


제6차 충남사회적경제 콜로키움

■ 토 론 1

서천군 귀농인 협의회 사례

이 상 구 사업단장
서천군귀농인협의회



서천군 귀농인 협의회 사례

이상구 (서천군귀농인협의회 사업단장)

전국적으로 확산일로에 있는 사회적기업에 대한 열기가 뜨겁다. 충남 서천의 경우 현재 13개의 충남형 사회적기업이 탄생되어 활동하고 있으나, 대부분 초보단계로서 운영에 어려움을 겪고 있는 실정이다.

서천군귀농인협의회는 지난 2010년 11월에 지정되어 현재 8명의 정규직과 5명의 비정규직의 고용을 제공하고 있으며, 온라인 농산물판매업, 친환경 목조 주택 신축업, 조정 등의 영역에 진출하고 있으며, 금년 매출 7억을 달성하기 위해 매진하고 있다.

서천군귀농인협의회 사업단장으로써 지난 1년간 사회적기업을 운영해오면서 느낀 점에 대해서 요약해보고자 한다.

첫째, 귀농인에게 맞춤형 일자리제공이 가능하다.

작금의 이농현상과 고령화로 인한 인력난 속에서 귀농인들의 다양한 전직 및 경력을 활용하여 다양한 전문직에 고용이 가능하다.

둘째, 귀농인들의 평균 연령대가 여러 직종에 합당한 수준이다.

지난 수년간의 귀농통계를 보면 4~50대가 주류를 이루고 있다.

셋째, 귀농인들은 전업농에 도전하기가 어렵다.

영농에 대한 무경험과 막대한 시설투자 등 귀농인들은 전업농으로의 도전이 불가능하므로 어차피 제2의 경제활동을 찾아야 되는 상황에서 사회적 기업은 이러한 문제에 대안이 될 수 있다.

넷째, 귀농인들은 모두가 마케팅의 주역이다.

오랜 도시생활로 인해 쌓아온 인적 자원을 활용한다면 훌륭한 표적시장이 될 것이다.

다섯째, 귀농인들은 지산지소운동에 모범을 보이고 있다.

원산지가 불분명하고, 후드마일리지 긴 수입농산물을 기피하고 지역 내지는 이웃에서 생산한 농산물을 구매하는 착한 소비자들이다.

여섯째, 귀농인구의 시장은 막대하다.

약7백만 명에 달하는 베이비부머들을 매력적인 유인책으로 홍보한다면 엄청난 자원을 끌어들이 수 있다고 본다.

일곱 번째, 사회적기업에 대한 지원기간이 너무 짧다.

기업이 탄생하여 자립하기엔 최소 4~5년이 필요하다고 보는데 2년의 지원기간은 턱없이 부족한 게 현실이다.

여덟 번째, 지자체의 적극적인 관심과 후원이 요구된다.

가능하면 공공구매나 공동구매 등을 통해 적극적인 홍보 및 구매활동에 동참해주어야 한다.

아홉 번째, 노동부인증요건의 완화를 요구한다.

6개월만의 수익창출, 유급 인력채용 등 재정 상태를 고려한 인증조건이 완화되어야 된다고 생각한다.

열 번째, 지원 폭의 확대가 필요하다.

인건비만 국한하지 말고, 연구, 가공, 보관, 물류 등 시설투자에도 지원이 필요하다고 생각한다.

열한 번째, 소수정예원칙도 고려해 보아야한다.

지자체 또는 노동부 모두 실적위주보다는 기존기업들에 대한 집중육성을 통해 중도하차를 예방해야할 것이다.

마지막으로, 지역에서의 홍보 및 소통이 필요하다고 본다.

대부분 지역민들은 아직은 인식이 부족한 현실이므로 지자체의 모든 행사장 및 마을이장단 혹은 각종사회단체를 통한 홍보 및 제품소개 등 사회적기업 확산운동에 동참하도록 동기를 제공해야 할 것이다.