

농촌지역 활성화와 일자리 창출을 위한 사회적기업 육성방안 연구(1/2차연도)

농촌지역 사회적기업의 성과 평가와 지원방안

오 내 원 선 임 연구 위 원
김 창 호 연 구 원
권 인 혜 연 구 원

한국농촌경제연구원

연구 담당

오내원	선임연구위원	연구총괄, 보고서 작성
김창호	연구원	통계 분석, 사례조사
권인혜	연구원	표본 조사 관리 및 분석

머 리 말

사회적 문제를 기업경영 방식을 통해 해결하려는 것이 사회적기업이다. 사회적기업은 정책적으로 취약계층의 노동통합과 사회서비스 제공을 목적으로 시작되었지만, 시장과 정부의 실패로 인해 낙후된 농촌지역의 문제 해결을 위한 제3의 길로 주목받고 있다.

2000년대 들어 농촌지역 재생을 위한 방안을 모색하던 민간의 다양한 움직임과 정부와 지자체의 지원정책이 만나면서 여러 영역에서 사회적기업이 창업되고 있다. 그러나 한편에서는 농촌지역의 열악한 사업기반, 미흡한 기부문화와 사회적 투자자본, 기업적 역량의 부족 등 사회적기업의 발전을 제약하는 요인도 적지 않다.

이 연구에서는 농촌지역에 소재한 사회적기업의 운영실태와 문제점을 파악하여 농촌 경제사회의 활성화에 기여할 수 있는 사회적기업의 발전 방향을 제시하고자 하였다. 이를 위해 제도적으로 인증받은 사회적기업뿐만 아니라 보다 광의의 사회적 경제 전반에 대한 조사를 실시하였다.

이 연구는 2년에 걸쳐 수행할 계획으로 금년에는 실태분석과 과제의 제시에 중점을 두었으며, 구체적인 발전방안의 제시는 2차연도의 과제로 하였다. 이 보고서는 사회적기업의 경영실태를 분석하고 정책 지원 방향을 제시하는 제3세부과제의 결과물이다. 아무쪼록 이 보고서가 농촌지역의 내생적 발전을 지향하는 활동가, 정책담당자, 연구자들에게 도움이 되기를 바란다.

마지막으로 조사에 적극 협조하여 주신 사회적기업과 지원조직 관계자들에게 감사드리며 연구진의 노고를 치하한다.

2010. 10.

한국농촌경제연구원장 오 세 익

요 약

최근 사회적기업에 대한 관심이 증대하는 가운데 기업으로서의 지속가능성에 우려가 제기되고 있다. 그러나 사회적기업의 지속가능성은 일반 기업과는 달리 평가되어야 한다. 사회적기업에 대한 경영 성과는 해당 기업들이 이룬 사회적 파급효과도 포함되어야 하기 때문이다.

설문조사 결과 농촌지역 사회적기업은 대체로 경영수지 균형을 이루고 있는 것으로 나타났다(90.3%가 흑자 또는 수지균형). 총수입액으로 본 농촌 사회적기업의 경영규모는 평균 4억 4,000만 원 정도로 작은 편이었다. 총 수입액 중 영업수익(매출액)의 비중으로 계산되는 재정자립도는 평균 70%대로 예상보다 높았고 외국과 비교해도 낮은 수준은 아닌 것으로 판단되었다. 그렇지만 30%를 차지하는 외부지원은 대부분 정부지원으로 충당되고 있으며 사회적 기부나 모기관의 지원 비중은 매우 낮았다. 정부지원에 대한 높은 의존도는 정책 변화에 따라 사회적기업의 지속가능성에 문제를 발생시킬 가능성이 큰 것으로 보인다.

농촌지역 사회적기업의 평균 고용규모는 22.5명이고 이 중 절반 정도가 취약계층인 것으로 나타나, 고용창출과 노동통합에도 상당히 기여하고 있다. 총수입 1억 원당 종사자 수가 5명으로 일반 기업에 비해 높는데, 이런 고용효과에도 불구하고 정부에서 지원하는 사회적일자리 창출사업의 지원기간이 1년마다 결정되는 등 사회적기업의 고용이 오히려 경영 불안정 요소로 작용하고 있기도 하다.

사회적기업의 경영 애로와 관련해서는 투자 확대의 어려움, 불리한 시장조건이 가장 큰 문제로 확인되었다. 대체로 사회적기업의 수익성이 취약해 자체 자금조달이 어렵고 외부적으로도 낮은 사업성 평가와 담보력 부족으로 금융기관에 대한 접근이 쉽지 않은 것으로 나타났다. 또 농촌 사회적기업은 자본과 기술의 부족, 저효율 노동력, 구매력이 부족한 고객, 농촌의 열악한 산업인프라 등 시장에서 경쟁력을 갖기에 불리한 조건이 많은 것으로 파악되었다.

이러한 점을 고려할 때 농촌지역 사회적기업에 대한 경제적 지원 방향은 다음과 같이 제시할 수 있다.

먼저 정부의 독점적인 인증제도를 본원적인 사회적기업의 의미와 실천을 훼손하지 않도록 개선해야 한다. 아울러 농촌지역에서 발견되는 다양한 자발적 노력들을 사회적 목적활동으로 인정할 필요가 있다.

둘째, 사회적기업에 대한 지원도 획일적인 인건비 지원보다는 구체적인 활동내용과 경영상의 애로점에 대응하여 차별적으로 주어져야 한다. 특히 관계 부처들의 사업들과 연계하여 사회적기업에 대한 투자를 지원할 수 있어야 하며, 사회적 투자기금을 조성해 금융조달에 대한 숨통을 틀 수 있도록 지원해야 한다. 농촌지역 사회적기업의 취약한 시장경쟁력을 보완해 줄 수 있는 보호시장의 제공, 바우처사업 등에 대한 참여 실적 등을 평가하여 경제적 보상으로 되돌려 주는 방안도 적극 모색되어야 한다.

셋째, 농촌지역 현실과 특성에 적합한 사업모델을 개발하고 보급해야 한다. 특히 농업 생산·유통·가공 사업에의 진출이 중요한데 시장경쟁이 심해짐에 따라 위험도가 높다. 따라서 지역 내의 인적·물적 연계를 활용한 사업모델 구축이 핵심과제이다. 문화예술활동은 당장은 수익구조를 맞추기 어렵지만 삶의 질 향상과 지역경쟁력의 원천이란 점에서 보호된 시장을 전제로 다양한 사업모델을 구상할 수 있을 것이다.

ABSTRACT

Outcome Evaluation of Rural Social Enterprises and Improvement of Support Policy

Recently, while our concern about the social enterprise has grown, the anxiety of its sustainability has raised. However, the sustainability must be evaluated differently from general enterprises, because its social effects should be included in the social enterprise's performance.

The result of survey shows that business performances of social enterprises located in rural areas are generally balanced in terms of profit and cost. Their business volumes in terms of revenue are quite small by 440 million won. Their financial independency rate reached about 70 percent. This figure is over our expectation and is not low compared to foreign enterprises. Thirty percent of supports come from government supports and the weight of donation and mother body support is very low. The high level of government support can cause problems in the sustainability according to the change of government policies.

The average number of employee of social enterprises is 22.5 persons. About the half of them comes from the vulnerable class. This fact shows that social enterprises contribute to the generation of employment and labor integration. Even though five persons of employee per 100 million won of revenue is higher than general business, the government policy for employment generation may have an effect on the unstability of business.

We confirmed that the lower level of investment and the disadvantage of market conditions are difficulty in social enterprise business of rural areas. They cannot mobilize investments because of low profits and cannot easily approach to the financial institutes due to the lower level of security and profitability. Also, they have many disadvantages such as the lacks of capital and technology, inefficient labor, customers with low

purchasing power, and the weak industrial infrastructures.

Under these unfavorable conditions, we suggest several alternatives to support social enterprises in rural areas. First, government monopolistic certification system need to be modified in order not to damage the intrinsic meaning and practice of the social enterprise. Various voluntary efforts happening in the rural areas are needed to be admitted as a social goal directed activities.

Second, government support should be provided differently according to substantial activities and business difficulties, not uniformed labor cost. Included are investment support connected with government departments' programs, the generation of funds, affirmative action of supplementing markets and etc.

Third, business model should be developed and provided appropriate to the realistic characteristics of rural areas. The entry into agricultural production, distribution and processing is very important. However, it is very risky due to competitiveness. The core task is to build business model in connection with regional personnel and materials. The cultural arts activities would be a good business model in term of the quality of life and strong regional competitiveness.

Researchers: Nae-Won Oh, Chang-Ho Kim and In-Hey Kwon

Research Period: 2010.1 ~ 2010.10

E-mail Address: naewonoh@krei.re.kr

차 례

제1장 서론

1. 연구의 필요성과 목적	1
2. 선행연구 검토	3
3. 연구 내용과 방법	7

제2장 농촌지역 사회적기업의 경영실태

1. 사회적기업의 일반 현황	11
2. 경영실태 분석의 틀	14
3. 경영실태와 성과	16
4. 사회적기업의 경영상의 애로	26
장 부록: 농촌지역 사회적기업의 경영 사례	28

제3장 농촌지역 사회적기업에 대한 지원 방안

1. 사회적기업에 대한 정책 현황과 문제	35
2. 외국의 정책 사례	43
3. 시장여건과 전망	56
4. 경제적 지원정책의 개선과제와 방향	58

제4장 사회적기업의 성과평가 방안

1. 성과평가의 필요성	61
2. 평가 방법론 검토	62
3. 적용 방안	63

제5장 결론

1. 농촌지역 사회적기업의 성과와 문제	67
2. 사회적기업의 경영성과 제고를 위한 과제	68
참고 문헌	71

표 차례

제2장

표 2-1. 인증 및 예비 사회적기업의 공간 분포	12
표 2-2. 사회적기업의 업종별 수지 현황	17
표 2-3. 사회적기업의 평균 수입·지출액	17
표 2-4. 총수입 규모별 업체 수	18
표 2-5. 수입구조	19
표 2-6. 총수입 중 매출액 비중별 업체 분포	19
표 2-7. 기업의 사회적 목적에 대한 응답	22
표 2-8. 유급 종사자 수와 구성	23
표 2-9. 업종별 고용 효과	23
표 2-10. 지역별 사회적기업의 애로점	24
표 2-11. 고정자산 투자자금 확보처	27
표 2-12. 투자 확대 시 애로사항	27
표 2-13. 청람의 사업영역별 내용	32

제3장

표 3-1. 고용노동부의 사회적기업 지원	38
표 3-2. 고용노동부 사회적기업 관련 예산 변동	39
표 3-3. 광역지자체별 예비 사회적기업 육성 계획	43
표 3-4. 사회적기업 업종별 시장 조건	57

제4장

표 4-1. SROI 계산을 위한 비용, 편익 항목 - 나눔푸드 사례	65
표 4-2. SROI 계산을 위한 비용, 편익 항목 - 새벽 사례	66

그림 차례

제2장

그림 2-1. 사회적기업의 경영성과	15
그림 2-2. 지역순환형농업의 사업구조	30

제3장

그림 3-1. 사회적기업 관련 정책의 전개 과정	36
----------------------------------	----

1. 연구의 필요성과 목적

인구의 과소화와 고령화, 경제력 저하로 우리나라의 농촌지역은 위기에 처해 있다. 농업의 외형은 성장하였지만 자립기반이 약화되고 소득수준도 정체된 상태다. 경제위기에 대응한 고용구조조정 속에서 농촌지역에서 새로운 일자리가 만들어지기를 기대하는 것은 더욱 어렵다.

이러한 가운데 농촌의 위기를 시장과 정부의 실패로 보고 제3의 길을 찾으려는 움직임이 확산되고 있다. 지역 주민이 주체가 되어 지역자원을 활용하여 지역의 문제를 해결한다는 내생적 발전론에 바탕을 둔 마을만들기와 도농교류 사업들이 진행되어 왔다. 최근에는 정부의 일자리 창출사업과 맞물려 사회적기업의 설립이 활발해지고 있다.

한국에서 사회적기업에 대한 관심이 확대된 것은 취약계층의 빈곤해소를 위한 사회적일자리 창출사업이 계기가 되었다. 농촌지역에서도 사회적기업은 2000년대 이후 지역자활센터 등 비영리기관이 수행해 오던 가사·간병 등 돌봄서비스, 청소, 재활용, 집수리 영역을 중심으로 시작되었다. 최근에는 친환경농업, 농산물 가공, 그린투어리즘, 로컬푸드 시스템 구축 등 농업발전이나 농촌지역 활성화와 관련된 분야로 영역이 확대되고 있다. 지방자치단체도 낙후된 지역경제의 회생을 위해 이러한 분야에서 사회적기업을 육성하려는 움직임을 보이고 있다.

많은 연구자와 활동가들이 사회적기업을 농촌의 내생적 발전을 촉진할

수 있는 수단으로서 적극적으로 평가하고 있다(박진도 외, 2009; 김정원 외, 2008). 나아가 지역경제 활성화, 지역자원 및 환경보전, 지역문화 복원, 귀농인 정착 등의 분야에서 사회적기업의 성공사례를 제시하고 그 확산을 위한 교육과 컨설팅에 직·간접적으로 참여하고 있다.

사회적기업의 확대와 관심의 증대에도 불구하고 기업으로서의 지속가능성에 우려가 제기되고 있다. 사회적기업의 대다수가 영업매출액이 비용을 충당하지 못하는 적자 상태로 정부의 인건비 보조 등 지원이 중단되면 기업체로서 존속하기 어려울 것이라는 지적이 많다(곽선화, 2009).

그러나 이러한 주장은 한 측면만 본 것이란 비판도 있다. 사회적기업이 생산하는 것은 시장에서 거래되는 재화나 서비스뿐만 아니라 취약계층의 고용과 사회서비스 제공, 인재 개발, 환경 개선 등 사회적 파급효과도 포함하기 때문이다. 사회적기업의 경제적 자립도가 낮은 것은 기업경영의 비효율이 원인일 수도 있지만, 사회적 목적 사업을 적극 확대한 결과일 수도 있다. 최근 정책 당국에서 사회적기업의 경제적 자립을 강조하는 것은 오히려 사회적기업의 육성 취지에 어긋나는 것이란 주장도 있다.

사회적기업의 공익적 가치를 인정하더라도 우리나라의 사회적기업, 특히 농촌지역 사회적기업의 경영기반과 실적이 취약한 점을 부정하기는 어렵다. 사회적기업은 일반적으로 비즈니스 경험과 기술의 부족, 저조한 민간 기부, 정책지원의 불안정성 등의 문제가 있는데, 우리나라의 농촌지역 사회적기업은 이러한 공통문제 외에도 지역의 전후방 연관산업, 자본력, 기술, 인력 등 기업경영 기반이 취약하고 농촌개발과 관련한 사업모델과 지원 네트워크가 부족하기 때문이다.

이 연구에서는 농촌지역에 소재하거나 농업·농촌과 관련된 사회적기업의 경영 실태를 분석하고 경영상의 애로점을 파악하고자 한다. 그럼으로써 농촌지역 사회적기업의 발전가능성을 평가하고, 이를 육성하기 위한 지원 방향과 과제를 도출하는 것을 목적으로 한다. 구체적으로 다음과 같은 과제를 다루었다.

첫째, 농촌지역 사회적기업의 경영수지와 자금조달 실태를 파악하여 회계 건전성과 지속성을 평가한다.

둘째, 고용 창출과 파급효과 등 사회적 목적 달성도를 파악한다.

셋째, 기업들이 부딪치고 있는 경영애로와 관련 시장조건을 감안하여 사회적기업 육성을 위한 경제적 지원방향을 제시한다.

넷째, 사회적기업의 경영 성과를 경제적 측면과 사회적 측면까지 포함하여 종합적으로 평가하는 방안을 모색한다.

2. 선행연구 검토

국내에서 사회적기업에 대한 관심은 2000년대에 이르러 사회적일자리 창출 사업이나 사회적기업 육성 등 정부의 정책 추진과 맥을 같이하며 증가하였다. 이들 논의는 이미 1980년대에 활성화되었던 빈민운동이나 지역 공동체운동 등과 관련된 시민사회의 전통과 경험에 상당부분 기초하고 있다.

그럼에도 불구하고 관련 논의들이 공공근로사업이나 자활지원사업, 사회적일자리 창출 사업, 사회적기업 육성 등 정부정책을 중심으로 이루어진 데다, IMF 경제위기로 인한 취약계층의 빈곤 심화와 대량 실업사태에 대처하는 정부 정책에 집중하고 있어 사회적기업의 다양한 가능성에 대한 논의들이 활성화되지 못하였다. 지역 공동체의 활성화나 지역개발과 관련된 논의의 부족, 사회복지 분야에 비해 경영학 분야에서의 논의 부족 등은 사회적기업에 대한 국내 연구동향의 특성을 보여주고 있다. 2000년대 말부터 사회적기업에 대한 경영학 분야에서 논의와 지역개발과 관련된 논의들이 증가하고 있는 추세이다.

여기에서는 농촌지역 사회적기업의 의의나 실태, 발전방향 등 총론적인 논의보다는 사회적기업이 당면하고 있는 운영상의 문제와 해결 및 지원방안, 경영성과와 평가를 둘러싼 논의를 살펴본다.

사회적기업의 문제와 정책 과제

박찬임(2008)은 사회적기업 발전의 장애요인으로 사회적기업에 대한 이해와 홍보 부족, 성공모형 부재, 사회적기업 인증과 지원체계를 꼽고 있다. 사회적기업 지원육성을 위한 추진과제로 ①정부시장에서의 판로 확보, ② 사회적 기업으로 발전 가능성 있는 업종의 개발·육성, ③조세 및 금융지원 확대, ④교육훈련 및 홍보 강화 등을 제시하고 있다.

김혜원(2009)은 한국의 사회적기업 육성법 제정의 맥락을 규명하고, 사회적 기업의 현황과 도전 과제를 고찰하고 있다. 앞으로 사회서비스 영역은 소비자보호 중심의 경쟁적인 시장이 될 것이므로 기존의 비영리조직은 성장하기 어렵고, 혁신적인 사회적 기업가에 의한 새로운 사회문제의 해결책 제시가 추후 사회적기업의 미래를 좌우할 것이라고 전망하고 있다.

이인재(2009)는 다양한 이해관계자(지도자, 상근 실무자, 자원봉사자, 이용자, 조합원, 기금 제공자 등)의 참여와 공동체주의에 기반한 지배구조의 구축과 함께, 공동체적 조직의 단점인 보수성 등을 극복할 수 있는 조직 내부 상호통제시스템과 갈등해소 기제가 필요함을 지적하고 있다. 사회적기업 지원과 관련된 과제로 시민사회의 전문적 지원체계 구축, 정부의 인증과 지원방식의 개편, 현재 대부분 자선단계인 기업지원이 사업동반자 단계로 발전할 것등을 제시하고 있으며, 이 외에 발전 가능성이 있는 업종 선택, 사회자본의 활용 등을 중요한 과제로 들고 있다.

농촌지역 관점의 사회적기업 연구

농촌지역의 사회적기업에 대한 연구는 농촌이라는 공간적 특성을 고려하는 지역 관점의 연구인데, 국내에서 지역 관점의 사회적기업 연구는 매우 적다. 경제위기하에서 사회적 관심과 정부 정책이 취약계층에 대한 일자리 창출에 집중되었기 때문이다.

사회적일자리 창출 및 사회적기업 육성에 대한 정부 정책 추진과 함께 최근 광역자치단체별로 관련 연구들이 진행되어 왔는데, 대구·경북지역에

대한 박은희(2009)의 연구, 강원도에 대한 지경배(2008)의 연구, 충청지역에 대한 최승호(2009)의 연구, 경기지역 자활공동체에 대한 조성은 외(2007)의 연구 등을 들 수 있다.

박용규 외(2009)는 커뮤니티 비즈니스를 사회적기업과 유사한 경제조직으로 파악하고, 이를 유형화한 후 활성화 과제를 도출하였다.

농촌의 사회적기업에 대한 연구는 (사)호남사회연구회(김정원 외, 2008)와 (재)지역재단의 연구(박진도 외, 2009) 등 소수에 불과하다.

김정원 외(2008)는 사회적일자리(기업)가 농촌의 내발적 발전에 기여할 가능성을 적극적으로 평가하고, 전북 진안군에서의 사회적일자리 사업의 성과와 문제점을 분석하였다. 농촌 사회적기업의 주요 활동분야로 로컬푸드 영역, 그린투어리즘 영역, 마을역량 강화 영역, 보건복지 서비스 영역을 제시하였다. 또한 귀농인의 역량을 조사하여 이들을 지역사회발전에 활용할 수 있는 사회적 일자리로 보육교사, 방과후 교사, 아동 및 청소년 문화교사, 농산물 유통 등을 제시하였다.

박진도 외(2009)는 농어촌지역의 내발적 발전을 추진해 나갈 핵심주체의 하나로서 사회적기업에 의의를 부여하고 있다. 농어촌형 사회적기업의 활동 영역으로 지역경제 활성화(로컬푸드, 농산물 가공 및 유통, 전통공예, 관광 및 도농교류 등), 지역사회 활성화(교육, 문화, 보건의료, 취약계층 복지 등), 지역자원 및 환경보전, 사회적기업 지원(인재육성, 컨설팅, 자금지원 등)을 제시하고 이 중 지역사회 활성화를 제외한 나머지를 농림수산물품부가 우선 지원해야 할 분야로 주장하고 있다.

우장명·윤병선(2009)은 충청지역의 사례연구를 통하여 로컬푸드를 활용한 사회적일자리 창출방안을 제시하고 있다. 시·군별로 안전한 먹거리 생산 거점과 유통 거점을 설립하고, 로컬푸드에 대한 교육 및 인식 확대와 지역별 로컬푸드 코디네이터를 육성하며, 로컬푸드 식품 테마 시범마을 조성 및 체험형 농장 운영으로 지역고용 촉진 등을 제시하고 있다.

사회적기업의 경영 여건과 성과 평가

이광우(2008)는 사회적기업이 공익성이라는 본질적 목적을 해하지 않고서 지속적으로 영리적 목적을 달성할 수 있는 성공요인을 전략, 사회적기업가 정신, 경영역량, 조직구조, 사업환경, 사회적 네트워크로 구분하여 제시하였다. 사회적기업의 성과를 영리적 성과와 비영리적 성과(지역 일자리 제공, 지역주민의 환영, 근무에 대한 자부심, 지역환경 보전에의 기여, 이익의 공익사업에 대한 투자, 사회의 안정화)로 구분하여 측정하였다. 분석결과 시장조사와 상품의 우수성, 수요 판로의 확보, 경영자의 역량, 사업환경(산업환경, 정부지원)이 영리적 성과에 직접적 영향을 미치며, 사회적기업가 정신과 사회적네트워크는 영리·비영리 성과에 모두 영향을 미치는 것으로 제시하였다.

이용탁(2008)은 사회적기업의 성과평가를 위해 경영전략과 연계된 균형성과표(BSC: Balanced Scorecard)의 개념을 소개하고, 이를 학습 및 성장 지표, 내부 프로세스 지표, 고객지표, 재무적 지표군으로 분류하여 각각의 세부지표를 제안하였으나, 각 지표의 측정방법을 제시하지는 않았다.

정원식(2009)은 사회적기업의 성과측정지표에 관한 해외의 연구동향을 정리하고, 이 중 대표적인 정량지표인 사회투자수익(SROI: Social Return on Investment) 모형을 가사간병 분야의 사회적기업에 적용하여 성과를 측정한 사례 연구를 수행하였다. 이는 탐색적 사례연구라는 의의가 있으나 평가에 포함되는 경제사회적 성과의 범위에 대한 이론적, 현실적 분석이 충분하지 못한 것으로 평가된다.

3. 연구 내용과 방법

3.1. 주요 연구 내용

이 연구는 2년에 걸쳐 수행할 계획이다. 1년차에는 농촌지역 사회적기업의 실태를 파악하고 발전과제를 도출하는 데 중점을 두고, 2년차에는 발전 모델과 정책지원방안을 제시할 계획이다.

제1년차 연구는 3개의 세부과제로 구성하였다. 제1과제는 농촌지역개발 활성화를 위한 사회적기업의 발전방향과 과제, 제2과제는 농촌지역 사회적기업의 역량 강화 방안, 제3과제는 농촌지역 사회적기업의 성과평가와 지원방안으로 하였다. 이 보고서는 제3과제를 다루는 것으로 구체적인 연구 내용은 다음과 같다.

- 1) 사회적기업의 실태와 농촌형 사회적기업의 의의
 - 사회적기업의 개념과 특성
 - 사회적기업의 일반적 실태
 - 농촌지역 사회적기업의 실태
- 2) 농촌지역 사회적기업의 경영실태와 문제점
 - 사회적기업의 사업영역과 경영 성과
 - 사회적기업의 경영상의 애로
- 3) 농촌지역 사회적기업에 대한 지원 방안
 - 우리나라의 사회적기업 지원정책 현황과 농촌에서의 한계
 - 선진국의 사회적기업 발전 경위와 지원 실태
 - 사회적기업에 대한 정책지원 방향
- 4) 사회적기업의 종합적 성과 평가 방법론 모색

3.2. 연구 방법

사회적기업의 경영실태를 파악하기 위하여 농촌과 도시지역의 사회적경제 전반에 걸친 광범한 조사를 실시하였다. 조사 내용과 대상, 방법은 다음과 같다.

- 조사 내용: 농촌지역의 사회적기업의 운영실태와 의견
 - 연혁과 조직형태 등 일반사항
 - 정부지원 등 사회적 자원활용과 네트워크
 - 사회적 목적의 표명과 실현
 - 재정과 조직 운영 및 경영 애로사항
 - 조직 구성원의 역량
 - 농촌지역 활성화 및 사회적기업 지원에 관한 의견
- 조사 대상
 - 전국 도시 및 농촌지역의 인증사회적기업, 예비사회적기업, 자활공동체, 지역자활센터 등을 대상. 유효 응답 258곳
 - 농촌지역(시·군, 도농통합시) 68%, 도시지역 32% 분포
 - 기관 유형별로 모집단에 대한 비율은 다음과 같음
 - 전국 320개 인증사회적기업 중 107개(33.4%)
 - 전국 407개 예비사회적기업 중 59개(14.5%)
 - 전국 1,046개 자활공동체 중 71개(6.8%)

구 분	인증 사회적기업	예비 사회적기업	자활공동체	지역자활센터	계
도시	48 (45%)	22 (37%)	5 (7%)	1 (5%)	76 (29%)
농촌	59 (55%)	37 (63%)	66 (93%)	20 (95%)	182 (71%)
계	107 (100%)	59 (100%)	71 (100%)	21 (100%)	258 (100%)

○ 조사 기간: 2010년 7월 1일 ~ 9월 30일

○ 조사 방법

- 사회적기업 컨설팅업체인 SE파트너센터가 총괄하고 지역별 컨설팅기관이 조사 대상 기관을 방문하여 면접조사를 수행

외국의 사례는 유럽과 일본을 조사하였다. 유럽은 현지에 있는 한국인 연구자에 위탁하여 주요 국가별로 사회적기업의 배경과 특징, 지원제도 등을 살펴보고 농촌지역 사회적기업의 대표적인 사례를 기술하였다. 일본은 현지 출장 조사를 통해 커뮤니티 비즈니스의 실태와 지원 제도 및 사례를 수집하였다.

1. 사회적기업의 일반 현황

1.1. 한국의 주요 사회적 경제 조직

사회적기업에 대한 이해는 다양하지만, 대체로 ‘사회문제 대응을 기업적 방식을 활용하여 해결하는 조직’이라고 할 수 있다. 사회적기업의 실태와 발전과제를 보기 위해서는 보다 광범위한 개념으로 사회적 경제를 보는 것이 필요하다.

사회적 경제는 19세기 산업혁명기의 유럽에서 자본주의 시장경제에 대한 노동자들 또는 지역사회의 집합적 대응으로서 대두된 상호공제조합, 소비자협동조합, 신용조합, 노동조합 등 다양한 자발적인 결사체들에 역사적 연원을 두고 있다. 현대적 의미에서는 사회변화로 인해 위기에 처한 집단들이 연대와 지역사회를 기반으로 대안경제를 구축하려는 노력에 기반한 이해당사자 경제라 할 수 있다.

우리나라에서 사회적 경제 조직은 생산, 소비, 교환, 분배, 매개 영역으로 분류할 수 있다(신명호, 2009). 이들 중 한국의 사회적 경제의 흐름을 주도하는 영역은 생산과 소비의 영역으로 평가되고 있으며, 지역자활센터와 같은 매개 영역의 조직 역시 중간지원조직으로서 중요한 역할을 하고 있다(김정원, 2010). 지역에 따라서는 사회적 경제 주체들의 발달 미약으로 관련 주체들을 육성하는 데 있어 자치단체의 매개 역할이 중요한 사례도

나타나고 있다.

이하에서는 사회적 경제 조직들 중 자료입수가 가능한 인증 사회적기업, 예비 사회적기업, 지역자활센터, 자활공동체 및 자활사업단을 중심으로 실태를 살펴본다.

1.2. 인증 및 예비 사회적기업 현황

노동부의 인증제도를 통해 공고된 이른바 인증 사회적기업은 2010년 제 2차 인증 공고(2010.7.29)를 기준으로 모두 353개 업체이다. 이때까지 총 12차례에 걸쳐 364개의 업체가 인증되었지만 이 중 11개 업체는 인증이 취소 또는 반납되었다. 사회적기업 인증을 신청한 784개 업체를 기준으로 인증된 비율은 46.4%이다.

인증 사회적기업 중 44%는 서울, 경기, 인천 등 수도권에 집중되어 있으며 나머지는 각 시·도별로 큰 차이 없이 분포하고 있다. 사회적 목적 실천 유형별로는 일자리 제공형이 50.4%(178개 업체), 사회서비스 제공형은 11.3%, 혼합형은 24.1%, 지역사회 공헌형은 14.1%를 차지하고 있다.

표 2-1. 인증 및 예비 사회적기업의 공간 분포

단위: 개소, %

지역 구분		인증				예비			
도시	광역시	233	161	66.0	45.6	266	195	64.4	47.9
	일반시		72		20.4		67		16.5
농촌	도농복합시	120	83	34.0	23.5	145	118	35.6	29.0
	군지역		37		10.5		27		6.6
합 계		353개		100.0%		407개		100.0%	

조직형태는 상법상 회사가 43.1%로 가장 많으며, 민법상 법인(23.8%)과 비영리민간단체(17.3%), 사회복지법인(11.9%) 등이 다음으로 많다. 반면 생활협동조합은 3.1%(11개 업체), 영농조합법인은 0.8%(3개 업체)에 그치고 있다.

인증 사회적기업의 업종을 보면 도시와 농촌 모두 사회서비스 분야의 업체가 가장 높은 비중으로 분포한다. 농촌의 지역 특성을 나타내는 농업 생산 및 유통 분야의 경우 농촌의 분포가 높지만, 농산물가공은 오히려 도시에서 분포 비중이 높게 나타나고 있다.¹

사회적 일자리 사업에 참여하고 있는 예비 사회적기업의 참여 업종은 사회서비스 분야보다는 오히려 문화·예술, 교육·컨설팅 분야, 농산물 가공 분야의 비중이 높게 나타난다. 향후 사회서비스와 함께 이 분야가 농촌지역 사회적기업의 활동분야로 성장할 것으로 기대할 수 있다.

1.3. 지역자활센터와 자활공동체 및 사업단

지역자활센터는 국민기초생활보장법을 기반으로 하는 비영리 조직이다. 2000년 10월부터 시행된 국민기초생활보장법에 의거해 정부는 수급자 및 차상위자의 자활 촉진에 필요한 사업을 수행하기 위해 비영리법인과 단체를 지역자활센터로 지정하였다.

지역자활센터는 자활사업 중 시장진입형자활근로와 사회서비스일자리형 자활근로를 담당하며 사업단 형태로 운영한다. 이 사업들은 일정한 기간 내에 자활공동체로 창업을 해야 한다. 정부는 시장진입형자활근로와 사회서비스일자리형자활근로에 대해서는 인건비와 사업비를 지원하며, 자활공동체에 대해서는 자활공동체 구성원 중 신규로 참여하는 조건부수급자에 한해 최대 1년까지 시장진입형자활근로에 해당하는 인건비를 지원한다.

2009년을 기준으로 전국 242개 지역자활센터에는 2만 6,629명이 참여하

¹ 사회적기업의 업종과 관련된 주요 통계는 총괄보고서 37-38쪽을 참조하시오.

고 있다. 자활사업의 종류에 있어서도 사업 초기에는 청소, 집수리, 영농, 간병, 자원재활용과 같은 5대 표준사업을 중심으로 사업단이 활동했지만, 지금은 떡집, 한복대여점, 택배, 수의 등 30여 종류의 사업분야에 2,400여 사업단이 활동하고 있다.

한국지역자활센터협회에서는 자활공동체를 실질적인 사회적기업으로 인식하고 육성해 왔다. 그 결과 전국에 1,000개 정도의 자활공동체가 설립되었다. 자활공동체는 지역에 거주하는 취약계층 등 자활참여자들의 노동의 지와 인적역량을 강화하고, 사업 수행 능력을 향상시켜 독립적인 사업가로 성장할 수 있는 기회를 부여하고 있다.

사업 업종을 보면 자활근로사업단은 교육 및 공공서비스업이 가장 많고 다음이 도시는 청소와 세차, 농촌은 농림수산업, 청소와 세차 순이다. 하지만 자활공동체로 독립해 나간 경우는 농림수산업은 적은 편이고 교육 및 공공서비스 다음으로 건설(집수리), 청소 및 세차 순이다.

지역자활센터의 이러한 역할은 인구의 과소화나 고령화, 분산분포 등으로 사회서비스의 공급이 어렵고 일자리 및 사업 창출이 부족한 농촌 지역에서 더욱 중요하다. 그럼에도 불구하고 농촌지역에서는 자활을 바탕으로 인증 사회적기업으로 성장한 경우가 아직은 15건에 불과한 실정이다.

2. 경영실태 분석의 틀

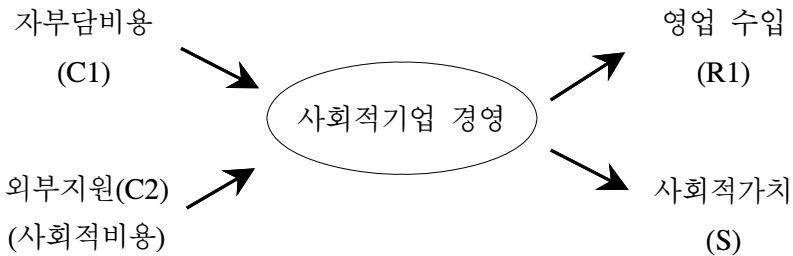
사회적기업의 회계와 경영성과의 문제를 <그림 2-1>과 같이 볼 수 있다. 일반 기업과 마찬가지로 사회적기업도 비용을 투입해 영업활동을 통해 수입을 창출한다. 기업경영이 지속되기 위해서는 수입이 비용 이상이라는 조건이 충족되어야 한다. 하지만 사회적기업은 시장에서 평가되지 않는 사회적가치(S)를 생산하며, 정부와 민간 재단 등 외부의 지원($R_2=C_2$)²을 받을

² 외부의 지원은 수입(R_2)이지만, 전체 비용 중에서 자부담 비용을 제외한 사회적

수 있다는 점에서 일반 영리기업과 다르다. 즉, 사회적기업은 영업수입(R_1)으로 전체 비용을 반드시 감당해야 하는 것은 아니고 외부지원을 제외한 자부담비용(C_1) 이상을 커버하면 된다.

바꾸어 말하면 기업회계상으로 보아 경제적 자립도($R_1/(C_1+C_2)$)보다는 영업수입과 외부지원을 더한 총수입(R_1+R_2)과 총비용(C_1+C_2)의 수지균형(외부지원액을 소거하면 결국 $C_1 \leq R_1$)이 경영지속의 조건이 된다.

그림 2-1. 사회적기업의 경영성과



이상과 같은 점을 고려하면 사회적기업의 경영성과와 지속가능성을 판단하는 것은 다음과 같은 과제를 포함한다.

첫째, 생산한 제품과 서비스의 시장경쟁력이다. 이것이 전제되어야 경영지속의 첫째 조건인 ‘총비용 $\leq$ 총수입’이 달성될 수 있다. 경쟁력은 가격, 차별화된 상품, 맞춤형 서비스 등 여러 측면에서 구현될 수 있으며, 목표 시장은 일차로 지역시장이지만 그에 한정되지는 않는다.

둘째, 기업의 지속을 위해서는 회계상 균형된 수지구조를 갖추어야 한다. 비용을 자체 영업수입만으로 충당할 수 없다면 필요한 외부 수입원(R_2)을 확보하여야 한다. 현재 우리나라 사회적기업의 문제는 이 외부 수입원이 정부정책에 지나치게 의존하여 불안정하다는 점이다.

셋째, 사회적기업의 경영 목적은 이윤추구가 아니라 사회적 목적의 달성

비용(C_2)이기도 하다.

이다. 어떠한 사회적 목적을 얼마나 효율적으로 달성하였는가가 중요하다. 사회적 목적의 달성은 외부지원을 안정적으로 확보하기 위한 전제조건이기도 하다. 사회적으로 인정받는 사회적가치(S)가 영업손실(총비용과 영업수익의 차이, $C-R_1$)보다 커야 사회적기업의 존재의의가 있다고 할 수 있다. 여기에서 사회적가치를 어떻게 측정하느냐가 문제이다.

이상과 같은 배경에서 사회적기업의 성과 평가는 다음과 같은 과제를 가진다. 이 장에서는 첫 번째와 두 번째 과제, 제3장에서는 세 번째 과제, 제4장에서는 네 번째 과제를 다루고자 한다.

첫째, 농촌지역 사회적기업의 경영수지와 자금조달 실태를 파악하여 회계 건전성과 지속성을 평가한다.

둘째, 고용 창출과 파급효과 등 사회적 목적 달성도를 파악한다.

셋째, 경영애로와 시장조건을 감안하여 사회적기업 육성을 위한 경제적 지원방향을 제시한다.

넷째, 사회적기업의 경영 성과를 경제적 측면과 사회적 측면까지 포함하여 종합적으로 평가하는 방안을 모색한다.

3. 경영실태와 성과³

3.1. 경영 수지

2009년도 수입과 지출을 분석한 결과 사회적기업은 대체로 수지 균형을 이루고 있어 단기적인 회계 건전성은 유지하고 있는 것으로 나타났다. 도시와 농촌이 크게 다르지 않은데 농촌지역 113개 업체 중 102개 업체(90.3%)가 흑자 또는 수지 균형을 이루고 있다.

³ 전체 조사 대상 237개 기업 중에서 경영실태 항목에서 신뢰할만한 응답을 한 168개 기업(농촌 113곳, 도시 55곳)에 대한 분석 결과를 기초로 한다.

업종별로는 전통적인 돌봄서비스 분야인 가사·간병, 청소·재활용·주택 분야는 적자 업체의 비율이 적은 데 비해, 사회적기업이 새롭게 진출한 분야인 농업생산·가공·유통, 문화예술 및 교육, 컨설팅은 비교적 적자 업체가 많은 편이다. 형태별로는 아직 인증을 받지 못한 예비 사회적기업에서 비교적 적자 기업이 많은 것으로 나타났다. 그렇지만 앞에서 언급한 바와 같이 회계상의 수지가 기업의 운영 실태를 나타내는 중요한 지표이지만 그것이 반드시 경영의 효율성을 나타내는 것은 아니므로 추가적인 검토가 필요하다.

표 2-2. 사회적기업의 업종별 수지 현황

단위: 개(%)

	농촌				도시			
	흑자	균형	적자	계	흑자	균형	적자	계
가사·간병·돌봄·보육	12	15	2	29	3	10	1	14
청소·재활용·주택	20	25	1	46	6	5	3	14
농업생산·유통·가공	5	11	5	21	3	10	4	17
문화·예술·교육·컨설팅	2	4	3	9	3	0	1	4
일반 제조업·기타	6	2	0	8	2	2	2	6
총합계	45 (398)	57 (504)	11 (97)	113 (1000)	17 (309)	27 (491)	11 (200)	55 (1000)

표 2-3. 사회적기업의 평균 수입·지출액

단위: 천 원

	농촌				도시
	인증	예비	자활공동체	평균	
수입(A)	829,038	322,397	188,021	447,037	560,932
지출(B)	776,873	326,125	176,199	424,650	554,919
A/B	1.07	0.99	1.06	1.05	1.01

표 2-4. 총수입 규모별 업체 수

	농촌				도시
	인증	예비	자활	계	
1억 원 미만	4	5	21	30(26.5)	6(10.9)
1~5억 원	13	16	23	52(46.0)	27(49.1)
5~10억 원	13	6	2	21(18.6)	17(30.9)
10~20억 원	6	-	-	6(5.3)	4(7.3)
20억 원 이상	4	-	-	4(3.5)	1(1.8)
총합계	40	27	46	113(100.0)	55(100.0)

총수입액으로 본 농촌지역 사회적기업의 경영규모는 평균 4억 4,074만 원으로 작은 편이다.⁴ 인증사회적기업이 평균 8억 2,904만 원으로 가장 크고, 예비사회적기업과 자활공동체는 각각 3억 2,240만 원, 1억 8,802만 원에 불과하다(표 2-3).

연간 총수입이 1억 원이 되지 않는 업체도 26.5%나 되는데, 자활공동체의 상당 부분이 이 그룹에 속한다. 업종별로는 (예비)사회적기업의 문화·예술·교육·컨설팅 부문(평균 2억 7,226만 원)과 자활공동체의 주택(집수리) 부문이 경영규모가 가장 영세한 것으로 나타났다.

총수입액 중 영업수입(매출액)의 비중으로 계산되는 재정자립도는 평균 70%대로 예상보다 높았고 외국과 비교하여도 낮은 수준이라고 볼 수 없다. 실제 외국의 경우를 보아도 사회적기업이 영업활동만으로 수지를 맞추지는 않는다. 영국은 사회적기업의 수입원이 정부 40%, 민간기부 30%, 시장이나 참여자들의 요금 30%이며, 미국은 용역과 서비스요금 지불계약 33%, 정부의 보조금 28%, 민간의 기부금 15%, 민간의 서비스대금 11% 순이다(송실대, 2006). 일본의 커뮤니티 비즈니스에서도 경제적 자립은 그리 중요시되지 않는다.

⁴ 우리나라에서 중소기업 기준은 농림업이나 도소매업은 상시근로자 수 300명 미만이거나 매출액 300억 원 이하이다. 소기업의 기준은 광업·제조업·건설업·운송업은 상시근로자 50명 미만, 그 외의 업종은 상시근로자 10인 미만이다.

창업 초기인 예비 사회적기업의 자립도가 낮았으나, 지역자활센터에서 분리된 자활공동체는 자립도가 가장 높았다. 이는 자활공동체가 자활사업 단 시기에 적합한 기금을 종자돈으로 하여 검증된 수익사업에서 시작하기 때문에 아직 정부의 지원이나 신규 투자가 적기 때문으로 보인다.

표 2-5. 수입구조

단위: 천 원(%)

	농촌				도시
	인증	예비	자활공동체	평균	
수입액	829,038	322,397	188,021	447,037	560,932
매출액	599,359 (72.3)	160,310 (49.7)	153,950 (81.9)	313,137 (70.0)	394,925 (70.4)
정부 지원	204,247 (24.6)	156,768 (48.6)	20,621 (11.0)	117,913 (26.4)	140,146 (25.0)
모기관 지원	6,265	398	7,413	5,331 (1.2)	9,494
기부	3,400	293	0	1,274 (0.3)	3,409
기타	16,171	5,628	4,848	9,016 (2.0)	12,957

표 2-6. 총수입 중 매출액 비중별 업체 분포

단위: 개(%)

	농촌					
	가사·간병	청소·재활 용·주택	농업생산· 유통·가공	문화·예술 교육 컨설팅	제조업, 기타	계
100%	11	18	7	1	1	38 (33.6)
90~100 %	3	6	1	0	0	10 (8.8)
50~90%	4	14	7	3	1	29 (25.7)
50%미만	11	8	6	5	6	36 (31.9)

좀 더 자세히 살펴보면 총수입의 100%를 매출액에서 올리는 기업이 33.6%인 반면 매출액이 수입의 50%에 못 미치는 기업도 31.9%에 달하고 있다. 취약계층에 대한 사회서비스를 주로 하는 가사·간병 분야와 아직 시장이 발달하지 못한 문화·예술·교육·컨설팅 분야에서 매출액 비중이 낮은 것은 예상되었지만, 경쟁시장을 대상으로 하는 농업관련부문과 제조업에서 매출액 비중이 낮은 기업이 많은 것은 문제가 있는 것으로 보인다.

한편 외부지원액 30% 중 대부분(26.4%)이 정부 지원이고 기부(0.3%)나 모기관지원(1.2%)은 대단히 적다. 사회적기업에서 재정적 독립이 필수적인 것은 아니지만, 정부 지원에의 의존도가 지나치게 높으면 정책의 변화에 따라 기업의 지속성에 문제가 생길 가능성이 크다.

실제 2009년까지는 사회적일자리 창출에 대한 정부 지원이 늘어났으나, 2010년에 지원이 감축됨에 따라 사업을 축소한 기업의 사례가 적지 않다. 예를 들어 노동부의 사회적기업 육성 예산은 2009년 1,885억 원에서 2010년에 1,487억 원으로 21.1% 감소하였으며, 이에 따라 사회적 일자리 창출 사업에 대한 지원도 40% 감소하였다. 농업부문의 대표적 사회적기업인 (사)흙살림은 2009년에 사회적일자리 사업으로 60명을 지원받았으나 2010년 30명으로 축소됨에 따라 직영농장의 규모를 줄이고 농가와 계약재배로 전환하는 등 사업방식을 변경하였다.

과거의 일자리 창출사업이 갖는 문제점이 적지 않아 지원방식이 개선되어야 한다는 문제제기와는 별도로, 정책지원 사업의 갑작스러운 감축은 대상자의 고용 중단뿐만 아니라 전체적인 경영수지 악화로 자체고용의 감소 내지 기업 폐쇄까지 가져올 수 있는 것이다.

안정적인 수입구조를 갖기 위해서는 중장기적으로 민간지원을 확보하는 것이 중요하다. 취약한 기부문화만을 탓할 것이 아니라, 사회적기업이 수행하는 역할에 대한 객관적 가치평가와 홍보 노력이 필요하다. 이와 함께 취약계층의 고용과 사회서비스 제공에서 공공기관(정부)이나 민간기업보다 사회적기업이 낫다는 것을 보여주어야 한다.

3.2. 일자리 창출 등 사회적 성과

사회적기업의 목적은 경제적 이윤 추구가 아니라 사회적 목적의 달성이 다. 경제적 성과는 기업 유지의 제약조건이자 경영효율성의 지표가 되기는 하지만 기업의 본래 목표는 아니다.

정책적, 현실적으로 사회적기업의 가장 중요한 목적은 취약계층을 위한 일자리 창출과 사회서비스 제공이다(사회적기업육성법 제2조).

여기에서 취약계층이란 ‘자신에게 필요한 사회서비스를 시장가격으로 구매하는 데 어려움이 있는 계층’을 말하며 구체적인 기준으로는 월 평균 소득이 전국 평균의 100분의 60 이하인 자, 관련법에 따른 고령자(55세 이상), 장애인, 성매매 피해자, 장기실직자, 북한이탈주민, 노숙자, 모자가정, 결혼이민여성 등을 들고 있다(시행령 2조와 관련 지침).

사회서비스는 교육·보건·사회복지·환경 및 문화 분야의 서비스(법 제2조) 외에 보육, 예술·관광 및 운동, 산림 보전 및 관리, 간병 및 가사 지원 서비스 등이 포함한다(시행령 3조).

이 외에 지역주민의 삶의 질 향상 등 지역사회 공헌도 사회적 목적으로 인정하고 있는데 낙후지역 활성화를 위한 여행상품 등 개발, 친환경 생산·가공·분배·지역소비 촉진 등의 로컬푸드 활동, 문화소외 계층에 대한 공연 서비스 제공이나 문화재 보호, 산림 분야 문화·휴양 서비스와 신재생에너지 생산·가공·판매, 공정무역, 기업의 사회공헌활동을 위한 자회사 설립 등으로 매우 폭넓게 인정하고 있다.

사회적기업에 대한 조사결과는 <표 2-7>과 같다. 가장 중요한 사회적 목적이라고 응답한 순서를 보면 도시와 농촌을 불문하고 일자리 창출의 비율이 절대적으로 높다. 여기에서 취약계층 취업보다 지역주민에 대한 일자리 창출의 비율이 훨씬 높은 것이 주목된다. 이는 현재 사회적기업의 직종과 임금 수준에서 고용할 수 있는 사람은 대부분 취약계층이기 때문에 일자리를 만들고 유지하는 것 자체가 사회적기업의 가장 중요한 관심사라는 점을 반영하고 있다.

한편 직원을 고용할 때 무엇을 중점적으로 고려하겠느냐는 질문에 대해

서는 취약계층 여부란 답변이 가장 많았고(48.5%), 다음이 지역주민 여부와 기술·기능 보유자로 각각 15.8%로 조금 다른 결과가 나타났다.

표 2-7. 기업의 사회적 목적에 대한 응답

단위: %

구 분	농촌	도시
지역주민에 대한 일자리 창출	55.9	50.7
취약계층의 취업 등을 통한 자활 자립	23.1	22.9
지역 주민에 대한 복지 서비스	4.9	4.5
취약계층에 대한 복지 서비스	4.2	4.8
생태농업, 먹을거리 가공 등 대안농업 활성화	4.9	4.5
문화·예술 계승과 새로운 창조, 공연	2.1	3.0
다문화가정, 이주노동자 등 지역주민 통합	1.4	1.5

고용 측면에서의 성과를 살펴보았더니 농촌지역 사회적기업의 평균 종사자 수는 22.5명으로 나타났다. 형태별로는 인증사회적기업이 36.2명으로 가장 많고, 다음이 예비사회적기업, 자활공동체의 순으로 작아져서 예상과 같았다. 현재 사회적기업의 숫자에 이 조사치를 적용하여 고용효과를 추정하는 것은 큰 의미가 없는 것으로 보인다.

취약계층 고용비율은 대체로 50% 안팎인데 자활공동체가 약간 높게 나타났다. 이들은 사회적기업이 아니었다면 취업가능성이 대단히 낮은 계층으로 사회적기업이 노동통합에 상당히 기여하고 있다고 할 수 있다. 총종사자 중 인건비가 지원되는 종사자 비율은 예비 사회적기업이 가장 높고, 다음이 인증, 자활공동체 순이었다. 사회적일자리 사업에 처음 참여하게 되는 예비 사회적기업의 경우 자체 비용으로 고용한 종사자는 4.4명에 불과하였다.

표 2-8. 유급 종사자 수와 구성

단위: 명/업체

	농촌				도시
	인증	예비	자활	평균	
총종사자 (A)	36.2	20.5	10.9	22.5	31.1
인건비 지원 (B)	20.5	16.1	2.5	12.5	16.3
B/A	0.57	0.79	0.23	0.56	0.52
취약계층 (C)	18.3	9.2	6.0	11.2	-
C/A	0.51	0.45	0.55	0.50	-

투자 대비 고용효과를 보고자 하였으나 투자 액수를 파악하기 어려워 근사치로 총수입 1억 원당 종사자 수로 살펴 보았다. 농촌지역 사회적기업의 경우 평균 5명으로 일반기업에 비해 매우 크게 나타났다. 이는 사회적기업이 대인서비스업 등 노동집약적 분야가 대부분이고 임금수준이 낮은 현실을 반영한 것이다.⁵ 업종별로는 가사·간병과 문화예술·교육·컨설팅 분야가 수입액 대비 고용효과가 높은 것으로 나타났다.

표 2-9. 업종별 고용 효과

단위: 억 원, 명

	농촌						도시
	가사·간병	청소·재활용·주택	농업생산·유통·가공	문화·예술·교육·컨설팅	제조업, 기타	계	
총수입(A)	4.50	4.70	4.50	2.72	4.97	4.47	5.61
종사자(B)	32.9	20.1	15.8	17.5	19.5	22.5	31.1
B/A	7.31	4.28	3.51	6.43	3.92	5.03	5.54

정부의 지원정책 특히 사회적일자리 창출사업의 방식과 규모의 변화는 기업경영 불안정의 한 원인이 되고 있다. 특히 일자리 지원기간이 1년마다 결정되고, 선정 여부에 따라 갑자기 인력을 대폭 해고할 수밖에 없는 경우

⁵ 2008년 기준 우리나라 전 산업의 취업유발계수(최종수요 10억 원이 유발시키는 취업효과)가 13.9명인데, 사회적기업이 주 영역으로 하는 농산물물은 55.7명, 식품제조업은 20.8명, 사회복지사업은 37명, 음식·숙박업은 33명으로 가장 높은 부류에 속한다(한국은행, 산업연관표, 고용표).

가 생기기 때문이다. 조사 업체의 2009년과 2010년의 종사자 수를 비교해 보면 평균적으로는 증가하고 있으나, 20% 이상 감소한 경우도 23.5%(양년도 자료가 있는 115개 업체 중 27개 업체)에 이르고 있다.

한편 기업 입장에서는 필요한 인력의 양적, 질적 부족에 대한 지적도 적지 않은데, 농촌지역 입지의 가장 큰 어려움으로 역량 있는 인력의 부족을 들고 있다. 이는 농촌지역에 질적으로 우수한 인력이 절대적으로 부족할 뿐만 아니라 중간 관리자, 기술자에 대한 임금 수준이 지나치게 낮아 전문가 확보가 곤란하기 때문이기도 하다.⁶

표 2-10. 지역별 사회적기업의 애로점

단위: %, 응답건

입지 애로점	대도시	일반시	도농 복합시	군	전체
채용할 취약계층의 부족	2.8	6.9	4.8	4.6	4.7
사회서비스 등을 제공할 취약계층의 부족	1.4	1.7	3.0	2.3	2.4
역량 있는 인력의 부족	9.7	12.1	17.0	25.2	17.5
상품 및 서비스에 대한 수요 부족	13.9	15.5	10.4	13.0	12.2
원료 및 중간재 구득이 어려움	1.4	5.2	2.6	4.6	3.3
사업기회의 부족	8.3	1.7	6.5	6.1	6.1
시장 접근성 부족	13.9	6.9	10.4	10.7	10.6
높은 지가 및 임대료	9.7	12.1	7.8	6.1	8.1
시장 진입장벽이 너무 높음	6.9	6.9	4.8	3.8	5.1
도로, 산업용지 등 산업 인프라 부족	2.8	0.0	3.5	0.8	2.2
정부 및 자치단체 지원 취득에 불리	6.9	3.4	2.2	5.3	3.9
정보 취득 및 기술 도입이 어려움	4.2	1.7	4.3	6.9	4.7
자본 구득 및 동원이 어려움	5.6	12.1	6.5	4.6	6.5
납품·공급 등 기업 네트워크 부족	6.9	8.6	5.7	3.8	5.7
채용할 비숙련 단순 노동력이 부족	1.4	5.2	3.0	2.3	2.9
기 타	4.2	0.0	7.4	0.0	4.1
전 체	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
	72	58	230	131	491

주: 3가지 내에서 복수 응답 허용.

⁶ 우리나라 사회적기업의 임금 격차는 보통 3~4배 이내이며, 최저임금수준이 낮기 때문에 (2010년의 경우 시간당 4,110원으로 주당 40시간 노동을 기준으로 계산하면 연 1,030만 7,880원이 됨) CEO도 높은 임금을 받지 못하고 있다. CEO의 경우 연간 3,000만 원대, 중간관리자의 경우 2,000만 원 내외의 급여가 대부분이었다. 외국의 경우 임금격차를 5~6배까지 허용한다고 한다.

단순 노동도 농촌지역의 과소화와 노령화로 필요한 인력이 부족하다. 또한 정부에서 인건비를 지원받는 인력의 노무관리가 쉽지 않은데, 자활사업단 등에 비해 사회적기업의 노동강도가 높아 적응하지 못하고 이탈하는 경우도 적지 않다.

사회적기업이 단순히 일자리 제공을 넘어 좋은 일자리를 안정적으로 제공하기 위해서는 생산성을 높여나가야 하고, 적절한 임금을 지급하여 기술자 등 고급인력을 확보하여야 한다. 아래 동천모자는 사회적기업의 고용전략에서 여러 가지를 생각해야 하는 좋은 사례이다.

사회적기업 동천모자의 사례

서울시 노원구 하계동에 있는 동천모자는 근로자 100명 중 75명이 정신지체 등 중증장애인인 모자 생산업체이다. 대다수 장애인 자활업체와 마찬가지로 품질보다는 가격경쟁을 우선시하여 저가 판매전략을 추구했으나 점차 중국산에 밀리게 되었다.

3년 전 고액의 임금을 주고 디자이너 3명을 고용하는 등 매출액의 15%를 디자인과 신제품 개발에 투자하였고, 생산된 시제품을 들고 백화점 등에 입점해 있는 브랜드 업체를 찾아 광고하였다.

그 결과 EXR, New Business, FILA, Head, Rapido 등의 고객을 확보하였으며, 2007년에 10억 원 매출을 달성한 이후 매년 22%의 매출 성장을 달성하였다.

이 사례는 사회적기업도 ‘고용을 하기 위해 생산’하기보다는 ‘사업을 성공시켜 고용을 유지’한다는 관점을 가질 수 있다는 문제를 제기하고 있다. 또한 다수의 기업에서 중요한 전략인 소규모 다품종 생산을 유지하기 위해서는 취약계층 위주의 고용을 유지하기 어렵다는 문제도 제기하고 있다.

※ 자료: 라준영(2010)에서 요약

4. 사회적기업의 경영상의 애로

건물, 시설, 장비 등 고정자산 취득을 위한 투자자금 확보는 사회적기업이 당면한 가장 큰 애로사항 중의 하나이다. 조사 결과 인증 사회적기업과 예비 사회적기업은 시설장비 개선과 확충을 사업 측면에서의 첫 번째 애로사항으로 들고 있고, 자활공동체는 기술력과 품질향상을 첫 번째로, 시설장비 개선과 확충을 두 번째 애로사항으로 들고 있다.

사회적기업이 투자자금 확보가 어려운 원인은 내부적으로는 사업수익이 취약하여 자체 자금조달이 어렵고, 외부적으로는 낮은 사업성 평가와 담보력으로 금융기관 접근이 어렵기 때문이다. 따라서 투자자금을 주로 정부지원에 의존할 수밖에 없는데 고용노동부의 지원은 인건비 위주이고, 농식품부 등 관련 부처에서는 사회적기업에 대한 지원에 소극적인 것이 현실이다.

사회적기업의 투자자금 확보처에 대한 설문조사 결과 정부(국가, 지자체)의 비중이 가장 높고(44.4%), 다음이 자체 수익(24.2%)과 모기관 지원(13.7%)으로 나타났다.⁷ 외부 기업이나 민간공익기관의 지원이 적은 것은 예상한 바였으나, 금융기관에서의 차입(정책금융과 일반금융 합계 4.8%)이 매우 작은 것은 의외의 결과로 받아들여진다. 한편 자활사업단 시기의 자체수입 적립금을 초기 투자자금으로 활용하는 자활사업단은 자체 수익과 모기관 지원, 대표자 조달을 합친 광의의 자체조달이 절반 정도의 비율을 보이고 있다.

신규 투자 시 애로사항으로는 자체 조달능력 부족(31.3%)이 가장 많지만, 조달의 불확실성(18.1%), 정부자금 기회 소진(10.6%), 필요시기의 불일치(10.1%) 등 정부지원과 관련된 비중이 크게 나타나고 있다.

최근의 정책변화를 보면 고용노동부가 2010년에 시작한 사업개발비 지원에서 소규모 시설 구입이 가능하도록 변경하여 투자비 확보에 숨통을 터주게 되었다. 한편 사회적기업의 조직형태가 영농조합법인(농업회사법인)

⁷ 3순위까지 물어보았는데 여기에서는 1순위만 분석하였다.

이 아니면 농업 생산과 유통에 종사하고 있더라도 농식품부의 자금지원을 받지 못하고 있으며, 심지어 농업용 면세유도 공급대상이 되지 않고 있다⁸. 거꾸로 영농조합법인을 사회적기업으로 지정하는 것은 사실상 억제되어 왔다. 이러한 정책상의 칸막이는 양 부처 간 업무협정을 통해 협의되었으며, 향후 ‘농어촌공동체회사’ 지원제도에서 완화될 것으로 예상된다.⁹

표 2-11. 고정자산 투자자금 확보처

	인증	예비	자활공동체	계
중앙정부, 지자체	22	13	20	55(44.4)
정책금융	2	-	2	4(3.2)
일반금융	2	-	-	2(1.6)
모기관 지원	6	4	7	17(13.7)
대표자 조달	2	3	2	7(5.6)
자체 사업수익	9	3	18	30(24.2)
기업 지원	1	-	1	2(1.6)
민간 공익기관	-	2	-	2(1.6)
사채	1	1	-	2(1.6)
기타	1	1	1	3(2.4)
합 계	46	27	51	124(100.0)

표 2-12. 투자 확대 시 애로사항

	인증	예비	자활공동체	계
정부지원자금 기회 소진	10	5	9	24(10.6)
담보 요구	13	4	3	20(8.8)
신용 부족	5	1	10	16(7.0)
자체 조달능력 부족	21	13	37	71(31.3)
부족한 규모	9	2	13	24(10.6)
필요시기의 불일치	13	3	7	23(10.1)
조달가능의 불확실성	14	10	17	41(18.1)
기타	0	1	7	8(3.5)
합 계	85	39	7	227(100.0)

주: 복수 응답 허용

⁸ 예를 들어 육묘장을 운영한 청람의 경우 난방을 위한 면세유를 공급받지 못하여 농사용이 인정되는 전기로 포트 난방을 하였다.

⁹ 양 부처는 2010. 10. 26일 사회적기업 육성을 위한 MOU를 체결하였다.

장 부록: 농촌지역 사회적기업의 경영 사례

1. 영농조합법인 새벽

가. 설립배경과 연혁

1990년대에 남원지역에서 친환경농업을 하던 새벽영농조합의 주도 그룹은 2000년에 남원지역자활센터(당시 명칭은 남원자활후견기관)를 설립하였다. 2002년에 자활사업으로 시내 한 아파트 단지를 대상으로 음식물쓰레기 수거사업을 시작하였다. 2007년에는 영농조합법인이 사회적기업으로 인증되었는데 당초 지원사업으로 선정된 지역민속전승사업은 전문성 부족으로 성과를 거두지 못하고 마감되었다.

남은 음식물¹⁰ 사료화와 양돈, 퇴비 생산, 친환경농업, 유기농식당의 지역순환 사이클을 형성하고 있다. 지역순환농업을 강조하는 배경으로 농산물을 일반 경쟁시장에 팔아서는 이겨낼 수가 없고 유통비용은 결국 생산자에게 전가되므로 대안경제를 창출해야 한다는 필요성을 들고 있다.

나. 사업현황

취약계층 일자리제공형 사회적기업으로 현 고용인원이 69명(직원 7명, 일자리참여 62명)이며, 예산규모는 14.7억 원인데 그중 국고보조가 6.1억 원이다.

새벽영농조합의 사업은 다음 다섯 분야로 구성되어 있다. 이 중 ①②③으로 구성된 지역순환형 농업사업은 저소득, 취약계층에 대한 일자리 창출, 남은 음식물 재활용으로 순환영농을 실천하여 환경 보전, 지역 내 공공

¹⁰ 새벽영농조합에서는 흔히 말하듯이 ‘음식물쓰레기’라고 하지 않고 ‘남은 음식물’이라고 일컬으며, 지역농업순환의 중요한 축으로 의미를 두고 있다.

급식을 중심으로 로컬푸드 활성화와 유통전문인력 양성 등 다면적 목적을 가진 사업체계라 할 수 있다.

- ① 남은 음식물 재활용으로 양돈: 남원시 공동주택 인구 1,140세대의 남은 음식물을 분리수거하여 토종흑돼지를 사육하고 양질의 퇴비 생산(최근 잉여노동과 풀 활용을 위해 한우 5두와 육우 10두 사육 병행)
- ② 유기재배: 돈분 퇴비를 활용하여 5ha에 곡류, 양념류, 근채류, 과수 등 50여 품목의 농산물을 생산
- ③ 시장교섭: 남원 시내에 상설유기농 매장 1개소, 유기농식당 2곳을 운영하고 있으며, 최근에는 유기농산물의 사회적 유통을 시도하고 있다. 이는 유기농산물 중에서 외관상 품질이 떨어져 시장판매가 어려운 B급 이하의 유기농산물 중에서 전라북도 내의 지역복지센터, 경로당에 단체 급식용 식자재로 판매하는 사업이다. 개별 생산물에 대해 가격을 정하는 것이 아니라 사전에 일정 기간, 일정 가격에 납품물량을 확정하고 공급하는 형태인 ‘사회적 유통(CSA)’을 추진하기로 하였다. ‘새벽유통’과 공급계약을 체결하였다.
- ④ 민속전승: 가양주, 한과, 장류 등의 토속음식 발굴 사업을 기획 중이며, 최근 전통 주거와 생활상의 조사사업을 진행하였으나 뚜렷한 성과는 거두지 못하였다.
- ⑤ 주거복지 서비스: 저소득층 주거개선 사업

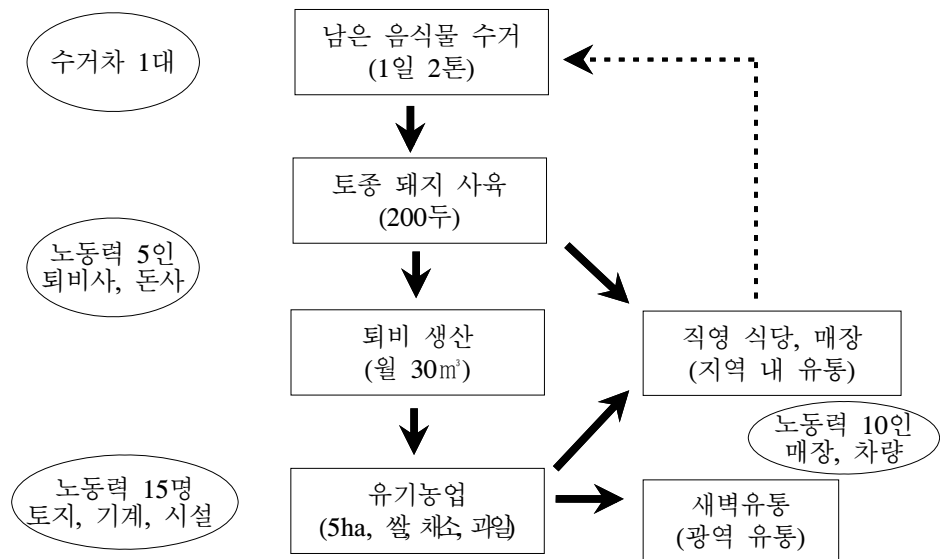
다. 특징과 시사점

새벽영농조합에서 시행하고 있는 2,000명 규모의 주거지에서 수거한 남은 음식물(1일 2톤)을 기초로 돼지 사육(200두), 퇴비생산, 유기농업(5ha), 식자재 납품과 직영판매장, 식당을 연결하는 사업체계이다.

투자금 소요는 3억 원, 고용인원은 30명, 연 매출은 4억 7,700만 원으로 고용효과는 높으나 생산성은 낮은 것으로 판단된다. 재무적 지속성, 사회적 비용과 수익을 감안한 성과분석 모두 검증해 볼만한 사례라 할 수 있다.

관찰에 의한 개괄적 평가를 한다면 순환영농의 기술적인 부분은 8년 간의 현장 경험으로 검증되어 있으나 사업성 개선의 여지는 어느 정도 있는 것으로 보인다. 사업모델이 확산되기 위해서는 각 사업 단위마다 사회적 목적에 대한 이해와 기술적 능력을 가진 리더의 양성이 필요한 것으로 보인다.

그림 2-2. 지역순환형농업의 사업구조



2. (사단법인) 청람

가. 설립 배경과 연혁

청람은 전라남도 영광군 영광읍에 소재하고 있는 사회적기업이다. 당초 사회서비스에서 출발하였으나 지역농업 활성화를 위한 다양한 사업을 발굴하고 있는 사례이다.

청람의 역사를 거슬러 올라가면 1993년 영광종합병원 내의 자원봉사 동아리에서 시작된다. 2002년 11월에는 경제적 형편 때문에 병원에서 조기 퇴원하는 환자들을 위한 종합적 재가서비스의 필요성을 절감하고 봉사활동을 체계적으로 하기 위해 병원 직원 60여 명으로 자원봉사대를 발대시켰다. 혼자 사는 환자에게는 식생활, 청소, 빨래 등을 도와주고, 전기시설과 벽지 도배 등 주거환경까지 도움의 손을 넓혔다.

처음에는 병원 직원을 중심으로 자원봉사를 하였으나, 군과 인근 지역(광주광역시, 나주시 등)의 인적, 물적자원을 최대한 활용하여 장애인, 독거노인에 대한 재가방문서비스, 경로잔치, 입원환자 영농도우미 등 활동을 확대해 나갔다. 봉사활동이 널리 알려져 2003년과 2004년에 전국자원봉사대추계에서 사회봉사부문 봉사상과 국무총리상을 수상하였다.

2005년에는 사회적일자리 창출업체(민간자원동원형)로 지정되고, 2007년 10월에 사회적기업 인증을 받으면서 사업을 체계화하게 되었다.

나. 사업 현황

청람은 사업을 세 가지 영역으로 나누어 시행하고 있다. 사회서비스 분야가 아직 주류를 이루고 있지만 점차 농수산지킴이 분야로 확대할 예정이다. 농업분야에 참여하게 된 것은 조기퇴원환자나 응급 입원환자를 돕는 과정에서 그들의 영농상의 긴급한 상황을 타개하기 위해서였다. 2009년에는 영광지역의 주 작물이면서도 공급이 원활하지 못한 고추를 비롯한 여러 작물의 모종을 키우는 육묘장 사업(하우스 2,310㎡)을 시작하였다.

2010년에는 전라남도의 특화사업 지원을 받아 새싹, 어린잎 채소 재배시설을 도입하였다. 지역의 환경친화적 농산물 직거래 사업을 통해 단체급식까지 확대할 목표로 사업을 구상 중인데, 일단계로 지역 이장 출신 농민들로 청람농가특화위원회(70명 가입)를 구성하여 모임을 갖고 있으나 아직 뚜렷한 결실은 없다. 앞으로 휴경지에서 땅주인을 포함하여 영농을 재개할 수 있는 조직도 구상 중이라 한다.

표 2-13. 청람의 사업영역별 내용

영역	내용	종사자	사업규모 (계획)
사회서비스	가사, 간병, 복지시설 지원	39명	7억 600만 원 (한수원 1억 5,000만 원)
환경지킴이	전문청소, 폐자원, 주거개선	19명(청소 15명)	2억 7,700만 원
농수산지킴이	육묘장, 농가지원, 추가사업	25명 (25명 추가 고용 계획)	2억 8,000만 원 (노동부지원 2억 7,960만 원)

사업은 꾸준히 확대되어 왔지만 어려움도 적지 않았다. 특히 자본시장의 부재와 정책의 변경, 제도적 제약이 가장 큰 어려움이 되고 있다. 사회적기업은 민간의 투자와 지원을 받기 어려워 정부의 지원에 의존할 수밖에 없는데, 고용노동부와 농림수산물식품부의 정책 충돌이 문제가 되고 있다.

즉, 영농조합법인은 사회적기업으로 인증하지 않았기 때문에 일반 사단법인으로 등록하였는데, 이번에 반대로 육묘장에서 면세유를 사용할 수 없는 각종 농림사업의 지원을 받을 수 없게 되었다. 또한 정부의 인건비 지원이 갑자기 줄어들어 2009년에는 191명이던 종사자를 2010년에 88명으로 줄일 수밖에 없었다.¹¹

돌봄사업도 사회적기업과 사회복지법인으로 나누어 운영되고 있다. 사회복지법인은 가정봉사원 파견, 주간보호사업, 장기요양, 무료급식, 식사배

¹¹ 고용이 중단된 사람들의 대부분은 다른 가사·간병업체에 고용되었다고 한다. 이 경우 청람은 취약계층에게 경과적 일자리를 제공해 노동통합의 효과를 거두었다고 할 수 있다.

달 등 재가노인복지사업을 시행하며, 사회적기업은 가사·간병사업을 하고 있다. 인건비 지원을 받는 사회적기업이 장기요양 바우처사업에 참여하지 못하게 하는 제도와 관련이 있어 보인다.

2010년 재정운용 계획을 보면 총수입 15억 6,700만 원 중 영업수입을 73%인 11억 3,700만 원으로 잡고 있다. 그중 사회서비스가 2분의 1, 환경사업과 농촌지킴이 사업이 각각 4분의 1씩이다. 정부지원은 2억 8,000만 원(총수입 중 17%), 한전수력원자력이 1억 5,000만 원(10%)을 지원하고 있다. 2010년 현재 총고용인원은 88명인데 이 중 취약계층이 52명이다.

다. 사업의 특징과 시사점

앞에서 언급한 바와 같이 청람은 사회복지법인에서 시작하여 환경, 농업 생산과 유통으로 사업영역을 확대하고 있는 전형적 사례이다. 지역문제를 해결하기 위해서는 농업문제를 피하기가 어려운 현실을 감안하면 앞으로 유사한 사례가 적지 않을 것으로 예상되므로 청람의 경험은 잘 살펴볼 필요가 있다.

청람의 실질적인 책임자인 사무국장의 인적역량은 뛰어난 것으로 평가된다. 2005~2006년간 숭실대에서 열린 아카데미 교육에 참여하였고, 2008년도에는 전남대학교 경영대에 예비아카데미 과정을 개설하는 데 관여하고, 한국사회적기업협의회 결성을 주도하는 등 사회적기업과 관련된 교육을 많이 받고 네트워크 활동도 매우 활발하다.

청람의 경우 리더의 지도력과 기획력, 추진력은 높은 수준이라고 판단되며 많은 협조자를 확보하고 있으나, 지역경제사회 순환에서 역할을 할 수 있는 다른 사회적 경제 움직임이나 지자체의 협조는 부족한 것으로 보인다. 농협중앙회 전남지역본부와는 2010년 9월 14일에 ‘1사 1사회적기업 결연’ 협약을 맺어 금융, 판로, 자원봉사 등의 지원을 통해 사회적기업을 육성하여 지역사회 공헌모델 구축에 협력하기로 하였다.

청람은 농업 생산지원과 유통으로 활동영역을 넓히고 있다. 농업생산과 관련해서는 농업기술센터의 지원을 받고 유경험자를 영입하여 해결하고

있으나, 전체 사업의 기획과 판로확보, 상품개발 등에 대해서 전문성의 보완이 필요한 것으로 보인다. 작년 하반기에 시작한 육묘장 사업의 경우에도 낮은 시설가동률, 난방비용 증대 등의 원인으로 기대했던 성과를 거두지는 못하고 있다. 농업 분야의 사업이 정착하기 위해서는 보다 면밀한 사업영역 판단과 기획, 농협 등의 투자 유치가 필요하다.

1. 사회적기업에 대한 정책 현황과 문제

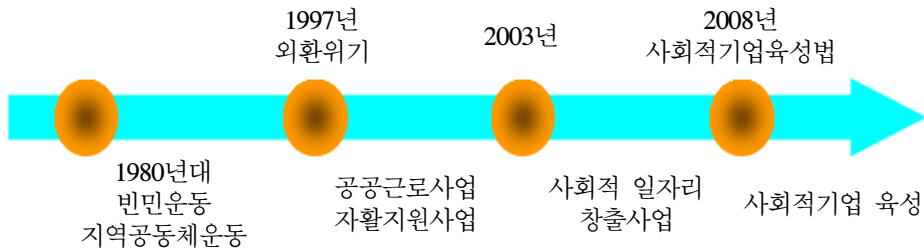
1.1. 정책의 배경과 개요

우리나라는 경제위기로 인해 발생한 취약계층의 빈곤 해소와 실업자를 위한 새로운 일자리 창출을 위해 사회적일자리 창출 및 사회적기업 육성에 정책적 관심을 가지게 되었다.

IMF 경제위기 직후 공공근로사업 및 자활지원 사업을 전개하고 2003년부터 사회적일자리 창출 사업을 추진하였으나, 제공되는 일자리의 일시성과 불안정성에 대한 비판과 함께 2007년 「사회적기업육성법」 제정을 통한 사회적기업 지원정책을 본격적으로 추진하게 되었다(노대명, 2008; 박찬임, 2008).

사회적기업이 일자리 창출과 사회문제 해결에 가진 장점, 특히 지역개발에 유용한 수단이 될 수 있다는 점이 부각되면서 최근에는 행정안전부, 농림수산물식품부 등 지역개발과 관련된 중앙부처나 지방자치단체에서도 사회적기업을 육성하기 위한 다양한 정책을 시작하거나 구상 중인 것은 앞에서 설명한 바와 같다.

그림 3-1. 사회적기업 관련 정책의 전개 과정



1.2. 사회적기업 인증 제도

고용노동부는 2007년 「사회적기업 육성법」을 제정하여 인증과 지원제도를 마련하고 인증받은 업체만 ‘사회적기업’이란 명칭을 쓸 수 있도록 제한적, 독점적으로 제도를 운영하고 있다. 이는 정부 지원을 전제로 인증제도를 운영하기 때문으로 보이나, 사회문제의 해결을 위한 민간의 대안적 조직 활동의 명분을 정부가 규제하는 것은 문제가 있다고 지적되고 있다.¹²

나아가 지역활성화 등 유사한 목적으로 정책을 시행하고자 하는 타 부처나 지자체가 다른 정책용어를 사용하여야 하는 부작용도 있다. 행정안전부의 ‘자립형 지역공동체 사업’, 농식품부의 ‘농어촌공동체회사’, 일부 지자체와 민간, 지식경제부 등에서 ‘커뮤니티 비즈니스’ 등 사회적기업과 유사한 정책개념을 도입하였는데, 시·군 현장에서 혼란을 초래하는 면이 있다.

법령에서 규정한 사회적기업의 인증조건의 주요 내용은 다음과 같다.

첫째, 조직형태는 상법상 회사, 민법상 법인을 포함하여 다양하게 허용하고 있으나 독립적 조직일 것을 요구하고 있다. 법인의 한 사업부서인 경우 예외적으로 허용하나 독립적 회계체계를 가지고 있어야 한다.

¹² 외국의 주요 사례를 보아도 영국 외에 사회적기업을 정부가 인증하는 경우는 없다.

둘째, 반드시 유급근로자를 고용하고 있어야 한다. 이는 자원봉사자 클럽이 아닌 기업으로서의 최소한의 조건을 규정한 것이다.

셋째, 재화와 서비스의 생산·판매 등 영업활동을 수행하여야 한다.

넷째, 취약계층에게 사회서비스 및 일자리를 제공하여 지역주민의 삶의 질을 높이는 등의 사회적 목적을 추구하여야 한다.¹³

다섯째, 서비스 수혜자, 후원자, 근로자 등 이해관계자가 참여하는 민주적이고 개방적인 의사결정구조를 갖추어야 한다.

여섯째, 영업활동을 통한 총수입이 지출된 노무비의 30% 이상이어야 한다(인증을 신청하기 전 6개월간, 이것이 2010년 하반기에는 50% 이상으로 강화되었다).

일곱째, 배분가능한 이윤이 있는 경우 이윤의 3분의 2 이상을 사회적 목적에 사용하여야 한다.

인증조건은 대체로 사회적기업에 대한 국제적인 흐름을 따르고 있으나 다음과 같은 문제가 제기되고 있다.

첫째, 사회적 목적이 취약계층에 대한 일자리 제공과 사회서비스 제공에 맞추어져 지역사회 문제 해결이란 관점이 결여되었다는 비판이 있었다. 그러나 2010년 4월에 시행지침의 개정을 통해 낙후지역 경제 활성화, 로컬푸드 활동 등을 포함한 ‘지역사회공헌형’을 구체적으로 예시하여 영역을 확대한 바 있다.

둘째, 농업생산과 유통·가공 사업에서 중요한 역할을 담당하고 있는 영농조합법인이 사회적기업 지정에서 배제되어 왔다. 조직 내부 구성원 중심의 의사결정구조와 구성원에 대한 이윤 배분이 문제로 되고 있다. 하지만 농업생산과 관련된 사업을 수행하기 위해서는 토지 취득, 정책자금 대출 등이 필요하고 따라서 영농조합법인의 형태를 갖출 필요가 있다. 그 결과 사실상 단일 기업이 복수의 조직으로 인증 내지 등록하고 별개의 회계시스템을 갖추는 사례도 적지 않은 것으로 추정된다.

¹³ 전체 고용자 중 취약계층의 비율, 또는 서비스 수혜자 중 취약계층의 비율을 정하고 있다.

1.3. 지원제도

1.3.1. 인건비 보조 중심의 지원정책에서 전환 모색

표 3-1. 고용노동부의 사회적기업 지원

종류	지원 내역	비고
경영지원	세무, 노무, 회계 등 컨설팅 비용 제공 · 연간 1,000만 원, 3년 2,000만 원 한도 내 · 예비는 연간 300만 원, 3년 500만 원 내	프로보노(무료 경영봉사단) 연계
공공기관 우선구매	사회적기업에 보호된 시장 제공	실제로는 대부분 장애인 기업에 배정
세제 지원	법인세와 소득세 4년간 면제 인건비 지원을 받지 않는 기업에 사업주 부담 사회보험료 지원(4년까지, '10 신설)	세금감면은 효과 적음 피고용인 전체에 지원 가능
전문인력 인건비 지원	기획, 회계, 마케팅 등 전문인력 채용 시 3명 이내 월 150만 원, 최장 3년간 지원 · 기업 일부 자부담	
일자리 창출사업	취약계층 채용시 인건비, 사회보험료 지원 · 예비 2년, 사회적기업 3년 내 지원 · 월 85.9만 원(2010년)과 사회보험료 8.5% · 연차별로 자부담 늘림	2010년 1,487억 원으로 전년 대비 40% 감소
사업개발비 지원	R&D, 홍보·마케팅, 상품개발 비용 지원 · 7,000만 원(예비는 3,000만 원 한도) · 노동부와 지자체 매칭펀드	2010년 신설 일부 시설구입도 가능
교육사업	대학 등에 사회적기업가 양성 과정 설치 지원	2009년 20개 과정 650명 이수 학위과정 장학금 지원 소셜벤처대회('09)

고용노동부의 사회적기업에 대한 주요 지원실태는 <표 3-1>과 같다. 대부분의 예산이 일자리 창출을 위한 인건비에 집중된 결과 기업이 당면한 애로를 해결하는 데 효과가 적다는 비판이 있었다. 최근에는 사회적기업의 성공요인이 사회적기업가에 있고, 아이디어의 발굴과 창업에서부터 운영까지 종합적 지원이 필요하다는 인식하에 교육사업이나 사업개발에 대한 지원을 강화하는 방향으로 전환하고 있다.

표 3-2. 고용노동부 사회적기업 관련 예산 변동

단위: 백만 원

	2009	2010	증감률
사회적기업 육성 예산	188,463	148,734	△ 21.1%
(예비)사회적기업 일자리 예산	165,661	107,457	△ 35.1%
지원 인원(명)	17,735	10,795	△ 40.1%

자료: 고용노동부 홈페이지, 「노동부소관 2010년 예산 및 기금운용계획 개요」

13.2. 취약한 사회적 자본 시장

사회적기업은 중소기업청의 ‘소상공인 창업 및 경영개선자금’과 같이 각 부처에서 지원하는 중소기업 대상의 각종 지원자금을 활용할 수 있다. 그러나 기업 대다수가 비영리법인이고 담보력이 부족해 실제 활용이 쉽지 않은 실정이다. 한편, 농림사업 정책자금은 대상자를 농업인이나 영농조합법인, 농업회사법인으로 한정하고 있어 법적 형태가 다른 사회적기업은 지원을 받을 수 없다.

또한 우리나라는 그라민은행과 같은 사회적자본시장도 발달하지 않아 민간에서의 자금조달도 쉽지 않다. 빈곤층에게 담보와 보증 없이 소액을 대출해 줌으로써 경제적 자립을 돕는 데서 출발한 마이크로크레딧은 사회적기업이나 자활공동체에 대한 지원 금융기관으로 개념이 확장되고 있는 것이 국제적 추세이다. 영국의 글래스고우 부흥기금(GRF), 이탈리아의 윤리은행 등을 대표적 사례로 들 수 있다.

우리나라에서는 ‘신나는조합’이 2000년에 한국 최초로 마이크로크레딧 사업을 시작하고 2008년 독립된 사단법인으로 설립되어, 저소득층과 자활공동체, 사회적기업 등에 창업자금을 융자하고 있으나 2008년 말 대출잔액이 23억 7,000만 원으로 사업규모가 영세하다.

2003년에는 ‘(사)함께 만드는 세상’이 주도하여 ‘사회연대은행’이 발족하였다. 사회연대은행은 본격적인 민간 창업지원기관으로 취약계층과 자활공동체

에 대한 창업자금을 지원하고 있다. 최근에는 사회적기업을 통한 지원도 시행하고 있다. 기금의 절반 정도는 정부기관이고, 일반기업과 은행의 기부·기탁·위임을 받아 자금지원과 상환관리, 사후서비스를 하고 있다. 2009년의 창업지원액은 90억 4,000만 원(438개 업체)으로 누적액은 248억 8,000만 원에 달한다.

2008년에 휴면예금을 기반으로 설립된 ‘미소금융중앙재단’은 주로 신용취약자 개인에 마이크로크레딧 사업을 하고 있으며, 사회적기업 지원도 병행하고 있으나 사례는 많지 않다. 이 기금을 활용하여 ‘함께 일하는 재단’ 등에서 인증 사회적기업에 대해 시설비 등 지원하는데, 2010년의 사업비 60억 원이 책정되어 있다. 지원 조건은 업체당 2억 원 이내이고 1년 거치 5년 상환의 조건이다. 미소금융이 사회적기업과 취약계층에 어느 정도 도움을 주고 있는 것은 사실이지만, 정부 주도의 기관 설립으로 그나마 미약한 민간기업의 기부를 독식하여 사회적기업 지원 인프라가 더욱 약화되지 않을까 하는 평가도 있다(이은애, 2010).

1.3.3. 행정안전부의 자립형 지역공동체 사업

행정안전부는 2010년 하반기에 208억 원을 투입해 ‘자립형 지역공동체’ 사업을 집중 육성하고 2011년까지 232개의 지역 풀뿌리형 사회적기업으로 인증받도록 추진할 계획임을 밝혔다. 희망근로사업의 대안으로 시작하게 된 ‘지역공동체 일자리사업’ 중 자립요건을 갖춘 사업은 사회적기업으로의 전환을 적극 지원한다는 것이다.

대상사업으로 지역자원활용형(예: 신안 중도 슬로시티), 친환경·녹색에너지 사업(폐기물 처리 및 재활용), 저소득층이나 다문화가족의 생활지원·복지형을 예시하고 있다. 지역별로 특성에 맞는 유형화 및 사업모델을 개발하되 농어촌의 경우에는 ‘명품녹색길 조성’, ‘관광자원 등을 활용한 마을발전사업’ 등을 예시하고 있다.

지원방안으로는 시·도 발전연구원, 상공회의소 등을 통해 리더양성 및 교육, 창업 컨설팅을 지원하고, 기업·시민단체·자치단체 등이 협력 네트워크를 구축하여 금융지원, 경영컨설팅 등을 제공토록 할 계획이다.

1.3.4. 농림수산물식품부의 농어촌공동체회사 지원

농어촌의 공동체를 통해 지역의 자원과 인력을 활용하여 소득창출과 지역사회 발전을 이룬다는 목적으로 ‘농어촌공동체회사’를 육성하겠다는 계획을 발표하였다(2010.4.15).

다양한 공동체 조직이 마을단위 법인, 들녘별 경영체, 마을어업회사 등으로 발전할 수 있도록 유도하며, 은퇴를 눈앞에 둔 베이비붐 세대의 귀촌 인력을 충분히 활용한다는 방향을 제시하고 있다.

농어촌 공동체회사는 활동 목적에 따라 농식품산업형, 도농교류형, 지역개발형, 사회복지 서비스 제공형 등으로 구분하여 사업방향을 모색하는 것으로 하고 있다.

지원방안은 컨설팅, 교육, 세제 지원, 자금 지원, 네트워크 형성 등 다양한 방안을 제시하고 있다.

- 창업 상담, 정보제공, 전문가 컨설팅 등을 위해 농어촌공사에 ‘창업 보육센터’를 지정·운영한다.
- 농업법인화를 희망하는 조직에 대해서는 농업용 부동산 취·등록세 면제, 현물출자 양도소득세 면제, 법인세 및 소득세 감면 등 기존 지원제도와 함께, 고품질 쌀 최적 경영체 육성, 자율관리어업 공동체 지원 등 농림사업을 연계하여 지원한다.
- 고용노동부 사회적기업의 성격에 부합할 경우 인증받을 수 있도록 유도한다.
- 전국 1,274개 지역 농·수협이 문화복지서비스 제공, 도농교류 등의 분야에서 적극적인 역할을 하도록 유도한다.
- 농어촌공동체회사 사업의 지역발전 기여정도, 자립성, 지역주민 참여정도 등을 심사하여 우수 사업에 대해서 활동비, 교육비 등 필요한 자금을 지원한다. 2011년부터 예산을 확보하여 2015년까지 모두 1,000개 우수 사업을 지원하고, 관련 농림사업 연계지원 등으로 모두 3,000개의 농어촌 공동체회사를 육성한다
- 인재확보 차원에서 교사, 예술가, 기업경영자 등 도시민들이 은퇴 후 농

어촌공동체회사에 적극 참여할 수 있도록 웰촌포털(www.welchon.com)과 귀농·귀촌종합센터 등을 통해 관련정보를 체계적으로 제공한다.

- 농어촌 공동체회사 사업에 대한 지원 근거를 마련하기 위해 「농어업인 삶의 질 향상 특별법」 개정 외에 「(가칭)농어촌 공동체회사 육성법」 제정을 추진한다.

행안부와 농식품부의 지원 사업은 주민 중심의 경제공동체 활성화에 어느 정도 기여할 것으로 보이나, 고용노동부의 사회적기업과 유사한 정책 목표와 수단으로 현장에서 중복 시비, 행정 혼선이 일어날 우려도 있다.

13.5. 지자체의 사회적기업 지원 실태와 전망

고용노동부에서 지자체의 사회적기업 지원을 위해 조례를 제정하도록 지원·유도한 결과, 광역자치단체는 16곳 모두 조례를 제정하고 기초자치단체도 조례를 제정해 나가고 있다.

광역자치단체는 시·도 발전연구소와 대학의 지원을 받아 중장기 육성계획을 세워 자체적으로 예비사회적기업을 선정하고 자금을 지원하는 등 실질적인 움직임이 일어나고 있는 것으로 평가된다. 하지만 기초자치단체의 경우 전문성과 담당 인력 부족으로 중앙과 시·도의 시달업무 수행에 그치는 경우가 많다.¹⁴

현재 시·도별 예비사회적기업 지정 현황을 보면 대체로 노동부의 사회적기업 지정을 목표로 비슷한 형태의 지원을 하고 있음을 볼 수 있다.

최근 사회적기업의 인증과 지원제도의 지자체 이양이 논의되고 있는데, 지자체의 재정력과 전문성에 차이가 있으므로, 이를 해소할 수 있도록 취약지역에 대한 중간지원조직 육성과 지원자금 확보가 전제되어야 한다.

¹⁴ 사회적기업 면담 결과 시·군 담당자들의 사업에 대한 이해도가 낮으며, 잦은 인사이동으로 관련 업무처리에서의 어려움이 가중된다는 지적이 많았다.

표 3-3. 광역지자체별 예비사회적기업 육성 계획

지역	지정 현황	지원계획
서울	3차에 걸쳐 253개 지정	2년간 3억 원까지 지원(인건비 포함) 사업개발비 공모방식으로 2,000만 원까지 지원
강원	2010. 8월 23개 지정	시설비지원 등에서 가산점 부여 청년 사회적기업가 인건비 지원(18개 업체에 업체당 2명 월 120만 원)
부산	2010. 8월 47개 지정	인건비 지원(업체당 일반 10명, 전문인력 1인) 경영컨설팅비 연 200만 원 부산상의회 연계 1사 1사회적기업 추진
경북	2010. 6월 32개 지정	인건비 지원(전문인력과 일반인) 컨설팅비 지원, 교육지원

2. 외국의 정책 사례

2.1. 유럽¹⁵

2.1.1. 사회적기업의 배경

사회적기업은 국가와 시기에 따라 용어나 개념이 다르게 사용되고 있다. 미국의 사회적기업이 민간기업의 사회적책임에서 시작되었다면, 유럽의 사회적기업은 자본주의가 유발한 열악한 노동환경과 생활환경에 대응한 자발적인 민간단체들의 활동에 근거하고 있다. 즉, 유럽의 사회적기업은 19세기 초반 산업화된 도시에서의 소비자협동조합, 신용협동조합, 노동조합 형태로 시작된 사회적 경제에 뿌리를 두고 있는 것이다.

1960년대 중반 이후 프랑스를 중심으로 펼쳐진 새로운 사회운동은 국가

¹⁵ 유럽 사례는 벨기에 리에쥬대학 사회적경제센터에서 수학 중인 엄형식 씨가 정리한 내용 중 관련 부분을 요약하였다.

와 시장에 의해 독점된 사회시스템에 문제제기를 하면서 시민들 스스로의 주체성과 자율성, 직접민주주의 등의 가치를 강조하였다.

이후 제3섹터 개념의 창안자 중 하나이자 프랑스 사회당 정부에서 수상을 역임했던 자크 들로르가 유럽경제공동체 집행위원장을 맡으면서, 사회적경제는 유럽 수준의 제도적인 개념으로 인정받게 된다. 유럽경제공동체 집행위원회는 1989년 사회적 경제를 다루는 전담 부서를 설치하고, 성명을 통해 사회적경제에 대한 유럽공동체의 개념정의¹⁶를 발표하였다. 사회적경제 개념이 갖는 정책적 유용성이 점차 인정을 받으면서, 2002년까지 유럽연합 6개국에 사회적경제 관련 부서가 신설되었고, 프랑스와 벨기에 이외에도 스페인, 이탈리아, 포르투갈, 스웨덴, 룩셈부르크, 아일랜드, 영국에서 공식적인 개념정의가 채택되었다(Roelants, 2002). OECD 또한 1980년대부터 LEED 프로그램을 통해 사회적경제 개념을 주요한 지역개발정책의 일환으로 인식하고 적극적으로 활용해 왔다.

이즈음 유럽연합과 OECD, 영국 정부는 고용 및 사회통합, 사회서비스 전달과 지역개발에서 기존 사회적 경제가 보여준 정책적 유용성과 혁신성이 주목을 받으면서 사회적기업이라는 용어를 사용하기 시작한다. 그러면서 사회적기업은 사회적 경제 영역에서 발생하고 있는 새롭고 혁신적인 실험과 아이디어를 가리키는 용어로 자리잡게 된다.

2.1.2. 사회적기업 관련 제도

사회적기업의 제도화

1991년 이탈리아의 사회적협동조합이 법적 지위를 처음 얻은 이후, 유럽 각국은 사회적기업에 대한 법적 지위를 부여하는 일련의 제도화 과정을 진

¹⁶ 사회적 경제는 공동의 욕구를 가진 사람들에 의해 그리고 그들을 위해 만들어진 기업들로 구성된 이해당사자 경제(stakeholder economy)의 일부로서, 중요한 경제 행위자인 협동조합, 상호공제조합, 민간단체, 재단을 포함한다.

행한다.

이 제도들은 새로운 법적 지위를 부여하는 유형과 기존 법적 지위에 라벨을 허용하는 유형으로 구분된다. 새로운 법적지위를 부여하는 유형은 이탈리아 사회적협동조합과 같이 주로 협동조합 모델에 공익적인 목적에 대한 규정, 이윤배분에 대한 보다 엄격한 제약 및 다중이해당사자 거버넌스 등을 추가적으로 반영한다. 프랑스의 공익협동조합, 포르투갈의 사회연대협동조합, 그리스의 사회적협동조합, 헝가리의 사회적협동조합, 폴란드의 사회적협동조합도 이러한 유형에 포함된다.

일정한 기준을 충족하면 다른 법적 지위를 가지고 있는 조직들에 라벨을 허용하는 제도로는 벨기에의 사회적목적기업, 이탈리아의 사회적기업, 영국의 지역사회이해기업, 핀란드의 사회적기업, 벨기에 노동통합기업 및 현장기반훈련기업, 프랑스의 경제활동을 통한 사회통합 조직 등이 있다. 이 경우 상법상 기업(주로 유한회사), 민간단체, 협동조합, 재단 등 다양한 형태의 기존 법적지위를 가진 조직들이 제도에 의해 규정된 기준을 충족하면 해당 명칭을 라벨로 사용할 수 있다.

사회적 기업에 대한 제도적 지원

유럽의 사회적기업에 관련된 제도적 지원에는 사회적 경제 조직들의 특수성을 감안한 법적 지위, 공공부문의 금융지원 시스템, 사회적 경제에 관련한 공공-민간 파트너십 등이 포함된다.

사회적 경제 조직들은 각 유형에 따라 특수성과 역할을 제도적으로 인정받아 왔다. 민간단체들은 이윤을 분배할 수 없는 엄격한 비영리 제약을 받는 반면 활동의 사회적 유용성이 인정되는 경우 국가로부터 보조금을 받을 자격을 가진다. 이는 복지서비스의 상당 부분을 민간단체들과의 파트너십을 통해 수행하는 조합주의형 복지국가들, 즉 프랑스, 벨기에, 네덜란드, 독일 등에서 보편적으로 나타난다. 이들 국가에서 사회적기업의 상당수는 잉여를 배분하지 않는 민간단체의 법적지위를 가지고 있으며, 수행하는 공익적인 측면에 대한 인정으로서 다양한 형태의 보조금이 지원된다. 프랑스

의 IAE 중 상당수 유형의 조직들과 벨기에 현장기반훈련기업은 민간단체의 지위를 가지며, 취약계층 노동통합을 촉진하기 위한 사례관리 활동에 대해 보조금이 지원된다.

한편, 프랑스, 이탈리아, 스페인 등 협동조합이 발달한 국가들에서는 협동조합, 특히 재화 및 서비스의 생산을 통해 경제활동을 하는 노동자협동조합과 이를 모델로 한 사회적협동조합이 사회적기업의 법적지위로 사용되곤 한다. 이들 국가는 협동조합이 해산하더라도 협동조합에서 발생하는 잉여 중 일정비율을 구성원들에게 배분되지 않는 비배분적립금(indivisible reserve)으로 적립하도록 법으로 규정하고 있으며, 이에 대해서는 세액공제를 하고 있다. 이러한 조치는 협동조합의 재정 건전성을 높여 지속가능성과 경쟁력을 높이는 것으로 평가된다.

유럽에는 사회적 경제들을 주요 대상으로 금융지원을 하는 기관들이 다양한 형태로 존재한다. 이 중 사회적 경제에 대한 공공정책으로 볼 수 있는 것은 공공부문의 기금참여 비중이 상대적으로 큰 프랑스의 프랑스 액티브(France Active)와 벨기에의 왈롱지방의 SOWECSOM, 정부의 기금참여는 아니지만 법률로 협동조합 지원기금을 조성하도록 한 이탈리아의 마르코라(Marcora) 법률 등이 있다.

공공정책에 의해 구성되거나 지원되는 이 금융수단들은 인민은행, 협동조합은행, 예금금고, 사회적 경제 관련 재단과 같은 전통적인 사회적경제의 금융수단, 마이크로크레딧 및 사회연대 리스크캐피털과 같은 새로운 사회적 경제에 기반을 둔 연대금융, 그리고 주로 협동조합 운동 내부에 조성된 비은행 금융기구들과 함께 사회적 경제 및 사회적기업의 다양한 필요에 부응하는 금융환경을 제공하고 있다. 그렇지만 이 금융기관들은 공공재원의 비중이 높거나 법률에 의해 규정됨에도 불구하고 사회적 경제 이해당사자들이 참여하는 독립적인 운영구조를 갖추고 있다.

주요 국가는 사회적 경제 영역을 인정하면서 공공부문과 사회적 경제의 파트너십을 제도적으로 구축해왔다. 프랑스는 1981년 협동조합, 상호공제조합, 민간단체의 활성화와 고용창출을 촉진하기 위해 총리실 산하에 사회적 경제 담당 정책조정실(DIES)을 설치하였다. 벨기에 왈롱 지방정부는

2008년 사회적 경제에 관한 법률을 제정하였는데, 이 법률에 의해 노사정 대표자들과 사회적 경제로 구성된 왈룬사회적경제평의회(CWES)가 설치되었다. 또한 사회적 경제의 활성화와 지원을 위한 정책파트너로서 사회적 경제를 대표하는 조직을 인정하도록 하였다. 이에 따라 2009년 다양한 사회적 경제 부문의 연합조직들로 구성된 Concertes가 법률에 의해 사회적 경제를 대표하는 기구로 인정되어 정책파트너로서 왈룬정부와 협력을 하고 있다. 스페인에서는 사회적 경제를 대표하는 CEPES가 정부의 정책파트너로서 활동하고 있다. 영국은 사회적기업연합(Social Enterprise Coalition, SEC)이 사회적기업들의 이해를 대표하고 있다.

고용-사회 정책을 통한 지원

기존 고용·사회정책의 일부는 당초 사회적기업을 위해 도입된 정책들은 아니었지만, 사회적기업의 등장과 발전에서 중요한 역할을 한다.

가. 훈련생들에 대한 임금 지원

프랑스와 벨기에에서는 경제활동을 통해 훈련생들의 고용능력을 높임으로써 일반 노동시장으로 진입시키는 것을 목적으로 하는 사회적기업들이 고용 및 사회정책과 밀접하게 관련되어 발달해왔다.

프랑스에서는 고용정책의 일환으로 1980년대 초반부터 일자리 창출과 창업을 직접적으로 지원하는 정책들이 발전하였다. 이 중 비영리부문을 대상으로 첫 공공근로가 1982년에 시작되었으며, 이는 1984년 지자체와 민간단체가 이용할 수 있으면서 청년실업층을 위한 직업연수의 성격을 갖는 단기고용계약인 ‘공익근로(travaux d'utilité collective, TUC)’로 바뀌었다. 이후 다양한 형태의 보조금이 지원되는 단기고용계약 프로그램들이 도입된다.

벨기에의 현장기반훈련기업에서 훈련생들은 실업급여 및 기초생활보장급여 등 다른 고용·사회정책을 통해 생계비를 지원받는다. 2006년 이전에

는 현장기반훈련훈련기업에서 직접 훈련생에게 급여를 지급하는 경우도 있었다. 그러나 2006년 이후 직업훈련기업이 취약계층 사례관리에 보다 초점을 맞춘 제도로 정비된 후, 경제활동이 갖는 훈련으로서의 의미가 강조되면서 실업급여와 기초생활보장급여 수급자가 아니면 현장기반훈련기업에서 일을 하지 못하게 되었다.

나. 근린서비스 시장 형성

1990년대 이후 인구구조의 변화, 복지국가의 위기, 새로운 일자리에 대한 필요에 따라 이전까지 가족과 공공부문에 의해 제공되던 사회서비스 중 대인서비스라 불리는 활동들과 소규모 수선 및 정원관리 등 소비자의 집에서 제공되는 서비스가 주목을 받기 시작했다. 근린서비스(service de proximité)라 통칭되는 이들 활동들은 새로운 고용창출의 원천일 뿐만 아니라, 이를 통해 근린관계의 호혜성 원리, 공공부문의 재분배 원리, 시장의 교환 원리가 혼합되는 새로운 연대경제가 가시적으로 드러나는 공간으로 설명된다(Laville, 1994). 사회적 경제들은 근린서비스를 활성화시키는 공공정책을 지속적으로 요구했으며, 이의 영향으로 벨기에와 프랑스는 각각 근린서비스 시장 형성을 취지로 하는 바우처 제도를 도입하였다. 벨기에는 근린서비스 영역에서의 고용창출과 비공식노동의 양성화를 목적으로 2001년 바우처서비스제도를 도입하였다.

프랑스는 2005년 사회통합계획의 일환으로 CESU(Chèque Emploi Service Universel)를 도입하였다. CESU는 기업복지의 일환으로 기업에 의해 노동자들에게 식권과 같은 바우처의 형태로 지급하고, 개인이 은행에 신청하여 수표와 같이 사용할 수 있다. CESU는 베이비시터, 방과후 학습지도, 행정사무 처리 등과 같은 가사서비스, 정원관리, 쇼핑배달 등과 같은 일상서비스, 노인 및 장애인에 대한 돌봄서비스, 보육시설에서 이루어지는 보육서비스 등 광범위한 근린서비스에 적용된다. 소비자는 인증받은 공급자를 통해 서비스를 구매하거나, 직접 노동자를 고용하는 방식으로 서비스를 제공받을 수 있다.

벨기에의 바우처서비스와 프랑스의 CESU는 국가나 기업의 재정적 기여를 통해 근린서비스 시장을 활성화시키는 정책으로서 새로운 고용창출의 기회를 제공함과 동시에 충족되지 못했던 다양한 근린서비스를 제공하는 성공적인 제도로 정착하고 있다. 사회적기업 자체를 목적으로 하는 정책은 아니지만, 서비스공급자의 상당수는 사회적 경제 조직들을 포함한 사회적 기업들이며, 여러 연구들을 통해 사회적기업이 근린서비스 시장에서 일반 공급자들에 비해 보다 많은 사회적 유용성을 창출하고 있음을 실증하고 있다(Defourny et al. 2009).

2.1.3. 시사점

농촌지역 사회적기업에 대한 공공정책은 새로운 제도와 지원을 도입하기보다는 기존 고용정책, 복지정책, 사회서비스 정책에서 농촌지역의 특수성에 대한 고려를 강화하고, 농촌지역개발에서 이미 자생적으로 발생하고 있는 사회적기업 현상을 반영하는 접근을 해야 한다.

지속가능한 사회적기업 지원정책이 되기 위해서는 단기적인 보조금을 지원하는 것보다 사회서비스 바우처 제도와 같이 사회적기업이 접근할 수 있는 시장을 형성하는 데 공공재정을 투입하는 것이 더욱 효과적인 것으로 보인다. 특히, 고령화 등의 문제로 인해 사회서비스에 대한 수요는 높으나 구매력이 낮은 농촌지역에서는 수요자들의 구매력을 높이는 공공재정의 투입 및 소득재분배 정책의 강화는 자연스럽게 농촌지역 사회적기업이 활동할 수 있는 시장을 형성하게 될 것이다.

또한 시장에서의 자립생존을 위한 단기적인 직접지원보다는 기업들이 활용할 수 있는 다양한 제도의 생태계를 구성하고, 사회적기업들이 이들을 혁신적으로 조합하여 새로운 해법을 끌어낼 수 있도록 자극하는 기업가정신의 확충과 지역사회 네트워크 활성화에 초점을 맞출 필요가 있다.

농촌지역의 산업전망이 불확실한 상황에서 사회적기업들이 적극적으로 활동을 하기 어렵다. 따라서 공공부문의 주요한 역할은 농촌지역에 가능한 새로운 적소시장과 고용기회를 진단하고 이를 육성하는 정책을 활성화시

키는 것이다. 농촌관광, 재생에너지, 사회서비스, 문화여가서비스 등 농촌 지역의 사회구조적 문제에 답을 하면서도 농촌지역의 장점을 활용할 수 있는 산업들에 대한 적극적인 연구와 지원정책이 필요할 것이다. 사회적기업은 잠재력이 있으나 아직 가시화되지 않은 이들 산업의 개척자로서 공공부문의 파트너가 될 수 있을 것이다.

또한 사회적기업을 통한 농업에 대한 새로운 접근이 고려될 수 있다. 농업은 전통적인 의미에서 식량생산과 이를 통한 농민의 소득창출 수단으로만 간주되었다. 그러나 유럽의 농업관련 사회적기업들은 환경 및 경관 보존, 생물다양성의 유지 등 농업의 경제외적 가치를 재발견하고 있다. 또 농업의 이러한 가치들이 사회적으로 인정받도록 함으로써 이에 대한 사회적인 비용을 지불받고 이를 통해 일자리를 유지·창출하고 있음을 볼 수 있다.

사회적기업이 내세우는 공익적 부가가치가 시민과 공공정책으로부터 인정을 받고 이에 대한 자원의 배분을 요구하기 위해서는 사회적기업 스스로가 지역사회의 공공성을 실현하는 주체로서 인정받을 필요가 있다. 이는 사회적기업이 경영전략을 잘 수립하고 마케팅을 잘 하는 것만으로는 이루어지지 않는다. 사회적기업이 만들어내는 새로운 역동성은 지역사회의 다양한 이해당사자들의 신뢰관계에서 나오며, 사회적기업의 활동은 다시 새로운 신뢰관계를 강화시킴으로써 지역사회의 사회적 자본의 선순환적 축적을 가져오게 된다. 특히 인구감소와 경제적 악순환을 겪는 많은 농촌지역에서 사회적 자본은 지역사회 내부의 자원과 잠재력을 극대화시키는 경제적 원동력으로서도 기능을 하게 된다. 이러한 의미에서 농촌지역 사회적기업은 단위 개별기업에 대한 관심보다는 이를 통해 형성되는 새로운 신뢰관계와 사회적 자본에 보다 초점을 맞추어 접근할 필요가 있다.

2.2. 일본의 커뮤니티 비즈니스

2.2.1. 개황

일본의 커뮤니티 비즈니스(이하 일본에서 일반적으로 쓰고 있는 약칭인 CB로 표기)는 그동안의 다양한 ‘마을만들기’가 사업화된 것이다. 지역개발을 위한 기존의 보조금 방식 사업이 오히려 독이 되었다는 인식 하에, 지역의 비영리법인(NPO) 등 민간 주체가 고용 창출이나 지역경제 활성화와 같은 과제를 해결하기 위해 다양한 사업 아이템을 창출하고 지역자원을 동원하며 그에 필요한 재원을 마련하는 방식으로 전환한 것이다.

한편에서는 핵가족화와 고령화가 진행됨에 따라 가족의 기능이 급속히 저하되고 있어, 노약자나 장애인, 청소년의 일상생활에서 겪는 불편과 불안에 대응한 서비스를 제공하는 차원에서 사업을 시작하기도 하였다.

우리나라의 사회적기업과 달리 일본은 CB를 법적으로 규정하고 있지는 않다. 그렇지만 대체로 ‘독립한 사업체로서 자립을 전제로 회사, NPO, 조합 등의 조직형태를 가지고 복지와 교육, 환경, 마을만들기 등의 분야에서 지역공헌활동을 사업으로 하는 비즈니스’를 통칭하고 있다.

일본에서 사회적기업(SB)은 우리와 약간 다른 개념으로 사용되고 있다. CB와 SB의 두 개념이 서로 겹치는 부분이 있으나, SB는 주로 기업의 사회적책임이란 관점에서 대기업 측에서의 활동이고, CB는 지역의 중소기업과 NPO, 농업자 등의 활동이라는 식으로 구분하고 있다.

일본에는 전국에 NPO가 4만 개 정도 있는데 이들이 CB의 주요 모태가 되고 있다. 이 중 20% 정도인 8,000개가 CB를 만들었고 산업 규모는 32만 명 고용에 3,200억 엔 생산으로 추정되고 있다. CB의 구체적인 활동은 그린투어리즘, 도시와 지역의 연대, 환경, 지산지소(地產地消), 경작포기지의 활용, 이들 CB에 대한 중간지원 등을 들 수 있다.

일본의 특정비영리 활동법인 (NPO)

내각부의 「특정비영리활동촉진법」에 근거하여 특정 비영리활동을 행할 목적으로 설립된 법인을 말한다. 관청의 통제를 받던 구제도의 공익법인에 비해 간단하면서도 자유롭게 법인격을 취득할 수 있게 되었다. 2010년 현재 대략 4만 개가 넘는 NPO 법인이 있는 것으로 추정된다.

법인 자격의 취득 조건은 다음과 같다.

- 영리를 목적으로 하지 않을 것
- 사원의 자격에 부당한 조건을 붙이지 않을 것
- 보수를 받는 임원수가 임원총수의 1/3이하일 것
- 종교활동이나 정치활동을 주 목적으로 하지 않을 것
- 특정 후보자나 정당을 추천 지지 반대할 목적을 갖지 않을 것
- 10인 이상의 사원이 있을 것

NPO 법인 가운데 조직운영이나 사업활동이 적정하여 개인이나 법인으로부터 받는 기부금에 대한 과세 혜택을 주기 위하여 국세청장이 인정하는 법인을 인정특정비영리활동법인이라고 한다. 그러나 심사 조건이 엄격하여 2008년 기준으로 93개 NPO가 인정을 받고 있다.

2.2.2. 관련 제도와 지원

개방적 지원체계

일본의 CB에 대한 지원은 자금지원보다는 강좌, 상담, 정보제공 등 조성사업이 많다. 우리나라와 같이 CB라고 하여 별도의 자금지원을 하지는 않으나, 각각의 구체적인 사업 내용에 따라 해당 부처나 지자체에서 용자 등의 자금지원을 받고 있다. 예를 들면 다음과 같다.

첫째, 중소기업청의 ‘중소기업지역자원활용 프로그램’과 ‘지역력연대거점사업’이다. 이는 지역의 중소기업이나 농업자의 판로 개척 등에 협력하

는 기업(지역자원 파트너)과의 연대 구축과 사업 확대를 지원하는 사업이다. 우수한 지원자를 코디네이터로 확보한 중소기업지원기관을 ‘지역력연대거점’으로 전국에 200~300개를 선정하여 중소기업이 당면한 과제에 대해 세부적인 지원을 하고 있다.

둘째, 국토교통성의 ‘새로운 公’에 의한 커뮤니티 소생지원 모델 사업이 있다. 다양한 민간주체를 지역만들기의 담당자로 하여, 지역의 필요에 부응한 사회서비스의 제공과 같은 일을 하는 사업이다.

최근의 중요한 사업으로는 농림수산성과 경제산업성이 공동으로 추진하는 ‘농상공연대’ 사업이 있다. 지역에 근거한 농림수산업과 상공업 등 산업간의 연대를 촉진함으로써 지역경제의 활성화를 도모하려는 시책이다. 2008년 6월에 「農商工連携促進法」이 제정되어 지원의 범적 근거가 마련되어 있다.

이 외에 2008년부터 경제통산성이 ‘지역신사업창출발전기반촉진사업’으로, 2010년에는 내각부의 ‘지역사회고용창조사업’으로 보조금이 지급되어 지역활성화를 위한 CB 활동을 지원하고 있다. 한편 2009년 5월의 ‘농지법 개정’으로 일반기업의 농지소유를 허용하여 농업생산활동에 참여할 수 있게 된 것도 CB의 활동에 제약을 풀어준 사례이다.

CB 지원센터와 협의회의 역할

CB를 육성하는 데에는 여러 주체가 관여하고 있다. 자치체는 지역활성화 사업과 고용창출을 위한 사업을 추진하고, 일반 기업은 사회공헌 차원에서 인재 육성, 신규사업 확대 측면에서 CB를 지원하고 있다. 다양한 지역기반 NPO는 CB의 활동범위를 확대하고 인재를 육성하며 사업성을 향상시키려는 노력을 경주하고 있다.

이러한 다양한 주체들 중에 종합적 지원자이자 조정자 역할을 하는 기관으로 커뮤니티비즈니스 지원센터(CBS)가 있다. CBS는 2000년부터 임의단체로 활동을 시작하였고 2002. 9. 25에 특정비영리활동법인으로 설립되었다.¹⁷ CBS는 개별 CB에 대한 사업계획 지원 등 창업컨설팅을 제공하고,

강좌 실시, 지역활성화사업 프로그램 기획, 지원 사이트 구축, 인재 육성과 상담 네트워크 지원, 조사연구 등 업무를 수행하고 있다.¹⁷

한편, 지역별로 CB 추진협의회가 구성되어 회원 간의 정보교류와 지역의 CB 중간지원기관 육성을 도모하고 있다. 예를 들어 광역관동권 커뮤니티비즈니스 추진협의회(동경도와 인근의 10개 현을 범위로 함)는 2003년에 79명이 등록회원으로 발족하였다. 사무국은 당초 관동 경제산업국에 두었으나 2007년에 NPO인 CBS로 옮겼다. 2010년 2월 현재 195개 회원단체가 있는데, CB 사업자가 59개(29%)로 가장 많으나, 중간지원기관 50개(25%), 행정기관 32개(16%) 등 지원기관이 많이 포함되어 있다. 이 외에 지역주민과 단체 23개(11%), 일반기업 19개(9%), 상공회의소, 협동조합, 금융기관, 대학도 포함되어 있다. 활동분야도 지역만들기(72건), 지역진흥(47건), 고령자 복지(25건), 장애인복지(12건), 아동복지(9건) 등 직접 사업 외에 교육·인재 육성(46건), 창업지원(48건) 등 CB 구성과 관련된 분야도 적지 않다.

2.2.3. 시사점

일본은 우리와 달리 CB의 육성을 민간 주도로 하고 있다. 정부가 CB를 법으로 규정·지정하지 않고 CB라는 이유로 지원하지도 않는다. 개별 CB들은 사회적 목적에 따라 사업계획을 수립하고, 활동하는 구체적인 사업 분야에서 제공되는 다양한 정책지원을 활용한다. CB의 창업과 운영 컨설팅, 교육을 포함한 종합적인 조성사업은 민간조직인 지원센터(CBS)와 지역협의회가 담당한다.

일본에서 CB의 주류는 지역만들기와 농상공연대라는 흐름으로 보인다. 이 점에서 우리나라에서 관심을 끌고 있는 지역공헌형 사회적기업, 농어촌

¹⁷ 구체적인 내용은 CBS의 홈페이지(<http://www.cb-s.net>) 참조.

¹⁸ 개별 CB의 사업계획 지원(창업 컨설팅)은 유료 서비스로 3개월간 30만 엔을 받는다.

공동체회사 등과 비슷하다고 할 수 있다. 일본 CB의 동향에서 인재의 육성과 지역문제의 연구 활동 중시, 지역의 기업이나 농협과의 연대 노력 등은 우리에게도 시사하는 바가 적지 않다.

일본의 커뮤니티 비즈니스는 지역사회 활성화라는 사회적 목적을 지향하고 있지만, 그 안에는 서로 다른 흐름이 있다. 전통적인 비영리법인에 기초를 두면서 지역문제를 해결하기 위해 사업적인 측면을 결합하는 형태가 아직은 주류를 이루고 있다. 이와는 달리 지역자원을 활용하여 시장에서 팔릴 수 있는 상품을 만들어 내는 새로운 사업을 창출한다는 기업적 흐름도 있다.

어느 형태에 있어서나 공익적 목적과 재정적 자립을 조화시켜 CB의 지속성을 유지하는 것은 중요한 관심사이다. 하지만 양자는 서로 다른 접근법을 보이고 있다.

전통적인 NPO 법인들은 CB의 지속성을 재정적인 측면만 가지고 판단하지 않는 경향이 있다. 유명한 예가오쓰나게테의 소네하라 씨는 CB의 지속성을 다음 4가지 측면에서 종합적으로 보아야 한다고 주장한다. 첫째, 하고 싶고 즐거운 일인가. 둘째, 지역에 좋은 것, 사회에 필요한 것인가. 셋째, 비즈니스로서 자립한 활동을 유지할 수 있는가. 넷째, 지역의 협력체제, 네트워크를 가지고 있는가. 여기에서 비즈니스로서 자립은 반드시 재정적 자립을 의미하지는 않는다. 사업을 위해 필요한 비용은 상품의 판매 수익으로만 충당되는 것이 아니라 정부의 지원, 기업의 기부금, 지역주민의 회비 등을 받을 수 있는 구조를 갖추면 되는 것이라고 본다.¹⁹

반면 기업으로서 재정적 자립을 전제로 하고 있는 최근의 흐름도 있다. 예를 들어 지역특산물 업체인 오가와노쇼는 사회적 목적은 지역주민 취업과 농산물 구매에 있지만, 이는 경쟁적 시장에서 기업의 존속을 통해서 달성하는 것이다. 기업의 경쟁력 제고를 위해서 취한 전략은 전통적 음식의 상품화, 자본투자자와 차입의 최소화, 지역 노동력과 자원의 활용, 전문기업 제휴를 통한 기술과 자본 도입, 제조업 외에 전통식당과 체험프로그램의

¹⁹ 일본에서 면담한 CB 참여자, 담당 공무원, 협회 직원들은 대체로 CB의 재정자립이 중요하지 않다는 견해가 많다.

결합 등을 들 수 있다.

성공적인 두 사례는 커뮤니티 비즈니스의 발전방향을 제시하고 있지만, 해결하기 쉽지 않은 과제도 있는 것으로 보인다. 첫 번째 사례는 비용의 상당 부분을 정부와 기업의 지원에 의존하고 있기 때문에 사업의 확산이 벽에 부딪칠 우려가 있다. 비즈니스적 관점에서 수익구조를 확보해 나가는 한편, 사회적 목적 활동에 대한 객관적 평가와 민간재단의 육성 등을 통해 민간의 투자와 기부를 확대해야 하는 과제가 있다. 두 번째 사례는 지역사회 노령화와 농업쇠퇴로 사업의 기반이 흔들리는 문제가 있다. 지역사회 활성화를 위해 보다 광범한 활동을 하는 NPO나 타 CB의 창출과 연계가 절실한 형편이다.

3. 시장 여건과 전망

사회적기업이 생산물이 경쟁을 뚫고 시장을 확보하지 못하면 기업으로서 지속할 수 없다. 사회적기업의 경쟁력은 연대와 자율에 바탕을 둔 혁신 활동에 있으나, 자본과 기술의 부족, 저효율 노동력, 구매력이 부족한 고객, 농촌지역의 열악한 산업 인프라 등 불리한 점이 적지 않다. 여기에서는 사회적기업이 참여하고 있는 주요 업종의 시장여건과 시장경쟁력에 영향을 미치는 조건을 개관해 본다.

사회적기업이 생산하고 있는 상품도 대부분 경쟁시장에서 거래되고 있다. 과거 공공영역이었으나 최근 급격히 확대되고 있는 돌봄서비스도 바우처 제도의 도입 등에 따라 경쟁시장에 편입되고 있다. 현재 농촌지역 사회적기업이 참여하고 있는 대부분의 업종은 수요확대가 예상되지만 그만큼 경쟁도 격화될 것으로 전망되므로, 사회적기업의 경쟁력 확보는 무엇보다 중요하다.

청소와 교육·컨설팅은 기본적으로 경쟁시장이지만 지역 관점에서 보호 시장 확보에 대한 공감대 용이한 분야로 앞으로 사회적기업의 참여 확대

가능성이 높은 분야로 평가된다.

표 3-4. 사회적기업 업종별 시장 조건

	현재 수지	시장 조건	경쟁력 조건
돌봄 서비스	수지 균형	경쟁시장 (바우처)	인건비 지원 중단되면 경쟁력 약화 우려 광역시스템을 밀착형으로 개선 필요
청소	수지 균형	경쟁시장 보호시장	노동집약적 산업으로 경쟁력 있음 취약계층 채용 시 보호시장(관공서) 필요
재활용	수지 균형	원료독과점 상품 경쟁	지자체 연계로 원료 시장 독과점 가능
주택	수지 균형	경쟁시장	지역밀착 노동집약산업으로 경쟁력 있음
농업생산 유통가공	일부 적자	경쟁시장	로컬푸드 지향 네트워크화가 경쟁력 원천 현재 사업모델 취약
문화예술	다수 적자	비경쟁시장	지자체, 민간단체 연계로 지원, 육성
교육 컨설팅	다수 적자	경쟁시장 보호시장	지자체 연계로 보호시장 확보

자료: 주요 업체에 대한 면담 결과 정리

문화예술은 농촌지역에서는 아직은 구매력이 낮으므로 수익성이 적은 비경쟁분야라 할 수 있다. 그러나 이 분야는 지역경쟁력의 원천이자 주민들의 삶의 질과 자존감을 높이는 중요한 수단이므로, 지자체와 민간단체가 전략적으로 지원·육성해야 할 필요가 있다.

최근 확대되고 있는 농업생산·유통·가공업은 지역활성화를 위한 핵심적인 분야이지만 시행착오가 많고 아직 효과적인 사업모델이 부족한 실정이다. 농촌지역의 문제는 농업과 연계하여 풀어야 할 경우가 많으므로 농업 관련 사업모델의 구축은 사회적기업 활성화의 중요한 조건이 될 것이다. 농촌지역의 사회적기업가들은 사회복지분야에서 전문성을 키운 경우가 많아 성공적인 사업 구상에 어려움이 있다. 따라서 기술, 시장 동향, 마케팅 관련 컨설팅을 하는 전문적 지원조직이 필요하다.

4. 경제적 지원정책의 개선과제와 방향

사회적기업의 목적은 이윤 추구가 아니지만 기업의 지속성을 위하여 수익균형을 이루어야 한다. 나아가 사회적 목적을 달성하기 위한 사업의 확장을 위한 비용과 투자자금의 조달을 위해서는 적절한 이윤 창출이 요구되기도 한다.

사회적기업의 지속성은 사회적 가치를 지닌 상품을 시장에서 성공시켜 재무적으로 자립하거나, 기업이 생산하는 사회경제적 가치에 대한 사회적 인정을 확보하여 생존할 수 있는 사업모형을 구축하거나 하는 두 가지 방법으로 달성될 수 있다.

문제는 이러한 두 측면에서 지속성을 가지는 사회적기업의 상품(서비스)과 경영상의 특성은 무엇인가를 규명하는 것이다. 예를 들어 시장 측면에서는 시장 규모와 확대 전망, 보호시장 유무, 시장차별화 가능성이 중요하다. 상품 측면에서는 품질, 가격, 맞춤형 상품(서비스), 내재된 사회적 가치의 중요성과 크기이고, 생산기술과 조직 면에서는 노동집약도, 자본집약도, 취약노동 적합성, 파트타임 노동력의 활용 등을 들 수 있다. 한편 지역자원의 활용과 전후방 연계는 지역기반 사회적기업의 가장 강한 경쟁력 원천이 될 수 있다. 사회적기업이 제공하는 노동시장 통합, 취약계층 지원, 환경보전 등과 같은 사회적 가치를 객관적으로 평가하여 사회적 인정을 받도록 하는 것도 지속성을 위해 대단히 중요한 과제이다.

사회적기업이 당면한 경영상의 어려움은 다양하게 지적되고 있다. 그중에서도 가장 시급한 과제는 시설·장비의 개선과 확충을 위한 투자자금 확보가 꼽히고 있으며, 다음으로 낮은 기술력과 품질 향상을 들고 있다. 한편, 농촌지역에 입지한 사회적기업의 애로사항으로는 역량 있는 인재의 부족과 시장수요 부족 및 낮은 접근도를 들고 있다(표 2-12).²⁰ 한편, 농촌지

²⁰ 시장수요 부족과 낮은 접근도는 도시지역 사회적기업도 비슷한 경향이다. 농촌의 경우 인재부족을 지적하는 비율이 상대적으로 매우 높다.

역 사회적기업에 대한 지원 수요에 대한 질문에는 재정지원의 비중이 가장 높았고(34.8%), 다음이 부지 및 공간 지원(17.2%), 판매 지원(13.9%), 전문인력 지원(10.5%), 기술 지원(6.4%)의 순이었다.

이러한 조사결과를 종합하면 농촌지역 사회적기업에 대해서는 다면적 접근이 필요하지만 특히 자금 지원, 판매 지원, 전문인력과 기술 지원이 중요하다고 할 수 있다.

정부의 사회적기업 지원을 위한 방안이 점차 다양화되고 있는 것은 일정한 정도 이러한 수요를 반영하고 있기 때문으로 보인다(표 2-2 참조). 그러나 재정상으로 아직 일자리창출사업에 의한 인건비 지원이 절대적으로 많다는 점, 공공기관 우선구매 등 보호시장이 미비한 점, 투자자금 조달이 고용노동부의 지원에 주로 의존하고 타 부처의 지원이나 민간의 자본시장이 부족하다는 점 등이 문제점으로 지적된다.

이상의 문제점을 해결하기 위한 정책지원의 기본방향은 다음과 같다.

첫째, 사회적기업의 지정은 곧 정부지원이라는 등식은 재고되어야 한다. 사회적기업으로 지정되었기 때문에 지원하는 것이 아니라 구체적인 활동내용과 경영상의 애로점에 대응하여 차별적으로 이루어져야 한다. 예를 들어 노동능력이 떨어지는 취약계층을 고용하는 기업에는 인건비의 부분적 지원이 타당하지만, 장애인·노약자에 대해 무상이나 염가의 사회서비스를 제공하는 기업에는 제공서비스의 양에 상당하는 비용을 직접 지원하거나 바우처제도를 더 넓은 영역으로 확대하는 것이 필요하다. 관공서·공기업의 사무용품이나 청소서비스 등에 대한 우선구매 등 보호시장을 제공하는 것도 업종에 따라서는 효과적이다.

둘째, 중앙정부가 사회적기업을 직접 지원하고 감독하는 현재의 방식도 개선되어야 한다. 사회적기업에 대한 지원은 구체적인 활동에 대한 평가와 컨설팅을 병행하는 것이 바람직하므로 사회적기업 지원사업을 지자체나 지역의 중간지원조직에 이관하되, 중앙정부는 정책자금 확보와 함께 지자체의 전문성을 보완해 주는 것이 바람직하다.

셋째, 구체적인 사업내용에 따라 농식품부나 지식경제부 등 관련 부처의 지원을 받을 수 있게 부처 간 지원대상의 벽을 완화할 필요가 있다. 예를

들어 최근까지 영농조합법인에 대해서는 영리를 추구한다는 이유로 사회적기업으로 인정하지 않아 왔는데, 사회적 목적의 적합성 여부에 따라 사회적기업으로 지정하는 것이 바람직하다. 농촌에서 농업관련 사업활동을 하기 위해서는 농지취득, 관련 자금 확보 면에서 영농조합 형태가 불가피한 측면이 있기 때문이다. 부처 간 정책대상 배제나 중복의 문제는 지원사업의 지자체 이관과 함께 해결할 수 있다고 생각된다.

마지막으로 투자자금 부족 문제의 보다 진전된 해결책으로 정부가 모태펀드를 제공하여 이를 기반으로 민간의 사회적투자기금 조성을 유도하는 방법을 고려할 수 있다. 이와 함께 사회적기업이 생산하는 경제적 가치와 사회적 가치를 객관적으로 평가하는 성과평가 방법론의 확립을 통하여, 전문성을 지닌 NGO나 기업이 사회적투자를 주도할 수 있는 기반을 구축할 필요가 있다.

1. 성과평가의 필요성

사회적기업의 경영성과를 측정하려는 노력이 시도되고 있다. 이는 사회적 자본시장이 과거의 시혜적 자선 관점에서 기부금이 사용된 사회활동의 성과에 관심을 가지는 변화를 배경으로 하고 있다.

사회적기업과 관련된 이해관계자들은 각자의 입장에서 성과평가에 관심을 가질 것이다. 정부와 기부자, 투자기관은 경제적 생존 가능성과 사회적 영향을 평가하여 사회적기업에 대한 지원 여부와 방법을 결정하는 근거자료로 삼을 수 있다. 사회적기업가는 사업모형의 타당성을 사전에 평가하여 투자 여부를 결정하고, 성과를 측정하여 경영전략 및 관리의 수단으로 활용할 수 있다. 소비자 입장에서는 기업의 사회적 영향을 평가하여 윤리적 소비 의사결정에 참고할 수 있다.

그러나 사회적기업의 성과평가는 아직 개발 단계이며 결과를 해석하고 활용하는 데에는 주의가 필요하다. 우리나라의 사회적기업 대다수는 창업 후 평가할 만한 충분한 시간이 지나지 않았으며, 기업 운영에 영향을 크게 미친 정부의 인건비 지원이 과도하고 불안정하여 사업모델이 정착되지 못한 측면이 있기 때문이다. 이 때문에 개별 기업의 평가결과를 사회적 지원의 근거로 삼는 것은 아직 시기상조이며, 특히 다른 업종 기업 간의 상대평가 자료로 사용하는 것은 곤란하다.

이상과 같은 제약에도 불구하고 사회적기업의 성과에 대한 요구가 높으

므로 평가 작업을 진행할 필요가 있다. 이 연구에서는 1차연도에 성과평가의 방법론을 모색하고, 2차연도에 사회적기업의 실제 경영실적을 활용하여 평가를 시도할 계획이다.

2. 평가 방법론 검토

사회적기업이 생산하는 가치는 경제적 가치와 사회경제적 가치, 사회적 가치로 구분할 수 있다. 경제적 가치는 시장에서 거래되는 재화와 서비스의 가치창출 부분으로 기업의 재무적 성과에 귀속되는 부분이다. 사회경제적 가치는 경제적으로 환산될 수 있는 사회적 가치(외부효과)로 예를 들어 취약계층의 고용으로 인한 소득증대분, 환경문제 해결로 인한 사회적비용 절감 등이다. 사회적 가치는 경제적으로 환산할 수 없는 외부효과로 예를 들어 취업한 실업자의 자존감 향상 등이다.

사회적 목적의 달성 정도를 측정하는 방법으로 사회적투자 회수율(SROI: Social Return on Investment)과 균형성과표(BSC: Balanced Score Sheet)가 대표적이다.

SROI는 미국의 사회적기업 투자기관인 로버츠기업개발기금(REDF)의 후원을 위한 기준으로 만들기 시작하여 영국의 비영리연구조직인 신경경제재단(NEF: New Economic Foundation)이 발전, 보급시킨 방법이다. 경제적으로 계산할 수 있는 사회적가치를 포함한 정량적 측정방안으로 평가 결과가 객관화되어 외부평가용으로 활용할 수 있으나, 사회적기업의 무형적 가치를 반영하기 어렵다는 한계가 있다. 국내에서는 함께 일하는 재단과 공동으로 이승규, 라준영(2009)이 수정모델을 개발하여 ‘아름다운 가게’ 등 몇몇 사회적기업에 적용하였고, 현재 방법론 개선과 DB 관리시스템 구축을 위한 연구를 진행 중이다.

BSC는 카플란과 노턴(Kaplan and Norton, 1996)이 개발한 경영전략 평가방법으로, 조직의 일상적 의사결정과 업무처리가 목표 달성에 어떻게 연

관되어 있는지를 파악하는 성과측정 도구이다. 주로 조직의 현황을 진단하고 동인과 결과 간 인과관계를 정립하여 향후 경영방향과 자원 활용방안을 제시하는 것으로 구성되어 있다. 평가 항목과 절차, 결과가 경영자나 이해관계자의 주관에 의존하여, 객관적 평가용이라기보다는 내부의 전략경영 시스템 성격이 강하다. 이용탁(2009)이 우리나라 사회적기업에 적용하기 위한 이론적 틀과 평가항목을 제시하였으나 실제로 기업에 적용하지는 않았다.

이 연구에서는 이승규 외(2009)의 방법론을 채택하여 농촌지역 사회적기업의 성과평가를 위한 방법을 검토하기로 한다.

3. 적용 방안

3.1. 절차

기업의 재무제표를 가지고 작업할 수 있는 경제적 성과평가와 달리 사회적 성과평가는 다음과 같은 복잡한 절차를 거쳐야 한다.

- 대상 기업과 평가 여부 및 절차 협의
- 기업활동구조 분석
- 활동영역별 투자와 비용, 수익 항목 결정
 - 대표, 종업원, 수혜자, 지자체, 협력기관 등 이해관계자 협의
- 분석기간과 자료 수집 방법을 결정하고 자료 수집
- 분석, 지표화
- 보고서 작성, 이해관계자 검증

이하에서는 위 평가절차 중 핵심이라 할 주요 편익과 비용 항목의 결정을 두 사회적기업의 예를 들어 제시해 본다.

3.2. (유)나눔푸드의 사례

3.2.1. 사업개황

(유)나눔푸드는 전북 진안지역자활센터의 자활근로사업에서 출발하여 자활 공동체를 거쳐 2008년에 유한회사로 전환하여 사회적기업으로 인증받은 업체이다.

나눔푸드의 사업영역은 공공급식과 외식사업, 농산물 생산의 세 부문으로 나뉜다. 공공급식은 결식 노인과 아동에 대해 도시락을 제작해 배달하는 사업으로 사회적 목적이 가장 뚜렷한 부문이다. 지자체가 위탁한 사업과 SK의 지원사업, 자체 무상급식사업으로 구분된다.

외식사업은 일반 소비자를 대상으로 한 유과 제조, 외식(도시락, 뷔페), 홍삼가공사업이 포함되어 있는데, 수익성 제고를 위해 새롭게 개척하고 있는 한 사업 분야이다. 한편, 하우스에서 깻잎과 느타리버섯을 친환경농법으로 재배하여 일부는 급식과 외식사업의 식재료로 사용하고 일부는 외부에 판매하고 있다.

3.2.2. 분야별 편익과 비용

SROI를 계산하기 위해서는 경제적 성과와 사회적 성과를 계산하여야 한다.

경제적 성과 = 경제적 편익 - 경제적 비용

사회적 성과 = 사회적 편익 - 사회적 비용

나눔푸드의 사례에서 각각의 편익과 비용에서 계산해야 할 항목은 <표 4-1>과 같은데 특히 유의해야 할 점은 다음과 같다.

- 경제적 편익·비용은 기업 입장에서 회계 항목이다.
- 사회적 편익·비용은 이해 관계자(거래 당사자)에의 파급효과를 중심으로 계산한다.
- 사회적 편익에서 취업자와 농산물 생산자의 소득증가는 사회적기업의 사업으로 증가된 부분만 계산한다. 예를 들어 미취업자의 신규 취업이

나 과거 취업에 비해 상승된 임금을 계산한다. 또한 사회적기업과의 거래에 따른 농산물 판매수입의 증가도 계산한다.

- 보조금, 기부금에서 고정자산 구입·임차는 투자로, 운영비나 손실보전은 비용으로 계산한다.

표 4-1. SROI 계산을 위한 비용, 편익 항목 - 나눔푸드 사례

분야	경제적 성과		사회적 편익		사회적 비용 (공통)
	편익	비용(공통)	공통	기타	
공공급식	보조금, 기부금	시설/건물 감가상각 인건비 원재료 구입비 (내부생산 포함) 기타 운영비	거래당사자 소득증가 (취업자, 농산물 생산자 등)	무상 급식 노인 돌봄	보조금, 기부금 활동가 임금지하 기업운영의 비효율 우선구매 시 시장가격과 차
외식 도시락	판매수입				
농산물 생산	판매수입, 내부 사용액			친환경 농업의 환경 효과	

3.3. 영농조합법인 새벽 사례

3.3.1. 사업 개요

전북 남원시에 소재한 영농조합법인 새벽은 2장 부록에 설명한 바와 같이 남은 음식물을 활용한 양돈과 유기농업을 핵심 사업으로 로컬푸드를 지향하는 사회적기업이다. 민속 전승사업과 전통주택 건설 등 지역 문화사업과 취약계층 지원사업도 겸하고 있다.

이 사업들의 성과를 분석하기 위해서는 지역농업순환모델을 중심으로 사업구조를 한정할 필요가 있다(부록 그림 2-1). 현재는 남은 음식물 수거는 지역자활센터의 사업단에서 별도로 운영하고 있지만 이를 포함하고, 집수리사업과 민속전승사업은 사업영역이 달라 분리한다.

3.3.2. 분야별 편익과 비용

SROI 분석을 위한 비용과 편익 계산에서 유의해야 할 점은 나눔푸드의 예에서 설명한 바와 같다.

- 투자와 비용은 구분한다. 연간 손익 계산에서 투자는 제외하고 소모성 비용과 수입만 계산한다. 투자자본 대비 성과로서 투자수익률을 구할 수 있으나, 자본이 주체인 주식회사의 투자수익률이 갖는 의미와는 전혀 다르다.
- 사회경제적 편익 계산에서 고용증가분은 대안적 생산방법의 도입에 따른 고용 증가와 새로운 고용에 따른 참여자의 소득증가분만 계산한다.
- 돼지분뇨 퇴비화와 유기농업에 따른 환경효과는 관련 연구를 활용하여 계산한다.
- 유기축산과 유기농산물 소비에 따른 후생증대는 매출액 증가에 반영된 것으로 별도로 계산하지 않는다. 단, 복지시설 입주자들의 유기농산물 소비에 따른 자존감과 건강 향상은 금액으로 계산하기 어려운 사회적 가치로 볼 수 있는데, 이에 대해서는 이해관계자 조사가 필요하다.

표 4-2. SROI 계산을 위한 비용, 편익 항목 - 새벽 사례

	경제적 성과		사회적 성과	
	편익	비용(공통)	편익	비용
음식물 수거	위탁수수료	시설·건물 감가상각 인건비 원재료 구입비 (내부생산 포함) 기타 운영비	대안 처리비 환경오염 감소 고용 증가	위탁수수료 활동가 임금저하 기업운영의 비효율 우선구매 시 시장가격과 차 자원봉사, 활동가 임금 감소
돼지 사육	돈육 매출액		고용 증가	
퇴비 생산	퇴비 매출액 돈분처리비 감소		환경오염 감소 고용 증가	
유기농업	매출액		환경오염 감소	
판매, 식당	매출액		-	
지원 부문	외부 지원 (비용성)		-	

1. 농촌지역 사회적기업의 성과와 문제

사회적기업은 사회문제를 기업적 방식을 활용하여 해결하고자 하는 조직이다. 우리나라의 사회적기업은 취약계층에 일자리와 사회서비스를 제공하기 위한 정부 정책에서 시작되었지만 농촌지역 활성화에 기여할 수 있는 가능성으로 주목받고 있다. 농업과 농촌이 당면하고 있는 위기를 정부와 시장의 실패로 보고 제3의 길을 찾으려는 노력이 사회적기업의 방식과 비슷하다고 보는 것이다.

최근 사회적기업에 대한 관심이 증대하는 가운데 기업으로서의 지속가능성을 우려하고 있다. 그러나 사회적기업의 지속가능성은 일반 기업과는 달리 평가되어야 한다. 사회적기업에 대한 경영 성과는 해당 기업들이 이룬 사회적 파급효과도 포함되어야 하기 때문이다.

사회적기업의 운영 실태를 분석한 결과 사업 목적, 산업적 투입·산출 연계, 고용, 사회경제적 네트워크 등에서 농촌지역의 사회적기업은 지역경제의 순환구조 구축에 상당한 기여를 하고 있는 것으로 나타났다. 가사·간병·돌봄 등 전통적인 사회서비스 외에 환경, 건축, 친환경농업, 농산물 가공, 도시락·급식, 문화·예술 등의 영역에서 활발하게 사업을 창출하는 움직임도 파악되었다.

그러나 아직 발전의 초기단계에 있는 사회적기업은 판매 시장 접근, 투자 자금 조달, 역량있는 인력의 확보 면에서 어려움을 겪고 있다. 또한 정

부 지원 의존도가 높아 상당수 기업은 정부지원이 줄어들 경우 경영의 지속성이 의문 시 된다.

사회적기업의 경영 애로와 관련해서는 투자 확대의 어려움, 불리한 시장 조건이 가장 큰 문제로 확인된다. 대체로 사회적기업의 수익성이 취약해 자체 자금조달이 어렵고 외부적으로도 낮은 사업성 평가와 담보력 부족으로 금융기관에 대한 접근이 쉽지 않은 것으로 나타났다. 또 농촌 사회적기업은 자본과 기술의 부족, 저효율 노동력, 구매력이 부족한 고객, 농촌의 열악한 산업인프라 등 시장에서 경쟁력을 갖기에 불리한 조건이 많은 것으로 파악되었다.

2. 사회적기업의 경영성과 제고를 위한 과제

이러한 점을 고려할 때 농촌지역에서 사회적기업이 경영상의 어려움을 극복하고 지역활성화라는 본래 목적을 달성하기 위해서 지향해야 할 방향과 정책과제는 다음과 같이 정리할 수 있다.

2.1. 지속가능한 사업모델의 구축

무엇보다도 먼저 지속가능한 사업모델을 구축하여야 한다. 사회적목적만으로는 기업이 유지될 수 없으며, 혁신적 방식이 결합되어야 무에서 유를 창출할 수 있다. 특히 로컬푸드, 환경, 도농교류 등 수요가 늘어나는 분야에서 지역연계성을 어떻게 경쟁력 요인으로 활용할 것인가가 핵심이라 할 수 있다. 기존 사회서비스 영역에서도 높아지는 수요자의 요구를 효과적으로 충족시키는 질적 제고가 수반되어야 한다.

이 과정에서 안정적인 재원이 확보되어야 한다. 기업의 조직과 운영을 혁신하여 경쟁력을 가지고 자체 수익을 창출하는 것이 우선이지만, 사회적

목적의 수행에는 수입 이상의 비용이 수반되기 마련이다. 따라서 사회적 목적의 수혜자가 아닌 제3자가 비용을 지불할 수 있는 체계를 확보하여야 한다. 현재는 이 부분을 대부분 정부와 지자체가 부담하고 있는데, 지역 연고 또는 관련 산업의 민간기업과 사회단체의 지원을 효과적으로 확보하는 것이 중요하다. 이를 위해서는 사회적기업이 거둔 사회적 가치의 객관적 평가가 전제된다.

2.2. 정부 인증 및 지원제도의 개선

먼저 고용노동부가 관장하고 있는 사회적기업 인증제도가 개선되어야 한다. 사회적기업의 전제가 되는 사회적 목적에 대한 해석을 정부의 한 부처가 독점하거나, 사회적기업의 지정이 곧 정부 지원이라는 등식 관계의 설정은 맞지 않다. 사회적기업의 표명은 자기주도적인 것이 원칙이지만 검증하더라도 민간 차원에서 다루어야 할 것이다.

정부의 지원도 사회적기업이라는 이유로 주어지는 것보다는 구체적인 활동내용과 경영상의 애로점에 대응하여 차별적으로 이루어져야 한다. 예를 들어 노동능력이 떨어지는 취약계층을 고용하는 기업에는 인건비의 부분적 지원이 타당하지만, 장애인·노약자에 대해 무상이나 염가의 사회서비스를 제공하는 기업에 제공서비스의 양에 상당하는 비용을 직접 지원할 수 있다. 바우처제도의 확대도 중요한 대안이다. 관공서·공기업의 사무용품이나 청소서비스 등에 대한 우선구매 등 보호시장을 제공하는 것도 업종에 따라서는 효과적이다.

이와 함께 중앙정부가 사회적기업을 직접 지원하고 감독하는 현재의 방식도 개선되어야 한다. 사회적기업에 대한 지원은 구체적인 활동에 대한 평가와 컨설팅을 병행하는 것이 바람직하므로 사회적기업 지원사업을 지자체나 지역의 중간지원조직에 이관하되, 중앙정부는 정책자금 확보와 함께 지자체의 전문성을 보완해 주는 것이 바람직하다.

2.3. 투자 활성화를 위한 방안 모색

사회적기업의 가장 큰 애로사항 중 하나는 투자자금의 확보 문제이다. 사회적기업이 이윤을 목적으로 하지 않기 때문에 통상적인 사적 자본이 투자되기는 어렵다. 따라서 정부의 투자에 의존할 수밖에 없는데 고용노동부가 지원하는 자금만으로는 사업운영과 확장에 필요한 고정자산 투자수요를 충족하지 못하고 있다.

이 문제에 대해 현장에서는 사업내용에 따라 농식품부나 지식경제부 등 관련 부처의 지원을 받을 수 있게 부처 간 지원대상의 벽을 없애달라는 요구가 많다. 부처 간 정책대상 배제나 중복의 문제는 지원사업의 지자체 이관과 함께 해결할 수 있다고 생각된다.

보다 근본적인 해결방법으로 정부가 모태펀드를 제공하여 이를 기반으로 민간의 사회적투자기금 조성을 유도하는 방법을 고려할 수 있다. 이와 함께 사회적기업이 생산하는 경제적 가치와 사회적 가치를 객관적으로 평가하는 성과평가 방법론이 확립되면, 전문성을 지닌 NGO나 기업이 사회적투자를 주도할 수 있는 기반이 구축될 것이다.

참고 문헌

- 곽선화. 2009. 2008년 사회적기업 성과 분석. 부산대학교.
- 김정원. 2009. “한국에서 사회적 경제의 새로운 조직화를 위한 제언.” 제10차 지역 리더포럼 『한국의 농촌형 사회적기업 확대전략』: 49-65. 지역재단.
- 김정원 · 진명숙 · 박순영. 2008. 『농촌형 사회적 일자리 발굴 및 모니터링과 귀농귀촌인 역량 DB 구축 연구』. (사)호남사회연구회.
- 김혜원. 2009. “한국 사회적 기업 정책의 형성과 전망.” 『동향과 전망』 75호. 74-108.
- 노대명. 2008. “한국의 사회적 기업과 사회서비스.” 한국보건사회연구원 『보건복지포럼』: 138호. 62-85.
- 박은희. 2009. 『대구경북 사회적기업을 통한 일자리 창출방안』. 대구경북연구원.
- 박진도 외, 2009, 농어촌형 사회적기업 육성방안 연구.
- 박찬임. 2008. “사회적 기업 창출 및 육성을 위한 과제.” 『노동리뷰』 43: 31-48.
- 신명호. 2009. “한국의 ‘사회적 경제’ 개념 정립을 위한 시론.” 『동향과 전망』 통권 75호: 11-46. 한국사회과학연구소.
- 엄형석. 2008. 『한국의 사회적 경제와 사회적 기업: 유럽 경험과의 비교와 시사점』. 실업극복국민재단 함께 일하는 사회 정책연구원.
- 우장명 · 윤병선. 2009. 『로컬푸드를 활용한 사회적 일자리 창출에 관한 연구』. 충북 개발연구원.
- 이광우. 2008. “지속가능한 사회적기업의 성공요인에 관한 연구.” 숭실대학교 박사학위논문.
- 이승규, 라준영. 2009. 사회적기업 가치 측정 및 평가. 함께일하는 재단.
- 이용탁. 2008. “사회적기업의 BSC모형 개발에 관한 연구.” 『사회적기업연구』 창간호.
- 이인재. 2009. “한국 사회적 기업의 쟁점과 전망.” 『동향과 전망』 75호
- 임찬성. 2008. “농업·농촌 기반 사회적기업에 관한 제언.”
- 장원봉. 2008. “한국 사회적 기업의 실태와 전망.” 『도시와 빈곤』 89: 46-74.
- 정원식. 2009. “사회적기업 성과 측정에 관한 연구: SROI모형을 활용한 측정사례를 중심으로.” 부산대학교 석사학위논문.

- 조성은, 백학용, 조광자, 김희연. 2007. 「취약계층 일자리 창출을 위한 사회적 기업 육성체계 구축방안」. 경기개발연구원.
- 지경배. 2008. 「강원도형 사회서비스 일자리창출방안 연구: 사회적 일자리와 사회적 기업을 중심으로」. 강원발전연구원.
- 최승호. 2009. 「충북 사회적기업의 발전 방안」. 충북개발연구원.
- European Commission for Agriculture and Rural Development, 2008, Rural Development Success Stories.
- Jiwa, Farouk. 2002. "Social Enterprise Models as Key Drivers for Community-based Agriculture." Honey Care Africa.
- McKinsey & Company. 2001. Effective Capacity Building in Nonprofit Organization.
- New Economics Foundation. 2002. *Supporting Rural Social Enterprises*.
- OECD. 1992. Business and Job in the Rural World.
- Pearce, John. 2003. "Social Enterprise in Anytown." London: Calouste Gulbenkian Foundation.
- Scott, Allen J. 1988. *New Industrial Spaces: Flexible Production Organization and Regional Development in North America and Western Europe*. London: Pion Limited.
- SERA(Social Enterprise Rural Alliance). 2010. *From Need to Opportunity: Building Vibrant Rural Communities*.
- Sharir, M., & Lerner, M. 2006. Gauging the Success of Social Ventures Initiated by Individual Social Entrepreneurs. *Journal of World Business*, 41(1): 6-20.

연구보고 R617-3

농촌지역 사회적기업의 성과 평가와 지원방안

등 록 제6-0007호(1979. 5. 25)

인 쇄 2010. 10.

발 행 2010. 10.

발행인 오세익

발행처 한국농촌경제연구원

130-710 서울특별시 동대문구 회기로 119-1

전화 02-3299-4000 <http://www.krei.re.kr>

인쇄처 크리커뮤니케이션

전화 02-2273-1775 cree1775@hanmail.net

ISBN 978-89-6013-220-7 93520

- 이 책에 실린 내용은 출처를 명시하면 자유롭게 인용할 수 있습니다.
무단 전재하거나 복사하면 법에 저촉됩니다.