

사회적 성과, 임팩트 측정으로 명확하게 보여주기

연사 : 박혜연 트리플라잇 프로

2023년 8월 31일(목)

장소 : 서울 핀란드타워 2층 2강의장

1. 임팩트 측정이란?

■ 임팩트 측정의 개념

임팩트는 사전적으로 어떠한 충돌, 또는 무엇이 무엇에게 미친 영향력을 의미함. 임팩트에 대해 전세계적으로 합의된 정의는 없음. 그러나 임팩트 측정을 할 때 임팩트는 기업의 다양한 비즈니스 및 사회공헌 활동이 사회적, 환경적으로 어떤 영향을 미치는지 측정하고 돌아보는 것을 임팩트라고 정의하고 있음. 기업의 활동이 현재 사회와 환경에 미치는 영향 뿐 아니라, 이 다음에 지구를 물려받을 '미래세대'가 받을 영향도 고려해야 '진짜 임팩트'를 볼 수 있음. 또한, 긍정적 영향 뿐 아니라, 플라스틱 배출, 전력 사용 등 활동의 부정적 영향도 생각해야 진정한 변화를 만들 수 있음. 임팩트를 추구한다는 것은, 결국 기업을 통한 부정적인 영향은 최소화하고, 긍정적인 영향을 최대화하기 위해 노력하는 과정이자 그 결과라고 볼 수 있음. 임팩트는 추상적인 개념이기에 구체화하는 측정 작업이 쉽지 않을 수 있음. 그러나, 기업과 활동의 임팩트가 무엇인지 구성원들과 대화의 나누는 것이 임팩트 측정의 첫 걸음임.

■ ESG 중대 이슈 관리를 통한 ESG 경영 강화

임팩트 측정 과정은 [사회문제·이슈 > 비전·미션 > 투입 > 활동 > 결과 > 성과 > 임팩트] 순으로 이루어짐. 임팩트 측정과 관련된 핵심 질문으로는 ① 우리가 해결하고자 하는, 주목하는 사회문제/이슈 데이터를 모니터링하며 관리하고 있는가?, ② 우리가 존재하는 이유, 비전과 미션이 지속적으로 사업에 연계되고 있는가? ③ 고객, 이해관계자 등 이해관계자들에게 우리를 통한 변화가 일어나는지 지속적으로 듣고 반영하고 있는가? ④ 우리를 통해 나타나는 긍정적, 부정적 영향력을 균형 있게 통합적, 지속적으로 관리하고 있는가? 이렇게 총 네 가지가 있음.

2. 임팩트 측정을 위한 도구

■ IMP(Impact Management Project)

IMP는 세계적으로 사회성과 측정과 관련해 가장 주목 받는 임팩트 측정관리 프레임워크임. 또한 사회적 가치 측정의 글로벌 표준이 되고 있는 보고양식이며 소셜벤처가 생산하는 사회적 가치를 측정 및 데이터화함. IMP는 What(실제 성과 수준, 기대 성과 수준, 성과의 이해당사자 중요도, SDG 목표 또는 다른 글로벌 목표), Who(이해관계자, 지리적 범위, 기저 성과 수준, 이해관계자의 특성), How much(규모, 심도, 기간)으로 분류하여 진행함. 기업이 실제로 이번 연도에 낸 성과는 얼마큼인지, 기업이 활동하기 전에는 그게 어느 수준이였는지, 기업에 집중하고 있는 이해관계자는 누구인지, 등등을 놓치지 않고 설명하는데 필요함. 조직의 미션을 중심으로 내부 커뮤니케이션이 이루어지도록 하며 고객 및 투자자 그리고 기업가의 의사결정을 돕도록 함.

■ 변화이론

변화이론은 사업의 목적과 방향성과 연결되는 궁극적인 변화상을 정의함. 변화이론은 기본적인 리포트 측정을 출발점으로 여기며 국제개발 협력에서도 많이 사용하고 있음. 운영 기반 접근 방식에서 성과 및 이해관계자 중심 방식으로 관점을 전환함. 임팩트를 중심으로 이를 달성하기 위한 장기 성과와 단기 성과를 그리고 성과 달성을 위해 필요한 사업 및 활동을 정의하며 미래 방향성을 도출함. 변화이론을 적용할 때 '양'으로만 보여주려고 하면 안됨. Outcome(성과)이 많이 기술되어 있다고 좋은 것이 아님. 조직이나 프로젝트의 Impact(임팩트)와 긴밀하게 연결된 전략적 활동을 정리하는 것이 중요함. 단순히 양적으로 많은 것을 보여주는 것에 집중한다면, 진짜 임팩트가 무엇인지 이해하기 어려워지고, 성과와 관계없는 의미없는 데이터를 생산할 수 있으므로 주의해야 함.

3. 사회적 성과의 화폐가치와 빅데이터 분석

■ 화폐가치 환산

사회적 성과를 화폐가치로 환산하는 것은 기업에서 많이 선호됨. 기업의 재무적 가치는 수치로 정확하게 설명이 되는 반면, 기업의 성과가 사회적·환경적으로 얼마나 영향을 미쳤는지는 한 눈에 파악하기 힘들어서 이를 알기 위해선 화폐화를 하는 게 가장 와닿기 때문임. 확실한 기준 하에 채점을 엄격하게 하는 것이 필요함.

■ 빅데이터 분석

빅데이터는 사람들이 매일 사용하는 컴퓨터, 모바일 기기, 기계 센서에서 흐르는 방대한 제타바이트급 데이터로 구성된 정보의 바다를 가리킴. 빅데이터는 조직이 의사결정을 내리고 프로세스와 정책을 향상하며 고객 중심 제품과 서비스, 경험을 구축하는 데 사용됨. 사회적 성과에 대한 빅데이터 분석은 "사업을 통해 대중의 인식이 얼마나 바뀌었을까?" 또는 "사업을 통해 핵심 키워드가 얼마나 확산됐을까?"라는 질문으로 진행됨. 기업이 밀고 있는 키워드 또는 아젠다가 얼마나 대중들의 생각을 바꿔냈는지 등을 계산하기 위해서 SNS 및 뉴스 데이터를 근거로 빅데이터 분석을 진행함.

4. 임팩트 측정 시 고려해야 할 점

■ 임팩트 측정 전 질문 사항

임팩트 측정을 하기에 앞서 다양한 질문들을 스스로 던질 수 있음. 질문 사항들은 다음과 같음. ① 우리의 목표 임팩트가 합의 되고 정리되어 있나?, ② 지금껏 축적된 데이터가 충분히 있나? 없다면 수집할 수 있을까?, ③ 사업을 잘 아는 담당자 또는 이해관계자가 얼마나 있을까? 연락할 수 있을까?, ④ 우리의 임팩트와 연결되는 성과 지표가 있을까?, ⑤ 측정 및 관리, 커뮤니케이션 담당자 또는 TF팀을 꾸릴 수 있을까?, ⑥ 측정 및 관리, 커뮤니케이션을 함께할 파트너는 없을까?, ⑦ 측정 결과를 활용할 외부 커뮤니케이션 시점이 있을까?

■ 임팩트 워싱 위험 배제

임팩트 리포트는 눈에 띄는 숫자와 사람들의 적절한 스토리가 들어간 리포트가 아님. 임팩트 리포팅의 목적은 임팩트를 점검하고 성과를 공유하며, 궁극적으로는 이해관계자와 약속한 임팩트를 달성하는데 에너지를 투입해 좋은 성과를 만들어내는데 있음. 임팩트 리포트는 기업 활동이나 포트폴리오사들의 사업 내용을 소개하는 것으로 그치면 안되며, 관련 내용은 논리모델, 변화이론 등 다양한 임팩트 관리 도구(tool)를 통해 기업의 비즈니스나 임팩트 창출 수준에 맞추어 적용되어야 함. 임팩트 리포트는 기업의 홍보 책자가 아니기 때문에, 임팩트 워싱을 방지하기 위해서, ESG나 SDGs를 단순히 맵핑하여 리포팅하는 것을 경계할 필요가 있음.



<2023년 8월 31일 박혜연 트리플라잇 프로 강연 현장>

윤경ESG포럼은 회원사의 참여로 운영이 됩니다.

■ 포럼 정기모임 / 공부방에서 다루었으면 하는 주제, 분야 혹은 특정 강연자가 있으면 추천 부탁드립니다.

■ 공유하고 싶은 자사의 행사 및 공지가 있으시다면, 관련 내용을 사무국으로 보내주십시오. 뉴스레터를 통해 회원사에 안내해드리겠습니다.