



■ 발 표 2.

청소대안기업연합회 현황과 과제

정 희 석

청소대안기업연합회 대표



1

청소대안기업연합회 현황

■ 청소대안기업연합회 소속 회원사 현황

No.	인증관련			회사형태			설립년도	충고용인원			취약계층 비율				매출액		
	인증	예비 인증	기타	주식 회사	유한 회사	기타		남	여	계	남	여	계	%	공공부문	민간부문	계
1	○			○			03년 9월	17	21	38	4	13	17	44.7	313,808천원	2,142,487천원	2,456,295천원
2	○			○			99년 2월	30	47	77	23	43	66	85.7	1,124,156천원	2,826,329천원	3,950,486천원
3	○			○			09년 10월	7	30	37	4	24	28	75.7	272,286천원	512,639천원	784,925천원
4	○			○			09년 5월	5	35	40	3	28	31	77.5	315,616천원	558,860천원	874,476천원
5	○				○		09년 9월	5	39	44	4	34	38	86.4	698,000천원	2,000천원	700,000천원
6	○			○			09년 4월	2	19	21	2	15	17	81.0	261,255천원	97,452천원	358,707천원
7	○				○		07년 5월	1	14	15	0	7	7	46.7	165,380천원	10,100천원	175,480천원
8	○			○			02년 10월	6	31	37	5	26	31	83.8	260,000천원	90,000천원	350,000천원
9	○			○			08년 9월	3	28	31	2	22	24	77.4	392,704천원	157,305천원	550,009천원
10		○		○			11년 7월	1	36	37	1	15	16	43.2	436,000천원	4,000천원	440,000천원
11	○			○			08년 10월	2	29	31	1	21	22	71.0	475,450천원	204,790천원	680,240천원
12		○			○		08년 7월	7	39	46	3	31	34	73.9	400,000천원	446,624천원	846,624천원
13	○			○			06년 7월	19	57	76	13	41	54	71.1	938,386천원	160,182천원	1,098,568천원
14	○			○			10년 6월	4	16	20	3	15	18	90.0	251,692천원	54,488천원	306,180천원
15	○				○		09년 1월	4	37	41	3	34	37	90.2	-	656,827천원	656,827천원
16	○			○			06년 7월	2	9	11	1	6	7	63.6	50,000천원	180,000천원	230,000천원
17		○		○			11년 12월	1	35	36	0	28	28	77.8	28,125천원	-	28,125천원
18	○			○			10년 11월	4	1	5	3	1	4	80.0	-	91,338천원	91,338천원
19				○			11년 1월	0	3	3	0	3	3	100.0	-	98,000천원	98,000천원
20	○				○		08년 8월	5	20	25	3	13	16	64.0	107,932천원	319,998천원	427,930천원
21	○			○			10년 7월	7	26	33	2	16	18	54.5	277,098천원	84,747천원	361,845천원
22		○		○			10년 10월	5	12	17	5	10	15	88.2	230,000천원	30,659천원	260,659천원
23			○			○	09년 10월	0	25	25	0	25	25	100.0	143,000천원	-	143,000천원
24	○			○			11년 6월	1	5	6	0	4	4	66.7	31,641천원	33,949천원	65,590천원
25	○			○			10년 1월	28	46	74	21	31	52	70.3	157,000천원	350,000천원	507,000천원
26	○			○			9년 10월	19	68	87	6	42	48	55.2	1,481,327천원	679,465천원	2,160,792천원
27		○		○			11년 5월	2	15	17	1	10	11	64.7	100,000천원	-	100,000천원
28		○		○			10년 10월	4	14	18	3	10	13	72.2	108,800천원	46,700천원	155,500천원
29	○			○			09년 2월	4	42	46	2	23	25	54.3	110,000천원	459,820천원	569,820천원
30	○			○			11년 4월			0			0				-
31			○			○	08년 4월	0	0	0	0	0	0		-	60,000천원	60,000천원
32	○			○			10년 7월	4	9	13	2	5	7	53.8	-	116,116천원	116,116천원
33	○			○			08년 4월	15	20	35	12	13	25	71.4	79,364천원	264,355천원	343,719천원
Total(총계)								214	828	1042	132	609	741	71.1	9,209,022,776	10,739,233,441	19,948,256,217

○ 2012년 8월 현재 33개업체 참여 (표참조)

■ 연합회의 역할

청소대안기업연합회 정관

제2조 목적 이법인은 청소사업을 통하여 깨끗한 지역사회를 건설하고, 취약계층의 일자리 창출을 통한 빈곤문제 해결에 기여하고자 하는 사회적기업 간의 협력강화를 목적으로 한다.

- 제4조 1.청소업종 사회적기업과 관련된 정보의 수집 및 공유
 2.청소업종 사회적기업간의 네트워크 구축 및 연대
 3.청소업종 사회적기업 및 예비사회적기업을 지원하기 위한 교육,컨설팅
 4.청소관련 기술개발 및 경제성 향상 지원
 5.청소업종 사회적기업 발전을 위한 관련 사회단체와의 연대활동,지역사업 참여

위의 정관 2조와 4조에 연합회의 역할을 대체적으로 설명

오늘의 발제는 과연 연합회는 이 역할을 잘 수행하고 있는지?
 부족한 점은 무엇인지? 어떻게 그 문제점을 극복하고 어떤 지향을 가지고 갈 것인지에 대한 답이 아니라 공론의 장이었으면 한다.

2

청소대안기업연합회의 문제 인식

■ 참여 기업간 편차(표 참조)

- 표에서 확인하다시피 회원사 33개 기업간 매출구조와 고용인원 기업역사 등의 매우 다양한 편차가 있음
 - 이것은 단순한 수치상의 편차의 문제가 아니라 기업전반에 관한 고민의 양적 질적의 차이이기도 하며,기업발전의 중심축을 어디에 둘 것인가 하는 중요한 현실적 차이를 나타냄
- 또한 어떤 태생과 경로로 사회적기업으로 전환되었는가의 차이가 단순한 매출이나 고용의 편차보다 주요한 문제로 인식
 - 자활공동체나 사회서비스 등 사회적경제 테두리에서 태생하거나 성장해 온 기업과 일반기업에서 전환한 기업간의 시각적차이는 연합회의 현재와 미래를 설정함에 있어 가장 먼저 배려하고 고민해야 할 지점. 이는 기업경영의 방법/관점 /시장접근방식 등의 차이를 가져오게 된다.

■ 연합회 위상에 대한 시각의 차이

- 연합회가 사회적경제 시스템을 변환시키기 위한,전체 사회적경제 틀속에서 자리매김을 해야 하는 것인지 아니면 자사의 경제적 발전과 이익에 부합하는 단체로서 존재역할을 규정지어야 하는지

에 대한 명확한 시각차이가 존재

- 이것은 연합회활동에 대한 범위와 폭을 결정하는 중요 지점
- 이사회와 회원사와의 차이

■ 자체 역량의 부족

- 33개 회원사 중 거의 모든 회원사가 생존에 대한 고민
- 연합회의 필요성은 인정하나 보다 강화시키기 여력은 없는 실정
- 보다 발전할 수 있는 조건을 가로막는 현실적 이유

3

청소대안기업연합회 발전 과제

■ 각 회원사별로 산재하는 연합회에 대한 발전경로와 지향점에 대한 합의 필요

- 1)일반기업과 경쟁하여 사회적기업의 양적인 팽창을 통해 질적인 변화를 고민
- 2)사회적경제와 생태계와 맞물려 상호보완 발전하는 모습의 형태

- 이 두 개의 관점이 상호 대립하는 것이 아니라 상호보완 발전하는 것이 필요
- 또는 회원사별로 다양한 성장과정을 모델화시킴으로써 진행방향에 대한 다양성과 상호 보완노력을 연합회 내에서 가능토록 해야 할 것

■ 연합회 사무국역량의 강화 시급

- 다양한 조직의 형태를 포함해야 하는 연합회의 현실 상 그 조건에 맞는 다양한 사업이나 정책의 내용은 필수적이다.현재 인원으로는 수요조사 일정공유정도 밖에는 일상적으로 가능하지 않음.
- 중장기적인 정책과 단기적인 대응,조직화 사업 등 사무국의 역량을 장기적으로 강화하지 않으면 여태까지의 논의가 현실적으론 무의미

연합회의 공공시장에서의 역할

- 현실적으로 할 수 있는 것에 집중점을 가지는 것을 원칙
- 공공기관, 공기업, 지자체 등 공공시장에 대한 접근성을 만드는 것에 집중
 - 정책을 선점하고 공유할 수 있는 유리한 지점
 - 공동으로 작업을 꺾할 수 있는 좋은 모델
 - 장기적이고 안정적인 수익모델을 만들어 낼 수 있음
 - 각 지원 네트워크와 연계사업 가능

“연합회가 총체적 묶음으로서의 수동적인 단체가 아니라 구체적으로 그 시장내에서 주도된 역할에 대한 위상을 갖는 것이 가장 절실”

연합회의 존재가치와 발전은 위의 역할을 어떻게 만들어 낼 것인가?

어떠한 방법으로 어떠한 참여로 이루어 낼 것인가? 하는 것으로 결정될 것