



서울특별시 사회적경제지원센터
SEOUL SOCIAL ECONOMY CENTER

서울형 사회적가치 개발 및 측정 연구 설명회



2021. 3. 4



naviproject

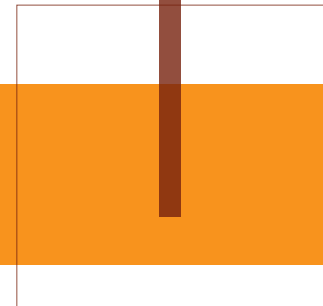
나비프로젝트 서울시 마포구 마포대로 8길 9, 영명빌딩 305호 TEL : 02-2637-1125 FAX : 02-2671-2122 E-mail: navi@naviproject.co.kr
COPYRIGHT(C)2020 NAVI PROJECT ALL-RIGHTS RESERVED.



CONTENTS

- I. 연구개요
- II. 사회적가치 모형 도출
- III. 사회적가치 적용과 활용

I. 연구 개요



연구 배경과 목적

- 서울시의 사회적가치 측정의 표면적 배경은 사회적경제 기업에 대한 지원, 투자, 성과를 측정하기 위함.
- 표면적 배경을 넘어 근본적 배경은 사회적경제의 생태계 조성을 통한 ‘사회적경제 활성화’임.
- 이를 위한 정책단위의 전략과 사회문제 해결을 통한 사회적 경제 기업 본연의 미션과 지역 변화에 의미를 둠

사회적경제 본연의 모습 ‘사회문제’ 기반 사회적가치 개발 ‘서울’이라는 지역 기반 사회적가치 개발

표면적 원인

- 사회적경제기업의 지원의 근거로서의 사회적가치 측정 이유
- 사회적경제 활성화를 위한 서울시 전략수립의 가치 측정 이유
- 사회적경제 생태계 조성 및 사업 성과로서의 가치 측정의 이유

정책 배경(서울시)

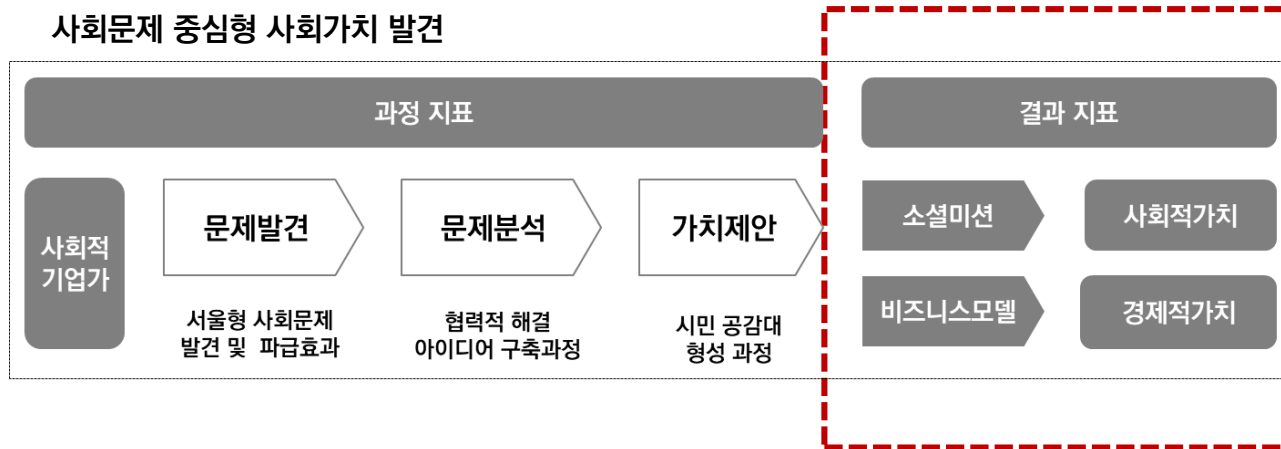
- 서울시 사회문제 해결 기업에 대한 성장, 육성, 생태계 조성 지원을 위한 서울시 사회적경제 활성화 기여
- 서울시 혁신형 사업의 경우 서울 전략과 연계한 사회문제 해결형 사회적경제기업이 조건

정책수요자 배경(사회적기업)

- 사회문제 중심 사회적가치 측정을 통해 사회적경제 기업은 기업 본연의 미션 수행을 위한 책무성에 기여할 수 있고
- 서울시 정책수요자로서 서울시 사회적경제 활성화에 기여, 서울의 사회문제 해결 주체로서 활동 건인.

연구 필요성

정부 정책 변화에 대응하는 서울형 사회적가치 개발로 정책 견인 필요
사회문제 해결을 통한 사회적가치 확산에 기반한 지표개발이 중요.



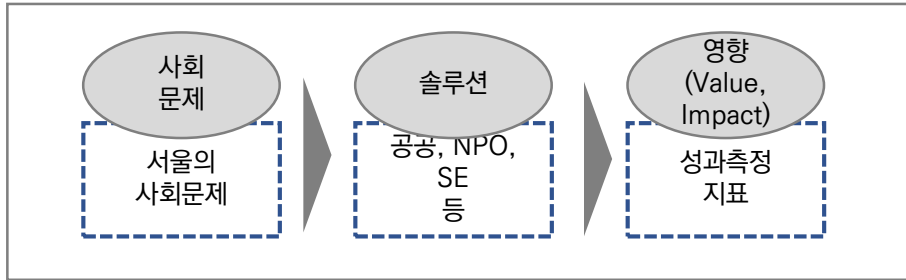
연구의 필요성

- ✓ 사회적가치 변화에 대한 반영 필요(결과중심에서 과정중심으로)
- ✓ 서울시 사회문제해결/사회적경제 성과를 중심으로 한 사회적가치지표개발 필요
- ✓ 문제해결을 위한 시민 참여방식 등 사회적가치 창출 및 성과분석 필요

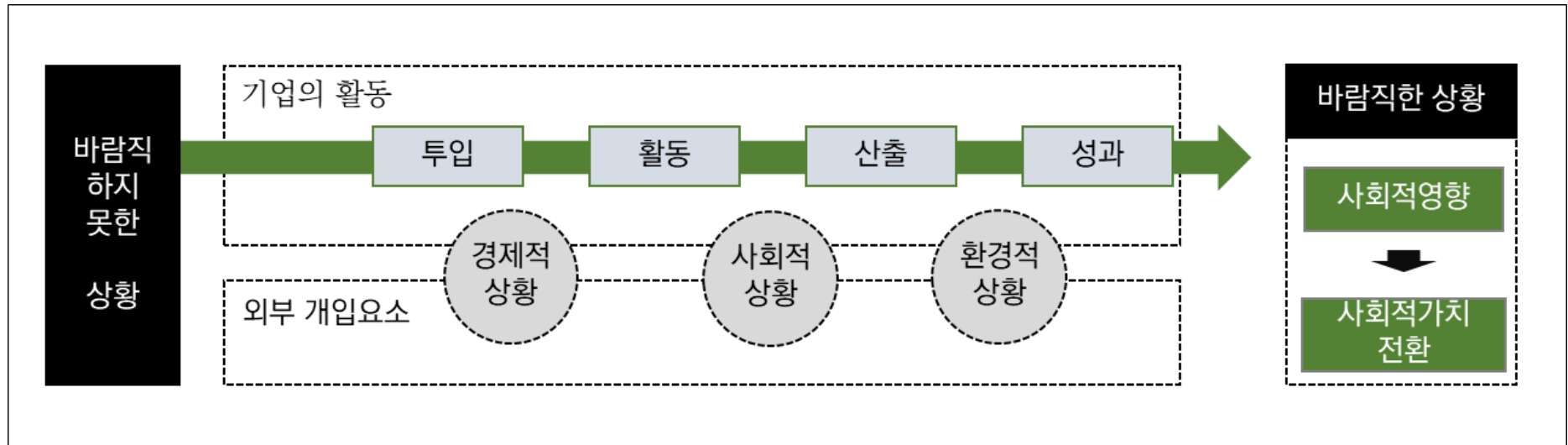
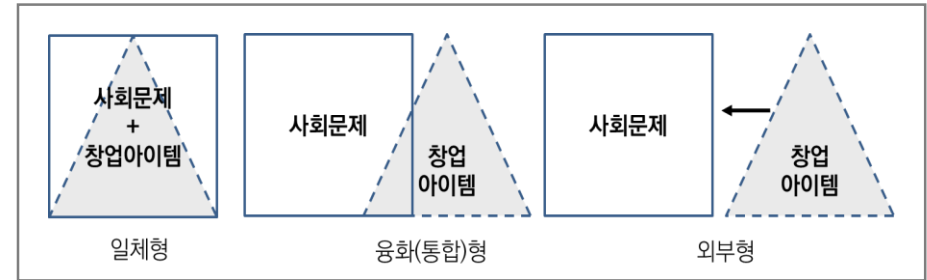
연구 CONCEPT

사회적경제의 핵심 키워드는 ‘사회문제’, 사회문제를 해결하는 각 영역 (공공, 사회적경제, 비영리, 사회복지 등) 지표를 확인, 현재의 지표(SVI, Coopindex)와 비교 검토후 To-Be 모델 구성

사회적경제 핵심 프로세스

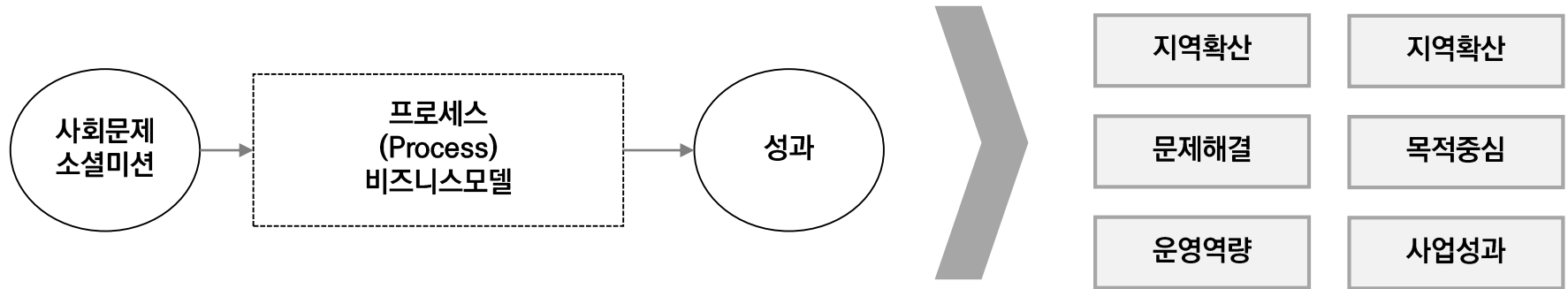


사회적경제의 주요 유형 구분



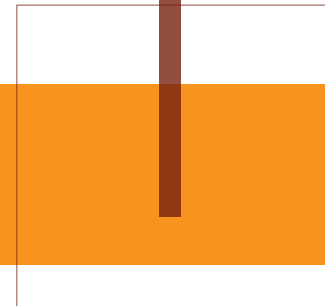
연구 주안점

서울시 사회적경제 성과를 중심으로 사회적가치 지표 개발



- 사회적경제 기업의 목적은 ‘사회문제 해결’에 있으며, 기업가는 사회적 목적(소셜 미션)이 중요한 것을 인식하고 있음. 그러나 대부분의 사회적경제에 대한 가치 평가는 일반기업의 평가 한계를 벗어나지 못하고 있음. ➔ **사회적기업 본연의 목적 중심 설계**
- 사회적경제 기업의 경우 민주적인 의사결정을 넘어 협동과 연대, 마을과 공동체, 사회적경제 생태계 등 주변 기업과의 관계성이 중요한 성공 요인으로 볼 수 있음. ➔ **관계성, 공동체성 중심 설계**
- 서울시의 지원사업은 개별기업의 성장과 관계 되는 중요한 성과임에도 이러한 지원 과정이 구조화되어 있지 못한 것이 현실. ➔ **전략적 사업성과 중심 설계**

II. 사회적가치 모형 도출



사회적가치의 특성

사회적가치에 대한 연구는 다양한 분야에서 논의되고 있는 것이 현실. 그러나 사회적가치에 대한 정의는 논의하는 주체와 관점에 따라 다소 차이가 있어 통일된 개념으로 정의되진 못함.

서울형 사회적가치 또한 서울의 특징에 맞는 것으로 선택되어야 하며, 다양한 이해관계자(기업가를 포함한)의 의견 보다는 서울시에서 추진하고자 하는 가치가 무엇이고, 서울시민이 찾고 있는 사회적가치가 무엇인지 확인하고, 이러한 가치에 가산점을 부여하는 것이 중요.

구분	내용
국제기구 및 정부	<ul style="list-style-type: none"> 개발 목표 및 정책 방향에 대한 이행 상황을 평가하기 위한 목적으로 사회적 가치를 측정하며, 대부분 비화폐 측정방법이 많은 것으로 나타남
비영리기관	<ul style="list-style-type: none"> 사회에 미치는 영향 또는 임팩트를 개선하거나 사회적 가치를 위한 자금을 모집하기 위해 측정하며, 대부분 정량적인 방법으로 측정하며 비화폐 기반 측정방법과 화폐가치 기반 측정방법이 혼재하여 나타남
임팩트 투자기관	<ul style="list-style-type: none"> 사회적 성과를 추적하여 임팩트를 측정하며, 이러한 정보는 잠재적 투자를 평가할 뿐만 아니라 더 큰 자금을 유입하기 위한 자료로서 활용된다는 특징을 가짐. 일반적으로 정량적으로 측정하고 있는 것으로 조사됨
컨설팅회사, 민간투자기관	<ul style="list-style-type: none"> 기업의 지속가능성을 검증하고 외부 이해관계자의 신뢰성을 강화하기 위해 측정. 또한 정량적인 측정 방법이 강하게 나타남
시장에서의 일반기업	<ul style="list-style-type: none"> 다른 측정 주체와 다르게 측정 자체에 목적을 두고 있다기보다는 기업활동의 사회적 가치 또는 임팩트를 측정하여 기업의 비즈니스 모델과 연계시키려는 특징 경제적 가치와 함께 고려할 수 있도록 화폐가치 측정방법을 중심으로 발전

- Grieco(2015)는 사회적가치 측정 틀 75가지를 분석하여 연구하였는데, 사회적가치 측정 틀에 대해 4가지 형태로 분류, 정성적 선별 모델, 관리 모델, 총체적 복합 모델, 간단한 사회적 정량적 모델을 분석함.

서울형 사회적가치의 개념화를 위한 시사점

사회적가치를 둘러싼 개념 정의, 측정 방법, 접근 방식 등은 국내외 다양하게 존재해 옴. 국가별, 지역별, 시대별, 집단별 등 사회적 가치에 대한 필요성을 확인할 수 있으며 맥락에 따라 적합한 사회적가치 개념화 및 측정 방법이 요구됨.

미시적 차원의 사회적가치 논의와 실질화 필요

- 국내 정책적, 제도적 차원에서의 사회적가치의 의미는 ‘공공의 이익’과 같은 거시적 차원에서 논의되고 있음.
- 사회적가치의 개념은 사회, 경제, 환경, 문화 등 모든 영역에서 공공의 이익과 공동체의 발전에 기여할 수 있는 가치, 즉 헌법적 가치로서 사회권을 실질화하기 위한 가치이며, 경제적, 환경적, 문화적 가치를 포괄하는 상위 가치 체계를 형성.
- 대부분의 사회적가치 논의가 거시적 관점에서 논의되는 상황에서 서울형 사회적가치에 대한 관점은 지역단위에서 사회적가치 또는 개별 단위의 사회적경제 조직의 가치와 전략적 정렬하는 것을 목표로 추진할 필요성 있음.

정책 환경의 변화에 따른 서울의 사회적가치 평가 체계

- 서울시(2019) 역시 사회 가치 평가시스템 도입을 추진, 기업의 사회적 목적 실현을 위한 관리 및 평가 체계 필요성 인식(고용부에서 시·도지사 위임으로의 변화 예측).
- 서울시는 향후 지원 사업에 활용을 목적으로 사회적경제 기업의 등록 관리·경영공시를 위한 기업정보 관리시스템과 가치평가시스템을 구축을 계획하였으며 사회적경제 지원센터 또는 권역별 지원기관에서 수행할 것을 제시함.
- 서울형 사회적가치 방향성은 서울 시민에게 영향을 줄 수 있는 공공성, 공동체의 이익으로 사회적경제 기업의 성과를 이와 연결할 수 있는 연결고리 통해 구체화 필요.

- 사회적가치 측정의 의미는 사회적경제 조직의 성과를 창출할 수 있는 측정으로서 도구로 활용 되어져야 함. 기업의 활동을 통해 어떻게 가치를 창출하고 수혜자에게 도움을 주고 있는지 이해하는 것이 기업가의 입장에서도 중요.
- 더불어 서울시에서 추진하고자 하는 가치가 무엇이고, 서울시민이 찾고 있는 사회적가치가 무엇인지 확인하고, 이러한 가치를 촉진시킬 수 있는 제도적 체계를 마련하는 것이 중요함.

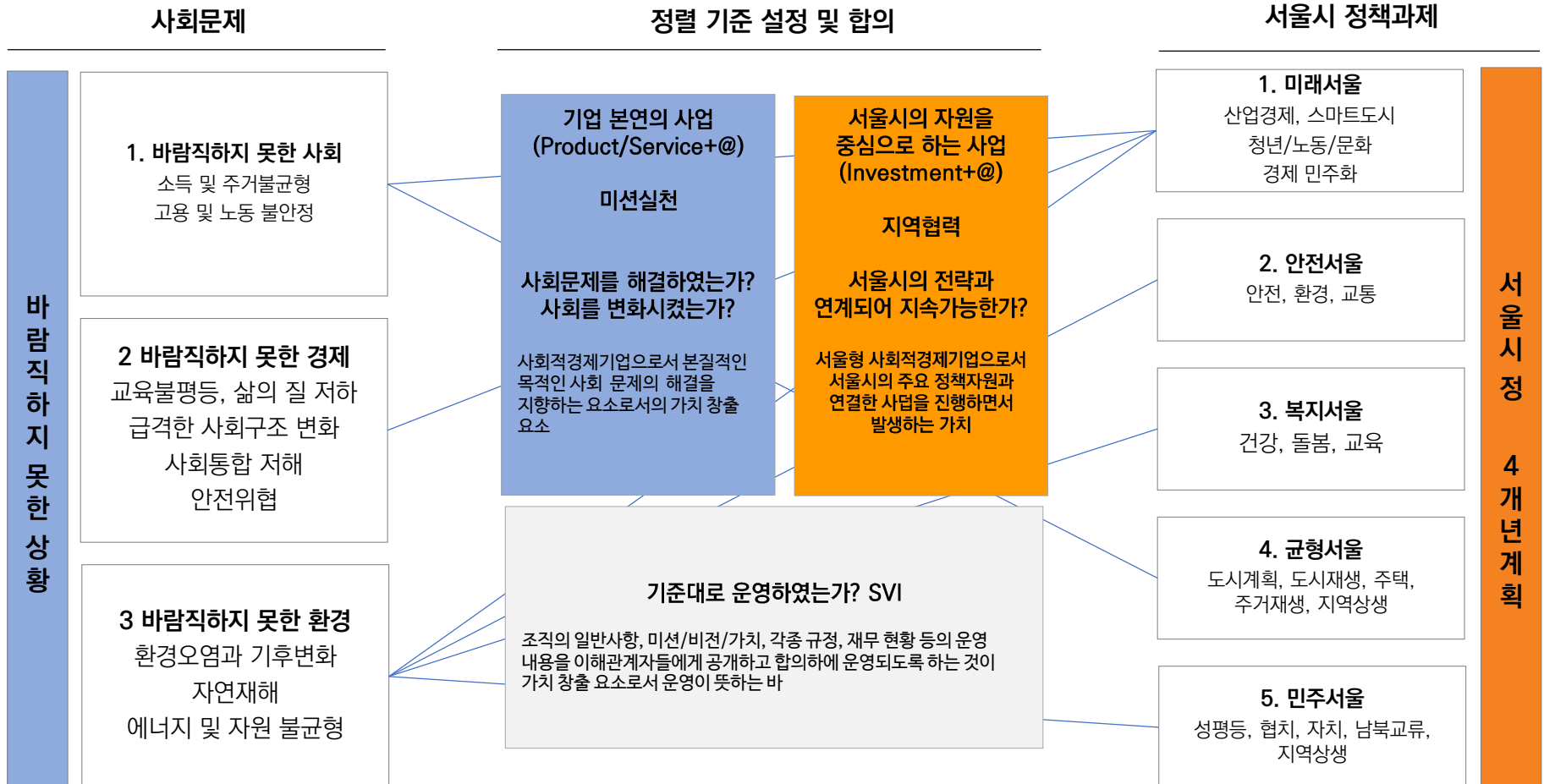
사회적경제와 서울시 전략의 공통점은 ‘사회문제’

서울시 전략은 서울시민의 사회문제를 기반으로 설계. 사회적경제 영역의 다양한 활동을 기대할 수 있음. 5대 시정목표와 사회적경제기업을 연결할 경우 다양한 사업 영역에서의 사회적경제기업의 참여가 이뤄지고 있으며 이러한 성과를 표면화 하는 것이 중요.

5대 시정목표	24개 과제	사회적경제 기업 참여 가능 사업군 예시
미래서울	1. 산업경제 2. 스마트 도시분야 3. 청년분야 4. 노동분야 5. 문화분야 6. 체육분야 7. 도시농업분야 8. 경제민주화 분야	1. Macro 산업구조속 문제해결형 콘텐츠 제공을 통해 산업구조의 생태계에 기여하는 사회적경제조직 2. 빅데이터 활용을 통해 시민의 편의를 확장하는 기술기반, 기술활용 사회적경제 조직 3. 청년 세대의 갈등과 문제를 해결하기위해 사업을 전개하는 사회적경제 조직 4. 노동인권, 노동안전등 노동자의 권리와 복지를 위해 설립된 사회적경제조직 5. 문화 예술을 기반으로 하는 기획, 공연, 매니지먼트, 도시재생과 관련한 사회적경제조직 6. 스포츠 관련 기획, 공연, 매니지먼트, 도시 재생과 관련한 사회적경제조직 7. 도시 농업과 관련한 기술, 공동체, 연계 관련 사회적경제조직 8. 경제 정책 제언, 소비자 활동을 기반으로 하는 사회적경제조직
안전서울	1. 안전 분야 2. 환경분야 3. 교통분야	1. 안전분야 관련 교육 진행 및 기술기반으로 안전 강화하는 소프트웨어 개발 사회적경제 조직 2. 환경분야 관련 콘텐츠, 기술, 환경관련 도시재생 분야의 사회적경제조직 3. 교통안전관련 활동에 기반한 사회적경제 조직
복지서울	1. 복지분야 2. 건강분야 3. 돌봄 분야 4. 교육 분야	1. 복지연계 사회서비스 분야 사회적경제 기업 2. 의료협동조합 등 건강관련 사회적경제 조직 3. 통합 돌봄서비스 욕구에 따른 돌봄 클러스터 참여기업 4. 평생교육기반 사회적경제조직
균형서울	1. 도시계획 도시재생 2. 주택주거재생 3. 사회적경제	1. 도시재생관련 사회적경제조직 2. 주거 재생사업을 통한 주택 개량 및 주택 공급(사회주택서비스)등의 사회적경제 조직 3. 사회적경제 생태계 조성을 위한 사회적금융 사회적경제조직, 인큐베이팅 조직
민주서울	1. 성평등 2. 시민참여 3. 협치 4. 자치 5. 남북교류 6. 지역상생	1. 성인지 관련 교육 서비스 제공 사회적경제 조직 2. 로컬랩 등 마을단위 시민공론장 형성 사회적경제조직 3. 협업, 협치 민민 민관 사업 참여 사회적경제조직 4. 자치 등 퍼실리테이터 관련 사회적경제조직 5. 남북 관광, 교류 협력 추진 기업 6. 서울 지역간 연계 사업 추진 기업(귀농, 귀촌, 지역자원교류,생협)등의 사회적경제조직

서울형 사회적가치의 정렬기준 설정

사회적 기업 측면에서 가치 연결은 두 가지 측면에서 찾을 수 있음. 기업의 미션, 즉 (1)사회적경제조직의 존재이유이며 궁극적 목적인 소셜미션을 잘 수행하고 있는냐의 질문과 (2)사회적경제의 지속가능한 미래를 위한 외부 요인과의 긍정적 관계를 형성해 나아가고 있는가에 대한 질문(두번째 질문은 서울이라는 지역과 서울시의 전략과의 부합성을 범위로 한정)



사회적가치 개발을 위한 기준 설정

다양한 사회적가치 측정도구가 존재하고 있는 현실로, 서울형 사회적가치 개발을 위한 기준은 다른 사회적가치와의 차별성, 해석의 일관성, 전략의 부합성을 중요한 기준으로 설정함.

구분	기준/방향	내용
차별성	<ul style="list-style-type: none"> 타 조직과의 차별성 다른 가치와 개념적 차별성 	<ul style="list-style-type: none"> 사회문제 중심의 사회적가치 개발로 기업 본연의 가치 서울의 공동체적 가치로 정책, 공공적 가치를 벗어난 공동체적 가치
구체성	<ul style="list-style-type: none"> 언어적 정의의 명확함 해석의 일관성/동일성 	<ul style="list-style-type: none"> 매뉴얼을 통한 초기 가치 측정의 구체화 기준과 정의를 명확히 함으로서 해석의 혼동이 없도록 구성
부합성	<ul style="list-style-type: none"> 서울시의 전략개념 이해 이해관계자 가치를 추구 	<ul style="list-style-type: none"> 서울의 사회문제 해결이 서울시의 4개년 전략을 설정됨을 감안하여 서울시와의 사업관계를 가치로 전환

측정 목적 및 개념 정립

- 의견수렴
- 목적 구체화

이론적 지표 체계 구축

- 프레임워크 검토분석
- 지표간 영역설정

지표 작성

- 작성 방법론 검토
- 변수 설정

결과물 작성/서비스

- 결과물 작성 방식
- 서비스 방안 결정

정책적 활용

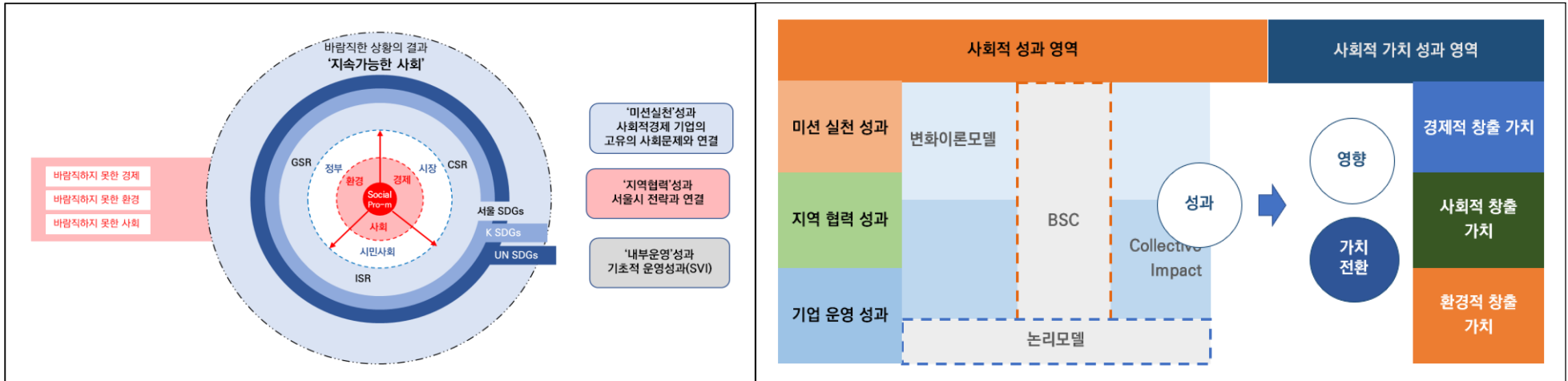
- 결과홍보
- 활용

지표관리 보완

- 지표 업데이터
- 추가적인 지표 보완

1단계 : 측정 목적 및 개념 정립

바람직한 상황의 결과가 지속가능한 사회를 창출하는 것이고, 이러한 각 섹터의 틈속에서 문제를 해결하는 사회적경제 조직의 사회적가치를 발견하는 것이 중요. 우선 한국사회적기업진흥원에서 측정하고 있는 SVI를 기초적 운영성으로 보고 '내부 운영'성으로 정의, 또한 서울시와 민관협력사업을 통해 활동하는 성과를 '지역 협력'성으로 정의하였으며, 반면 기업 본연의 사회적 목적을 창출하기 위한 활동하는 고유의 성과를 '미션 실천'성으로 정의함.



'미션실천'성과
사회적경제 기업의 고유의 사회문제와 연결

'지역협력'성과
서울시 전략과 연결

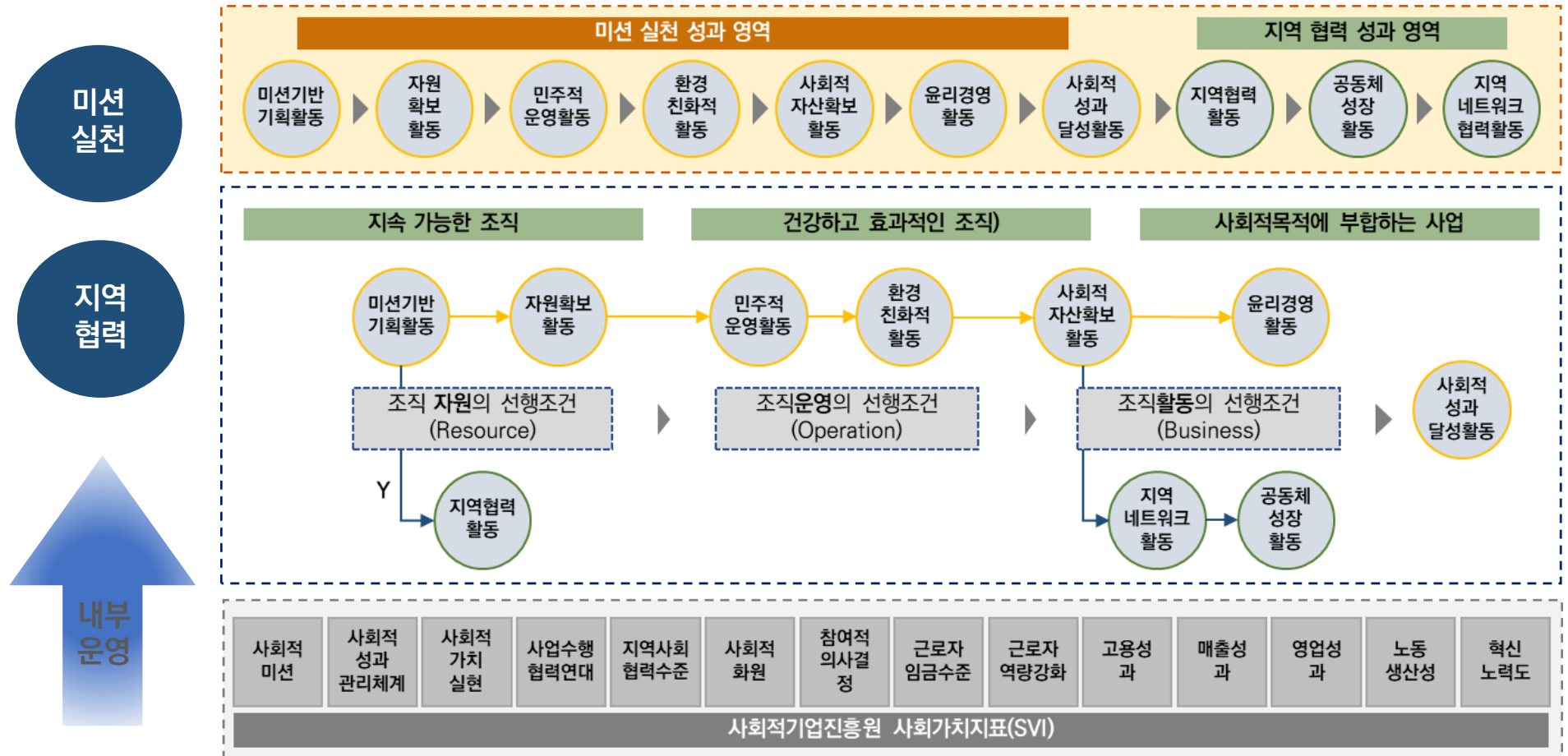
'내부운영'성과
기초적 운영성과

- 서울형 사회적가치 개념도는 BSC와 논리모델을 틀(Frame)로 활용하며 변화이론 모델은 미션 실천 성과의 방향성과 기준점,
- 컬렉티브 임팩트는 지역협력성과의 방향성과 측정 기준으로 사용. 하부단위의 지표에 대한 선정 및 확정에 도움.
- 한국사회적기업진흥원의 SVI 14개 가치 항목 측정을 내부운영성으로 추진. 측정기업의 피로도를 최소화 하고 중앙정부 정책과의 연결성 확보

서울시 전략과 연계되는 사업을 지역협력성과(가치)로, 개별 기업의 고유한 사회적문제를 해결하는 소셜미션을 중심으로 미션실천 성과(가치)로 3원화 하되 성과 가치간 중복되지 않도록 지표 구성. SVI와의 MECE 구성(상호배제 전체 포괄).

1단계 : 측정을 위한 이론적 체계 구축

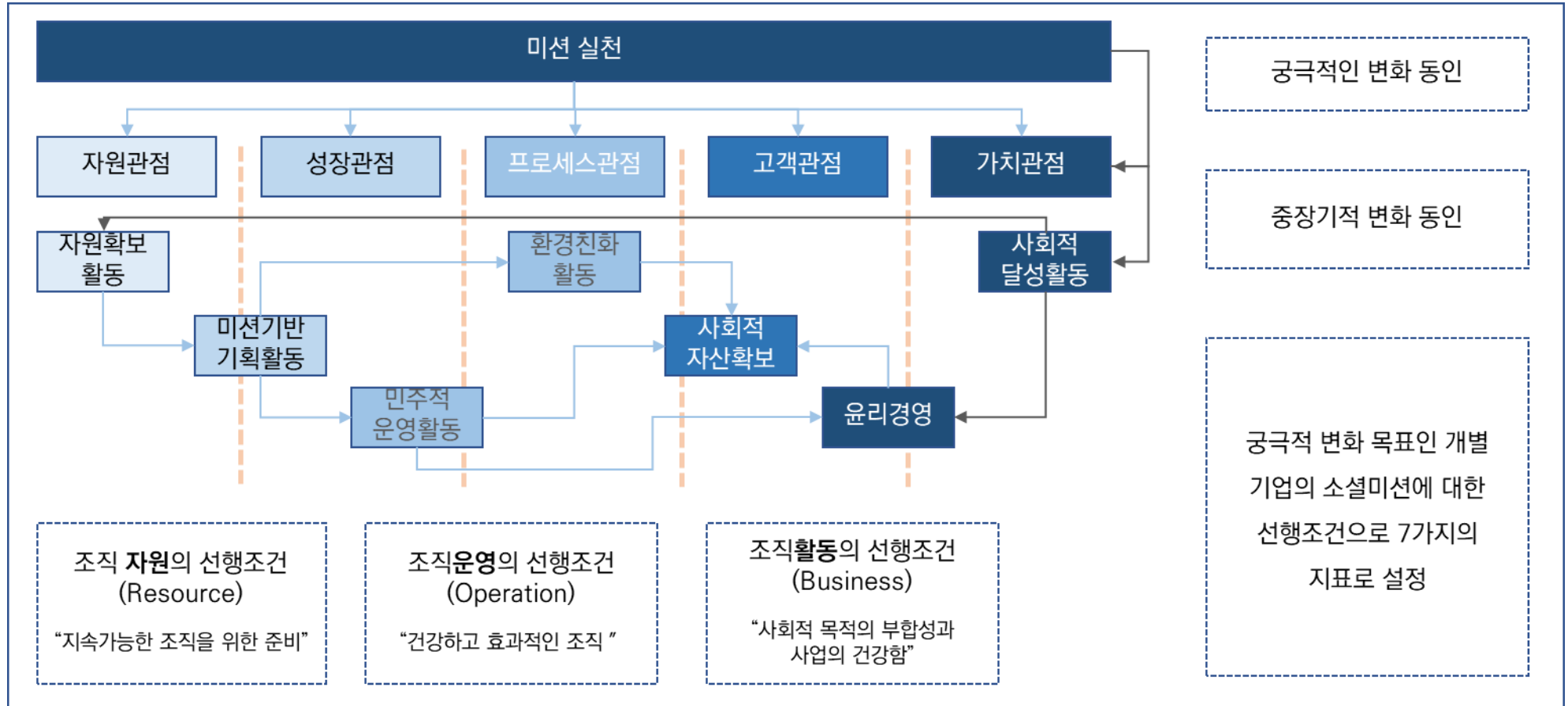
서울형 사회적가치는 기존 한국사회적기업진흥원의 SVI 14개 가치 항목 측정을 내부운영성과(가치)로 추진, 서울시 전략과 연계되는 사업을 지역협력성과(가치)로, 개별 기업의 고유한 사회적문제를 해결하는 소셜미션을 중심으로 미션실천 성과(가치)로 3원화 하되 성과 가치간 중복되지 않도록 지표 구성. SVI와의 MECE 구성(상호배제 전체 포괄).



미션실천 성과 영역 측정지표 개발

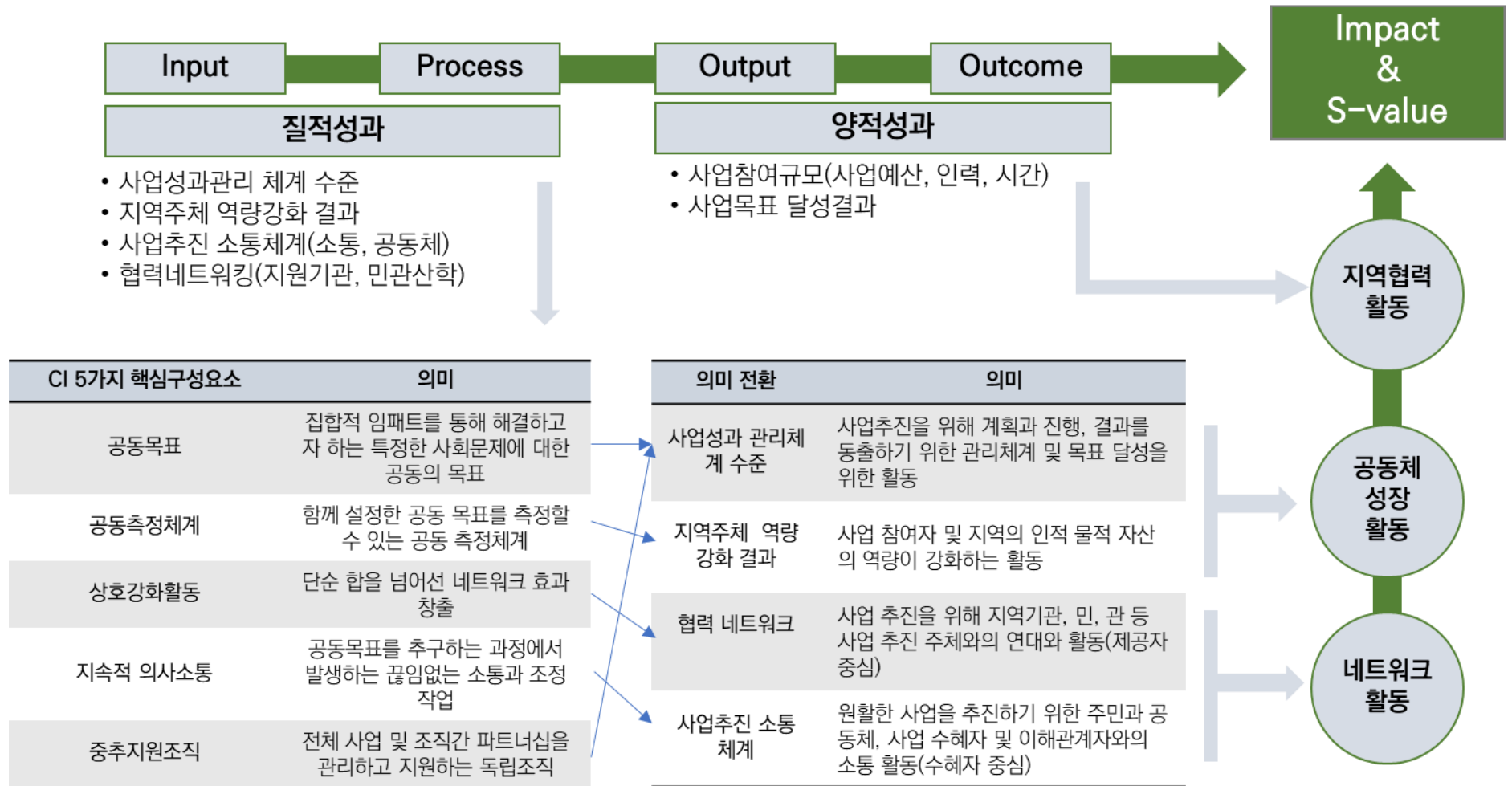
미션 실천 성과는 BSC모델과 변화관리모델의 내용적 차용을 통해 구성, 개별 사회적경제조직의 소셜미션 달성은 장기적 관점에서 실행필요. 전략적 이니셔티브를 강조하는 BSC의 관점과 변화관리 툴을 적용하여 기업의 미션을 실천하기 위한 7가지 요소 선정.

성과 동인(Performance Driver)을 프로세스에 따라 표현하였으며, 조직자원, 운영, 활동의 선행조건으로 구성되어 있음.



지역협력 성과 영역의 측정지표 개발

지역협력 성과는 논리모델과 Collective Impact를 주축으로 설계, 서울시 전략과 연계한 사업은 단기적이며 목적과 결과가 명확한 사업으로 서울시의 전략적 특성인 협업 사업을 포함하는 컬렉티브임팩트의 주요 성격을 차용하여 성과 및 이를 통한 임팩트와 가치에 대해 설계

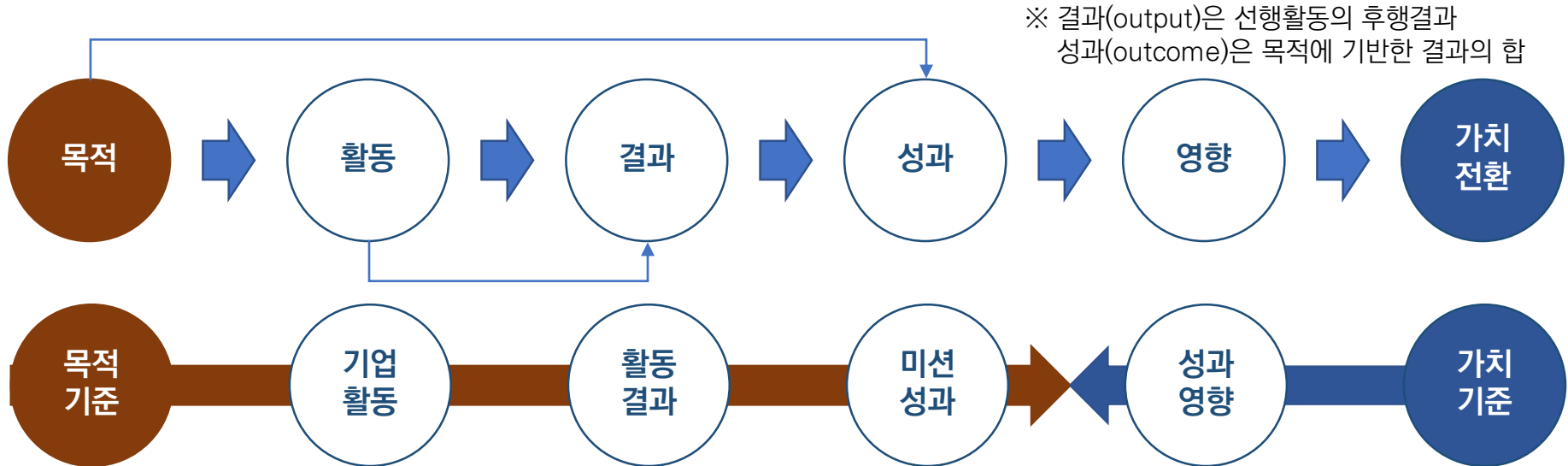


서울형 사회적가치의 기본 개념도



3단계 : 서울형 사회적가치 지표 개발 및 지표명

사회적가치 지표 개발을 위해서는 성과를 중심으로 살펴보는 것이 중요, 결과(output)는 선행활동의 후행결과이며 성과(outcome)는 목적에 기반한 결과의 합을 뜻함.



사회문제 해결을 위한 기업 본연의 사업 목적	• 바람직하지 못한 경제 · 사회 · 환경 해결	“사회 저변의 해결해야 할 과제 ”	미션실천 성과
서울의 사회적경제 기업으로 서울시의 전략에 부합된 목적	• 미래서울 · 안전서울 · 복지서울 · 균형서울 · 민주서울 전략 협력	“서울 시민의 욕구에 기반한 해결 과제 이며 계획 ”	지역협력 성과

측정 방식 적용

성과를 측정하기 위한 방법으로는 평가척도(Rating Scale) 방식을 활용 예정. 주로 사용되는 BARS(Behavior Anchor Rating Scales:행위 평정 척도법)방식과 BOS(Behaviral Observation Scales:행위 관찰 척도법)방식이 대표적이며 전형적으로 다음과 같은 모습을 가짐. BARS는 척도 값 자체가 점수가 되며, BOS는 기준에 대한 정의(우수한 모습)를 기준으로 측정하게 됨

BARS

평가의 범주마다 제시된 대표적인 행동패턴 가운데 하나를 선택하여 등급을 매기는 방식으로 기업의 구체적인 행동을 측정하는 평가기법(성과의 기준을 정하는 것이 중요)

BARS 예시 : 귀 사의 사회 문제 해결 성과는?(기준을 개발해야 하는 상황)

	D. 사회문제 해결을 위해 계획하고 준비중이다
	C. 우리 기업의 소셜미션을 해결하기 위해 제품을 생산하고 서비스를 제공하고 있다.
	B. 우리는 우리의 고객(이해관계자)와 함께 사회문제를 해결하기 위해 실천하고 있다.
V	A. 사회 혁신을 통해 우리 기업의 활동을 벗어난 부분까지 영향을 끼칠 수 있는 복합적인 문제가 해결되어지고 있다.
	S. 사회 전체에 영향을 끼칠 수 있는 불확실하고 복합적인 문제들을 파악하고 이에 대한 해결안을 실행함.

BOS

평가의 기준점으로 제시된 구체적인 행위에 대해서 수행한 빈도 또는 척도를 묻는 문항으로 구성되 있어 그 빈도를 측정하는 평가 방법

평가점수	5	4	3	2	1
정의	모범적	달성	실행중	진행중	진행없음
설명	기대수준을 훨씬초과하여 사례의 모범이 됨	기대수준을 초과하고 전파됨	기대수준을 만족시킴	요구되는 수준에 다소 미치지 못하는 수준	기대수준에 현저히 미달하는 수준

평가점수	5	4	3	2	1
계량지표 (달성율)	120% 이상	110% 이상	95~105 %미만	70% 이상	70% 미만
설명	탁월한 성과	우수한 성과	만족스러운 성과	미흡한 성과	현저히 못 미치는 성과

BARS의 경우 성과별로 최소 10~15개의 성과사례를 개발해야 함으로 척도개발 기간이 길고 이용자 측면의 부담이 있음. BOS 방식의 경우 우수사례를 중심으로 3~5개 개발로 활용여지가 큼.

4단계 : 지표 구성 - 미션실천성과

활동	측정 내용	측정 기준	
1.미션 기반 기획 활동	미션에 기반한 사업계획 및 사업점검 수준	1.소셜미션 반영 연간 사업계획 수립	4.당해 미션실천활동의 개선필요점을 익년도 사업계획에 반영
		2.소셜미션 연중 구성원과 공유	5.소셜미션을 비전, 중장기 사업전략 및 사업목표에 반영
		3.소셜미션 반영한 사업계획의 실행과정에 중간점검 시행	
2.자원확보 활동	미션 수행을 위한 기업자원 확보 수준	1.기업 미션 수행에 필요한 기본 자원(인적·물적·지적·재무) 확보	4.기업 미션 수행에 필요한 차별화된 지적자원 확보
		2.기업 미션 수행에 필요한 차별화된 인적자원 확보	5.기업 미션 수행에 필요한 차별화된 재무자원 확보
		3.기업 미션 수행에 필요한 차별화된 물적자원 확보	
3.민주적 운영 활동	의사결정 및 소유구조의 민주적 수준	1.평등한 직무수행의 역할 및 범위 규정화 또는 운영	4.기업 성과에 대한 이익 분배 규정화 또는 실행
		2.민주적 권한과 책임의 규정화 또는 운영	5.민주적 의사결정을 위한 규정 문서화 또는 운영
		3.민주적 소유구조 규정화 또는 실행	
4.환경친화적 활동	환경친화적 사업관리 수준	1.친환경 조직문화 실천계획 수립	3.친환경 활동 위한 투자 실적 보유
		2.친환경 조직문화 권고 및 실천	4.친환경 경영활동 통한 사업실적 보유
5.사회적자산 확보 활동	사회적자산 확보 수준	1.공동구매, 공동생산을 통한 원가관리 효과성 있는 자산 확보	3.상호거래 활동 통한 공급수요 안전성 있는 자산 확보
		2.공동개선, 공동혁신을 통한 품질관리 효율성 있는 자산 확보	4.공동자원관리, 공동시스템 구축 통한 신뢰성 있는 자산 확보
6.윤리경영 활동	윤리적 책임경영 실천 수준	1.불공정채용, 차별, 청탁, 금품/접대 제공 및 수수 등 조직 내 부패 방지	4.소비자와 지역사회의 피드백, 영향평가 등 경영 반영
		2.세금납부, 상품 및 서비스 개발/생산/판매 관련 법규 준수	5.재정, 경영정보, 윤리강령 등 내·외부 공개 통한 경영 투명성 제고
		3.개발/생산/유통 등 사업 전개 과정 내 질 좋은 품질 및 적정 이윤 추구	
7.사회적성과 달성활동	사회적 성과 달성 노력 수준	1.소셜미션의 구체성	3.사회문제 연관 사회적성과에 대한 성과관리 수행
		2.사회문제 해결 위한 실현 가능한 단계별 목표 수립	4.해결하는 사회문제의 외부 인정

지역협력 성과

활동	측정 내용	측정 기준	
1.지역협력 활동	지역협력사업 참여 수준	1.지역협력사업 발굴 또는 공모 참여해 사업 수행	3.지역협력사업 추진 결과 시민 체감 및 수혜자 만족도 향상
		2.지역협력사업 추진 목적에 따른 결과 창출	4.지역협력사업 추진 결과 외부 긍정 평가 경험
2.공동체성장 활동	지역 공동체 성장 기여 수준	1.지역협력사업 수행 과정 내 지역주민 홍보를 통한 인식 수준 향상	4.지역협력사업 수행 과정 내 발굴된 지역주민들의 조직화 지원
		2.지역협력사업 수행 과정 내 지역주민 간담회 등 쌍방향 소통 및 의견 반영	5.지역협력사업 수행 과정 통해 결성된 지역주민 조직의 추가사업 계획 또는 실행
		3.지역협력사업 수행 과정 내 지역주민 주체 발굴	
3.지역네트워크 협력 활동	지역 네트워크 협력 기여 수준	1.지역협력사업 수행 과정 내 이해관계조직 간담회 등 쌍방향 소통	4.지역협력사업 수행 과정 내 자원 발굴 및 연계 또는 지역 호혜적 시장 조성
		2.지역협력사업 수행 과정 내 협력 네트워크조직과 추가사업 계획 또는 실행	5.지역협력사업 수행 과정 내 지역자산 형성
		3.지역협력을 위한 정책 및 사업 개발 및 관련 기관에 제안	

III. 사회적가치 측정과 활용

서울형 사회적가치 측정지표 Pre-test 분석결과

선행연구와 이론적 근거를 통해 설계한 서울형 사회적가치 측정지표(초안)에 대해 현장 기업가들의 실제 측정을 추진. 타당성과 수용성을 검토하기 위해 49개 기업을 대상으로 실측을 진행하였고, 그 결과에 대해 검토함.

인증사회적기업	예비사회적기업	기타(소셜벤처, 협동조합)
26개 기업	21개 기업	2(소셜벤처, 협동조합 입력)

주식회사	협동조합(사회적협동조합)	기타/(소셜벤처, 사단법인)
28개 기업	17(7개) 기업	4개 기업

교육서비스업	예술,스포츠 및 여가관련 서비스업	사업시설관리 및 사업지원서비스업	보건업 및 사회복지 서비스업	제조업
11	8	7	6	5
도매 및 소매업	협회 및 단체 수리 및 개인서비스업 숙박 및 음식점 업 부동산업 및 임대업		출판,영상,방송통신 및 정보서비스업 전문,과학 및 기술서비스업 건설업	
3	각 2개업체(6)		각 1개업체(3)	

서울형 사회적가치 측정 점수 산정 방식

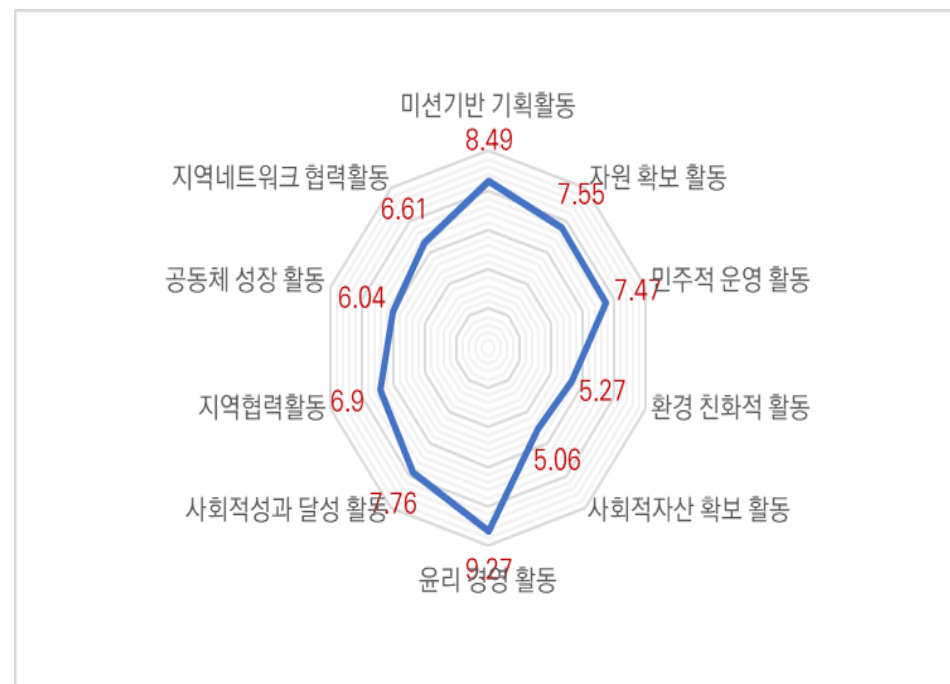
번호	사회적가치영역	체크항목	수준점수	10점 환산
1	미션기반 기획활동	5문항	체크문항총수 + 1 (4문항 이상이 5수준으로, 5문항 체크자와 같은 수준으로 정리)	수준점수 × 2 (최소 2점, 최대 10점)
2	자원 확보 활동	5문항		
3	민주적 운영 활동	5문항		
4	환경 친화적 활동	4문항		
5	사회적자산 확보 활동	4문항		
6	윤리 경영 활동	5문항		
7	사회적성과 달성 활동	4문항		
8	지역협력활동	4문항		
9	공동체 성장 활동	5문항		
10	지역네트워크 협력활동	5문항		

수준		내용	체크수	수준점수
5수준	(매우우수)	상기 4개 이상 충족	4이상	10점
4수준	(우수)	상기 3개 이상 충족	3	8점
3수준	(보통)	상기 2개 이상 충족	2	6점
2수준	(미흡)	상기 1개 이상 충족	1	4점
1수준	(매우미흡)	노력중	0	2점

측정결과(종합)

49개 참여기업의 서울형 사회적가치 측정결과 최고값은 100점 최저값은 32점으로 참여기업별 편차가 크게 나타남. (평균값은 70.4점임)

번호	사회적가치영역	평균
1	미션기반 기획활동 (5문항) = 10점	8.49
2	자원 확보 활동 (5문항) = 10점	7.55
3	민주적 운영 활동 (5문항) = 10점	7.47
4	환경 친화적 활동 (4문항) = 10점	5.27
5	사회적자산 확보 활동 (4문항) = 10점	5.06
6	윤리 경영 활동 (5문항) = 10점	9.27
7	사회적성과 달성 활동 (4문항) = 10점	7.76
8	지역협력활동 (4문항) = 10점	6.90
9	공동체 성장 활동 (5문항) = 10점	6.04
10	지역네트워크 협력활동 (5문항) = 10점	6.61
	전체 총점 = 100점	70.41



- 사회적가치란 개인을 넘어선 공동체가 지향하는 가치라 할 수 있음. 따라서 사회적가치는 문화와 규범, 경험, 관계의 상호작용과 그 사회의 종교, 지역성, 속한 공동체의 다양한 관점에 따라 달라 짐. 그러므로 보편적인 국제기구나 정부의 사회적가치에 기여할 수 있는 사회적가치의 한 측면이 있다면, 미시적으로 그 지역 사회, 또는 지역 공동체나 커뮤니티에서 요구되는 사회적가치도 포함됨.
- 사회적경제기업의 사회적가치는 거시적인 측면, 즉, 거대 공동체의 이상향에 기여하는 사회적가치와 미시적으로 해당집단, 해당 지역에서 사회적가치가 공통적으로 측정되어야 하는 다중성을 내포함.
- 이러한 바탕위에 도출된 서울형 사회적가치는 중앙정부의 사회적가치(SVI)를 통해 전국적 사회적가치 측정 흐름에 동조하며 서울형으로 구성된 10가지로 지표를 통해 서울이라는 지역에서의 사회적가치의 차별화된 역할을 부여 할 수 있을 것임.
- 사회문제 해결이라는 사회적경제기업의 고유의 목적과 서울의 전략과 연계된 가치의 관점에서 설정하였지만 사회문제 또한 매우 다양하고 개별적 관점에 다르게 다양하게 해석되어 질 수 있는 문제.
- 중요한 점은 모든 지표와 가치는 장, 단점이 있기 마련. 따라서 사회적가치가 ‘절대적 가치’로 해석되어서는 안되며 변화를 위한 ‘정책적 판단’으로서 바라 봐야 함.
- 서울시 4개년 전략을 중심으로 하는 사회적가치는 매년 변화하는 사회문제를 반영한 정책적 판단을 근거로 설계되는 것. 따라서 측정 지표의 특성은 변화 하는 사회문제를 담아내기 위해 기업의 사회적 목적과 서울시의 전략사업에 대한 참여, 협력을 기준으로 설계함.

