

# 사회적 기업의 SNS 홍보 및 활용 사례

---

2012. 03. 16



이윤경

(lyk815@cdi.re.kr)

일 시 : 2012년 3월 16일, 12:00~13:30

장 소 : 충남발전연구원 3층 회의실

주 최 : 지역경제연구부

-  정부실패와 시장의 불완전성을 보완하기 위해 등장한 사회적 기업을 이해하고 이를 바탕으로 해결책 또는 대안을 제시하기 위한 노력 필요
- ⇒ 이러한 맥락에서 지역경제 연구부와 사회적경제센터의 공동연구 및 사업 진행의 필요성 대두
-  공동연구 및 사업제안과 진행을 위한 두 번째 단계로 새로운 소통의 창으로 대두되고 있는 소셜네트워크서비스(SNS)를 중심으로 사회적 기업의 홍보와 활용사례를 알아보고자 함.

## 1. 개최 개요

- 일 시 : 2012년 3월 16일(금), 12:00~13:30
- 장 소 : 본원 3층 회의실
- 주제발표 : 이윤경 연구원
  - 발표제목 : 사회적 기업의 SNS 홍보 및 활용사례
- 참석대상 : 지역경제연구부, 사회적경제센터, 원내외 희망자 등 20인

## 2. 시간 계획

| 시 간   |       | 프로그램            | 비 고     |
|-------|-------|-----------------|---------|
| 부 터   | 까 지   |                 |         |
| 12:00 | 12:00 | ■ 개 회           | 점 심 식 사 |
| 12:00 | 12:10 | ■ 워크숍 취지 설명     |         |
| 12:10 | 12:40 | ■ 주제발표(이윤경 연구원) |         |
| 12:40 | 13:10 | ■ 토 론           |         |
| 13:10 | 13:30 | ■ 향후 과제 논의      |         |
| 13:30 | 13:00 | ■ 마무리 및 폐회      |         |

## 사회적 기업의 SNS 홍보 및 활용 사례

이 윤 경 연구원  
충남경제교육센터

## I. 서론

국 내·외를 막론하고 전 세계적으로, 인터넷과 스마트폰의 폭발적인 이용 추세와 더불어 소셜 네트워크 서비스(Social Network Service)는 사용자에게 다양한 형태로 제공되고 있다. 사람들은 페이스북, 트위터, 미투데이, 등을 통해 국내·외에 있는 친구와 안부를 주고받고, 카페에서 스마트폰을 가지고 지인과 함께 쇼핑을 하기도 한다. 또한 앱 서비스(App Service)를 이용하여 모르는 사람과 소통하고, 처음 가보는 장소도 손쉽게 찾아갈 수 있다.

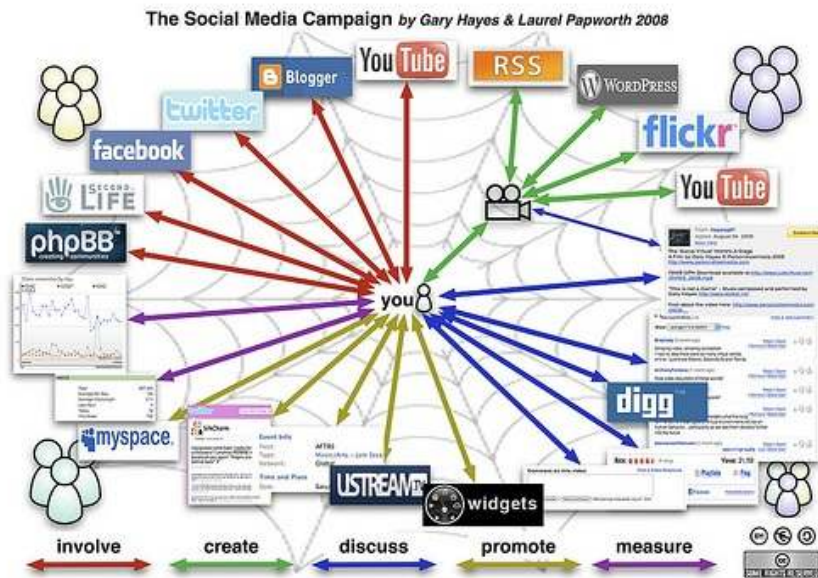
한편, 청년실업, 고용 없는 성장, 40대의 퇴직, 비정규노동 등으로 표현되는 자본주의의 폐해에 대한 새로운 돌파구가 필요한 실정이다. 최근에는 전 세계적으로 이러한 시장 자본주의의 폐해를 인식하고 새로운 대안을 모색하려는 움직임이 태동되고 있다. 즉, 공동체 자본주의, 공동체, 지역사회, 사회적 기업, 윤리적 소비 등에서 희망을 찾는 것이다(김종수, 2012).

이러한 사회적 흐름을 종합하여 이 글에서는 소셜 네트워크 서비스(이하 SNS)와 사회적 기업에 대해 대략적으로 살펴보고, 사회적 기업의 SNS 활용 사례에 대해 알아보고자 한다. 이러한 사례분석을 통해 향후 SNS를 활용한 홍보 및 정보제공과 소통의 도움이 되는 자료가 되었으면 한다.

## II. 소셜네트워크서비스(SNS)란?

소셜네트워크서비스(SNS)는 연구자에 따라 다양한 해석으로 정의 되고 있는데, Boyd and Ellison(2007) 은 “SNS란 개인의 프로필을 구성하고 개인들 간의 관계를 통해 형성된 연결을 공유하고, 그 연결을 바탕으로 일어나는 개인들 간의 상호작용을 지원하는 웹 기반의 서비스”라고 정의하였다. 이러한 소셜네트워크서비스(SNS)는 소셜미디어의 새로운 커뮤니케이션 형식이라는 간주를 바탕으로, 소셜미디어를 대중매체와 구별하는 특성인 접근성(Accessibility), 유용성(Usability), 최신성(Recency), 영속성(Permanence) 과도

부합한다(설진아, 2009). 다음은 SNS의 개념과 특성을, 현재 사람들에게 널리 통용되고 있는 전 세계의 SNS 종류와 기능별로 도식화 한 것이다.



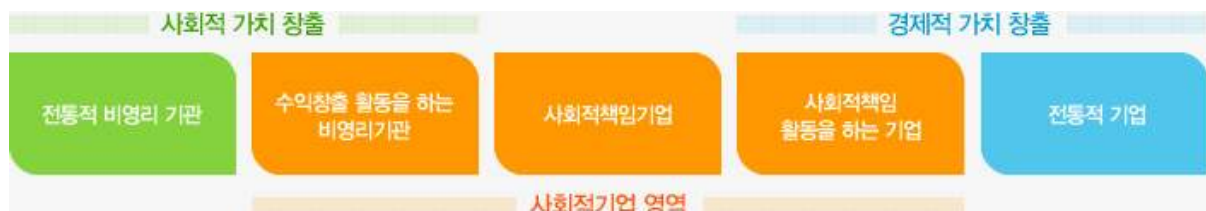
출처: The Social Media Campaign by Gary Hayes & Laurel Papworth, 2008

SNS는 개인의 관심 중심에서 사람들과의 관계 중심의 SNS로 발전되어왔으며, 시간이 지날수록 더욱 다양한 형태의 SNS가 등장하고 있다. 최근, SNS는 기존의 상상을 넘어서는 다양한 채널의 역할을 수행하고 있다. 단순한 안부나 인맥관리의 역할을 넘어서, Foursquare, Cityville, Mafia Wars, Farmville 등의 소셜 게임을 이용해 함께 게임을 즐기기도 하고, 소셜 환경 하에서 질문에 대한 답을 제공하는 Quora, Linked-in, Formspring 등 Q&A 서비스를 이용할 수도 있으며, Instagram, Flickr, Youtube 등을 이용하여 사진·동영상 등 개인적인 기록물을 함께 공유할 수도 있다. 이러한 SNS 연동·확장형 서비스는, 앞으로 SNS 기반산업에서 폭발적인 성장이 기대된다. 최근, 기업에서도 SNS를 적극 활용하여 기존의 기업 내·외부 소통과 마케팅 영역을 넘은 소셜 펀딩(Social Funding)을 기획하고, SCM 영역에 SNS를 활용하거나, 보다 섬세한 마케팅 전략을 위해 소셜인덱싱(Social Indexing)을 이용하여 SNS상의 데이터를 적극 수집해 활용하려는 노력 등을 강화하고 있다. 이처럼 다양한 채널로 사람들의 일상에 깊숙하게 들어온 SNS는 빠르게 변화하고, 진화를 거치며 개인이 요구하는 각각의 목적을 만족시킨다.

### Ⅲ. 사회적 기업이란?

이 글에서는 사회적 기업에 대한 이론적·학문적 배경 및 분류 보다는, 한국사회적기업진흥원(<http://www.socialenterprise.or.kr>) 발췌한 내용을 바탕으로 사회적 기업의 개념과 분류, 사례에 대하여 접근하였다. 사회적 기업이란 ‘사회적 목적을 우선적으로 추구하면서 영업활동을 수행하는 기업 및 조직’이다. 2012년 3월 현재 우리나라에는 640여개의 사회적 기업이 등록되어 있다.

사회적 기업의 목적으로는 크게 네 가지로 요약 할 수 있다. 가장 우선적인 목적은 취약계층에게 일자리 또는 사회서비스를 제공하는 것이다. 여기서 취약계층이란 저 소득자, 고령자, 장애인, 성매매피해자, 장기실업자, 경력단절여성 등을 포함한다. 다음으로는, 지역사회 발전 및 공익 증진을 목적으로 하며, 또한 서비스 수혜자, 근로자, 지역주민 등 이해관계자가 참여한 민주적 의사결정구조의 확립을 목표로 한다. 마지막으로, 수익 및 이윤 발생 시 사회적 목적 실현을 위한 재투자 등이 있다.



출처: 한국사회적기업진흥원 <http://www.socialenterprise.or.kr>

다음으로는 사회적기업의 종류이다. 우리나라는 사회적 목적에 따라 5개형으로 분류한다.

1. 일자리 제공형 - 조직의 주된 목적이 취약계층에게 일자리를 제공.
2. 사회서비스 제공형 - 조직의 주된 목적이 취약계층에게 사회서비스를 제공.
3. 혼합형 - 일자리 제공형 + 사회서비스 제공형
4. 기타형 - 사회적 목적의 실현여부를 고용비율과 사회서비스 제공비율 등으로 판단하기 곤란한 사회적기업
5. 지역사회공헌형 - 지역사회 주민의 삶의 질 향상에 기여 (2011년 신설)

## IV. 사회적 기업의 SNS 활용사례

### 1. 착한브로커 빛트인(Between)

<http://www.facebook.com/goodbrokerbetween>



- 처음으로 접한 사회적기업 빛트인(Between)

2010. 3.21. 희망제작소 사회혁신기업 프로젝트 희망별동대에서 ‘빛트인’팀 결성

2010. 5 ~ 6. 못난이 농산물을 이용한 부가가치 창출 수익 사업. “배짊 프로젝트”

충남공주 배랑농원 + 충남아산 내이랑마을 + 빛트인의 협력

농촌에게는 b급 농산물의 판로제시, 소비자에게는 건강한 가공식품의 제공

2010. 6 '농촌에서 월드컵 응원하기 프로젝트' (충남아산 내이랑마을)

농촌 체험 관광상품 공동기획

2010. 8. 6~9 '우리농민 氣살리기 프로젝트'

농민의 실수익을 높이기 위한 '미니 단(밤)호박 1,000개를 판매하는 프로젝트'를

역삼동 아파트 근처와 아름다운 가게에서 실행

2010. 8.13. 희망제작소 청년사회혁신 프로젝트 Competition 우승,

희망제작소 인큐베이팅센터 입주

2010.9.~12 태풍도 이겨낸 ok 사과프로젝트

태풍곤파스로 피해 입은 충남예산의 사과 농가의 못난이사과 판매 프로젝트

2010.10. 고용노동부 소셜벤처경연대회 인천/경기 권역별 특별상



## 2. 아름다운가게

<http://www.facebook.com/bbstore00>

facebook 아름다운가게

아름다운가게 헌책방  
비영리 단체

당배락  
정보  
친구 활동  
사진  
노트  
이벤트  
링크  
동영상

페이지 소개  
세상의 책들에게 나눔의 날개를 달아주세요!!

1,291  
명이 좋아합니다.

47  
이야기하고 있는 사람들

좋아하는 페이지 전체 보기

UNICEF  
bookorea.net  
행정안전부  
티몬 TMON  
My Tab

공유하기: 글 사진 동영상

글 쓰기

아름다운가게 헌책방

아버지  
우리가 사랑한 남자.  
10년 후 당신에게  
나 그대 위해 연어가 되고 담쟁이가 되리라  
이 세상에 단 하나뿐인 당신이기에.

10년 후, 폐천분들은 어느 곳에서 무엇을 하고 계실 것 같으세요?  
무엇을 하던, 고향을 잊지 않고 찾아가는 연어처럼 우리가 태어난 곳, 바로 아버지를 잊지 않고 항상 향해가며 더불어 우리가 사랑한 남자, 아버지를 위한 작은 담쟁이가 되어 딱딱한 그분의 굳은살을 감싸드리고 싶네요.  
영국의 정치가 '발포아'는 그 어떤 좋은 교훈과 사랑보다 아버지가 주는 그것이 훌륭하다는 명언을 남겼습니다.  
세상 사람들한테 치여 부모님들에게 얼굴 붉히는 일만 많아지는 요즘, 폐천분들만들은 다시금 부모님의 사랑을 깨닫게 되었으면 좋겠습니다^^

책:  
『아버지』, 김정현 장편소설, 문미당  
『우리가 사랑한 남자』, 미나미 저, 해냄출판사  
『10년 후 당신에게』, 안치용 저, 해바라기  
『나 그대 위해 연어가 되고 담쟁이가 되리라』, 숙명여자 중.고등학교 동창회  
『이 세상에 단 하나뿐인 당신이기에』, 유미성 저, 자음과모음

<콜라주> 라는 이름으로 '책 제목으로 시쓰기'가 진행됩니다~ 아름다운가게 헌책방에 있는 도서로 쓰여지니 많은 관심 가져주세요^^

- 아름다운 가게는 우리 사회의 친환경적 변화에 기여하고  
국내외 소외계층 및 공익활동을 지원하는 비영리 공익법인.
- 사업영역: 재사용 나눔 가게, 공익 캠페인, 자선, 나눔 사업, 자원활동,  
아름다운 나눔 장터, 공정무역, 재활용 디자인 사업,  
국제 지원 모금사업 등등

### 3. 트래블러스맵

<http://www.facebook.com/travelersmap>

**facebook** 트래블러스맵

**사회적기업 트래블러스맵 TravelersMAP**  
여행에 관한 커뮤니티 페이지

**정보** 친구 활동 사진 노트 동영상

**페이지 소개**  
www.travelersmap.co.kr 공정여행 사회적기업 (주)트래블러스맵 Travelers Make an Amazing Planet... 더 보기

**586** 명이 좋아합니다.  
**72** 이야기하고 있는 사람들

추미하는 페이지 전체 보기

SGS 사회적기업...  
유자살롱 Yooja...  
G Adventures  
함께 푸는 꿈은...  
씨즈(seed:s)

**국책사업 반대행위조사위원회** '국책사업 반대행위 조사위원회(위원장 심용식 환경평가정보원 전임공동대표)가 오는 15일 프레스센터에서 '4대강 및 국책사업 반대 단체 및 인명사건'을 발표한다. 주요 국책사업마다 검증되지 않는 논리로 반대 시위를 벌이며 재정 낭비와 국민 불편을 키워왔던 세력들에 대해 비판 여론은 많았지만 해당 단체와 인사의 명단을 사전 형식으로 공개한 것은 이번이 처음이다.

**DailyNK**  
www.dailynk.com  
국책사업 반대행위 조사위원회(위원장 심용식 환경평가정보원 전임공동대표)가 오는 15일 프레스센터에서 '4대강 및 국책사업 반대 단체 및 인명사건'을 발표한다. 주요 국책사업마다 검증되지 않는 논리로 반대 시위를 벌이며 재정 낭비와 국민 불편을 키워왔던 세력들에 대해 비판 여론은 많았지만 해당 단체와 인사의 명단을 사전 형식으로 공개한 것은 이번이 처음이다.

**Travelers Map**  
코레일관광개발, 녹색자전거열차 상품시작했는데...  
(http://www.korailtravel.com/)  
자전거자전거를 기차에 싣고 여행지에 가서, 전문가와 함께 라이딩한다는 취지 자체는 좋습니다. 하지만 자세히 들여다보니 최소출발인원이 코스별로 100~150명, 자전거를 탄 수백명의 사람들이 같은 코스로 우르르 몰려다니는 것이 녹색여행일까요? 예코투어의 기본은 작은 단위로 영향을 최소화하는 것으로 줄이는 것일텐데 말이죠. 그 참가자수를 유지한다면, 적어도 도착지에서 많은 루트로 세분화해서 분산시키는 것도 하나의 방법일거예요. 아무튼 150명 이상의 사람들이 자전거를 타고 같은 시간에 같은 루트로 움직인다는 건 조금은 공포스러운 광경일 것 같네요.

**코레일관광개발에** 오신것을 환영합니다.  
www.korailtravel.com

- 지속가능한 여행을 만드는 사회적 기업
- 지역 경제를 살리는 여행
  - 여행 경비가 환원되도록 지역 커뮤니티와 협업
- 자연을 보호하는 여행
  - 환경에 미치는 영향을 최소화, 여행 자체가 환경보존의 활동이 되도록 기획
- 문화를 존중하는 여행
  - 지역공동체, 커뮤니티비즈니스, 사회적 기업, 비영리단체와 협력

#### 4. 나눔나우

<http://www.facebook.com/messages/100003183942118#!/webnana?sk=wall>

**facebook** 검색

**웹 나눔나우(송화준의 사회적기업+소셜미디어)**  
공인

당배락 웹 나눔나우(송화준의 사회적기업+소셜미디어) · 모든 사람 (최신순) ▾

공유하기: 글 사진 링크 동영상

글 쓰기

**웹 나눔나우(송화준의 사회적기업+소셜미디어)**  
페이스북이나 트위터 같은 SNS(Social Network Service)를 통한 사회공헌활동이 기부문화의 새로운 트렌드로 자리잡고 있다. 전통적인 모금 방식보다 공감과 참여를 이끌어내기가 수월하고, 단순하게 물질적인 모금을 주제로 하지 않는다는 점에서 눈길을 끄는 요소가 많다. 대상이 광범위하고, 거리에 제약 받지 않으며, 기존의 방법과 비교했을 때 홍보비용도 절감할 수 있다는 장점이 부각되면서, 많은 단체나 기업들이 SNS를 통해 이미지 개선이나, 기업홍보, 그리고 소외된 계층 돕기의 수단으로 활용하고있다.

**SNS 통한 사회공헌활동 분석 크리스찬투데이**  
christiantoday.us  
교회나 기독교기관들도 재고해볼만...페이스북이나 트위터 같은 SNS(Social Network Service)를 통한 사회공헌활동이 기부문화의 새로운 트렌드로 자리잡고 있다. ▲ 한국 유명 포털사이트에서 진행하는 사회공헌활동 홈페이지, @크리스찬투데이 전통적인 모금 방식보다 공감과 참여를 이끌어내기가 수월하고, 단순하게 물질적인 모금을 주제로 하지 않는다는 점에서 눈길을 끄는 요소가 많다. 대상이 광범위하고, 거리에 제약 받지 않으며, 기존의 방법과 비교했을 때 홍보비용도 절감할 수 ...

좋아요 · 댓글 달기 · 공유하기 · 5시간 전 ·

7명이 좋아합니다.

댓글을 입력하세요...

**세 스넷**  
<초대장> 2012년 특별한 일 찾고 계세요?  
누군가를 위한 희망의 다리가 되는 일, 지역사회를 더 성숙한 활어로 만드는 일, 이런일을 찾으시는 분들을 위해 세스넷에서는 열정있는 청년사회적기업가 창업팀을 모집하고 있습니다.  
세스넷에서는 현재 2011년도에 모집한 13개의 창업팀을 지원하고 있으며, 창업팀들이 지역 내 커뮤니티 속에서 훈련하고 성장하며 성공적인 사회적기업으로 뿌리내릴 수 있도록 '지역사회 밀착형 인큐베이팅'을 제공하고 있습니다.

- 사회공헌 및 사회 혁신을 돕는 에이전시형 소셜벤처.
- 국내최대의 SNS 독자커뮤니티집단, 국내유일의 독서분야 사회공헌 전문 온라인 플랫폼
- <http://www.nanumnow.com/> 홈페이지 참고 (소셜미디어 활용)

## 5. 강남구 사회적기업

<http://www.facebook.com/gangnam.se>

facebook 강남구 사회적기업

**강남구 사회적기업**  
정부 단체

강남구 사회적기업 · 모든 사람 (인기순)

공유하기: 글 사진 링크 동영상

글 쓰기

**강남구 사회적기업**  
<사회적기업 행사관 운영 안내문>

안녕하세요. [2012 강남 희망나눔 일자리 박람회] 내에 (예비)사회적기업을 위한 행사관을 설치,운영할 예정입니다. 자세한 사항은 아래를 참조하시고 관심있으신 분들의 많은 참석 부탁드립니다.

...  
더 보기  
좋아요 · 댓글 달기 · 공유하기 · 3월 9일 오전 10:24 ·

**강남구 사회적기업**  
사회적 기업 및 Social venture에 대한 설문

안녕하세요 카미스트에 재학중에 손호성이라고 합니다. 다름이 아니라 제가 속해있는 랩에서 사회적 기업 및 Social venture들에 대해 연구하고 있는데요... 사회적 기업 및 Social venture에 종사 중인 대표님이나 직원 분들을 대상으로 설문을 받고 있습니다. 혹시, 해당되시면 <http://www.ksdc.re.kr/answer/index.jsp?c=3168>로 가셔서 설문 참여 부탁드립니다. 참여하시면 추첨을 통해 소정의 상품(상품권 5만원)을 지금에 드립니다. 연구에 대해 간략히 아래에 소개 드립니다. 그럼 다들 건승하세요! ^^

Source: SVL (@e° 146©)  
Published: 2012-03-08 12:29:08 GMT

좋아요 · 댓글 달기 · Share · 3월 8일 오후 8:44 RSS Graffiti에서

**강남구 사회적기업**  
<2012년 강남구 사회적기업 지원사업 설명회>

어제(3월 5일) 강남구 사회적기업 지원사업 설명회 사전입니다. 많은 분들이 참석해주셔서 강남구 사회적기업의 발전을 위한 의견들을 해주셨습니다. 대안법정의 주선 소중함의 열정이 어떻게 반영될 수 있기를 조금씩은

- 서울 강남구 내 사회적기업 제품 홍보 및 지역사회 공헌 활동 내역, 사회적기업에 관한 자료를 공유
- 담벼락은 주로 다른 기관이나 언론의 사회적 기업 관련 정보와 소식 공유
- Docs 와 노트로는 사회적 기업에 관한 자료들을 업로드



## 6. 남양주시 사회적기업 지원센터

<http://www.facebook.com/nyjsesc>

facebook

사회적기업

남양주시 사회적기업 지원센터

남양주시 사회적기업 지원센터

공공 단체 · 남양주시

남양주시 사회적기업 지원센터

남양주시 사회적경제 활성화를 위한 강연회를 개최합니다.

이런분들은 꼭 오세요.

... 더 보기

-평내도서관에서

남양주시 사회적기업 지원센터

남양주시 사회적기업 지원센터 "함께 부자되는 비밀, 협동조합을 알려주마"

남양주시 사회적경제 활성화를 위한 강연회를 개최합니다.

이런분들은 꼭 오세요.

... 더 보기

-평내도서관에서

남양주시 사회적기업 지원센터

남양주시 사회적기업 지원센터 "함께 부자되는 비밀, 협동조합을 알려주마"

남양주시 사회적경제 활성화를 위한 강연회를 개최합니다.

이런분들은 꼭 오세요.

... 더 보기

-평내도서관에서

Facebook 모바일에서 남양주시 사회적기업 지원센터에 쉽게 접속하세요!

2명이 좋아합니다.

공유 1건

강봉심 요즘 협동조합이 대세인 한가봐요 불과 몇년전과 너무나 다른 분위기. 그러나 곳곳에서 이런 내용으로 강의가 이루어지니 기분이 좋습니다.

2011년 12월 14일 오전 8:12 · 좋아요 · 1

강봉심 글 중간에 있는 그러다가 좀 이상하네요

2011년 12월 14일 오전 8:12 · 좋아요

- 남양주시 사회적기업 지원센터 페이지
- 담벼락을 통해 사회적 기업에 관한 정보 제공
- 사진을 통해 행사 및 현황 소개

## V. 결론

본 글에서는 SNS의 가치를 다음의 4가지로 요약 하고자 한다.

첫째, 신속성과 지속성. SNS를 이용하면 쉽고 빠르게 콘텐츠 전파가 가능하며, SNS 상에서 생산된 콘텐츠의 영향력은 정보의 확산을 통해 시간에 구애 받지 않고 지속적으로 발휘된다는 점이다.

둘째, SNS 이용자의 다수성과 다양성. 현재 각광받고 있는 SNS는 한정된 국가나 계층에 머무르지 않고, 그러한 경계를 넘어 다수의 사람들에게 콘텐츠를 전달하는 역할을 한다.

셋째, 비용의 경제성. SNS를 이용하면 기존의 매스미디어나 매스컴을 통하지 않고도 적은 비용으로 효과적인 소통이 가능하다. 이는 대기업뿐만 아니라, 중소기업이나 소규모의 사업의 자영업자에게 영향력이 큰 경쟁업체와 동등한 조건으로서 SNS를 활용할 수 있는 중요한 가치라고 할 수 있다.

마지막으로 친근성과 신뢰성. SNS를 통하여 이용자 간의 마음을 담은 인간적인 소통이 가능하다. 그 대상은 친구가 될 수도 있고, 처음 보는 사람이 될 수도 있으며, 지구 반대편에 사는 외국 친구일 수도 있다. 또한 기업은 소비자와의 쌍방향 소통을 통해 기업 신뢰 제고 향상의 가치를 얻을 수도 있다. 기업이 SNS의 이러한 가치를 효과적으로 활용하기 위해서는 SNS가 지닌 가능성에 대한 과신을 경계하면서도 소통 도구로서의 특성을 최대한으로 활용해야 한다.

사회적 기업은 우리 사회 곳곳에 널리 퍼져있다. 앞으로도 그 규모와 활동 범위가 점차 넓어질 전망이다. 이러한 사회적 기업에 대한 사람들의 인식과 정보 공유를 활발히 하기위해, 또한 다른 사회적 기업들 및 유관기관과의 네트워크 형성을 위해 SNS를 적극 활용하는 것이 중요하다.

## 참고문헌

Boyd, d. m., & Ellison, N. B. , “Social network sites: Definition, history, and scholarship”, *Journal of Computer-Mediated Communication*, Vol.13, No.1, 2007.

설진아, "소셜미디어(Social Media)의 진화양상과 사회적 영향", 한국언론정보학회 학술대회, pp.35-57, 2009.

김종수, “사회적기업 육성을 위한 지방정부의 역할-지역자산 활용을 중심으로“, 충남발전연구원 세미나 자료집, 2012.

<http://www.socialenterprise.or.kr>

<http://www.facebook.com/goodbrokerbetween>

<http://www.facebook.com/nyjsesc>

<http://www.facebook.com/gangnam.se>

<http://www.nanumnow.com>

<http://www.facebook.com/travelersmap>

<http://www.facebook.com/bbstore00>

<http://www.facebook.com/messages/100003183942118#!/webnana?sk=wall>