
대전광역시의 사회적기업 육성전략 모색

정선기_대전발전연구원

대전광역시의 사회적기업 육성전략 모색

정선기_대전발전연구원

목 차

1. 논의의 배경
2. 개념 및 의의
3. 사회적기업 현황 및 사례
4. 연구의 한계 및 과제

Promotion Strategy of Social Enterprises in Daejeon City

1. 논의의 배경

최근 각 지방자치단체의 고용정책은 ‘사회적기업’ 육성으로 모아지고 있다. 저소득층과 취약계층에 일자리를 제공하려는 목적으로 시행되었던 사회적일자리 사업에서 출발하여, 청년실업 해소, 노인일자리 창출, 소상공인 지원 등으로 그 범위와 대상이 확대되면서 이제는 ‘사회적기업’이 일자리 창출과 지역경제 활성화를 위한 대안으로 부상되고 있다.

대전광역시의 경우도 2011년, 현재 인증된 11개의 사회적기업 이외에 28개의 ‘대전형 예비사회적기업’을 발굴 지원할 계획이다. 또한 국비포함 47억원을 추가 투자하여 2012년까지 100개의 사회적기업을 육성하고 일자리 2000개를 창출한다는 목표를 세우고 있다. 사회적기업 1000개에 일자리 2만 8000개를 목표로 내세운 서울시를 비롯하여 경기 등 전국 지자체가 사회적기업에 대한 관심과 지원을 중요한

정책이슈로 부각시키며 대대적인 육성경쟁을 펼치고 있다.

지방자치단체가 사회적 기업 육성의 주체로 등장하게 된 것은 2007년 ‘사회적기업육성법’이 제정되면서, 중앙정부는 종합적인 지원대책을 수립하고 지자체는 지역별 특성에 맞는 사회적기업 지원시책을 수립하도록 한 운영주체별 역할과 책무 규정에 근거하고 있다(사회적기업육성법 제3조)¹⁾. 특히 2011년부터는 예비 사회적기업 업무가 지자체로 위임되어 각 지자체가 지방비를 분담해야함에 따라 지자체의 의지가 더욱 중요하게 부각되고 있다.

사회적기업의 선진국인 서구 유럽에서는 오래전부터 다양한 유형의 사회적기업이 등장했고 지방분권이 잘 되어있는 유럽의 특성상 지방정부 차원에서 지역의 실정에 적합한 지원정책을 유지하고 있다. 그런데 2000년 이후 우리 정부가 사회적기업에 대한 집중적인 투자 육성 정책을 수립하면서 오랜 전통을 지닌 유럽보다 지원 시스템은 더욱 앞서간다는 평가를 받고 있다. 국가주도의 이러한 방식이 민간영역의 역할을 제한함으로써 장기적으로 역효과를 초래할 수 있다는 비판을 받는 반면 다른 한편으로는 자생력이 부족한 우리나라 사회적기업의 현실을 고려할 때 정부의 집중적인 투자와 관심이 필요하다는 긍정적인 평가도 있다.

그러나 최근에 지원기간이 끝난 후 생존자체가 위태로운 사회적기업들이 나타나면서 충분한 사전검토와 사회적 환경 구축 없이 단기적인 재원투입방식으로 지속가능성을 담보할 수 없다는 우려가 커지고 있으며, 일자리의 질과 안정성에 대한 불만이 계속 제기되고 있다. 덧붙여 사회적기업을 취약계층의 일자리창출이라는 복지 서비스 측면으로 한정하기보다는 ‘고용없는 성장’에 대응하고 지역경제를 활성화할 수 있는 근본적인 대안으로 받아들이려는 움직임이 활발해지고 있어 현재의 지원시스템으로 충족시킬 수 없는 요구들을 어떻게 수용할지도 과제로 떠오른다.

1) 제3조(운영주체별 역할 및 책무) ① 국가는 사회서비스 확충 및 일자리 창출을 위하여 사회적기업에 대한 지원대책을 수립하고 필요한 시책을 종합적으로 추진하여야 한다. ② 지방자치단체는 지역별 특성에 맞는 사회적기업 지원시책을 수립·시행하여야 한다.

가시적인 지표의 수치를 높이기 위한 단기지원을 벗어나 이 제도가 지역사회에 안정적으로 안착되기 위해서는, 각 지자체별로 지역사회 특성에 부합하는 사회적 기업에 대한 심층적인 연구와 체계적인 장기지원시스템을 구축하는 일이 우선되어야 할 것이다.

이에 사회적기업의 사회적 의미와 역할을 짚어보고 선진국의 사례를 통해 사회적기업 육성을 위한 지방자치단체의 바람직한 역할과 정책에 대해 모색해보고자 한다.

2. 개념 및 의의

1) 사회적기업의 개념 및 특성

‘빵을 팔기 위해 고용하는 것이 아니라 고용하기 위해 빵을 판다.’ 사회적기업의 역할을 한마디로 정의한 표현이다. 영리적 수익활동 그 자체를 목적으로 삼지 않고 사회적 목적을 위한 자원창출 수단으로 사회적기업을 바라보는 관점이다. 일반적으로 사회적기업은 이익창출을 위해 영리적 활동을 하되 거기서 얻어진 수익을 사회적 목적을 위해 환원하는 기업을 말한다.

그러나 각 사회마다 사회적기업의 역사가 다르고 이에 접근하는 기본 관점에 차이가 있기 때문에 개념규정이 조금씩 다르다. 우리나라의 경우는 사회적기업을 ‘취약계층에게 사회서비스 또는 일자리를 제공하거나 지역사회에 공헌함으로써 지역주민의 삶의 질을 높이는 등의 사회적 목적을 추구하면서 재화 및 서비스의 생산·판매 등 영업활동을 하는 기업(사회적기업육성법 제2조 제1호)’으로 규정하고 있다.²⁾ 여기서 ‘취약계층’이란 ‘자신에게 필요한 사회서비스를 시장가격으로 구매하

2) 제2조(정의) 이 법에서 사용하는 용어의 뜻은 다음과 같다. 1. “사회적기업”이란 취약계층에게 사회서비스 또는 일자리를 제공하거나 지역사회에 공헌함으로써 지역주민의 삶의 질을 높이는

는 데에 어려움이 있거나 노동시장의 통상적인 조건에서 취업이 특히 곤란한 계층’을 말하며, ‘사회서비스’란 ‘교육, 보건, 사회복지, 환경 및 문화 분야의 서비스, 그 밖에 이에 준하는 서비스’를 일컫는다(사회적기업육성법 제2조).

이러한 개념규정을 통해 알 수 있는 것은 우리 정부가 외환위기 이후 대량실직사태와 그 후로도 계속되는 경제성장 둔화 및 산업구조 변화에 따른 민간부분의 고용창출능력 저하에 대응하는 해결책으로 사회적기업을 구상하고 있다는 것이며, 이는 복지적 관점에서 사회적기업을 바라보고 있다는 의미이다.

특히 우리나라의 경우는 정부 해당부처의 인증이라는 형식적 요건을 갖추어야만 사회적기업으로 인정받을 수 있다는 점이 한 특징인데, 사회적기업을 정부정책의 영역으로 국한하는 것은 사회적기업의 발전을 저해하는 역설적인 결과를 가져올 수 있다는 비판과 동시에 인건비, 시설비, 세제지원 등 정부로부터 많은 혜택을 받을 수 있기 때문에 이를 적극 활용하자는 의견도 있다.

우리가 현재 사용하고 있는 사회적기업(Social Enterprise)이라는 용어는 이탈리아의 ‘사회적 협동조합(social cooperatives)’에 기반하고 있다. 유럽에서 사회적기업이 제도화되어가던 초기에는, 조금씩 차이는 있지만 대부분 협동조합이라는 용어를 사용했고, 기업이라는 용어를 사용한 것은 벨기에가 사회적목적기업(social purpose company)이라는 용어를 사용한 1995년 이후 한참이 지난 2000년 이후였다.³⁾ 이는 사회적기업이라는 개념이 협동조합에 뿌리를 두고 있으며, 공동체적 경제활동을

등의 사회적 목적을 추구하면서 재화 및 서비스의 생산·판매 등 영업활동을 하는 기업으로서 제7조에 따라 인증받은 자를 말한다.

- 3) 이탈리아가 1991년에 사회적 협동조합(social cooperative)을 제도화한 이래, 포르투갈(1998)은 사회연대협동조합(social solidarity cooperative), 스페인(1999)은 사회운동협동조합(social initiative cooperative), 프랑스(2001)는 공공의이익을위한협동조합(cooperative society of collective interest), 폴란드(2007)는 사회적 협동조합(social cooperative)의 이름으로 협동조합 중심의 제도화에 합류했다. 협동조합에 비해 보다 개방적 형태로 사회적기업으로 제도화한 사례는 벨기에(1995)의 사회적목적기업(social purpose company), 영국(2004)의 지역이익기업(communitiy interest company), 핀란드(2004)의 사회적기업(social enterprise), 이탈리아(2006)의 사회적기업(social enterprise) 등이 있다.(출처 : 한겨레경제연구소 박상유의 글. <http://goodeconomy.hani.co.kr/archives/760>)

지향한다는 애초의 의도를 읽을 수 있게 한다.

사회적경제 또는 사회적기업 이론을 구축하고 전파하는 유럽리서치네트워크 EMES(European Research Network)가 선정한 사회적기업의 기준을 보면, 사회적기업의 특성을 이해할 수 있다. 고용 및 경제활동의 내용을 기준으로 하는 경제적 기준과 명분과 목표를 분명히 지향하고 있는지를 기준으로 하는 사회적 기준을 제시하고 있는데, 얼마나 자율성을 가지고 다양한 지역 구성원들의 참여를 이끌어 낼 수 있는지를 중요한 기준으로 보고 있다.

<표 1> 사회적 기업의 기준

경제적 기준
<ol style="list-style-type: none"> 1. 지속적으로 재화와 용역을 생산하고 거래하는가? 2. 정부나 기업으로부터 독립되어 스스로 운명을 결정하는 자율성을 가지고 있는가? 3. 현실적인 노력을 상당히 기울이지 않으면 상당한 수준의 경제적 위험을 감수할 수도 있음을 자각하고 있는가? 4. 최소한의 유급고용이 이루어지고 있는가?
사회적 기준
<ol style="list-style-type: none"> 5. 지역사회의 이익을 추구한다는 분명한 목표를 지향하고 있는가? 6. 시민들의 자발적 참여에 의해 설립되었는가? 7. 자본의 소유와 무관하게, 구성원들이 의사결정에 참여하여 1인 1투표권을 행사할 수 있는가? 8. 자원봉사자, 고객 등 사회적기업과 다양하게 연관되어 있는 사람들도 자발적으로 참여하는 열린 구조인가? 9. 이익의 창출과 분배를 목적으로 하지 않고, 이윤배분을 제한적으로 하는가?

자료 : EMES(<http://www.emes.net/>)

2) 사회적기업의 유형과 기능

EMES의 일원인 벨기에 리에쥬대학의 드푸르니 교수에 의하면 유럽의 사회적기업도 협동조합의 정신을 강조하는 유형과 기업적 혁신의 관점을 독려하는 유형으로 나뉠 수 있다고 한다. 이탈리아를 비롯한 유럽대륙이 전자의 입장이라면 영국의 경우가 후자의 입장이라고 할 수 있다. 그에 따르면 사회적기업은 정부의 정책(1섹터)과 시장의 논리(2섹터), 시민사회의 활동(3섹터)이 혼합된, 따라서 이전과는 다른 방식의 비국가·비시장의 영역이 교차하는 지점에 있다. 제1섹터인 정부의 역할을 재분배라 하고, 제2섹터인 기업의 역할을 시장, 제3섹터인 공동체의 역할을 호혜라 할 때, 1섹터와 2섹터를 나누는 비영리 혹은 영리, 2섹터와 3섹터를 나누는 공식 혹은 비공식, 3섹터와 1섹터를 나누는 사익과 공익이 겹쳐지는 어딘가에 사회적기업이 있다는 것이다(<http://goodeconomy.hani.co.kr/archives/1232>).

이를 다른 각도에서 정리하면 <표 2>와 같다. ‘기업가와 주주를 위해 일하지 않고 모두를 위해 일하는 기업’이라는 모토는 사회적기업의 위치를 말해준다. 사회적 공헌활동을 하는 영리기업과도 분명히 구분되고, 공익성과 시장성을 동시에 추구하나 우선적인 목적은 사회적 가치창출에 둔다는 분명한 지향이 있는 지점이다.

<표 2> 사회적 기업의 스펙트럼

사회적 가치 창출			경제적 가치 창출		
←.....→					
전통적 비영리기관	수익 창출 활동을 하는 비영리 기관	사회적 기업	사회적 책임 기업*	사회적 책임 활동을 하는 기업**	전통적 기업
<ul style="list-style-type: none"> · 사회적 목적 (사회적 가치 창출) · 이익관계자에 대한 책임성 · 수익은 사회적 프로그램이나 운영 비에 재투자 			<ul style="list-style-type: none"> · 이윤 추구 목적 (경제적 가치 창출) · 주주에 대한 책임성 · 주주에게 이익 환원 		

출처 : Social Enterprise Typology

* 주주의 이익을 목적으로 하는 영리 기업이지만, 사회적 사명에도 목적을 두고 있는 기업. 이윤의 상당 부분을 사회적 목적에 사용할 뿐만 아니라 기업의 미션에 사회적 사명이 포함되는 경우가 많다.

** 이윤 추구를 목적으로 하지만 사회 공헌 활동에 참여하는 기업, 경영상 이익을 위해 사회 공헌 활동을 전략적으로 활용한다. 직원 자원봉사, 기업 기부, 보조금 제공 등이 이에 해당한다.

자료 : 노동부(2007)에서 재인용

<표 3>은 영국의 사회적기업 전문지원기관인 SEL(Social Enterprise London)이 분류한 사회적기업의 유형이다. 노동조합부터 자선단체까지 다양한 유형 중에, 유럽에서는 노동자소유기업, 협동조합 등의 방식이 중요한 위치를 차지하고, 미국에서는 자선단체 활동이 활발한 편이다. 최근 우리나라에서는 지역공동체기업(community business)에 대한 관심이 커지고 있는데, 정부 입장에서는 지역개발과 일자리 창출이 동시에 이루어진다는 점에서 효율적으로 받아들이고, 민간영역에서는 지역혁신의 단위로서 ‘마을’에 주목하면서 ‘마을기업’, ‘마을가꾸기’ 사업을 구상하고 있는 것으로 보인다.

<표 3> 사회적 기업의 유형

형태	정의
노동자소유기업 employee owner business	노동자들이 새로운 기업을 설립하거나 기존의 기업을 구입하여 공공의 목적을 추구하는 기업
협동조합 co-operatives	조합원 모두가 혜택을 받을 수 있는 서비스를 공유하기 위해 만들어진 조직
신용협동조합 credit union	조합원들이 돈을 저축하고 빌리는 것을 돕기 위해 설립된 협동조합
개발신탁 development trusts	특정 지역이나 공동체의 재개발을 위해 지역공동체 지방정부, 기업 등의 파트너십에 의해 형성된 조직
지역공동체 기업 community business	지역주민의 자립을 위한 일자리 창출과 지역개발을 목적으로 지역공동체에 의해 설립된 기업
사회적 회사 social firms	장애인 등 노동시장에서 불리한 조건을 가진 사람들을 고용하기 위해 설립된 기업
노동중계시장 프로젝트 intermediate labour-market organization	장기실업자들을 대상으로 훈련과 구직활동, 유급고용을 창출하기 위한 프로젝트를 수행하고자 결성된 조직
자선단체 부설사업체 charity trading arms	자선조직의 일부가 기업적인 방법을 도입하여 그들의 사회적 목적을 달성하고자 형성된 조직

자료 : 노동부(2007)

3. 사회적기업 현황 및 사례

1) 주요 국가별 현황 및 특성

유럽의 경우는 EU의 출범이후 사회적경제(social economy) 영역을 지원하는 시스템이 본격적으로 가동되었다고 할 수 있다. 유럽연합은 소속 지역 간의 불균등 발전을 해소하기 위해 유럽연합기금을 조성하였는데 이중 유럽연합사회기금(European Social Funds, ESF)은 주로 일자리 창출 및 낙후된 산업지역 개발 등의 사업에 지원되

었고, 유럽연합지역개발기금(EuropeanRegional Development Fund. ERDF)은 재개발과 관련된 지원에 쓰였다(노동부, 2007). 이러한 기금과 더불어 각국 정부는 지역의 고용능력을 높이고 취약계층의 직업훈련을 하는 등 사회적경제 영역에 투입하기 위한 기금을 자체적으로 설립하여 운영하고 있다. 최근의 한 변화로는 과거에는 중앙정부가 사회적경제 영역을 주도했다면 최근에는 지방정부가 그 주체가 되어 관련 이해관계자들의 네트워크를 구성하고 주민들의 참여를 장려하는 각종 캠페인을 벌이고 있다는 점이다.

반면 미국의 경우는 정부가 직접 지원을 하는 방식이 아니라 영리기업이 자선활동을 위해 재단을 설립하여 비영리기관과 파트너십을 이루는 경우가 일반적이고 사회적기업을 시장경제의 대안으로 인식하기보다는 기부와 수혜라는 자선의 전통적인 역할의 일부로 바라보고 있다고 할 수 있다.

<표 4> 유럽형과 미국형 사회적기업의 비교

구 분	유럽형	미국형	한국형
제도적 환경	사회적 경제	시장 경제	정부주도형 시장 경제
강조점	사회적 기여	수익 창출	일자리 창출
조직형태	협동조합과 협회 중심	재단 등 비영리기관 중심	회사와 비영리기관 중심
활동의 초점	對人(Human) 서비스	수익창출 + 비영리활동	비영리활동 + 수익창출
정부 지원	사회적기업에 대한 조세 및 사회보험 감면	자선단체/비영리기관 에 조세 감면, 보조금	사회적기업에 대한 조세 감면, 인건비 지원
의사결정에의 이해관계자 참여	일반적 허용	제한적 인정	법적 허용
육성 주도	정부, EU, 민간기업	민간재단	정부
법적 프레임워크	미약, 개선中	취약, 부족	잘 준비됨
이윤분배	제한적 인정	원칙적 배제	제한적 인정

자료 : 함창모(2010)의 글에서 재인용

<표 4>에서 보는 바와 같이, 이윤분배와 의사결정참여 허용, 정부지원 등에서 미국은 매우 보수적이고 제한적인 입장을 보이는 반면 유럽은 사회적경제 영역의 일부로 다양한 주체가 폭넓게 참여하는 방식을 취하고 있다. 반면 우리나라는 인건비를 직접 지원하는 등 정부가 경제적, 제도적 지원에 적극적이라는 것을 알 수 있다.

그러나 유럽의 경우는 각 국가별로 사회적기업의 역사와 출현배경이 다르기 때문에 일괄적으로 유럽의 특성을 언급하는 데에는 무리가 있다. 특히 유럽 내에서도 대륙에 위치한 국가와 영국의 경우는 많은 차이를 보이고 있어 특별히 영국형을 별도로 다루기도 한다.

<표 5> 국가별 사회적기업정책 현황

영국	<ul style="list-style-type: none"> · 사회적기업 육성을 위한 조직체계(제3섹터청)와 육성전략에 따른 체계적 육성('06년 사회적기업수 55천개) · 지역공동체 이익회사(CIC)법을 제정하여 간소한 사회적기업 설립·운영 모델 창출 <ul style="list-style-type: none"> ※ CIC법 제정 2년이 경과되기 전에 2천여개의 CIC 설립, 다만, 동 법은 민주적 의사결정을 위한 참여장치 부재
이탈리아	<ul style="list-style-type: none"> · 1991년 유럽에서 최초로 사회적기업 법제화 · 사회적기업 부문의 조직적 유연성 확보 · 생산자, 이용자, 자원봉사자, 지역정부 등 다양한 이해관계자의 참여 보장 · 컨소시엄 모델을 활용한 교육훈련, 컨설팅 등 서비스 제공 · 세제 혜택을 통하여 사회적목적 추구에 대한 보상 제공 · 사회적기업 전문지원기관 등 유기적 지원시스템 가동
프랑스	<ul style="list-style-type: none"> · 조직간 통합을 장려하고, 법적 구조를 간소화함으로써 다양한 조직의 사회적기업 전환 유도 · 서비스 바우처 등 사회적기업 지원을 위한 경제적 장치 설치
아일랜드	<ul style="list-style-type: none"> · 사회적기업에 대한 정부의 재정지원이 장기실업 또는 노동시장 소외의 문제를 해결하는데 초점 · 따라서 대다수의 사회적기업이 지속적인 생존을 보장받기 위해서는 노동시장정책에 크게 의존
벨기에	<ul style="list-style-type: none"> · 사회적기업의 범위가 넓음(사회적 목적기업과 자활지원기업(노동통합기업)을 포괄하는 방식) · 서비스 바우처 등 사회적기업 지원을 위한 경제적 장치 설치 · 재정적 혜택의 폭과 취약계층 고용률이 연동된 노동통합기업 지원 <ul style="list-style-type: none"> ※ 노동통합 사회적기업은 급여세(payroll taxes)를 면제(설립 첫해에는 100%, 다음해부터는 75%, 50%, 25%)받는 조건으로 취약계층 고용비율을 30% → 40% → 50%로 높여야 함
독일	<ul style="list-style-type: none"> · 시장거래가 금지되는 한시적 근로제도 도입 등 사회적기업의 성장을 제약하는 정책 · 조직간 융합 및 혁신을 저해하는 법적·행정적 구조 · 사회적기업에 대한 합의된 장기적 비전의 부재로 사회적기업 성장 부진

자료 : 노동부(2008)

<표 5>는 제도화된 과정과 내용을 중심으로 유럽 주요 국가별 사회적기업의 특성을 비교한 자료이다. 1980년대 이후 영국은 복지 영역의 민영화를 추진하면서 돌봄 서비스 등 사회적 서비스를 민간에 이양하였으나 이후 영리기업의 서비스 품질에 대한 불만이 커지면서, 블레어정부가 시장에서 경쟁력도 있으면서 공익을 위해 일하는 신뢰성 높은 사회적기업에 관심을 가지게 된 것이 사회적기업의 지원배경이다.

사회적기업의 선도국가라고 할 수 있는 이탈리아는 사회적 협동조합을 통해 사회적 복지 및 교육서비스를 제공하는 유형과 취약계층의 노동통합을 돕는 유형이 혼합된 형식을 취하고 있다. 특히 가족의 유대가 강한 전통에서 여성들의 사회진출로 홈케어서비스 수요가 증가하면서 이 분야의 사회적 서비스가 중요한 비중을 차지하게 되었다.

아일랜드는 노동시장의 소외문제를 우선 해결과제로 삼고 있으며, 벨기에는 광의의 사회적기업 개념을 적용하고 있다. 반면 타 정책분야에서는 선진적인 독일이 유독 사회적기업에 대해서는 보수적인 입장을 취하고 있다는 점이 특징적이다.

2) 해외 정책 사례

(1) 영국 런던

SEC(Social Enterprise Coalition)가 영국 내 사회적기업의 전국적인 조직이라면 런던 자체의 사회적기업 네트워크는 SEL(Social Enterprise London)이다. 1998년에 설립된 SEL에는 사회적기업가, 비영리기관의 활동가 등 사회적기업의 직접적인 참여자뿐만 아니라 런던 기초단체의 사회적기업 관련 담당 부서가 모두 참가하여 지자체와 시민들의 파트너십을 형성하고 있다. SEL은 EU와 중앙정부에 자금조달과 제도적 지원을 이끌어내고, 런던시의 사회적기업 정책에 정확한 수요와 필요를 전달함으로써 정책의 성공을 이끌고 있다. 사회적기업에 대한 정책연구와 학술연구를

바탕으로 지원방향을 꾸준히 연구하고 회원들의 요구를 지속적으로 취합하여 정책 어젠더로 만드는 작업을 활발히 하고 있다.

현재 런던의 사회적 기업 숫자는 3500여 개로 알려져 있는데, 이중 2000여 개의 사회적기업이 SEL회원으로 활동하고 있다. 회원들은 1대1컨설팅을 통해 경영지원을 받고 지속적인 교육과 제도적 지원을 받는다.

SEL의 운영자금은 런던개발공사와 런던위원회가 대부분을 지원하고 있으며, 런던 시정부가 협력파트너로서 한 축을 담당하고 있다. 런던 시정부의 입장은 사회적기업의 ‘성장과 확산’에 중점을 두며, 공무원들에게도 사회적기업의 창업이나 참여를 장려하고 있다. SEL은 단순한 민간 네트워크가 아니라 자치단체와 민간영역의 유기적인 연대라고 할 수 있겠다.

(2) 프랑스 릴(Lille)

릴시는 프랑스 북동부에 위치한 인구 150만 명 규모의 도시다. 최근 릴시가 주목 받는 것은 지난 10여 년 간 꾸준히 펼쳐온 사회적기업 정책으로 지역경제가 밑으로부터 변화의 조짐을 보이고 있기 때문이다. 현재 릴시에는 8400여 개의 사회적기업이 설립되어 4만5000명이 일하고 있는데 이는 지역고용의 12%에 해당한다. 릴은 시정부가 직접 나서 150여 기관 및 단체의 관계자들이 소속된 ‘사회연대경제네트워크’를 구성하여 시와 민간이 프로젝트를 함께 진행하고 중앙정부, 주정부, 금융기관의 지원을 이끌어내는 등 전방위적으로 활약하고 있다.

릴 시정부는 2000년 ‘사회적경제발전4개년계획’을 수립하여 현재 3차에 이르고 있다. 시정부가 사회적기업 활성화에 적극적인 것은 사회적경제를 일자리 창출이라는 복지차원에서 접근하는 것이 아니라 대안경제로 바라보기 때문이다. 시 정부는 보육, 환경, 교육 등 시 정책의 전반적인 영역을 사회적경제와 연결하여 대안적으로 해결하고자 한다. 이를 위해 지속적으로 시민들에게 사회적경제에 대한 인식

을 확산시키고 혁신을 꾀하는 캠페인을 펼치고 있다.

릴시는 사회적경제를 위한 금융부문인 연대금융시스템을 활용하는데도 적극적이다. 가장 대표적인 예가 ‘대안적인 지역개발을 위한 저축투자자클럽(CIGALE)’이다. 이 클럽은 20여명의 시민이 모여 예금을 하고 일정금액이 되면 사회적 경제 분야에 투자하고 지원하는 대안금융이다. 릴시가 추진하는 프로젝트의 한 예를 들자면, 청년농민 프로젝트가 있다. 청년들은 도시주변에 농민으로 정착하고 소비자는 가까운 지역에서 생산된 안전한 농산물을 공급받을 수 있도록 청년농민 한 사람과 도시소비자 50가구를 묶어주는 프로젝트다(<http://www.bpnews.kr/>).

릴시가 펼치는 대부분의 프로젝트가 이런 식이다. 사람중심의 대안경제를 지향하는 릴시의 정책을 정치적으로 해석하기보다는 지자체가 지역경제 활성화를 위해 취할 수 있는 다양한 실천방안으로 참고하였으면 한다.

(3) 이탈리아 볼로냐

현재 우리가 사용하는 ‘사회적기업’이라는 용어의 진원지이자 협동조합의 전통이 강한 이탈리아는 1991년 최초로 사회적기업을 법제화하였다. 이탈리아의 지자체들 중에서 최근 사회적기업으로 가장 주목받는 도시는 볼로냐이다. 역사적 전통이 깊고 예술과 학문이 발달한 도시이지만 1970년대 이래 장기적인 불황으로 이탈리아 내에서도 가난한 도시로 손꼽혔다. 그런 볼로냐가 이탈리아 제2의 경제도시로 거듭날 수 있었던 것은 바로 협동조합의 힘이다(이탈리아에서는 협동조합이 곧 사회적기업이다). 시민의 절반이 협동조합 회원이라고 할 정도로 볼로냐의 경제활동은 조합활동과 맞물려있다. 볼로냐시는 지역재활을 위해 다양한 활동을 펼쳐왔는데 모든 분야에서 소상공인들을 중심으로 지역경제를 재편했다. 제조, 서비스, 농업은 물론이고 문화예술 분야 등 모든 부문에 걸쳐 더 많은 시민들이 만족하며 일할 수 있는 일자리를 만드는데 주력했고 이 과정에서 협동조합에 대한 행정적 지원을

제도화해갔다. 이탈리아는 지역별로 협동조합 네트워크가 형성되어 있어 지자체 및 공공기관과의 협력관계에서 플랫폼 역할을 하고 있다.

유럽고용재단이 출자한 낮은 금리의 자금을 바탕으로 설립된 사회적기업개발주식회사(COSIS)가 창업자금을 지원하는 방식으로 자금을 조달하게 하지만, 우리처럼 정부차원에서 직접적인 경제적 지원을 하지는 않는다.

인구 40만이 조금 못되는 볼로냐에 협동조합이 400개, 여기서 연간 130만 개의 일자리가 창출된다고 한다. 볼로냐 지역의 임금은 국가 평균의 2배이고 경제성장률은 7%(이탈리아 0%)에 이른다. 볼로냐시가 추진한 방식에서 주목할 점은, 시민들의 경제활동이 지역친화적으로 이루어지도록 환경을 만들어주었다는 것이다. 볼로냐의 시민들은 지역에서 생산된 제품이 70%이상 거래되는 지역협동조합마트를 이용하고 여기서 발생하는 이익은 지역에 재투자되는 방식으로 지역 내에서 돈과 사람이 순환하고 있다.

(4) 미국

사회적기업이라기보다는 면세혜택을 받는 공익적 비영리조직을 중심으로 사회적 서비스를 제공하고 있는 미국은 공동체정신보다는 기업가정신에 기반한 활동들이 주를 이룬다. 전문적인 사회적기업의 출현보다는 기존 영리기업의 기부를 통한 사회적 책임이 강조되는 미국사회의 분위기대로 영리기업이 전략적 자선으로써 공익적 활동을 하는 것이라고 볼 수 있다. 미국은 연방정부나 주정부차원에서 별도의 지원제도를 두는 경우가 드물지만, 장애인을 고용한 기업의 생산물을 우선 구매하는 규정을 두어 장애인 작업장의 운영을 돕는 정도의 역할을 하는 지자체들이 있다. 지역개발금융기관이 소상공인과 사회적기업에 대한 대출을 통해 지역개발과 지역고용을 높이는 정도의 기본적인 지원을 하고 있다.

(5) 일본

일본은 사회적기업을 사회적 과제의 해결을 목적으로 하는 비영리사업체로 인식하는 경향이 강하다. 사회적기업이 본격적으로 활동할 수 있는 법적 근거가 되었던 NPO 법(특정비영리활동촉진법)이 1998년 제정되었는데 그 내용을 보더라도 공동체의 요구에 부합하는 사회서비스를 제공하는 비영리단체 및 법인을 활동주체로 보고 있다.

일본의 경우 특별히 지역개발 및 재생과 관련한 활동이 많은데, 도시형으로는 요코하마의 ‘유스호스텔빌리지프로젝트’처럼 낙후된 지역의 재활을 위한 활동이 중심이고, 미야마정같은 농촌에서는 우리의 녹색체험마을 같은 사업이 주를 이룬다. 이밖에도 도쿄의 ‘플로렌스’나 히로시마현 쿠레시의 ‘터치커뮤니케이션’처럼 보육 서비스를 제공하는 활동들이 대단한 성공을 거두고 있다.

그런데 이런 활동들은 정부나 지자체의 체계적인 지원 속에서 이루어지는 것이 아니라 혁신적인 활동가들이 비영리 영역에서 개별적으로 진행하는 경우가 많다. 물론 미야마정처럼 지자체가 적극적으로 자원을 발굴하고 앞장서는 경우도 있지만, 일본의 경우는 대체로 비영리민간단체에 의해 우리의 풀뿌리사업처럼 독자적으로 진행되는 경우가 많다. 따라서 운영 면에서 많은 어려움을 겪는데 지역 산업진흥원의 도움으로 관련 상품을 개발하거나 영리기업들과의 파트너십을 통해 후원을 받는 경우도 있다.

3) 국내현황 및 사례

국내에서도 사회적기업이 새로운 개념이 아니라 협동조합 등 이미 우리사회에 광범위하게 존재해왔던 방식이라는 지적도 있다. 그러나 정부와 민간영역에서 본격적으로 사회적기업에 대해 관심을 기울이고 제도화를 이룬 것은 최근의 일이라 하겠다. 우리나라에서 ‘사회적기업’이라는 용어가 등장하기 시작한 것은 1997년 외환위기 이후이고 본격적으로 논의가 시작된 것은 2003년 이후이다. 제도화가 된 것

은 ‘사회적기업육성법’이 제정된 2007년이고, 2008년에는 <사회적기업육성기본계획>을 수립하고 2012년까지의 구체적인 추진전략을 설계했다.

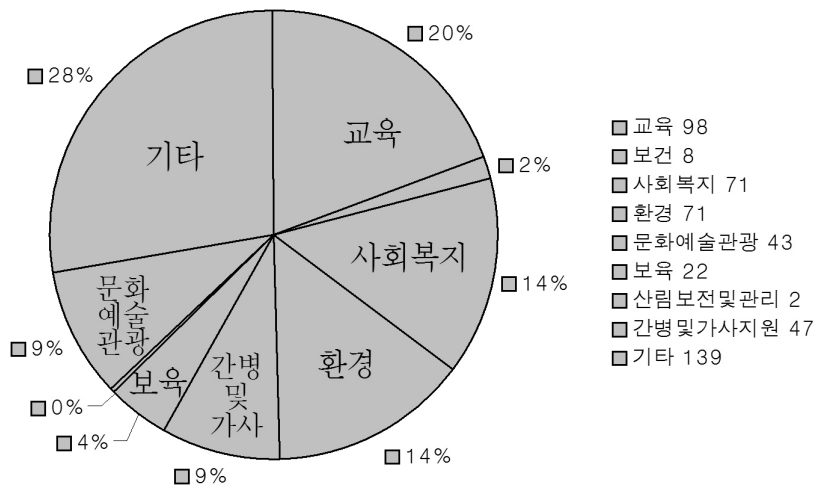
현재 우리나라의 인증 사회적기업 수는 501개로 서울, 경기도가 압도적인 다수를 차지하고 있으며 우리 대전지역은 다소 부진한 상황이다. 이를 사업의 내용별로 나누어 보면 교육, 사회복지, 환경 분야의 사업들이 가장 많다. 기타의 경우는 로컬푸드 사업이나 장애인 복지, 디자인 관련 사업들이 대부분이다(그림 1). 또 사회적 목적 실현 유형별로 살펴보면 일자리 제공형이 절반 이상을 차지하고 사회서비스 제공형은 상대적으로 미미한 수준이다(그림 2).

<표 6> 전국 인증 사회적기업 수

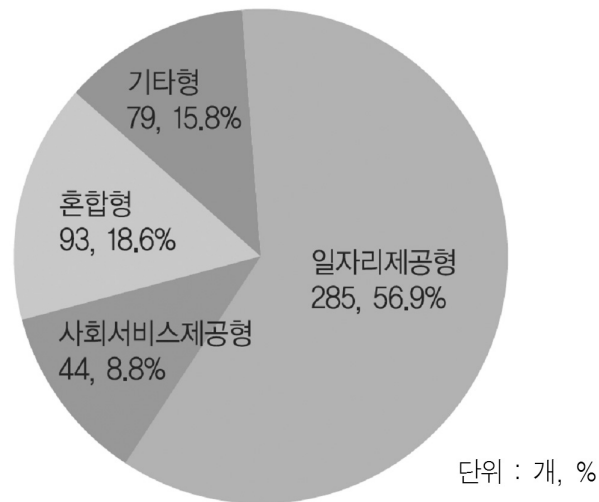
총계	서울	부산	인천	대구	광주	대전	울산	경기	강원	충북	충남	경북	경남	전북	전남	제주
501	114	25	33	23	17	11	16	87	31	24	16	24	20	24	25	11

2010. 12. 21. 기준

자료 : 사회적기업진흥원 www.socialenterprise.go.kr



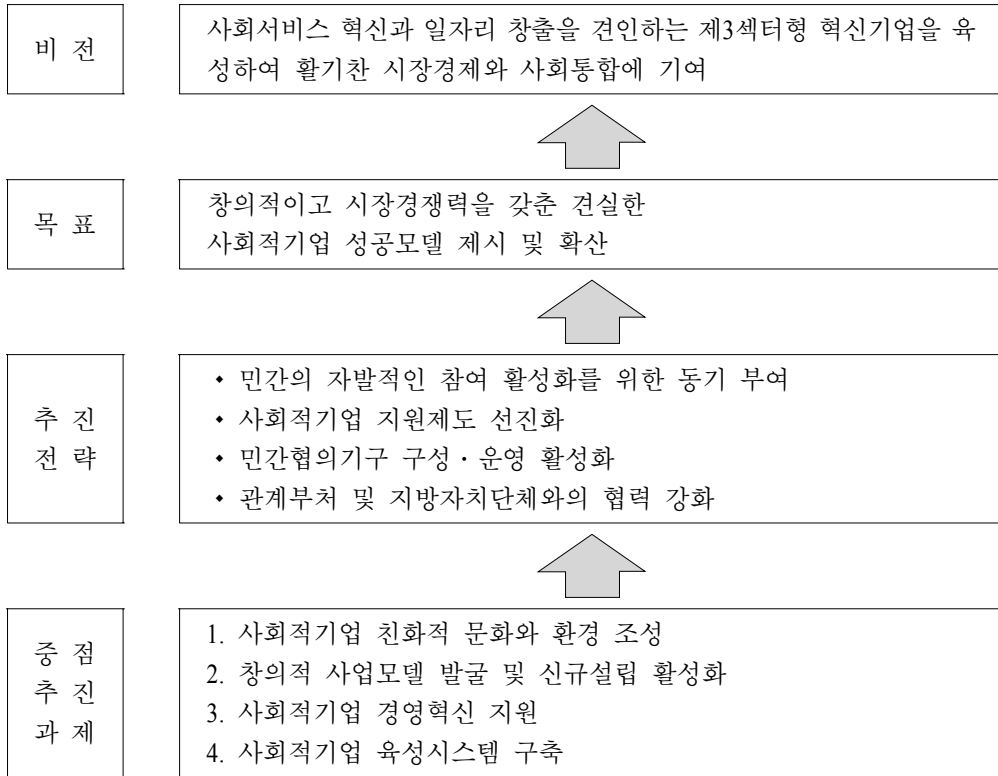
[그림 1] 인증 사회적기업의 사업별 분류



[그림 2] 사회적 목적 실현 유형
자료 : 노동부(2010)

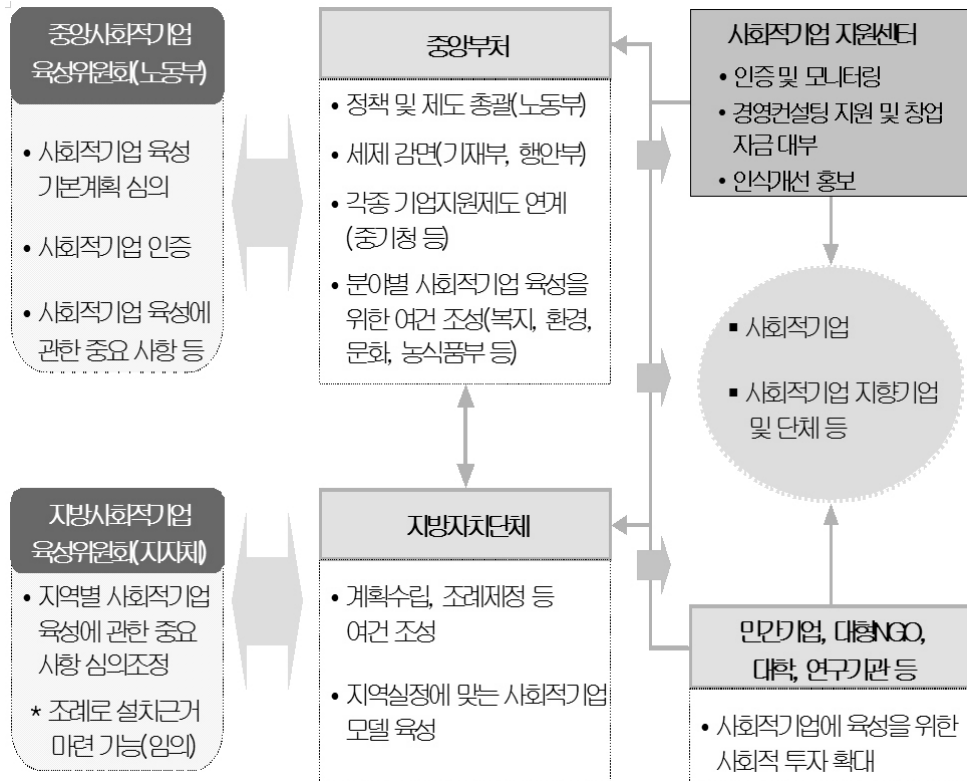
(1) 사회적기업육성기본계획(2008~2012)

<사회적기업육성법>에 근거하여 사회적기업 육성방향을 정립하고 체계적인 지원을 하기위해 <사회적기업육성기본계획>이 수립되었다. 당시 고용여건 악화로 사회적기업에 대한 기대가 높아지고, 공공서비스 분야에서 사회적기업에 유리한 환경이 조성되어 가던 사회적 분위기와 맞물려 기본계획 역시 많은 기대를 모았다. 지원제도를 선진화하고 지방자치단체의 협력을 이끌어내는 것이 기본계획의 우선적인 추진전략이었다.



[그림 3] 기본 방향 및 추진전략

[그림 4]에서 보는 바와 같이 사회적기업을 육성하기 위한 기본 추진 주체는 중앙부처, 지방자치단체, 민간부문의 세 영역이다. 중앙부처는 사회적기업 육성을 위한 제도적 기반 및 여건을 조성하고, 지자체는 지방사회적기업육성협의체를 구성하여 지역특성에 맞는 사회적기업 육성모델을 발굴하며, 민간부문은 직접 사회적기업을 설립 및 운영하거나 이에 대한 투자, 컨설팅, 모니터링 등 운영·평가 지원의 역할을 맡고 있다.



[그림 4] 사회적기업 육성정책 추진체계
자료 : 노동부(2008)

(2) 사회적기업 지원제도

우리 정부의 사회적기업 지원은 세계적으로 유례를 찾기 어려울 만큼 다각적이고 직접적인 지원혜택을 주고 있다. 특히 인건비를 직접 지원하는 방식으로 사회적기업의 부담을 크게 덜어주고 있는데, 최장3년 간 최저임금 및 사회보험료를 지원하고 비즈니스모델 발굴을 위한 사업개발비로 기업 당 7천만원을 지원하고 있다. 이밖에도 컨설팅과 세제지원 등 사회적기업으로 인증되면 지원받을 수 있는 혜택이 상당한 수준이다.

<표 7> 사회적기업에 대한 지원 내용

지원항목	지 원 내 용
신규인건비	▪ 취약계층 참여자에 대한 최저임금 및 사회보험료 지원 (최장 3년)
전문인력 인건비	▪ 3명 범위 내에서 월 150만원 한도 최장 3년 지원 (자부담율 연차별 10% → 30% → 50% 조정 / 2011년 폐지예정)
사업개발비	▪ R&D, 홍보, 마케팅, 수요조사, 상품개발 등 소요비용 지원 (기업 당 7천만원)
시설 및 운전자 금 용자	▪ 기업당 최대 2억원 (운전자금은 3천만원 한도), 1년거치 4년상환, 이자율 : 3% — 용자대행기관 : 미소금융재단, 함께일하는재단
경영컨설팅	▪ 기초컨설팅, 동료컨설팅, 내부 경영전문가 양성, 경영혁신 컨설팅, 공동컨설팅 등 — 연간 1천만원, 3년간 총 2천만원 이내 (자부담 10%, 1천만원 초과분 20%)
세제지원	▪ 법인세법, 조세특례제한법, 지방세법이 정하는 바에 따라 조세 감 면 가능(인증 후 4년간 법인세와 소득세 50% 감면)
인재육성 지원	▪ 사회적기업가 아카데미, 대학(원) 학점인정 교육과정 개설, 단기교 육 과정 등 운영 ▪ (예비)사회적기업가 장학금 지원 — 대학(원)과정 사회적기업 근무자 등록금 지원 ▪ 소셜벤처대회 운영 (청년사회적기업가 양성)
보호된시장제공	▪ 공공기관 위탁사업, 우선구매 촉진, 국·공유지 임대 등

자료 : 함창모(2010)

4. 대전의 사회적기업 현황

1) 대전의 현황

대전에는 2011년 상반기 현재 11개의 인증 사회적기업과 13개의 예비사회적기업이 있다. 2009년에는 자치법규로 <대전광역시 사회적기업 육성 및 지원에 관한 조례>를 제정하였고, 2010년에는 <사회적기업육성기본계획>을 수립하여 ‘대전형 (예비)사회적기업’ 발굴에 착수하였다. <사회적기업육성기본계획>에 따르면 2012년까지 사회적기업이 100개로 늘고 일자리수도 2000개 창출된다. 이를 위해 3년간 국비 31억원 등 총 47억 5천만 원을 투입해 ▲사회적 기업 육성을 위한 발굴 및 지정 ▲사회적 기업 경영지원 ▲사회적 기업 판로개척 ▲사회적 기업 경영혁신 지원 ▲사회적 기업 후견인제 운영 등 5대 과제를 중점 추진한다는 계획이다. ‘사회적기업육성위원회’와 실무추진단, 심사실무위원회 등을 만들어 행정지원도 높인다. 또한 재정지원은 물론 우선구매 등을 지원함으로써 사회적기업이 생산하는 재화나 서비스의 소비를 장려하는 시책도 펼친다.

대전시는 예비사회적기업 업무가 지자체로 이관되는 2011년을 기점으로 지원 규모를 대폭 확대하였다. 대전형 예비사회적기업으로 선정되면 기업 당 최대7명까지 신규채용인원에 대해 인건비와 사업개발비를 지원받고 시설비 등의 용자지원을 받을 수 있다.

(1) 대전지역 인증 사회적기업

연번	사회적기업명	사 업 내 용	소재지
1	(사)엠마오호스피스회	무료간병, 재가도우미 등 재가케어사업	서구 만년동
2	대전민들레의료 소비자생활협동조합	찾아가는 의료서비스	대덕구 범1동
3	사회복지법인성재원 성세재활자립원	장애인의 인쇄 / 실사 및 전자 제품임가공사업	유성구 용계동
4	(주)야베스공동체	취업취약계층의 안정된 일자리 창출과 창업 그리고 통합 사회를 위한 자활사업장 야베스공동체	동구 삼성동
5	(유)행복한 밥상	행복을 나누는 도시락	대덕구 송촌동
6	(주)어울림	현물급여사업, 사랑의집고치기사업	동구 가양2동
7	(유)행복을 나누는 파랑새식품	도시락 및 영농사업	동구 대동
8	사단법인 함께하는 세상	전통식 장류사업(된장, 고추장, 청국장 등)	중구 태평1동
9	중구시니어클럽	그린터치사업단(학교 청소)	중구 사정동
10	유성시니어클럽	그린터치사업단(학교청소)	유성구 장대동
11	대전YWCA 여성인력개발센터	방과후전문인력지원사업단	서구 용문동

(2) 대전형 예비사회적기업

연번	단체명	사업내용	소재지
1	(주)파란세상	청소, 방역	대덕구 오정동
2	(주)플러스산업	폐소형가전재활용사업	서구 용문동
3	대덕구시니어클럽	택배, 천연조미료사업	대덕구 오정동
4	(주)하이프	디자인, 인쇄	중구 선화동
5	사회복지법인 다원 (한울타리)	쿠키, 비누제조 및 유통	서구 도마1동
6	대전폐자원재활용 실천협의회(사업단)	재활용 가능한 폐자원 수거 판매	중구 중촌동
7	대전사랑시민협의회	공용자전거운용, 방치자전거 재생·수출	서구 둔산동
8	(주)천지농산	농축산물 유통	동구 대성동
9	(주)용화그린	재활용품 수집 및 판매	대덕구 대화동
10	(사)멘토오케스트라	오케스트라 공연 등	서구 갈마동
11	(주)아이엠궁	궁동 활성화사업 등	유성구 궁동
12	(주)대전주주산업자원	재활용품 수집 및 판매	동구 판암동
13	(주)대전그루터기산업	자동차 시트 제조 판매	대덕구 비래동

대전형 예비사회적기업 사례 (I)

‘대전시 건강카페’

2011년 2월 대전시청 1층 로비에 문을 연 ‘건강카페’는 대전시 장애인 (예비)사회적기업 1호인 한울타리(사회복지법인 다원)가 운영을 하고 있다. 장애인들이 직접 만든 빵과 쿠키, 커피를 판매하는데, 질 높은 제품을 저렴하게 맛볼 수 있어 시민들에게 인기가 좋아 하루 평균 260여 명이 이용하고 84만원의 매출을 올리고 있다. 특히 장애인들이 외부에 노출되지 않는 다른 사업들과 달리 건강카페는 이들이 직접 판매, 서빙 등 현장에 배치되어 사회적응력을 높이는 발전적인 모델로 평가받고 있다. 타 지자체의 벤치마킹 대상이 될 뿐만 아니라 장애인단체와 시민들의 요구로 매장을 더욱 늘려갈 계획이다. <http://www.hanfence.or.kr/>

대전형 예비사회적기업 사례 (II)

‘청년들이 만드는 대학가 테마마을프로젝트’

풀뿌리사람들과 대전시가 주최한 ‘오만상상 아이디어 사회적기업 창업대회’에서 1등을 차지한 ‘아이엠궁’은 충남대학교 학생들을 중심으로 결성된 사회적기업이다. 이들은 대전의 대표적 대학가인 궁동의 상권을 활성화하고 대학문화가 살아 숨 쉬는 테마마을로 만들려는 야심찬 프로젝트를 진행하고 있다. 약 700여개 상점이 밀집해 있는 궁동에 가맹점을 연결한 쿠폰을 발행하고, 충대와 궁동을 연결하는 셔틀버스를 운행하여 발생한 수익으로 문화공연을 펼치며, 프리마켓데이·글로벌데이 등 설 새 없이 문화행사를 펼쳐 궁동을 재미있고 역동적인 공간으로 변화시키고 있다. 초기에 무심했던 지역상인과 주민들도 아이엠궁의 끈질긴 설득으로 사업에 동참하면서 이제는 적극적인 참여자의 태도를 보이고 있다. 학생과 지역상인, 지역주민 모두에게 이익이 되는 윈윈전략으로 아이엠궁 프로젝트는 전국의 상인연합회, 지자체 등 다양한 기관 및 단체들로부터 브리핑 요청을 받고 있다. <http://blog.naver.com/iamgoong>

취약계층의 자활을 돕는 문화사업단 사례

‘아낌없이 주는 나무’

대전 중구청이 운영하는 자활센터의 ‘문화복지이벤트사업단’은 빈곤한 문화예술인들에게 맞춤형 일자리를 제공하여 자립의 기반을 마련해주려는 자활 프로그램이다. 이 프로그램을 통해 자활근로사업으로는 전국에서 최초로 설립된 문화사업단이 바로 ‘극단 아낌없이 주는 나무’이다. 단원들은 기초생활수급권자 및 차상위계층으로 귀농에 실패한 연극인, 중국이주민여성, 저소득 여성가장 등이 주축이다. 이들은 주로 경로당, 복지시설, 지역축제 현장에서 공연을 하며, 공연료의 일부로 라면을 받아 결식아동을 돕는 등 작은 수익이라도 지역사회에 환원하는 방법을 찾고 있다. 2009, 2010년 연속으로 문화체육관광부의 ‘생활문화공동체만들기’ 시범사업자로 선정되어 중구 중촌동 주민들과 함께 공연을 준비해 무대에 올리는 작업도 하고 있다. 지역의 소외계층에게 문화향유 기회를 제공하고 스스로 자활의 기반을 마련하여 문화복지사업의 성공적인 사례로 꼽힌다.

지역 네트워크 사례

‘착한쇼핑몰 품앗이시장’

생산자와 소비자가 온라인과 오프라인에서 만나 소통하며 지구환경과 지역경제의 지속가능성을 고려한 생산, 소비, 유통, 폐기의 순환을 함께 공유하는 시장이 있다. 지역 생산자가 생산한 제품이나 서비스를 지역화폐로 구매하는 ‘품앗이시장’은 지역의 사회적기업, 자활지역센터, 커뮤니티비즈니스, 마을도서관, 시민사회단체, 마을공동체, 생활협동조합 등이 참여하는 공동체경제 활동이다. 직거래와 지역화폐를 사용하는 시장이라는 특성 이외에 이 경우는 시장이 곧 네트워크라는 점에서 의미가 크다. 민간영역에서 필요와 요구에 맞게 스스로 설계하고 운영하는 자율적인 네트워크는 사회적경제를 활성화하는 초석이 된다는 점에서 주목된다. <http://prod.donong.kr>

2) 지원정책 평가 및 육성방안

2011년을 기점으로 사회적기업 정책에 환경변화가 있었다. 사회적기업활성화를 위해 각 지방자치단체가 지역특성에 맞는 사회적기업을 육성할 수 있도록 예비사회적기업의 발굴 및 운영사업을 지자체로 이관하고 더불어 지방비를 분담하게 함으로써 지방자치단체의 권한과 책임이 동시에 커졌다. 또한 사회적기업에 대한 지역주민들의 관심이 커지면서 지자체에 대한 기대와 요구가 높아지고 있다는 점도 중요한 변화이다. 지자체가 의지를 가지고 선도해가는 수준에 맞추어 중앙정부가 지원하겠다는 정책방침은 지자체의 재정적 부담을 가중시킨다는 우려를 낳았지만, 그럼에도 다수의 지자체가 본격적으로 사회적기업 육성에 뛰어드는 것은 이러한 지역의 요구를 외면할 수 없기 때문일 것이다.

서울, 경기를 제외하고 대부분 지역의 사회적기업의 자립기반이 취약하고 이를 지원해 줄 수 있는 인적 자원의 부족이 물적 자원의 부족보다 더 심각한 것이 현실이다. 다행히 대전지역은 대덕연구단지, 정부청사 등에 고급 전문인력들이 상주하고 있어 사회적기업에게 전문적인 재능을 기부하는 ‘프로보노’ 활동이 타 시도에 비해 수월할 수 있는 기반이 되고 있다. 지역의 다양한 자원을 동원하여 사회적기업의 자생력을 높이고 지역사회에 안착할 수 있도록 지원해주는 역할이 바로 지자체의 몫이라고 하겠다.

대전시가 사회적기업을 육성하기 위해 우선적으로 고민해 볼 몇 가지 문제들을 짚어보자.

첫째, 체계적인 제도화 및 시스템 구축이 절실하다. 사회적기업지원기관의 전문성과 사업진행의 체계성이 요구된다. 교육 및 컨설팅 과정에서 생성된 자료가 축적되지 않고 일회적으로 소비되는 것도 문제이고 결정적으로 사회적기업을 앞서 이끌고 갈만한 역량이 보이지 않았다. 물질적인 지원 못지않게, 사업의 취지와 목적에 맞게 참여자들이 사업을 진행할 수 있도록 밀도 있는 컨설팅이 이루어져야 한다.

아울러 사소해보이지만 전담 홈페이지의 구축 등을 통해 정보전달과 홍보 등에도 주의를 기울여야 한다.

둘째, 실질적인 네트워크 구성이 필요하다. 사회적기업 참여자, 지역의 이해관계자, 지자체, 관련 기관은 물론이고 프로보노까지 폭넓게 참여하는 실질적인 네트워크를 구성하고 네트워크가 지역 안에서 플랫폼의 역할을 할 수 있도록 힘을 실어주어야 한다. 또한 네트워크에서 전문적인 교육이 가능하도록 전문적인 교육프로그램의 개발도 서둘러야 한다.

셋째, 지역특화형 사회적기업의 발굴이다. 대전형 예비사회적기업으로 발굴된 기업들을 보면 지역의 필요에는 부합하지만 지역적 특성을 살린 사업의 유형은 거의 없다는 점에서 아쉽다. 정책적으로 과학기술 분야나 쇠락한 지역의 재활사업, 또는 청년실업문제 등 지역의 우선적인 과제를 선정하여 관련 사회적기업을 발굴하는 방안도 고려해 보아야 한다.

넷째, 지속가능성을 위한 장기적인 지원정책을 펼쳐야 한다. 지원이 끝나거나 중단된 사회적기업의 상황은 예상보다 심각하다. 그만큼 자생력이 없다는 뜻이다. 지자체의 지원이 어느 기간 동안 어느 정도 선에서 이루어져야 하는지 비용과 기간에 대한 연구가 필요하다. 단기적으로 많은 비용을 투자하는 것보다 자생력을 키울 수 있는 지점을 찾아 장기적으로 지원하는 것이 바람직하겠다.

4. 연구의 한계 및 과제

지역의 일자리를 창출하여 경제를 활성화시키고 빈부격차를 해소하여 사회적 갈등을 완화하는 등 사회적기업에 대한 기대는 날로 높아지고 있다. 각 지방자치단체들이 이러한 기대에 부응하여 경쟁적으로 사회적기업에 대한 투자를 확대하는 것은 당연해 보이면서도 위험한 부분이 있다.

‘사회적기업’의 사회적 의미와 지금 우리 현실에서의 수용가능성을 제대로 파악할 겨를도 없이 외국의 성공한 사례들을 성급하게 지역에 적용하는 문제들은 분명히 짚어보아야 할 것이다. 특히 우리처럼 인건비와 사업개발비를 직접 지원하는 방식에 대해서 좀 더 숙고해 볼 필요가 있다. 사회적기업의 취지와 목적에 대한 인지도 없이 사업비 지원을 받기위해 경쟁적으로 뛰어드는 참여자들에 대한 선별도 필요하고, 교육과 컨설팅 등 갖추어야 할 체계가 산적해 있다.

이 연구는 지역의 사회적기업에 대한 심도있는 접근보다는 사회적기업에 대한 총괄적인 개요의 성격을 띄고 있다. 국내 사례가 충실히 실리지 않은 것은 서울, 경기 등 전국적으로 그 진행경과가 대전의 상황과 크게 다르지 않았고 세부적인 차이를 다루기에는 이 논문이 적합하지 않았다고 판단했기 때문에 일단은 생략하였다. 추후 지속적인 연구를 통해 지역현장의 현실적인 문제들이 무엇인지 분석하고 이를 토대로 지역 실정에 적합한 구체적인 정책제안을 할 수 있는 기회를 얻기를 기대해 본다.

참고문헌

- 고용노동부(2007), 사회적기업 활성화를 위한 고용지원센터와 지방자치단체간의 바람직한 역할 방안.
- 고용노동부(2008), 사회적기업육성기본계획.
- 고용노동부·(사)사회적기업연구원(2010), 사회적기업개요집 501.
- 김갑봉(2009), 위기의 시대, 사회적 경제를 꿈꾼다, 부평신문(www.bpnews.kr/).
- 대전광역시, 사회적기업육성 및 지원에 관한 조례.
- 박상유(2010), 유럽의 사회적기업, 한겨레경제연구소 누리집.
- 함창모(2010), 충북지역 사회적기업 현황 및 육성방안, 충북개발연구원.

참고사이트

- European Research Network <http://www.emes.net>
- 한겨레경제연구소 <http://goodeconomy.hani.co.kr>
- 한국사회적기업진흥원 <http://www.socialenterprise.go.kr/>
- 희망제작소 <http://www.makehope.org/>

Promotion Strategy of Social Enterprises in Daejeon City

Speaker: Jeong, Seon gee (DJDI)

From 2011 there was a change in the policy for social enterprises. The Ministry of Labor transferred the task of promoting social enterprises to the local government in order to vitalize social enterprises appropriate for regional circumstances. Such transference resulted in the local government taking its part in funding and thereby expanding its role and responsibilities. Many local governments are burdened by the budget division yet intent to actively promote social enterprises. Daejeon is also trying to extend its funding range and foster 100 social enterprises as well as create 2000 jobs until 2012. Presently, there are 11 authentic social enterprises and 13 reserved social enterprises in Daejeon.

However, despite Daejeon's enthusiastic effort, there are practical problems that must be addressed. First, the supporting agencies' professionalism and capability do not satisfy the expectation of the participants. Second, a network between participants and related organizations has not been established. Third, the foundation of social enterprises based on regional properties is unsatisfactory. Fourth, there is a question about whether or not the current method of promotion of social enterprises by organizations and not the people can be sustainable. An online system for the establishment of communication and promotion must be propelled immediately, and the foundation of social enterprises that have adapted the scientific characteristics of Daejeon city and programs for old CBD rehabilitation is also significant.