

지방자치단체 커뮤니티비즈니스 지원에 대한 정책만족도 및 수요도 분석

A Study on policy satisfaction and demand toward local government community business support

송 두 범 (충남발전연구원 선임연구위원)

Abstract

Doo-Bum Song

This study aims at searching for an effective support plan by analyzing policy satisfaction and demand toward a local government level community business support. To accomplish this goal, the policy satisfaction and policy demand of 152 (preliminary) social and village enterprises from the local government were measured. 12 indexes were selected to measure policy satisfaction and demand as a means of analysis, and then factor and difference analyses conducted.

The results drawn from the study are as follows. First, it was revealed from community business projects that considerable difficulties faced in the areas of operating funds, marketing and market cultivation. Second, support has been focused on labor and education support, not on operation support, marketing, preferential purchasing needed by community business enterprises. Third, while the policy satisfaction and demand for labor and education support policy have been high, policy satisfaction for marketing, purchasing support policy, and operation support policy has been average but policy demand very high in these areas. Fourth, compared to policy demand, policy satisfaction is relatively low. Fifth, analysis revealed a great disparity between policy demand and satisfaction in marketing and purchasing support policy.

Therefore, local government community business schemes need to carry out support policies that go through in-depth demand analysis regarding the design and implementation of education and training programs, the demands of community business licensees, and the characteristics of enterprises, which may all be linked to the income increases of community business enterprises as well as improvement in business efficiency.

주제어: 커뮤니티비즈니스, 사회적경제, 사회적기업, 정책만족도, 정책수요도.

Key Words: community business, social ecoonomy, social enterprise, policy satisfaction, policy demand

I. 문제제기

커뮤니티비즈니스의 기원은 사회적경제라고 하는 대안경제의 형태가 발생하기 시작한 19세기까지 거슬러 올라간다. 자본주의의 등장과 함께 산업화와 시장경제로의 전환이 심화되었던 당시, 생산과 소비 모든 측면에서 사회적 위험에 처하게 된 노동자들이 집합적으로 대응하기 위해 일종의 ‘이해당사자 경제’인 사회적경제를 구성하게 되었다(김광선 외, 2010).

역사적인 관점에서 보면 사회적경제는 사상적(학문적) 영역에서 (정치)경제학에 대한 비판으로 프랑스에서 처음으로 등장하여 실천영역인 협동조합, 공제조합, 결사체, 민간단체 등의 다양한 형태로 발전하고, 최근에는 법과 정부정책에 기초한 사회적기업, 커뮤니티비즈니스 등 다양한 실천으로 이어지고 있다.

우리 나라에서도 IMF경제 위기 이후 저소득층의 빈곤해소 등을 목적으로 공공근로사업 및 자활지원사업을 전개하고 2003년부터 사회적 일자리 창출사업을 추진하였으나, 제공되는 일자리의 일시성과 불안정성에 대한 비판이 있어 왔다. 이에 따라 정부에서는 노동부의 ‘사회적기업’, 행정안전부의 ‘자립형공동체사업’, 농림수산식품부의 ‘농어촌공동체회사’, 지식경제부의 ‘커뮤니티비즈니스사업’등 커뮤니티비즈니스사업을 추진해왔다.

이러한 커뮤니티비즈니스사업은 그동안 중앙정부 주도로 추진해 왔으나 사업, 지방자치단체의 지원과 지역사회내 네트워크를 통한 지원의 중요성을 인식하는 지역화 전략으로 전환하고 있다. 이는 사회적기업을 중심으로 하는 커뮤니티비즈니스가 취약계층에게 고용기회를 제공하여 일자리를 창출하기 위한 목적도 있지만, 지역경제활성화와 지역사회의 통합이라는 궁극적 목적을 달성하기 위해서는 지역사회를 기반으로 해야 한다는 당위성 때문이기도 하다.

커뮤니티비즈니스는 주민 스스로가 지역의 어려움을 해결하고 삶의 질을 높이기 위한 활동을 비즈니스로 전개하는 방식이다. 즉, 지역사회에 잠자고 있는 노동력, 원재료, 노하우, 기술과 같은 자원을 살려서 지역주민이 주체가 되어 자발적으로 지역의 문제에 대응하여 비즈니스로 성립시키는 사업활동이다.

커뮤니티비즈니스의 원칙에 비추어 본다면, 어떤 형태의 지원도 바람직한 것은 아니지만, 현실적으로 정부 및 지방자치단체에서는 인건비, 사업개발비 등을 지원하고 있다. 많은 비판에도 불구하고 실질적으로 커뮤니티비즈니스사업에 대한 지원이 불가피하다면, 당사자의 만족도와 수요도에 기초하여 사업의 지속가능성을 담보할 수 있는 방향에서 지원이 이루어지는 것이 필요하다는 관점에서 이 연구를 시작하였다.

따라서, 이 연구는 지방자치단체 차원의 커뮤니티비즈니스 지원에 대한 정책만족도

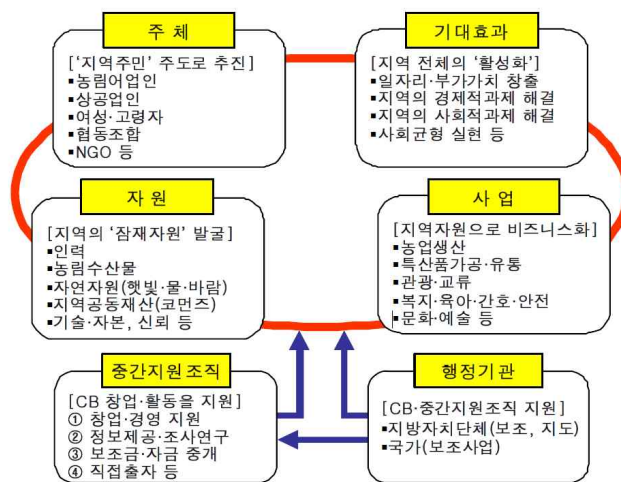
및 수요도 분석을 통한 효율적 지원방안을 모색하는데 목적이 있다.

II. 커뮤니티비즈니스 지원정책 및 선행연구 검토

1. 커뮤니티비즈니스의 개념

영국에서 출발한 커뮤니티 비즈니스(community business)는 지역주민이 지역의 문제를 해결하는 과정에서 논의되는 것이므로 국가와 지역마다 특성과 배경을 달리한다. 영국에서는 작은 정부의 일환으로, 일본에서는 정부와 시장기능의 약화에 대응하는 과정에서 등장하였다. 일반적으로 커뮤니티비즈니스가 등장하는 배경으로는 경제의 글로벌화와 시장실패의 대응, 정부실패에 대한 보완, 관주도·하향식 지역개발정책의 한계극복, 지역커뮤니티의 쇠퇴와 비영리시민활동의 한계, 기업의 사회적 책임의식 증대 등을 지적하고 있다(함유근 외, 2010).

커뮤니티비즈니스는 지역에 기반을 두고 일자리를 마련하여 사회적약자의 삶을 보호하고 더불어 지역의 문제를 해결하는 모형을 취하고 있으며 일반적으로 “커뮤니티 비즈니스란 지역의 과제를 지역주민이 주체적으로, 비즈니스의 수단을 사용해 해결하는 것”이라고 정의하고 있다(細內信孝, 2001). 또한 지역커뮤니티에서 잠자고 있는 노동력, 원자재, 노하우, 기술과 같은 자원을 활용하여 자발적으로 지역문제의 해결에 착수하고, 바로 비즈니스로 성립시키며, 커뮤니티를 활성화하는 것을 목적으로 한다(細內信孝, 정정일(역), 2008;15)



<그림 1> 커뮤니티비즈니스의 개념

자료: 김태곤 외, (2011). 커뮤니티비즈니스 중장기육성방안. 연구보고 R653. 한국 농촌경제연구원.

이러한 커뮤니티비즈니스의 개괄적 특성을 보면 첫째, 커뮤니티비즈니스의 사전적 의미는 지역이 안고 있는 문제를, 그 지역의 주민들에 의해, 비즈니스의 형태로 해결해 나가는 것을 뜻한다. 그러나 단지 지역의 문제해결에만 그치는 것이 아니라 ‘지역공동체활성화’라는 보다 궁극적인 목표를 추구한다는 것이 커뮤니티비즈니스의 독특한 특성이라 할 수 있다. 둘째, ‘지역공동체활성화’라는 궁극적인 목표를 달성하기 위해서는 사회적기업가라는 변혁적 리더의 역할이 매우 중요하며, 이러한 리더는 지역구성원들의 자아실현 욕구와 공동체의 비전을 연계시키고, 역할 모델을 제시함으로써 그들의 공감을 얻어 목표달성에 협력하게끔 한다. 셋째, ‘지역공동체활성화’ 이면에는 구성원간의 두터운 신뢰가 존재하며 이는 ‘서로 돌봄의 정신’이라는 사회적자본 확산에 기인한 것이다. 따라서 구성원간의 신뢰는 ‘지역공동체활성화’의 지표로 이해할 수 있다(김윤호, 2010 : 275-299).

한편, 이 연구에서는 사회적기업, 마을기업, 농어촌공동체회사, 커뮤니티비즈니스시범사업 등을 커뮤니티비즈니스로 총칭하여 사용하고자 한다. 물론 커뮤니티비즈니스와 사회적기업간에는 개념상 공통점과 차이점이 존재한다.

우선, 커뮤니티비즈니스와 사회적기업간에는 사회적경제영역으로 사회문제 해결을 위해 비즈니스 수단을 도입하고 있다. 둘째, 우리나라 커뮤니티비즈니스와 사회적기업은 정부주도형의 사업이다(김효섭, 2012:55-56) 이외에도 인간성회복 및 다양한 커뮤니케이션, 경제적 활동 등의 공통적인 목표가 있다.

반면, 커뮤니티비즈니스는 일반주민을 대상으로 하는 지역공동체활성화가 목표인 반면, 사회적기업은 취약계층에 대한 일자리 제공이 중점 목표이다. 또한, 커뮤니티비즈니스가 커뮤니티 문제해결에 중점을 두는 반면, 사회적기업은 서비스 및 상품의 제공이 운영목표이다(김윤호, 2010 : 295). 이외에도 법률 및 조례제정, 지원내용 및 방식 등에서도 차이를 보이고 있다.

이와 같이 커뮤니티비즈니스와 사회적기업간에는 개념적 공통점과 차이점이 존재하지만, 사회적기업의 상당수가 커뮤니티비즈니스에 해당할 것으로 예상(김윤호, 2010 : 297)하고 있어 커뮤니티비즈니스로 총칭하여 사용코자 한다.

2. 커뮤니티 비즈니스 정책추진 현황

우리나라 커뮤니티비즈니스 관련정책은 필요에 따라 다양하게 추진되고 있다. 대표적인 사업으로는 행정안전부의 마을기업, 농림수산식품부의 농어촌공동체회사사업, 고용노동부의 사회적기업 육성사업, 지식경제부의 커뮤니티비즈니스시범사업, 보건복지부의 자활기업 등을 들 수 있다.

<표 1> 사회적 기업과 커뮤니티 비즈니스 관련 정책사업 현황

구분	사회적기업	자립형 지역공동체 (마을기업)	농어촌공동체회사	커뮤니티비즈니스 시범사업
개념	취약계층에게 사회서비스 또는 일자리를 제공하거나 지역사회에 공헌함으로써 지역주민의 삶의 질을 높이는 등의 사회적 목적을 추구하면서 재화 및 서비스의 생산·판매 등 영업활동을 하는 기업	지역공동체에 산재한 각종 특화자원(향토·문화·자연자원)을 활용, 주민주도의 비즈니스를 통해 안정적 소득 및 일자리를 창출하는 마을단위의 기업	지역주민 또는 귀촌 인력이 자발적으로 참여해 기업경영방식을 접목하여 지역의 인적·물적 자원을 활용함으로써 소득 창출 및 지역사회 발전에 기여하는 조직	(정확한 개념정의 없음) 지역이 직면한 문제를 주민이 주체가 되어 지역자원의 활용을 통해 비즈니스 형태로 해결하는 것
주관 부서	고용노동부	행정안전부	농림수산식품부	지식경제부
사업 목적	고용창출	고용창출	고용창출+소득창출	지역경제 순환
참여 주체	취약계층중심	일반시민중심	농어촌주민+귀촌인	일반시민중심
구성원 범위	제한없음	마을단위	농어촌 지역/ 마을단위	지역/마을단위
접근 방식	복지적 접근	복지+경제적 접근	경제적접근	경제적 접근
사업 추진	정부중심	지자체중심	정부중심	전문 민간기구 중심 (커뮤니티비즈니스 센터)
지원 방식	인증방식(5년)	사업공모심사 후 선정	우수사례 지원 (시도심의회위원회 평가)	사업공모심사 후 선정
지원 내용	근로자 인건비 지원 등	신규지정 5천만원, 재지정 3천만원 (최장 2년)	연간 5천만원 지원 (최장 2년, 자부담 25%)	연 4천만원 내외
자부 담율	컨설팅(0~20%) 전문인력 인건비 (10~30%)	0%	25%	

자료: 농림수산식품부, (2011). 농어촌공동체회사 활성화를 위한 인재육성 프로그램개발 연구.

고용노동부는 사회적기업육성법(2007) 제정과 인증제를 도입하여 취약계층 일자리 창출, 사회서비스제공에 초점을 맞춘 ‘사회적기업’을 육성지원하고 있다. 2012년 12월 현재 인증사회적기업수는 723개소이며, 경영·재정·인력양성 등의 지원방식을 도입하고 있다.

행정안전부는 일자리창출과 커뮤니티비즈니스 활성화를 위해 ‘마을기업육성사업’을 실시하고 있다. 마을기업은 지역공동체의 각종 특화자원을 활용하여 주민주도의 비즈니스를 통해 안정적 소득 및 일자리를 창출하는 마을단위 기업이다. 2010년도에 시범 도입된 ‘자립형지역공동체사업’을 안정적 일자리창출에 중점을 둔 마을기업으로 변경하고, 2011년부터 본격 시행하고 있다.

농림수산식품부는 농어촌지역 일부지역에서 다양한 형태의 조직이 자생적으로 활동하면서 지역의 활력을 제공하는 사례를 계기로 지역사회 활성화를 유인하기 위해 ‘농

어촌공동체회사사업'을 2011년부터 시행하고 있다. 농어촌공동체회사의 유형은 농식품산업형, 도농교류형, 지역개발형, 사회복지서비스제공형, 복합형 등으로 구분하고 있다.

지식경제부는 지역의 다양한 자원을 활용하여 지역이 주체가 되어 지역문제를 스스로 해결해 나가도록 하고자 커뮤니티비즈니스 추진을 희망하는 지역에 근거를 둔 기관 및 단체를 대상으로 창업 및 운영을 지원하는 '커뮤니티비즈니스시범사업'을 도입하였다. 당초 2010년 7월부터 2013년 4월까지 시범사업기간을 계획하였으나, 2010년으로 종료하였다.

이상과 같이 정부 부처별로 다양한 사업이 산발적으로 추진되고 있으며, 이에 따라 지자체와 지역주민에게 혼란을 초래하는 점도 지적되고 있다. 지자체는 집행과정에서 혼란을 가져오고, 사업의 실효성을 저해한다는 비판도 있다. 이러한 지적에 대해서는 현실적으로 부처간 사업의 통합을 기대하기 보다는 지자체 단계에서 사업을 통합하여 효과를 제고하는 것이 바람직하다. 지방단계에서 체계적이고 효율적인 행정시스템을 개발하여 사업을 중장기적으로 종합화 해나가는 접근방법이 필요하다(김태곤 외, 2011:21).

3. 커뮤니티비즈니스 지원정책

커뮤니티비즈니스 지원정책의 대표적인 사례로 사회적기업육성법과 사회적기업육성조례를 통해 살펴볼 수 있다. 2007년 제정된 사회적기업육성법에서는 인증 및 예비사회적기업에 대한 지원근거를 마련하고 있다. 즉, 경영지원 등[경영·기술·세무·회계 등이 분야에 대한 전문적 자문 및 정보제공](10조), 교육훈련 지원 등(10조의 2), 시설비 등의 지원(11조), 공공기관의 우선구매(12조), 조세감면 및 사회보험료의 지원[국세 및 지방세 감면, 4대 보험료 일부지원](13조), 사회서비스제공 사회적기업에 대한 재정지원[인건비, 운영경비, 자문비용 등](14조), 연계기업 등에 대한 조세감면(16조) 등의 지원내용을 규정하고 있다.

광역 및 기초자치단체에서 제정한 조례에서도 사회적기업에 대한 지원내용을 포함하고 있다. 전국의 광역자치단체 사회적기업 지원조례에 제시된 지원내용은 경영지원, 사업비지원, 시설비 지원, 재정지원, 우선구매, 시세(도세)감면, 민간기업 등의 참여확충, 민간위탁사업 참여장려, 후견인제도(대전광역시), 보조금 부담, 홍보 등을 들 수 있다.

행정안전부에서 추진중인 마을기업은 재정지원, 경영컨설팅지원 등으로 요약될 수 있다. 따로 법이나 조례를 제정하여 지원근거를 마련하고 있지는 않지만, 행정안전부

의 지침에 근거하여 1차년도 5천 만원, 2차년도 3천 만원까지의 재정지원을 할 수 있다.

농림수산식품부는 “농어업인의 삶의 질 향상을 위한 특별법”에 근거하여 농어촌공동체회사사업을 2011년부터 추진하고 있다. 2011년 농어촌공동체회사에 대한 지원예산은 13억 5,000만원이며, 선정된 회사당 연간5천만원(25%)까지의 재정지원, 경영컨설팅지원을 하고 있으며, 우수업체는 1년간 추가지원을 한다..

지식경제부에서 추진중인 커뮤니티비즈니스시범사업은 2010년에 전국 권역별 10개 사업이 선정하여, 개소당 4,000만원의 사업비를 지원하였다.

<표 2> 커뮤니티비즈니스사업 지원내용

구 분	주요내용
사회적기업	경영지원 등, 교육훈련지원 등, 네트워크 구축, 공공기관 우선구매 권고, 시설비 등 지원, 세제지원, 일자리인건비 지원, 전문인력지원, 사업개발비 지원, 민간기업참여확충, 민간위탁사업 참여장려, 후견인 제도, 홍보, 소셜벤처 경진대회 등
마을기업	재정지원, 경영지원
농어촌공동체회사	재정지원, 경영지원
커뮤니티비즈니스	재정지원 등

이상에서 살펴본 바와 같이 커뮤니티비즈니스 지원정책은 직접적 지원과 간접적 지원방식으로 구분해볼 수 있다. 직접적인 지원은 주로 재정지원과 세제지원, 간접적인 지원은 커뮤니티비즈니스의 지속가능한 발전을 위해 필요한 지원이라 할 수 있다.

4. 선행연구 검토

커뮤니티비즈니스사업을 위한 자치단체지원과 관련한 직접적인 연구는 그리 많지 않다. 이러한 점은 우리나라가 커뮤니티비즈니스를 도입한 일본의 경우에도 비슷한 양상이다(川上聡一, 2007 : 298). 따라서 이 연구에서는 사회적기업 및 커뮤니티비즈니스와 관련한 선행연구 중 정부부문의 지원과 관련한 내용을 중심으로 살펴보고자 한다.

다수의 학자들이 커뮤니티비즈니스사업의 성공요인으로 정부 및 지자체의 재정지원, 정부 및 지자체의 경영지원(김혜원, 2006; 노동부, 2008; 이인재, 2008; 채종현·이종한, 2009; 조영복, 2008)을 들고 있고, 영속성을 유지하기 위해서는 정부부문 및 중간지원기관에서의 지원 불가피성(안혜원·이민규, 2010 :13)을 강조한다.

그러나 커뮤니티비즈니스사업이나 사회적기업의 인건비 지원방식의 문제점 제시(최영출·배정환, 2011:23. 나주몽, 2012:155), 직접인건비 지원의 비중의 축소 및 간접지원을 늘리는 방향으로 지원정책 개편의 필요성(김혜원, 2011: 228), 예비사회적기업가 육성교육, 직업훈련지원, 회계프로그램지원(김학실, 2011:183)을 강조하는 연구들이 있다. 즉, 지방자치단체의 커뮤니티비즈니스사업에 대한 지원은 직접적 방식보다는 간접적인 지원방식으로 전환이 필요함을 강조하는 연구가 주류를 이루고 있다.

커뮤니티비즈니스의 경험이 우리보다 앞선 일본 역시 지방정부의 지원정책을 크게 유도·지원(자금지원, 상담, 인재육성), 협동·위탁(CB조직 등에 사업위탁, 지방자치단체와 CB조직간 연대를 통한 지원사업), 보급·계발(보고서 발간, 홈페이지 제작) 등을 추진(김혜민, 2011:78)하고 있음을 알 수 있다.

이와 같이 커뮤니티비즈니스를 위한 자치단체의 지원정책은 다양화되고 있어, 지원을 일률적으로 규정할 것이 아니라 업종별, 인증기관별, 사회적 목적 실현 유형에 따라 지원에 대한 내용을 보다 세밀한 연구를 통해 제시할(김학실, 2012: 274) 필요성이 있다.

보다 더 중요한 것은 이러한 지원시책이 지원을 받는 당사자들의 지원에 대해 어느 정도 만족하는지, 당사자들이 원하는 지원은 무엇인지에 근거하여 지원시책을 마련하는 것이라고 할 수 있지만, 지원시책에서 당사자들의 의견을 반영하는 데는 인색한 것이 사실이었다.

따라서, 이 연구는 지금까지 정부 및 지방자치단체가 지원사업을 정하는 방식의 문제점을 제기하며, 지원받는 당사자인 커뮤니티비즈니스사업체의 만족도와 수요도에 기초하여 분석표를 설정하고, 사업체를 방문조사하여 분석한 연구라는 점에서 그 의의가 있다.

III. 분석방법

1. 연구대상 및 자료수집

이 연구의 대상은 2010년부터 2012년까지 충청남도 소재 노동부 인증 사회적기업, 충청남도 지정 예비사회적기업 및 마을기업 152개를 모집단으로 하여 전수조사였으며, 152개 모두 유효표본으로 선정하여 분석에 활용하였다..

자료수집방법으로는 현재 정부에서 추진 중인 사회적기업, 마을기업, 농어촌공동체 회사에 대한 지원유형, 커뮤니티비즈니스 활성화 및 지원과 관련한 선행연구에서 제시된 지원방식 등을 검토하여 정책만족도 및 수요도와 관련한 12개 지표를 선정하였

다. 이렇게 선정한 지표는 구조화된 설문지를 통해 5단계 리커트 척도로 조사하였다.

이 연구의 조사는 2012년 7월 1일부터 10일까지 조사원이 직접 해당 사회적기업 및 마을기업을 방문하여 대표자 및 책임 있는 관계자로 하여금 조사원이 면접한 결과이다.

2. 분석내용과 방법

본 연구의 목적은 지방자치단체 커뮤니티 비즈니스사업의 정책만족도와 정책수요도의 차이를 분석하는 것이다. 이는 기본적으로 커뮤니티 비즈니스사업을 위해서 현재 추진하는 사업과 향후 필요로 하는 사업 간에 차이가 있을 것이라는 가정을 기본전제로 한 것이다. 현재 커뮤니티 비즈니스사업은 주로 사업체의 세무, 기술, 경영 등의 운영을 지원하는 사업에 치중되어 있는 바, 이에 대한 정책만족도는 비교적 높을 것이다. 반면에 현재 다수의 사업체들이 애로사항으로 지적하고 있는 마케팅 및 구매에 대해서는 정책지원을 하지 않고 있는 바, 이에 대한 정책만족도는 상대적으로 낮고 정책수요도를 높을 것이라는 가정을 할 수 있다.

이를 위해서 본 연구에서는 커뮤니티 비즈니스사업을 위해서 지방자치단체가 지원하는 사업의 세부유형을 크게 12가지, 즉 세무지원, 기술지원, 경영컨설팅, 사무실지원, 노무지원, 마케팅지원, 홍보지원, 공공구매, 우선구매지원, 인건비, 사업개발비, 교육 등으로 구분하였다. 이렇게 다양한 사업의 정책만족도와 정책수요도를 비교하게 될 경우 분석결과가 분명하지 않은 문제점이 있을 수 있고, 분석결과를 일반화하는데 어려움이 있을 수 있다. 이를 위해서 본 연구에서는 커뮤니티 비즈니스사업을 위해서 지원하고 있는 12가지 세부유형을 요인분석을 통해서 2~3개의 유형으로 재구성하고자 한다. 요인분석을 통해 커뮤니티 비즈니스사업을 2~3개로 유형화함으로써 정책만족도와 정책수요도를 비교분석하는데 용이하게 될 것이다.

한편 본 연구에서는 커뮤니티 비즈니스사업을 주체들이 겪고 있는 애로사항과 사업의 지원정도를 개괄적으로 분석한 이후, 유형별로 커뮤니티 비즈니스정책의 만족도와 수요도의 수준을 평균과 표준편차로 분석하도록 한다. 그리고 커뮤니티 비즈니스정책의 만족도와 수요도의 차이를 분석하기 위해서 paired t-test를 통해서 두 값의 차이를 계량적으로 검증하도록 한다. 본 연구에서는 요인분석, 평균분석, 빈도분석, 그리고 paired t-test를 위해서 통계패키지 SAS 9.1을 이용하였다.

3. 분석지표의 설정

이 연구의 분석대상인 (예비)사회적기업과 마을기업에 대한 지원사업을 (예비)사회적기업 및 마을기업지침을 참조하여 제시하면 다음과 같다. (예비)사회적기업과 마을기업을 위한 지원사업을 참고로 하여 이 연구에서 조사·분석할 12개의 공통분석지표를 아래표와 같이 설정하였다.

<표 3> 사회적기업과 마을기업에 대한 지원사업 및 분석지표

구 분	사회적기업	마을기업
지원사업	인건비, 공공구매, 우선구매, 사업개발비, 교육, 상담, 경영컨설팅, 홍보, 마케팅, 공간제공, 금융, 4대보험, 세제지원, 생산시설비지원, 네트워크 구축 등	관로/마케팅, 인사/노무, 경영컨설팅, 홍보, 세무/회계, 법률, 기술지원, 다지인, 금융, 자원봉사, 교육/훈련, 인건비, 사무실지원, 네트워크 구축 등
분석지표	노무지원, 세무지원, 사무실지원, 기술지원, 경영컨설팅지원, 홍보지원, 마케팅지원, 공공구매지원, 우선구매지원, 인건비지원, 사업개발비지원, 교육연수지원	

IV. 분석결과

1. 커뮤니티 비즈니스사업의 유형화

본 연구에서는 기존 커뮤니티 비즈니스의 12가지 지원사업을 유형화하고자 한다. 이를 위해서 우선 요인분석을 통해 커뮤니티 비즈니스 지원사업을 유형화하였다. 우선 요인분석의 전제조건을 검정하기 위해서 KMO(kaiser-Meyer-olkin)와 Bartlett's 검정을 하였다. 분석결과에 의하면 KMO는 0.820이고, Bartlett's의 χ^2 값은 614.317, 자유도는 66, 유의수준은 0.000인바, 본 데이터를 활용하여 요인분석을 하기에 적절하다고 판단된다.

총 12개의 커뮤니티 비즈니스 지원사업을 대상으로 고유값이 1 이상인 요인은 모두 3개가 추출되었고, 총 누적분산은 0.59656으로써, 추출된 3개 요인의 전체 설명변량은 59.6%로 적정한 것으로 판단된다. 총 12개 커뮤니티 비즈니스사업을 대상으로 한 요인분석 결과에 의하면, 제1요인은 노무지원, 세무지원, 사무실지원, 기술지원, 경영컨설팅지원, 제2요인으로는 홍보지원, 마케팅지원, 공공구매지원, 우선구매지원이, 그리고 제3요인으로는 인건비지원, 사업개발비지원, 교육연수지원이 추출되었다.

따라서 요인분석 결과를 바탕으로 커뮤니티 비즈니스사업을 유형화해 보면, 제1요인은 운영지원정책, 제2요인은 마케팅 및 구매지원정책, 그리고 제3요인은 인력 및

교육지원정책으로 구분이 가능하다.

<표 3> 커뮤니티 비즈니스 지원사업의 유형화(요인분석)

구 분		Factor1	Factor2	Factor3
운영지원정책	노무지원	.793	.111	.015
	세무지원	.733	.192	.321
	사무실지원	.716	.185	-.123
	기술지원	.679	.147	.386
	경영컨설팅지원	.635	.106	.453
마케팅 및 구매지원정책	홍보지원	.100	.800	.144
	마케팅지원	.205	.784	.094
	공공구매지원	.236	.723	.167
	우선구매지원	.067	.642	.148
인력 및 교육지원정책	인건비지원	.090	.074	.741
	사업개발비지원	.035	.248	.721
	교육연수지원	.378	.245	.544
고유값		4.509	1.514	1.135
기여율		37.577	12.619	9.459
누적기여율		37.577	50.197	59.656

2. 커뮤니티 비즈니스사업의 애로사항과 지원사업

1) 애로사항

커뮤니티 비즈니스사업을 수행하는 단체가 지금 현재 겪고 있는 애로사항을 운영부
문, 마케팅 및 구매부문, 인력 및 교육부문으로 구분해 살펴보면 다음과 같다.

<표 4> 애로사항

변수	변 수	평균값	표준편차
운영부문	사업장 확보 문제	2.99	1.17
	장비 및 설비 미비	3.38	1.07
	전문기술 및 지식, 정보 부족	3.16	1.08
	운영자금 부족	3.89	1.07
마케팅 및 구매부문	전문경영 능력부족	3.06	0.99
	마케팅 및 판로문제	3.73	1.01
인력 및 교육부문	인력수급 문제	3.20	0.96
	근로자의 업무능력 부족	2.73	1.02

주: 주요 애로사항은 5단계 리커트 척도로 측정됨.

우선 운영부문에서는 운영자금부족(3.89)이 가장 큰 애로사항으로 지적되고 있고,

그 다음으로 장비 및 설비 미비(3.38)인 것으로 나타났다. 그리고 마케팅 및 구매부문에서는 마케팅 및 판로문제(3.73)가 가장 큰 애로사항으로, 그리고 인력 및 교육부문에서는 인력수급문제(3.20)가 주요 애로사항으로 지적되고 있다. 반면, 근로자의 업무능력 부족(2.73), 사업자 확보 문제(2.99), 전문경영 능력부족(3.06) 등은 주요 애로사항이 아닌 것으로 나타났다. 이상을 종합해 볼 때, 커뮤니티 비즈니스사업의 주요 애로사항은 운영부문, 마케팅 및 구매부문에서 나타나고 있고, 상대적으로 인력 및 교육부문에서는 애로사항이 낮은 것으로 판단된다.

2) 지원사업

전체 152개의 설문대상 기관은 모두 1번 이상 지방자치단체의 커뮤니티 비즈니스사업의 지원을 받은 것으로 나타났다. 이 중에서 가장 많은 지원이 이루어진 것은 교육연수지원으로 조사대상기관 모두 지원을 받았다. 커뮤니티 비즈니스 사업이 주로 지원받은 사업으로는 교육연수지원(100.0%), 사업개발비지원(89.5%), 인건비지원(80.9%) 등인 것으로 나타났다. 따라서 지금까지 커뮤니티 비즈니스사업은 주로 인력 및 교육지원정책을 중심으로 지원되었다고 평가할 수 있다. 반면 커뮤니티 비즈니스사업의 지원이 낮은 사업으로는 공공구매지원(23.7%), 우선구매지원과 사무실지원(27.0%), 노무지원(29.6%), 기술지원(32.9%), 마케팅지원(36.3%) 등인 것으로 나타났다.

<표 5> 지원사업(n=152)

(단위: 개소, %)

구분	구분	지원 빈도	지원 비중
운영지원정책	노무지원	45	29.6
	세무지원	61	40.1
	사무실지원	41	27.0
	기술지원	50	32.9
	경영컨설팅지원	68	44.7
마케팅 및 구매지원정책	홍보지원	73	48.0
	마케팅지원	55	36.2
	공공구매지원	36	23.7
	우선구매지원	41	27.0
인력 및 교육지원정책	인건비지원	123	80.9
	사업개발비지원	136	89.5
	교육연수지원	152	100.0

이상을 종합해 볼 때, 지금까지 커뮤니티 비즈니스사업은 실제 커뮤니티 비즈니스단체에서 필요로 하는 사업을 지원하기 보다는 애로사항의 정도가 상대적으로 낮은

인력 및 교육지원정책을 중심으로 추진되어왔다. 그 결과 상대적으로 커뮤니티 비즈니스단체의 애로사항은 높은 운영지원정책과 마케팅 및 구매지원정책에 대한 지원이 상대적으로 취약한 것으로 평가할 수 있다.

3. 커뮤니티 비즈니스사업의 정책만족도와 정책수요도

1) 정책만족도와 정책수요도

커뮤니티 비즈니스사업의 정책만족도를 정책유형별로 살펴보면, 운영지원정책이 3.55, 마케팅 및 구매지원정책이 3.63, 그리고 인력 및 교육지원정책이 3.83으로 나타났다. 따라서 커뮤니티 비즈니스단체들은 인력 및 교육지원정책에 대한 만족도가 가장 높게 나타났다. 이를 세부적으로 살펴보면, 사업개발비지원(3.90), 교육연수지원(3.80), 인건비지원(3.78) 등과 같이 인력 및 교육지원정책의 만족도가 상대적으로 높은 반면, 세무지원(3.41), 공공구매지원(3.42), 노무지원(3.49), 우선구매지원(3.59) 등과 같은 사업에 대한 만족도가 상대적으로 낮은 것으로 나타났다. 이는 커뮤니티 비즈니스사업의 지원여부와 밀접한 상관성을 갖고 있다. 즉 다른 사업에 비해서 상대적으로 지원을 많이 한 교육연수지원과 사업개발비지원, 그리고 인건비지원 등의 경우에는 사업의 만족도가 높은 반면, 그 외 9개 사업에 있어서는 사업의 지원정도가 낮고, 그 결과 사업에 대한 만족도 또한 상대적으로 낮은 것으로 평가된다.

<표 6> 커뮤니티 비즈니스사업의 정책만족도와 정책수요도

구 분		정책만족도		정책수요도	
		평균값	표준편차	평균값	표준편차
운영지원정책	소계	3.55	0.94	4.00	0.70
	노무지원	3.49	0.92	3.86	0.95
	세무지원	3.41	0.96	3.91	0.94
	사무실지원	3.59	1.00	4.00	1.05
	기술지원	3.68	0.96	4.11	0.87
	경영컨설팅지원	3.66	1.06	4.14	0.82
마케팅 및 구매지원정책	소계	3.62	1.02	4.42	0.59
	홍보지원	3.67	0.96	4.49	0.69
	마케팅지원	3.64	1.09	4.47	0.77
	공공구매지원	3.42	1.00	4.26	0.88
	우선구매지원	3.59	1.18	4.48	0.71
인력 및 교육지원정책	소계	3.83	0.66	4.51	0.47
	인건비지원	3.78	0.95	4.78	0.45
	사업개발비지원	3.90	0.82	4.43	0.72
	교육연수지원	3.80	0.82	4.32	0.73

주: 정책만족도와 정책수요도는 5단계 리커트 척도로 측정됨.

한편 커뮤니티 비즈니스사업에 대한 정책수요도를 분석해 보면, 여전히 인력 및 교육지원정책의 수요도가 4.51로 가장 높게 나타나고 있고, 그 다음으로는 마케팅 및 구매지원정책(4.42), 그리고 운영지원정책(4.00)인 것으로 나타났다. 따라서 현재 주로 지원되고 있는 인력 및 교육지원정책에 대한 정책수요도가 여전히 높게 나타나고 있고, 이와 더불어 마케팅 및 구매지원과 운영지원정책에 대한 수요 또한 높은 것으로 나타남을 알 수 있다. 이를 세부적으로 살펴보면, 전체 12개 사업 중에서 인건비지원(4.78)에 대한 정책수요도가 가장 높게 나타났고, 그 다음으로 홍보지원(4.49), 우선구매지원(4.47), 사업개발비지원(4.43), 교육연수지원(4.32) 등으로 나타났다. 반면, 세무지원(3.91)과 노무지원(3.86)은 상대적으로 정책수요도가 낮게 나타났다.

이상을 종합해 볼 때, 커뮤니티 비즈니스의 인력 및 교육지원정책의 경우 정책만족도와 정책수요도가 모두 높은 유형인 것으로 평가되는 반면, 마케팅 및 구매지원정책, 그리고 운영지원정책은 정책만족도는 보통인 것으로, 정책수요도는 매우 높은 것으로 나타났다.

2) 정책수요도와 정책만족도 차이분석

커뮤니티 비즈니스사업을 수행하는 단체들의 정책만족도와 정책수요도를 분석한 결과에 의하면, 정책수요도에 비해서 정책만족도가 상대적으로 낮음을 알 수 있고, 정책수요도에 따라 정책의 내용이 상이해야 함을 추정해 볼 수 있다. 그러나 실제 정책수요도와 정책만족도 간의 통계적 차이가 있는지를 계량적으로 검증하기 위해서는 Paired t-test를 수행해야 할 필요성이 있다.

정책수요도와 정책만족도의 차이를 분석하기 위한 paired t-test 결과치에 의하면, 3개의 정책유형별, 그리고 12개 모든 사업에서 정책수요도와 정책만족도가 통계적으로 유의미한 차이를 나타내고 있고, 정책만족도에 비해서 정책수요도가 높은 것으로 나타났다. 이는 향후 커뮤니티 비즈니스를 위한 지방자치단체의 정책이 보다 확대되어야 함을, 그리고 모든 기존 인력 및 교육지원정책에서 운영지원과 마케팅 및 구매지원 등으로 다양화되어야 함을 의미한다고 할 수 있다. 이에 대해서 보다 구체적으로 살펴보면 다음과 같다.

우선 3개 정책유형별로 정책수요도와 정책만족도의 차이를 보면, 마케팅 및 구매지원정책이 0.81로 가장 크고, 그 다음으로 인력 및 교육지원정책이 0.68, 그리고 운영지원정책이 0.51인 것으로 나타났다. 이를 바탕으로 할 때, 향후 마케팅 및 구매지원정책이 보다 강조되어야 함을 알 수 있다. 그리고 이를 세부적으로 살펴보면, 우선구매지원(1.00)과 인건비지원(1.00)에 대한 정책이 강조되어야 할 것이고, 그 다음으로 마케팅지원(0.95)과 공공구매지원(0.92), 홍보지원(0.81) 등이 보다 강조되어야 할

필요성이 있다. 반면, 현재 커뮤니티 비즈니스사업의 주요 수단으로 활용되고 있는 교육연수지원(0.51)과 사업개발비지원(0.54) 등은 상대적으로 정책수요도와 정책만족도의 차이가 작은 바, 이들 사업 이외의 사업과 정책유형이 강조되어야 할 필요성이 크다고 하겠다.

<표 7> 정책수요도와 정책만족도의 차이분석(paired t-test)

구분	구분	평균값	표준오차	t 값	Prob
운영지원정책	소개	0.51	0.11	4.87	0.0001
	노무지원	0.73	0.14	5.11	0.0001
	세무지원	0.75	0.13	6.03	0.0001
	사무실지원	0.71	0.20	3.62	0.0008
	기술지원	0.62	0.16	3.97	0.0002
	경영컨설팅지원	0.66	0.14	4.78	0.0001
마케팅 및 구매지원정책	소개	0.81	0.10	8.03	0.0001
	홍보지원	0.81	0.11	7.04	0.0001
	마케팅지원	0.95	0.15	6.21	0.0001
	공공구매지원	0.92	0.18	4.98	0.0001
	우선구매지원	1.00	0.17	5.73	0.0001
인력 및 교육지원정책	소개	0.68	0.05	12.48	0.0001
	인건비지원	1.00	0.09	11.37	0.0001
	사업개발비지원	0.54	0.08	6.48	0.0001
	교육연수지원	0.51	0.08	6.52	0.0001

V. 결론

한국의 커뮤니티비즈니스 지원정책은 처음에 인건비·세제·사업개발비지원 등 직접적인 방식이 대부분이었으나, 점차 경영지원, 사회보험료지원 등 간접지원방식으로 다양화되고 있다. 그러나 이러한 지원방식이 지원대상의 의견을 반영하여 결정되고 있는지에 대한 연구는 그리 많지 않다.

이 연구는 커뮤니티비즈니스 지원사업의 구성요소들을 유형화하고, 정책만족도와 요구도간의 차이분석을 통해 지원사업의 타당성과 적합성을 살펴봄으로서 향후 효율적 지원사업에 대한 기초자료를 제공하고자 하였다.

이 글을 통해 도출한 결과는 다음과 같다. 첫째, 커뮤니티비즈니스 사업에서는 운영자금, 마케팅 및 판로 등에 상당한 애로를 겪고 있는 것으로 나타났다. 둘째, 커뮤니티비즈니스단체에서 필요로 하는 운영지원, 마케팅 및 우선구매 지원보다는 인력 및 교육지원중심으로 추진되어 왔다. 셋째, 인력 및 교육지원정책의 정책만족도와 정책수요도가 모두 높은 반면, 마케팅 및 구매지원정책, 운영지원정책은 정책만족도는 보통

이나, 정책수요도는 매우 높은 것으로 나타났다. 넷째, 정책수요도에 비해 정책만족도가 상대적으로 낮다. 다섯째, 마케팅 및 구매지원정책이 정책수요도와 정책만족도간의 차이가 큰 것으로 분석되었다.

이러한 주요논의는 다음과 같은 몇 가지 함의를 지니고 있다. 첫째, 커뮤니티비즈니스 시책은 일자리창출에 초점을 둔 지원 못지않게 비즈니스의 효율성을 높일 수 있는 방향으로 지원할 필요가 있다. 둘째, 커뮤니티비즈니스사업체 관계자들에 대한 과도한 교육·훈련으로 인한 피로감이 높아지고 흥미도는 저하되고 있다. 향후 교육프로그램 내용과 방법이 사업체의 실질적 소득향상으로 연결될 수 있도록 설계되고 추진될 필요가 있다. 셋째, 커뮤니티비즈니스 사업자들은 현재의 일률적인 지원정책에서 탈피하여 사업자들의 요구를 수용하고, 사업체의 특성을 고려한 보다 다양한 지원정책을 개발 및 시행할 필요가 있다. 넷째, 현재 만족도가 높은 지원시책은 현행수준을 유지하거나 방법의 전환이 필요하다면, 그 반대의 지원시책은 비즈니스사업체 관계자들을 대상으로 심도있는 요구분석을 추진할 필요가 있다.

이 연구는 비즈니스사업의 정책만족도와 요구도를 충청남도 (예비)사회적기업과 마을기업에 한정하여 수행함으로써, 이를 커뮤니티비즈니스 전반에 일반화하기에는 한계를 지닌다. 향후 보다 다양한 사회적경제조직을 대상으로 한 연구를 통해 이러한 한계가 극복될 수 있을 것으로 기대된다.

<참고문헌>

- 고영선 외. (2008). 「지역개발정책의 방향과 전략」. KDI.
- 김광선 외. (2010). 「농촌지역개발 활성화를 위한 사회적기업의 발전방향과 과제」, 연구보고 R617-1. 한국농촌경제연구원.
- 김영수 외. (2008). 지역경제활성화를 위한 사회적기업에 관한 탐색적 연구 : 커뮤니티비즈니스를 중심으로. 「지식경영연구」. 9(1) 77-95.
- 김윤호. (2010). 커뮤니티비즈니스의 개념 정립에 관한 연구:사회적기업과의 구분을 목적으로. 「한국사회와 행정연구」. 21(1):275-299.
- 김태곤 외. (2011). 「커뮤니티비즈니스 중장기육성방안」. 연구보고 R653. 한국농촌경제연구원.
- 김학실. (2011). 행위자특성에 따른 사회적기업 지원정책 우선순위 연구. 「지방정부연구」, 15(2) : 165-185.
- 김학실. (2012). 지역사회에서 사회적기업의 지속가능성 요인탐색, 「지방정부연구」, 16(1) : 259-277.
- 김혜민. (2011). 일본 커뮤니티비즈니스의 제도화에 관한 연구. 「박사학위논문」. 부산대학교 대학원.

- 김혜원. (2006). 사회적기업에 거는 희망과 기대. 노동리뷰. 한국노동연구원.
- 김혜원. (2011). 한국의 사회적기업 지원정책의 개선방안 연구 : 일자리 창출 중심의 지원에 대한 비판을 중심으로. 「한국사회정책」. 18(1):209-238.
- 김효섭. (2012). 사회적기업과 마을기업 비교연구. 「석사학위논문」. 한남대학교대학원.
- 나주몽. (2012). 한국의 커뮤니티비즈니스정책 추진과정과 지역차원의 과제. 「지역개발연구」, 전남대학교지역개발연구소. 44(1): 141-160.
- 노동부. (2008). 「사회적기업 육성기본계획(2008-2012)」.
- 농림수산식품부. (2011). 「농어촌공동체회사 활성화를 위한 인재육성 프로그램개발 연구」.
- 안혜원·이민규. (2010). 지역활성화를 위한 커뮤니티비즈니스 도입방안. 「한국행정학회 하계학술발표논문집. 한국행정학회.
- 이인재. (2009). 한국사회적기업의 쟁점과 전망. 「동향과 전망」. 서울:한국사회과학연구소. 75:109-141.
- 조영복. (2008). 「사회적기업의 이해와 국내외 경영사례: 참여와 나눔을 위한 아름다운 기업」. 노동부·한국사회적기업연구원.
- 채종현·이중환. (2009). 「지속가능발전을 위한 사회적기업의 역할과 활성화 방안에 관한 연구」. 한국행정연구원.
- 최영출·배정환. (2011). 우리나라 커뮤니티비즈니스 활성화 방안, 한국행정학회 동계 학술발표논문집, 한국행정학회 : 1-36.
- 함유근 외. (2010). 「커뮤니티비즈니스」. 삼성경제연구소.
- 細内信孝 외. (2006). 「우리 모두 주인공인 커뮤니티비즈니스」. 장정일(역). (2008) 서울:이매진.
- 細内信孝. (2001), 「コミュニティ・ビジネス」, 中央大学出版部.
- 川上聡一. (2007). 일본지방자치단체의 커뮤니티비즈니스 지원사업에 대한 일고찰 : 가나가와현 즈시시 사례를 중심으로. 「일본학보」. 73: 297-307.