

충청남도 사회적 기업 육성전략II

- 욕구 및 인식조사를 중심으로 -

이 용 재 · 임 준 홍

(호서대학교 교수 · 충남발전연구원 책임연구원)

목 차

< 요약 >

- I. 사회적 기업의 등장배경과 영향
- II. 사회적 기업에 대한 정부정책
- III. 사회적 기업의 현황
- IV. 사회적 기업의 욕구 및 일반인 인식조사 결과
- V. 충남지역 사회적 기업 활성화 전략

《요 약》

- 사회적 기업의 성공이 충남도의 발전에 미치는 직·간접적인 효과가 매우 큼.
지역 내 취약계층에게 일자리를 제공해서 이들에게 더 없이 좋은 소득보장제도로서 역할을 하게 될 뿐만 아니라, 사회서비스를 제공해서 복지서비스 공급문제를 해결할 수 있음
- 충남지역 사회적 기업은 5개로 양적으로 전국에서 가장 적고, 재정과 우선구매 지원 등 지방자치단체 차원의 사회적 기업에 대한 실질적 지원이 부족함.
 - 예비 사회적 기업(사회적 일자리 사업)이 타 지역에 비해 저조해서 향후 사회적 기업의 증가율이 타 지역에 비해서 저조할 가능성이 있으며, 가사·보육·재활용 사업과 같은 단조로운 사업에 한정된 상황임
- 대전·충청지역의 사회적 기업에 대한 욕구조사결과 사회적 기업 인증 후의 만족도에 대해서는 ‘보통’이라는 의견이 많아서 기대보다 낮은 만족도를 보였으며, 불만족 이유는 ‘수익창출의 어려움, 지방자치단체의 관심부족, 시장의존성 강화’ 등이 제시됨
 - 사회적 기업 전환한 후 단점은 ‘정부·지자체의 협조 및 지원미흡’이라는 응답이 가장 많았는데, 단점개선을 위해서는 ‘지자체의 관심, 적극적인 홍보, 일자리 창출을 위한 위탁사업, 시설설비 재원지원 확대’ 등의 의견이 제시됨
 - 필요로 하는 사회적 기업에 대한 지원은 ‘설비비 지원을 통한 일자리 확보, 지자체의 위탁사업, 상품생산과정에서의 전문기술 지원, 상품의 디자인 및 포장재에 대한 지원, 교육기관의 협조, 공기업 지원을 통한 시장영역의 확보, 2차 사업 확대를 위한 대부사업 지원, 우선구매 확대, 인력지원’ 등이 제시됨

- 대전·충청지역의 예비 사회적 기업(사회적 일자리 사업단)에 대한 조사결과 사회적 기업으로의 전환에 대하여 '매우 긍정적'인 것으로 나타났으며, 사회적 기업으로 전환하는데 있어 장애가 되는 요인으로는 '운영자금 및 투자자금의 부족' 등을 지적함
 - 사회적 기업에 대한 지원방안으로는 '1:1일 경영지원 등 경영 컨설팅의 세밀화, 공공기관의 우선구매를 통한 실질적인 시장경쟁력 확보, 사회서비스 영역에 대한 인건비 지원, 경영지원에 대한 사전교육, 판로개척에 대한 실질적인 지원, 사회적 기업에 대한 인식개선과 홍보지원, 재정의 지속적인 지원' 등이 제안됨

- 대전·충청지역 주민의 사회적 기업 인식조사결과, 사회적 기업 인지도는 53.7%로 조사되었고, 깊은 이해는 매우 부족한 실정이었음. 사회적 기업의 제품을 사용해 보거나 서비스를 제공받아 본 경험이 있는 사람은 매우 적었음
 - 이러한 응답 이유로는 '사회적 기업에 대해 잘 모르기 때문이라는 의견과 다른 기업의 제품이 더욱 우수하기 때문, 제품에 신뢰가 가지 않아서'라는 의견이 많았음
 - 사회적 기업에 대해 가장 효과적인 수단으로는 '방송매체'를 통한 홍보가 효과적일 것이라는 의견이 많았음

- 충남지역 사회적 기업의 성공을 위해서는 '단기목표로 1개 기초자치단체별로 1개의 사회적 기업을 우선적으로 육성'하도록 해야 함
 - 사회적 기업을 활성화하기 위해서는 행정인프라를 구축해야 함. '사회적 기업 전담부서를 설치하고, 시·군에도 전담인력을 지정하며, 사회적 기업 지원을 위한 영향력 있는 논의기구'를 설치해 개별 사회적 기업의 특성에 맞는 지원을 제공해야 함

- 사회적 기업 활동분야가 협소한 충남지역에서는 새로운 사회적 기업 사업의 개발과 육성이 필요함. 그동안 사회적 일자리 사업단, 자활공동체, 장애인 보호 작업장은 사회적 기업으로 많이 전환한 경험이 있고, 이들 기관은 사회적 기업에게 필요한 요인들을 대부분 갖추고 있기 때문에 이들을 중심으로 지원해야 함
- 충남지역만의 사회적 기업 지원정책을 수립함으로써 타 지역에 비해 사회적 기업의 성공가능성을 높여야 함. (예비)사회적 기업에 대한 전문인력 채용비용 등 재정지원, 운영자금이나 설비비 지원을 위한 ‘충남 사회적 기업 지원 금고’의 마련, 사회적 기업제품과 서비스의 우선구매, 사회적 기업 제품과 서비스 질 개선지원을 위한 제품에 대한 인증지원, 사회적 기업 홍보 및 지역주민의 ‘착한 소비’ 촉진 지원, 충청남도내 1사 1사회적 기업 연계 등의 정책 등을 마련할 수 있을 것임¹⁾

1) 본 연구는 “충남발전연구원 2009년도 기획연구과제”를 재수정·요약한 보고서임

I. 사회적 기업의 등장배경과 영향

1. 사회적 기업의 개념

- 사회적 기업의 보편적이고 일반적인 정의를 발견하는 것은 쉽지 않음. OECD(1999)에 따르면 사회적 기업은 ‘경영전략으로 조직된, 공익 지향적인 비 특정 민간 활동(any private activity)으로서, 목적은 이익 극대화가 아닌 특정 경제, 사회적 목표 실현이며, 사회적 배제 및 실업문제와 관련된 혁신적 해결방안을 가져올 수 있는 능력을 가진 활동’이라고 규정하고 있음
- EMES(유럽의 사회적기업 전문가들의 네트워크)와 같이 사회적 기업에 대한 단일한 개념규정보다는 사회적 기업이 지니는 특징에 주목하는 것이 바람직하다고 함
 - 첫째, 경제적, 기업 경영적 측면의 특성으로는 지속적인 제품생산과 서비스 판매활동, 높은 수준의 자율성, 상당한 수준의 경제적 위험, 일정비율 이상의 유급 근로의 특징을 가짐. 둘째, 사회적 측면으로는 시민사회(시민그룹)의 주도, 자본 소유에 기초하지 않는 의사결정권, 활동관련 행위자들의 참여적 성격, 제한적 이윤분배, 지역사회 공헌의 명확한 목표 등임(Defourny, 2001)

2. 사회적 기업의 등장배경

- 미국정부는 1960년대에 ‘위대한 사회 프로그램(The Great Society Program)’

을 통해 빈곤, 교육, 건강케어서비스 분야 등의 비영리 조직에 수천만 달러를 투자하였지만, 1970년 후반 세계적인 경기 침체를 맞았음. 이로 인해 레이거 노믹스를 통해서 1980년대 복지축소 정책을 단행하였음

- 복지가 축소되고 정부의 보조금이 삭감되자 비영리 조직들이 비로소 사회적 기업에 관심을 갖기 시작하였음. 즉, 정부의 복지삭감에 대해 비영리 조직은 상업적 활동을 확장하면서 부족한 재원의 공백을 메우고자 함. 이러한 미국에서 사회적 기업에 관한 별도의 지원법은 없음(Kerlin J. A., 2006)
- 미국의 활발한 기부문화와 자원봉사는 사회적 기업 활동에 좋은 조건으로 작용하고 있음

○ 서유럽 국가들은 1970년대 후반 1990년대 까지 경기침체와 실업률 증가가 동반되면서 복지국가 위기가 도래하기 시작하였는데, 사회적 기업의 등장은 이러한 복지국가의 위기와 관련이 깊음(Defourny, 2001)

- 이러한 상황에서 유럽 국가들의 복지국가에 대한 긴축예산의 문제도 있지만, 복지제도의 효과성과 제도적 위기에 관한 것이 주요한 이슈가 되었음. 특히, 그동안 수행하여 온 실업정책은 장기실업자에 대하여 비효과적인 정책으로 평가되었음(Borzaga & Defourny, 2001)
- 사회적 기업은 이러한 사회변화 및 복지국가의 위기를 배경으로 새로운 정책적 대안으로 대두되었음. 취약계층에 대한 복지 및 고용문제 해결, 사회경제적 변화에 따른 아동케어 서비스 필요, 급격한 고령화와 가족구조 변화에 따른 새로운 노인서비스의 필요, 도시재생정책, 장기실업자를 위한 고용 프로그램 등을 포함한 당시 나타나기 시작한 사회적 필요(needs)에 대한 대응으로 사회적 기업이 태동된 것임(Kerlin, J. A., 2006)
- 제도적 측면에서 서유럽 15개국 국가 대부분 사회적 기업과 관련된 법을 두고 있음. 그중에서 이탈리아는 1991년에 ‘사회적협동조합법’을 서유럽에서 최초로 제정하였고, 프랑스는 한국과 유사한 자활사업이 주목됨(김성기, 2009)

< 표 1 > 유럽 사회적 기업의 성장

구분	영국(2006)	이탈리아(2004)	프랑스(2007)	독일(1997)
기업수(개)	약 55,000	약 11,000	약 8,400	약 4,000
고용(15세 이상 인구)	5%	5.2%	7.0%	3.7%
총 매출의 GDP비중	2%	1.4%	-	-

자료 : 홍석민(2009)의 LG경제연구원 자료 참조

- 한국은 1997년 외환위기가 한국사회의 사회변동에 커다란 영향을 미치면서 경제성장 정도에 비해 ‘실업과 빈곤’ 문제에 취약한 복지국가 시스템이 개선되어야 한다는 사회적 요구가 정책입안자와 시민사회 안에서 대두됨
 - 고령화, 저출산 문제로 인한 사회서비스에 대한 수요가 세계에서 가장 빠른 속도로 확대되면서 취약계층에 대한 단기적 실업대책의 실효성이 제기되었고, 사회서비스 공급을 위한 일자리 확대의 필요성도 증대되었음. 이러한 필요성에 따라 2000년 전후로 민간과 정부 양자로부터 사회적 기업은 사회 문제 해결을 위한 새로운 해법으로 주목받기 시작하였음

3. 사회적 기업의 영향

- 첫째, 사회적 기업은 경제와 복지의 선순환을 가져오는 가장 중요한 매개고리가 됨. 주택, 교육, 보건, 의료, 아동보육, 노인부양, 장애인 부양 등의 분야에서 사회적 일자리가 창출되면 이는 노동생산성의 향상 및 노동공급의 확대가 초래되어 공급이 확대되고, 사회서비스가 증가하면 개별 가구의 가구지출에 대한 부담이 완화되어 구매력 증대를 통한 실질소득 증가효과를 가져와 수요가 증대됨(이태수 외, 2006)

- 둘째, 사회적 서비스 제공이 확대됨. 국민 삶의 수준을 향상시키는 데 절대적으로 필요한 사회서비스 종사자 자체가 절대적으로 적은 현실에서, 이 부분에서의 일자리 창출은 국민들에게 긴요한 서비스를 비시장적 접근을 통해 제공해주는 효과가 있음
- 셋째, (여성)일자리 창출이 가능함. 사회 서비스 부분은 일의 성격상 노동집약적인 특성을 갖기 때문에 상당한 고용효과가 나타남. 1980년 이후 고실업을 경험한 대다수의 선진국에서 새롭게 창출되는 일자리의 90%는 서비스 부문에서 나타나고 있음. 특히, 공공 및 사회서비스 부문에서의 일자리 창출이 뚜렷하게 나타나고 있음(최성백, 2006:130)
- 넷째, 비영리민간조직의 역량강화가 가능함. 실업 및 빈곤문제에 관심을 갖고 지역사회의 사회서비스 공급에 관심을 가진 NGO들이 사회서비스 일자리사업을 통해 크게 성장하였으며, 이들에게서 기업가적 정신이 싹트기 시작함
- 다섯째, 사회안전망과 사회통합 효과가 이루어짐. 우리나라의 경우 실업자 수 대비 실업급여 수급자수의 비중은 20%에도 미치지 못하고 있으며, 국민기초생활보장제도도 광범위한 사각지대 문제를 가지고 있음. 이런 상황에서 정부의 직접 일자리 창출정책은 이러한 사각지대를 보완하는 기능을 수행할 수 있음

Ⅱ. 사회적 기업에 대한 정부정책

1. 사회적 기업 인증요건

- 사회적 기업의 인증요건은 조직형태, 사회적 목적 실현, 영업활동을 통한 수익, 유급근로자 고용, 이해관계자가 참여하는 의사결정 구조 등 7가지로 구분되어 있으며, 이러한 요건을 만족해야만 사회적 기업으로 인증되어 활동할 수 있음

〈표 2〉 사회적 기업인증요건

인증 요건	자격 요건
①조직형태	-민법상 법인·조합, 상법상 회사, 비영리 단체
②사회적 목적 실현	-사회적 일자리 제공형 : 전체 근로자 중 취약계층의 고용 비율 30% 이상 -사회 서비스 제공형 : 사회서비스를 제공받는 취약계층의 비율 30% 이상 -혼합형 : 근로자 중 취약계층고용비율 20%이상+사회서비스를 제공받는 취약계층비율 20% 이상 -기타형 : 사회적 목적 실현에 해당하는 활동성과 자료 별도 증빙
③영업활동을 통한 수익	-6개월 영업활동을 통한 총수입이 해당조직에서 지출되는 총 노무비의 30% 이상
④유급근로자 고용	-1인 이상 고용(유급근로자 10인 미만인 경우, 매출, 자산 및 부채규모, 지역사회, 기업과의 네트워크 구축 등을 통한 자원동원 역량, 향후 수익창출의 가능성 등을 종합적으로 검토하여 인증여부 결정)
⑤이해관계자가 참여하는 의사결정 구조	-경영자대표, 직원대표, 서비스수혜자대표, 후원자대표, 관련시장전문가, 지역사회전문가 등 다양한 이해관계자가 참여하는 회의체 구성 등 의사결정구조
⑥정관규약 구비여부 및 기재사항 준수 여부	-목적/사업내용/명칭/소재지/의사결정방식/수익배분/재산과 회계/종사자의 구성 및 임면/해산
⑦이윤의 사회적 목적 재투자<상법상 회사>	-정관 or 운영규정 등의 수익배분·재투자, 이익금의 처분에 관한 조항 기재 : 이윤의 2/3이상을 사회목적을 위해 사용한다는 내용

2. 사회적 기업에 대한 지원

- 사회적 기업에 대한 정부지원은 경영지원, 설비비지원, 우선구매 촉진, 세제 지원, 재정지원, 사회적 기업가 아카데미 지원, 사회적 기업에 대한 보호된 시장지원 등으로 이루어지고 있음

〈표 3〉 사회적 기업에 대한 지원내용

지원분야	지 원 내 용
경영지원	-경영컨설팅 : (예비)사회적기업의 필요와 수준에 맞는 다양한 방식의 컨설팅 -회계프로그램 설치·사용비 지원
설비비 지원	-사회적 기업의 설립, 운영에 필요한 부지구입비, 시설비, 점포임대에 필요한 초기자금을 융자, 지원 -사회적 기업 시설운영비 대부사업
공공기관 우선구매 촉진	-공공기관의 장은 사회적 기업이 생산하는 재화나 서비스의 우선구매를 촉진해야 하는 등 사회적 기업가에게 보호된 시장을 제공
세제지원	-사회적 기업에 대해서는 법인세법, 조세특례제한법 및 지방세법이 정하는 바에 따라서 조세를 감면할 수 있음.
재정지원	-사회적 기업의 사회적 일자리 창출 : 사회적 기업이 사회적일자리 사업에 참여하여 취약계층을 고용할 경우, 근로자의 인건비 및 사회보험료 지원 -사회적 기업 운영에 필요한 비용 지원 : 인증을 받은 사회적 기업은 예산의 범위내에서 공모심사를 통해 기업의 경쟁력과 생산성 제고를 위한 전문 인력을 지원
사회적 기업가 아카데미 지원	-사회적 사명감과 경쟁능력을 갖춘 혁신적인 사회적 기업가를 양성하기 위해 대학(원)들과 협의하여 MBA 등 석사과정 또는 비학위 과정에서 사회적 기업가 아카데미 과정 설치 등을 지원
사회적 기업에 대한 보호된 시장을 제공	-행자부, 지경부, 지방자치단체등과 협의하여 정부나 공공기관 계약체결에 관한 법, 규정 등의 정비가 추진되고 있음.

- 아산 YMCA아가야는 보육, 산후도우미사업 등을, 하늘나무 노인복지사업단은 노인 주야간보호와 방문목욕 등을, (주)플러스는 재활용품 수거 및 판매 등을, (사)한빛회 꽃밭사업단은 꽃 재배 및 배달 사업을 수행함. 가장 최근 인증된 (주)두레마을은 친환경세차, 청소용역대행, 물류센터 운영 등의 사업을 하고 있음

< 표 4 > 충남의 사회적 기업

사회적 기업	사업 내용	지역
아산 YMCA 아가야	시간제보육, 보육도우미 등	아산
하늘나무노인복지사업단	주야간보호, 방문목욕, 밀반찬배달	천안
(주) 플러스	재활용품 플라스틱수거, 임가공, 판매사업	금산
(사)한빛회 꽃밭사업단	비닐하우스 및 온실을 이용한 꽃 재배 및 배달	천안
(주) 두레마을	친환경세차, 차량관리, 청소용역대행, 소독방역 등	연기

- 현재 충남지역의 사회적 기업은 다음과 같은 문제점을 가지고 있음.
 - 첫째, 전국 292개 사회적 기업 가운데 충남은 총5개로 양적으로 가장 적음
 - 둘째, 지방자치단체 차원의 사회적 기업에 대한 실질적 지원이 부족함. 특히, 지방자치단체 차원의 재정지원과 사회적 기업의 제품 및 서비스에 대한 우선구매가 필요하지만 조례 규정만 있을 뿐 실질적으로 운영되지 못함
 - 셋째, 예비 사회적 기업이 대체로 타 지역에 비해서 저조한 편이어서 예비 사회적 기업이 사회적 기업으로 전환하는 경우가 많은 점을 고려하면, 향후 사회적 기업의 증가율이 타 지역에 비해서 감소할 가능성이 있음
 - 넷째, 가사, 보육, 재활용 사업과 같은 단조로운 사업에 한정되어 있어서 문화예술사업, 농어촌 연계사업, 다문화사업, 로컬푸드사업, 교육사업 등 다양한 분야로 확대될 수 있도록 해야 함
 - 다섯째, 지역 내 수요계층에서 탈피, 보다 다양한 수요층을 창출해 나가야 함
 - 여섯째, 사회적 기업 추진이 가능한 자활공동체, 시민단체 등의 관심·참여가 부족함

IV. 사회적 기업의 욕구 및 일반인 인식 조사결과

- 사회적 기업 설문조사에는 대전·충청지역 전체 28개 사회적 기업 중 20개 기업이 응답하였음(충북 13개, 충남 4개, 대전 3개 기업).
- 예비 사회적 기업에 대한 조사에는 총 36개 기업이 응답하였음. 지역별로는 충남 25개, 충북 7개, 대전 4개였으며, 일자리 분야로는 교육 9개, 제조업 6개, 사회복지 4개였음
- 일반인 인식조사는 대전·충청 지역의 만 19세 이상 남녀 725명이 응답하였음. 청주, 충주, 천안, 아산, 서산, 대전의 기차역과 버스터미널에서 설문지를 배포 후 수거하는 방식으로 조사를 하였음

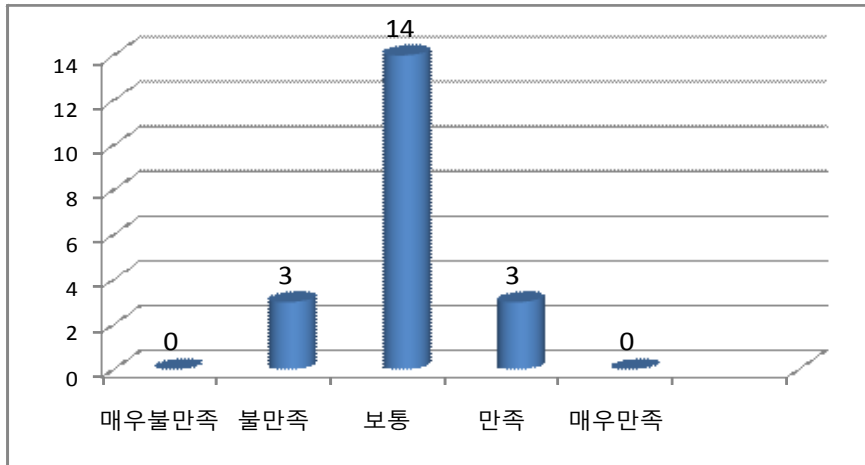
1. 사회적 기업 조사

- 사회적 기업 전환이유와 장단점 : 사회적 기업으로 전환하게 된 이유는 '사회적 기업의 취지에 공감해서'라는 응답이 9개 기업 45%로 가장 많았고, '사회적 기업에 대한 전환을 위해서' 4개 기업, '수익금을 사회적 목적에 사용하기 위해서' 3개 기업의 순이었음. 사회적 기업으로 전환이유가 사회적 목적의 달성과 조직의 지속운동을 위한 지원에 기인한 것으로 볼 수 있음
- 사회적 기업 전환 후의 장점으로서는 '사회적 목적 달성과 정부 등의 재정지원'이 5개 기업으로 가장 많았고, '기업의 이미지 개선'이 4개 기업으로 다음으로 높았음. 사회적 기업전환을 통해 사회적 목적달성과 정부 등의 재정지원, 기업의 이미지 개선 등의 장점을 누리고 있는 것임

〈표 5〉 사회적 기업 전환이유(단위 : 기업, %)

내용	기업수	백분율	누적 백분율
수익금을 사회적 목적에 사용	3	15.0	15.0
사회적기업 지원을 받기 위함	4	20.0	35.0
사회적기업의 취지에 공감	9	45.0	80.0
수익증대	1	5.0	85.0
기업 마케팅 및 홍보	1	5.0	90.0
사회적기업의 취지에 공감, 수익증대	1	5.0	95.0
사회적기업의 취지에 공감, 기타	1	5.0	100.0
합계	20	100.0	

- 전환한 후 단점은 ‘정부 지자체와의 협조 및 지원미흡’이라는 응답이 7개 기업으로 가장 많았고, ‘세금혜택의 부족’, ‘프로보노의 부족’ 등의 순으로 지적되었음. 전환 후 기대했던 정부와 지자체의 지원이 기관들의 입장에서 기대보다 미흡했음을 의미함
 - 단점 개선을 위한 사회적 기업들의 의견으로는 ‘지방자치단체차원에서의 적극적인 관심과 지원’, ‘사업의 우선위탁’, ‘네트워크 구성’ 등이 제안되었음
- 사회적 기업 전환 후 만족도 : 사회적 기업으로 인증 후의 전반적 만족도에 대해서는 ‘보통’이라는 의견이 14개 기업 70%로 가장 높게 나왔으나 ‘불만족’과 ‘만족’이 각각 3개 기업으로 각 기업마다 만족도가 다른 것으로 나타남
- 만족하는 이유로는 ‘전문 인력에 대한 지원과 기업 이미지 개선을 통한 직원소속감 증대’ 등이 제시되었으며, 불만족의 이유로는 ‘아직도 열악한 경쟁력임에도 불구하고 지원이 부족하고, 시장의존 증대’ 등을 지적하였음
 - 만족하지 못하고 있는 이유의 대부분은 지방자치단체 등 협력이 필요한 관련 기관들의 이해부족, 현재 이루어지고 있는 지원내용의 미흡 등이 지목되었음. 특히, 시장에서 경쟁하는 기업으로서의 어려움을 토로하고 있음



[그림 2] 사회적 기업 인증 후 전반적 만족도(단위:기업)

- 지원받고 있는 자원과 만족도 : 현재 지원받고 있는 내용에 대해서는 정부의 경우 ‘인건비와 사회보험료, 경영컨설팅’이 가장 많았고, 지방자치단체는 ‘보유건물 등에 대한 무상임대’, 일반기업은 ‘경영지원’, 민간단체는 ‘사회적 기업 사업과 관련된 지원’ 등이 제시되었음
- 지원받고 있는 기관별 자원에 대한 만족 또는 불만족 이유에 대한 개방형 질문에 대해서, ‘농촌형 일자리 창출과 인건비 지원’에 대한 만족이 높았지만, ‘실질적인 도움이 되지 못하는 지원이 많고, 이를 위한 정책적 노력이 부족하다’는 점이 지적되고 있었음. 특히, 지방자치단체와 관련해서는 사회적 기업과의 파트너십이 형성되지 않고 있으며, 우선구매가 이루어지지 않고 있는 점 등에 대해서 불만족하고 있었음
- 필요로 하는 지원 : 사회적 기업이 활성화되기 위해 필요한 자원은 1순위 ‘설비비 지원(부지구입비, 시설비 등)과 법적 지위확보를 위한 노력’, ‘재정지원’, ‘재화나 서비스의 우선구매’의 순으로 지목되었음

〈표 6〉 사회적 기업이 활성화되기 위해 필요한 자원 순위(단위 : 개, %)

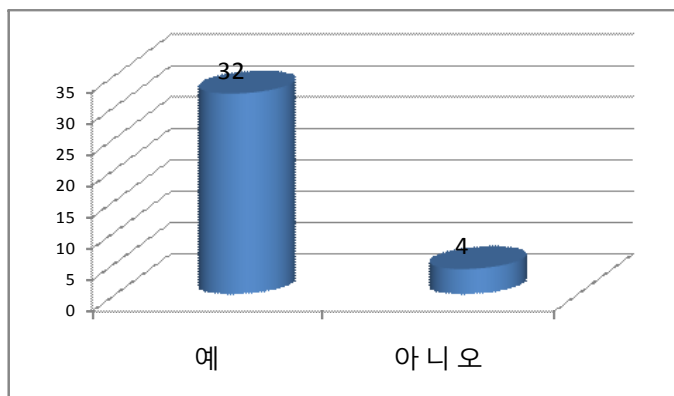
내용	1순위		2순위	
	기업수	백분율	기업수	백분율
경영지원(경영컨설팅 및 회계프로그램)	1	6.7	1	7.1
설비비 지원(부지구입비, 시설비등)	4	26.7	1	7.1
세제혜택 및 지원			1	7.1
재정지원(인건비 및 사회보험료 등)	2	13.3	3	21.4
재화나 서비스의 우선구매	2	13.3	4	28.6
법적지위확보를 위한 지원	3	20.0		
참여자들에 대한 직업·기술 교육지원	1	6.7		
회계·마케팅·홍보 등 경영기술 교육지원	1	6.7		
상품 및 서비스의 시장 확보 지원			3	21.4
사회적 투자자 발굴			1	7.1
기 타	1	6.7		
합 계	15	100.0	14	100.0

- 사회적 기업에서 필요한 전문가 자원봉사자인 프로보노는 ‘전문기술의 전수’로 응답한 기관이 4개 기업으로 가장 많았으며, ‘기업경영과 마케팅 및 홍보’가 각 3개 기관으로 응답되었음
- 조직 내부적 과제와 해결방안 : 사회적 기업이 가지고 있는 조직 내부적 문제로는 ‘자본력 부족’이 가장 많은 부분을 차지했으며, ‘전문기술 부족’, ‘마케팅능력 부족’ 순으로 나타남. 제기된 조직 내부적 문제를 해결하기 위한 방안과 필요한 지원으로는 ‘교육과 경영지원, 설비투자 지원’ 등 다양하게 응답되었음

- 사회적 기업 발전방향 : 향후 사회적 기업의 발전방향에 대한 의견에 대해서는 ‘지방자치단체의 위탁사업과 마케팅을 통한 사업 확장, 수익구조 안정화를 위한 지원, 사회적 기업 육성법 등 법제도의 구체화, 지역사회와의 연계강화’ 등이 제시되었음

2. 예비 사회적 기업 조사

- 사회적 기업으로의 전환의지 : 36개 기업 중 32개 88.9%의 예비 사회적 기업이 사회적 기업으로의 전환에 대해 긍정적으로 고려하고 있는 것으로 나타남
 - 사회적 기업으로의 전환 계획 이유로는 ‘사회적 기업에 대한 지원’이 가장 많았으며, ‘사업의 성공가능성이 높다고 판단된다’가 다음으로 많았음
 - 사회적 기업으로 전환하지 않으려는 이유로는 ‘기업운영에 필요한 여건 미비’가 2개 기업, ‘각종 중단우려와 사회적 일자리 지원수준과 유사’가 각각 1개 기업으로 나타남



[그림 3] 사회적 기업으로의 전환계획(단위 : 기업)

- 사회적 기업으로의 전환 시 저해요인 : 전환에 장애가 되는 저해요인에 대한 질문 중 1순위로 ‘운영자금, 투자자금의 부족’이 가장 높게 나타났으며, ‘수익 창출구조를 갖춘 일자리로 전환하는데 필요한 전략부재’가 다음으로 높았음

〈표 7〉 사회적 기업으로 전환 시 저해되는 요인 1순위(단위 : 기업, %)

구 분	기업수	백분율	누적 백분율
운영자금 & 투자자금의 부족	10	35.7	35.7
전문성을 갖춘 기술/운영인력 부족	4	14.3	50.0
작업시설 및 설비의 부족	1	3.6	53.6
까다로운 인증요건	4	14.3	67.9
수익 창출구조를 갖춘 일자리로 전환하는데 필요한 전략부재	9	32.1	100.0
합 계	28	100.0	

- 현재 받고 있는 지원내용과 만족도 : 현재 예비 사회적 기업에 대해 지원되고 있는 ‘경영지원’에 대해 14개 기업 45.2%가 지원을 받고 있다고 응답했으며, ‘재정지원’은 21개 기업 70%가 지원을 받고 있었음

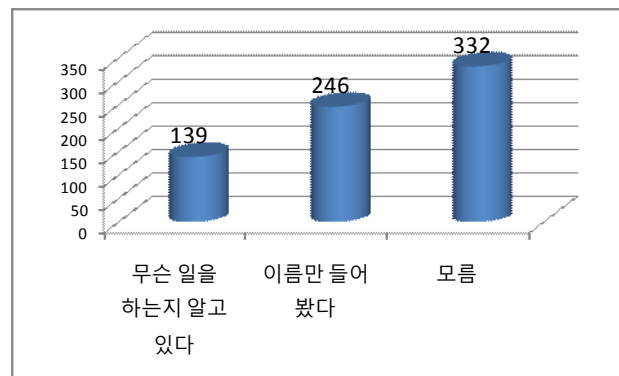
〈표 8〉 지원내용 여부(단위 : 기업, %)

구 분	지원여부	기업수	백분율	누적 백분율
경영지원	지원받고 있음	14	45.2	45.2
	지원받고 있지 않음	7	54.8	100.0
	합 계	31	100.0	
재정지원	지원받고 있음	21	70.0	70.0
	지원받고 있지 않음	9	30.0	100.0
	합 계	30	100.0	

- '경영지원'에 대한 만족도 조사결과, 보통이라고 답한 경우가 25.0%로 가장 높게 나타났으며, 만족이라고 답한 경우는 19.4%로 나타나서 대부분의 일자리가 경영지원에 대하여 만족하고 있는 것으로 보여짐
- '재정지원'에 대한 만족도에 대한 인식은 만족이라는 응답이 36.1%로 가장 높게 나타났으며, 보통/매우불만족이라는 응답은 각 11.1%로 동일하게 나타남
- 현재 사회적 기업을 준비하고 있는 기관들인 만큼 매우 다양하고 구체적인 제안이 이루어졌음. 즉, 공공기관과 지방자치단체의 우선구매와 지속적인 인건비 등에 대한 지원, 경영지원의 내실화, 사회적 기업에 대한 홍보지원과 이해 증진 지원 등이 제안되었음

3. 일반인의 사회적 기업 인식 조사

- 사회적 기업 인지도 : 사회적 기업에 대한 인지도는 사회적 기업이 무슨 일을 하는지 알고 있다고 응답한 사람은 139명(19.4%)이며 용어자체를 들어본 적이 있다고 답한 사람은 246명(34.3%)로, 총 385명(53.7%)의 인지도를 보이고 있었으며, 332명(46.5%)이 인지하지 못하고 있었음



[그림 4] 낮은 품질·서비스의 상품 구매의사 여부(단위:명)

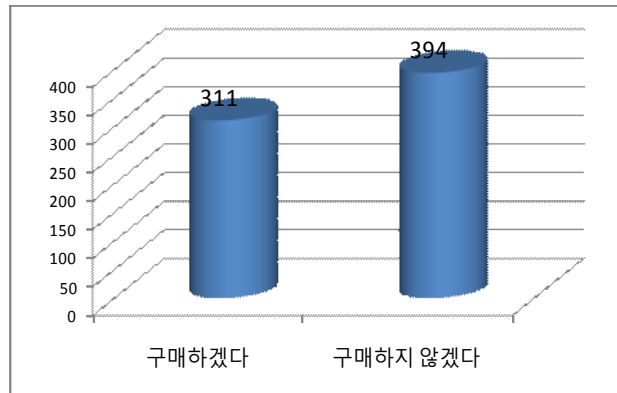
- 사회적 기업 상품 사용경험 및 추후 사용의향 : 사회적 기업의 제품을 사용해 보거나 서비스를 제공받아 보신 경험이 있는지에 대해서는 응답자 전체의 9.6%가 사용해 본 경험이 있다고 답했고, 67.4%는 사용해 본 적이 없다고 답했으며, 23.1%는 모르겠다고 답함.
- 사회적 기업 상품선택 시 고려사항으로는 사회적 의미가 48.8%로 가장 많았고, 우연히 14.1%, 저렴한 가격 11.8%, 높은 품질 10.1%의 순으로 나타남

〈표 9〉 사회적 기업의 상품선택 시 고려사항(단위 : %)

구분	점수	백분율	누적백분율
저렴한 가격	20	11.8	11.8
높은 품질	17	10.1	21.9
사회적 의미(취약계층고용과 사회서비스제공)	83	48.8	70.7
브랜드	5	2.9	73.6
손쉽게 구매할 수 있는 장소	3	1.7	75.3
제품/서비스 제공기업에 대한 정보	12	7.1	82.4
우연히	24	14.1	96.5
기 타	6	3.5	100.0
합 계	170	100.0	

주 : 1순위 2점, 2순위 1점 부여

- 사회적 기업의 상품이나 서비스의 질이 다소 떨어질 경우에 구매의사 여부에 대해서는, 응답자 전체의 331명(44.1%)이 구매하겠다고 답했고 394명(55.9%)이 구매하지 않겠다고 답하였음. 응답결과를 미루어 보아 사회적 기업의 사회적 의미뿐만 아니라 상품이나 서비스의 질도 높여야 함을 알 수 있음



[그림 5] 낮은 품질·서비스의 상품 구매의사 여부(단위:명)

○ 사회적 기업 홍보 : 사회적 기업을 홍보하는 매체를 접한 기회가 있었는지에 대해서 홍보매체를 접한 경험이 '없다'라는 응답이 54.2%로 가장 많았고 다음으로 '모르겠다'라는 응답이 25.8%, 홍보 매체를 접한 경험이 '있다'라는 응답이 18.3%로 가장 낮은 수치를 보였음. 즉, 여전히 사회적 기업에 대한 홍보가 부족하다는 것을 알 수 있음

- 사회적 기업의 홍보와 관련된 부족한 점에 있어서 '홍보횟수가 부족하다'가 25.4%로 가장 많았음. 이와 비슷하게 '사회적 기업에 대한 개념을 정확히 홍보하지 않는다'가 23.6%로 높게 나타남.

<표 10> 사회적 기업의 홍보 매체 접촉 여부(단위 : 명, %)

구분	명	백분율	누적백분율
있다	133	18.6	18.6
없다	394	55.2	73.8
모르겠음	187	26.2	100.0
합계	714	100.0	

- 사회적 기업에 대한 이해를 돕기 위한 가장 효과적인 수단은 ‘방송매체’ 61.1%, ‘인터넷홈페이지’ 9.7%, ‘홍보용 책자 및 도서’ 4.8%, ‘대중교통 수단 홍보판’ 4.7%, ‘인쇄매체’ 4.6%, ‘기타’ 1.8%, ‘세미나 및 워크숍’ 1.5%, ‘무가지 신문’ 1.0%의 순으로 나타나서 방송매체와 인터넷을 통한 홍보가 중요하다는 응답이 많았음.

〈표 11〉 사회적 기업의 가장 효과적 홍보수단

(단위 : 명, %)

구분	명	백분율	누적백분율
방송매체	443	68.6	68.6
인쇄매체	33	5.1	73.7
인터넷 홈페이지	70	10.8	84.5
홍보용 책자 및 도서	35	5.4	89.9
대중교통 수단 홍보판	34	5.3	95.2
무가지신문	7	1.1	96.3
세미나 및 워크숍	11	1.7	98.0
기타	13	2.0	100.0
합계	646	100.0	

V. 충남지역 사회적 기업 활성화 전략

- 단기목표로는 1개 기초자치단체별로 1개의 사회적 기업을 우선적으로 육성하도록 하고, 중기는 1개의 기초자치단체에 1개의 지역수요자 대상 사회적 기업, 1개의 전 국민 대상 스타 사회적 기업 등 총 2개의 사회적 기업을 전략적으로 육성하는 것을 목표로 해야 함

1. 사회적 기업 육성지원 행정인프라 구축

- 충남도내 사회적 기업 전담부서의 설치
 - 사회적 기업 활성화에 매진할 수 있도록 '사회적 기업 전담부서'를 부지사 직속으로 설치하여 전담인력을 배치해야 함. 이를 통해 여러 부서로 분산된 사회서비스 관련 업무를 조정하고 사회적 기업 육성계획 및 전략·시책과 연계하여 추진함
- 시·군 전담부서 또는 전담인력 지정
 - 충남도와 시·군 간 협력이 원활하기 위해서는 시·군에도 사회적 기업 전담 인력이나 전담부서를 지정해 연계해야 함. 또한, 시·군에도 실효성 있는 '사회적 기업 육성지원에 관한 조례'를 제정해야 함
- 사회적 기업 지원을 위한 영향력 있는 논의 기구를 설치

- (예비)사회적 기업들의 다양한 욕구에 부응하기 위해서는 사회적 기업에게 필요한 맞춤형 지원을 논의하고 수행할 수 있는 실질적인 권한을 가지고 있는 영향력 있는 논의기구의 마련이 필요함. 가칭 ‘충남 사회적 기업 지원 위원회’를 설립할 수 있을 것임

○ 충남 사회적 기업 지원 금고의 설립

- 사회적 기업들이 재원을 확보하는 데는 한계가 많음. 충청남도내 사회적 기업을 지원하기 위한 가칭 ‘충남 사회적 기업 지원금고’를 설치해야 함. 지역 내 일반기업들의 후원금, 지방자치단체 출원재원, 기부금 등으로 재원을 조성할 수 있을 것임. 특히 일반 지역주민의 기부금은 미국형 사회적 기업의 발전을 가져온 기부와 지역재단의 역할을 대신해줄 수 있을 것으로 기대됨

○ 충남 사회적 기업 네트워크 설치운영

< 표 12 > 사회적 기업 네트워크 구성과 역할분담(예)

구 분		주요 역할
주기관	중앙정부	-사회적 기업 종합대책, 사회적 기업 인증, 사회적 기업 지원정책 등 수립
	지방정부(도, 시군)	-국가정책 연계지원 및 선도적 지원, 사회적 기업 전담부서 설치 및 인력 배치, 실효성 있는 조례 및 지원체계 구축, 우선구매 등 시장 확보 및 판로개척 지원, 사회적 기업 지원금고의 마련, 사회적 기업 네트워크 구축
	지원기관(호서대)	-사회적 기업 창업보육, 사회적 기업 홍보 및 교육, 사회적 기업 인증 등 업무지원, 사회적 기업에 대한 경영컨설팅 등
협력기관	충남발전연구원, 남여성개발원	-사회적 기업 육성계획수립 및 지원, 지역밀착형 사회적 기업 업종 개발, 주요 대상별 업종개발
	시민단체(NGO) 사회복지단체 등	-(예비)사회적 기업으로 육성 및 사회적기업화
	도민	-구매 확대(착한소비운동), 프로보노 지원(전문자원봉사), 사회적 기업 지원 금고에 대한 기부 등
	기업	-1사1사회적 기업지원, 경영지원, 프로보노 지원, 재정지원 등

- 공공과 민간, 사회적 기업, 예비 사회적 기업, 지역대학, 시민단체, 지역연구원, 언론 등이 참여하는 가칭 '충남 사회적 기업 네트워크'를 설치·운영하여 사회적 기업 육성 및 지원에 관한 종합적인 정보교류 및 지식 네트워크 체계를 구축해야 함

2. 충남 사회적 기업의 새로운 사업개발과 육성

○ 접근 가능한 대상부터 육성

- 그동안 사회적 일자리 사업단, 자활공동체, 장애인 보호작업장은 사회적 기업으로 많이 전환한 경험이 있고, 이들 기관은 사회적 기업에게 필요한 요인들을 대부분 갖추고 있음. 또한 타 시·도에서 이미 사회적 기업으로 육성되어 활발히 활동하고 있는 사업 분야에 대한 육성도 필요할 것임

○ 발전가능성 있는 지역 친화적 사회적 기업 육성

- 환경, 지역·도시개발, 역사문화·디자인 분야 등 성공 가능성 있는 새로운 업종을 개발하고 영역을 확대해야 함
- 지역브랜드 개발, 물류 효율화 등 농산물관련 사업, 농촌관광 활성화, 도농교류, 로컬푸드 사업 분야 등도 유망함
- 시·군별 특성을 살린 지역 친화적 사회적 기업 육성이 필요함

○ 근로자와 서비스 대상 및 사업분야에 따라 차별화하여 육성

- 다음은 타 지역에서 활동하고 있는 사회적 기업들의 참여근로자, 서비스 대상자, 사업분야별 아이টে임. 이러한 영역별 사회적 기업의 활동내용을 충남 지역에서 활용할 경우 사회적 기업 활성화에 유용하게 활용할 수 있음

< 표 13 > 사회적 기업 발굴 · 육성을 위한 주요 대상과 타겟(예)

구 분		주요 사업 아이템(예)
근로자 계층	여성	- 이주여성의 특성을 활용한 외국어 교육(취약아동 외국어교육, 통번역) - 고학력 경력 단절여성을 활용(방과 후 교사, 지역문화해설가 등) - 간병서비스, 재활용품 활용 판매 등 - 도시락 및 출장 뷔페, 빌딩 시설관리 미화 및 정비
	노인	- 노인경험(경륜)을 살린 틈새시장(문화해설사, 예절교육, 한자교육 등) - 안전안심 마을 만들기와 연계한 경비, 관리 등 - 전통시장 등에 노인인력 활용 - 전통음식(간장, 된장, 밑반찬, 두부 등) 제조 및 판매 - 지하철 택배, 청소사업
	장애인	- 장애인 표준작업장과 장애인 근로시설 등 장애인 고용 중심 기업을 토대로 사회적 기업화 추진 - 제과제빵, 모자, 자수품, 봉제, 복사용지, 종량제 봉투, 찻술 등 제작 - 소프트웨어 개발, 안마사업, 피아노조율센터, 임가공업 등 - 디자인, 편집, 기획, 인쇄, 꽃 배달 등
	청년/대학생	- 대학과 연계한 사회적 기업 발굴 · 육성(대학 동아리 등)
대상 계층	여성	- (시간제)보육, 가사지원, 간병지원, 베이비시터 - 산모 신생아도우미 사업 - 미용프렌차이즈 사업, 미용직업훈련센터
	노인	- 노인장기요양서비스 제공 - 경로당 등 노인시설 청소
	장애인	- 직업재활 사업, 장애아동지원센터, 활동보조, 점자인쇄물 제작 - 스포츠 활동, 사회 적응 훈련 등 사회재활 사업 - 장애인 화가양성 및 작품 전시 판매, 장애인 카페운영 - 장애인 및 취약계층 자녀 방문학습지도

< 표 13 > 사회적 기업 발굴·육성을 위한 주요 대상과 타겟(예) - 계속

구 분		주요 사업 아이템(예)
사업 분야	사회복지	- 보육, 간병, 가사지원, 장애인활동 보조, 방과 후 교실운영, 가정 및 지역돌봄 지원 등
	보건	- 각종 취약계층 등에 대한 진료, 영유아 등 대상 건강검진 - 당뇨모임, 건강식사회, 보건예방교육, 건강마을 만들기 등
	교육	- 창의력 공연, 문화교육, 취약계층 경제교육 - 미디어 활용 직업훈련, 미디어 교육자료 제작 - 지역사회에 연계한 평생교육사업
	환경	- 4대강 사업과 연계한 정비사업 - 청소관리, 자치단체 및 기업의 재활용 위탁사업, 세차사업, 건물청소 - 핸드폰, 컴퓨터, 가전제품 등 재활용수거, 분리, 판매, 재활용품 활용사업 - 환경보전 운동
	지역개발	- 농산어촌 마을가꾸기, 마을 만들기, 주거환경개선(집수리사업, 도배, 장판 사업 등) - 도시재생과 연계한 사회적 기업 육성 - 친환경 먹거리 제조, 가공, 유통, 홍삼가공 및 농산물 생산 - 농촌 및 소외지역 활성화를 위한 콘텐츠 개발
	문화·관광	- 문화공연, 디자인, 문화체험, 한옥체험 등 전통문화 체험사업 - 문화기획 및 연출, 도시경관기록 보존사업, 문화컨텐츠 생산 - 대안무역 등

3. 충남 사회적 기업 지원방안

○ 충남지역 (예비)사회적 기업에 대한 추가 재정지원

- 상품과 서비스 질 개선을 위한 전문인력 채용을 위한 인건비 지원과 시장에서 자립하기 어려운 사회적 기업에 대한 인건비 보조금 지원이 필요함

○ ‘충남 사회적 기업 지원금’의 마련

- 사회적 기업의 대부분이 성장단계에서 상당한 재원이 필요하게 됨. 그러나 사회적 기업이 금융지원을 받기에는 한계가 너무나 많음. 따라서 지역차원에서 충남지역의 사회적 기업을 지원하기 위한 투자금고를 설치해야 함

- 충남지역의 사회적 기업제품과 서비스의 우선구매
 - 충남도내 지역주민의 세금으로 운영되는 지방자치단체와 공공기관이 지출한 구입비용이 일반기업의 영리로 돌아가는 것보다 사회적 기업을 통해 다시 지역사회의 사회적 목적에 재투자될 수 있는 사회적 기업에 우선권을 주는 것은 지극히 당연한 것임
- 충남지역 사회적 기업 제품과 서비스 질 개선지원
 - 충남지역 내 사회적 기업에서 생산하고 있는 제품과 서비스 질을 타 사회적 기업 또는 일반기업과 비교하고, 질과 관련하여 국내 또는 국제적으로 인증하는 제도에 참여하여 공식적으로 인증받을 수 있도록 지원해야 함
- 전문기술 습득을 위한 교육연계
 - 앞서 논의한 사회적 기업의 제품과 서비스 질 개선을 통한 시장경쟁력 확보는 전문인력의 확보와 근로자의 전문기술 습득이 반드시 수반되어야 함
- 충남지역 사회적 기업 홍보 및 지역주민의 '착한 소비' 촉진
 - 충남도 차원에서 도민의 인지도를 높여서, 사회적 기업의 취지에 동감하며 상품과 서비스를 구매하는 소비자층을 보다 많이 확보할 수 있도록 지원해야 할 것임
- 충남도내 1사 1사회적 기업 연계 : 민간기업과 사회적 기업 지원 협의회 구성
 - 지역사회 내 1개 기업(혹은 여러 개의 중소기업)과 1개의 사회적 기업을 연계함으로써 시장에서 경쟁력을 갖춘 기업으로 성장할 수 있도록 일반기업이 가지고 있는 경영기법 등의 노하우를 전수할 수 있도록 함

◆ 참 고 문 헌 ◆

- 김성기(2009), “사회적 기업 특성에 관한 쟁점과 합의”, 「사회복지정책」 제36권2호, 한국사회복지정책학회
- 사회적기업육성법·시행령·시행규칙
- 심창학(2007), “사회적기업의 개념정의 및 범위 설정에 관한 연구 : 유럽의 사회적 기업을 중심으로”, 『사회보장연구』 제23권 제2호
- 양용희 외(2008), 「충청·호남지역 사회적 기업육구조사 보고서」
- 이태수·석재은·김광수·김정은·이영범(2006), 「사회적 일자리 창출 정책의 활성화 방안 연구」
- 임준홍(2009), “충청남도의 사회적 기업 육성전략”, 『충남리포트』, 충남발전연구원
- 최성백(2006), “사회적 일자리 창출과 정부정책에 관한 고찰”, 『사회과학연구』 제5호
- 홍석빈(2009), “사회적기업의 지속 성장 가능성”, <http://www.lgeri.com> LG경제연구원, 2009.05.06.
- Borzaga, C., Defourny, J.(ed.)(2001), The Emergency of Social Enterprise, London, Routledge.
- Defourny, J.(2001), “Introduction : from third sector to social enterprise“, Borzaga, C., Defourny, J.(ed.)(2001), The Emergency of Social Enterprise, London, Routledge. 1-28.
- Kerlin, J. A.(2006), “Social Enterprise in the United States and Europe : Understanding and Learning from the Difference“, International Journal of Voluntary and Nonprofit Organizations17. 247-263
- OECD(1999), Social Enterprise, Paris, OECD.

이 용 께, 123peter@hanmail.net
호서대학교 사회복지학부 교수
Tel. 041-560-8126

임 준 웅, jhim@cdi.re.kr
충남발전연구원 책임연구원
Tel. 041-840-1166

충남리포트 리스트

구분	보고서 제목	집필자	발행일
2008-01	허베이 스피리트(Hebei Spirit)호 기름유출 사고와 지역발전 전략	송두범	2008. 1.21
2008-02	황해경제자유구역 지정과 향후 발전 과제	강영주	2008. 2.22
2008-03	충청남도 공공디자인 추진전략	이충훈·권영현	2008. 3.19
2008-04	국가적 도시재생연구 추진에 따른 충청남도의 대응과제	조봉운·송두범	2008. 5. 2
2008-05	「국제과학비즈니스벨트」의 핵심내용 및 성공적 구축과제	송두범·강영주	2008. 5.27
2008-06	방위산업의 현황과 국방과학클러스터 구축방안	이관률	2008. 6.19
2008-07	외국인 직접투자의 지역경제 파급효과	신동호·강영주	2008. 7.30
2008-08	충남 중소기업의 성장과 변화 분석	백운성	2008. 8.29
2008-09	충남 균형발전지표 개발 및 시군별 균형발전 평가	원종문·강영주	2008. 9.30
2008-10	「신성장동력 비전 및 발전전략」 발표에 따른 충남의 대응방안	백운성	2008.10.30
2008-11	국가경쟁력 강화를 위한 국토이용 효율화 방안 분석	오용준	2008.11.28
2008-12	생물다양성 국내외 현황 및 확보 방안	정옥식	2008.12.30
2009-01	충남 지역경제살리기를 위한 부품소재 전문 농공단지 활성화 전략	강영주	2009. 1.30
2009-02	충청남도의 금강 살리기 연계 발전전략	한상욱	2009. 2.24
2009-03	충남의 온실가스 배출특성 분석	정종관	2009. 3.11
2009-04	바람직한 금강 하구역 개선을 위한 부분 해수유통 방안	전승수·한상욱	2009. 3.18
2009-05	굴포운하의 역사적 의의와 현대적 활용방안	오석민·한상욱	2009. 4.24
2009-06	안면도국제꽃박람회의 지역파급효과와 발전전략	이인배	2009. 5. 8
2009-07	충청남도의 사회적기업 육성전략	임준홍	2009. 6.29
2009-08	태안군 녹색성장메카 육성을 위한 환경생태관광의 여건과 발전전략	이인배	2009. 7.23
2009-09	이야기길 관광자원화 사례로 본 충청남도의 대응과제와 발전전략	최인호	2009. 8. 6
2009-10	로컬푸드의 실태 및 충남의 실천과제	윤병선·유학열	2009. 9. 7
2009-11	충남 전통시장의 특성과 활성화 전략	임준홍·이상준·권영현	2009. 9.30
2009-12	지역 통계발전을 위한 실천 방안	조한석·백운성	2009.10.30
2009-13	충남 농수산물 수출실태와 활성화 전략	임형빈·유학열	2009.11. 9
2009-14	행정중심복합도시 건설은 반드시 지속 추진되어야 한다!	김용웅	2009.11.18
2009-15	충남지역 자원봉사활동의 실태와 활성화 방안	이재완·이관률	2009.12.11
2009-16	대전·충남의 금융산업과 지역발전	류덕위·김양중	2009.12.31
2010-01	국가 도시재생 정책에 대응한 충남의 도시재생 전략	임준홍·조수희외	2010. 1.29
2010-02	대전충남지역 4년제 대학졸업생의 노동시장분석	김동준·김양중	2010. 2.24
2010-03	충남의 지역경제 개관 -사회계정행렬(SAM)을 통한 분석	임재영	2010. 3.10

■ 충남발전연구원 홈페이지(www.cdi.re.kr)에서 쉽게 볼 수 있으며, 인용시 출처를 정확히 밝혀주세요!