

# 충남 사회적 경제 조직간 거래 활성화 방안 포럼



- 일시 : 2013. 3. 21(목) 13:00-16:00
- 장소 : 충청도청 소회의실(302호)
- 주최 : 충청도청, 충남발전연구원
- 주관 : 충남발전연구원

# 충남 사회적경제 조직간 거래 활성화 방안 포럼

- 일시 : 2013. 3. 21(목) 13:00-16:00
- 장소 : 충청남도청 소회의실(302호)
- 주최 : 충청남도청, 충남발전연구원
- 주관 : 충남발전연구원

# 진/행/순/서

◆ 개 회(13:00-13:05)

◆ 주제발표(13:05-14:05)

## - 사회적경제 조직간 거래활성화 방안

송두범 (충남사회적경제지원센터 센터장)

◆ 휴 식(14:05-14:20)

◆ 종합토론(14:20-15:50)

◆ 좌 장 : 최재권(천안협동사회경제네트워크 회장)

- 이계석 품앗이생협 정책위원장

- 박찬무 충남사회적기업협의회 부회장

- 박상우 충남사회경제네트워크 사무처장

- 박은범 위타연 대표

- 최명선 궁골식품영농조합법인

◆ 폐 회(15:50-16:00)

**발 표**

# **사회적경제 조직간 거래활성화 방안**

**송 두 범 충남사회적경제지원센터 센터장**

# 사회적경제 조직간 거래 활성화 방안



2013. 03. 21

- 01. 서론 / 4
- 02. 관련이론 및 정책검토 / 9
- 03. 국내외 사회적경제 조직간 거래사례 / 17
- 04. 충남사회적경제 조직간 거래실태 분석 / 21
- 05. 사회적경제조직간 거래활성화 방안 / 30
- 06. 결론 및 정책제언 / 38

# 01

## 서론

01\_1 연구필요성

01\_2 연구목적

01\_3 선행연구 검토

01\_4 연구내용과 방법



# 01. 연구개요

## 01\_1 연구필요성

- **2011년 전략과제 연구결과 사회적경제조직간 거래 필요성 제기**
  - “충남사회적경제실태와 활성화 방안 연구” 조사결과 사회적경제조직간 교류부족
  - 사회적경제조직간 거래 활성화 필요성 제기
- **2012년 충남도의 사회적경제정책 사업으로 계획**
  - 충청남도의 “사회적경제정책 추진계획(2012년)”의 신규사업으로 계획
  - 사회적경제조직간 거래 활성화를 통한 내발적 생태계 구축 및 경영환경 개선 등
- **사회적경제조직간 거래를 통한 상호부조시스템 구축 및 지속가능성 확보**
  - 사회적경제조직은 규모가 영세하고, 경영환경이 열악하여 개별적인 생존가능성이 낮음.
  - 따라서 사회적경제 조직간 거래, 협력, 협동, 연대를 통한 상호부조시스템을 구축함으로써 경쟁력 및 지속가능성을 확보
- **조직간 거래를 통해 사회적관계망 및 사회적경제블럭 형성**
  - 사회적경제조직간 호혜와 연대에 기초한 거래를 통해 사회적관계망 형성
  - 사회적경제조직간 거래는 수평적 협력체계를 강화함으로써 사회적경제블럭형성에 기여



# 01. 연구개요

## 01\_2 연구목적

- **충남내 사회적경제조직간 거래 실태 및 수준을 살펴보고, 거래활성화를 위한 사회적경제 조직의 자구노력 방안 및 정책적 시사점 도출**
  - 사회적경제조직간 거래가 어떤 형태, 어떤 수준에서 이루어지고 있는지를 분석
  - 사회적경제조직간 거래를 구성하는 요인을 추출하여 거래양상을 확인
  - 사회적경제조직 대표자들의 조직간 거래에 대한 의사 확인
  - 사회적경제 조직간 거래 활성화를 위한 방안 조직의 자구노력 모색, 정책적 시사점 도출



# 01. 연구개요

## 01\_3 연구범위와 방법

### ● 연구범위

- 공간적 범위 : 충청남도 전역(사회적기업, 예비사회적기업, 마을기업)
- 시간적 범위 : 2012년 기준
- 내용적 범위
  - 개별 사회적경제조직간 거래실태조사를 통한 거래내용 및 유형
  - 협의체 및 네트워크 실태분석을 통한 거래현황 및 수준
  - 사회적경제조직 인터뷰를 통한 거래내용 및 효과
  - 사회적경제조직간 거래활성화를 위한 방안 등

### ● 연구방법

- 문헌연구 : 선행연구 검토, 조직간 거래이론, 국내외 사례 등
- 설문조사 : 사회적경제 조직 중 사회적기업, 마을기업 대표자
- 사례조사 : 사회적경제협의체 및 네트워크 대표
- 인터뷰조사 : 사회적기업 및 마을기업 대표자

# 01. 연구개요

## 01\_4 선행연구검토

### ● 연구동향

- 기존의 기업간 거래연구는 대기업과 대기업, 대기업과 중소기업, 중소기업과 중소기업으로 구분
- 그러나 사회적경제조직간 거래를 직접적으로 연구한 선행연구는 찾기 어려움
- 따라서 기업간거래, 기업간전자상거래(B2B, e-business), 중소기업협동화 사업, 이업종교류(중소기업 융합)에 대한 선행연구 검토
- 기업간 거래와 관련한 선행연구를 검토한 결과 내부자원을 활용한 기업간거래는 정도의 차이는 있지만 매출성과 및 비용절감 등 사업체의 지속가능성 담보에 긍정적 영향을 미치는 것에 동의함

### ● 선행연구와의 차별성

- 선행연구와 차별성은 다음과 같음
  - 첫째, 연구대상 측면, 예비사회적기업 등 사회적경제조직 대상
  - 둘째, 연구내용 측면, 사회적경제 업종별 조직간 거래내용 및 수준분석

# 02

## 관련이론 및 정책검토

02\_1 사회적경제와 사회적경제조직

02\_2 기업간 거래이론 검토

02\_3 기업간 거래관련 정책검토

### 02\_1 사회적경제와 사회적경제 조직

#### ● 사회적경제의 정의

- 사회적경제는 학자, 국제기구, 국가마다 다양하게 정의
- **알룬사회적경제위원회(1990)**
  - 사회적경제는 구성원 또는 공익을 위한다는 목표, 경영, 자율성, 민주적 의사결정, 수익배분에 있어서 자본보다 사람과 노동을 중시하는 4가지 원칙을 따르는 협동조합, 상호공제조합, 민간단체에 의해 수행되는 경제활동

#### ● 사회적경제의 특성

- **조직운영**: 민주적 참여와 수익배분의 제한을 통한 사회적 소유 등 강조
- **경제활동**: 국가와 시장에서 미 충족된 사회서비스 제공과 일자리 창출
- **추구가치**: 시민적 가치, 평등과 형평성을 중심으로 사회의 재분배에 초점

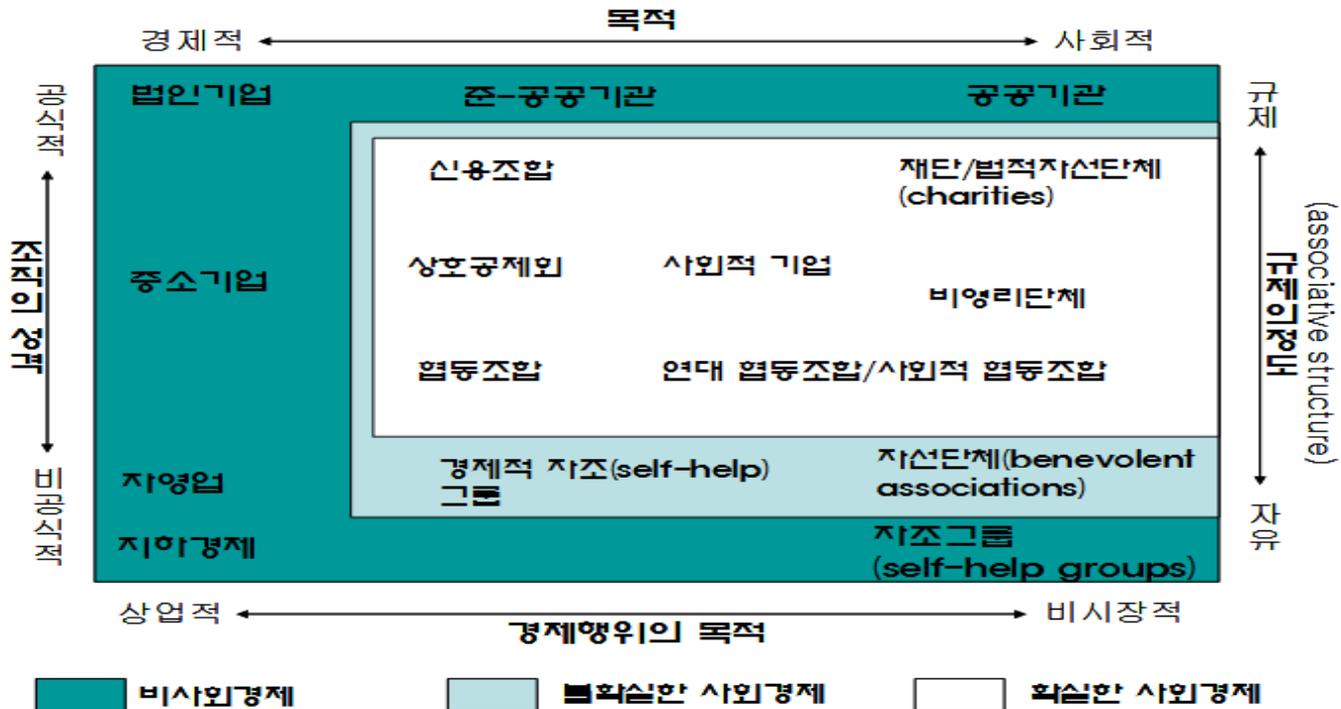


## 02\_1 사회적경제와 사회적경제 조직

### ○ 사회적경제조직

■ Ninacs & Toye(2002)

- 영미권 : 순수한 비영리단체(그림 오른쪽)
- 프랑스어 사용 유럽, 캐나다 : 협동조합, 신용조합, 상호공제조합이 중요(흰부분 왼쪽)
- 현재 : 흰부분 모든 조직 포함



## 02. 관련이론 및 정책검토

### 02\_2 기업간 거래이론 검토

#### ● 거래의 개념

##### ■ 거래의 사전적 의미

- 일반적인 의미의 거래는 상인과 상인, 상인과 고객사이에서 재화나 용역 등이 오고 가는 것
- 자산, 부채, 자본의 증감을 일으키고 수익이나 비용을 발생케 하는 모든 사항 또는 사상
- 거래란 자기에게 이익이 된다는 생각하는 것을 교환하는 행위

##### ■ 이 연구에서의 거래개념

- 사회적경제조직간 거래는 조직발전에 긍정적인 영향을 미칠 수 있는 조직간 단순거래에서 부터 공동시설 설치 및 이용, 공동판매 등 공동사업에 이르기 까지를 포괄하는 광의의 의미로 정의
- 즉, 단순정보의 교류, 인적 및 물적 교류, 자원교류, 기술 및 노하우 등 경험과 지식의 교류, 공동사업의 기획(공동개발, 공동교육, 공동마케팅, 공동물류 등), 거래플랫폼 구축(공동홈페이지, 공공판매망 등), 지역사회 연계망 확충(사회적기업협의회 등 연대활동), 지역사회 활성화를 위한 기금조성 등



# 02. 관련이론 및 정책검토

## 02\_2 기업간 거래이론 검토

### ● 기업간 거래에 대한 이론 검토

구 분	기업간 관계형성 목표	기업간 관계의 수단
자원의존이론	-중요자원 획득시 불확실성 감소 -조직력의 극대화	-외부환경과의 상호작용
사회교환이론	-보상의 극대화 및 비용의 극소화	-신뢰 -파트너십 관계
거래비용이론	-거래비용의 절감	-자산특이성 -불확실성 -거래빈도
네트워크이론	-상호경쟁력 강화	-새로운 가치창출 -전략적 네트워크

# 02. 관련이론 및 정책검토

## 02\_2 기업간 거래이론 검토

### ● 기업간 거래패턴과 효과비교

구 분	내부거래	외부거래			
	수직통합	협력거래			시장거래
		전속거래(A)	네트워크거래(B)	상대적비교우위	
거래비용감소	○	▲	△	A	●
거래안정성	○	▲	△	A	●
협력관계	○	▲	△	A	●
자산특수성	○	▲	△	A	●
규모/경제범위	○	△	▲	B	●
경쟁수준	●	△	▲	B	○
정보유출	●	△	▲	B	○
위험분산	●	▲	○	B	△
외부효과	△	▲	○	B	●
정보공유/학습	△	▲	○	B	●

주: ○ > ▲ > △ > ●

자료 : 이덕희 외, 기업간 거래유형이 생산성 향상에 미치는 영향, 한국은행, 2005.



# 02. 관련이론 및 정책검토

## 02\_3 기업간 거래관련 정책검토

### ● 기업간 거래 정책 비교

구 분	주요내용	지원방식
중소기업 협동화사업	-집단화(사업장, 부대시설) -공동화(생산, 연구시설, 창고 등) -협업화(기술 및 제품개발, 판매 등)	-자금융자(시설, 운전) -지도, 연수, 정보제공 등
이업종 교류사업 (중소기업융합)	-인적교류, 정보교환, 경영자원상호 이용 -공동연구개발, 신서비스개발, 설비 공동이용, 공장집단화 등	-과제개발 지원금 -융합전문가양성, 지원 -청년인턴지원 등
협동조합 공동사업	-생산, 가공, 수주, 판매, 구매, 보관, 운송 등 공동사업 등	-현장지원단 지원 -공동사업자금 지원 등
중소기업간 협업사업	-제품개발, 원자재구매, 생산, 판매 등 을 위해 협업체 구성	-협업자금지원 -컨설팅지원 -기술개발, 판로지원 등

## 02. 사회적경제와 상호거래에 대한 이론 및 정책

### 02\_3 기업간 거래관련 정책 종합

- **중소기업간 거래 정책이 주류형성**
  - 일반중소기업을 대상으로 거래 및 협업사업 추진
  - 중소기업 협동조합공동사업은 사회적경제조직간 거래로 분류 가능
- **중소기업의 부족자원해결 및 경쟁력 향상을 위한 목적으로 추진**
  - 자원부족으로 인한 한계극복하기 위한 수단으로 기업간 거래 추진
  - 경영자원 부족 및 규모의 경제 문제 해결하여 중소기업경쟁력 향상을 목적으로 추진
- **단순한 정보교류에서 시설집단화에 이르기까지 광범위한 거래영역 포괄**
  - 정보교류 등 기초적 교류에서 시설집단화 등에 이르는 광범위한 의미의 거래범위
  - 개별기업보다 정부의 자원 및 인력지원에 의존하는 형태의 거래
- **사업별 거래사업에 자체평가는 긍정적이나, 개별기업 성과분석 어려움**
  - 매출, 수익성, 고용, 가동률 등 재무적 성과에는 긍정적인 평가
  - 다만, 개별기업의 거래사업에 대한 기업의 정보유출 등을 우려한 실태분석의 어려움

# 03

## 국내외 사례

03\_1 원주 사회적경제 블록화 사업

03\_2 미에현 타키군 타키마을

## 03. 국내외 사례

### 03\_1

#### ○ 원주사례 : 원주사회적경제 불력화 사업

##### ■ 필요성

- 사회적경제조직의 지속가능성 확보를 위해 조직간 네트워크구성과 상호부조시스템 확립을 통해 '보호된 시장' 및 '연대의 시장' 구축

##### ■ 사업내용

- 조직간 인적, 물적 상호거래, 외부시장 연계, 상호출자, 공동사업추진, 교육 및 강사풀 구성 등 상호부조시스템 개발
- 물품 및 서비스 홍보, 판매를 위한 사회적경제장터(쇼핑몰) 구축
- 협동카드 등 통한 조합원 및 회원 서비스, 물품이용 독려방안 마련
- 사회적경제조직 지역공동물류체계 형성 및 협동기금 조성

##### ■ 시사점

- 내부시장 확대차원에서 공동사업 추진(로컬푸드 공동매장 협동조합 조직 등)
- 사회적경제조직간 상호출자가 활발하게 진행
- 일정 정도 상호거래 안착단계이나 시스템화 되지는 못함
- 상호거래 컨트롤타워 제공기능의 미흡
- 지역내 사회적경제조직간 거래활성화를 통한 조직간 호혜경제를 시도하는 모범 사례

## 03. 국내외 사례

### 03\_2

#### ○ 일본사례 : 미에현 타키군 타키마을사례

##### ■ 필요성

- 사회적경제조직들간의 거래 및 네트워크를 통한 사회적경제 비즈니스모델 창출

##### ■ 사업내용

- 고등학생이 운영하는 음식점과 지역내 다양한 조직들간의 연계를 통한 마을만들기
- 음식점과 자치단체와 공동상품개발 등 다양한 지역연계사업 전개
- 마을만들기활동가집단의 설립과 독자적 재원으로 프로젝트 기획 및 운영
- 학교와 지역중소제약업체가 제품을 공동개발하고, 음식점이 공동출자, 판매, 상담
- 고등학생의 활약을 마을전체가 지원하고 지역활성화를 위한 활동 확대
- 지역내 사회적경제조직이 사회적경제조직뿐 아니라 자치단체, 중소기업, 고등학교, 대학, NPO 등과 거래 및 연계를 통한 비즈니스모델 창출

##### ■ 시사점

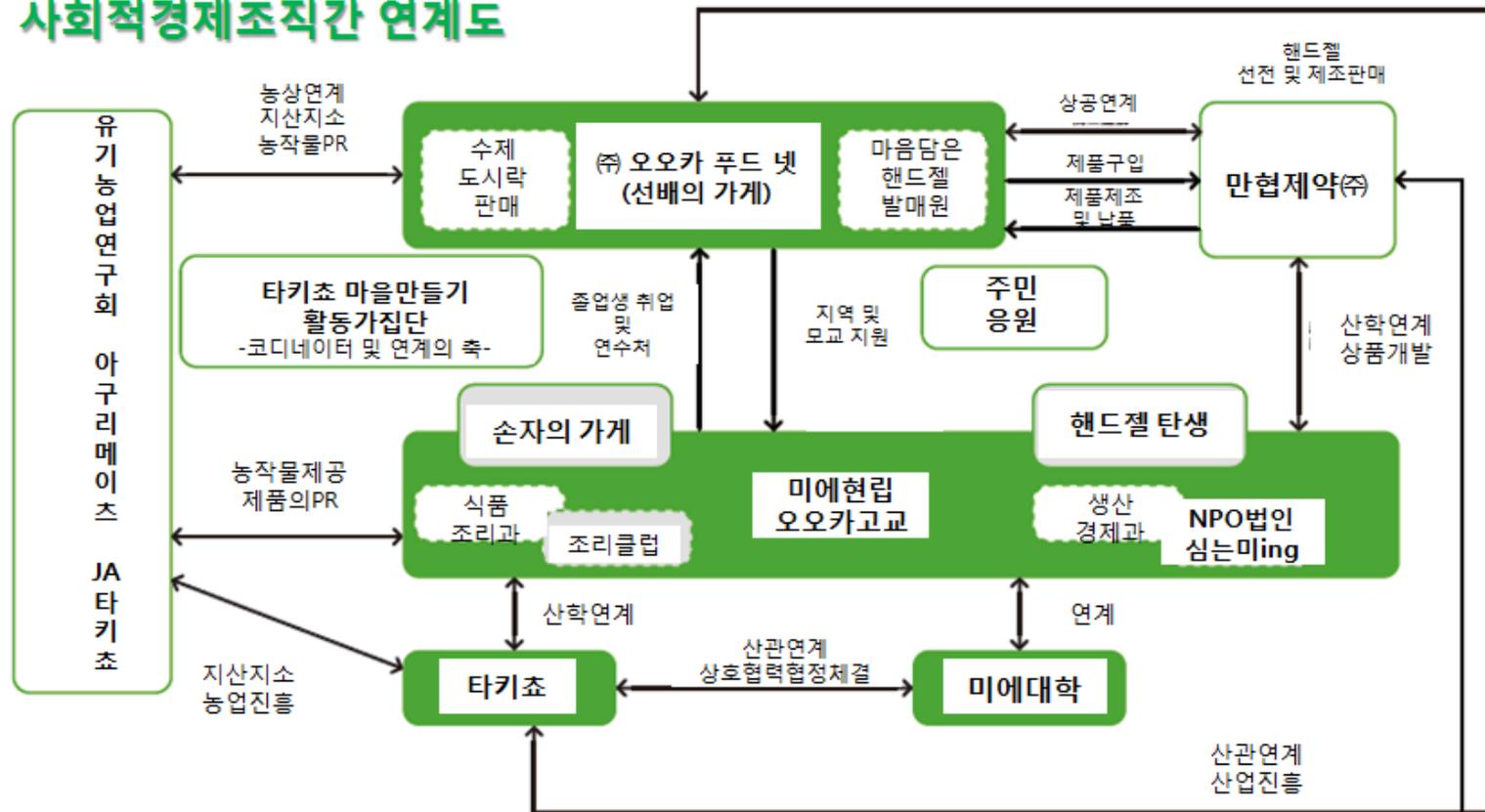
- 사회적경제조직이 새로운 사회적경제조직을 창출하는 순환구조
- 사회적경제조직과 지역중소기업간 공동상품개발, 공동판매활동 전개
- 사회적경제조직, 다양한 지역내 조직이 연대하여 지역활성화로 발전

# 03. 국내외 사례

## 03\_2

### 일본사례 : 미에현 타키군 타키마을사례

#### 사회적경제조직간 연계도



# 04

## 충남 사회적경제 조직간 거래실태 분석

04\_1 분석의 개요

04\_2 거래실태 : 설문조사

04\_3 거래사례 : 협의체 조사

04\_4 거래사례 : 기업 인터뷰

## 04. 충남사회적경제 조직간 거래 실태 분석

### 04\_1 분석의 개요

#### ○ 사회적경제 조직 거래실태 조사

- (예비)사회적기업(103개 업체) 및 마을기업(49개 업체) 등 총 152개 업체를 모집단을 대상으로 전수조사
- 조사항목은 이사회 임원의 활동지역 및 협력업체, 물품 구입처, 주 구입지역 및 구입조직, 상품 및 서비스 판매조직 및 구입지역, 가장 많은 판매지역 및 판매조직, 물품 및 서비스 판매유통 조직, 거래관련 요인의 경쟁력 등

#### ○ 협의체 거래사례 분석

- 충남사회적기업협의회 업종별 조직의 거래사례 분석
- 분석을 통하여 사회적경제조직의 거래 목적, 현황, 성과 등을 제시

#### ○ 거래기업 인터뷰

- 흥성유기농협동조합, 마을활력소, 한국도라지의 거래 및 지역사회 연대 내용을 심층 인터뷰 방식으로 분석
- 사회적경제 조직 간 진행되는 공동사업의 여부, 거래수준, 거래를 통한 예상효과, 거래를 시도할 때의 애로점등 분석



# 04. 충남사회적경제 조직간 거래 실태 분석

## 04\_1 분석의 개요

- 사회적경제 조직 거래실태 분석틀

구 분	실태조사	사례분석	인터뷰
조직간 거래의 비중	○		
물품 및 판매네트워크	○		
조직간 네트워크 현황	○	○	○
조직간 거래의 내용	○	○	○
거래의 공간범위	○		
조직간 신뢰	○		○
거래의 확장 가능성	○		
거래의 방해요소			○
거래를 통한 예상효과		○	○



**사회적경제조직간 거래 활성화 방안**



# 04. 충남사회적경제 조직간 거래 실태 분석

## 04\_2 거래실태: 설문조사

### ● 사회적경제 조직 간 거래 설문조사 결과 종합

구 분		사회적 경제조직	타 경제조직
사회적 경제조직의 신뢰도		보통(57.2%)	-
사회적 경제조직간 거래 확장 가능성		증가(35% 증가)	-
인적, 물적 거래의 내용	이사진의 활동조직	5.0%	95.0%
	물품구입조직	2.7%	97.3%
	상품 및 서비스 판매조직	2.9%	97.1%
물품 구매와 상품판매의 비중		구입>판매	구입<판매
거래가 이루어지는 공간적 범위		동일 시군	시군 이상의 공간범위
물품 및 판매네트워크		미형성	형성
조직간 네트워크		사회적 기업, 마을기업	마을청년 및 부녀회, 사회복지시설 및 기관
조직간 네트워크 주요내용		물품구매, 교육 및 행정지원	물품구매, 공간제공

- 실태조사 결과 사회적 경제조직 간 거래는 아직 미약하고 판매네트워크도 미형성 되어 있음
- 그러나 사회적경제 조직 간 거래 확장 가능성은 점차 증가함



# 04. 충남사회적경제 조직간 거래 실태 분석

## 04\_3 거래사례: 협의체 조사

### ● 충남사회적기업협의회 업종별 네트워크 거래현황

구 분	기업수	거래내용
건설주택분과	7개	정보공유, 자체컨설팅, 공동물류시스템 구축 및 공동기자재 구입 논의
돌봄분과	6개	정보공유, 실무자공동교육, 종사자 사기진착책 논의
로컬푸드분과	6개	공공부문 납품방안 논의, 안전한 먹거리에 대한 공동교육
영농-생산분과	9개	기초농법 및 유통교육, 피어컨설팅
영농-제조분과	15개	홈쇼핑, 인터넷쇼핑, 기획상품 공동제작, 기업간 원재료 거래
교육문화예술분과	8개	공공시장 납품, 공동프로그램 제작,
합계	51개	

- 업종별 조직들의 특성을 고려한 거래내용이 논의되고 있으나, 아직까지 초보적인 단계의 거래이고, 성장 및 성숙단계의 거래는 논의단계에 머무르고 있음



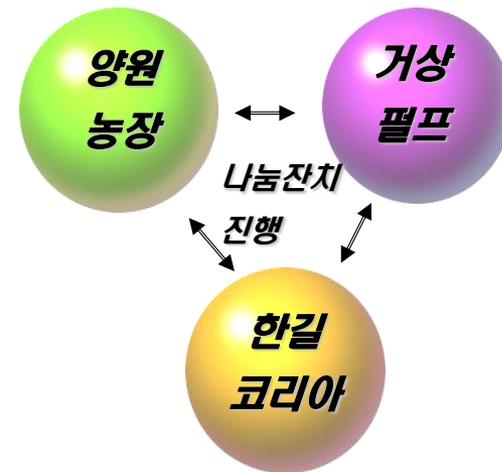
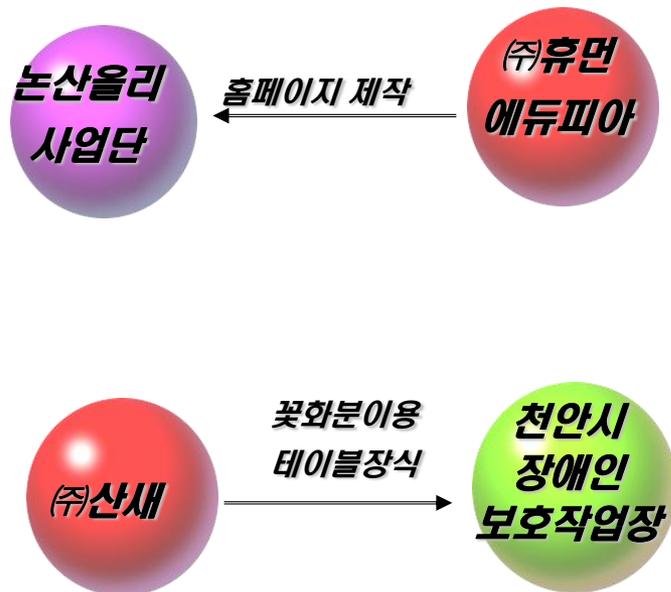
# 04. 충남사회적경제 조직간 거래 실태 분석

## 04\_3 거래사례: 협의체 조사

### 충남사회적기업협의회 회원기업 간 거래 현황

거래유형 1

- 초보적 거래



점차 강한 연대를 뜻함



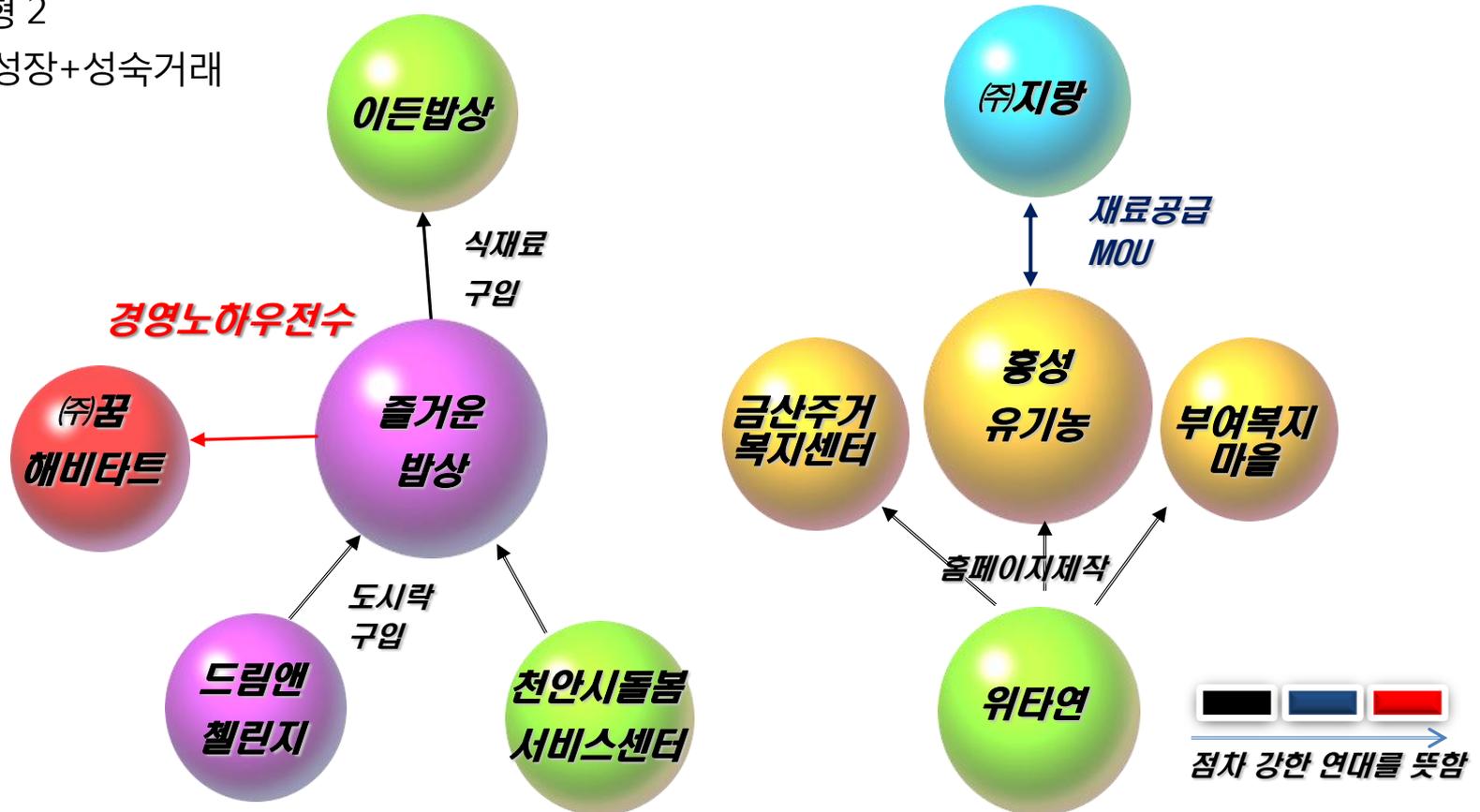
# 04. 충남사회적경제 조직간 거래 실태 분석

## 04\_3 거래사례: 협의체 조사

### 충남사회적기업협의회 회원기업 간 거래 현황

거래유형 2

- 초보+ 성장+성숙거래



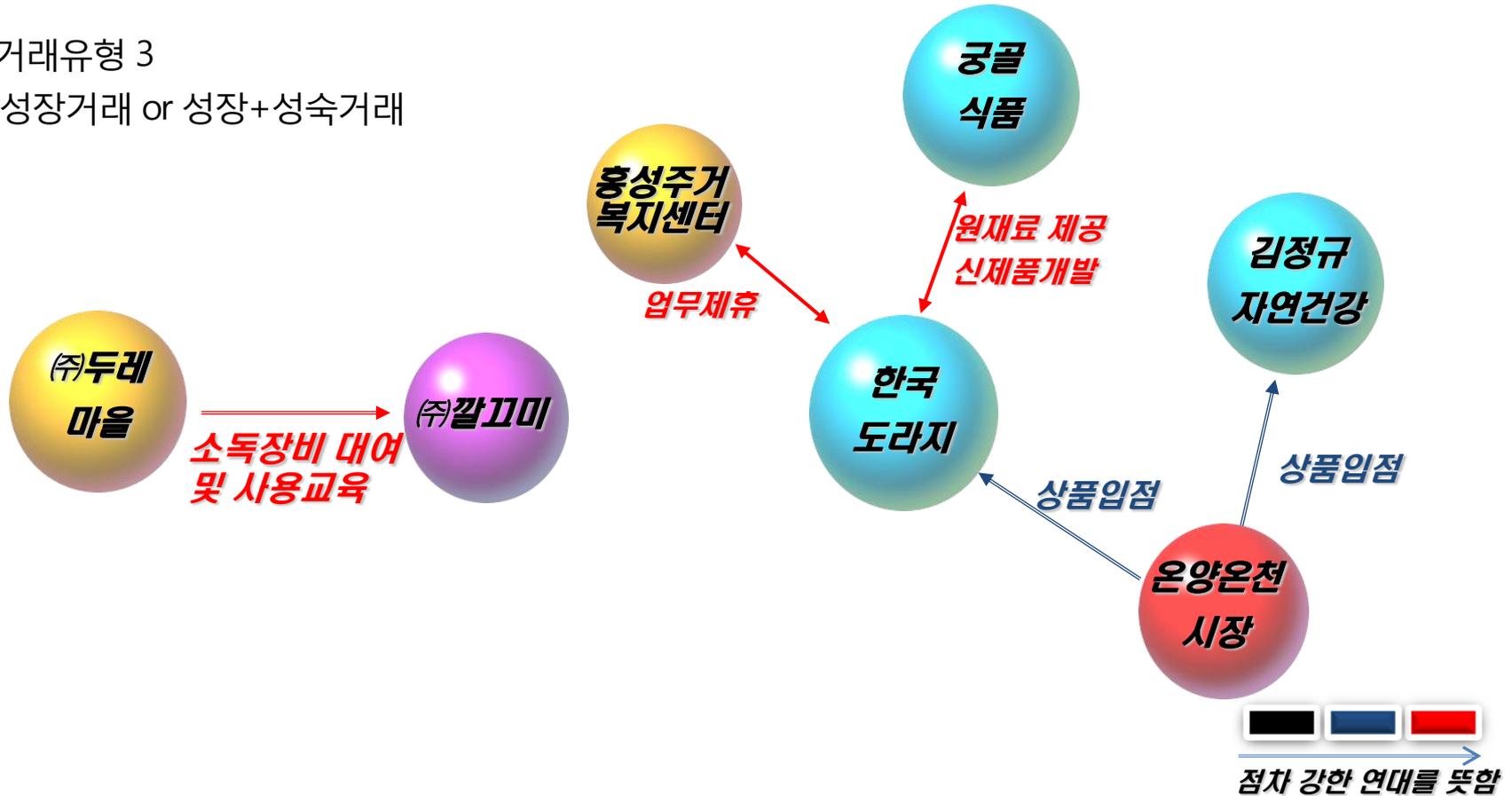


# 04. 충남사회적경제 조직간 거래 실태 분석

## 04\_3 거래사례: 협의체 조사

### 충남사회적기업협의회 회원기업 간 거래 현황

- 거래유형 3
  - 성장거래 or 성장+성숙거래





# 04. 충남사회적경제 조직간 거래 실태 분석

## 04\_4 거래사례 : 기업 인터뷰

### ○ 사례 인터뷰 결과

구분	홍성유기농영농조합	마을활력소	한국도라지
연대 네트워크 현황	다양한 사회적기업과 공동사업 중 (원료제공 및 공동작업)	통합된 네트워크 구축 중	원재료 제공 단계
조직간 거래의 내용	-지랑에 장아찌 원료 제공 -위타연과 벽화그리기 작업 -친농연과의 연대	-마을활력소 소속 단체에 공동회계 지원 -"홍동21.net" 통합 홈페이지 구축	궁골식품에 장류 생산 재료(도라지물엿) 납품
조직 간 신뢰	높음	매우 높음	연계 업체 신뢰
거래의 방해요소	-연대를 할 시간부족 -단가, 수익성의 문제	-마을단위 주체형성의 어려움이 있음 -사람과의 관계 문제	모일 수 있는 기회의 부재
거래를 통한 예상효과	-안정된 판로의 확보 -공공급식을 위한 공동 브랜드, 공동레시피 고민	마을단위의 네트워크 모델 확장	-도라지기술 등 지식기부 -충남을 아우르는 로컬푸드 시스템 개발

- 인터뷰 결과 다양한 수준에서 조직간 거래가 일어남을 알 수 있음
- 거래의 방해요소를 파악하여 이를 해결해주는 것이 연대를 원활히 할 수 있도록 해주는 것임
- 이러한 지원을 통해 개별적인 사회적경제 조직의 역량강화와 매출증대의 효과와 더불어 길게는 마을단위의 네트워크 모델 확장이나 로컬푸드 시스템 개발과 같은 성과가 기대됨

# 05

## 사회적경제 조직간 거래활성화 방안

05\_1 사회적경제조직 차원

05\_2 중간지원조직 및 협의체 차원

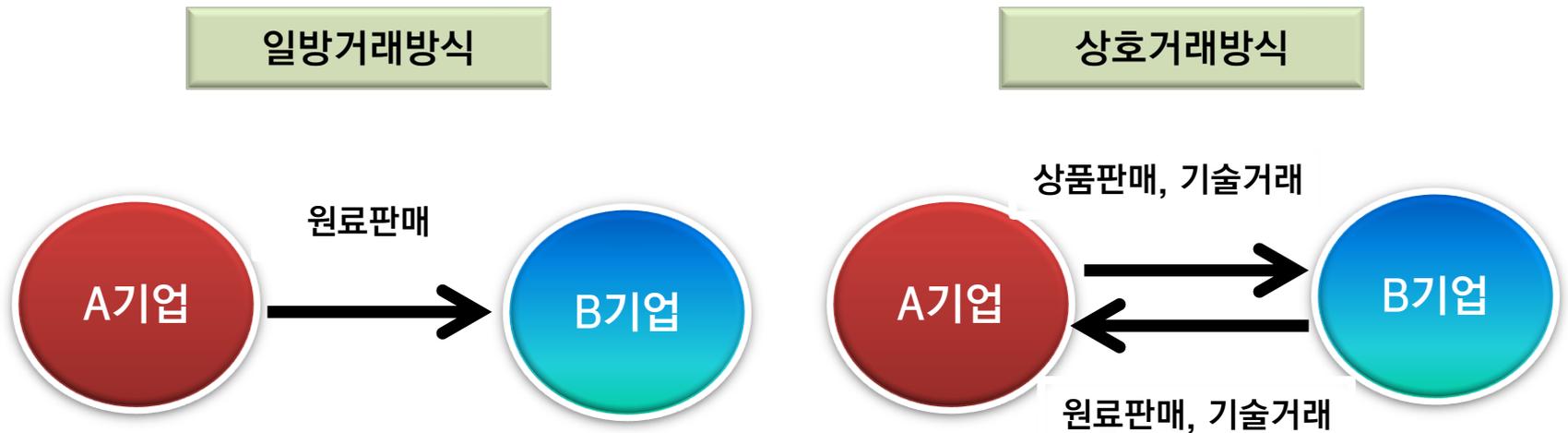
05\_3 총남도 및 시군 차원

# 05. 사회적경제조직간 거래활성화 방안

## 05\_1 사회적경제 조직 차원

### ● 일방거래방식에서 상호거래 방식으로 전환을 통한 협력적 관계 형성

- 분석결과 사회적경제조직간 거래방식은 주로 일방적 거래방식에 머물고 있음.
- 즉, 원료의 구입이나, 제품의 판매와 같은 일방적인 거래방식이 대다수임
- 따라서, 조직 상호간에 주로 받는 거래방식을 통해 협력적 관계 형성
- 예) 조직 상호간 원료구입, 상품판매 등을 통해 상호의존적, 협력적 관계 형성



# 05. 사회적경제조직간 거래활성화 방안

## 05\_1 사회적경제 조직 차원

- 유사한 업종의 조직간 **초보적인 거래로 시작하여 지속적 거래경험 축적**
  - 분석결과 사회적경제조직간 거래는 유사업종간, 단발적인 거래 행태를 보임
  - 이는 유사한 업종의 조직간에는 상호보완적 거래필요성이 타업종에 비해 더 큰 것을 의미
  - 또한, 지속적 거래 행위가 발생하지 않을 경우 거래수준이 진화될 수 없음
  - 따라서, 유사업종간 거래에 우선순위 두고, 지속적 거래가 이루어질 수 있는 거래생태계를 조성함
  - 예) 사회적기업협의회, 마을기업협의회 등 협의체 내에서 동종업종간 거래를 유도하되, 초보적 거래로 상호이익 경험을 축적한 다음, 거래에 흥미를 유발한 후, 지속거래로 유도
  
- **명확한 거래목표를 설정하고 계획적 거래추진**
  - 분석결과 사회적경제조직간에는 상호 필요한 최소한의 내용을 느슨한 거래방식으로 거래함
  - 이러한 거래내용 및 방식은 지속적인 거래로 발전할 가능성이 낮음
  - 따라서 거래의 내용과 목적, 방식이 구체적이고 역할이 명확하게 설정한 상태에서 계획적인 거래를 추진할 필요가 있음.
  - 예) 기술보유 조직과 원료조달 조직간 거래의 경우 공동상품의 개발, 공동특허 출원, 공동판매를 통한 상호매출 증대 등 구체적인 목표와 조직별 역할 등을 합의한 후 계획적으로 추진

# 05. 사회적경제조직간 거래활성화 방안

## 05\_2 중간지원조직 및 협의체 차원

### ● 사회적경제 조직간 거래필요성에 대한 인식교육

- 분석결과 사회적경제조직간 거래규모는 미미하고, 거래수준 역시 초보적인 단계임
- 일반적으로 사회적경제조직은 규모의 영세성, 자원부족, 경영능력 부족 등의 측면에서 취약함
- 그러나 사회적경제 조직간 교류, 협력, 협업 등의 거래를 통한 경쟁력 강화필요성에 대해 충분한 인식을 가지고 있지 못함
- 따라서, 조직간 거래시스템 속에서 개별조직의 역량 및 경쟁력을 강화할 수 있다는 점을 인식
- 예) 중간지원조직을 통한 거래필요성 및 효과에 대한 교육추진, 피어컨설팅 강화 등



**사회적경제조직**  
(협동조합, 사회적기업, 예비사회적기업, 마을기업, 자활기업, 로컬푸드조직 등)

# 05. 사회적경제조직간 거래활성화 방안

## 05\_2 중간지원조직 및 협의체 차원

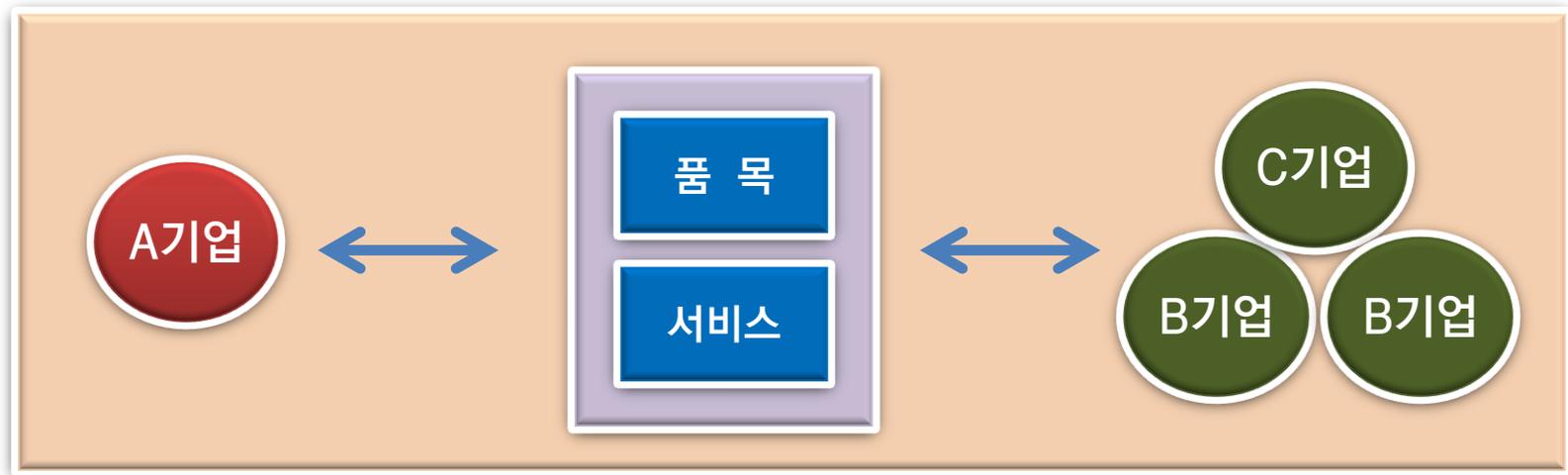
### ● 거래가 필요한 개별기업 선정, 거래가능 품목과 서비스 발굴하여 거래유도

- 기업의 독자적 발전보다는 거래를 통해 더 많은 시너지 효과를 창출할 수 있는 기업을 선정
- 거래 가능한 품목 및 서비스를 발굴하여 기업간 거래를 유도
- 중간지원조직 및 협의체는 거래필요 및 거래가능 기업의 운영에 대해 숙지하고, 기업주체들과도 충분한 논의과정을 거쳐 추진

거래필요기업선정

거래가능품목 및 서비스 선정

거래 가능한 기업선정



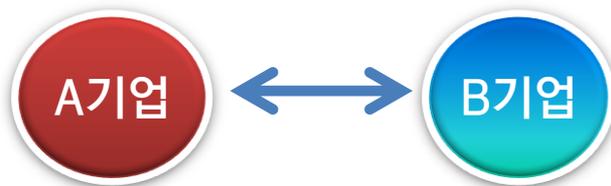
# 05. 사회적경제조직간 거래활성화 방안

## 05\_2 중간지원조직 및 협의체 차원

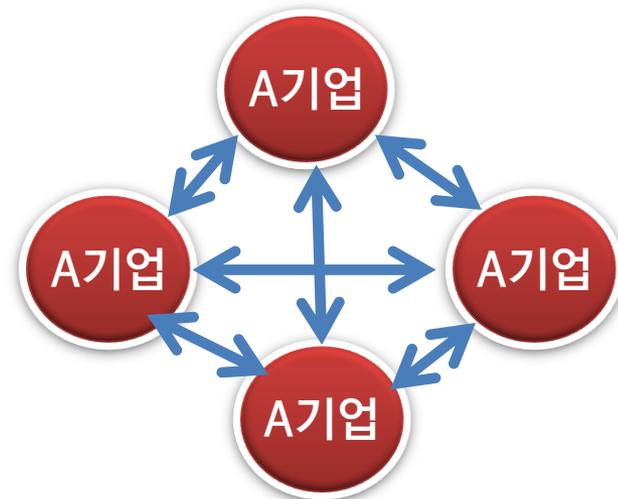
### ○ 양자간 거래방식에서 다자간 거래방식으로 유도

- 분석결과 상당수가 사회적경제조직간 양자거래로 종결되는 거래방식을 보임
- 이는 지금까지 조직의 거래수요의 발굴이 대부분 개별조직에 의존하는 형식으로 이루어진데 기인
- 즉, 지금까지 조직간 거래가 개별기업간 이해관계 속에서 주먹구구식으로 이루어짐
- 따라서 중간지원조직을 중심으로 다자간 거래를 위한 거래수요 발굴, 교육, 컨설팅 등을 제공함..
- 예) 사회적경제조직을 대상으로 거래수요조사, 집단컨설팅 등을 정기적으 추진

양자간거래 방식



다자간거래방식

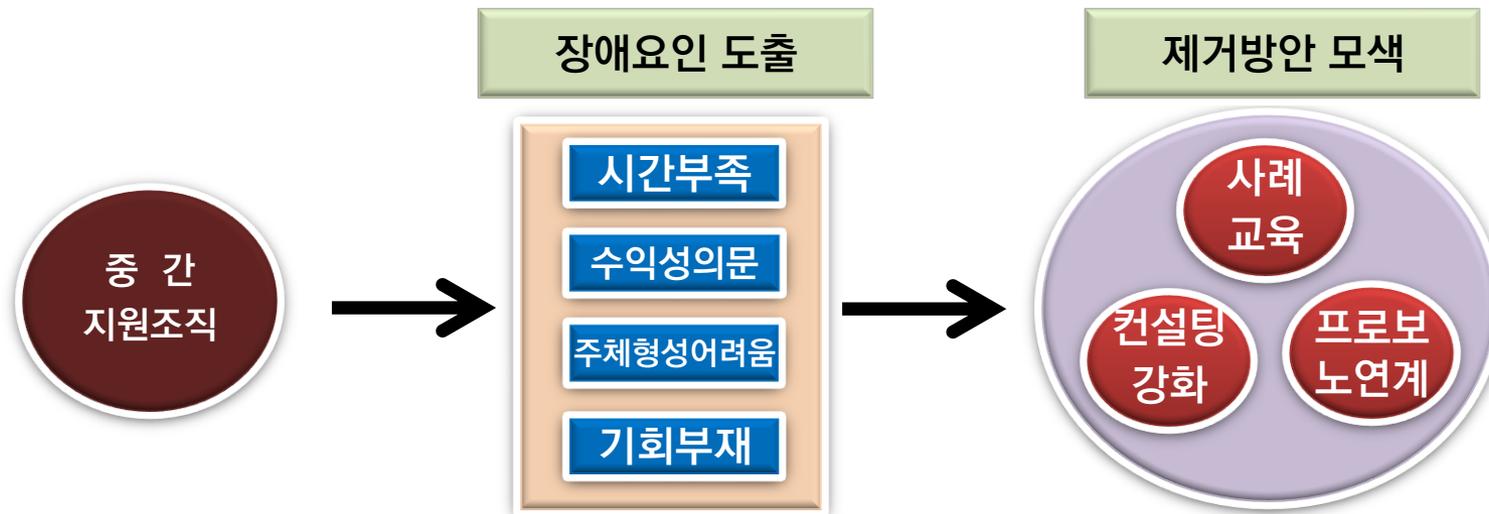


# 05. 사회적경제조직간 거래활성화 방안

## 05\_2 중간지원조직 및 협의체 차원

### ● 개별기업의 거래장애요인 도출 및 제거방안 모색

- 분석결과 사회적경제조직은 거래주체형성 문제, 수익성, 시간부족 등의 거래장애요소를 제기
- 즉, 거래의 필요성을 인식하지만, 실제 거래를 구체화하기에는 다양한 장애요인이 상존함을 표출
- 따라서, 중간지원조직 및 협의체는 개별기업의 거래장애요인을 도출하고 제거방안을 모색을 위한 거래와 관련한 개별기업 컨설팅을 강화, 사례교육, 마케팅관련 전문 기관과 프로보노 연계 지원



## 05. 사회적경제조직간 거래활성화 방안

### 05\_3 충남도 및 시군 차원

#### ○ 사회적경제조직간 거래활성화 에 대한 재정지원

- 앞서 검토한 중소기업 협력, 협업사업에 대한 정부차원의 다양한 지원정책이 존재함
- 지방자치단체 차원에서도 사회적경제조직간 거래가 활성화 될 수 있도록 재원지원이 요구됨
- 재정지원은 직접적인 지원보다는 거래활성화를 위한 정보제공, 교육, 벤치마킹, 시군단위 사회적경제 민간네트워크 육성, 계획수립 등 간접지원 방식이 바람직함
- 현재 “충남사회적경제육성지원조례” 제12조에는 ‘사회적경제조직간의 상호부조, 공동사업 촉진을 위한 사회적경제민간네트워크 구축 및 활동’을 지원할 수 있도록 규정되어 있음.

#### ○ 사회적경제조직간 거래를 위한 On-Off Line 공간 제공

- 사회적경제조직간 거래를 활성화하기 위해 상품을 판매하는 온라인-오프라인 공간을 넘어서 정보 교류와 같은 초보적 거래에서 거래에 따른 세무, 회계컨설팅, 공동판매 및 시설운영 등과 같은 성숙된 거래까지 포괄하는 장의 마련이 요구됨
- 도청 또는 시군청, 공공기관에 “충남 사회적경제 플라자”(가칭)을 설치 운영을 지원함
- 오프라인 공간과 함께 온라인 충남 사회적경제 플라자를 동시에 설치운영을 지원함
- 다만, 현재 농사랑 인터넷쇼핑몰내 판매를 위한 온라인공간은 그대로 유지해도 무방함

# 06

## 정책제언

## 06. 결론 및 정책제언

### ○ 요약 및 결론

- 사회적경제를 주류경제시책으로 도입을 시도하는 충남도는 사회적경제 영역의 확대 및 민간주도 사회적경제 생태계 구성에 정책의 우선순위를 두고 있음.
- 본 연구는 충남도의 사회적경제영역의 확대를 위해 사회적경제조직간 거래실태를 분석하고 활성화 방안모색을 시도되었으며, 개별 사회적경제조직에 대한 거래실태조사, 거래사례분석, 인터뷰조사를 실시하였음
- 분석결과 충남의 사회적경제조직간 거래는 초보적 단계에 머무르는 미미한 수준이나, 그 필요성 및 거래의 확산가능성은 증가하고 있으며, 협의체 및 네트워크 내에서 거래논의 및 거래가 시도되고 있어 이의 활성화를 위한 지원이 요구됨.

### ○ 정책제언

- 사회적경제 영역의 확대를 통한 '보호된 시장'을 조성하기 위해서는 자치단체 - 중간지원조직 - 협의체 등이 참여하는 사회적경제조직간 거래지원 시스템을 구축할 필요가 있음.
- 이 연구결과는 사회적경제조직간 거래확산의 필요성, 거래확산을 위한 개별조직 - 자치단체 - 중간지원조직 - 협의체의 역할, 거래활성화 방안을 제시한 기초연구로서 활용가능
- 사회적경제조직간 거래가 개별기업의 경쟁력 및 지속가능성으로 연결되기 위해서는 충남도와 시군 등 사회적경제 주체들의 제도, 행정, 재정지원을 통한 실천의지가 관건임



사회적경제 조직간 거래 활성화방안 연구

감사합니다

# 종합토론

토론문

**사회적경제 조직간 거래 활성화  
방안에 대하여**

이계석 품앗이생협 정책위원장

# 사회적경제 조직 간 거래 활성화 방안에 대해서

이계석 (품앗이 생협 정책위원장)

사회적경제 조직 간 거래 활성화에 대한 연구는 분명 참신한 새로운 시도으로써 의미 있는 작업임이 분명하다. 특히 관련 연구가 많지 않은 가운데, 사회적경제의 블록화 내지는 생태계 조성을 위한 구체적인 사업 구상의 제시와 사회적경제 구성원의 혁신적인 인식 개선의 필요성을 제기한 것은 그 시도만으로도 이미 매우 뜻 깊은 연구라 아니할 수 없다.

그러나 또한 사회적경제 생태계 조성을 위한 새로운 연구인만큼 이후의 지속적인 연구를 위해서 연구의 관점이나 방법론 등에 대해 적절성을 올바르게 평가하는 것 또한 중요하다. 그런 면에서 이번 연구의 성과와는 달리 아쉬운 점을 몇 가지 지적하고자 한다.

## ■ 연구의 관점과 방법에 대하여

우선 “충남 사회적경제 조직 간 거래 활성화”가 충남 사회적경제 블록화 내지 생태계 조성에 어느 정도 위치를 점하고 있으며, 비중과 역할이 어떠한지가 구체적으로 정리되었으면 맥락을 이해하기가 더 쉬웠을 것 같다. 또 대부분의 사회적경제 조직들에게 여러 문제가 있지만 가장 심각한 문제 중의 하나가 판로 확보인데 실천적인 의미에서 사회적경제 조직 간의 거래만으로는 목마름을 해결하기 어려운 점이 있었을 수도 있다.

다음으로 연구의 목적이 실천적 대안을 모색하는 것이라 할 때, 이번 연구는 충남의 사회적경제 조직 간의 거래 실태는 잘 분석하였지만, 개별 사회적경제 조직의 거래 여건과 실태, 그리고 접근성과 욕구에 대한 분석이 부족해 보인다. 그래서 사회적경제 조직 간의 물품 구입 조직이 2.7%, 상품과 서비스 조직이 2.9%에 불과한 것으로 나와 있고, 거래가 미약하고 일방적이라고 표현되어 있지만, 왜 그러한가는 설명이 부족하다. 보다 구조화되고 심층적인 조사 연구를 통하여 문제의 원인과 해결책이 분명히 제시될 필요가 있다.

그리고 충남의 사회적경제 조직들은 아직 하나의 생태계로 유기적 관계가 형성되어 있기 보다는 개별적이라고 볼 수 있다. 따라서 사회적경제 생태계를 조성하려면 자발성도 중요하지만 한편으로 계획적이고 의도적인 접근이 필요할 수밖에 없다. 그런데 의도적 접근의 내용으로 연구에 나와 있는 일방적 거래방식에서 상호거래 방식, 또는 유사한 업종 간의 지속적 거래 경험 축적, 명확한 거래 목표 설정 등의 언급은 각각의 사회적경제 조직이 가지고 있는 고유성과 특성을 살리지 못한, 일반적이고 평면적인 언급이라는 생각이 든다.

조직들이 사업 분야의 차이도 있지만 생산 조직과 서비스 조직, 그리고 유통 조직을 구분하여, 서로의 기능과 역할 가능성에 대해 서로 다른 분석틀을 가지고 분석하여, 서로가 서로에게 필요한 것이 무엇인지 어떤 점을 보완해야 하며, 조건과 내용을 어떻게 충족시킬 것인지를 구체적으로 분석하는 것이 보다 실질적으로 활성화할 수 있는 방안을 찾는 지름길이 될 수 있었다고 본다.

마지막 문제는 지역의 범위 설정의 문제이다. 충남 전역을 놓고 거래, 협력을 논하다보니 일부를 빼고는 일반적으로 사회적경제 조직 간의 실제적인 접근성이 많이 떨어진다. 사회적경제 생태계의 범위는 인위적인 행정구역보다는 상호 관계를 가질 수 있는 시간, 거리, 그리고 사업적 연관성으로 결정되어야 한다.

연구에서 제시하고 있는 일본이나 원주의 사례들도 지역의 범위가 일상적으로 쉽게 접근할 수 있는, 충남으로 말하자면 시 군 단위 지역이라는 것을 유의할 필요가 있다. 실제로 일본의 경우 로컬푸드를 보면 생산과 판매, 브랜드 공유 등이 우리나라로 이야기하자면 읍, 면을 기본으로 하고 있으며, 심지어는 리나, 동 단위로 세분화되어 있는 것을 볼 수 있다.

따라서 조사 연구는 충남을 하나의 대상으로 하기보다는, 군 단위 별로, 아니면 최소한 충남을 연관성에 따라 몇 지역으로 나누어 권역화해서 이루어졌어야 한다고 본다. 물론 홍성지역을 별도로 집중하여 조사 분석하긴 하였지만 사회적경제가 활성화되지 못한 지역이나 중간 단계의 지역도 같이 조사하여 비교했으면 더 좋은 성과가 나오지 않았을까 생각한다.

## ■ 실천적 제안

연구 논문에 이미 훌륭한 제안들이 많고, 또 새로운 이야기도 아니지만 두 가지만 제안하고자 한다.

이번 연구가 사회적경제 생태계를 구성하는데 있어 보다 실천적인 의미를 띠려면 놓치지 말아야 할 것이 있는데, 무엇보다 중요한 것은 제품 및 서비스의 품질 관리이다. 이 연구에서도 상품 및 서비스의 자율 규제 시스템 구축을 언급하고 있다. 그러나 자율 규제시스템이 올바르게 정착될 때까지는 보다 적극적으로 품질에 대한 인증제를 구축하여 관리를 엄격하게 할 필요가 있다. 사회적경제에 있어서 제품의 품질은 생산자가 소비자에게 전하고자 하는 가치의 제안 방식이자, 소비자가 생산자에게 보내는 신뢰의 척도이다. 관계와 품질은 동일시 될 수밖에 없다. 그런데 많은 사회적경제 조직 제품들의 품질이 떨어지는 경우가 많다. 실제로 유통시키기 어려운 품목들도 많다. 사회적경제 조직일수록 모든 어려움을 품질로 극복하려는 노력이 필요하다.

제품의 품질 기준은 먹거리의 경우 맛, 신선도, 안전성, 가격을 바탕으로 구매 편리성을 고려해야 하고, 공산품의 경우 이용 편리성(문화적 접근성), 가격, 디자인, 안전성 등을 고려해야 한다.

그리하여 이를 바탕으로 공동 브랜드화를 해야 하는데, 이 때 브랜드화는 관계망 형성을 위하여 마을을 기본으로 가능한 한 지역의 범위를 작게 잡는 것이 효과적이다.

다음으로는 판로의 확장이다. 충남은 가까운 곳에 대전이라는 큰 소비시장이 있다. 그런데 이 소비시장이 특히 사회적경제 측면에서 방치되고 있다. 충남의 사회적경제 시장을 행정구역으로 한정 지을 필요는 없다. 실제로 대전에는 충남의 사회적경제와 밀접한 연관을 갖고 거래하는 사회적경제 조직이 있다. 또 반대로 충남 내의 사회적경제 조직 간에도 상호 관련성을 찾아보기 힘든 조직들이 있다. 충남의 사회적경제 조직의 70%가 농산물 분야와 관련이 있다. 소비 도시인 대전은 충남 농산물의 주요 시장일 수밖에 없다. 즉 대전과 충남이 하나의 호혜시장이며, 사회적경제 생태계를 이룰 수 있다. 그런데 충남은 이에 대한 판로 개척은 소극적인 것으로 보인다. 충남 사회적경제의 인프라가 제아무리 잘 구축되어 있어도 소비시장이 없으면 소용이 없다. 충남 사회적경제 조직 간의 거래 활성화만으로는 사회적경제 시장이 구축이 어렵기 때문이다.

토론문

# 사회적경제 조직간 거래활성화에 대하여

박찬무 충남사회적기업협의회 부회장

# 사회적경제 조직 간 거래 활성화 방안에 대하여

박찬무 (충남사회적기업협의회 부회장)

## I. 서론

사회적경제 조직간 거래 활성화 방안 연구에서 원주사례를 말씀해 주셨습니다. 사회적경제조직 지역공동물류체계 형성 및 협동자금 조성의 경험이 있었는데 우리지역에도 반드시 필요한 사례라 생각합니다. 우리 도는 사회적경제 주체들간에 너무나 모릅니다. 도 시책 사업으로 전시판매전, 활동가대회 등을 기획하여 모일 수 있는 공간을 마련하고 사회적기업협의회, 마을기업협의회 등 당사자조직이 만들어져 있습니다. 또한 통합지원센터는 어느 지역 못지않게 사회적경제의 지향을 뚜렷이 하며 활동하고 있습니다. 충남연 사회적경제지원센터는 이론적 토대를 뒷받침하는 역할을 톡톡히 해내고 있습니다. 충남도의 사회적경제 담당공무원들도 헌신적인 활동을 보이고 있습니다.

그래서 오히려 독 일까요?

수동적인 자세에 대한 문제제기입니다. 무엇이든지 내가 하고 싶은 일을 주체적으로 할 때 성과가 나는 법인데 받는 것에 익숙하다 보니 체질이 약해져 있습니다. “무엇을 할 것인가?” 가 아니라 “무엇을 요구할 것인가?” 가 우선인 것이죠. 물론 일반화 할 생각은 없습니다. 그렇지 않은 조직들도 많으니깐요.

거래활성화는 곧 사회적경제조직의 지속성에 대한 접근일 것입니다. 그런데 이 지속성에 대한 문제는 단순히 오늘 주제인 조직간 거래 활성화가 궁극적인 것이 아니라 전반적인 사회적경제 조직들이 가지고 있는 약점을 극복하는 과정도 포함되어야 효과가 있을 것입니다. 습관이 하나 있습니다. 저는 불편하지만 이것을 얘기하지 않는다면 연구원에서, 행정에서, 중간지원조직에서, 협의회에서 얘기하는 것들이 공염불일 수 있다는 판단이 들어서입니다.

후배 사회적기업은 선배 사회적기업에게 사업계획서며 기타 업종에 관련한 세부내용을 공유 하는 것에 대해 너무나 당연스럽게 요구합니다. 또한 네트워크를 통해 가져갈 것만 가져가고 이후에는 입 닦는 케이스도 있습니다. 사회적기업으로써 자존심을 지키려 했고 지향을 함께 하기 위해 다 내주었던 선배기업은 얻은 것이 없습니다. 이렇듯 연대의 기풍이 없는 상태에서 조직간 거래 활성화가 가능할지 의문이 듭니다.

## II . 발제에 대한 토론

사회적경제조직간 거래활성화 방안에 대해 사회적경제 조직차원, 중간지원조직 및 협의체 차원, 중남도 및 시군 차원에서 바라보셨습니다. 활성화를 위한 대안으로 제안들은 현실화 해야겠지만 저는 좀 더 당사자의 입장에서 생각해 보았습니다.

발제자가 9쪽에서 사회적경제의 특성을 정의하셨습니다.

조직운영 : 민주적 참여와 수익배분의 제한을 통한 사회적 소유 등 강조

경제활동 : 국가와 시장에서 미 충족된 사회서비스 제공과 일자리 창출

추구가치 : 시민적 가치, 평등과 형평성을 중심으로 사회의 재분배에 초점

현재 117개의 사회적기업만 놓고 봐도 이 세 가지의 특성에 부합하는 곳이 많지 않은 편입니다. 굳이 여기서 사회적기업을 왜 언급하냐면 사회적경제의 특성을 이해하느냐 못하느냐에 따라 네트워크의 필요성을 인식하느냐? 내부거래를 통한 동반성장의 필요성을 인식하느냐? 사회적경제 블록을 만드는데 하나의 벽돌이 될 생각이 있느냐? 하는 것이 결정되기 때문입니다. 27쪽, 28쪽에서 조직간 거래실태를 분석한 그림에 나오는 기업명은 지역에서 네트워크에 활발한 기업들입니다. 핵심 리더기업들도 포함되어 있습니다.

결국 사회적기업으로서의 사회적책무에 대해 인지하고 있고 사회적경제블럭화에 대한 인식이 있는 사회적기업들이 네트워크도 하고 도움도 주고 도움도 받는다는 것입니다. 다시 말하면 높은 질의 사회적기업을 만들어 내는 것이 시급한 과제라 말할 수 있는 것입니다.

보조금으로 재정지원이 되는 사업은 행정에서 지도감독을 하게 됩니다. 이것은 국민이 낸 세금이 적절하게 사용되게 하기 위함입니다. 100개를 만들어서 나중에 20개만 남는 상황과 50개를 만들어서 30개를 남기는 상황에 대해 어느 것이 더 효율적인지 추측이 가능하리라 생각합니다.

## ▪ 거래활성화를 부흥시키기 위한 몇 가지 제안

- 신규 또는 재지정시 내부거래실적을 심사항목으로 활용 할 필요가 있습니다.
- 공동사업에 대한 좋은 선례를 남겨야 합니다. 공동 사업으로 무언가를 하려면 그만큼의 만남이 있어야 합니다. 자연스런 네트워크가 될 것입니다. 천안지역의 기업들이 연합하여 중부방송과 방송촬영 계약을 추진하고 있습니다.

- 광역물류사업단을 만들어야 합니다.

내부거래 활성화의 기본 조건이며 스타 사회적기업을 만들 수 있다는 전망이 있습니다. 거래라고 하는 것의 생명은 정확한 정보입니다. 소비자 또는 생산자가 매칭될 수 있는 데이터베이스가 축적되어야 하는데 중간지원조직 및 협의회의 취합 수준으로는 부족하다고 생각합니다. 이러한 어려움 때문에 공공구매, 조달에 함께하고 싶어도 접점이 만들어 지지 않고 있습니다. 물류거점 기업의 설립이 대안이 될 수 있습니다. 이미 구축되어 있는 기초지자체의 택배자활기업들과 연계하면 보다 사회적경제다운 모델을 만들 수 있을 것입니다.

- 행정의 우선 모범사례를 만들 필요가 있습니다.

백문이 불여일견입니다. 장애인보호작업장에 운영을 위탁한 도청의 커피숍과 천안 의료원이 사회적기업에 위탁하여 운영하는 매점과 커피숍은 좋은 예입니다. 언론에 노출시키기도 좋습니다. 식당, 청사청소 및 경비용역위탁은 미처 준비하지 못한 예입니다. 사회적경제 생태계구성이 핵심 사업임에도 이것을 챙기지 못했습니다. 또한 행정의 보조금을 지원하는 관련부서에서 재위탁 심사시 사회적기업 물품사용 기준을 정해주는 것도 필요합니다.

- 대학과의 실질적 협력관계 조성이 필요합니다. 천안에 위치한 호서대 시각디자인과는 그 실력을 인정받고 있습니다. 혜전대의 조리학과도 그렇습니다. 건축학과나 실내인테리어학과와 건설주택 네트워크의 연결이 좋은 예일 것입니다. 좀 더 이러한 협력관계가 안정화 되려면 학교에서 사회적기업으로 실습을 보내 줄 수 있는 제도마련도 필요합니다.

- 업종별(유사업종별), 지역별 네트워크 활성화 시켜야 합니다. 이것은 자발적이어야 하는데 자발적이지 않을 때 어떻게 자발적 또는 억지로라도 해야 하는지 고민이 필요합니다. 시간이 필요한 것일 수도 있습니다. 만약 시간이 필요하다면 네트워크를 주동하는 단위가 견딜 수 있는 동력에 대해 사회적 지원이 필요합니다.

- 도내 기업과 사회적경제조직간 1기1사 모델을 만들어야 합니다. 아산의 삼성(기숙사의 의류)과 나눔가게(의류리폼 및 판매)의 모델이 있습니다. 이것은 나눔가게의 대표가 가지는 역량에 의한 모델일 텐데 이러한 모델이 확산될 필요가 있습니다.

- 사회적기업들의 지분을 분산을 사회적경제조직과 함께(상호출자개념). 이거 아이디어 차원입니다만 가장 좋은 건 모 법인을 협동조합으로 하는 것이겠죠. 상호 조합원이 되어 출자하는 것이 독이될지 득이 될지 아직까지는 아이디어 수준입니다.

### III. 결론

조금 더 논의하고픈 사항에서 말씀해 주신 시스템을 만드는 것, 시스템을 운영할 사람을 만드는 것은 현재 고민의 함축인 것 같아 깊은 공감입니다. 공유하는 이슈를 통해 공감대를 형성하고 이것이 신뢰관계로 발전하여 거래로 이어지는 고민도 동의합니다. 다만 무언가에 쫓기듯 설익은 결과물들을 내오고 상상이 가미된 대안이 난무하는 것은 바람직하지 않을 것입니다. 천천히 가더라도 확실히 짚고 가려는 분위기가 필요합니다. 저 역시도 시간에 쫓겨 일에 쫓겨 어설픈 토론문이 제출된 것 같아 부끄럽습니다만 열 사람이 한 걸음을 떼기 위해 조금 더 참고 기다려 주는 지혜가 필요할 때인 것 같습니다.

토론문

**충남지역 사회적경제 조직간 거래  
활성화를 위한 몇가지 제언**

박상우 충남사회경제네트워크 사무처장

# 충남지역 사회적경제 조직 간 거래 활성화를 위한 몇가지 제언

박상우 (충남사회경제네트워크 사무처장)

○ 세계화된 시장경제 속에서 자본주의 축적체제의 위기과정에서 대두된 사회적 경제는 실업과 복지 후퇴에 대한 시민사회의 새로운 집합적 대응전략이었음. 이처럼 새로운 대안으로서 대두된 사회적경제는 1)지역사회의 다양한 필요를 충족하는 주요한 방안으로 고려되고 있으며, 2)사회적기업, 마을기업, 협동조합, 커뮤니티비즈니스, 마을만들기 등의 영역에서, 3)지역민의 삶을 중심으로 새로운 지역 경제 주체를 형성하고 있으며, 4)시민사회의 다양한 혁신적인 구상과 실천을 촉진하는 계기가 되고 있음.

○ 그러나 사회적경제에 대한 일천한 경험과 단절적 이해로 인해 여전히 1)취약 계층 일자리 창출사업이나, 2)대기업과 봉사단체에서 해오던 사회공헌활동 정도로 이해되고 있거나, 3)정부 재정지원 사업에 의존한 또다른 생존 경쟁, 그리고 4)정부의 눈먼 돈 개념이 확산되어 도덕적 해이로 이어지기도 함. 이처럼 사회적기업, 마을기업 등도 자활과 같이... 제도화되면서 정부나 지자체의 정책목표 달성을 위한 수단으로 전락하고 있다는 우려와 지적도 없지 않음.

○ 특히 주목할 것은, 사회적경제 조직들이 지역사회로부터 그 활동을 의미성을 인정받지 못하고 있다거나, 신자유주의로 인해 발생하는 사회적 위기를 해결코자 만든 그 실천방식이 오히려 유사한 사업내용의 중복(구멍가게간 품목 경쟁 등)과 실적(노동의 질적 향상보다는 수익 중심 등) 중심의 또 다른 경쟁의 양상으로 비춰지면서 신자유주의를 추종하는 역설로 나타나고 있다는 것임.

즉 경쟁에서 이기려는 욕망과 공포가 병존하는 시장에서 국민의 생활불안 요소들(보육과 교육, 일자리, 주거, 노후, 건강불안 등)을 넘어서기 위해 시작된 사회적경제 조직들도, 지금까지 사회에서 강요당해온 성공하기 위한 경쟁과 그 경쟁에서 살아남기 위한 전략을 넘어서고 있지 못하다는 것임.

(1등 제일주의, 사교육비 연간 20조, 가계부채 잔액 915조, 주택담보대출 잔액 316조, 2가구중 1가구 집세마련 대출, 국민의 57%가 빚 갚기 어렵다. 2012년도 1회 이상 연체자 18%, 세계 자살율 1위, 80세 이상 10만명당 214명 자살, 대책없는 노후, 성형 인구 세계 1위, 성형시장 규모 5조, 최장 근로시간 세계 1위, 비정규직 근로자 600만 명, 100만원 이하 급여자 456만명 -전체 근로자의 32% -3명당 1명꼴, 자영업자 350만명 - 대출 354조, 30%가 저소득 생계형 자영업자/220만원, 1개 창업시 4개 휴업 내지 폐업, 빈곤층 432만명 급증 - 1990년대 218만명, 세계1위 저출산 및 해외입양 지속연수, 고령화 속도 세계 1위, 자녀 1인당 양육비 2억6천2백만 + 자녀 1인당 교육비 9천6백만, 청년실업 100만 시대, OECD국가중 어린이 청소년 행복지수 3년 연속 꼴찌 등)

○ 결국 사회적경제 조직간 내부거래 활성화에 앞서 전제되어야 할 조건은, 개별기업의 생존 패러다임에서 사회문제 해결 패러다임으로 전환하여 지역화 및 사회적경제 생태계 조성에 대한 논의와 실천이 우선되어야 할 것임. 바꿔말하면 소셜미션은 사회적경제 조직의 존재이유라고까지 표현할 수 있으며, 소셜미션은 지역의 경제와 문화 등의 특성과 밀접한 관련을 가지므로 지역화(로컬라이징) 이슈는 사회적경제 조직이라면 당연한 미션이자 사명임.

○ 고로 사회적기업, 마을기업 등 개별기업들은 연대와 협력을 통한 생존 전략을 구상해야 할 것임. 소셜미션을 기초로 한다면, 소셜미션 자체에 대한 고민을 넘어 어떻게 이 미션을 목표로 하는 지역형 비즈니스 모델을 개발하여 임팩트를 극대화하고 지속가능성 확보를 성취할 수 있을 것인가를 고민하면서, 내부거래 활성화, 사회적경제 기금 조성 등 지역화 블록 형성을 위한 사회적경제 네트워크망을 구축해나가는 것이 수순이라 사료됨.

(스스로 사회적기업의 자립과 지속가능성에 대한 관대한 관점 필요 - 3~5년만에 자립? - 일반기업은?)

# 사회적경제 생태계 구축

## 충남사회적경제연대회의

### 충남사회경제네트워크

- 지역간연대
- 사회적경제 기금 조성
- 농협 혁신운동 등 공동사업 전개

시군별  
네트워크

업종별  
네트워크

유통/판로  
임팩트 극대화  
지속가능성

충남협동조합네트워크

충남사회적기업협의회

충남마을기업협의회

충남지역자활센터협회

충남마을가꾸기협의회

모델발굴

교육/홍보

상담/컨설팅

자원연계  
지역연대

시군별  
네트워크

심사지원  
모니터링

사회적기업 마을기업 협동조합

자활기업 희망마을 시민사회

주체 형성(사람발굴, 외부전문가)

마을 마을 마을 마을 마을

사람발굴  
역량강화

코디네이터  
인큐베이팅

자원조사  
연구조사

SE\_CB 통합지원센터

사회적경제지원센터

협동조합 지원센터

마을가꾸기지원센터

○ 연구발표에서 제시한 것처럼 지난해 업종별 네트워크 구축 및 개별기업간 상호 협력사업을 통해 내부거래가 시도되었음. 지적인 대로 거래규모도 미미하고 거래수준도 초보적인 수준이고, 일방적인 거래가 대부분이지만, 이것이 개별기업 스스로의 필요에 의한 거래가 연대와 협력에서 이루어졌다는 관점에서 보면 그 자체에 큰 의미가 있음. 미흡하나마 지난해 연대와 협력의 경험과 축적이 앞으로 재원을 연계하거나, 브랜드 연계, 기술 및 자원봉사 연계, 인프라 연계 등도 가능케 만들어 나갈 것으로 여겨짐.

○ 따라서 초보적인 내부거래 수준에서 사회적경제 생태계 조성이라는 관점에서 집단화, 공동화, 협업화가 가능한 공동사업(권소사업을 넘어서는), 상거래, 라이선싱, 공동연계 홍보, 공동연계 사업개발비 활용 등의 시도가 필요함. 시설과 장비.인프라가 매우 부족한 사회적기업이나 특히 비영리조직 등은 대체적으로 안정적인 시설과 마케팅, 기술, 유통, 구매, 온라인, 고객, 지역네트워크 등 다양한 경영분야의 인프라를 갖춘 사회적기업 또는 지역기업과 연계하거나 대기업의 CSR을 활용할 필요가 있음. 이것이 광역단위 중간지원조직 또는 시군별 네트워크의 몫과 역할(플랫폼)일 것이며, 네트워크의 네트워크가 가능토록 교량자 역할을 할 시군 코디네이터의 선별 육성과 광역단위 중간지원 역량을 강화해나가야 할 것임.

○ 유사업종간 네트워크에서 동종업종간 네트워크로 조직 편제가 필요함. 동종업종간 협력체계(피어컨설팅 등) 강화를 통해 영세성을 넘어서는 경험과 성과를 가지고 이종업종간 네트워크 및 다자간 거래로 확대해나가는 것이 필요함. (개별기업의 무리한 투자 및 영업 확장은 자본과 토대가 부족한 상태에서 반드시 경영악화를 초래하게 됨. 문어발식 대기업 보다는 소규모의 풀뿌리기업과 세포분열식 운영을 통해 연대와 협력체계를 구성해나가는 것이 바람직할 것임)

○ 기타 사회적경제 조직간 거래 활성화를 위한 몇 가지 생각들

1) 협력지향적 가치를 내포하고 있는 사회적경제 조직과 경쟁지향적 가치를 내포하고 있는 시장경제의 내부거래를 구별토록 만들어갈 것인가? 대기업의 부당 내부거래와 다른 점은 무엇인가?

2) 협력지향적 가치를 지향하는 사회적경제 조직임을 시장의 생산자, 소비자, 투자자, 지역사회 지지그룹, 기업내부 구성원들에게 어떻게 이해시키고 알려나갈 것인가?

- 내부 조직민주주의, 의사결정의 합리성, 경영정보의 투명성, 지배구조의 개방성 등을 확보하고 있는가?

- 공정무역제품, 사회적기업, 마을기업 제품에 대한 윤리상품 상표화가 가능한가?

- 초중고 사회적경제 교육교재 개발, 대학 전공과정 설치 등 사회적경제 가치 확산은 가능한가?

3) 법적 제도의 보완 및 철학에 대한 내용을 어떻게 함께 만들어나갈 것인가?

- 현행 공정거래법과 증돌, 공공조달의 최저가낙찰제도 개선
- 공공조달시 사회적기업, 마을기업에 대한 표준위탁 지침 개발

4) 중남지역 사회적경제 관련조직간 어떻게 총역량을 결집해나갈 것인가?

- 사회적기업 만으로의 시장은 어렵다(?). 마을기업, 자활기업, 협동조합, 로컬푸드, 농어촌마을만들기, 장애인보호작업장, 노인생산공동체, 대안금융, 소비자생협, 의료생협, 신협, 시민사회단체 등
- 시군별 민간 자조역량 강화를 위한 확장된 사회적경제 네트워크 구축 및 활동주체의 발굴(중간지원조직에 대한 통념적 개념 탈피, 역량 강화)
- 지역과 지역간, 광역간 연대 방안
- 민간주도의 사회자본 형성 방안 : 사회적경제 기금, 공동금고 설치 등

토론문

**사회적경제 조직간 거래 활성화 방안에 대하여**  
**- 위타연 사례 -**

박은범 위타연 대표

## 웹&마케팅 관련 분야의 경험적 관점에서

- ✓ 공동 권소시엄 및 프로젝트 계획 실행 [규모가 있는 사업의 경우]
  - 지자체 및 정부기관, 민간기업에서 계획된 프로젝트 공동 참여를 통해, 사회적경제 조직의 내부 역량 및 사업수행 경험 향상 기대
  - 예를 들면, 대기업 또는 중견기업 이상의 업체가 수주할 수 밖에 없는 일정 규모 이상의 사업에 있어, 하청 또는 권소시엄 방식으로 관련 사회적경제 조직이 참여할 수 있도록 단서를 두도록 하는 방안
  - 이를 통해, 경험 또는 진입 조차 할 수 없는 열악한 사회적경제 조직의 내부 역량 자극 및 자발적인 기업간 거래 연계 기대 가능

## 웹&마케팅 관련 분야의 경험적 관점에서

- ✓ 공동 권소시엄 및 프로젝트 계획 실행 [소규모 사업의 경우]
  - 동종 사회적경제 조직간 경쟁구도의 형성이 예상되고 있기에, 동종업종간의 공동 권소시엄 및 세부적인 주력 사업에 대한 역할 분담으로 다양한 사업 기획의 공유 및 수준 높은 사업 역량 보유
  - 예를 들면, 웹사이트 제작에 있어 디자인(휴먼에듀피아), 서버호스팅및유지보수(WITA연) 등
  - 이를 통해, 보다 세분화된 전문기업으로 성장 및 사회적경제 조직간 전략적 아웃소싱 체계 구축

## 웹&마케팅 관련 분야의 경험적 관점에서

- ✓ 사회적경제 조직간 고정 B2B의 전략적 실행
  - 일정기간의 예정된 수익기반 속에서의 내부역량 강화를 위한 지속적 투자 환경 마련
  - 예를 들면, 각 사회적경제 조직의 웹사이트, 인쇄물제작, 웹마케팅 관리 등에 소요되는 고정 비용을 적절히 책정하여 2-5년 기간으로 실행하는 5-10개의 기업이 확보되었을 경우, 높은 집중력 발생 기대
  - 이를 통해, 수행기업은 전담 인재의 편성 및 성과를 높이기 위한 재투자 계획 수립 가능하며, 수혜기업은 보다 전문적이고 지속적인 서비스 지원을 기대할 수 있음
  - 또한, 동종 사회적경제 조직간의 전략적 아웃소싱을 기반으로 한, 문화 확산 기대

## 웹&마케팅 관련 분야의 경험적 관점에서

- ✓ 수준높은 거래문화 형성을 위한 수행기업과 수혜기업간의 관점 조율
  - 일반적인 갑과 을의 거래 관계가 아닌 상생의 전략적 아웃소싱 체계로의 관계 성장이 필요함
  - 예를 들면, 쇼핑몰을 통한 매출 비중이 높은 기업의 경우, 쇼핑몰 전담 인재 (디자인/프로그래머/마케팅 기획 등)를 2-3명을 보유하는 상황으로 가정할 때 매년 인건비 및 경비 등을 만 1억원 수준으로 산출 가능한 상황임. 이에 이러한 비용을 상대적으로 낮추면서도 지속적인 경영 지원을 위한 파트너십의 계약 관계 형성이 필요하다고 판단됨
  - 이를 통해, 사회적경제 조직 간의 상호 협력적 기업문화를 형성함으로써 갑과 을의 종속적 자본주의 거래 관계를 보완한 상생적 모델을 제시 할 수 있는 선구자적 역할 기대

토론문

사회적경제 조직간 거래 활성화 방안에 대하여  
- 궁골식품영농조합사례 -

최명선 궁골식품영농조합법인 대표

# 사회적경제 조직 간 거래 활성화 방안에 대하여

## - 궁골식품 영농조합 사례 -

최명선 (궁골식품영농조합 대표)

2009년 8월 14일 설립된 궁골식품영농조합은 전통장류(된장, 고추장, 청국장 등)을 주로 생산 판매하는 업체입니다.

동네 사랑방에서 시작한 창업으로 귀농 후 3년(2007년) 쯤부터 장을 담가 판매하기 시작하였습니다. 물론 처음 시작하는 사업인지라 그 규모도 작았고 무엇보다도 상품을 어떻게 팔아야 할지 고민도 많았습니다. 좋은 재료로 정성을 들여 만들면 사먹는 사람들이 ‘맛’을 통하여 알아줄 것이라는 믿음을 굽히지 않고 무엇보다 모든 재료는 인근 지역에서 구한다는 원칙을 세워 기업을 운영해 나갔습니다.

처음에는 할머니들이 자기가 직접 키운 콩이며, 고추 등을 한 자루, 두 자루씩 들고 오시기 시작했습니다. 그 분들은 물건만 팔고 돌아가시지 않고 장을 담그는데 소소한 일을 도와 주시기도 하셨고 음식도 나눠먹으면서 자연스럽게 궁골식품은 동네 노인들의 사랑방이 되었습니다.

그렇게 출발한 궁골식품은 2009년 8월 공장장을 포함한 6명의 노인들이 조합원이자 직원으로 일하는 어엿한 기업이 되었습니다.

마을주민과 조그맣게 시작하여 법인화를 하며 공장도 짓고 임금도 드리기에 판로가 많이 부족한 상황이었습니다. 하지만 지역 취약계층 및 노인들과 기업을 유지한다는 내용을 듣고, 논산시의 권유로 사회적 기업을 신청하게 되었습니다. 처음엔 아무것도 모르게 시작한 사회적기업이 조그마한 마을에 큰 주춧돌 역할을 하게 될지 알지 못하였습니다. 현재 궁골식품은 매월 2회 가까운 장애인 시설로 자원봉사를 가고 그곳의 장애인들이 된장 하나만큼은 계량된장이 아닌 어머니의 마음으로 만든 전통장을 드실 수 있도록 하고 있습니다. 시골의 노인분들 이셔서 봉사를 하거나 후원을 하는 것이 무엇인지도 모르고 사셨다는데 사회적기업 활동을 하며 힘든 사람과 나누는 방법과 조그만 것도 도와주는 방법을 있다는 것을 인지하시고 지금은 봉사날만 되시면 더욱 행복한 표정을 지으십니다.

또한 사회적기업이 되며, 지역 사회적기업간을 통한 유통망이 늘어났고, 충남 지역의 좋은 원료를 사회적기업이란 좋은 목적을 가지고 운영하는 업체에서 공급 받을 수 있게 되면서 더 좋은 제품을 생산 판매할 수 있게 되었습니다.

특히, 저희 궁골식품의 경우 한국도라지(홍성-사회적기업)와 연계하여 각종 온라인 유통망, 판로, 정보 등을 공유하여 더욱 높은 시너지 효과를 보고 있으며, 제품군 또한 도라지 제품을 납품받아 도라지된장, 도라지청국장, 도라지 즉석된장국 등 보다 넓은 제품군을 생산, 판매 하여 매출에도 큰 도움을 받고 있습니다.

2011년 충남 예비적 사회적기업에 선정되며, 충청남도 중소기업인 최우수상, 충남사회적기업 모범사례발굴대회 우수상, 농림수산 식품부장관상 등을 수상하고 지금은 직원 12명, 특허 5개 이상을 보유한 기술력으로 인정받은 벤처기업입니다.

지난 5월 이곳에 방문한 안희정 도지사님으로부터 “농촌에서 더불어 살며 마을 공동체를 실현하는 사회적기업”이라는 격려를 받으며 지역과 함께 성장하는 사회적기업의 모델이 되고자 노력하고 있습니다.

# 전체 토론 내용

## ❖ **최명선(궁골식품영농조합 대표)**

- 사회적기업간 서로를 너무 모르고 있음. 잘 알아야 연계가 가능함.
- 바랑산영농조합(이하 바랑산)의 연계는 당시 바랑산이 판로가 없어서 어려움을 느끼고 있어서 바랑산과 제일 먼저 같이 하게 되었음(원재료확보).
- 한국도라지와의 연계는 서로 흥성과 오가며 장르와 접목하는 것을 연구하고 만들어냄.
- 하늘땅영농조합은 딸기를 생산하고 있어, 딸기(원재료)를 장르에 접목하여 상품을 생산함.
- 최근 울산에 판로를 만들어 냈고, 매장의 코너를 확보함. 이 코너에 충남의 사회적기업 상품을 같이 팔 수 있게 하고자 함.
- 앞서 박찬무씨가 말한 광역물류사업단의 필요성에 대해서는 공감함.

## ❖ 최영준(나눔커뮤니케이션 대표)

- 사회적기업간 서로 자주 만날수 있어야함. 그래야 공급과 수요기업간의 사업연계가 가능하며, 사회적경제 조직간 거래가 활성화된 성공적인 모델케이스가 필요

## ❖ 이정로(충남교육연구소 소장)

- 학교는 큰 소비자라고 생각하고, 학교납품을 좋은 기회로 삼았으면 좋겠음. 그러나 사회적기업의 생산품목과 생산량 등에 대한 내용이 알려지지 않았음. 기업이 무엇을 생산하고 판매할 수 있는 지가 확인 되어야 함.

## ❖ 김영관(충남도청 사회적경제 담당 계장)

- 공공기관 우선구매를 활용할 필요가 있으며, 따라서 공공구매 사업의 구체적인 내용들을 숙지할 필요가 있음. 또한 거래활성화는 단지 구매뿐만 아니라 기업간의 정보의 공유가 필요함.











