



## Chungnam Economic Trends

### 기업탐방





## ‘다시 뛰는 여성의 희망파트너’ - 충남형예비사회적기업 (주)나눔커뮤니케이션 -

인구 고령화·장기 저성장·실업문제가 고착화된 오늘날 바야흐로 상생을 추구하는 ‘사회적기업’이 화두로 떠오르고 있다.

경제발전과 성장이란 목표 아래 앞만 보고 달렸던 기업들의 성장모델이 한계에 부딪히면서 기업이 뿌리박고 있는 사회와 환경에 대한 책임의식, 그리고 이익을 공익으로 환원하는 발전모델에 무게가 실리기 시작한 것이다.

이에 국내외 주요 기업들은 시대의 흐름에 발맞춰 일련의 사회공헌활동을 벌이고 있으나 기업이미지 개선 등 홍보활동에 그치는 경우도 적지 않다. 그러나 한편으로는 완전히 다른 맥락의 모델이 떠오르고 있다.

사회 취약계층에게 일자리와 재화를 제공하는 등 영리추구보다 공익적 활동에 힘쓰는 사회적기업이 그것이다. 사회적기업은 보통 지역사회를 기반으로 두고 이윤을 지역공동체로 재투자한다. 공동체 구성원들의 ‘신뢰’를 바탕으로 깔고 있기에 환경 친화적이면서도 투명하게 재화와 용역을 안정적으로 생산·판매할 수 있다. 때문에 지역 사회의 유대의식을 높이고 지역경제도 활성화하는 효과를 낼 수 있다.

이런 (예비)사회적기업은 충남에서도 쉽게 찾아볼 수 있다. 바로 충남테크노파크(천안시 직산읍)에 터를 마련한 (주)나눔커뮤니케이션(대표 최영준)이 대표적이다.

(주)나눔커뮤니케이션은 블로그, 카페, 페이스북, 트위터 등 소셜네트워크를 이용한 기업 홍보마케팅을 지원하는 인터넷마케팅 전문 예비 사회적기업이다.

사회 재진출을 희망하는 여성에게 소셜마케팅 기술교육을 실시한 후 인터넷홍보 마케팅 일자리를 제공하고 있다. 또 사회적기업, 소상공인, 중소벤처제조기업에 인터넷을 활용한 홍보 및 판로개척을 지원하고 있다.

## ◆ 어떻게 설립됐나,

‘다시 뛰는 여성의 희망파트너.’ (주)나눔커뮤니케이션 홈페이지를 접속하면 가장 먼저 눈에 들어오는 회사 안내 문구다. 이 기업을 간략하고 쉽게 소개하면 여성들이 가지고 있는 능력을 개발해 각종 교육사업 및 지식 나눔 봉사활동 사업을 진행하는 것이다. 최근 급속히 성장하고 있는 소셜네트워크 서비스 기술을 활용한 사업이 바로 그것이다. 여성들이 가지고 있는 개개인의 능력을 SNS를 활용해 1인 기업화하는 게 골자다.

대기업이 아닌 이상 기업 홈페이지를 직접 관리하는 담당 부서나 직원을 고용하기란 여간 까다로운 게 아니다. 당장 인건비가 막대하게 들어가는 데다, 그 효율 역시 전문성 부족 등으로 떨어진다.

이런 전문성과 효율성을 높이기 위해 (주)나눔커뮤니케이션이 설립됐다. 한마디로 대리로 쇼핑몰을 운영한다고 보면 이해하기가 쉽다. 그것도 출산, 육아, 가사 이후 사회재진출시 경력 단절로 어려움을 겪고 있는 여성들이 말이다.

경력 단절 여성 등의 경제활동 촉진법 제정 등 여성의 사회재진출을 지원하고자 하는 국가 시책의 필요성은 꾸준히 제기되고 있다. 블로그, 카페, 페이스북, 트위터 등 소셜네트워크의 발달로 1인 기업 및 기업홍보마케팅 등을 요구하는 시장도 변화하고 있다. 오픈마켓 등 인터넷 쇼핑 발달로 인터넷을 통한 유통채널이 중요하다. 이 모든 것을 (주)나눔커뮤니케이션이 제대로 파악했다. 여성 일자리 창출이라는 사회적 문제를 SNS와 접목해 해결하겠다는 것이다.

이 기업은 지난해 3월 예비사회적기업으로 선정된 뒤 첫 문을 열었다. 그리고 6월 일자리 창출 지원 사업에도 선정됐다. 지난해 9월에는 천안시 사회적기업 지역특화사업과 협약도 체결했다. 사회적기업에 대한 홍보사업을 수행할 수 있게 된 셈이다. 직원은 재택근무자를 포함해 총 13명, 대부분 경력단절 여성이다. 인터넷홍보마케팅에 관심 있는 주부라면 누구나 3개월 정도 교육을 받은 후 바로 현장에 투입될 수 있다. 재택근무 취업 창업 등 다양한 기회의 문을 열 수 있는 셈이다.

## ◆ 어떤 일 하나

쉽게 말하면 기업의 인터넷 마케팅 부서를 외주를 줘서 해당 기업의 홈페이지나 쇼핑몰 등을 대신해서 운영·관리한다고 보면 이해하기 쉽다. 농촌에서도 이들의 사업을 접목하면 편하다. 농촌에서 생산하는 상품은 매우 좋은 데 판매할 수 있는 판로 확보가 까다롭기 때문이다. 고령화된 우리 농촌사회에서 농민들이 인터넷을 통해 자신의 제품을 판매하기 어렵단 얘기다. 다시 말해 (주)나눔커뮤니케이션이 이런 소상공인이나 농민이 몰랐던 가려움을 긁어주고 있다.

최근 들어 쇼핑몰에 대한 중요성과 소비자의 인식은 크게 바뀌고 있는 게 사실이다. 한 연구결과에 따르면 우리나라 국민 1인당 평균 50번에서 500번 이상까지 인터넷에 접속해 다양한 콘텐츠 등을 접하고 있다. 이처럼 인터넷과 스마트폰, 소셜네트워크 서비스는 우리에게 익숙함으로 자리 잡았다.

(주)나눔커뮤니케이션은 이런 사회적 흐름을 인지하고 사업에 뛰어들었다. 블로그 운영을 통한 중소기업과 소상공인 발전과 소득창출을 위해서다. 첫 번째 타깃은 인터넷 쇼핑몰을 가지고 있는 기업이다. 이 기업을 선택해 대신해서 그 상품을 홍보한다. 홍보도 그냥 홍보만 하는 것이 아니라 그 상품에 대한 상품 후기와 장단점을 제대로 분석해 홈페이지에 게재한다. 두 번째로 기초자치단체의 정책 사업과 다양한 축제를 홍보하는 일을 맡는다. 지역 곳곳에서는 계절별로, 시간별로 많은 축제가 열리고 있다. 이런 축제 홍보는 대부분 광고 대행사가 맡고 있다. 대부분 외지 업체가 독점하고 있는 대목이다.

최영준 대표는 “지자체 공공정책사업에 대한 외주 관심이 아직은 미흡하다”며 “보다 더 분발해 지자체 공공정책 사업이나 축제 사업 등에 대한 홍보를 맡을 수 있도록 하겠다”고 강조했다.

## ◆ (주)나눔커뮤니케이션의 최근 관심은,

(주)나눔커뮤니케이션 최 대표는 바쁘다. 지역고용 및 인터넷 마케팅, 재택일자리 연구와 사회적기업, 청년 CEO 창출에 대한 관심이 생겼기 때문이다. 최 대표는 충남 벤처협회 사무국장도 겸하고 있다.

천안 지역은 첨단벤처사업이 많기로 유명하다. 여성인력을 활용한 인터넷마케팅은 천안 지역에서 하기에 적합하고 효율적 수단이다. 앞으로 사이버거래는 더욱 활성화 되고, 충남지역 벤처기업, 사회적기업, 농특산물기업, 마을기업, 소상공인 등 기업영역과 함께 공공기관들의 인터넷 홍보 수요는 기하급수적으로 확대될 전망이다.

최 대표는 “우리 지역은 인터넷 홍보마케팅의 불모지라 할 수 있다”며 “우리 기업이 선발주자로서 길을 만들어 가는 중이다. 아산시청이나 천안시청과 협의를 통해 인터넷홍보마케팅에 대한 필요성을 알리고, 인터넷홍보가 꼭 필요한데 방법을 찾지 못하는 소상공인 등에 저비용고효율 인터넷홍보를 소개할 예정”이라고 설명했다.

### ◆ 동료가 보는 ㈜나눔커뮤니케이션은,

소셜미디어팀 임계순 팀장은 2012년 인터넷 홍보마케팅교육을 받았다. 당시 플리스트였던 임계순 팀장은 “하던 일을 인터넷과 연결해 보면 어떨까 싶어 인터넷홍보마케팅교육을 받았다”며 “교육을 받다 보니 인터넷홍보라는 것이 매우 방대하고 시대의 흐름에 적합한 일이라는 생각이 들었고 운 좋게 직업으로 연결됐다”라고 말했다. 또 임 팀장은 “기혼여성들이 가정과 일자리를 병행할 수 있는 일이 더 늘어났으면 좋겠다”며 “이 일은 크게 어려운 일은 아니지만 노력이 필요하다”고 덧붙였다.

소셜미디어팀 구은자 팀장은 “나이가 40대 중반을 넘고 보니 할 수 있는 일이 몹시 제한적이라는 것에 자극을 받아 뭔가 전문기술이 필요하다”고 생각했다. 구 팀장은 “무작정 인터넷홍보마케팅 교육을 받았다. 제대로 된 지식 없는 무모한 도전이었지만, 결과적으로 좋은 기회가 됐다”며 “인터넷 카페 운영을 하면서 나 자신에게 창의적인 기획력이 있다는 사실을 알게 됐다”고 했다. 구 팀장의 특성과 능력을 최 대표가 알아채고 카페 운영을 맡긴 것이다.

실제 다른 직원들 경우도 블로그 운영이나 페이스북 마케팅 등 각자의 적성에 맞는 일을 최 대표의 권유로 진행하다가 그 안목에 놀란다. 최영준 대표의 사람을 향한 관심과 열정이 있어 ㈜나눔커뮤니케이션은 적재적소에 여성 인력을 배치할 수 있었다.

최 대표는 인터넷마케팅 교육대상을 미혼모나 결혼이주여성에게 확대해 자립과 자활을 돕고 싶다고 했다. 최 대표는 “인터넷마케팅 물결은 거스를 수 없는 시대적

흐름이다. 자신만의 블로그를 운영하는 것이라도 시작해 보고 용기를 내 도전하면 새로운 길이 열릴 것"이라고 전했다.

## ◆ 지금까지 맡은 일과 그 성과, 그리고 나아가야 할 방향

유기농 화장품 오썸, 흥성 예비사회적기업 한국도라지, 천안시 영농조합법인 농특산물유통사업단 씨씨팜.

<당진 백석올리마을 발효과줄제품 촬영>



<천안 꽃배달 쇼핑몰 마케팅>



<한길코리아 공연>



<유기농 화장품 오썸>



<한국도라지>



<한우데이 돈데이 블로그마케팅>





(주)나눔커뮤니케이션이 직접 인터넷과 블로그를 개설해 관리·운영하는 곳이다. (주)나눔커뮤니케이션은 홈페이지 개설과 홍보를 통해 얻은 매출의 일부분을 수수료를 받는다. 구체적인 수익은 밝힐 수 없지만, 이들이 관리한 이후 매출은 크게 늘어났다는 게 최 대표의 설명이다. 현재 더 많은 기업과 소상공인 등이 문의하고 있지만, 인력이 문제다. 한 마디로 수요는 늘어나는 데 직원이 적다 보니 한계에 부딪히는 게 문제라고 말한다.

최 대표는 (주)나눔커뮤니케이션 사회적기업이 충남 곳곳에 퍼지기를 희망한다. 현재 서천지역에서도 이 사업에 눈독을 들이고 있다. 최 대표는 “이 사업이 나아가야 할 방향은 여성들에게 일자리를 제공하는 것”이라며 “사회적기업 마을 농산물기업에게 조금 더 알려주는 게 중요하다”고 강조했다.

이어 “지역 곳곳에 이런 기업이 자리 잡아야 많은 일자리 창출은 물론 지역 홍보도 극대화할 수 있다”며 “여성이 가장 좋아하는 일은 쇼핑이다. 반면 영업은 잘 못한다. 이런 장점과 단점이 접목한 것이 바로 이 사업”이라고 덧붙였다. 향후 도내 5개 정도의 나눔커뮤니케이션 사회적기업을 육성하는 게 최 대표의 목표이다.

## ◆ 향후 과제는,

사회적기업의 지속 가능성이 높지 않다는 것이 오랜 숙제다. 도시화된 지역사회에 뿌리내리는 과정이 쉽지 않은데다, 제품 조달처를 기존 일반 기업체들이 차지하고 있어 뚝기가 힘들고, 기업경영 등 전문성 측면에서 취약해 자본시장에서 자금을 조달하는 것도 어렵기 때문이다. 지난달 자본시장연구원의 조사에 따르면 정부의 육성 등 외부 지원 없이도 자력 생존 가능한 사회적기업은 전체의 16.1%에 불과한 것으로 나타났다. 앞서 지역별로 5개 이상 퍼져야한다는 최 대표의 말이 떠오른다. 자력 생존 가능한 사회적기업이 비교적 드물다 보니 이런 최 대표의 사회적기업 육성은 또 다른 도전이다.

최 대표는 “우리만 있어서는 여성 일자리의 규모의 경제가 안 된다”며 “지역이 넓어 서천이 의뢰하면 응대하기 어려움이 있다. 그러므로 우리 같은 사회적기업이 지역별로 많아졌으면 좋겠다”고 했다. 이어 “모든 상품에 부가가치를 높이려면 스토리텔



링이 필요하다. 역량을 어떻게 극복하는 것이 관건이다. 이야기가 있고 이야기를 표현해야 한다”며 “영상 역량을 끌어올리는 게 향후 과제”라고 전망했다.

아울러 “많은 여성과 자질 있는 여성이 발굴되고 더불어 여성들의 일자리가 창출되길 바란다.”고 말하며 “중소벤처든 사회적기업이든 홍보마케팅이 지역 사회 성장을 견인할 것이라고 예상한다”고 했다.[충청투데이 이주민 기자]