

# 18

## 2022 사회적기업 실태조사 주요내용

☑ **(추진배경 및 목적)** 사회적기업 육성법(2007)에 근거 5년마다 진행되는 **사회적기업 실태조사**는 기업의 현황을 파악하고 진단하여 육성 정책 수립의 기초자료로 활용

- 방대한 양의 실태조사 결과를 가독성 있게 요약하고 특이점을 기술하여 대국민·유관기관의 실태조사 이해도를 제고하고자 함

☑ **(2022 사회적기업 실태조사)** '12년, '17년에 이어 세 번째로 실시된 실태조사로, 총 8가지 항목(사회적목적 추구, 고용, 정부지원 만족도, 정부지원 요구사항, 인증제도, 사회적가치지표, 공공판로, 국민인식조사)으로 구성하여 요약

- **(사회적목적추구)** 인증·예비는 주로 취약계층을 대상으로 경제부문에 비중을 두고 운영하나 사회적 성과를 보다 긍정적
- **(고용)** 고용에 있어 예비·인증 모두 비정규직은 감소하였고, 4대보험은 대부분 가입되어 있으며 노사관계는 상호 긍정적으로 응답
- **(정부지원 만족도)** 재정지원사업(일자리창출, 전문인력, 사업개발비, 사회보험료 지원)의 만족도는 4.0 내외로 매우 높게 나타났으나, 그 외 사업지원(컨설팅, 세제지원, 모태펀드 등) 보통 수준으로 나타남
- **(정부지원 요구사항)** 예비·인증 모두 직접지원의 경우 인건비와 사업비가, 간접지원은 판로-홍보-금융 순으로 필요하다고 응답
- **(인증제도)** 사회적목적을 지향하기 때문에 인·지정제도에 참여하나 만족도는 보통수준이고, 특히 '유급근로자 고용' 부문이 인증유지에 있어 가장 어려운 요건으로 나타남
- **(사회적가치지표)** 기업가 중 70% 이상이 SVI를 인지하고 있으며 현 기업상황을 파악·개선하기 위해 참여한다고 응답
- **(공공판로)** 사회적기업 제품·서비스 구매 요인은 '사회적가치실현'이 가장 많았으며, 장애요인으로는 '물품 및 서비스 다양성 부족'이 가장 큼
- **(국민인식조사)** '17년 대비 사회적경제 및 기업에 대한 인지도와 구매경험, 만족도 등에 큰 변화는 없어 이를 위한 다양한 접근 방법 필요

# CONTENTS

<b>1</b>	<p><b>추진개요</b> <span style="float: right;">3</span></p> <ul style="list-style-type: none"> <li><b>가</b> 목적 및 범위 <span style="float: right;">3</span></li> <li><b>나</b> 실태조사 연혁 <span style="float: right;">4</span></li> <li><b>다</b> 2022년 사회적기업 실태조사 <span style="float: right;">5</span></li> </ul>
<b>2</b>	<p><b>실태조사 주요 내용</b> <span style="float: right;">7</span></p> <ul style="list-style-type: none"> <li><b>가</b> 사회적 목적 추구 <span style="float: right;">7</span></li> <li><b>나</b> 고용 <span style="float: right;">9</span></li> <li><b>다</b> 정부지원 만족도 <span style="float: right;">11</span></li> <li><b>라</b> 정부지원 요구사항 <span style="float: right;">13</span></li> <li><b>마</b> 인증제도 <span style="float: right;">16</span></li> <li><b>바</b> 사회적가치지표(SVI) <span style="float: right;">19</span></li> <li><b>사</b> 공공판로 <span style="float: right;">20</span></li> <li><b>아</b> 국민인식조사 <span style="float: right;">22</span></li> </ul>
<b>3</b>	<p><b>실태조사 항목별 주요 내용</b> <span style="float: right;">24</span></p>

# 1 추진개요

## 가. 목적 및 범위

사회적기업 육성법(2007)에 근거하여 5년마다 진행되는 사회적기업 실태조사는  
**현 사회적기업의 현황을 정확히 파악·진단하기 위함**

☑ **(조사배경)** 사회적기업 육성법(2007)에 근거하여 5년마다 진행되는 사회적기업 실태조사는 법적인 의무를 다하는 것 뿐만 아니라,

- 법이 시행된 지 15년이 지난 지금, 사회적기업 정책 개선 방향에 대해 보다 진전된 논의를 하기 위해선 **사회적기업 현 상황에 대한 정확한 진단이 매우 필요한 시점**

☑ **(조사목적)** 사회적기업 주요 부문에 대한 실태전반을 파악하여 사회적기업 육성 및 활성화 정책 수립에 기여할 수 있는 기초자료로 활용

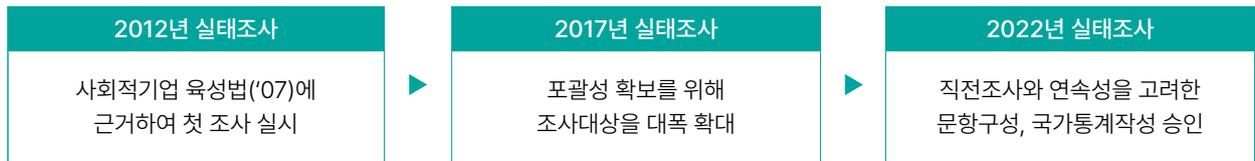
☑ **(조사근거)** 「사회적기업 육성법」 제6조, 제21조

- 「사회적기업 육성법」 제6조(실태조사)  
고용노동부장관은 사회적기업의 활동실태를 5년마다 조사하고, 그 결과를 고용정책심의회에 통보하여야 한다.
- 「사회적기업 육성법」 제21조(권한의 위임 및 위탁)  
고용노동부장관은 다음 각 호의 업무를 진흥원에 위탁할 수 있다.  
1. 제6조에 따른 사회적기업 활동에 관한 실태조사

☑ **(추진목적)** 따라서 본 리포트는 「2022년 사회적기업 실태조사」의 전체 결과를 보다 **가독성 있게 요약**하고 **특이점을 기술**하여 대국민·유관기관의 **이해도를 제고**하고자 함

## 나. 실태조사 연혁

2012년을 첫 시작으로, 2017년에 이어 세 번째로 진행되는 2022년 실태조사는 조사대상 및 항목 등을 확대·개선하여 진행



### ☑ 2012년 실태조사(수행기관: 한신대학교)

- **(대상·방법)** 631개소 인증 사회적기업과 기업가, 종사자 대상으로 면접·유치조사(leaving method)
- **(개요)** 사회적기업 육성법(2007년)을 근거로 5년마다 사회적기업의 실태를 조사하기 시작하였으며, 2008-2012년의 사회적기업의 실태를 파악하여 '13년 기본계획 수립의 기초자료로 활용

### ☑ 2017년 실태조사(수행기관: 한국노동연구원)

- **(대상·방법)** 사회적기업(1,587개소), 예비·지정만료(1,832개소), 사회적경제조직(600개소), 일반시민(1,000명) 대상 설문 및 FGI 조사
- **(개요)** '12년에 이어 진행된 두 번째 실태조사로, 실태조사 연구대상을 예비 및 지정만료사회적기업·사회적경제조직·일반시민으로 확대하여 포괄성을 확보, 양적연구 수행

### ☑ 2022년 실태조사(수행기관: 한국노동연구원)

- **(대상·방법)** 사회적기업(2,824개소), 예비·지정만료(2,858개소), 공공기관(861개소), 일반시민(1,000명) 대상 설문 및 FGI조사
- **(개요)** 2017년 조사와의 연속성을 중점으로 문항을 구성하였으며, 실태조사 내용 중 '사회적기업' 부문 통계작성 승인 완료(승인번호118046, '22.7.)

## 다. 2022년 사회적기업 실태조사

사회적기업 양적확대(1,680→3,063)로 인한 조사대상 증가와 더불어 '17년 조사와의 연속성을 중점으로 문항을 구성하여 진행

☑ **(조사대상)** 일정기간 기업 운영경험이 있는 **2021년 이전 인·지정 기업을 대상으로** 하였으며 일부를 제외하고 **전수조사로 진행**

- **(사회적기업)** 인증사회적기업 및 대표자('21년 이전 인증)의 경우 전수조사, 종사자의 경우 구간별 할당표본으로 조사 진행
- **(예비사회적기업)** 예비사회적기업('21년 이전 지정) 및 지정종료 예비사회적기업('19~'21년 사이 종료)의 경우 전수조사
- **(공공시장)** 2021년 사회적기업 제품 우선구매 제도 대상 공공기관 전체를 대상으로 전수조사
- **(일반시민)** 우리나라 19세 이상 국민전체 대상으로 비례적 층화표집(거주지, 연령, 성별)을 통해 표본 조사 진행

조사대상	조사범위	조사항목
사회적기업	사회적기업	일반 경영현황, 정부지원 및 재무현황, 고용현황, 사회적목적 추구, 교육훈련, 네트워킹, 주요 제품 및 서비스 등
	사회적기업가	주요 경력, 기업운영 방향, 투자 계획, 노사관계, 교육훈련, 연구개발, 기업 성장가능성, 지원제도 수요 등
	종사자	주요 경력, 직업관, 일 경험, 대표자, 근로조건, 노사관계, 근무 만족도 등
예비사회적기업	예비사회적기업	일반 경영현황, 정부지원 및 재무현황, 고용현황, 사회적목적 추구, 교육훈련, 네트워킹, 주요 제품 및 서비스, 향후 인증 사회적기업 신청 계획 등
	지정만료 기업	일반 경영현황, 인증 신청 경험 및 향후 계획, 지원제도 수요 등
공공시장	공공구매 담당자	공공구매 참여 실적, 제품 및 서비스 수요, 공공구매 관련 애로사항 등
일반시민		사회적기업 및 사회적경제 인지도, 사회적기업 제품 및 서비스 구매경험, 지원제도 필요성 등

☑ **(조사기간)** 2022. 4. ~ 2022. 9. (6개월)

☑ **(조사방법)** 당시 코로나19 상황 등을 고려하여 **인터넷 조사(메일 등)를 기본으로 필요 시 전화조사를 병행**하였으며, 전반적으로 **응답집단은 전체모집단과 주요 특징\*에서 큰 차이를 보이지 않음\*\***

\* **(주요특징)** 전체 모집단의 인·지정 연도, 사회적목적 구분, 조직형태, 지역 등의 비율

\*\* **(인증사회적기업 종사자)** 다만 인증사회적기업 종사자의 경우 비취약계층의 응답비율이 높아(63%) 해석에 유의 필요

구분	인증사회적기업			예비사회적기업		공공 판로	일반 시민
	기업	기업가	종사자*	예비	지정종료		
조사대상	2,824	2,824	6,727	2,417	441	861	-
응답	1,426	1,416	1,776	1,394	265	750	1,000
응답률	50.5%	50.1%	26.4%	57.7%	60.1%	87.1%	100.0%

**☑ 주요 요약 항목**

- **(요약기준)** 요약항목의 경우 2012·2017년 사회적기업 실태조사 **요약보고서에 포함된 공통항목**(사회적 목표, 고용, 지원제도, 판로, 시민의식 등)을 기준으로 하였으며, 세부지표는 **직전조사(2017년)와의 연속성을 고려\***하여 선정  
 \* 2012년도와 2017·2022년도 실태조사는 항목과 세부지표가 다소 상이함
- **(요약내용)** ①사회적목적추구, ②고용, ③정부지원 만족도, ④정부지원 요구사항, ⑤인증제도, ⑥사회적가치지표(SVI), ⑦공공판로, ⑧국민인식조사 등 **총 8개 항목의 46개 지표**로 요약 구성

구분	항목	지표
1	사회적 목적 추구(4)	기업이 추구하는 사회적 목표
		기업의 경제·사회적 성과목표 비중
		기업의 경제·사회적 성과목표 달성 정도
		사회적 목적 달성 평가절차 보유
2	고용(7)	유급근로자 고용현황
		4대 보험 가입률
		취약계층 근로자 채용 여부
		동종업계 대비 취약계층의 임금수준
		노사관계 자체평가
		종사자의 기업 평가
		종사자의 지속근무 의향 및 이유
3	정부지원 만족도(6)	[재정지원] 일자리창출 지원사업
		[재정지원] 전문인력채용 지원사업
		[재정지원] 사업개발비 지원사업
		[재정지원] 사회보험료 지원사업
		[재정지원 외 기타] 경영지원, 세제지원, 모태펀드 등 지원기관 만족도
4	정부지원 요구사항(5)	기업 운영 상 애로사항
		직접지원
		간접지원
		판로지원 금융지원
5	인증제도(9)	인증신청의 주된 이유
		사회적기업 인증효과 만족도
		인증제도에 대한 만족도
		인증제도의 문제점
		인증요건 유지의 어려움 정도
		유지하기 어려운 인증요건
		향후 인증신청 계획 유무 및 예정시점
		등록제 전환에 대한 의견
사회적목적법인 신설에 대한 의견		
6	사회적가치지표(SVI) (4)	사회적가치지표 인지여부
		사회적 가치지표 측정 경험 여부
		사회적 가치지표 측정에 참여한 이유
		사회적가치지표 내용 및 측정절차에 대한 만족도
7	공공판로(4)	기관 구매금액이 가장 높은 물품·서비스
		사회적기업 제품(물품·서비스)구매이유
		사회적기업 제품(물품·서비스)에 대한 만족도
		사회적기업 제품(물품·서비스)구매 시 장애요인
8	국민인식조사(7)	사회적경제 대국민 인지도
		사회적기업 대국민 인지도
		사회적기업 제품 구매경험
		사회적기업 제품 구입하는 이유
		사회적기업 재화·서비스에 대한 만족도
		사회적기업 제품 구매의지 사회적기업 육성을 위한 정부지원에 대한 의견

# 2

## 실태조사 주요 내용

### 가. 사회적 목적 추구

인증·예비 모두 취약계층의 자활·자립지원을 목표로, 경제적 부문에 보다 비중을 두고 경영하고 있으나 사회적 성과를 더 긍정적으로 평가

#### ☑ 기업이 추구하는 사회적 목표

- **(인증)** 일자리 제공 등을 통한 취약계층의 자활·자립지원을 목표로 하는 기업이 과반이상인 65.8%로 '17년도 최우선 목표인 지역/일반시민의 일자리·소득 증대(36.9%) 대비 최우선 목표 변동 및 비율 증가
- **(예비)** 인증과 마찬가지로 '취약계층의 자활·자립지원(37.9%)' 부문이 '17년(21.1%) 대비 약 2배 가까이 증가하였으나, 지역/일반시민의 일자리, 소득 증대 부문은 크게 감소('17년 37.5% → '22년 7.8%)

기업이 추구하는 사회적 목표 (단위: %)

구분	취약계층 자활/자립	취약계층 사회서비스 제공	지역/일반시민의 일자리, 소득 증대	지역주민 사회서비스 제공	생태농업, 먹거리 등 대안농업 활성화	사경조직의 설립 및 성장지원	기타*
인증	65.8	15.1	5.6	4.6	2.5	1.5	5.0
예비	37.9	22.1	7.8	12.8	3.52	2.2	14.1

\* 기타: 생태공간 보존/환경보호/자원재활용, 낙후된 지역/공간 인프라 개선, 다문화 가족/이주노동자 등 지역주민 통합, 대안에너지/에너지/연료 효율성 향상, 공정무역/ 국제개발 협력지원 등 지구촌의 지속가능개발 등

#### ☑ 기업의 경제·사회적 성과목표 비중

- **(인증)** 평균적으로 인증사회적기업의 58.9%는 경제적 성과에, 41.1%는 사회적 성과에 비중을 두고 경영하며 '17년(경제: 56%, 사회:44%)과 2~3%p내외로 유사함
- **(예비)** 예비의 경우도 경제적성과 54.0%, 사회적성과 46.0%로 경제적 성과에 과반이상 비중을 두고 경영하고 있는데, 이 또한 '17년(경제: 55.6%, 사회: 44.4%)과 유사한 수준으로 나타남

### ☑ 기업의 경제·사회적 성과목표 달성 정도

- **(인증)** 경제적성과는 **3.06점**으로 주로 '보통수준', 사회적성과는 **3.39점**으로 비교적 '잘하고 있는 편(43.9%)'이라 평가하고 있으며 '17년(경제: 3.16점, 사회: 3.61점)에 비해 소폭 하락한 추세
- **(예비)** 경제적성과는 **2.8점**으로 대부분 '보통이하'로, 사회적성과의 경우는 **3.26점**으로 보다 긍정적으로 평가하고 있으며 '17년(경제: 3.02점, 사회: 3.4점)에 비해 소폭 하락함

경제·사회적 성과목표 비중 및 달성 정도

(단위: %, 점)

구분	성과목표 비중(%)		목표달성 정도(5점)	
	경제적 성과	사회적 성과	경제적 성과	사회적 성과
인증	58.9	41.1	3.06	3.39
예비	54.0	46.0	2.8	3.26

### ☑ 사회적 목적 달성 평가절차 보유

- **(인증)** 평가절차를 규정하고 있다고 응답한 기업이 **35.3%**, 그렇지 않은 기업은 64.7%로 '17년에 비해서 긍정적인 응답이 소폭(3%p) 증가 하였으나 여전히 미미한 상태
- **(예비)** 평가절차를 보유하고 있다고 응답한 기업이 과반에 가까운 **41.2%**로, '17년(19.5%)의 약 2배 이상 증가함

## 나. 고용

‘17년 조사 대비 예비·인증 모두 비정규직은 감소, 4대 보험은 대부분 (약90%) 가입되어 있으며  
노사관계는 기업가·종사자 상호 긍정적으로 평가

### ☑ 유급근로자 고용현황

- **(인증)** 정규직 유급근로자 수(2021년 기준)는 **각 기업별로 평균 21.5명**(취약계층 12.6명), **비정규직의 경우 평균 2.8명**(취약계층: 1.5명)으로 집계되며, '17년에 비해 비정규직이 약 4.4명 감소함
- **(예비)** 정규직 유급근로자 수(2021년 기준)는 **각 기업별로 평균 4.4명**(취약계층: 1.8명), **비정규직의 경우 평균 1.0명**(취약계층: 0.3명)으로 집계되며, '17년(정규직: 6.2명) 대비 정규직 근로자 소폭 감소

유급근로자 고용현황

(단위: 명)

구분	정규직		비정규직	
	전체(평균)	취약계층(평균)	전체(평균)	취약계층(평균)
인증	21.5	12.6	2.8	1.5
예비	4.4	1.8	1.0	0.3

### ☑ 4대 보험 가입률

- **(인증)** 4대 보험 중 정규직의 가입률이 가장 높은 것은 산재보험(100%)이고, 다음 건강·장기요양보험(99.5%), 고용보험(99%), 국민연금(97%) 순으로 **대부분 4대 보험에 모두 가입되어 있는 것으로** 나타나며 '17년 대비(평균 95%) 전반적으로 가입률 상승함
- **(예비) 고용보험(98%)의 가입률이 제일 높았으며**, 다음 산재보험(97.4%), 건강·장기요양보험(97.1%), 국민연금(88.9%) 순으로 특히 국민연금을 제외하고는 '17년(평균 98%)과 유사한 수준의 가입률 보임

4대 보험 가입률(정규직)

(단위: %)

구분	국민연금	건강보험, 장기요양보험	고용보험	산재보험
인증	97	99.5	99	100
예비	88.9	97.1	98.0	97.4

**☑️ 취약계층 근로자 채용 여부** (2021년 말 기준)

- **(인증)** 인증 사회적기업의 **91.7%가 취약계층을 고용**하고 있다고 응답하였으며, 이는 '17년(취약계층 고용: 92.6%)과 유사한 수준
- **(예비)** 취약계층을 고용하고 있는 예비 사회적기업은 **63.1%**로 '17년(취약계층 고용: 81.1%)에 비해서는 많이 감소한 추세를 보임

**☑️ 동종업계 대비 취약계층의 임금수준**

- **(인증)** 인증사회적기업의 96.8%정도가 현재 시장임금과 유사(84.1%)하거나 높다(12.7%)고 응답, **타 조직에 비해 임금수준은 평균이상**으로 나타나며 '17년(유사: 82.4%, 높음: 13.6%)과 비슷한 수준임
- **(예비)** 예비 또한 95.4%정도의 기업이 현재 **시장임금과 유사**(79.1%)하거나 **높은**(16.3%)수준으로 **임금을 지급**하고 있으며, 이는 '17년(유사: 76.4%, 높음: 19.2%)과 비슷한 수준임

동종업계 대비 취약계층의 임금수준				(단위: %)
구분	시장임금 보다 높음	시장임금과 유사	시장임금 보다 낮음	모름/무응답
인증	12.7	84.1	3.1	0.2
예비	16.3	79.1	4.3	0.3

**☑️ 노사관계 자체평가**

- **(인증)** 기업가는 4.06점으로 응답자의 **약 85%가 긍정적**, 종사자는 3.9점으로 **약 70%가 긍정적으로 답변**하여 '17년과(기업가: 4.01점, 종사자: 3.86점)과 같이 **노사관계는 대부분 상호 긍정적으로 평가**함

노사관계 자체평가									(단위: 점, %)
구분	기업가 의견				종사자 의견				
	평균 (5점)	나쁘다	보통	좋다	평균 (5점)	나쁘다	보통	좋다	
인증	4.06	0.1	14.5	85.5	3.9	1.2	28.4	70.4	

**☑️ 종사자의 기업 평가**

- **(인증)** 종사자는 기업에 대해 '17년과 마찬가지로 **'사회적 기여**(4.16점)', **'근로자를 공정하게 대함**(4.05점)' 부문에서 **가장 높은 평가를** 내렸으며, '의사결정 자유롭게 참여(3.9점)', '반영정도(3.84점)'에서도 높이 평가함

**☑️ 종사자의 지속근무 의향 및 이유**

- **(인증)** 사회적기업에 지속적으로 근무할 의향이 있음이 **92.6%**로 '17년(근무의향: 92.8%)조사와 마찬가지로 매우 긍정적임
- **지속근무 의향 이유:** 지속근무 할 의향이 있는 종사자는 그 이유를 '17년과 같이 **'일자리 안정성**(38.1%)', '추구하는 사회적 목적이 좋아서(24.4%)', '근로조건 적합성(23.5%)' 등의 순으로 응답

사회적기업 종사자의 지속근무 의향 및 이유(1순위)

(단위: %)

구분	지속근무의향		지속근무 의향 이유					
	있음	없음	추구하는 사업목적 좋아서	일자리 안정성	근로조건 적합함	사업전망/장래성 밝아서	다른직장 구하기 어려워서	기타
인증	92.6	7.4	24.4	38.1	23.5	4.9	6.9	2.1

☑ 좋은 일자리의 조건

- (인증) 좋은 일자리의 조건은 '안정성'이 49.0%, '적성 및 취향 적합성'이 21.1%로 '17년(안정성 47.1%, 적성 및 취향 25.9%)조사와 유사함

다. 정부지원 만족도

일자리창출 지원은 수익성 및 사회적가치에 기여, 전문인력은 영업·마케팅·홍보에, 사업개발비는 R&D와 연구개발에 활용하는 것으로 나타남

☑ [재정지원] 일자리창출 지원사업

- (인증) 인건비 지원을 받아본 기업은 40.3%로, '수익성 증가(76.4%)'와 '사회적 가치 증가(74.4%)'에 기여하는 것으로 평가하고 있으며 만족도는 4.05점으로 '17년 대비 수혜율(38.3%) 및 만족도(3.81점) 소폭 증가
- (예비) 인건비 지원을 받은 기업은 39.3%로, 인증과 마찬가지로 '수익성 증가(74.1%)', '사회적 가치 증가(82.8%)'에 기여하는 것으로 평가하며 만족도는 4.04점으로 '17년 대비 수혜율(57%)은 감소하였고 만족도(3.85점)는 소폭 증가

☑ [재정지원] 전문인력채용 지원사업

- (인증) 수혜 경험이 있는 기업은 57.7%로 과반이상이며, '17년과 같이 주로 '영업·마케팅·홍보(35.7%)', '기타(34.1%)', '기획·인사노무(21.9%)'에 활용하고 있고 만족도는 4.14로 높게 나타남
- (예비) 수혜 경험이 있는 기업은 25.3%로 '영업·마케팅·홍보(41.2%)' 분야를 중심으로 '기획·인사노무(26.7%)', '교육·훈련(23.3%)' 순으로 활용하였으며, 만족도는 4.16으로 나타남

☑ [재정지원] 사업개발비 지원사업

- (인증) 지원받은 경험이 있는 기업은 63.2%로, 주로 '개별기업 브랜드 등 R&D비용(30.1%)', '홍보마케팅·부가 서비스개발(23.4%)' 등에 사용하고 있으며 사업 만족도는 3.97로 '17년 대비 수혜경험(78.7%)은 줄었으나 만족도(3.79점)는 제고됨
- (예비) 지원받은 경험이 있는 기업은 37.7%로 '연구개발비용 조달(34%)', '시제품 제작비용 조달(25.9%)' 등에 활용하고 있으며 사업만족도는 3.83으로 '17년 대비 수혜경험(56.4%)은 줄었으나, 만족도(3.71점)는 제고됨

**[재정지원] 사회보험료 지원사업**

- **(인증)** 지원받은 경험이 있는 기업은 56%, 만족도는 4.19로 **재정지원사업 중 가장 만족도가 높으며** '17년 대비 수혜경험(51.4%) 및 만족도(4점) 제고됨

재정지원사업 경험 유무 및 만족도

(단위: %, 점)

구분	일자리창출			전문인력		
	경험 유무		만족도	경험 유무		만족도
	있다	없다	평균 (5점)	있다	없다	평균 (5점)
인증	40.3	59.7	4.05	57.7	42.3	4.14
예비	39.3	60.7	4.04	25.3	74.4	4.16
구분	사업개발비			사회보험료		
	경험 유무		만족도	경험 유무		만족도
	있다	없다	평균 (5점)	있다	없다	평균 (5점)
인증	63.2	36.8	3.97	56.0	44.0	4.19
예비	37.7	62.3	3.83	-	-	-

**[재정지원 외 기타] 경영지원, 세제지원, 모태펀드 등**

- **(인증)** 세제지원은 4.06점으로 **재정 외 지원사업에서 가장 높은 만족도**를 보이고, 경영지원(컨설팅)은 3.7점으로 보통이상, 모태펀드는 3.67점으로 이 중 가장 낮으나 '17년 대비 모두 소폭 증가
- **(예비)** 경영지원 만족도의 경우 **3.58점**, 투·융자사업의 경우 **3.67점**으로 모두 '보통' 수준이며, '17년 대비 경영지원의 만족도(3.77점)는 다소 감소, 투·융자(3.16점)의 경우 소폭 증가

재정지원 외 기타 지원사업 경험 및 만족도

(단위: %, 점)

구분	경영지원			세제지원			모태펀드(인증)/투·융자(예비)		
	경험 유무		만족도	경험 유무		만족도	경험 유무		만족도
	있다	없다	평균 (5점)	있다	없다	평균 (5점)	있다	없다	평균 (5점)
인증	39.4	60.7	3.7	33.6	66.4	4.06	0.6	99.4	3.67
예비	29.4	70.6	3.58	-	-	-	12.1	87.9	3.67

### ☑ 지원기관 만족도

- **(인증)** 고용노동부의 경우 **3.42점**, 통합지원기관의 경우 **3.79점**, 진흥원의 경우 **3.7점\***으로 전반적으로 '보통이상' 수준의 만족도를 나타내며 '17년(평균 3.39점)대비 전반적으로 높아짐  
\* 단, 무응답 비율이 진흥원(45.4%)과 권역별 지원기관(37%)으로 고려필요
- **(예비)** 예비사회적기업의 권역별 통합지원기관에 대한 만족도는 **3.23점**으로 전반적으로 보았을 때 **보통이하**로 나타나며 '17년(3.46점) 대비하여 만족도가 소폭 감소

지원기관 만족도 <span style="float: right;">(단위: 점, %)</span>															
구분	고용노동부					한국사회적기업진흥원					권역별 지원기관				
	평균 (5점)	불만족	보통	만족	모름/무응답	평균 (5점)	불만족	보통	만족	모름/무응답	평균 (5점)	불만족	보통	만족	모름/무응답
인증	3.42	6.7	46.6	42.4	4.3	3.7	1.8	19.4	33.5	45.4	3.79	1.9	19.4	41.4	37.0
예비	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	3.23	16.7	48.6	34.7	-

## 라. 정부지원 요구사항

애로사항은 판로개척·유지 부문이 가장 컸으며, 희망하는 직접지원은 인건비 및 사업비로, 간접지원에서는 판로-홍보-금융 순으로 응답

### ☑ 기업 운영 상 애로사항

- **(인증)** '17년과 마찬가지로 '판로개척/유지(37.2%)'에 대한 어려움이 가장 많으며, 다음으로 '사업자금(29.6%)', '사회적·경제적 목적 조화 어려움(10.6%)' 등의 순으로 나타남
- **(예비)** 예비도 인증과 같이 '판로개척/유지(35.5%)' 부문 애로사항이 가장 크고, '사업자금(35.2%)', '사회적·경제적 목적 조화 어려움(12.2%)' 등의 순으로 나타나며 '17년과 유사함

기업 운영 상 애로사항 <span style="float: right;">(단위: %)</span>								
구분	미래 전망·비전의 부재	경영관리 능력 부족	근로자 역량 부족	판로개척/유지의 어려움	사업자금 부족	사회적·경제적 목적 조화 어려움	기타	모름/무응답
인증	7.3	4.7	7.7	37.2	29.6	10.6	2.2	0.7
예비	3.4	5.9	5.9	35.5	35.2	12.2	1.8	0.1

### ☑ 직접지원

- **(인증)** 직접지원 중 가장 희망하는 지원사업은 '17년과 같이 '인건비(42.4%)' 부문이고, 다음으로 '사업비(27.1%)', '시설비/임대비(15.8%)' 순으로 선호함
- **(예비)** 응답한 기업의 절반 가까이 '사업비(45.8%)' 지원을 가장 희망하며, 다음으로 '인건비(30.3%)', '시설비/임대비(13.2%)' 등의 순으로 나타나며 이는 '17년(사업비: 30%, 인건비: 25.2%)과 유사함
- **(지정종료)** 앞서 인증·예비와 같이 '인건비(33.6%)' 및 '사업비(32.5%)' 부문의 요구가 가장 많은 것으로 나타남

지원 요구사항-직접지원(1순위)

(단위: %)

구분	사업비 지원	시설비/임대비 지원	인건비 지원	운영비 지원	다양한 세제 지원	없음/모름
인증	27.1	15.8	42.4	8.6	5.1	1.0
예비	45.8	13.2	30.3	8.9	1.5	0.3
지정종료	32.5	17.0	33.6	8.3	4.2	4.5

### ☑ 간접지원

- **(인증)** 확대·신설될 필요 있는 간접지원 중에 '판로(32.5%)', '홍보(18.2%)', '금융(16%)', '인력(14%)' 순으로 필요하다 응답하여, '17년도(판로 42.9%, 홍보 19.0%, 금융 11.9%)와 지원사업의 선호도는 유사함
- **(예비)** 예비도 '판로(31.5%)'를 가장 필요한 지원으로 꼽았으며, 다음은 '홍보(18.1%)', '금융(17.7%)' 순으로 나타나 '17년도(판로 38.1%, 홍보 17.9%, 금융 13.6%)와 지원사업의 선호도는 유사함
- **(지정종료)** 지정종료기업 또한 '판로(24.2%)'을 최우선 지원받길 희망하며 인증·예비와 달리 '금융(20%)' 부문이 차 순위 지원희망 부문으로 나타남

지원 요구사항-간접지원(1순위)

(단위: %)

구분	판로	홍보	종사자 교육훈련	금융	기술개발	인력	컨설팅	공간조성	민간지원 연계	기타*
인증	32.5	18.2	5.6	16.0	3.6	14.0	1.8	4.8	1.5	2.1
예비	31.5	18.1	4.3	17.7	4.8	13.3	3.1	4.2	1.4	1.6
지정종료	24.2	13.6	3.4	20.0	6.0	16.2	1.9	6.4	1.9	6.5

\* 기타 : 사업전환지원, 수출지원, 기타, 없음/모름

**☑ 판로지원**(\* 간접지원-판로지원 응답기업)

- **(인증)** 절반정도가 '공공기관 우선구매(44.4%)'를 최우선 필요지원으로 응답하였으며 다음으로 '온라인 판로지원 시스템(18.3%)', '시장진입 역량강화지원(13.4%)' 등 순으로 '17년도와 지원 희망순위는 동일하게 나타남
- **(예비)** 우선구매가 최우선 희망 지원사업 이었던 '17년도와 달리 '온라인 판로지원 시스템(36.0%)'을 최우선으로, 그 뒤 '공공기관 우선구매(26.1%)', '시장 진입 역량 강화 지원(14.3%)' 순으로 나타남
- **(지정종료)** 우선구매가 최우선 희망 지원사업 이었던 '17년도와 달리 '온라인 판로지원 시스템(33.3%)' 부문이 가장 높고, '공공기관 우선구매(21.0%)', '시장 진입 역량 강화 지원(14.8%)' 순으로 응답함

판로지원 요구사항(1순위)		* 간접지원(1순위) 중 "판로지원" 응답기관						(단위: %)
구분	온라인 판로지원 시스템	상품 DB 구축 및 활용	시장진입 역량강화 지원	유통채널 진출 지원	상품 경쟁력 강화 지원	공공기관 우선구매 지원	기타*/모름	
인증	18.3	3.8	13.4	5.5	7.5	44.4	7.0	
예비	36.0	4.1	14.3	6.8	6.0	26.1	6.8	
지정종료	33.3	11.1	14.8	11.1	3.7	21.0	4.9	

\* 기타/모름 : 상품인지도 및 브랜드 제고, 사회적경제 유통전문 조직 육성, 해외시장 개척지원, 기타, 모름/무응답

**☑ 금융지원**(\* 간접지원-금융지원 응답기업)

- **(인증)** 가장 필요한 금융지원은 '17년도와 같이 '중소기업 정책자금(39.1%)'이고, 다음으로 '사회적경제조직 특례보증(21.5%)', '미소금융 지원확대(12.5%)' 순으로 나타남
- **(예비)** '17년도 및 인증과 같이 '중소기업 정책자금(38.8%)'을 가장 희망하고, '사회적경제조직 특례보증(27.0%)', '미소금융지원 및 나눔보증 확대(8.9%)' 순으로 필요하다 응답
- **(지정종료)** 예비·인증과 같이 '중소기업 정책자금(53.4%)'이 필요하다 응답하였으며 다음으로 '미소금융지원(16.5%)', '사회적경제기업 특례보증 확대(12.6%)' 순으로 희망

금융지원 요구사항(1순위)		* 간접지원(1순위) 중 "금융지원" 응답기관					(단위: %)
구분	미소금융 지원확대	중소기업 정책자금	사회적 경제조직 특례보증	사회적기업 나눔보증 확대	지방자치단체기반용/투자	기타	
인증	12.5	39.1	21.5	8.9	9.2	8.8	
예비	8.9	38.8	27.0	8.9	5.8	10.6	
지정종료	16.5	53.4	12.6	1.9	4.9	10.7	

## 마. 인증제도

기업이 사회적 목적을 지향하기 때문에 인·지정 제도에 참여하는 경우가 대다수이고 인증유지요건 중 '유급근로자 고용' 부문이 가장 어렵다는 응답이 과반 가까이 차지

### 인·지정신청의 주된 이유

- **(인증)** '사회적 목적을 지향하기 때문(51.8%)'이 과반을 넘게 차지하였고, '정부지원 유지·확대(29.5%)'와 '사업 이미지 향상(9.3%)'순으로 응답하였으며, 주된 이유는 '17년과 동일하게 나타남
- **(예비)** 예비 또한 '기업이 사회적 목적 지향(59.2%)'을 과반차지, 그 다음으로 '정부지원 유지·확대(26.2%)', '조직내부 혁신을 통한 성장(5.2%)' 등의 순으로, 주된 이유는 '17년과 동일하게 나타남

인·지정 신청의 주된 이유

(단위: %)

구분	인증/지정 신청의 주된 이유					
	기업이 사회적 목적을 지향	정부지원유지 혹은 확대	사업 이미지 향상	조직 내부혁신을 통한 성장	사회적 경제 네트워크 확대	기타, 모름/무응답
인증	51.8	29.5	9.3	4.8	4.3	0.2
예비	59.2	26.2	4.4	5.2	4.9	0.2

### 사회적기업 인증효과 만족도

- **(인증)** 인증효과에 대한 만족도가 높은 항목들은 '17년과 같이 '종사자의 자긍심 제고(3.58점)', '대외관심제고(3.49점)', '조직 혁신 및 변화추진력 제고(3.45점)' 순으로 나타남
- **(예비)** 인증과 마찬가지로 '종사자의 자긍심 제고(3.56점)'에 긍정적인 효과가 있다고 응답한 기업이 가장 많았고 '우선구매증대(3점)' 부문에 효과가 있다고 응답한 기업이 가장 적으며, 이는 '17년과 동일함

사회적기업 인증효과 만족도

(단위: 점)

구분	사회적기업 인증효과 만족도							
	대외 관심제고	조직 혁신 및 변화 추진력 제고	종사자 자긍심 제고	타 사경조직으로 전환용이	후원 확대	우선구매 증대	사업 연계확대	판로 확대
인증	3.49	3.45	3.58	3.42	3.23	3.32	3.18	3.22
예비	3.34	3.40	3.56	3.33	3.10	3.00	3.10	3.06

### 인증제도에 대한 만족도

- **(인증)** 현 인증제도에 대한 만족도는 3.45점으로 '보통' 수준이며, 응답자의 과반가까이(43.4%) 만족하고 있다고 응답
- **(예비)** 현 인증제도 만족도는 3.06점으로 과반이상 '보통수준'이라 응답하였으며, 만족 및 불만족은 약 20%내외로 유사한 수준

### ☑ 인증제도의 문제점

- **(인증)** 인증기준이 '일부 사회적가치에 편중(21.3%)' 되어있는 문제를 우선으로 꼽았으며 그 뒤 '엄격한 기준이 기업의 확장 저해(20.3%)', '정부지원만을 받으려는 기업 선별의 어려움(19.8%)' 순으로 '17년에 비해(기업 확장 저해: 30.4%, 사회적가치 편중: 27.9%) 순위 일부 변동
- **(예비)** 예비의 경우 '인증이 일부기업에 불리(24%)'하다는 응답이 제일 많았고 다음으로 '일부 사회적가치 편중(22.2%)', '엄격한 기준이 기업의 확장 저해(21.6%)' 순으로 나타남

인증제도 문제점(1순위)							(단위: %)
구분	인증이 일부 기업에 불리	인증기준이 일부 사회적 가치 실현에 편중	인증기준 과도하게 엄격/복잡 기업의 확장 저해	인증기준 과도하게 느슨/단순 기업의 수준 저해	정부지원만을 위해 인증 받으려는 기업선별 어려움	복잡한 인증절차로 인한 행정적 불편	기타, 모름/무응답
인증	10.7	21.3	20.3	9.7	19.8	14.7	3.5
예비	24.0	22.2	21.6	1.6	7.9	20.4	2.3

### ☑ 인증요건 유지의 어려움 정도

- **(인증)** 총 3.08점으로, '보통이다(52.7%)'라고 응답한 기업이 과반을 넘고 '어려움(27.0%)'이 '용이함(20.3%)' 보다 조금 더 높으며, 이는 '17년과 유사한 수준

### ☑ 유지하기 어려운 인증요건

- **(인증)** 가장 유지하기 어려운 요건으로는 '유급근로자 고용(42.6%)'을 꼽았고, 다음으로 '영업활동을 통한 수입(26.8%)', '사회적목적의 실현(10.6%)' 순으로 나타남

### ☑ 향후 인증신청 계획 유무 및 예정시점

- **(예비)** 예비 중 76.2%가 향후 인증신청 계획이 있다고 응답하였고, 이중 과반이상(62.6%)은 지정종료 6개월 이내로 신청할 계획이며 '17년에 비해선 다소 감소함(지원계획有: 88%, 6개월이내 계획: 77.1%)
  - **(지원하지 않으려는 이유)** 대부분 '17년과 같이 '인증 조건부합의 어려움(44.9%)', '인증 필요성을 느끼지 못함(36.4%)' 등을 주된 이유로 꼽음
- **(지정종료)** 지정종료 기업 중 향후 신청계획이 있는 기업은 45.1%, 1년 이내 신청계획 비율이 과반이 넘는(50.5%) 것으로 각각 '17년도에 비해 약5%포인트 상승함
  - **(시도하지 않으려는 이유)** 예비 및 '17년도와 유사하게 '인증요건 부합 어려움(35.0%)', '인증 불필요(35.0%)'를 주된 이유로 응답함
  - **(인증준비 비율 증가)** 다만 현재 인증 준비중 이라 응답한 비율은 7.8%로 '17년(1.8%)대비 4배 이상 큰 폭으로 상승한 것은 고무적임

향후 사회적기업 인증신청 계획 및 예정시점

(단위: %)

구분	인증 계획		예정시점				구체적 계획 없음
	있다	없다	지정종료 전 및 6개월 이내	지정 종료후 6개월~1년 이내	지정 종료후 1~2년 이내	지정 종료후 2년 이후	
예비	76.2	23.8	62.6	12.0	12.8	4.6	8.0
지정종료	45.1	54.9	18.7	31.8	25.2	3.7	20.6

인증 시도하지 않은 이유

(단위: %)

구분	사회적기업 인증을 시도하지 않은 이유						
	인증요건 부합 어려움	인증 불필요	업종/사업분야 전환	일반 기업 전환	도산/폐업가능성 있음	기타	모름/준비중
예비	44.9	36.4	1.2	6.6	7.2	3.0	0.6
지정종료	35.0	35.0	3.4	4.9	7.3	6.8	7.8*

☑ 등록제 전환에 대한 의견

- **(인증)** 등록제 전환 관련 '동의하지 않음(44.7%)' 비율이 가장 높아 인증기업은 대체로 동의하지 않는 것으로 나타났으며, 이는 '17년도(동의하지않음: 33.6%)와 동일한 결과
- **(예비)** 예비의 경우 '동의(43.9%)' 한다는 비율이 가장 높아 인증과 반대 경향을 보였으며, 다음은 '생각해본 적 없음(34.0%)', '동의하지 않음(22.1%)' 순으로 나타남

☑ 사회적목적법인\* 신설에 대한 의견

- **(인증)** 사회적목적법인 신설에 대하여 '생각해본 적 없음(53.5%)'이 과반을 넘었고, '동의(25.6%)', '동의하지 않음(20.8%)' 순으로 응답하여'17년도 조사결과와 유사함
- **(예비)** 예비 또한 '생각해본 적 없음(52.9%)'이 과반이상, 다음으로 '동의(33.1%)', '동의하지 않음(14.0%)' 순으로 나타남

\* 사회적목적법인: 상법상 회사를 기본으로 하나 이윤배분 제한 및 자산동결 규정을 담은 새로운 법인격

등록제 및 사회적목적법인에 대한 의견

(단위: %)

구분	등록제			사회적목적법인		
	동의	동의하지 않음	생각해본 적 없음	동의	동의하지 않음	생각해본 적 없음
인증	25.1	44.7	30.1	25.6	20.8	53.5
예비	43.9	22.1	34.0	33.1	14.0	52.9

## 바. 사회적가치지표(SVI)

사회적기업가들 중 70% 이상이 SVI를 인지하고 있으며, 대체로 현 기업상황을 파악하고 개선하기 위해서 측정에 참여한다고 응답

### ☑ 사회적 가치지표(SVI) 인지여부

- (기업가) 사회적기업가들 중 73.2%는 사회적 가치지표(SVI)에 대해서 인지하고 있으며, 특히 최근 인증기업들에게서의 인지도가 높은 것으로 나타남

### ☑ 사회적 가치지표(SVI) 측정 경험 여부

- (인증 사회적기업가) 응답기업 중 과반이 넘는 56.8%(590개소)가 사회적 가치지표(SVI) 측정을 받아본 경험이 있다고 응답함

사회적 가치지표(SVI)에 대한 인지여부 및 측정경험 (단위: %)

구분	인지여부		측정경험	
	예	아니오	예	아니오
인증	73.2	26.8	56.8	43.2

### ☑ 사회적 가치지표(SVI) 측정에 참여한 이유

- (인증) 참여한 이유로 과반가까이 '현재 기업의 상황을 파악하고 개선하기 위해서(41.8%)'라 응답하였으며, 다음 '외부재원확보(28.7%)' 및 '대외인식제고(26.2%)' 순으로 나타남

사회적 가치지표 측정에 참여한 이유 (단위: %)

구분	우리 사회적기업이 창출하는 가치를 대외적으로 알리고 인정받기 위해서	기업이 외부로부터 자원(재원)을 확보하는데 도움이 되기 위해서	현재 기업의 상황을 알고 자체적으로 개선하기 위해서	기타
인증	26.2	28.7	41.8	3.2

### ☑ 사회적 가치지표(SVI) 내용 및 측정절차에 대한 만족도

- (인증) 총 평균 3.34점으로 '보통' 수준이나, 긍정적으로 대답한 비율은 90%, '불만족'이라 대답한 기업은 10% 안쪽에 불과

사회적 가치지표 내용 및 측정절차에 대한 만족도

(단위: %, 점)

이유	종합			만족도(점)
	불만족	보통	만족	
사회적가치 지표 내용	10.9	49.1	40.0	3.35
측정절차	14.5	50.2	35.4	3.27
조사자의 전문성	9.9	50.9	39.3	3.37
조사자의 객관성	9.7	49.5	40.8	3.4

사. 공공판로

사회적기업 제품의 만족요인엔 '사회적가치' 부문이 가장 높았으며, 구매 장애요인으로는 '물품 및 서비스의 다양성 부족'이 과반 가까이 차지

☑ 기관 구매금액이 가장 높은 물품·서비스

- 기관 구매금액이 가장 많은 물품은 '사무/교육/가구(28.8%)' 이고, 서비스에서는 '공사/시설/유지관리서비스(11.7%)' 부문으로 나타남

기관 구매금액이 가장 높은 물품 3순위

(단위: %)

구분	물품 부문			서비스 부문		
	사무/교육/가구	토목/건축/자재	전기/기계/설비	공사/시설/유지관리서비스	소프트웨어/시스템/통신	교육 서비스
공공기관	28.8	9.6	5.2	11.7	6.4	1.9

☑ 사회적기업 제품(물품·서비스) 구매 이유

- 구매 이유에 대해서는 '사회적가치실현(48.1%)' 및 '기관경영평가(46.5%)'가 대부분을 차지
  - 다만 '사회적가치실현'이라 응답한 기관은 외부평가를 받지 않는 국가기관(61.4%)과 교육청(78.6%)이, '기관경영평가'라 응답한 기업은 평가를 받는 공기업(69.7%)과 준정부기관(61.4%)이 응답하는 등의 특징을 보임

사회적기업 제품(물품/서비스) 구매 이유						(단위: %)
구분	사회적 가치실현	기관경영평가	제품품질	가격 경쟁력	기타	모름
공공기관	48.1	46.5	0.4	1.1	3.0	0.9

**☑ 사회적기업 제품(물품·서비스)에 대한 만족도**

- 사회적가치 부문은 **3.95점으로 높은 만족도**를 보이고, '행정처리(3.58점)', 'A/S(3.53점)', '품질·기능(3.5점)'의 경우 '보통' 수준이나 '가격(3.19점)'에 있어서는 비교적 불만족한 비율이 높은 것으로 나타남

사회적기업 제품(물품·서비스)에 대한 만족도						(단위: 점)
구분	사회적 가치	품질/기능	가격	행정처리	A/S	
공공기관	3.95	3.5	3.19	3.58	3.53	

**☑ 사회적기업 제품(물품·서비스)구매 시 장애요인**

- 기관의 유형에 상관없이 '**물품 및 서비스의 다양성 부족(44.8%)**'이라 응답한 비율이 가장 높았고, 다음으로 '기업정보의 부족(22.8%)', '높은 비용(16.4%)' 등이 주요한 장애요인으로 나타남

사회적기업 제품(물품·서비스)구매 시 장애요인										(단위: %)
구분	기업 정보 부족	낮은 제품 품질	높은 비용	사회적 가치 부족	물품·서비스 다양성 부족	행정 처리 미속	A/S 미흡	기타	없음	
공공기관	22.8	10.0	16.4	1.1	44.8	2.1	0.4	1.5	0.9	

## 아. 국민인식조사

대국민 사회적경제 및 기업에 대한 인지도, 제품 구매경험·만족도 등이 직전조사 대비 큰 변화는 나타나지 않아, 인지도 제고를 위한 보다 다방면적인 접근 필요

### ☑ 사회적경제 대국민 인지도

- 국민 중 사회적경제를 '인지'하고 있는 비율은 19.3%로, '17년도 12.5%보다는 나아지는 추세이나 여전히 미미한 수준

### ☑ 사회적기업 대국민 인지도

- 국민 중 사회적기업을 '인지'하고 있는 비율은 39.8%로 '17년(39%)대비 변화가 거의 없어 인지도 제고를 위한 보다 적극적인 노력이 필요

사회적기업 대국민 인지도 (단위: %)

'17년 실태조사			'22년 실태조사		
미인지	인지		미인지	인지	
들어본 적이 없다 & 무엇인지 모른다	들어본 적 있으며, 무엇인지 대략 알고 있다	들어본 적 있으며, 무엇인지 정확히 아는 편이다	들어본 적이 없다 & 무엇인지 모른다	들어본 적 있으며, 무엇인지 대략 알고 있다	들어본 적 있으며, 무엇인지 정확히 아는 편이다
61	34.6	4.4	60.2	34.8	5.0

### ☑ 사회적기업 제품 구매경험

- '21년 사회적기업 제품을 구매해본 경험은 17.1%로, 오히려 '17년(20.4%) 보다 3%포인트 이상 낮아진 것으로 나타남

### ☑ 사회적기업 제품 구입하는 이유

- 사회적기업 제품을 구매하는 이유에 대해서는 '17년과 같이 '사회적가치(55.6%)' 실현하기 위해서가 가장 많았고, '가격경쟁력(20.5%)', '제품의 질(8.2%)' 순으로 응답

### ☑ 사회적기업 재화·서비스에 대한 만족도

- 사회적기업의 제품에 대한 만족도는 **총3.49점**, '보통'수준으로 '17년(3.62점)과 비교하면 소폭 하락함

### ☑ 사회적기업 제품 구매의지

- 사회적기업 제품을 **향후 구매하고자 하는 비율은 '21년 91.3%**로 '17년 대비(95.1%)약간 떨어졌으나 **여전히 매우 긍정적으로** 나타남

구매경험 및 만족도, 향후 구매의향

(단위: %, 점)

구매 경험	'17년 실태조사					향후 구매 의지	'22년 실태조사					향후 구매 의지
	만족도				평균 (5점)		만족도					
	평균 (5점)	불만족	만족	모름/ 무응답			평균 (5점)	불만족	보통	만족		
20.4	3.6	4.4	38.7	56.9	95.1	17.1	3.49	5.3	46.8	48.0	91.3	

### ☑ 사회적기업 육성을 위한 정부지원에 대한 의견

- 사회적기업의 정부지원에 대해 **찬성하는 비율이 총 90.4%**로 대체로 국민들은 사회적기업에 대한 **정부지원에 매우 긍정적인** 것으로 나타나며 '17년도(87.4%)에 비해 약간 증가하는 추세

# 3

## 실태조사 항목별 주요 내용

### 가. 사회적목적 추구

추구하는 사회적 목표의 지원대상이 지역주민에서 취약계층으로 보다 구체화 되는  
질적 변화 관찰됨

- ☑ (사회적 목표 대상 구체화) 기업이 추구하는 사회적 목표의 초점이 '17년 조사의 지역주민(지역주민의 일자리, 소득증대)에서 '22년 취약계층(취약계층의 자활·자립)으로 보다 구체화되는 질적 변화 관찰

### 나. 고용

예비의 지정유형 변화로 취약계층 고용률은 다소 줄었으나,  
예비·인증 모두 비정규직이 감소하였고 노사관계 또한 상호 높게 평가

- ☑ (고용변화) 유급근로자 중 비정규직은 모두 '17년 조사에 비해 감소하였으며, 그 중 예비의 취약계층 고용률이 감소(81.1%→63.1%)한 이유는 예비의 지정 유형변화(일자리제공형 감소) 때문으로 추정됨
- ☑ (종사자 만족도) 노사관계는 상호 긍정적으로 답변하였으며, 특히 종사자들은 지속근무 의향이 매우 높았는데 그 이유로 '안정성'을 꼽아, 종사자가 생각한 '좋은 일자리 요건\*'에 충족하는 것으로 나타남  
\* 실태조사 종사자 조사항목 중 '좋은 일자리 요건'에 '안정성'이 49%로 1순위

### 다. 정부지원 만족도

재정지원사업의 만족도는 전반적으로 높으나 수혜율은 '17년 대비 감소하여,  
지원기업 대상 홍보 및 교육이 필요

- ☑ (정부지원) 재정지원사업 만족도는 전반적으로 높으나(평균3.9이상) 수혜율은 감소하였는데, 특히 지원 받지 않은 이유 중 '몰랐음'의 비율이 20% 내외로 높아 지원대상인 기업에 홍보 및 교육이 필요

## 라. 정부지원 요구사항

인증과 예비 모두 인건비와 사업비 지원을 가장 필요로 하나, 인증의 경우 인건비, 예비의 경우 사업비를 최우선적으로 희망함

- ☑ (요구사항) 인증·예비 모두 가장 희망하는 지원사업은 **인건비와 사업비**이나 사업의 틀이 잡힌 **인증의 경우** 지출의 많은 비중(평균 60%)을 차지하는 **인건비**에, 사업초기단계인 **예비의 경우** 사업 기틀을 다질 **사업비에 좀 더 필요를 느끼는 것으로 나타남**

## 마. 인증제도

사업초기부터 사회적목적을 지향하고 정부지원을 기대하며 인증제에 참여하고 있으며, 등록제 전환 관련 인증과 예비가 상반된 입장을 보임

- ☑ (인증제도) 과반 이상(약 55%)의 사회적기업들이 **사업시작부터 사회적 목적을 지향**하고 있으며 **인증을 통한 정부지원 또한 염두에 두고 인증제에 참여**하고 있음 확인 가능
- ☑ (등록제) 등록제 전환과 관련하여 인증은 **'동의하지 않음'**이, 예비는 **'동의'**한다는 의견이 가장 많아 상반된 입장인 것으로 나타남
- ☑ (사회적목적법인) 사회적목적법인의 경우 인증·예비 모두 **'생각해본 적 없음'**으로 이에 대한 **논의가 충분하게 이뤄지지 못하고 있음**

## 바. 사회적가치지표(SVI)

SVI의 인지도 및 만족도는 대체로 준수한 편이나, 측정을 확대하기 위해선 SVI에 대한 사회적기업의 인식개선 및 인센티브 필요

- ☑ (인지도 및 만족도) 대부분의 사회적기업가(약 70%)가 **SVI에 대해 알고 있으며**, SVI내용 및 절차에 대해 대체로 만족하여, 홍보나 측정 절차에 대해선 큰 불편함이 없는 것으로 보임
- ☑ (측정 미참여 이유) 그러나 **SVI 미측정 사유로 "측정에 신경 쓸 여력이 없음"**이 46%로 과반가까이 응답하여, SVI측정이 향후 사회적가치창출 전략 수립 등 기업운영에 도움이 될 수 있다는 **사회적기업의 인식 개선 및 등 측정 인센티브 확대 필요**

## 사. 공공판로

공공기관은 주로 사회적가치 실현을 위해 제품을 구매하나, 물품 및 서비스 다양성과 기업정보의 부족 등을 주요 장애요인으로 꼽아 이에 대한 개선 필요

- ☑ **(구매이유)** 사회적기업 제품 구매 사유는 대부분 '사회적가치실현(48.1%)'과 '기관경영평가(46.5%)'로, 특히 경영평가 관련 구매여도가 커 사회적기업 물품 우선구매 등 입법 시 상당한 구매효과가 발생할 것으로 보임
- ☑ **(장애요인)** 구매 장애요인에서 '물품 및 서비스 다양성 부족(44.8%)' 부문이 가장 컸는데 사회적기업이 양적 확대 뿐 아니라 다양한 업종에서 뿌리내릴 수 있도록 지원 필요
  - 다음 장애요인은 '기업정보의 부족(22.8%)'인데, 공공구매 담당자들 대상으로 주요 판매물품 등이 정리된 기업 리스트·포스터 배포 등 적극 홍보 필요

## 아. 국민인식조사

사회적경제 및 제품에 대한 대국민 인지도가 '17년 대비하여 큰 변화가 없는 것으로 나타나, 대국민 홍보전략 재수립 필요

- ☑ **(대국민 인식제고)** 사회적경제 및 기업 인지도는 '17년 대비 큰 변화가 나타나지 않았고, 실제로 사회적기업 재화/서비스 구매경험 유무는 '없다'가 82.9%로 높게 나타났는데,
  - 그 이유로 대부분(약 85%)의 응답자가 온·오프라인에서 사회적기업을 접할 기회가 적다는 점을 지적하여, 사회적기업 브랜드가 보다 국민들에게 친숙해질 수 있는 홍보전략 필요

- 동화영 한국사회적기업진흥원 정책조사연구팀 대리  
donghwao@ikosea.or.kr 031-697-7774