,000) = \$55,476$
- 이를 현재가치로 환산 시 약 $\$1,000,000$

○ 총편익 = (편익 1) + (편익 2) = $\$9,120,000$

○ 로빈후드 계수의 산정 = 로빈후드 보조금은 총 350,000달러의 프로그램 비용 중 200,000달러임 따라서 전체 예산의 57%를 차지함. 그러나 보조금 수혜자가 다른 대체 기금을 일으켰을 수도 있기 때문에 로빈후드의 보조금이 프로그램 예산에서 차지하는 비율에 비례하여 감소될 가능성을 반영하여 로빈후드 계수를 0.5로 설정

○ 총비용 = 로빈후드 보조금 비용 $\$200,000$

○ 비용/편익 분석 = $\$9,120,000 \times 0.5 / \$200,000 = 22.8$ (달러의 비용으로 22.8달러의 편익 발생)

□ 특징

- 일반적인 비용/편익 분석법에 재단사업의 예산비율을 적용하여 보다 정교한 측정을 지향
- 시간 흐름에 따른 할인율 대신 예산비율을 적용

□ 적용상 한계

- 편익/비용 분석법의 한계(타당성과 신뢰성의 확보문제)가 여전히 존재함
- 사업성공률에 영향을 끼치는 타 변수에 대한 고려의 기준이 모호함. 예산 비율에 대체 기부금 기댓값까지 반영하여 계수를 조정하는 과정이 명확하지 않음

5 소결

- 정량적 측정 방식은 사회적 가치를 화폐가치로 환산하여 기업가치에 반영 및 기업 비교에 용이함
 - 비교 대상 간 일정한 측정 기간 및 지표를 설정/적용하여 측정할 경우 비교값의 신뢰성 증가
 - SROI, BACO와 달리 SPC는 사회적 가치 측정 외에 기업의 유형을 구분하고 개선방향을 제시한다는 점에서 외부 보고뿐 아니라 내부관리용 평가도구로서의 의미 또한 지님
- 모든 사회적 가치가 동일한 수준의 타당성과 신뢰할만한 가치를 가지고 화폐화될 수 있는 것은 아님
 - 정량적 측정 방식은 사회적 가치를 화폐화함으로써 정성적 평가에 비해 객관성을 띄지만 동시에 측정 과정에서 일부 가정된 수치를 사용함에 따라 완전한 객관성을 띠다고 볼 수 없음
 - 대표적인 가정값의 예시로는 SROI의 데드웨이트, 어트리뷰션, 디스플레이스먼트, BACO의 기업효율성, 가상의 자선업선 설정, SPC의 공급의사 가격 추정치 있음
 - 기타 비용 기반 효율성 분석 방법들도 측정된 편익을 화폐화하는 방법과 기준(예: 할인율)이 부족

<표 39> 정량평가 방법론 비교

	SROI	SPC	BACO Ratio
측정 목적	투자대안의 타당성과 최종투자성과를 평가	사회적 기업의 사회성과를 측정하여 일부를 보상함으로써 사회적 가치가 경제적 가치와 통합된 새로운 가격 시스템 도입	특정 사회문제를 해결하는 기업에 대한 투자가 단순 기부행위보다 문제해결에 효율적이고 효과적임을 정량적인 분석을 통해 제시함으로써 투자자 설득
측정대상	해당 비즈니스의 모든 이해관계자가 얻는 편익	비즈니스의 핵심 수혜자들이 얻는 편익	어큐먼펀드에서 투자하는 사업
할인율 적용	할인율	미반영	미반영
타 사업과 비교가능성	화폐 단일 단위당 비교 가능	화폐 단일 단위당 비교 가능	사회적 산출물이 동일한 단위가 아니면 다른 투자기회와 비교할 수 없음

- 동일 화폐단위를 적용하는 비용/편익 분석법을 활용하는 경우에도 다음과 같은 점을 고려해야 함. 특히 다수의 기업을 동시에 평가할 때 반드시 명확한 원칙을 가지고 동일하게 적용될 수 있도록 해야 할 것임
 - 첫째, 편익과 비용을 산정하는 대상 범주를 명확히 적용할 것

- 편익을 얻는 이해관계자의 범위가 직접적인 이해관계자에 그칠 것인지, 이차적 이해관계자(ex. 로빈 후드 재단 사례에서 참가자 자녀의 예상소득)에 미치는 파급효과까지 확장해서 측정할 것인지 기준 필요함
- 둘째, 측정 기간의 산정기준을 수립할 것. 사회적 가치의 값만큼이나 측정하는 기간을 설정하는 것도 중요한 이슈임
 - 기업의 행위는 각각 다른 기간 동안 사회적 가치를 창출하므로, 하나의 행위가 영향을 끼치는 전 기간을 측정하는 것이 이론적으로 바람직함. 그러나 사회적 가치 창출의 지속 또는 감소에는 여러 가지 예측불가능한 변수가 작용할 수 있음
 - 가급적 다수의 기업을 평가하는 경우에는 성과예측기간을 통일하여 평가의 공정성을 담보하는 방법이 필요
- 할인율 및 조정계수의 기준을 명확히 할 것

<표 40> 비용(cost) 기반 효율성 분석 방법론 검토

	사회-경제적 효율성	비용/효과 분석법	비용/편익 분석법	순 현재가치법 NPV	로빈후드 재단 편익/비용분석법
측정 원리	사회적 편익/총비용 경제적 수익/총비용 두 개의 차원을 cross하여 유형화	1단위의 효과(영향)를 만들기 위해 투입되는 비용을 추산	투입된 비용 1 대비 창출되는 편익의 크기	발생된 총편익에서 투입된 총 비용 차감	투입된 비용 1 대비 창출되는 편익의 크기 지원조직의 예산 비중 반영 (기여도 반영)
분석 단위	화폐 단일 단위	자연단위 (측정대상마다 고유 단위 부여)		화폐 단일 단위	
지표 형태	비율지표 (1달러로 〇〇달러 창출)	지수지표 (1달러로 〇〇회 개선)	비율지표 (1달러로 〇〇달러 창출)	절댓값 (〇〇달러 순가치 창출)	비율지표 (1달러로 〇〇달러 창출)
할인율	현재 단년도 측정을 원칙으로 할인율 미반영		할인율 반영		예산 기여율 반영
미래가치 산정기간	단년도 측정		사업효과 지속기간(공통적 산정기준 없음)		

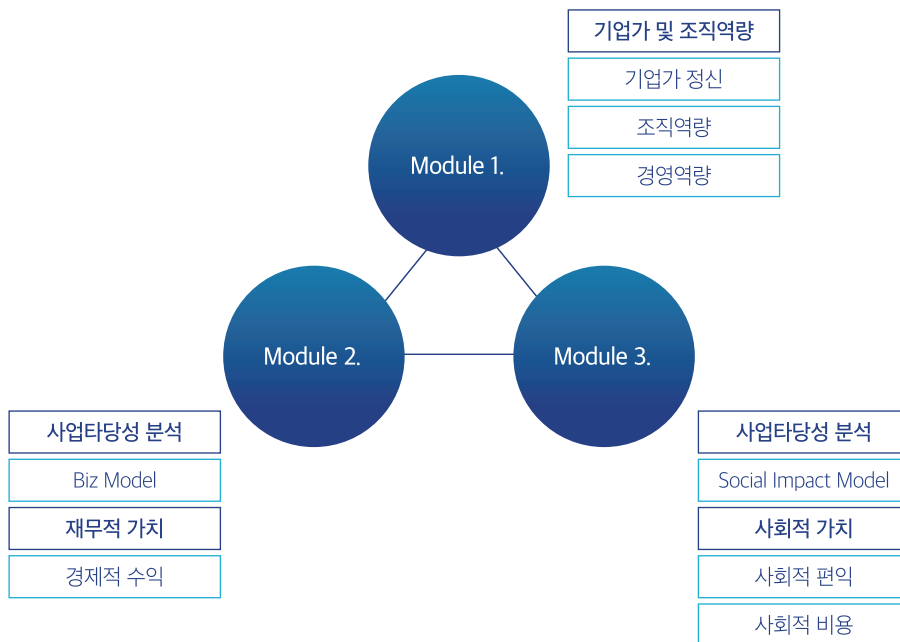
V. 결론

- 본 연구의 「사회적 가치 평가방법론 조사」를 통하여 다음과 같은 시사점 도출함
- 정성적 방식의 평가방법과 정량적(화폐화) 방식의 평가방법은 주로 그 측정의 범위가 상이함
 - 정성적 방식의 경우 기업의 운영 및 솔루션의 추진에 있어서의 미션지향성, 사회적 타당성, 목표 부합성 등을 판단 → 과정 및 정책 평가
 - 정량적 방식은 기업 활동의 결과와 그로 인한 파급력을 평가하는 지표로 주로 활용됨 → 결과 및 임팩트 평가
- 단순 지원 여부를 결정하기 위한 평가체계에서 벗어나 지원의 규모와 방법까지 고려하기 위해서는 소셜벤처가 만들어낼 '결과 및 임팩트'에 대한 사회적 가치 측정 필수적
- 기금의 소셜벤처 평가내용 안에는 논리모형에 따른 기업의 전과정 평가가 수반되어야 할 것이며, 다음과 같이 소셜벤처 평가체계를 제안함
- Module 1. 기업가 및 조직역량 평가
 - 소셜벤처의 기업가 정신, 조직역량, 경영역량은 비즈니스 모델만큼이나 소셜벤처의 미션 수행 가능성과 진정성을 판단하는 데 중요한 요소임
 - 특히 스타트업 단계가 많은 우리나라 소셜벤처 생태계의 특성을 고려할 때 기업가 및 조직역량에 대한 심도 있는 평가가 필수적임
- Module 2. 재무적 가치 분석
 - 우선 경제적 관점에서 사업타당성 분석을 통해 재무성과의 예측치에 대한 신뢰성을 높일 것
 - 사업타당성 분석은 비즈니스 모델에 대한 시장성, 기술성, 혁신성 등을 고려하여 수행
 - 재무적 가치(재무성과)는 경제적 수익, 매출 추이 등을 고려. 기술가치평가에서 활용하는 미래가치추정법 준용
 - 재무성과의 미래가치 추정 로직은 사회성과 미래가치 추정에도 동일하게 적용할 것

□ Module 3. 사회적 가치 분석

- 우선 사회적 관점에서 사업 타당성 분석을 통해 기업이 제시하는 솔루션의 사회문제 해결정도와 파급력을 반영할 것
- 사업타당성 분석은 Social Impact Model에 대한 사회문제 심각성, 사회문제 해결능력, 솔루션의 혁신성 및 확장성을 고려하여 수행
- 사회적 가치는 재무적 미래가치 추정과 동일한 경제적 상황을 전제하여 추정하고, 다만 기업이 의도적인 사회적 가치 창출 계획을 명시할 경우(예를 들어 수익의 일정 비율을 사회에 환원한다는 구체적인 계획 등), 이를 반영함

<그림 9> 소셜벤처 통합평가체계(안)



📖 참고문헌

- [1] 강신일, 박문예 (2012), “해외 평가모델 사례를 통해 바라본 임팩트 평가의 현황과 과제”, 『서스틴베스트 issue report Vol.24』, Cabinet Office, “A guide to Social Return on Investment,” 17-78
- [2] 라준영 외 (2017), “사회성과인센티브 측정매뉴얼”, 사회성과인센티브 추진단
- [3] 라준영 외 (2018), “DBL 사회성과 측정 가이드북”, 사회적 가치연구원
- [4] 와이소셜컴퍼니 (2018), “B-corp진단질문세트”, 서울
- [5] 조영복 (2012), “사회적기업성과측정 도구로서의 사회적 투자수익률 방법(SROI)과 측정사례”, 『韓國知識情報技術學 論文誌』 제7권 제6호: 34
- [6] 조영복, 류정란 (2013), “사회적 가치 창출의 평가와 측정”, 사회적 기업 연구총서 2013-10, 사회적 기업연구원, 시그마프레스
- [7] AA1000 (2008), Accountabiltiy Principles Standard, (AA1000 APS 2008 한국어 번역판), (주)투투모로우아시아, 서울
- [8] Acumen Fund (2007) Concept Paper: The Best Available Option(BACO), (draft), Trelstad, Brian. “Re: Acumen Fund Best Available Charitable Options(BACO) and Portfolio Data Management System(PDMS)” to Melinda Tuan, 30 April 2009 8.
- [9] Cabinet Office (2006), “A guide to Social Return on Investment”, UK
- [10] Charette, Pierre and Dorion, Claude (2017), “Guide for Analysis of Social Economy Enterprises, 2nd Edition”, CAP Finance, Quebec, Canada
- [11] B Impact Assessment: <https://bimpactassessment.net/>

3

기업성과 측정을 위한 기술적, 재무적 요인 분석

목원대학교 이성상

I. 서론	148
1. 연구의 목적	148
2. 연구의 방법 및 절차	150
II. 기업성과 예측 사례 및 영향 요인 분석	156
1. 기업성과 예측 사례	156
2. 기업성과 영향 요인 분석	158
III. 매출액 추정 함수 도출과 예측력 검증	161
1. 분석 개요 및 결과 요약	161
2. 예측력 가설 검증	166
참고문헌	167

I. 서론

1 연구의 목적

- 기업의 대표자, 종업원, 주주, 투자자, 금융기관, 거래처 등 이해관계인들에게 기업의 미래 성과 및 가치 변화는 중요한 관심사
 - 기업성과 및 가치에 영향을 줄 수 있는 기업 활동 또는 외부 환경 변화와 관련된 광범위한 정보를 수치화하여 분석하고, 이를 활용하여 기업의 미래 성과 변화를 예측하고자 노력이 계속되고 있음(이성상·이재현, 2017)
- 기업성과를 측정할 수 있는 다양한 변수들이 존재하지만 **매출액은 가장 대표적인 성과 지표**
 - 매출액은 기업의 외형적 성장과 기업 활동의 안정성을 보여주는 성과 지표
 - 동시에 기업의 수익성, 성장성, 생산성, 활동성을 보여주는 주요 지표들도 기업매출액을 활용하여 측정되는 경우가 대부분임(김상봉 외, 2011)
 - 수익성 변수로 매출액 경상이익률, 매출액 영업이익률, 금융 비용 대비 매출액 등이 활용되고 있으며, 활동성 변수로 활용되는 총자본 회전율, 자기자본 회전율, 운전자산 회전율, 고정자산 회전율도 모두 매출액을 활용하여 측정
 - 기업의 생산성을 보여주는 부가가치율, 성장성을 보여주는 매출액 증가율 등도 매출액을 기반으로 하고 있음
- 기술금융의 기능과 중요성이 커짐에 따라 기술금융 지원의 효과성 분석과 함께 기업의 미래 성과(매출액) 결정요인에 대한 (사전적) 분석 및 이에 기반한 성과(매출액) 예측의 필요성 증대
 - 매출액은 기술금융 지원의 효과를 측정하는 기업성과 지표이면서 동시에 기술금융을 위한 기술가치 평가, 기술등급 평가의 핵심 요소
 - 특정 기술의 우수성이나 사업성을 평가하기 위해 기술 사업화 시 예상되는 매출액을 추정하는 것뿐만 아니라 기업의 미래 성장 가능성이나 안정성을 측정하기 위해 기업 전체의 매출액 추정이 필요
 - 수익접근법과 같은 기술가치 평가 모형에서는 신규 기술의 적용에 따라 이루어지는 제품 개선, 신제품 출시, 공정개선 등으로 예상되는 매출액 추정이 필요

- 사업타당성 분석이나 기업·기술가치평가 등 미래의 사업에 대한 진입이나 투자 타당성을 분석하기 위해서는 새로운 사업과 관련한 시장을 추정하고 그 안에서 확보 가능한 매출을 객관적으로 추정하는 과정이 필요(전승표 등, 2017)
 - 기술보증 이후 매출 성장률과 사고위험 간의 상관관계를 고려할 때 기술보증 이후 기업의 매출액 변화를 추정하여 활용할 수 있는 방안 필요
 - 기술평가 보증 이후 매출액이 증가한 기업(기술평가 보증 이후 1년 기준)에 비해 매출액이 감소한 기업의 사고 확률은 14.3% 높게 나타남
 - 기업의 신용정보와 기술에 관한 정보를 활용하여 기술신용정보를 산출·제공하는 역할을 하는 기술신용정보 제공기관(TCB: Tech Credit Bureau)에서도 기업의 향후 매출액 추정치는 중요한 정보임
 - 2014년 6월 개정된 신용정보업 감독규정 제2조의 2의 제5항은 기술신용정보를 ‘기업 또는 법인의 신용정보와 기술 전반에 관한 정보를 종합적으로 활용하여 신용도·신용거래능력 등을 판단한 기술 신용평점, 기술신용등급 또는 기술신용평가액’으로 정의(이 정의 조항은 신용정보의 이용 및 보호에 관한 법률 시행령에 반영)
 - 신용정보의 이용 및 보호에 관한 법률 시행령 제2조 제1항 제5호 파목은 ‘신용정보주체가 기업 및 법인인 경우 그 신용을 판단하기 위하여 해당 기업 및 법인의 기술과 관련된 기술성·시장성·사업성 등을 종합적으로 평가하고 관련 법률 규정에 따른 정보를 활용하여 새로이 만들어지는 정보로서 금융위원회가 정하여 고시하는 정보’를 기술신용정보라고 정의
- 기업의 핵심 성과이자 기술가치평가, 기술사업화 가능성 판단의 기반이 되는 매출을 추정할 수 있는 모델(함수) 개발
- 기업의 매출액을 추정하는 데 활용할 수 있는 기술적, 재무적 요인 도출
 - 기술보증기금이 보유한 기업별 재무 정보 및 기술평가 결과 등을 활용하여 매출 추정 함수 도출 및 매출 추정 함수의 예측력 분석
 - 매출 추정 함수를 통해 기업 매출 추정의 예측력을 높이기 위한 매출 추정 모형(함수) 세분화 또는 개선
 - 기업 생애주기(life cycle), 매출 성장률의 평균 회귀, 기술평가보증 유무, 산업 특성 차이 등을 반영하여 매출 추정 함수를 세분화하고, 매출 추정의 예측력을 높이기 위한 방안 제시

2 연구의 방법 및 절차

- 기업성과를 예측(추정)하는 데 활용할 수 있는 사례, 방법론 및 기술적, 재무적 요인들을 조사, 분석
 - 기업이나 사업 단위에서 미래 매출액을 예측(추정)한 사례나 방법론 분석
 - 선행 연구들에 대한 분석을 바탕으로 매출액 등 기업성과를 예측(추정)하는 데 활용할 수 있는 기술적, 재무적 요인들을 추출
- 기술보증이 기업성과에 미치는 영향, 매출 성장률의 평균 회귀 과정(mean-reversion process) 등을 매출 추정 함수 도출 및 적용 시 반영하기 위한 방안 수립
 - 매출 추정 함수를 도출하는 데 있어 기술평가보증은 중요한 사건(firm-specific event) 변수임
 - 본 연구는 기술보증기금이 구축하고 있는 기업 데이터를 활용하여 매출 추정 함수를 도출함. 즉, 분석 대상 기업 중 상당수가 기술보증기금의 기술평가를 거쳐 기술평가보증을 받은 기업임
 - 따라서 일반 기업의 매출 추정과 달리 기술평가보증이 매출액에 어떠한 영향을 미칠 것인가를 사전적으로 고려하여 매출 추정 모형을 설계할 필요가 있음
 - 기술평가보증이 기업의 수익성, 안정성 등에 미치는 효과를 분석한 연구들을 보면 분석 방법이나 분석 대상에 따라 서로 다른 결론을 내리고 있음
 - 기술보증 지원의 효과가 부정적이거나 미미하다는 연구 결과가 있는 것에 비해 기술보증 지원이 기업의 R&D나 경영성과에 긍정적인 영향을 미친다는 연구 결과도 제시되고 있음
 - 다만, 기술평가보증이 매출 추정 함수를 도출하는 데 있어 중요한 사건 변수라는 것은 분명해 보이며, 기술평가 항목이나 평가 방법이 기술보증 지원의 특성을 반영할 수 있도록 개선·발전하면서 기술보증 지원의 효과성도 높아질 것으로 예상
 - 안종범 등(2011)은 기술보증이 보증기업의 재무성과 분포에 미치는 효과를 추정하였는데 내생성을 고려했을 경우 기술보증이 기업의 수익성을 최소한 악화시키고 있는 것은 아닌 것으로 추정하였음. 반면에 안정성의 경우 기술보증을 받은 기업의 안정성은 큰 폭으로 악화되는 경향이 있는 것으로 나타남
 - 봉우리(2012)는 기술보증 수혜기업을 한계기업과 비한계기업으로 분류하여 기술보증의 효과를 분석한 결과 한계기업의 재무적 성과가 비한계기업에 비해 더 큰 폭으로 악화되었지만 한계기업, 비한계기업 모두에서 기술보증의 효과가 부정적으로 나타난 것으로 제시

- 송홍선, 한상범(2011)은 2000년~2009년의 기간 동안 기술보증을 받아 R&D 투자를 한 4,640개 기업을 대상으로 패널분석을 수행한 결과 기술보증이 민간 투자를 촉진하는 효과가 있다고 분석하였음
- 한봉희, 노승중(2008)은 실증 분석 결과 기술보증 이후 보증기업의 영업이익률과 경상이익률, 부가 가치율이 일반 중소기업에 비해 유의하게 높아지는 것으로 나타났다고 제시. 또한 보증 이후 연구개발 투자 비율도 현저히 높아지는 것으로 나타났다고 제시함으로써 기술보증이 중소기업의 성장성 유지와 단기 재무안정성 제고에 기여하는 것으로 결론을 내렸음
- 김태호, 한봉희(2009)는 중소기업의 기술평가등급과 재무성과 간의 연관성을 분석하여 기술평가등급과 최근 재무성과 간의 관련성이 높다는 것을 제시하였음. 다만, 기술평가등급과 미래 재무성과는 제한된 범위 내에서 양의 상관관계가 있다고 분석하였음
- 매출 추정 함수의 타당성과 예측력을 높이기 위해 기술평가보증에 따른 이원화된 추정 모형 설계 필요
 - 매출 추정 함수의 예측력을 높이기 위해 1) 기술평가보증과 관련된 변수들을 다른 변수들과 마찬가지로 설명변수로 활용하여 매출액 추정을 위한 단일 모형을 만드는 경우와 2) 기술평가 보증이 이루어진 전후로 구분하여 이원화된 매출액 추정 모델을 만드는 경우를 비교·분석해 볼 필요가 있음
 - 기술평가보증은 유상 증자, 기업 합병, 법률 개정 등과 같이 기업의 매출액 등 기업성과에 중요한 영향을 미칠 수 있는 특정 사건으로 볼 수 있음
 - 특정 사건의 발생이 기업의 성과, 이익 또는 위험에 얼마나 큰 영향을 미치는지를 실증적으로 분석하기 위해 사건 연구(event study) 방법을 활용하기도 함
- 매출 추정 함수를 도출하고, 그 예측력을 평가하는 데 있어 매출 성장률의 평균 회귀 과정(mean-reversion process)을 고려하여야 함
 - 매출액 성장률의 회귀 경향은 초기에 높은 성장률을 갖는 기업이나 낮은 성장률을 갖는 기업들이 3년에서 10년 이내에 시간의 경과에 따라 정상 수준으로 수렴하는 현상을 의미함
 - 매출 성장률의 평균 회귀 현상은 ‘향후의 성장은 현재의 규모와 관련이 없다’는 지브라트의 법칙(Gibrat’s law)에 부합하는 현상임
 - 또한 매출 성장률의 평균 회귀 현상은 기업 생애주기(life cycle)와도 연관 지어 생각해 볼 수 있음
 - 본 연구의 분석 대상이 된 603,346개의 관측치의 설립 이후 기간과 매출 성장률을 도식화하면 <그림 1>과 같이 평균 회귀 현상이 나타나는 것을 확인할 수 있음

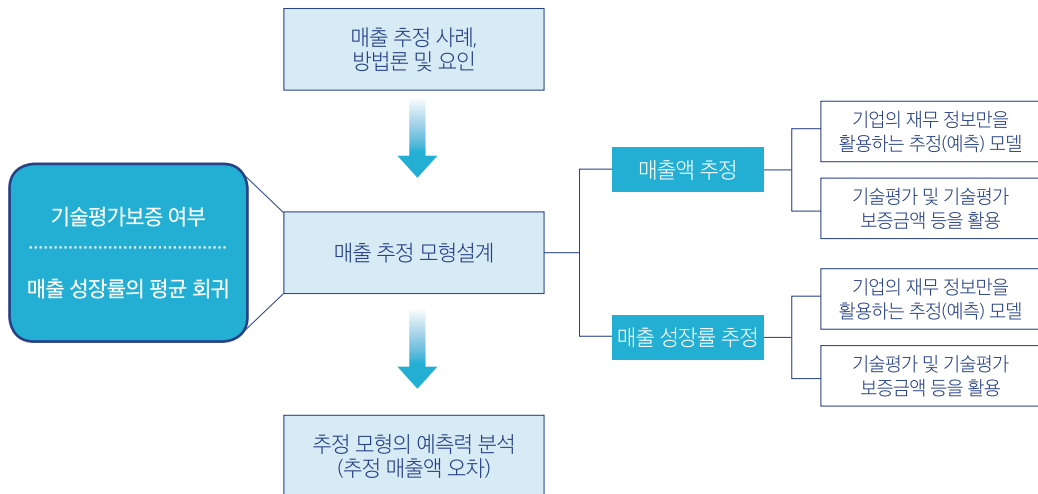
<그림 1> 분석 대상 기업의 매출 성장률 평균 회귀



- Palepu & Healy(2007)는 1989~2005년에 걸쳐 유럽 상장기업의 매출 성장률을 분석하여 평균 회귀 경향이 있음을 제시함
 - * 평균 이상 또는 그 이하의 매출 성장을 유지하는 기업은 3~10년 이내에 시간의 경과에 따라 정상(Normal) 수준으로 수렴하는 경향이 있으며, 이는 산업과 기업이 성숙기로 접어들어감에 따라 수요의 포화와 산업 내 경쟁으로 인하여 매출 성장이 일정 비율 이내로 제한되기 때문이라는 것임
- 최현동, 이장형(2010)은 IMF 전후를 비교하여 한국 제조기업들의 매출액 성장률의 평균 회귀 현상을 관찰하였는데 모두 평균으로 회귀하는 것으로 나타남
 - * IMF 이전에 1987년부터 1996년까지 4년에서 6년 이내에 매출액 성장률의 평균 이상 또는 평균 이하의 포트폴리오 기업들도 모두 평균으로 회귀하는 현상이 나타났으며, IMF 이후에도 1997년부터 2006년까지 4년에서 6년 이내에 매출액 성장률이 모두 평균으로 회귀하는 것으로 나타남
- 김권중(2015)은 상장기업의 매출 성장률에 따라 5개 그룹을 구분한 후 매출 성장률을 추적했는데, 2~3년 후에 모두 유사해지는 경향을 확인하였음
- 전승표 등(2017)의 경우에는 매출 성장률의 평균 회귀 현상이 기존 기업이 아닌 창업기업만을 대상으로 했을 때에도 나타나는지 확인하였으며, 분석 결과 창업기업 등 신생기업에서도 평균 회귀 현상이 나타남

- 이화득(2016) 등은 매출 성장률이 아닌 자산순이익률의 평균 회귀 현상을 살펴보았는데 분석 결과 자산순이익률은 평균으로 회귀하는 것으로 나타남
- 매출 성장률의 평균 회귀 과정을 고려하여 종속변수로 매출 성장률을 사용하는 모형 설계
 - 매출 성장률의 평균 회귀 현상이 나타난다면 각 연도의 매출액을 추정하는 방법보다는 초기 매출액과 각 연도의 매출액 성장률을 추정하는 것이 더 효율적일 수 있는데 매출액 성장률의 평균 회귀 현상 때문에서 추정하는 연도 후반기에는 불필요한 가정을 줄일 수 있기 때문임(전성표 등, 2017)
 - 매출 추정 함수의 타당성과 예측력을 높이기 위해 매출 성장률 추정 단계를 벤치마킹 단계와 평균 수렴을 따르는 단계로 나누어서 추정하고 비교·분석해 볼 필요가 있음

<그림 2> 매출액 추정(예측) 모형 개발 과정



<표 1> 매출 추정(예측) 모형의 특성과 예측력 결과에 대한 가설

종속변수 (기업성과)	추정 모형의 특성		예측력(추정 매출액 오차) 분석	예측력 결과 가설
매출액	기업의 재무정보만을 활용하여 매출액을 추정(예측)하는 모형	기술평가 보증 여부와 관계없이 단일 모형으로 매출액 추정	①기술평가보증 이전 매출액 추정 ②기술평가보증 이후 매출액 추정	1. 재무정보만을 활용하는 경우 기술평가보증을 받은 기업과 그렇지 않은 기업의 매출 추정 예측력에 차이가 없을 것이다. 2. 재무정보만을 활용하는 경우 기술평가보증 금액 등을 활용하는 경우보다 예측력이 낮을 것이다.
	기술평가(KTRS) 및 기술평가 보증금액 등을 재무정보와 함께 활용하여 매출액을 추정(예측)하는 모형	기술평가보증을 받은 기업만을 대상으로 매출액 추정	①기술평가보증 이전 매출액 추정 ②기술평가보증 이후 매출액 추정 ③기술평가보증 이후 매출액 추정 (KTRS 모형 구분)	1. 기술평가보증 금액 등을 활용하는 경우 재무정보만을 활용하는 경우보다 예측력이 높을 것이다. 2. 기술평가보증 직후 기업의 매출 추정 예측력이 높을 것이다.
매출 성장률	기업의 재무정보만을 활용하여 매출액을 추정(예측)하는 모형	벤치마킹 단계와 평균 수렴을 따르는 단계로 나누어서 이원화된 모형 설계	①기술평가보증 이전 매출액 추정 ②기술평가보증 이후 매출액 추정	1. 재무정보만을 활용하는 경우 기술평가보증을 받은 기업과 그렇지 않은 기업의 매출 성장률 추정 예측력에 차이가 없을 것이다. 2. 재무정보만을 활용하는 경우 기술평가보증 금액 등을 활용하는 경우보다 예측력이 낮을 것이다.
	기술평가(KTRS) 및 기술평가 보증금액 등을 재무정보와 함께 활용하여 매출액을 추정(예측)하는 모형		①기술평가보증 이전 매출액 추정 ②기술평가보증 이후 매출액 추정 ③기술평가보증 이후 매출액 추정 (KTRS 모형 구분)	1. 기술평가보증 금액 등을 활용하는 경우 재무정보만을 활용하는 경우보다 예측력이 높을 것이다. 2. 기술평가보증 직후 기업의 매출 성장률 추정 예측력이 높을 것이다.

- 매출 추정 함수 도출을 위해서 기업의 주요 성과 요인과 함께 승수(multiplier) 요인, 레버리지(leverage) 요인을 모두 활용할 수 있도록 노력
 - 기업의 주요 성과 요인은 기업의 과거부터 현재(매출 추정 시점)까지의 성과를 살펴볼 수 있는 요인들임
 - 과거부터 현재까지의 매출액 변화, 부채 변화, 자본금 변화, 매출액 영업이익률 등 기업의 수익성, 성장성 등을 보여주는 요인들로 주로 재무제표 분석을 통해서 도출되는 지표들임
 - 이러한 요인들은 매출액 예측이 기업의 과거부터 현재까지의 성과와 부합되어야 하며, 매출 추정의 객관성과 중립성을 반영하기 위해 필요한 항목들임
 - 매출 추정 시점까지의 기업성과와 비교하여 추정 매출이 현저하게 차이가 나거나 과거부터 현재까지의 성장 추세에서 현저하게 벗어나지 않도록 하기 위해 필요한 요인들임
 - 승수(multiplier) 요인은 기업의 향후 매출 변화에 영향을 미칠 수 있는 요인으로 매출 추정의 타당성을 높여주기 위해 필요한 항목들임
 - 이러한 요인들은 다른 요인에 영향을 미쳐서 매출 변화를 가져오게 할 수도 있고, 직접 매출 변화에 영향을 주기도 함
 - 기업의 자본 투자, 광고비, 연구개발 투자 등과 같은 요인들로 현시점 또는 단기적으로 매출이나 순이익에 부(-)의 영향을 미칠 수 있지만 향후 매출 증대를 가져오게 할 수 있는 요인들임
 - 레버리지(leverage) 요인은 타인 자금을 지렛대로 하여 자기자금의 효율성을 높이는 행위와 관련된 요인들임
 - 일반적으로 재무적 레버리지에 초점을 맞추어 부채비율(총부채/자기자본)이나 자기자본 비율(자기자본/총자산)을 사용함
 - 본 연구에서는 부채비율, 자기자본 비율과 같은 변수들 이외에 기술평가보증 금액 등도 활용
- 도출된 매출액 추정 모형에 따라 매출액 추정의 예측력을 비교 분석하고 시사점 도출

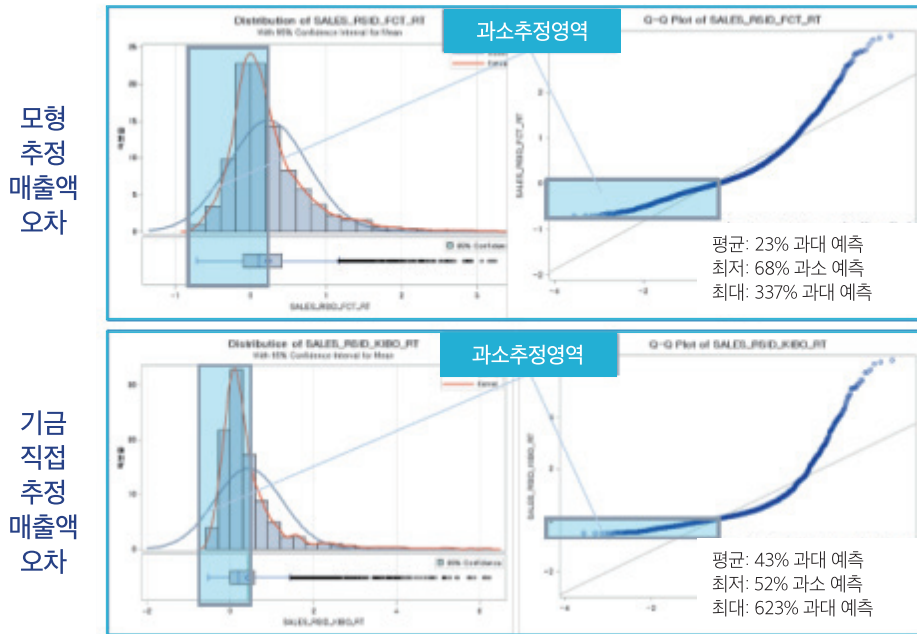
II. 기업성과 예측 사례 및 영향 요인 분석

1 기업성과 예측 사례

□ 기술평가(KTRS) 평가지표를 바탕으로 기업 매출액 추정(예측) 사례

- 김상봉 등(2015)은 기술보증기금의 기술평가시스템(KTRS)의 33개 평가항목을 바탕으로 매출액 추정
 - 기술평가시스템(KTRS)은 경영주역량, 기술성, 시장성, 사업성 및 수익성을 평가할 수 있도록 33개 소항목으로 구성
 - 각 소항목은 평가기준에 따라 A~E 중 하나의 등급을 부여
 - 창업 후 5년 이내 기업을 대상으로 하는 KTRS-SM은 23개 항목, 창업 후 5년이 초과되었지만 당기 매출액이 10억 원 이하인 KTRS-BM은 18개 항목에 대해서 평가
- 33개 평가항목을 요인분석을 통해 기업 요인은 5개, 프로젝트 요인은 3개의 요인으로 구분하고, 회귀 분석에 적용
 - 기업 요인과 프로젝트 요인의 가중치는 예비창업자, 창업기업, 성장기업에 따라 최적 가중치 반영
- 기술평가시스템(KTRS)의 33개 평가항목과 함께 표준산업분류의 중분류별로 군집분석을 통해 매출 증가율에 따른 5개 군으로 분류하고 이를 회귀분석에 적용
 - 군집분석은 매출 증가율의 평균과 표준편차를 이용하여 1군집(성장정체군), 2군집(저성장군), 3군집(중성장군), 4군집(고성장군), 5군집(초고성장군)으로 구분
- 재무제표(유형자산 증가율, 전년도 매출액), 평가지표(기업 요인, 프로젝트 요인), 군집분석 산업더미를 설명변수로 하여 매출 추정 모형 도출
- 매출 추정 모형 적용에 따른 추정 매출액 오차 측정
 - KTRS 제조업 모형 추정 매출액의 오차는 평균 23% 과대 예측, 최저 68% 과소 예측, 최대 337% 과대 예측으로 기술보증기금의 직접 추정매출액 오차인 평균 43% 과대 예측, 최저 52% 과소 예측, 최대 623% 과대 예측보다 예측력이 높은 것으로 나타남

<그림 3> 모형 적용 시 추정 매출액 오차



*추정매출액 오차 = [(추정매출 - 실제매출)/실제매출]

자료: 김상봉 등(2015), 미래성장성 기반 신기술평가모형 개발 및 정책목적용 기술평가 모형 개선

□ 창업기업의 매출액 성장률을 추정(예측)한 사례

- 전승표 등(2017)은 산업별 초기 매출액 분포와 산업별 첫 매출 후 성장률을 활용하여 매출 분포 범위를 추정하고, 이를 통해 매출액을 추정하였음
- 매출 성장률 추정에 있어 매출 성장률의 평균 회귀 현상을 활용하였는데 신규 사업의 매출 성장률도 특정 기간(6년 차)부터 큰 차이가 없고 평균에 회귀하는 경향을 확인하여 매출성장률은 6년 차부터는 일정한 값(4.4%)으로 추정하였음
- 국내 창업 기업의 매출 성장률은 창업 후 초기 몇 년은 산업 평균과 비교하여 크게 높지만, 평균 수렴 현상을 보이는 것을 활용
- 매출성장률 기반의 신규 사업 매출액 추정 모델인 Linear model과 Range model의 예측력이 수용 가능한 수준임을 제시하였음

□ 기술평가 보증을 받은 기업을 대상으로 총자산(total asset) 증가율에 영향을 미치는 요인을 분석한 사례

- 박창균·임형준(2017)은 2008년 중 기술보증기금이 기술평가보증을 제공한 4,995개 제조업 중소기업을 분석 대상으로 하여 총자산 증가율에 영향을 미치는 요인을 분석

- 기업 정보(설립일 등), 재무제표 정보, 기업 기술평가(KTRS) 정보 등을 바탕으로 자료를 구성
 - 기업의 업력, 규모, 무형자산 비중, 영업현금흐름, 레버리지 비율, 경영자 역량, 기업 기술력, 마케팅 역량, 프로젝트 사업성을 설명변수로 구성
- 기업의 업력과 규모는 성장률에 음(-)의 영향을 미치는 것으로 추정
- 재무정보 중 레버리지 비율은 음(-)의 영향, 영업현금흐름은 양(+의 영향을 미치는 것으로 나타남
- 정성(KTRS 평가 결과) 요인으로 기업 기술성(KTRS 기술성 평가 등급), 시장성(KTRS 시장성 평가 등급), 사업성(KTRS 사업성 평가 등급)의 영향이 두드러짐
 - 특히, 기업 기술성과 시장성이 고성장 기업의 성장에 대해서 큰 영향을 미치는 것으로 나타남

2 기업성과 영향 요인 분석

- 선행 연구 결과 분석을 바탕으로 매출액 등 기업의 미래 성과를 추정하는 데 활용할 수 있는 기술적, 재무적 요인들을 추출
 - 기업의 재무·회계 변수, 기업의 R&D, 지식재산 변수, 기업의 조직, 전략적 특성 변수의 세 가지 영역을 중심으로 조사
- 기업의 재무·회계 변수 관련 선행 연구 결과
 - Dickinson(2011): 기업의 현금흐름 수준에 따른 기업수명주기에 따라 회계정보(자산회전률, 매출총이익률 등)와 기업의 미래이익과의 관련성이 차별적으로 나타남
 - Ohlson(1995): 배당금으로 대표되는 미래초과이익의 현재가치와 장부가액, 회계이익의 합을 통해 기업가치를 추정할 수 있음
 - Penman and Zhang(2006): 순영업자산이익률과 순영업자산의 증감을 미래 수익률을 예측하는 주요 변수로 제시
 - 박원·박상규(2010): 국내 기업의 기업수명주기에 따라 기업의 시장가치와 주당순자산 및 주당순이익의 관련성이 차별적으로 나타남
 - 이세용(2014): 발생액의 질이 높을수록 주당순이익과 기업의 시장가치와의 양(+의 관련성은 높아지고, 발생액의 질이 낮을수록 주당순자산과 시장가치와의 관련성이 차별적으로 나타남

- Curtis et al.(2015): 기업의 이익분석을 위한 듀폰분석 수행 시, 경기변동 및 자산재평가 여부가 자산회전을 변동성 및 이익예측에 유의한 영향을 미칠 수 있음
- 기업의 과거 성과 혹은 투자에 해당하는 재무지표들이 성과에 미치는 영향을 분석(이태정, 2007; 손원상·김진태, 2013; 한진택, 2013; Palash et al., 2009)
 - 종속변수는 ROE, ROA, ROIC, 매출액 증가율, 매출액 영업이익률, 특허권, ROA, Tobin's Q 등 다양함
 - 독립변수는 유동비율, 부채비율, 설비투자액(EPI), 총 설비투자, 현금 보유액, 산업 내 경쟁강도 등이며 이외에도 R&D투자 혹은 R&D집약도와 같은 기술적 측면의 지표도 함께 활용함

□ 기업 R&D·지식재산 변수 관련 선행 연구 결과

- 조성표·류지호(2006): 3년 누적 기여율을 가중평균한 연구개발 지출과 기업의 조정 경상이익은 양(+)의 관련성이 있음
- 나영(2010): 무형자산이 기업가치와의 양(+) 관련성이 있으며, 무형자산 세부항목별로 이러한 관련성이 차별적으로 나타남
- 이병호, 이상원(2017): 내부특허, 산학특허, 매입특허의 양적 수준이 경영성과에 미치는 영향을 분석한 결과 매출과 수익에는 매입특허가 가장 큰 영향을 주는 것으로 나타남
- 김종현(2016): 고기술군, 중고기술군에서는 연구개발비 증가가 매출액 증가에 유의미한 양(+)의 영향을 미치지만 중저·저기술군에서는 연구개발비와 기업성과 간에는 연관성이 없는 것으로 분석. 업종별로는 헬스, 반도체, 소비재 업종에서 연구개발투자가 기업성과에 영향을 미치는 요소로 분석
- 이성상·이재현(2017): 특허 가치를 포함한 기업 특성 변수들이 기업의 시장가치 증가율에 미치는 효과를 회귀 분석한 결과 특허 가치가 시장가치 변화에 통계적으로 유의한 영향을 주는 것으로 나타남
- 전성일·이기세(2015): 토빈 Q를 사용하여 분석한 결과 기업의 연구개발 활동과 이에 따른 특허권 취득은 기업가치 상승에 기여
- 서정운·유성용(2015): 특허 청구항 성공률이 높을수록 기업의 가치를 보다 많이 창출
- 기업의 R&D투자액 및 특허수 등 투입 측면의 R&D특성이 기업성과에 미치는 영향을 분석(Miller, 2006; Bart et al., 2007; Michael and Jacobson, 2008; Lee and Wu, 2015)
 - 종속변수는 재무지표로서 Rnet sales revenue, Stock return, ROI 등 다양함
 - 독립변수는 경상연구개발비(R&D expenses(RDS)), 연구개발 투자(R&D capital(RKS)), 연구개발집약도(R&D intensity), 특허 수 등을 활용함

□ 기업 조직·전략적 특성 변수 관련 선행 연구 결과

- 기술전략으로서 기술차별화 혹은 전유성(Appropriability), 축적(Cumulativeness), 기술다양성(Technological diversification), 기술기회(technological opportunity) 등과 같은 전략적 특성이 재무성과에 미치는 영향을 설문을 통해 분석(Bart et al., 2007; Wu et al., 2007; Song et al., 2014)
 - 기업성과 변수는 매출액 영업이익률(ROS), 매출액, 매출 총이익 등을 활용. 독립변수는 기술차별화 혹은 전유성(Appropriability), 축적(Cumulativeness), 기술다양성(Technological diversification), 기술기회(technological opportunity) 등의 변수를 활용함
- 기업의 성장단계에 따른 선택, 학습, 조정 등 기업 내 조직구조와 전략관련 특성이 기업성과에 영향을 미친다고 가정한 연구(이윤철·구자원, 2009; 조세근 외, 2015; Neil et al., 2009; Zied and Jean, 2011)
 - 종속변수는 정량변수로 매출액, 매출액 성장률을, 설문기반의 정성변수는 경영위기 및 경영상태를 자기기업식으로 질의하여 수집된 응답결과를 활용함
 - 독립변수는 기업의 전략구조로서 선택 메커니즘, 학습 메커니즘, 조정 메커니즘 및 진취성, 경쟁적 공격성 등을 측정하여 활용함
- Neil et al.(2009): 기업의 시장 지향성(Market orientation) 및 시장역량(Marketing capabilities) 등이 재무적 성과인 ROA 등에 미치는 영향을 구조방정식 모형(SEM)으로 분석
- Zied and Jean(2011): 기업의 전략 그룹 소속여부(Firm strategic group membership), 유동성 장벽 수준(Mobility barriers height) 등과 같은 전략적 관점의 특성들이 return on assets, Price to book ratio 와 같은 재무성과에 미치는 영향을 분석
- CEO의 국적(Georgakakis and Ruigrok, 2016)이나 이사회 의 인구통계적 특성(Miller et al., 2009), 기업 지배구조(Choi et al., 2012) 등이 기업성과에 미치는 영향을 분석한 연구도 수행됨

Ⅲ. 매출액 추정 함수 도출과 예측력 검증

1 분석 개요 및 결과 요약

□ 매출 추정 함수 도출을 위해서 전년도 매출액 등 기업성과 요인과 함께 경상개발비, 광고비, 종업원 지출(급여, 복리후생) 등의 승수 요인, 기술보증금액 등의 레버리지 요인과 함께 재량 발생액, 실질이익 조정 등을 활용

○ 실질이익조정(real earnings management)

- 실질이익조정은 경영자가 목표로 하는 이익을 위해 정상적인 영업 활동에서 벗어난 비정상적인 영업 활동을 인위적으로 수행함으로써 이익을 상향 또는 하향으로 조정하는 행위(Roychowdhury, 2006)

$$\frac{\Delta INV_{i,t}}{TA_{i,t-1}} = \alpha_0 \frac{1}{TA_{i,t-1}} + \alpha_1 \frac{\Delta Sale_{i,t}}{TA_{i,t-1}} + \alpha_2 \frac{\Delta Sale_{i,t-1}}{TA_{i,t-1}} + \varepsilon_{i,t}$$

TA: 총자산, INV: 재고자산, SALE: 매출액

○ 재량발생액(discretionary accruals)

- 재량발생액은 이익과 영업활동으로 인한 현금흐름의 차이로 정의될 수 있음

- 재량발생액은 회계분야에서 기업의 이익조정 현상을 분석하는 측정치로 자주 사용되며, 회계투명성 또는 신뢰성, 감사품질의 측정치로도 사용됨

- 재량발생액은 다음 식을 통해 산출

$$\frac{Accrual_{i,t}}{TA_{i,t-1}} = \alpha_0 + \alpha_1 \frac{1}{TA_{i,t-1}} + \alpha_2 \frac{\Delta Sale_{i,t} - \Delta AR_{i,t}}{TA_{i,t-1}} + \alpha_3 \frac{PPE_{i,t}}{TA_{i,t-1}} + \alpha_4 ROA_{i,t} + \varepsilon_{i,t}$$

Accrual: 발생액(현금흐름을 차감한 이익), AR: 매출채권

PPE: 건설 중 자산, 토지 제외한 유형자산

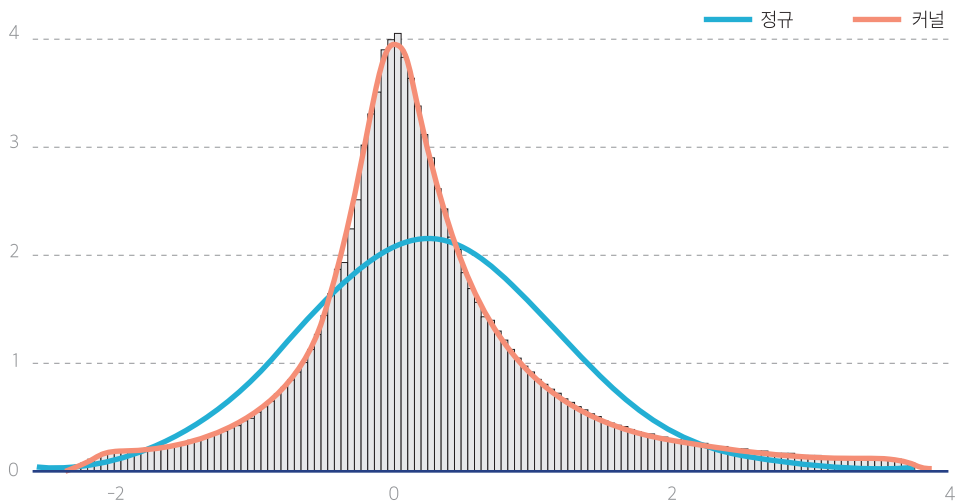
- 매출 추정 함수의 타당성과 예측력을 높이기 위해 기술평가보증에 따른 이원화된 추정 모형 설계 및 예측력 검증
 - 기술평가보증 여부, 기술평가보증 전·후 등에 따라 매출액 추정 함수를 각각 설계하였으며 이에 따라 구분된 모형별로 예측력 검증
- 도출된 추정 함수 적용 시 예측력이 가장 높았던 모형은 재무정보와 기술평가 유형 및 기술보증금액을 함께 활용한 모형인 것으로 분석됨
 - 재무정보만을 활용하는 경우, 기술평가 유형 및 기술보증금액을 함께 활용하는 경우 모두 기술평가보증 이후 2개년도 매출액 추정의 예측력이 높게 나타났음
 - 기술평가보증을 받은 기업을 대상으로 기술평가 유형 및 기술보증금액을 함께 활용하여 기술평가보증 직후 2개년의 평균 매출을 추정한 결과가 예측력이 가장 높았음
 - 추정 매출액의 오차는 평균 5.15% 과대 예측, 최저 78.6% 과소 예측, 최대 183.1% 과대 예측
- 기업의 재무정보만 활용하여 매출액을 추정하는 모델의 경우 예측력 검증 결과 평균 27% 과대 예측, 최저 219.5% 과소 예측, 최대 367.76% 과대 예측하는 것으로 나타남
 - 기술평가보증을 받은 기업과 기술평가보증을 받지 않은 기업을 구분하는 경우 기술평가보증을 받은 기업의 추정 매출액 오차가 더 낮은 것으로 나타남
 - 기술평가보증을 받은 기업의 경우 추정 매출액 오차는 평균 24.2% 과대 예측, 기술평가보증을 받지 않은 기업의 경우에는 평균 31.6% 과대 예측으로 분석됨
 - 이는 김상봉 등(2015)이 도출한 KTRS 제조업 모형 추정 매출액의 오차(평균 23% 과대 예측, 최저 68% 과소 예측, 최대 337% 과대 예측)와 유사하고, 기술보증기금의 직접 추정매출액 오차(평균 43% 과대 예측, 최저 52% 과소 예측, 최대 623% 과대 예측)보다 예측력이 높은 것으로 나타남
 - 기술평가보증을 받은 기업을 대상으로 기술평가보증 직전 및 직후 2개년의 평균 매출을 추정한 결과 기술평가보증 직후 2개년의 추정 매출액의 오차가 평균 5.3% 과대 예측, 최저 219.5% 과소 예측, 최대 375.8% 과대 예측으로 기술평가 보증 직전의 평균 38.7% 과대 예측보다 예측력이 높게 나타났음
- 기업의 재무정보와 기술평가 모형 및 기술보증금액을 활용하여 매출액을 추정하는 모델의 경우 예측력 검증 결과 평균 13.2% 과대 예측, 최저 78.6% 과소 예측, 최대 185.8% 과대 예측하는 것으로 나타남
 - 기업의 재무정보만을 활용하여 매출액을 추정하는 모형이나 기존 연구에서 제시된 모형에 비해 예측력이 가장 좋은 것으로 나타남

- 기술평가보증을 받은 기업을 대상으로 기술평가보증 직전 및 직후 2개년의 평균 매출을 추정한 결과 기술평가보증 직후 2개년의 추정 매출액의 오차가 평균 5.15% 과대 예측, 최저 78.5% 과소 예측, 최대 183.1% 과대 예측으로 기술평가 보증 직전의 평균 15.35% 과대 예측보다 예측력이 높게 나타났음

<표 2> 매출액 추정 함수별 예측력 검증

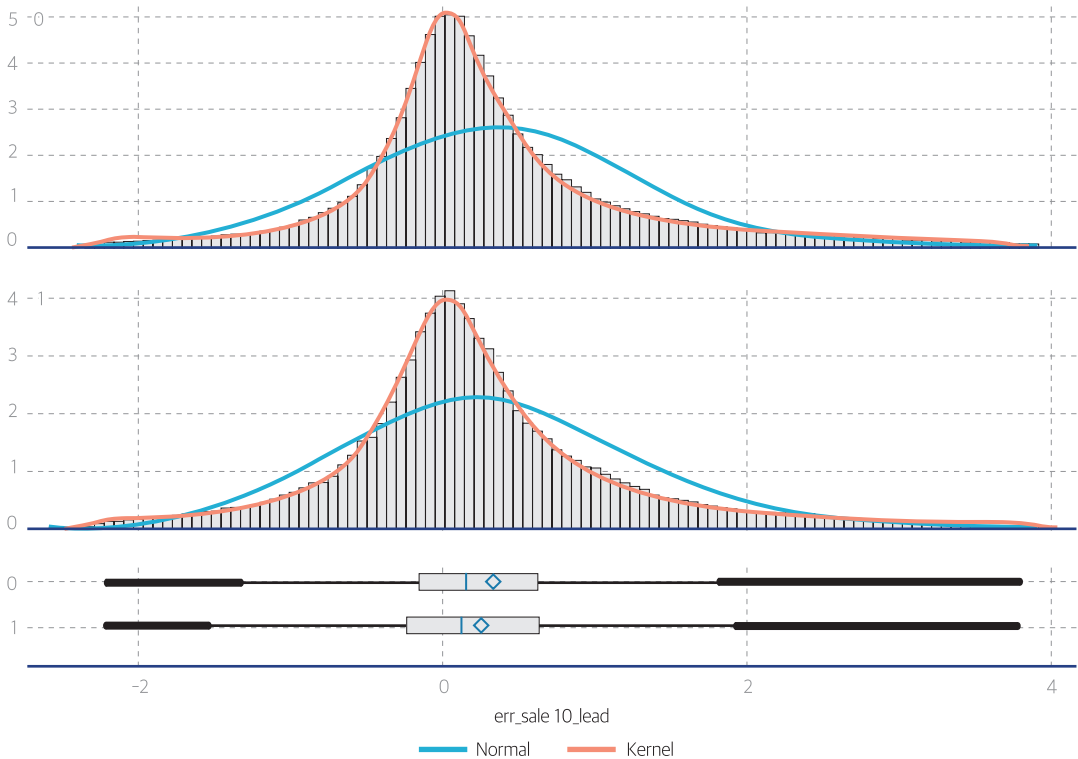
매출 추정(예측) 모형	평균 오차	최저	최대
전체 기간 (재무정보, 전체 기업)	27% 과대 예측	219.5% 과소 예측	376.6% 과대 예측
전체 기간 (재무정보, 기술평가보증 받은 기업)	24.2% 과대 예측	219.5% 과소 예측	376.6% 과대 예측
전체 기간 (재무정보, 기술평가보증을 받지 않은 기업)	31.6% 과대 예측	219.5% 과소 예측	376.6% 과대 예측
기술평가보증 직전 2개년 (재무정보, 기술평가보증 받은 기업)	38.7% 과대 예측	219.1% 과소 예측	376.6% 과대 예측
기술평가보증 직후 2개년 (재무정보, 기술평가보증 받은 기업)	5.3% 과대 예측	219.5% 과소 예측	375.8% 과대 예측
전체 기간 (재무+기술평가보증정보, 기술보증 받은 기업군)	13.2% 과대 예측	78.6% 과소 예측	185.8% 과대 예측
기술평가보증 직전 2개년 (재무정보, 기술평가보증 받은 기업)	15.35% 과대 예측	78.6% 과소 예측	185.8% 과대 예측
기술평가보증 직후 2개년 (재무정보, 기술평가보증 받은 기업)	5.15% 과대 예측	78.6% 과소 예측	183.1% 과대 예측

<그림 4> 재무정보만을 활용하는 모형 적용 시 추정 매출액 오차(전체 기업)



- 기술평가보증을 받은 기업과 기술평가보증을 받지 않은 기업을 구분하는 경우 기술평가보증을 받은 기업의 추정 매출액 오차가 더 낮은 것으로 나타남
 - 기술평가보증을 받은 기업의 경우 추정 매출액 오차는 평균 24.2% 과대 예측, 기술평가보증을 받지 않은 기업의 경우에는 평균 31.6% 과대 예측으로 분석됨
 - 기술평가보증을 받은 기업이 그렇지 않은 기업보다 추정 매출액의 오차 평균이 유의하게 낮은 것으로 나타남

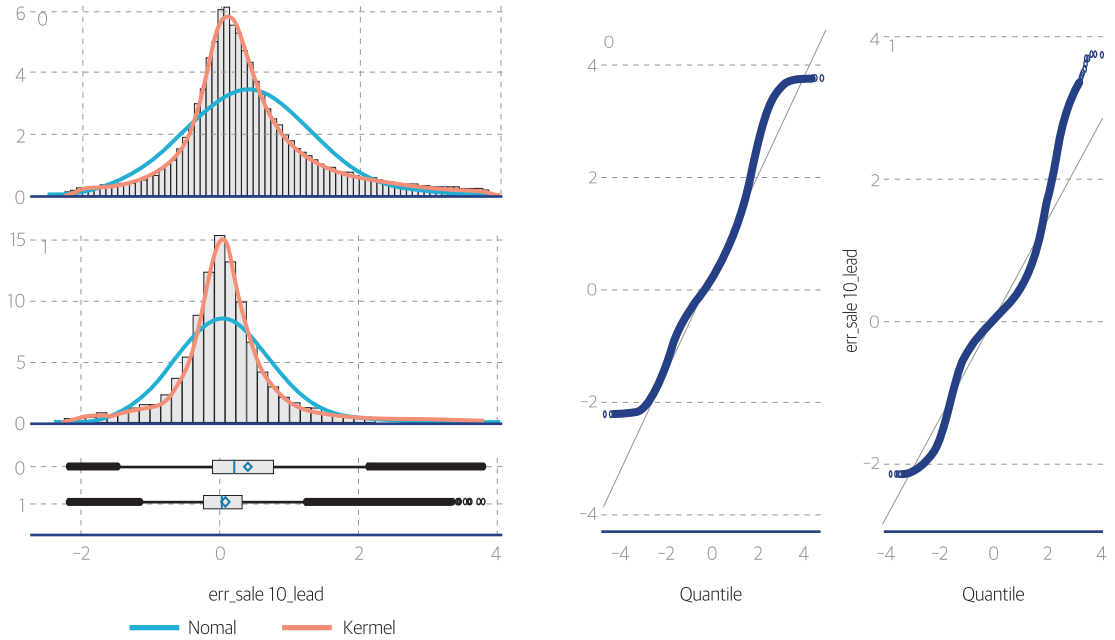
<그림 5> 재무정보만을 활용하는 모형 적용 시 추정 매출액 오차
(기술평가보증 여부에 따른 구분)



※ '0'은 기술평가보증을 받지 않은 기업, '1'은 기술평가보증을 받은 기업

- 기술평가보증을 받은 기업을 대상으로 기술평가보증 직전 및 직후 2개년의 평균 매출을 추정하고 결과 기술평가보증 직후 2개년의 추정 매출액의 오차가 평균 5.3% 과대 예측, 최저 219.5% 과소 예측, 최대 375.8% 과대 예측으로 기술평가 보증 직전의 평균 38.7% 과대 예측보다 예측력이 높게 나타났음

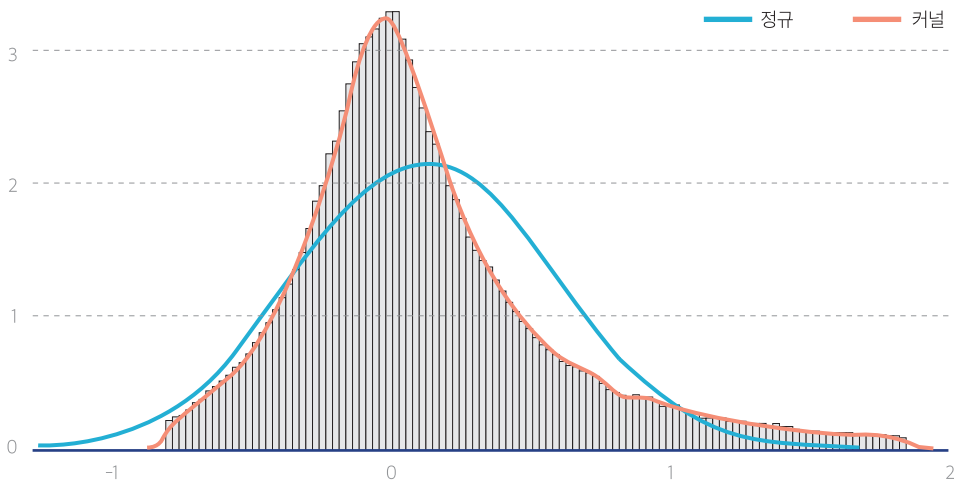
<그림 6> 재무정보만을 활용하는 모형 적용 시 추정 매출액 오차
(기술평가보증 직전 및 직후 2개년 비교)



□ 예측력 검증

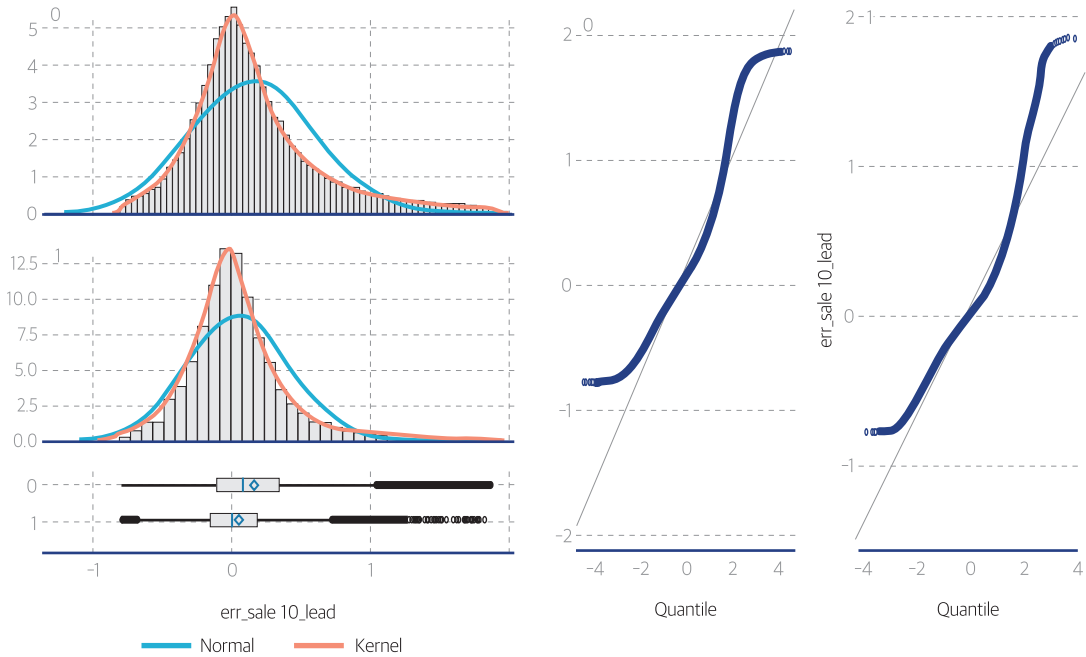
- 기업의 재무정보와 기술평가 모형 및 기술보증금액을 활용하여 매출액을 추정하는 모델의 경우 예측력 검증 결과 평균 13.2% 과대 예측, 최저 78.6% 과소 예측, 최대 185.8% 과대 예측하는 것으로 나타남

<그림 7> 재무정보와 기술평가보증을 활용하는 모형 적용 시 추정 매출액 오차



- 기술평가보증을 받은 기업을 대상으로 기술평가보증 직전 및 직후 2개년의 평균 매출을 추정한 결과 기술평가보증 직후 2개년의 추정 매출액의 오차가 평균 5.15% 과대 예측, 최저 78.5% 과소 예측, 최대 183.1% 과대 예측으로 기술평가 보증 직전의 평균 15.35% 과대 예측보다 예측력이 높게 나타남

<그림 8> 재무정보와 기술평가보증을 활용하는 모형 적용 시 추정 매출액 오차
(기술평가보증 직전 및 직후 2개년 비교)



2 예측력 가설 검정

- 매출 추정(예측) 모형에 따른 예측력(추정 매출액 오차) 가설과 비교해보면 기술평가(KTRS) 유형과 기술평가 보증 금액을 기업 재무정보와 함께 사용하는 경우가 재무정보만을 활용하는 경우보다 예측력이 높았음
- 또한 기술평가 보증 직후 기업의 매출 추정 예측력이 더 높게 나타남
- 반면에 재무정보만을 활용하는 경우 기술평가보증을 받은 기업과 그렇지 않은 기업의 매출 추정 예측력에 차이가 없을 것으로 예상하였는데 실제로는 유의미한 차이가 있는 것으로 나타남
 - 특히 재무정보만을 활용하는 경우에도 기술평가보증 직후 2개년의 추정 매출액 오차가 가장 낮았음

☞ 참고문헌

- [1] 김권중 (2015), K-IFRS 재무제표분석과 가치평가, 창민사
- [2] 김상봉·Phillip Ji·조경준 (2011), “부도예측모형을 이용한 기업부실화의 원인분석”, 시장경제연구, 제40집 1호
- [3] 김상봉 등 (2015), 미래성장성 기반 신기술평가모형 개발 및 정책목적용 기술평가모형 개선, 기술보증기금
- [4] 김태호·한봉희 (2009), “중소기업에 기술평가등급과 재무성과 간의 연관성”, 대한경영학회지 제22권 5호
- [5] 봉우리 (2012), 중소기업 기술보증 지원의 효과 분석과 개선 방안, 성균관대학교 석사학위 논문
- [6] 안종범·우석진·정지운 (2011), “기술보증이 기업의 재무적 성과에 미치는 효과”, 재정학연구, 제4권 2호
- [7] 이성상·이재현 (2017), “특허 가치와 기업의 시장가치 변화에 관한 연구”, 지식재산연구, 제12권 1호
- [8] 이화득·유지연·정안정 (2016), “연구개발 지출이 수익성의 평균 회귀현상에 미치는 영향”, 세무와 회계저널, 제17권 5호
- [9] 전승표·성태응·최산 (2017), “데이터 기반의 신규 사업 매출추정방법 연구: 지능형 사업평가 시스템을 중심으로”, 지능정보연구, 제23권 1호
- [10] 최현돌, 이장형 (2010), “IMF외환위기 전후의 매출액성장률과 자기자본이익률의 평균 회귀 형태 변화”, 경영교육논총, 제59집권
- [11] 한봉희·노승중 (2008), “중소기업에 대한 기술보증기금의 보증지원 효과 분석”, 중소기업연구 제30권 3호
- [12] Palepu & Healy (2007), Business Analysis and Valuation: Ifrs Edition, Cengage Learning EMEA

4

기보-UNIDO GCIP 기후기업 기술 매칭 시스템 구축 연구

(주)전략기술경영연구원

I. 산업환경 변화와 국제협력	170
1. 산업환경의 변화와 중소기업	170
2. 산업환경의 변화와 국제 네트워크화	171
3. 기업의 사업·기술 개발을 위한 국제협력	172
4. 개도국과의 사업·기술 협력	174
5. 기후기술협력 중장기 계획	176
II. 기업의 녹색기술(Green Technology) 국제협력 실태	180
1. 기업의 국제 R&D 협력 현황	180
2. 기업의 녹색기술 관련 국제협력 성과	182
3. 기업의 국제협력 애로 요인	183
III. 기보-UNIDO 기후기업 간 매칭사업 시스템 구축 필요성 및 방향	185
1. 기보-UNIDO 기후기업 간 매칭 사업 개요	185
2. 시스템 구축의 필요성과 방향	185
IV. 결론	189

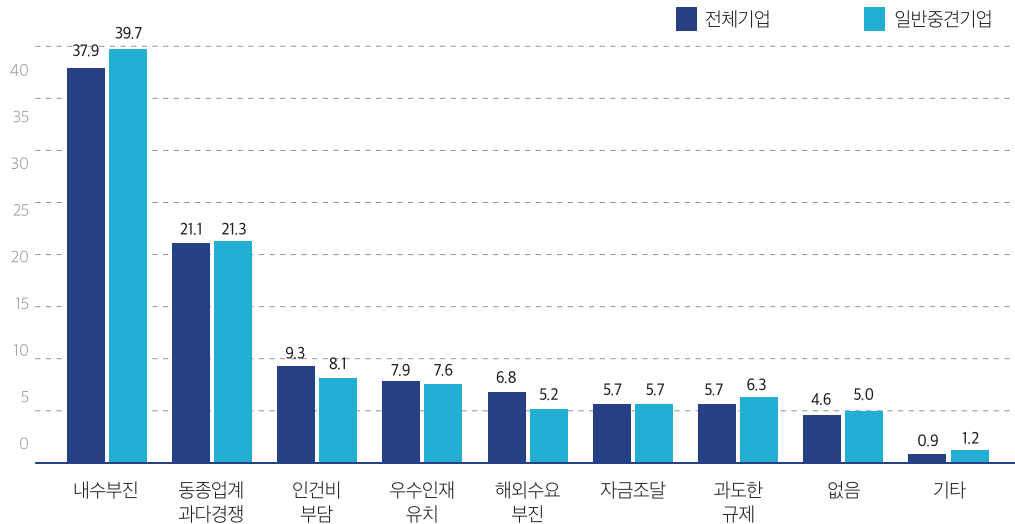
I. 산업환경 변화와 국제협력

1 산업환경의 변화와 중소기업

- 21세기 글로벌 국가 간 경쟁은 기존의 전통적 산업기반 이외 정보통신을 중심으로 또 다른 경쟁의 시대를 맞이하였고, 이제는 인류의 지속가능한 성장과 삶의 질 향상을 위한 환경 분야로 확대되고 있음
 - 여기에는 세계 경기의 발전 여부, 지역적 이해관계, 그리고 자원의 수급 불안 등 다양한 불확실성이 상존하고 있어, 국가와 지역 간 산업적·기술적 불균형이 상존하고 있음
- 최근 4차 산업혁명의 대두는 기존의 생산 환경 변화와 더불어 경영의 패러다임을 변화시키고 있으며, 기술발전 가속, 제품수명주기 단축, 지식원천의 다양화 등 다양한 요인들에 의하여 기업의 경영환경에 대한 불확실성을 높이고 있음
 - 이러한 산업환경 변화에 따라 전통적 혁신방식, 즉 기업의 내부 자원을 통한 혁신만으로 경쟁에 대처하기 어려워지고 있음
- 이에 기업은 제품과 시장에서의 지위 강화 목적으로 협력·공조에 의한 공동 시장 개척 및 공동연구개발, 기술이전 등을 통해 혁신의 방식을 다양화하고 있으며, 이를 통해 아이디어에서부터 제품개발, 생산, 판매의 전 주기에 소요되는 시간을 획기적으로 단축하여, 신속한 시장 기회의 탐색과 진입을 도모하는 등 사업 과정에서 발생하는 불확실성을 감소하려는 것이 최근의 동향이라 하겠음
- 그러나, 사업의 본격적 추진에 앞서 기업들은 기술개발, 사업기획 등 사업의 초기 단계(Early Stage)에서 많은 어려움을 겪고 있음
 - 자체 기술개발에 한계가 있어 변화에 신속한 대처가 어렵고, 또한 중소기업은 대기업에 비해 R&D 투입(시간, 인력, 자금 등)이 부족하여, 특정 분야에 한정된 제한적 기술지식만을 보유하고 있는 등 한계가 있음
 - 국내 시장은 이미 인구성장의 정체, 대규모의 제조기업 및 설비들의 지속적인 해외 이전 등으로 중소기업들은 해외시장의 개척(제조, 마케팅/영업 등)에 기업의 사활을 걸고 있음
- 기업이 성장과 발전을 위한 경영활동에서 애로 요인 중, 내부적 요인을 제외하면, 치열한 시장경쟁에 의한 수익성 악화를 꼽고 있으며, 이의 탈피를 위한 방편으로 지속적 신시장(해외)의 개척을 통한 새로운 수요 확보의 중요성을 꼽고 있음

- 해외 수요의 확보를 위해서는 현재 국내 중심의 경영활동으로는 한계가 있으며, 이의 개선을 위한 활동으로 해외 딜러, 영업망 협력 등을 추진하고 있으나, 현지화에 실패하는 사례가 빈번함

<그림 1> 성장을 위한 기업의 경영 애로사항



자료참고: 2015 중견기업 실태조사, 중소기업청, 2016

- 경영혁신을 위한 정보원천 활용 측면에서도 규모가 큰 기업일수록 더 많은 정보원천을 두루 활용하는 등 어려움을 보이고 있지 않으나, 중소기업으로 갈수록 활용정도가 저조할 뿐 아니라 외부 정보 원천에 대한 접근성에서도 부족한 것이 현실임

2 산업환경의 변화와 국제 네트워크화

- 기업 간 협력을 통한 사업·기술의 완성도 향상을 위해서는 시장의 공동개발, 공동연구 및 협력개발 등 자원의 제약을 극복하고, 경쟁에 필요한 기업 규모와 효율성을 확보할 수 있는 활동의 전개가 필요함
 - 사업·기술에 대한 협력은 상호학습을 촉진하고, 단기간에 더 많은 지식과 정보를 축적하여 사업 환경의 변화에 빠르게 대처할 수 있도록 하며 사업을 위한 시장 개척, 그리고 연구개발 활동에서 기인되는 리스크를 분산시킬 수 있는 효과를 기대할 수 있음
- 한편 기술 및 경영혁신의 속도가 한층 빨라지고, 기술 및 산업의 융합화 또한 확산되면서 협력을 통한 사업의 글로벌화가 가속화되고 있음

□ 범세계적으로 진전되고 있는 글로벌화 흐름의 가속은 새로운 경쟁과 더불어 새로운 기회 확보도 기대할 수 있음

- 글로벌화의 결과로 다양한 분야에서 국가와 국가 간, 산업과 산업 간, 기업과 기업 간 상호의존성이 크게 높아졌으며, 동시에 범세계적으로 정보, 기술, 자본, 재화, 서비스, 인력 등의 교류가 신속하게 확대되고 있기 때문이라 할 수 있음

□ 이러한 글로벌화의 진전 움직임과 함께 산업 및 혁신을 둘러싼 글로벌 환경 또한 크게 변화하고 있음

- 특히 기술·사업 혁신의 과정 자체가 대형화, 복잡화, 고비용화되고 이와 함께 제품이나 사업의 수명 주기 또한 빠르게 단축됨에 따라 글로벌 협력의 중요성이 더욱 부각되고 있음
- 기업들의 전략적 제휴, M&A, 벤처, R&D 아웃소싱 등 다양한 글로벌 차원의 전략적 수단을 채택하고 있는 것도 주요 원인임
- 다국적기업들은 과거처럼 과학기술자원의 국내 유입에 집착하기보다 글로벌 차원에서의 전반적인 효율성 제고에 더 집중하는 경향도 뚜렷함

□ 현재 경영 활동의 국제화 동향은 對EU, 對북미, 對아시아·남미 등 권역·국가별 특성에 부합하는 산업·기술 협력이 추진되고 있으나, 주로 국가 주도로 공공사업 형태로 인프라의 확충 등 영역에서 추진되어 왔음

- 북미, EU 등은 권역별 협력 유망기술 분야 기술습득을 중심으로, 현지 기술협력과 참여가 용이한 채널 확보
- 북미의 경우, 연방정부와 주정부를 개별협력주체로 활용하고, EU의 경우, 국가 간 다자프로그램 (EUREKA, FP 등) 등을 활용한 협력전략 수립
- 아시아, 남미 등 신흥국·개도국은 R&D, 기술이전·사업화, 인력양성 등 다양한 협력유형을 활용하여 시장 연계형 협력 추진
* 한-베트남 모델: M&C 분야 Action Plan 수립, 인력양성, 국제공동연구 등: '12년 한-베 소재부품협력(10억 원), 인력양성(8억 원), 인큐베이터파크 건설(32억 원)

3 기업의 사업·기술 개발을 위한 국제협력

□ 기업은 글로벌화에 대응한 경영혁신 활동에 있어서 다양한 이유로 외부와의 협력을 추진하고 있음

- 신기술 개발이나 제품·공정의 혁신에 있어서 기업 내부에 보유하고 있는 기술 및 사업 인프라만으로는 한계가 있을 때 주로 아웃소싱 등을 고려하게 되며, 여기에는 자체적인 사업 및 기술개발의 능력이 충분하다 하더라도 기회비용 등을 고려하여 대응

□ 기업들이 외부와의 협력을 추진하게 되는 이유를 다음과 같이 요약하고 있음

- 거래비용(transaction cost), 자원기반(resource-based), 산업조직(industrial organization) 관점 등
- 특히 자원은 최근의 산업 융·복합화 추세여서 글로벌 협력의 배경을 대표할 기업의 전략 중 하나라 할 수 있음

<표 1> 기업의 협력 이유

구분	주요 개념
거래비용	외부와의 협력을 통한 거래비용이 기업 내부의 자체개발 비용보다 적을 경우에 기업은 외부와의 협력을 적극적으로 활용
자원기반	협력의 당사자 간 보유하고 있는 기술을 포함한 이질적 자원의 상호 보완성에 초점을 두고 있음. 따라서 외부와의 협력을 통해 내부 보유 자원의 제약을 해결하고 기업 자원의 결합 가치를 극대화하여 새로운 가치를 창출하게 된다는 것
산업조직	기업이 글로벌 시장에서 이윤을 창출하기 위해서 표준화된 제품을 생산하거나 국가별로 상이한 소비자들의 니즈에 효과적으로 대응하기 위해, 해당 표준화에 소요되는 기술개발비용을 절감하거나, 현지 수요에 맞는 제품 개발을 위하여 R&D 단계에서부터 글로벌 협력을 추진하는 것을 말함

출처: 김정석, 2011; 이경희 외, 2011, 재정리

□ 기술혁신의 과정에서 상호의존 관계에 있는 기업들은 자신의 기술역량을 보완할 수 있는 파트너와 협력함으로써 외부의 보완적 기술을 활용할 수 있으며, 또한 시장지배력의 강화, 신시장의 개척을 위한 제품의 국제표준화를 위해 협력하는 것도 중요한 기술적 동기가 됨

<표 2> 기업의 사업·기술 협력 동기

협력 동기	주요 사유
기술적	<ul style="list-style-type: none"> · 글로벌화에 따른 시장 Concept 개발 · 현지화 및 국내 애로 기술 확보 · 상품화 기술 선점 · 현지 및 표준화 대응
경제적	<ul style="list-style-type: none"> · 사업화 비용 절감 · 시장진입 기간 단축 · 사업 현지화 및 수출 증대
전략적	<ul style="list-style-type: none"> · 국내 경쟁기업 견제 · 제품시장 선점 · 사업 네트워크 강화

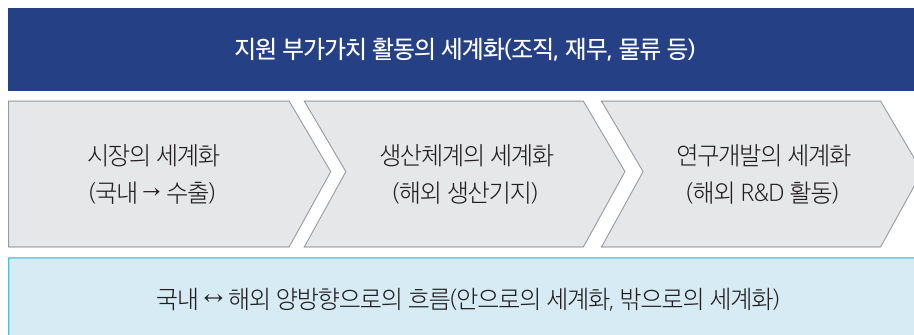
- 경제적 측면으로는 시장의 글로벌화로 인한 국내외 시장 진입 및 확대, 혹은 수출 증대를 통한 직접적인 이윤의 확대를 들 수 있음. 뿐만 아니라, 독자적 사업화에 소요되는 비용을 절감하거나 기술개발 기간을 단축함으로써 기업 내부의 기회비용을 줄일 수 있음
- 전략적 동기는 당장의 기술적, 경제적 성과보다는 기업의 장기적 전망과 타 기업과의 경쟁관계에서 비롯되며, 협력을 통하여 국내 경쟁기업을 견제하고, 미래의 잠재적 경쟁기업으로부터 시장지배력을 확보하기 위하여 제품시장의 선점, 중장기적 관점에서 글로벌 사업 네트워크 구축 등을 추구할 수 있음
- 글로벌 협력은 시장 환경, 기업 내부 역량, 협력의 목적, 파트너와의 관계, 정부지원 여부 등에 따라 단순한 기술인력 교류를 통한 협력에서부터 지분을 공유·분배하는 기업 간 결합방식인 합작투자에게까지 다양한 방식으로 수행될 수 있음
- 사업·기술 협력의 관점에서 그 모델을 정리해 보면, 지분투자 방식인 합작투자(equity joint venture), 공동연구개발(joint R&D agreement), 상호 교차 라이선싱이나 기술 공유 등의 양자 간 기술제휴(bilateral technology flow), 라이선싱 및 2차 공급계약을 통한 일방적 기술제휴(unilateral technology flow) 등으로 구분할 수 있음
- 다양한 형태의 글로벌 협력을 통하여 제품이나 공정의 개발·개선 등 공동 제품개발에 의한 기업의 매출 확보는 물론, 라이선싱을 통해 기술도입이나 기술수출 등 기술이 직접 이전되기도 함. 또한 파트너 간에 보유하고 있는 시장정보와 노하우 및 자료의 교환을 통하여 전략지역에서의 시장 지위를 확보할 수도 있음
- 기업은 효과적 사업 협력을 위해 다양한 유형의 해외파트너와 협력을 수행하며, 협력기관의 특성별로 나누어 보면, 해외 경쟁기업과의 수평적 협력, 해외의 부품·소재 공급 기업이나 제품의 수요처인 고객기업과의 수직적 협력 등이 있음
 - 특히, 경쟁관계에 있는 기업과의 수평적 협력을 통해서도 유사한 업종에 종사하고 있기 때문에 해당 업종에서의 보완적 기술을 확보할 수 있고, 이를 통해 시장에서의 지배력을 강화할 수 있음
 - 부품·소재 공급 기업이나 고객기업과의 수직적 협력을 통해서도 거래비용을 감소하여 기술개발비용을 줄이고 기술개발에 따른 위험을 협력 기업을 통하여 회피하거나 줄일 수 있음

4 개도국과의 사업·기술 협력

- 글로벌 국제협력의 최근 동향을 살펴보면 목표, 방식, 대상, 주체의 네 가지 차원에서 뚜렷한 변화가 발견되고 있으며, 특히 개도국이 협력 대상에 분명하게 포함되고 있다는 점이 매우 중요(김기국, 2011)
- 첫째, 목표 차원에서는 단순한 교류 및 협력 차원을 넘어, 상호 혁신역량 강화에 초점을 두는 방향으로 목표가 발전하고 있음

- 즉 인도적 및 외교적 동기에 근거한 협력의 비중이 감소하고, 상대적으로 경제적 및 기술적 동기에 기반을 둔 협력이 증가하는 추세
- 둘째, 방식 차원에서는 일방적인 국내 유입 위주에서 벗어나, 유입과 유출, 네트워크를 함께 중시하는 방향으로 협력의 방식이 변화하고 있음
 - 국내 유입만을 강조하는 블랙홀식 입장에서 벗어나, 허브형 전략을 채택하는 경우가 확산
- 셋째, 대상 차원에서는 선진국 위주에서 탈피, 개도국을 모두 포함한 협력의 대상과 협력의 범위가 확대
 - 글로벌 R&D 투자에서 차지하는 개도국의 비중이 1992년 3%에서 2002년 9%로 10년 동안 무려 세 배가 증가
- 넷째, 정부기관에만 의존하지 않고, 각 기업이 자신의 사업을 위한 활동이 증가하는 방향으로 협력의 주체가 변화
 - 이후 1970년대 개도국의 기본적 수요 충족을 위한 후생지향적 협력, 1980년대 개도국 경제의 효율화에 기초한 시장지향적 협력, 1990년대 환경 및 보건 등 전지구적 문제의 해결지향적 협력으로 각각 전환
 - 2000년 이후 개도국 기업의 성장과 우수한 기술력은 국내 기업으로 하여금 사업의 전방위적 협력을 위한 훌륭한 파트너로 발전
 - 기술 및 사업 협력을 위한 다양한 중개, 기술이전 활동의 증가
- 주요 선진국들의 경우 대개도국 국제기술협력을 자국의 경쟁우위를 유지하고 강화하기 위한 효과적 방안으로 간주하고 있으며, 특히 개도국으로부터 다양한 자원 및 에너지를 확보하기 위한 수단으로 활용하는 사례가 많이 발생

<그림 2> 다국적기업의 글로벌화 수행과정



출처: 임덕순(1999), 외국인 연구인력의 현황 및 활용 방안에 관한 연구, 과학기술정책관리연구소, 수정

□ 개도국의 경우 과거에는 대부분의 글로벌화 움직임에서 소외되었으나, 경제 및 기술역량이 빠르게 성장함에 따라 최근 무역과 기술의 중요한 글로벌 협력 파트너로 부상

- 산업기술 분야에서도 개도국과의 국제협력 확대 필요성이 빠르게 부각되고 있음

□ 그러나 아직까지 국내에서는 개도국과의 사업·기술 국제협력이 민간 기업에까지 다양하게, 그리고 실제 기업이나 산업 차원에서의 사업적 성과에까지는 그다지 활성화되지 못하고 있는 실정임

- 특히 국내기업들이 개도국 기업과의 협력과 상생한다는 호혜적 인식과 관점이 결여

□ 그러므로 개도국의 협력 수요에 부응하는 상생형(win-win 방식) 관점을 바탕으로 대개도국 산업기술 국제협력 추진의 방향성 제고를 모색해야 할 필요성이 제기된다고 하겠음

5 기후기술협력 중장기 계획

가. 기후기술협력 중장기 계획 개요

□ 우리나라는 기후산업의 글로벌 진출 촉진을 위한 『기후기술협력 중장기계획(2018~2020)』 수립

- 혁신기술로 개도국 온실가스 감축 목표 달성을 지원하고, 기후변화에 취약한 개도국의 삶의 질 향상에 기여하여 '20년까지 아·태 지역 기후기술협력 선도, '30년까지 글로벌 선도국가로 도약

□ 과학기술정보통신부(이하 '과기정통부')는 '기후기술협력 중장기계획('18~'20)'을 마련하였으며, 2018년 4월 25일 제1회 국가과학기술자문회의 심의회의 산하 운영위원회에서 최종 확정함

□ 이 계획은 신기후체제의 해법으로 과학기술의 역할이 강조되고, 선·개도국 모두 자발적 감축 목표를 설정·이행함에 따라 국가 간 협력을 통한 기후산업 창출이 가속화되는 상황에서, 우리나라의 앞선 기술력으로 글로벌 기후변화문제 해결에 기여하여 긍정적 이미지를 구축하고, 해외 기후시장을 선점하여 신기후체제의 글로벌 기후기술협력 선도국가로 도약하기 위해 수립되었음

□ 과기정통부는 파리협정이 체결('15.12월)될 당시 국가 기후기술협력 창구(NDE)로 지정되어 국제기구와의 협력을 통해 개도국의 기후변화 문제에 대한 기술지원을 해오고 있으며, 신기후체제 도래를 앞두고 범정부적 기후기술협력 추진을 위해 향후 정책방향을 망라하는 계획을 마련했음

□ 이번 계획은 글로벌 기후기술 협력 선도국가로의 도약을 위해, 우리나라의 혁신 기술로 개도국의 온실가스 감축 지원 요청 중 5%(8.6억 톤)를 담당하고, 기후변화로 인해 생존을 위협받는 1억 명의 피해를 완화·예방하는 데 기여한다는 목표를 수립함

- CTCN* 아·태 지역 사무소 유치, 이사회 진출 등과 함께 '30년까지 국제기구를 통한 사업을 활용하여 100억 불 규모의 기후기술협력사업 추진을 지원하는 계획을 제시하고 있음

* 유엔기후변화협약에 따른 개도국 기후변화대응을 위한 기술지원기구

□ 과기정통부는 목표 달성을 위해 5대 중점 전략을 추진할 예정임

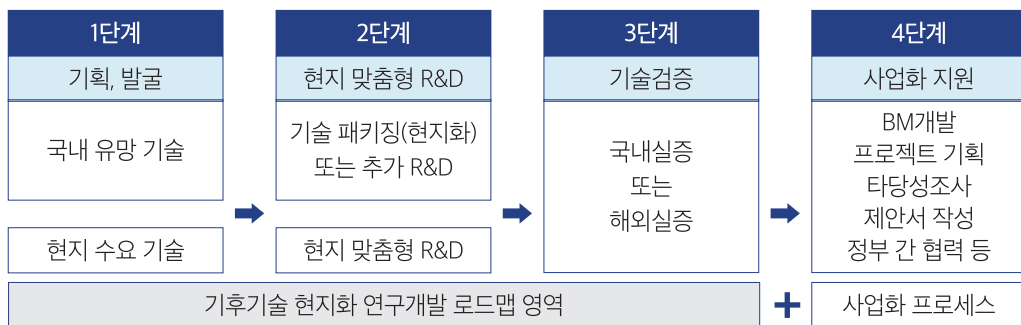
- 첫째, 혁신기술을 활용하여 개도국의 기후변화 문제를 효과적으로 해결하도록 유망기술을 발굴하여, 개도국 상황에 맞게 현지화(Customizing)하고 조합하는 연구개발(R&D)을 지원
- 둘째, 국제금융(GCF, MDBs 등)과의 연계, 해외 온실가스 감축분 확보 등 본사업 목적에 따라 수요 발굴부터 본사업 추진까지 지원을 체계화
- 셋째, 기후기술협력에 필요한 국내외 인재 양성, 기후기술정보시스템(CTis*), 전문기관(녹색기술센터)을 강화
 - * CTis : Climate Technology Information System(<http://www.ctis.re.kr>)
- 넷째, 국제 기후기술협력 정책수립(협상, TEC(기술집행위원회) 등)에 선제적으로 대응하고, CTCN 기반 기후기술협력에 주도적으로 참여하여 국제무대에서의 기후기술협력을 선도
- 다섯째, 부처별로 분산 추진되고 있는 기후기술협력 지원사업이 공백이나 단절 없이 체계적으로 추진되도록 범부처 전주기 협력체계를 구축

나. 5대 전략과제 세부 내용

1) 전략 1: 혁신적인 기술로 해결

- 글로벌 기후변화 문제를 효과적으로 해결할 수 있도록, 국내 혁신 기술을 발굴하여 해외진출을 위한 연구개발을 지원

〈그림 3〉 R&D 중심의 기후기술협력 전주기 지원체계



- 먼저, 출연(연)과 기업이 연구개발 단계부터 해외 진출을 준비할 수 있도록 기후기술 수요와 우리나라가 경쟁력을 갖고 있는 기술 분야를 고려하여 기후기술 현지화 연구개발 로드맵을 수립
- 또한 국내 기술로 해외 기후변화 문제를 해결할 수 있도록 기술을 현지 실정에 맞게 현지화(customizing)하고 조합하는 현지 맞춤형·문제해결형 연구개발을 지원

- 아울러, 국내 유망 기후기술 발굴 체계를 구축하여 지속적으로 해외진출 리소스를 확충하고 이를 통해 현재 개발 중인 차세대 기후기술이 해외로 진출할 수 있는 교두보 마련

2) 전략 2: 끝까지 갈 수 있는 사업으로 지원

- 기후기술협력사업(technology)이 중·대형 규모의 사업으로 발전할 수 있도록 체계적으로 지원
- 먼저, 본사업 목적에 따라 ‘국제금융 연계형(CTCN, GCF, MDBs)’, ‘탄소시장 연계형’으로 유형화하고, 기후기술 협력 사업의 전주기(수요 발굴~본사업) 지원을 체계화
 - ‘국제금융 연계형’은 재원을 보유하고 있는 다양한 국제기구 및 금융기관과 사업 기획 단계부터 협업하고, 본사업 준비를 위한 국제금융 사업을 최대한 활용하여 본사업 수주 가능성을 높임
 - ‘탄소시장 연계형’은 개도국 내 온실가스 감축사업으로 확장하기 위해 해외실증 등 사업 개발·육성 단계에서 감축효과 검증 및 MRV 방법론 개발 등을 함께 지원
- 사업의 완결성을 높이기 위해, 기술뿐만 아니라 정책 컨설팅, 제도 개선, 역량강화 등을 패키지 프로그램으로 지원하고, NDE 간의 우호적 유대관계를 토대로 해외 사업 추진을 지원
- 또한, 시장 규모가 크고 상업적 목적의 진출이 용이한 선진국으로 협력 대상을 확대하고, 공동연구, 선진국 진출, 개도국으로의 공동진출 등 다양한 형태의 협력 모델을 개발

3) 전략 3: 기후기술협력 기반 강화

- 국내 인력양성을 위해 국내 과학기술 종사자와 개도국 공무원 및 기술 전문가를 대상으로 기후기술협력 역량강화 프로그램을 운영하고, 장기적으로 국내 전문 인재양성 기반 구축 필요
- 또한 기후기술협력 관련 국내외 지식 및 정보를 제공하기 위해 지난 3월 오픈한 기후기술정보시스템(CTis*)을 고도화하고, 콘텐츠를 확충하여 글로벌 기후기술-수요 정보 매칭 플랫폼으로 활용
 - * CTis: Climate Technology Information System(<http://www.ctis.re.kr>)
- 아울러, 녹색기술센터(GTC)를 신기후체제의 기후기술협력을 선도하는 기후기술연구 및 글로벌 협력사업 전문기관으로 육성

4) 전략 4: 국제무대에서 기후기술협력 선도

- 유엔기후변화협약 내 기술협력 정책 어젠다를 선도하기 위해,
 - 기술협상에 주도적으로 참여하여 국제 기후기술협력체계(TEC, CTCN)의 역할 확대를 통한 기술 개발 및 이전 활성화를 지지
 - TEC(기술집행위원회) 활동을 통해 과학기술 기반 기후변화대응을 위한 우리나라의 과학기술 발전 경험을 전파하고, CTCN 이사회 신규 진출을 추진

- 또한 우리나라에 CTCN 아태 지역사무소 유치를 추진하고, 기후기술협력 관련 국제행사를 유치하여 CTCN 기반 아시아-태평양 지역 내 우리나라의 역할을 확대
 - 아울러, CTCN 재정기여(17~20년, 총 10억 원) 및 인력 교류 확대를 통해 CTCN과의 지속적인 협력관계를 유지할 계획
- CTCN 기반 기후기술협력 이행 또한 강화하기 위해,
 - 기존의 수동적인 공개입찰 형태에서 나아가 양질의 TA 사업을 사전에 NDE가 선별하여 국내 기관이 이행한 후 사업 확대를 위한 후속 지원까지 전과정을 체계적으로 지원
 - 또한, 국내 CTCN 회원기관*의 지속적인 확대와 함께 회원기관 중심의 협의회 운영을 통해 기관 간 네트워크 및 기후기술협력사업 개발·참여를 활성화
 - * CTCN 회원기관만이 기술지원(TA) 사업에 참여할 수 있으며, 한국은 세계 최다 회원기관(韓 49개, 총 408개) 네트워크를 보유

5) 전략 5: 범부처와 협력 추진

- 부처별로 분산 추진되고 있는 기후기술협력 지원사업이 공백이나 단절 없이 체계적으로 추진될 수 있도록 범부처 전주기 협력체계를 구축
- 먼저, 韓-개도국 간 포괄적 기후변화 양자협력 협정을 체결하고, NDE 간 협력체계를 통해 발굴된 기술협력 수요에 대해 범부처 협력을 통해 감축 및 적응 기술협력을 지원
 - 이를 통해 국내 기관·기업은 보유 기술의 현지 적용가능성을 검토하고, 기술 현지화 및 기술력 증진을 위한 현지 기술 실증과 트랙레코드 확보가 가능
 - 정부는 관련 전문가 및 전문기관 풀을 구성하여 기술 발굴, 기술 평가, 실증 지원, 정보서비스 제공 등 기후기술협력 전과정에 대한 제반사항을 지원
- 또한 관계부처 간 협력을 통해 개도국 기후변화대응 중·장기 대형사업을 위한 다부처 융합형 ODA 사업을 기획·추진하며,
 - 기관 간 협업체계를 구축하여 협력사업을 발굴하고, 전문기관별 해외진출·해외감축 지원사업을 통한 후속 지원을 연계
- 아울러, 기획재정부, 외교부, 환경부, 산업부 등 글로벌 기후기술협력 유관 부처 간 정책 협의 및 정보 공유를 확대하고, 관련 개도국 초청행사를 공동 개최하여 시너지를 창출
 - * 과기정통부(NDE 초청행사), 기재부(NDA 초청행사), 환경부(GGHK 등) 등

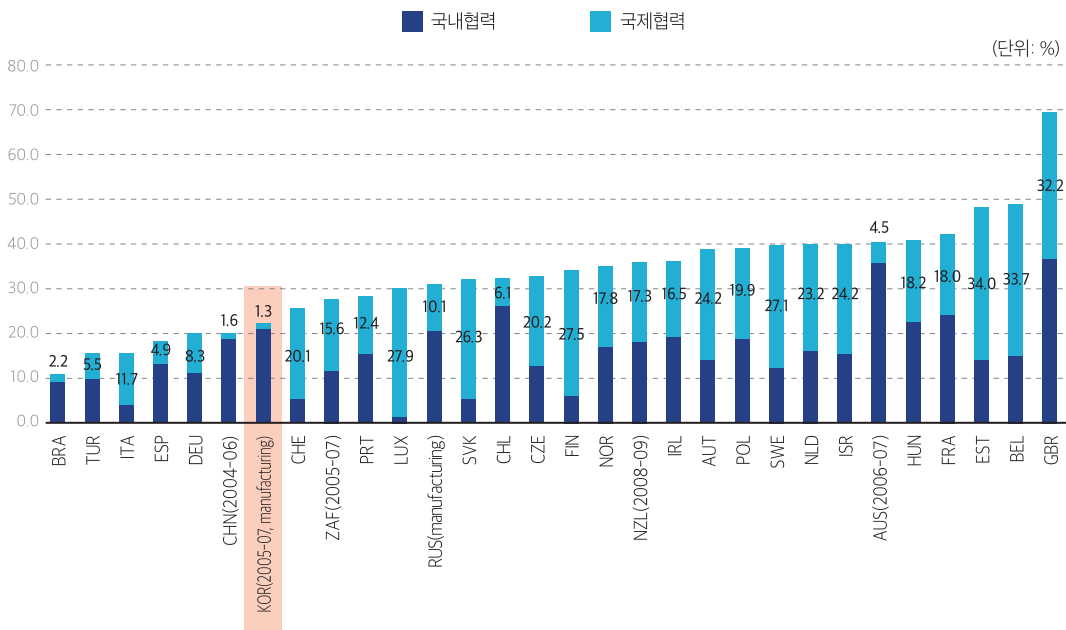
II. 기업의 녹색기술(Green Technology) 국제협력 실태

1 기업의 국제 R&D 협력 현황

□ OECD 국가 중 우리나라 기업의 R&D 국제협력 수준은, 혁신활동을 하는 기업(innovation firm) 중에서 협력하는 기업의 비중(2006~2008, 제조업 대상)은 22.7%로 나타났으며, 특히 국제협력 비중은 1.3%로 30개 비교대상국 중 가장 낮은 것으로 나타남

- 기업 규모별 국제협력을 하는 기업의 비중은 대기업 8.7%, 중소기업 0.9%로 하위권에 속함(OECD, 2011)

<그림 4> 국가별 R&D 국제협력 기업의 비중



자료: OECD Science, Technology and Industry Scoreboard 2011

- 우리나라 기업의 R&D 국제협력에 대한 현황(2005~2011)은 통계청의 기업활동조사 데이터를 통해 조사한 바 있는데, 조사대상기업은 상시근로자 수가 50명 이상이며 자본금 3억 원 이상에 해당됨. 대부분의 기업들은 국제협력 활동을 하지 않는 것으로 나타났으며 2006년에는 전체 기업 대비 R&D 국제협력 기업은 4.23%이고, 지난 5년간 국제협력을 경험한 기업체는 3.0%임. 특히 리머브라더스 스폰에 따른 세계금융 경제 위기에는 전년 대비 감소 폭이 더 큰 것으로 나타나기도 하였음
- 한국산업기술진흥협회(KOITA)에서는 2003년, 기업의 R&D 국제협력활동에 대해 조사한 바 있는데, 조사대상 653개 기업 중 30%(199개 업체)만이 글로벌 R&D활동만 하고 있는 것으로 드러났음
- 또한 이정원 외(2005)의 설문조사 결과에 따르면 조사대상 기업체 중 중소기업이나 벤처기업의 R&D 국제협력 활동은 거의 없으며, 주로 대기업에서 추진하고 있거나 실제적인 국제공동 연구실적은 미흡한 것으로 나타났음
- 한편, 국내 녹색기술 관련 중소기업을 대상으로 설문조사를 실시한 결과에 따르면, 해당 기업의 최고 경영자(CEO)는 글로벌 진출에 대해 높은 의지를 갖고 있으며, 해외 시장에 대한 인지도 또한 매우 높은 수준으로 조사되었음. 그러나, 해외 연구기관이나 기업과의 공동연구 등은 일부(26.0%)만 이루어지고 있으며, 위탁연구나 기술 도입 등으로는 확대되고 있지 못한 것으로 조사됨
 - 설문조사 대상 기업은 태양광(28%), 고도수처리(16.3%), 친환경제품(14.6%), 폐기물/폐자원(8.1%), 태양열에너지(6.5%), 바이오/폐기물에너지(4.9%), 유해성물질 모니터링 및 환경정화(4.9%), 지열/풍력(3.3%), 기타(18.7%)로 구성됨

<표 3> 국내 기업의 글로벌 R&D 협력 현황

연도별	R&D 글로벌 협력(유)		R&D 글로벌 협력(무)		총기업체 수
	기업체 수	비중	기업체 수	비중	
2006	447	4.2%	10,125	95.8%	10,572
2007	316	3.0%	10,204	97.0%	10,520
2008	217	2.0%	10,711	98.0%	10,928
2009	229	2.1%	10,655	97.9%	10,884
2010	407	3.7%	10,638	96.3%	11,045
합계	1,616	3.0%	52,333	97.0%	53,949

자료: 통계청

- 환경산업(녹색기술 분야)에서, 국내 기업의 규모별 매출 실적 조사에 따르면, 대기업이 전체 80%를 차지하고 있고 나머지 20%는 중견기업에 의해 성과가 이루어지고 있음. 이는 국제협력의 프로젝트가 대부분 대규모이고 대기업의 기업별 수직계열화 등에 의해 중소·중견기업의 입지 확대에 있어서 제한적인 환경에 기인하고 있음

□ 국내 대표적인 대기업의 국제협력 R&D에 대해 살펴보면 다음과 같은 성과가 있음

- 삼성전자와 한국전력은 캐나다 온타리오 주정부와 컨소시엄을 구성하여 2,500MW 규모의 신재생 에너지 복합 발전 단지 건설 프로젝트를 추진함
- 한국남부발전과 삼성물산은 컨소시엄을 구성해 국내 최초로 칠레에서 호주계 글로벌 광산기업인 BHP 빌리턴(Billiton) 칠레 법인이 발주한 켈라(Kelar) 가스복합 민자발전사업을 수주하여 연평균 1,000억 원 안팎의 수입이 예상되는 대규모 프로젝트를 진행하고 있음
- 그밖에 포스코는 칠레 전력생산업체인 AES Gener 및 Colbun와 협력하여 에너지플랜트 시장에서의 입지를 굳히고 있기도 하며, 그 외에 대우건설, SK 이노베이션 등도 해외 파트너와 국제협력을 통해 대형 프로젝트를 계획·추진하고 있음

□ 한편, 국내 녹색기술 관련 중소기업의 해외진출은 주로 부가가치가 낮은 설비·설치 부문에서 이루어지고 있음. 예를 들어 태양광 관련 기술 부문은 진입장벽이 높는데, 특히 대규모 투자를 필요로 하는 폴리실리콘 기술은 중소기업의 참여가 어려운 실정임. 태양전지나 모듈 관련 기술은 중국과의 가격경쟁으로 인해 원가경쟁력 확보를 위한 규모의 경제를 필요로 하나, 중견·중소기업 입장에서는 이 또한 쉽게 해결할 수 있는 여건이 되지 못하고 있음

- 결국, 중소기업은 노동집약형 조립가공이나 기술적 제약이 거의 없는 부품 조달 등의 사업을 전개하고 있는데, 수익성이 보장되지 못하는 한계를 가짐

2 기업의 녹색기술 관련 국제협력 성과

□ 산업연구원에서 기업의 국제협력 성과에 대한 설문조사(2012)를 실시한 결과 기술개발기간 단축에 대해 상대적으로 만족도가 높았고 시장진입 및 수출증대, 국내 애로기술 해결, 상품화 기술 선점, 해외 선진 기술 습득, 국내 경쟁기업 견제 등의 순으로 만족도가 높은 것으로 나타났음

□ 국제협력의 성과 만족도를 국가별로 살펴보면, 미국, 일본, 중국은 시장 진입 및 수출 증대 부문에서 높은 반면, 유럽은 기술개발 기간 단축과 선진기술 습득에 상대적으로 유리한 것으로 나타났고, 미국의 경우 제품시장 선점이나 기술개발기간 단축에도 협력 파트너로서 긍정적인 역할을 하는 것으로 나타났음

<표 4> 기업의 국가별 R&D 국제협력 성과

유형별	전체	미국	유럽	중국	일본	아시아
해외선진기술 습득	3.34	3.39	3.49	3.06	3.4	3.26
국내 애로기술 해결	3.36	3.34	3.42	3.26	3.43	3.32
상품화 기술 선점	3.35	3.39	3.41	3.35	3.43	3.42
국제표준화	3.07	3.06	3.02	3.13	3.18	3.19
기술개발비용 절감	3.28	3.25	3.39	3.26	3.3	3.32
기술개발기간 단축	3.4	3.43	3.59	3.23	3.4	3.42
시장진입 및 수출 증대	3.37	3.46	3.36	3.55	3.48	3.3
매출성장	3.25	3.28	3.19	3.52	3.38	3.27
영업이익 제고	3.15	3.1	3.04	3.39	3.28	3.3
국내 경쟁기업 견제	3.33	3.33	3.34	3.3	3.26	3.33
제품시장 선점	3.29	3.44	3.42	3.23	3.23	3.19
기술인력 양성	3.25	3.33	3.37	3.29	3.18	3.1

자료: 산업기술연구원 설문조사, 2012. 9, 만족도는 5점 척도 평가

- 녹색기술 관련 중소기업의 해외시장 진출 현황을 조사한 결과 설문조사에 응답한 총 123개 업체 중 75.6%가 수출경험이 있으며, 이들 기업은 대체로 동남아시아 시장 진출을 타깃으로 하며, 향후에도 동남아로 진출하고자 희망하는 바가 큰 것으로 조사되었음. 이는 물리적 거리에 따른 시장 접근성의 편리와 녹색기술 수요에 기인하는 것으로 해석할 수 있음
- 글로벌 고객을 통한 OEM방식의 매출액은 최근 3년간 안정적인 추이를 보이는 것으로 나타났음. 수출경험이 있는 기업체 중 37.2%는 수출액 비중이 증가하였으며 해외 고객 수 또한 증가한 것으로 조사되었음(녹색기술센터, 2014)

3 기업의 국제협력 애로 요인

- 최근 우리나라 중소기업들은 글로벌 진출을 위한 노력을 꺾고 있으나, 여전히 진입 장벽이 높다고 생각하고 있음. R&D 국제협력의 성과를 높이고 지속시키기 위한 애로사항들을 정리하면 다음 장의 표와 같이 정리될 수 있음

<표 5> 기업의 국제협력 R&D 활동에 있어서의 애로사항

구분	내용	애로사항
정책	규범 및 절차 관련 역량	법적분쟁 대처
		지적재산 관리
		복잡한 협력 절차
경제	비용	자금 부족 높은 초기투자비용
사회	협상	기술제공자의 불공정 거래
		지나친 대가 요구
		협력 파트너 간의 이해관계 조정
	언어·문화·지리적 위치	불완전한 의사소통
		문화적 차이
		지리적 한계
정보·기술·인적자원	협력의 위험성	협력 파트너의 비협조적 태도
		기밀 유출 가능성
	정보수준	협력 파트너 선정의 어려움
		정보 부족
	성과	기술역량 부족
		단기적인 인력 교환

- 우선 기업이 국제협력을 추진할 때 지적재산 관리나 법적 분쟁이 발생했을 경우의 대처 등 규범이나 협력 절차와 관련된 측면에서 어려움을 겪는 것으로 파악되었음
- 비용 측면에서는, 기업은 초기 투자비용이 크고 방대한 경우가 많아 협력사업을 추진하는 데 있어서 자금이 부족한 경우가 많음. 뿐만 아니라 협력 파트너와의 지리적 위치에 따른 접근에의 어려움도 장애요인으로 꼽힘. 언어·문화적 차이에 따른 협상 능력의 한계를 보이는데 불완전한 의사소통으로 상호 이해관계를 조정하는 데 한계가 있으며 잠재적 협력 대상자에 대한 정보 또한 부족함
- 또한 기업의 기술 역량이 부족하며 해외기관과의 협업이 단편적으로 이루어지고 있으므로, 성공적인 국제협력을 위해서는 중장기적인 연속형 사업 추진이 뒷받침되어야 함

Ⅲ. 기보-UNIDO 기후기업 간 매칭사업 시스템 구축 필요성 및 방향

1 기보-UNIDO 기후기업 간 매칭 사업 개요

- 기후기업에 대한 국제협력을 통한 사업화 활성화를 위해서는 기업체가 우선적으로 직면하는 어려움인 협력 파트너를 찾기 위한 접촉 방법이나 경로 파악에 대한 지원이 우선 요구되며, 이와 더불어 파트너에 대한 신뢰성 및 기술가치 평가에 있어서도 제한적인 정보만 존재하는 등, 공신력을 갖춘 협력 모델을 개발한다면 사업 및 기술협을 위한 성과 창출, 국내 기업 및 개도국 기업에게도 직접적인 기회가 제공될 수 있을 것임
- 국제협력은 국내 중소기업들의 생존과 성장에 중요한 요인이며, 연구개발에서부터 사업화에 이르는 전 주기에 걸쳐 각자의 개별기업 단독적 수행에 따른 위험을 줄이고 성과를 극대화할 수 있어야 함
- 국제협력 강화에 있어서 또 다른 약점은 국가 간 계약체결에 있어서 미숙한 측면이 많다는 점을 들 수 있음. 국가별로 관련 법규나 제도가 상이하므로 협력 파트너국가의 법령을 충분히 이해해야 함. 이러한 이해가 수반되지 않을 경우 양자 간 신뢰를 바탕으로 하는 사업·기술 협력은 이루어지지 못할 수 있음
- 많은 중소기업들이 해외 진출을 위해 R&D 국제협력의 필요성과 중요성에 대해서는 인식하고 있으나, 실제 성공 사례는 찾아보기 쉽지 않으며, R&D 협력에 따른 성과의 체감 또한 낮음. 국제협력의 효과를 기대하기 위해서는 성과 확산에 소요되는 시간에 대한 인내가 필요하고 CEO의 지속적인 관심과 노력이 수반되어야 함
- 협력 프로세스에 대한 이해가 필요하며, 기업이 관련된 정보를 명확히 이해될 수 있는 추가적인 장치가 필요함. 협력 파트너와의 협력 과정에서도 많은 비용이 소요되며, 설비 투자, 연구 인력 확대 등에 따른 상당한 자금을 필요로 함. 국내 기업이 해외 선진기관들과의 협업을 위해서는 초기 비용에 대한 투자금 마련이 중요한 것임

2 시스템 구축의 필요성과 방향

- 1) 시스템의 활성화와 매칭 사업의 성과 극대화를 위해서, 우선적으로 국내-개도국 기업의 사업기술 Needs가 파악된 DB의 확보와 핵심정보의 파악이 중요함
- 제시된 기업 정보조사 양식에 대한 작성 노하우 부족과 내부정보의 노출에 대한 불안 등으로 국내기업-개도국 기업 간 의사결정을 위한 상호 필요사항 확인에 한계

- 현재 추진 경과에 나타난 실적은 주로 Curator의 정보와 직관에 의한 기업 Matching이 진행되었음

□ 사업에 대한 기본 이해 부족으로 인한 목적의 오해

- 개도국의 Representative 및 기업의 사업에 대한 이해 부족에 따른 목적과 무관한 기업 추천
- 사업의 본질적 목적과 달리, 요청된 조사 자료에 따른 기업 Profile에 대한 충실도, 목적 지향적 Contents 부족
- 단순 홍보, Funding 유치 등으로 이해하여, 핵심정보의 제시에 둔감

□ 시스템 활성화를 위한 기업 DB의 Critical Mass 미확보

- 기확보된 DB의 Record 수 적음
- 국내기업 [우수 기술보증 기업 40개]
- 개도국 기업 [현지 액셀러레이터 Program 통과 기업 중 1차 혹은 2개 단계 완료 기업대상]
- Matching 성공률 향상을 위한 양적 확대에 한계

2) 개도국 사무국(Representative)의 한국에 대한 신뢰감 확보가 기반되어 적극적 지원 활동을 할 수 있는 이해가 활성화의 전제임

□ 개도국 사무국(Representative)의 한국 및 기업에 대한 불신의 개선이 필요함

- 한국에 대한 편견이 있거나, 국내 기업에 대한 일반적 선입견에 사로잡혀 사업 추진에 대하여 불신하고, 이로 인해 소극적인 참여를 하는 경우
- 기존 국내의 개도국 진출 기업에 대한 나쁜 이미지와 연계
- 사업의 진행 및 성과의 우선 관망으로 참여에 비적극적

□ 한국기업들의 개도국 기술에 대한 인식, 즉 개도국 기업들의 기술은 저급할 것이라는 인식 혹은 순수히 국내 기업들의 지원이 필요할 것이라는 인식의 전환이 필요함

- 한국기업의 개도국 기업에 대한 “기술적 후진국이라 협력할 것이 없을 것”이란 편견으로 인한 관심도 하락을 경계해야 함

3) 개도국 사무국(Representative)의 업무 연속성과 사업의 이해가 성공의 주요 요인이 될 수 있음

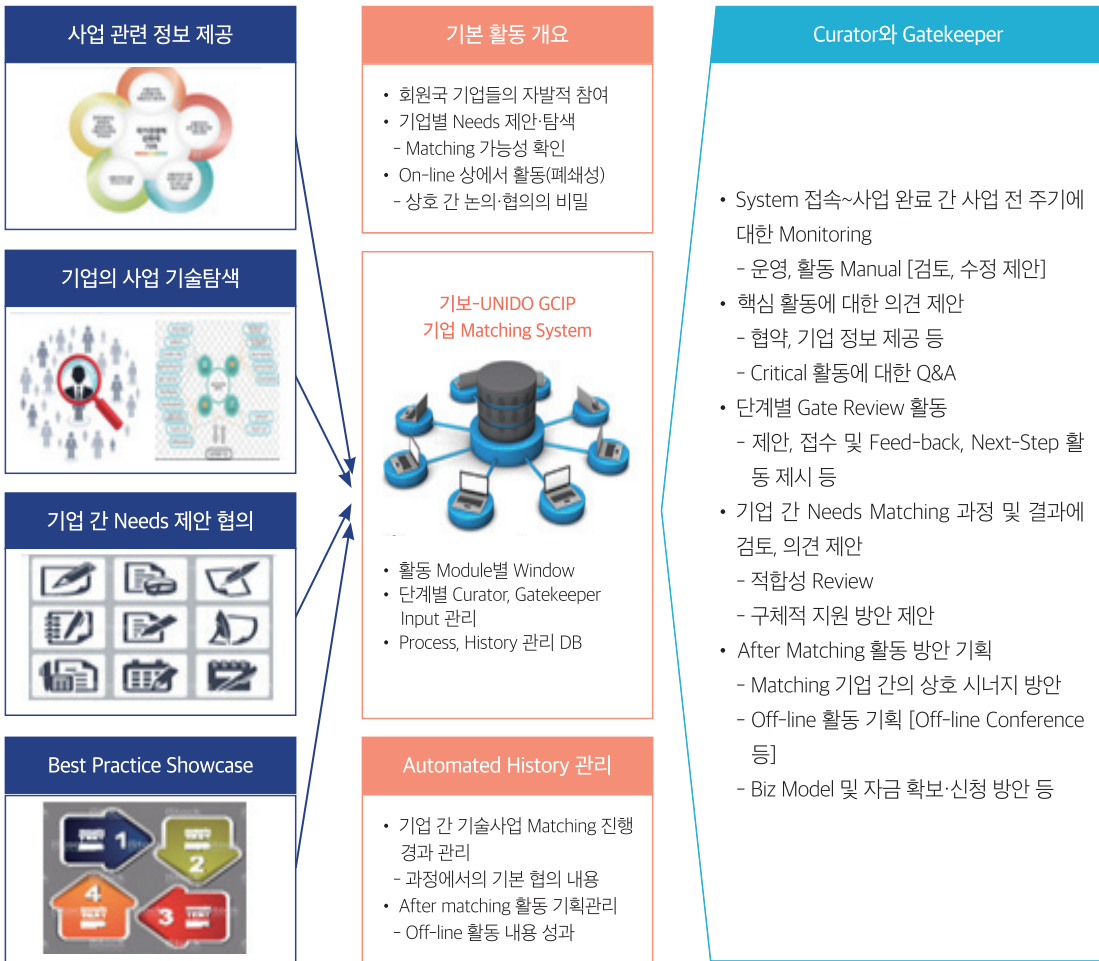
- 개도국 담당자의 짧은 임기가 업무의 연속성 유지를 어렵게 할 수 있고, 국가 내 주요 기업의 파악과 관리에 소극적일 수 있음
 - 개도국 사무국 담당자(Representative)는 통상 부임 후 3~5년의 임기 동안 현지활동을 하고, 이후 복귀하는 구조로 해당 사업에 대하여 적극성 유지에 한계가 있음
 - 임기 주기에 따른 업무 지식/Know-how 축적 및 업무 연속성, 일관성 유지 어려움 상존
 - 이러한 문제점의 개선 및 활성화를 위해서는 사업이해를 위한 소개자료, 사업추진 매뉴얼 및 Process 등 정리와 제공이 필요함
- 개도국 담당자의 해당 국가 내 산업의 발전과 기업의 성장을 위한 명확한 사명감과 열의가 사업의 성공에 중요함
 - 개도국 Representative의 사업 이해 여하에 따라 개도국 기업 추천 품질이 결정
 - 현지 기업의 Needs는 명확한 관심에서 출발
 - Accelerating 과정에서의 기업 전략 및 관심 사항 정리
 - 기술·사업에 대한 관심도 여하에 따라 수요기업 발굴 및 Needs 정확도 향상

4) 사업의 정례화에 따른 기보 내 관리자의 업무 연속성 및 관리의 일관성 유지 혹은 기업의 매칭과정, 사후활동 과정에서의 협의 연속성 확보를 위한 상시 시스템 구축이 필요함

- 국내 및 개도국 기업 중 소규모 창업기업 및 벤처 기업의 경우 관리 인력의 한계로 인한 사업 연속성 문제 발생 가능성 상존
 - 이직, 질병, 사망 등에 의한 불연속성
- 기보 내 사업 관리자의 업무 안정성 및 사업 일관성 확보 또한 중요한 사안이 될 수 있어, 업무 프로세스 등의 표준화가 필요함
- 기업 상호 간 DB 기반에서의 일차적 관심 사업·기술의 확인 후, 본격적 사업화 연계, 기술개발 추진을 위한 세부적 내용의 확인, 적용 가능성 등의 타진을 위하여, 온라인상에서 서로 협의, 논의할 수 있는 체계를 제공하여, 시간적 공간적 단절 UNIDO GCIP 기술 Matching System 구축에 관한 연구에서 발생될 수 있는 의사소통의 어려움을 최소화하는 것이 요구

- 관심 사업·기술 보유 기업 간 Needs의 상세 파악
- 관심 사업·기술에 대한 제안·협의
- 협의 및 논의 내용에 대한 History 축적, 관리
- 협의 과정에서 MOU 등 비밀 유지와 계약 관계에 대한 지원 체계 확보

<그림 5> 시스템 구성 모듈 및 주요 활동 개요



IV. 결론

- 세계 시장에서 특정 기술이나 사업의 중요도가 갈수록 커지고 그에 따른 국제협력의 필요성이 증대되고 있으며, 기술수준이 높을수록 기술의 중요도가 국제협력의 필요성에 미치는 영향이 커짐. 이러한 측면에서 볼 때 세계 시장의 수요에 대한 정확한 파악과 더불어 특정 산업이나 기술영역에 대한 수준을 높여 기업의 성장과 발전, 나아가 국가의 성장을 위해 국제협력의 활성화는 중요하다 하겠음
- 과거 글로벌 국가들의 개도국에 대한 지원이 산업기반의 조성과 환경의 개선 등이 중심이었다면, 미래의 산업정책 방향은 산업적 기회의 발굴을 위한 탐색적 활동과 더불어 다양한 산업적 기회에 대응한 개도국의 민간 기업에 대한 자발적 협력과 공조와 연계될 때 더욱 활성화될 수 있음
- 개도국 기업 등 민간 산업계와의 전략적 협력을 통하여 정보 소통과 사업적 목표의 공유, 공동의 발전을 위한 사업의 구상과 그에 따른 제도적 지원, 그리고 인프라의 구축을 통한 사업 환경의 지원이 중요함
- 특히, 우리나라의 기후기술협력 중장기 계획에 따르면, 개도국 기업과의 협력을 통한 현지화를 위한 R&D 활동 등에 대한 지원 등을 전략적 방향으로 정의하고 있어, 국가차원에서의 개도국 지원이라는 대명제하에서 기업의 발전을 전제로 한 국가 기후환경 개선의 성과로 연계될 수 있는 활동의 강화가 필요함
- 사업기술의 현지화, 국내기업들의 신시장 진출을 위한 활동 등에 대하여 국제금융과의 연계 가능성을 활용한 지원 활성화로 상호 Win-Win형 사업을 다양하게 발굴하고 구체화할 필요가 있음
- 이를 위하여 국내기업뿐 아니라 개도국의 우수 기업을 발굴하고, 이들의 자발적 상호 교류활동을 활성화 하는 등 새로운 사업기회에 대응한 사업 기획, 개발 공조, 시장의 공동 개발과 개척, 생산·제조, 공동 마케팅 등 다양한 협력 모델의 발굴과 그에 따른 지원책들이 필요함

5

통계데이터
기술평가 부문

I. 주요 사업별 기술평가건수	192
II. 업종별 기술평가건수	193
III. 지역별 기술평가건수	194
IV. 업력별 기술평가건수	195

I. 주요 사업별 기술평가건수

(단위: 건)

구분	기술가치평가	기술사업타당성평가	종합기술평가	계	
2003년	28	12,075	3,388	15,491	
2004년	67	14,750	1,957	16,774	
2005년	44	15,434	1,192	16,670	
2006년	215	21,277	1,268	22,760	
2007년	336	27,338	1,648	29,322	
2008년	545	35,663	1,749	37,957	
2009년	384	50,332	3,766	54,482	
2010년	427	35,641	3,900	39,968	
2011년	471	36,920	3,311	40,702	
2012년	548	41,366	3,788	45,702	
2013년	378	40,994	4,042	45,414	
2014년	606	37,991	8,344	46,941	
2015년	961	38,937	14,778	54,676	
2016년	971	34,648	17,969	53,588	
2017년	1,095	37,887	16,105	55,087	
2018년	1월	12	1,863	693	2,568
	2월	29	3,007	1,055	4,091
	3월	108	3,788	1,444	5,340
	4월	158	3,839	1,447	5,444
	5월	143	4,034	1,548	5,725
	6월	112	3,754	1,522	5,388
	7월	15	2,922	641	3,578
	8월	59	2,956	437	3,452
	9월	95	2,618	377	3,090
	10월	116	2,952	509	3,577
	11월	112	3,526	557	4,195
	12월	111	2,941	456	3,508
	소계	1,070	38,200	10,686	49,956
2019년	1월	14	1,867	358	2,239
	2월	55	2,396	393	2,844
	3월	205	3,598	451	4,254
	4월	265	4,034	466	4,765
	5월	299	4,065	455	4,819
	6월	226	3,337	431	3,994
	소계	1,064	19,297	2,554	22,915

II. 업종별 기술평가건수

(단위: 건)

구분	기계	재료 금속	전기 전자	정보 통신	항공	건설	제조 기타	사업 서비스	섬유	환경	농업	기타	계	
2003년	3,195	983	3,323	3,860	1,466	138	481	613	221		26	1,185	15,491	
2004년	3,495	1,198	3,399	3,884	1,482	173	618	1,119	226		37	1,143	16,774	
2005년	3,658	1,135	3,207	3,671	1,560	201	788	1,337	194		16	903	16,670	
2006년	6,491	2,044	4,185	3,516	2,483	392	1,200	1,115	322		63	949	22,760	
2007년	8,886	3,585	4,612	3,670	3,006	574	1,817	1,416	487		37	1,232	29,322	
2008년	11,332	4,648	6,527	4,156	3,999	670	2,452	1,988	615	44	39	1,487	37,957	
2009년	15,745	6,816	8,976	6,185	5,943	782	3,898	3,119	1,161	72	76	1,709	54,482	
2010년	11,524	4,700	6,490	4,662	4,147	647	2,666	2,849	849	65	44	1,325	39,968	
2011년	11,688	5,114	6,401	5,093	4,068	539	2,606	3,204	806	81	53	1,049	40,702	
2012년	12,967	5,723	6,847	6,042	4,564	619	3,158	3,638	1,091	58	63	932	45,702	
2013년	12,347	5,807	6,689	5,977	4,515	643	3,283	3,883	1,083	68	45	1,074	45,414	
2014년	12,723	5,815	6,619	6,631	4,478	654	3,549	4,018	1,146	58	48	1,202	46,941	
2015년	14,253	6,849	7,488	7,645	5,497	813	4,509	4,645	1,287	69	83	1,538	54,676	
2016년	14,043	6,669	6,996	7,390	5,316	902	4,672	4,601	1,342	51	82	1,524	53,588	
2017년	13,729	6,737	7,287	7,924	5,310	988	4,727	5,157	1,412	67	64	1,685	55,087	
2018년	1월	698	327	349	312	252	49	223	226	53	5	2	72	2,568
	2월	1,004	542	477	620	414	46	307	470	88	3	7	113	4,091
	3월	1,406	702	681	691	521	63	486	501	136	4	1	148	5,340
	4월	1,429	654	688	793	517	88	439	493	150	4	6	183	5,444
	5월	1,395	659	781	820	557	113	488	570	140	10	4	188	5,725
	6월	1,329	581	699	819	534	108	452	525	121	2	9	209	5,388
	7월	909	467	485	519	340	47	287	320	78	4	1	121	3,578
	8월	918	414	475	476	330	55	262	313	84	3	2	120	3,452
	9월	800	371	421	425	298	39	276	295	61	1	2	101	3,090
	10월	1,003	466	417	507	326	75	272	304	81	1	8	117	3,577
	11월	1,186	462	523	573	429	78	332	394	73	2	5	138	4,195
	12월	849	381	429	492	371	76	296	420	68	9	6	111	3,508
	소계	12,926	6,026	6,425	7,047	4,889	837	4,120	4,831	1,133	48	53	1,621	49,956
2019년	1월	524	283	302	335	229	35	194	221	60	1	3	52	2,239
	2월	715	356	353	393	289	59	234	272	75	7	2	89	2,844
	3월	1,089	549	544	581	434	74	381	379	89	4	4	126	4,254
	4월	1,253	553	634	658	483	83	395	450	104	2	8	142	4,765
	5월	1,259	546	654	681	517	101	378	440	103	4	4	132	4,819
	6월	1,026	452	590	628	411	68	302	304	74	4	10	125	3,994
	소계	5,866	2,739	3,077	3,276	2,363	420	1,884	2,066	505	22	31	666	22,915

Ⅲ. 지역별 기술평가건수

(단위: 건)

구분	서울	인천/경기	부산/ 울산/경남	대구/경북	대전/충남	충북/세종	광주/전남	전북	강원/제주	계	
2003년	5,647	4,454	1,454	1,210	1,276	381	649	250	170	15,491	
2004년	5,844	4,709	1,757	1,392	1,348	378	892	276	178	16,774	
2005년	5,974	4,539	1,678	1,349	1,318	379	839	304	290	16,670	
2006년	5,915	7,271	2,856	2,250	1,870	598	1,136	474	390	22,760	
2007년	6,351	9,706	4,432	3,122	2,195	777	1,331	779	629	29,322	
2008년	7,930	12,969	5,719	4,199	2,777	955	1,765	914	729	37,957	
2009년	11,474	18,778	8,099	5,841	3,959	1,477	2,383	1,376	1,095	54,482	
2010년	8,471	13,773	6,194	4,021	2,951	1,067	1,710	1,003	778	39,968	
2011년	8,280	14,116	6,325	4,206	3,053	1,159	1,809	1,019	735	40,702	
2012년	8,941	15,681	7,309	4,910	3,481	1,258	2,071	1,200	851	45,702	
2013년	8,897	16,021	7,257	4,793	3,204	1,251	1,961	1,120	910	45,414	
2014년	9,662	16,357	7,198	5,001	3,216	1,277	2,112	1,115	1,003	46,941	
2015년	11,191	19,231	8,170	5,538	3,890	1,670	2,396	1,317	1,273	54,676	
2016년	10,776	18,575	8,234	5,418	3,873	1,767	2,517	1,210	1,218	53,588	
2017년	11,399	18,858	8,285	5,599	4,108	1,754	2,662	1,159	1,263	55,087	
2018년	1월	453	966	393	258	183	78	134	48	55	2,568
	2월	933	1,325	641	422	267	126	208	87	82	4,091
	3월	1,022	1,784	860	609	375	178	276	116	120	5,340
	4월	1,156	1,870	806	537	388	196	289	96	106	5,444
	5월	1,226	2,035	787	553	416	171	261	135	141	5,725
	6월	1,195	1,803	794	486	437	212	220	115	126	5,388
	7월	706	1,293	544	313	271	130	168	68	85	3,578
	8월	620	1,252	519	360	275	108	174	71	73	3,452
	9월	609	1,072	477	312	203	104	174	71	68	3,090
	10월	712	1,241	544	402	233	110	177	80	78	3,577
	11월	825	1,420	669	453	298	142	178	119	91	4,195
	12월	711	1,230	542	348	256	99	141	81	100	3,508
	소계	10,168	17,291	7,576	5,053	3,602	1,654	2,400	1,087	1,125	49,956
2019년	1월	461	752	329	226	157	76	115	52	71	2,239
	2월	503	1,040	449	266	208	82	154	66	76	2,844
	3월	798	1,539	710	403	278	142	206	81	97	4,254
	4월	851	1,717	750	486	330	160	221	129	121	4,765
	5월	909	1,701	704	505	349	173	240	118	120	4,819
	6월	860	1,337	618	380	298	113	191	94	103	3,994
	소계	4,382	8,086	3,560	2,266	1,620	746	1,127	540	588	22,915

IV. 업력별 기술평가건수

(단위: 건)

구분	설립 후 1년 이내	1년 초과 3년 이내	3년 초과 5년 이내	5년 초과 7년 이내	7년 초과 10년 이내	10년 초과	계	
2003년	1,970	4,047	4,509	1,673	1,352	1,940	15,491	
2004년	1,566	3,468	5,281	2,487	1,654	2,318	16,774	
2005년	1,587	3,391	3,501	3,478	2,036	2,677	16,670	
2006년	1,678	3,474	4,210	4,743	3,857	4,798	22,760	
2007년	2,524	4,476	4,975	4,193	5,921	7,233	29,322	
2008년	3,640	7,081	6,669	4,396	7,736	8,435	37,957	
2009년	6,035	9,831	8,380	5,662	10,890	13,684	54,482	
2010년	6,026	6,636	5,285	3,871	6,518	10,910	39,246	
2011년	6,030	7,022	6,016	3,933	5,972	11,729	40,702	
2012년	7,407	8,997	6,124	4,034	5,797	13,343	45,702	
2013년	7,471	8,527	5,964	3,855	5,785	13,812	45,414	
2014년	9,124	9,145	6,181	3,869	5,353	13,269	46,941	
2015년	12,624	9,777	6,723	4,125	5,692	15,735	54,676	
2016년	7,301	10,958	8,312	4,887	5,648	16,482	53,588	
2017년	7,175	10,371	8,896	5,607	5,962	17,076	55,087	
2018년	1월	405	379	307	220	294	963	2,568
	2월	602	717	550	473	464	1,285	4,091
	3월	799	949	790	537	584	1,681	5,340
	4월	712	931	983	634	560	1,624	5,444
	5월	701	1,001	894	645	643	1,841	5,725
	6월	642	844	922	656	658	1,666	5,388
	7월	624	521	477	334	412	1,210	3,578
	8월	562	645	454	332	367	1,092	3,452
	9월	555	592	413	271	304	955	3,090
	10월	591	557	477	338	351	1,263	3,577
	11월	661	669	505	369	445	1,546	4,195
	12월	489	615	488	322	349	1,245	3,508
	소계	7,343	8,420	7,260	5,131	5,431	16,371	49,956
2019년	1월	448	316	298	185	221	771	2,239
	2월	641	544	362	230	292	775	2,844
	3월	830	792	596	351	446	1,239	4,254
	4월	796	851	698	464	510	1,446	4,765
	5월	619	866	705	449	518	1,662	4,819
	6월	438	595	555	402	493	1,511	3,994
	소계	3,772	3,964	3,214	2,081	2,480	7,404	22,915

기술금융연구 2019년 제9권 제1호

발행일 | 2019년 7월 31일

발행처 | 기술보증기금 미래혁신연구소(리서치팀)
(48400) 부산광역시 남구 문현금융로 33

발행인 | 정윤모

편집인 | 임선형, 심성학

등록번호 | ISSN 2234-1358

등록일자 | 2011년 7월 15일

디자인·인쇄 | CCA

기술보증기금

KIBO

idea

기술기업의 아이디어가 세계로 날아오를 수 있도록

기술중소기업의 도전과 열정이
세계로 날아오를 수 있도록
기술혁신의 아이디어에
기술보증기금이 희망의 날개를 달아드리겠습니다.

KIBO 기술보증기금

부산광역시 남구 문현금융로 33 (우.48400)
대표전화. 1544-1120 www.kibo.or.kr