
사회적 기업의 육성과 사회적 기업가 양성 체계

Promoting of Social Enterprise and Training System for Social Enterpriser

이윤정

호서대학교 사회복지학부 노인복지학 전공

Yoon-Jung Lee(yoon2525@hoseo.edu)

요약

최근 사회적 기업 육성법 제정과 시행으로 사회적 기업에 대한 사회적 인식이 높아지고, 창업과 전환의 시도가 증가하면서 사회적 기업가에 대한 수요가 늘고 있다. 이에 본 연구는 사회적 기업에 대한 육성배경을 살펴보고, 전문 경영인으로서의 사회적 기업가에 대한 양성 및 교육훈련체계의 검토와 분석을 통해 향후 나아가 할 방향을 제안하고자 하였다. 연구목적을 위해 본문에서는 사회적 기업의 등장배경과, 개념, 지향점을 논의하고, 국내 사회적 기업 현황을 분석함으로써 사회적 기업가의 수요를 예측할 수 있도록 하였으며, 정부 주도 하에 2008년부터 시행된 사회적 기업이 교육훈련 과정에 대한 내용 파악과 더불어 평가결과를 검토함으로써 실제적이고 단계적인 사회적 기업가 양성 체계의 틀을 소개하였다.

■ 중심어 : | 사회적 기업 | 사회적 기업가 | 교육 | 양성체계 |

Abstract

The aim of this article is suggesting the training system of social enterpriser through the discussion about the promoting of social enterprise to meet the demands of the times.

The part of discussion about the promoting of social enterprise addresses the social background, a fundamental concept, directivity, the present condition of social enterprise and the current social enterpriser's training program. The part of proposal about the training system of social enterpriser gives two areas that support social enterprise's establishment and conversion with supply a basic knowledge of social enterprise and deal with expert knowledge and management strategy making preparations as a social enterpriser. These suggestions introduced in the training system should go ahead in phases through the government aids.

■ keyword : | Social Enterprise | Social Enterpriser | Education | Training System |

1. 서론

한국은 2007년 사회적 기업 육성법 제정에 따라 취약 계층에 일자리를 제공하고 사회복지서비스 제공 등의 사회적 목적을 추구하면서 이를 위해 수익창출 등의 영업활

등을 수행하는 조직을 지원하게 되어 미국, 유럽 등과 같이 제3의 영역으로 사회적 경제를 활성화하고 있다. 이후 점차 사회적 기업은 단적으로 '빵을 팔기 위해 고용하는 것이 아니라 고용하기 위해 빵을 파는 기업'으로 좋은 일을 하면서도 수익을 내는 기업으로 이해되기

* 이 논문은 2009년도 호서대학교의 재원으로 학술연구비 지원을 받아 수행된 연구임(2008-0502)

접수번호 : #100525-001

접수일자 : 2010년 05월 25일

심사완료일 : 2010년 08월 13일

교신저자 : 이윤정, e-mail : yoon2525@hoseo.edu

시작하였고, 비영리 조직과 영리기업의 중간 형태로 근로자, 서비스 수혜자, 지역사회 인사와 주주 등 이해관계자가 기업 내 의사결정에 참여하게 되는 민주적 운영 구조를 구비하고 있다는 점에서 긍정적 측면의 사회적 인식이 확산되고 있다. 일례로 영국의 경우 1995년에 설립된 Training for life은 장기실업자와 전과자 등 어려운 이들의 가능성 향상을 위한 교육 훈련과정을 토대로 외식업을 통한 수익 창출에 성공해 현재 런던에서 총 6곳을 운영하고 있으며, 한국의 경우는 2001년에 설립된 '위캔쿠키'가 우리밀 쿠키로 알려지면서 유사한 사례로 거론되기도 한다. 위캔쿠키는 지적 장애인들이 쿠키를 만드는 직업재활센터이자 사회적 기업으로써 유망중소기업으로 인정받아 2008년에는 사회적 기업 부문 대통령상을 수상한 바 있다.

이와 같이 사회적 기업은 목적과 수단, 구조를 통해 궁극적으로 지역사회를 활성화하고, 윤리적 시장을 확산함으로써 지속가능한 경제와 사회통합을 구현하게 한다. 따라서 사회적 기업은 정부의 주도 하에 2010년 현재 그 수가 290여개로 늘어났으며, 보다 전문적인 경영과 성과의 효율성 및 이윤추구의 증대를 위해 사회적 기업가의 자질과 능력, 전문성에 대한 훈련의 기회도 꾸준히 수요와 공급 면에서 증가하고 있다. 이에 정부는 2008년부터 사회적 기업 육성책의 하나로 사회적 기업가 양성을 위한 교육훈련과정을 도입·시행하고 있으며, 사회적 기업의 성공과 발전을 위한 토대로써 전문 경영인의 활약을 기대하며 지원책 마련에 고심하고 있다.

언급한 바와 같이 사회적 기업의 목적과 수단, 구조적 측면이 일반 기업과는 다르므로 사회적 기업가들이 가지고 있는 기본적 자질은 사회적 목적에 부합할 수 있는 자세와 태도가 필수적이다. 즉, 기존의 기업운영에 요구되는 이론과 전략은 적용과 응용에 적절히 배합되어야 하며, 나아가 사회적 기업 영역으로 특수화될 필요가 있어 그 노력은 지속적인 연구개발을 통해 이루어

져야 한다.

이에 본 연구는 사회적 기업의 육성 배경과 현황을 토대로 시대에 부응하는 사회적 기업가를 양성하기 위한 교육훈련 과정과 체계에 대한 논의하고자 한다. 즉, 사회적 기업가가 전문 경영인으로서 거듭나기 위한 주요 방향과 교육 및 훈련체계의 틀을 제시하기 위하여 우선적으로 본문에서는 사회적 기업의 등장배경을 소개하고 개념과 지향점, 한국의 사회적 기업 현황을 다루게 되며, 다음으로는 현재 정부 주도 하에 추진되고 있는 사회적 기업가 양성 및 교육훈련과정과 내용, 평가결과를 살펴봄으로써 향후 체계화될 수 있는 사회적 기업가 양성의 틀을 구상할 것이다.

II. 사회적 기업의 육성 및 현황

1. 사회적 기업의 등장배경

한국의 사회적 기업육성 정책은 2003년 노동부의 시범사업으로 시작된 사회적 일자리사업에서부터 시작되었다. 당시 추경예산에 의해 73억으로 시작된 사업은 2004년 6개 부처로 확산되고 지속적인 예산증가로 인해 2008년에는 1조 5749억원 규모로 추진되었다. 예산 증가로 인해 참여 인원수도 대폭 증가하여 2004년에는 1만 5천명 수준에서 2008년에는 22만명이 참여한 것으로 집계되고 있다[1]. 당시의 사회적 일자리사업은 취업 취약계층을 위한 일자리 창출이 주된 목적으로, 외환위기 직후 공공근로사업과는 달리 정부가 주도하되 정부 재정투입이 멈추어도 그 이상으로 지속될 수 있는 바를 지향하고 있다[2]. 즉, 일자리가 장기적으로 지속되기 위해 유럽과 같이 사회적 경제를 토대로 참여자들이 적극적으로 동참하는 조직, 즉 사회적 기업의 육성이 필요하다는 인식이 이후 점차 확산되어 공론화되기 시작하였다. 이 시기 '고용없는 성장'의 가능성이 부각됨에 따라 단순히 사회전체의 성장률을 높이는 것으로는 일

표 1. 사회서비스 일자리사업의 추이[3]

(단위 : 백만원, 명)

구분	2004년	2005년	2006년	2007년	2008년
예산	78,700	146,200	678,209	1,294,519	1,574,920
참여인원	15,471	23,647	111,897	201,059	228,245

자리를 늘리는 것이 어렵다는 우려가 확산되면서 저소득층을 위한 정부주도의 일자리창출이 해법으로 제시되었다. 여기서 주목할 점은 선도적으로 사회적 일자리 사업을 시작한 당시 노동부의 사업방식이 갖는 몇가지 특징이다. 첫 번째 특징은 1인당 인건비를 정부가 지원한다는 것과 둘째는 어떤 사업을 할 것인지는 정부가 미리 정하지 않고 민간 비영리조직이 창의적으로 개발한다는 것, 셋째는 사회적 목적을 추구하되 재정적 자립가능성이 높은 사업을 우선한다는 것이다. 넷째는 민간기업과의 연계나 지자체와의 연계 등 네트워크를 강화한 사업을 우선한다는 것이다. 비록 다른 부처의 사업들이 노동부의 사업방식을 그대로 따르지는 않았지만 이 사업 방식은 전체 사회적 일자리사업의 핵심적 요소로써[1], 이후 사회적 기업에도 영향을 끼치고 있다.

이러한 영향에 따라 사회적 기업은 사회적 경제에 의한 새로운 기업형태로 등장하게 되었는데, 이윤을 추구하는 '기업의 특성'과 공공성을 우선시하는 '사회적 특성'을 모두 포함하고 있다. 즉 사회적 기업은 이윤극대화를 추구하는 전통적인 기업관과 사회서비스의 창출을 목표로 하는 사회적·공익적 목적관을 동시에 지닌 제3의 경제주체이다.

이러한 사회적 기업은 자본주의 사회의 전개과정에서 야기되는 사회적 갈등해소를 위해 시장의 실패와 정부의 실패를 시정하고 보완하기 위해 출현되었으며, 이론적으로는 사회서비스의 대안 생산체제로써 등장하였다[4]. 실제적으로도 오늘날 사회적 기업은 사회적 가치 창출의 신규사업 영역을 적극적으로 확대하여 사회적 가치의 효율적인 생산과 마케팅을 통하여 균형적인 경제·사회발전에 적극 이바지하고 있다[5]. 물론 육성과 성장의 정부지원의 효용성이 거론되고 사회적 기업의 자립력에 대한 현실적 평가와 지원이 또다른 차원에서 언급되기는 하나, 단계적 성장과 발전에 요구되는 불가피한 과정의 하나이므로 본 연구에서는 논제로 다루지 않는다.

이처럼 사회적 기업에 대한 이론과 실체는 자본주의 경제가 먼저 발달한 서구에서 탄생하였으나, 우리나라의 경우 경쟁력 있는 선진 사회로 진입하고자 하는 시점에서 한국적 배경을 기반으로 등장해 급속도로 성

장·발전하고 있다.

2. 사회적 기업의 개념과 지향점

사회적 기업 육성법에 의하면, 사회적 기업은 취약계층에게 사회 서비스 또는 일자리를 제공하며, 지역주민의 삶의 질을 높이는 등의 사회적 목적을 추구하면서 재화 및 서비스의 생산 판매 등 영업활동을 수행하는 기업으로, 주주나 소유자를 위한 이윤 극대화를 추구하기 보다는 우선적으로 사회적 목적을 추구하면서 이를 위해 이윤을 사업 또는 지역공동체에 다시 투자하는 기업이다[6]. 이러한 정의에서 보여지는 바와 같이 사회적 기업의 목표는 사회적 목적을 추구하되 그 수단은 영업 활동 수행을 통해 수익을 창출하는 것으로 비영리 조직과 영리기업의 중간 형태라 할 수 있다.

보다 구체적으로 사회적 기업은 두가지 차원으로 나누어 설명할 수 있는데, 경제적 차원과 사회적 차원이 그것이다[7]. 경제적 차원에서 사회적 기업은 첫째, 지속적으로 재화를 생산하거나 서비스를 판매하는 활동을 하여야 하며, 둘째, 높은 수준의 자율성이 있고, 셋째, 상당한 경제적 위험을 감수하는 활동을 하며, 넷째, 최소한의 유급노동자를 포함하도록 하여야 한다. 그리고 사회적 차원에서는 첫째, 지역사회 이익을 명시적으로 추구하고, 둘째, 시민들의 자발적 참여에 의해 형성되며, 셋째, 의사결정권이 자본소유에 기반하지 않고, 넷째, 의사결정에 사회적 기업 활동에 의해 영향받은 사람들도 참여하며, 다섯째, 이윤배분은 제한적이어야 한다는 것이다.

이러한 기준으로 볼 때, 사회적 기업은 첫째 기업지향성을 가지고 있다. 이는 사회적 기업이 비록 사회적 목적을 추구한다고는 하나 재화를 생산하거나 서비스를 판매하는 지속적인 활동을 한다는 것으로, 재정적인 지원이나 후원이 있을 때에만 한시적으로 운영되는 비영리 민간기관이나 NGO 단체와는 근본적으로 다르다. 이러한 사회적 기업의 지속적인 영업활동이나 위험 감수적인 활동 등은 모두 기업의 시장지향적인 활동 중의 하나이며, 최소한의 유급노동을 통하여 경영의 효율성을 추구하여 시장에서 지속가능하게 하는 것 역시 수익과 자립을 추구하는 기업으로써의 성격을 가지고 있는

것이다. 둘째, 사회적 기업은 사회적, 환경적, 윤리적 목적 등과 같은 다양한 목적을 동시에 추구하고 있다. 이는 사회적 기업이 자본주의의 기업 특성과는 다르다는 것을 보여주는 것으로 지역사회의 이익을 명시적으로 추구하거나 자본의 소유에 근거하지 않은 의사결정, 그리고 다양한 이해 관계자들이 의사결정에 참여하는 것 등이 그 예이다. 이는 사회적 기업이 제한적인 이윤분배를 통하여 그 성과를 사회적 목적에 재투자하는 등 사회적 목적을 위한 것임을 의미한다. 셋째, 사회적 기업은 사회적 소유의 개념을 가지고 있다. 즉 사회적 기업은 자본의 투자자가 소유하고 경영자가 의사결정을 내리는 것이 아니다. 사회적 기업의 의사결정 과정 권한은 자본의 소유에 근거하지 않으며, 사회적 기업의 참여자, 수혜자 그리고 이해관계자들이 동시에 참여하는 의사결정 구조를 가지고 있다[4]. 다만 이러한 사회적 소유나 참여적 혹은 민주적 의사결정 과정이 기업으로써의 경제적 목적 달성에 효과적인 도구가 되는 지에 대해서는 아직 많은 논란이 있다.

3. 한국의 사회적 기업 현황

2010년 1월 21일을 기준으로, 국내 사회적 기업으로 활동하고 있는 기관 수는 총 289개이다. 이러한 사회적 기업의 인증은 사회적 기업 육성을 담당하고 있는 고용노동부가 인증심사 소위원회와 사전검토, 사회적 기업(설립)인증 지원 기관의 현장실사, 사회적 기업 육성위원회의 심의를 거쳐 최종 확정되는 절차로 진행된다[8].

사회적 기업의 설립현황을 근거로 소재지를 지역별로 분석한 자료를 살펴보면, [그림 1]과 같이 전체 사회적 기업의 45.4%는 서울, 경기, 인천에 소재하고 있었으며, 수도권을 제외한 지역을 권역별로 구분해보면 강원권, 인천권, 전남과 전북의 인증 기업의 수가 상대적으로 많이 나타났다.

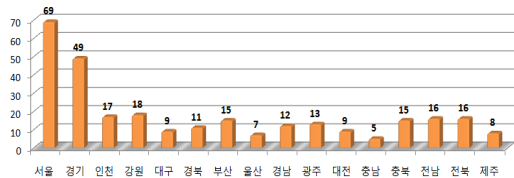


그림 1. 지역별 사회적 기업 분포(2010.1 현재)

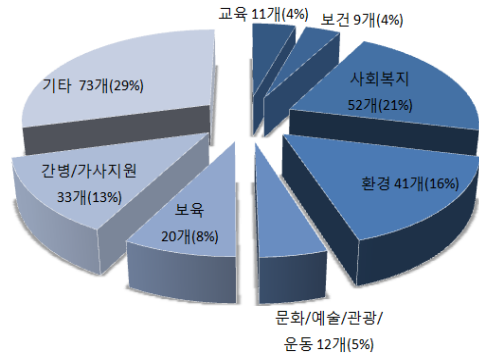


그림 2. 사회적 기업 업종유형(2009.7 현재)

사회적 기업이 제공하는 서비스의 내용은 [그림 2]에 서와 같이 9개 범주¹⁾로 구분할 수 있다[9]. 업종유형에 따라 사회적 기업의 사업내용을 분석한 자료에 의하면, 제조업 등 구체적인 분류에 포함되지 않는 기타 분야로 사업을 수행하는 곳이 전체의 29% 수준으로 가장 많고, 사회복지(52개), 환경(41개), 간병/가사지원(33개)이 그 뒤를 이었다. 한편 산림보전/관리 분야의 사회적 기업은 아직 등장하지 않은 것으로 나타났다. 사회적 기업 육성법에서는 사회적 기업으로 인증 가능한 조직형태를 민법상 법인, 조합, 상법상 회사 또는 비영리민간단체 등으로 규정하고 있는데, 2009년 노동부와 사회적기업연구원의 보고에 따르면 조직형태별로 사회적 기업을 구분할 경우 주식회사 및 유한회사 등 상법상 회사의 수가 103개로 비중이 가장 높고, 그 다음으로는 민법상 법인 61개, 비영리민간단체 47개, 사회복지법인 29개, 생활협동조합 10개, 영농조합이 1개 순으로 다양한 형태의 비영리 조직들이 진입해 있는 것으로 나타나고 있다. 이들의 유급근로자는 기관당 평균 28.7명이며, 100인 이상 고용업체는 8곳 정도로 최근 10인 미만의 사업장이 다수 진입하고 있다[9].

III. 사회적 기업가 양성 체계

1. 사회적 기업가 교육 훈련 현황

1) 교육, 보건, 사회복지, 환경, 문화/예술/관광/운동, 보육, 산림보전/관리, 간병/가사지원, 기타로 구분

사회적 기업에 대한 사회적 인식이 고조되고, 인증절차를 통해 사회적 기업의 수가 점차 증가함에 따라 사회적 기업가로서 활동하거나 활동을 계획하는 이들의 교육 훈련 및 양성에 대한 수요가 늘고 있다. 이에 정부는 2008년부터 사회적 기업가 양성 및 교육훈련을 시도하고 있으며, 그 방식은 교육운영기관을 공모하고 선정하여 운영을 지원하는 형식이다.

이 과정을 통해 선정된 교육기관들은 '사회적 기업가 아카데미'라는 통일된 프로그램명으로, 통합과정과 특화과정으로 분리된 교육 콘텐츠 개발 등 일련의 과정을 통하여 40-80시간의 교육훈련을 실시하여 사회적 기업가를 양성하고 있다. 보통 교육기관의 수강생 수는 25-45명 선이다.

통합과정은 사회적 기업 및 지원기관의 책임 실무자, 사회적 기업 주요 이해관계자 등을 대상으로, [표 2]와 같이 전문 경영능력 향상을 위한 표준화된 교육으로 추진되는데, 최소 60시간 이상을 10주 이상 지속하여야 하며, 사회적 기업의 이해, 기업운영을 위한 기본 경영이론 교육 및 실습 등을 주 내용으로 한다[10]. 특화과정은 최소 40시간 이상 6주 이상 지속 교육으로 개발·실시되며, 사회적 기업의 전문성과 다양성, 사회적 기업가의 교육 수요에 기반한 경영기술 및 세부 영역별 교육으로 운영된다. 교육과정에는 사회적 기업 사례 중심의 경영전문과정, 장애인·청년 등 대상별 특화과정, 협동조합, 지역활성화 등에 초점을 둔 특화과정, 재활용·여행·청소 등 업종별 특화과정 등이 있다.

표 2. 통합과정의 표준교과목

영역(시수)	교과목
사회적 기업 이해(14)	사회적 기업의 개념과 등장배경 사회적 기업의 비전과 미션 해외 사회적 기업의 이해 우리나라 사회적 기업의 역사와 전개 사회적 기업육성법과 정부의 육성정책 이해 사회적 기업의 지역화 전략(심화) 사회적 기업의 이해관계자
전략경영(6)	사회적 기업의 전략경영 프로세스 경영자로서의 사회적 기업가의 역할과 기능 사회적 기업의 사업수준 전략
마케팅(10)	사회적 기업가의 고객지향성 사회적 기업의 STP 전략 사회적 기업의 4P 전략 I(상품 및 가격전략) 사회적 기업의 4P 전략 II(마케팅 경로, 유통관리) 사회적 기업의 4P 전략 III(홍보)

생산 및 품질관리(10)	사회적 기업의 생산경영 I, II 사회적 기업의 품질경영 사회적 기업의 서비스경영 I, II
인사 및 조직관리(20)	사회적 기업의 조직형태와 법적 지위 사회적 기업의 의사결정 관리 사회적 기업의 인적자원 관리 사회적 기업의 역량분석과 인적자원 개발 사회적 기업의 인사평가 및 보상 사회적 기업의 조직진단과 프로세스 혁신 사회적 기업의 커뮤니케이션 사회적 기업의 운영과 조직문화 사회적 기업의 노무관리 I, II
사회적기업의 재정(10)	사회적 기업과 사회적 자본시장 사회적 기업의 민간자원 개발 회계와 자금 I, II 내부통제와 세무
성과측정(4)	사회적 기업의 사회적 가치 측정 사회적 기업의 성과 관리
실습(10)	기관방문 : 사회적 기업 및 일반기업 방문 실습 : 실무실습, 주제토론, 분임활동 특강 : 일반기업 CEO 특강 등

보고 자료에 의하면[11], 2008년과 2009년 사회적 기업가 아카데미 교육을 운영한 기관은 주로 민간 비영리 단체, 대학, 사회적 기업, 연구소, 공공기관, 일반기업 등으로 이 기관에서 배출된 수강생의 연령분포는 10대 후반에서 70대까지로 매우 다양하며, 그 중 30대(36%), 40대(32%)가 가장 많은 것으로 나타났다. 교육수료생 중 159명에게 만족도 조사를 한 결과, 교육과정 전반에 대한 만족도는 94%로 매우 높은 것으로 나타났는데, 그 이유로는 사회적 기업에 대해 정확히 이해할 수 있는 계기가 되었고(33%), 사회적 기업에 대한 공감대를 형성할 수 있는 네트워크가 형성되었으며(25%), 전문 지식 습득에 도움이 되었기 때문(16%)이라는 응답이 주였다.

반면, 교육과정에 대한 불만족 요인은 실무적 내용의 부족(23%), 이론 치중(19%), 일부 중복된 내용(14%)과 강사의 전문성 부족(14%)이 거론되고 있었는데, 이 같은 분석은 사회적 기업이 양성을 위한 교육 및 훈련과정에 앞서 사회적 기업 경영사례 개발과 강사진의 전문성 제고 및 교육 콘텐츠 개발을 위한 정보제공의 시급성을 시사하는 부분이며, 관련 연구의 필요성이 강하게 제기되는 내용이다.

한편, 사회적 기업가 아카데미 교육강사 102명을 대상으로 강의의 효과성 제고에 장애가 되었던 점을 조사한 바 있는데, 그 결과 수강생의 다양성 및 수강생 간

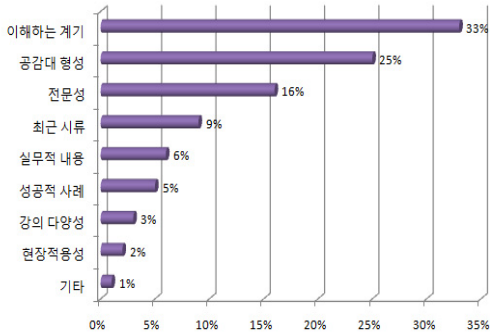


그림 3. 교육과정의 만족요인*

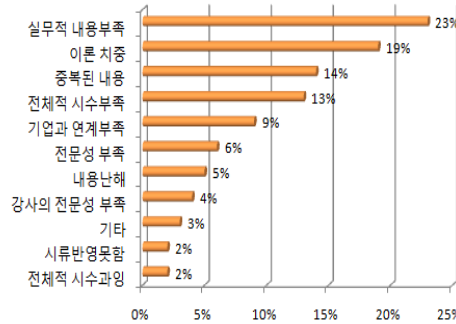


그림 4. 교육과정 불만족 요인*

* 응답인원 159명, 교육과정 만족을 94%, 불만족을 6%

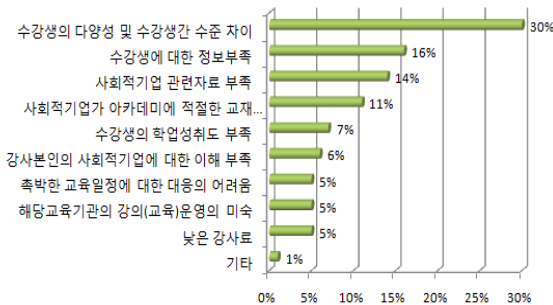


그림 5. 강의 시 어려운 점*

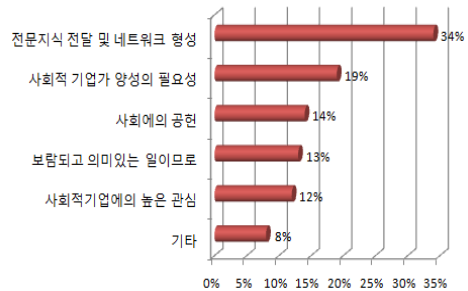


그림 6. 강사의 향후 강의참여 희망이유*

* 응답인원 102명, 강사의 향후 강의 참여의향 비율 있음 91%, 없음 9%

수준차이에 미흡하게 대응하였던 점(46%), 수강생에 대한 정보부족(16%), 사회적 기업 관련 자료의 미비(14%) 등을 거론하고 있어 이에 대한 보완이 필요함을 알 수 있다. 또한 이들은 사회적 기업에 대한 전문지식 전달 및 네트워크 형성이 지속되어야 하며(34%), 사회적 기업이 양성은 계속 필요하다(19%)는 의지를 보이고 있어 보다 체계적이고 전문적인 사회적 기업이 양성과 교육훈련에 대한 요구를 뒷받침하고 있다.

2. 사회적 기업가 양성 체계 제언

사회적 기업의 성공여부는 살피면 바와 같이 운영주체의 사회공헌에 대한 의지와 경영 인력의 사회적 기업가로서의 전문능력에 의해 결정된다. 그러나 사회적 기업 내부의 인적 인프라는 일반 기업과는 달리 제한적이어서 사회적 기업 경영자들의 전문능력은 현재로써는

부족한 형편이며 종업원들의 기술능력 역시 부족하다.

사실 사회적 기업가는 청소년에서부터 은퇴자에 이르기까지 원천이 다양하므로 초·중·고등학교에서부터 사회적 기업에 대한 이해와 교육이 필요하며, 대학생을 비롯한 청년들의 사회적 기업 창업을 적극 지원하고 이를 활성화 할 필요가 있다. 또, 민간기업이나 공기업 CEO 등이 은퇴 후 그들의 경험과 노하우를 사회에 환원하고 일자리도 창출하는 차원에서 사회적 기업가로 활동할 수 있도록 지원할 필요도 있다. 나아가 노동시장에서 상대적으로 소외되어온 여성, 장애인을 비롯한 취약계층에게도 사회적 기업을 창업과 고용의 기회가 되게 할 수 있다[4]. 이에 사회적 기업이 활성화된 국가들은 이미 전문적인 교육기관과 경영대학을 중심으로 사회적 기업가를 양성하고 있다. 그 예로 영국에는 사회적 기업가를 위한 기관으로 The School for Social

Entrepreneurs(SSE)와 같은 전문교육기관을 설립·운영하고 있으며[12], 미국의 일부 경영대학에서는 사회적 기업과 관련한 교과목을 개설해 운영하고 있다[4].

이와 같이 사회적 기업의 활성화를 위하여 사회적 기업가 양성은 필수적이거나 한국은 아직 표준적인 사회적 기업가를 위한 교육과정 개발이 미진한 수준이며, 사회적 기업가 양성 노력도 재정적, 지역적으로 한계가 있어 사회적 기업이 아카데미 운영 외에도 정부의 정책적 배려가 필요한 실정이다. 따라서 선행연구 자료의 분석 결과를 토대로 다음과 같이 사회적 기업가 양성체계를 제안하고자 한다.

첫째, 사회적 기업가 1세대의 정체성 확립을 위한 정부 차원의 노력이다. 사회적 기업의 인적자원을 양성하기 위한 통합교과과정이 마련되었으나, 이러한 교과과정이 이론적이기보다는 사회적기업의 경영성과를 높일 수 있는 실천적 능력 향상에 초점을 맞추어 사회적 기업이 필요로 하는 인적자원 능력 향상에 기여할 수 있도록 검토되어야 한다. 교과목들의 주요 방향과 콘텐츠가 기존 기업경영을 주로 하는 학문의 틀을 그대로 적용하는 것은 아닌 지, 사회적 기업 특성을 토대로 한 방향성과 세부 사항 검토가 요구된다. 즉, 추후 학문의 한 분야로 발전할 수 있도록 교과과정 검토가 이루어져야 하며, 나아가 소명의식과 경영능력을 겸비한 사회적 기업가 육성으로 예비 사회적 기업 창업이 활성화되면서 재검증 과정이 요구된다.

둘째, 차세대 사회적 기업가 양성을 위한 학위 및 비학위 과정 운영으로, 교육훈련 체계의 단계적 다양성 확보이다. 이를 위한 양성체계는 [표 3]과 같이 실천중심의 전문인력 양성 단계와 이를 넘어선 이론 및 현장실무를 접목한 전문인력 양성 단계로 나뉘어 다양한 교육훈련과정으로 개설되어야 한다. 즉, 실천중심의 전문

인력 양성은 비학위과정으로, 사회적 기업 육성에 대한 정부추진 방향에 부합하는 창업이 이루어질 수 있도록 기초 전문지식과 더불어 창업 절차와 사회적 기업으로의 전환을 도모하는 교육·훈련이 진행되도록 한다. 이는 대학 내 평생교육원 교과과정 상의 과목 개설을 예로 들 수 있다. 이론 및 현장실무를 접목한 전문인력 양성은 대학 및 대학원 내 학사, 석사, 박사 학위과정으로 운영하도록 한다. 즉, 수강생들을 대상으로 직장체험, 국내외 인턴 기회 습득, 봉사의 경험을 넓히도록 하고 학문적 이론을 토대로 현장실무를 익혀 궁극적으로 사회적 기업가로서의 전문경영능력을 확대시키는 차원의 교육·훈련 과정으로 개발한다. 그 가운데 사회적 기업에 관한 성공모델을 연구하고, 이론의 토대를 굳건히 하는 계기를 삼아 과정 내에 사회적 기업가 양성과 사회적 기업 육성을 도모할 수 있는 전문인력이 배출되도록 한다. 이들은 사회적 기업 전문 강사로 활동할 수 있으며, 사회적 기업 교육·훈련 체계에 중요한 매개 요소로서 기능할 수 있다.

IV. 요약 및 결론

2007년 7월부터 시행된 사회적 기업 육성법은 2010년 현재까지 약 290여개의 사회적 기업을 탄생시켰다. 그동안 격려와 우려의 분위기가 혼재한 가운데에서도 사회적 기업은 취약계층을 위한 고용창출 효과와 더불어 사회적 목적 달성과 수익 창출 모델을 동시에 제시하면서 제3경제 주체로 인식되고 있으며, 그 중심에 사회적 기업가가 성공과 발전을 좌우하는 핵심 요소로 거론되면서 전문 인력 육성에 대한 정부의 노력과 지원도 지속되고 있다.

표 3. 사회적 기업가 양성 체계

구분	초점	개설 예시	주요 내용	활동
비학위 과정	실천중심	평생교육원 교과과정 내 개설 등	- 기초 지식 - 사회적기업 창업지원 - 사회적기업 전환지원	- 사회적 기업 창업 - 사회적 기업 전환
학위 과정	이론과 현장실무를 토대로 한 전문경영능력 확대	대학 내 정규 학사, 석사, 박사 학위과정으로 개설	- 기초+전문지식 - 성공모델 연구	- 직장체험 및 창업 - 국내외 인턴경험 - 봉사, 전문강사

이에 본 논문은 사회적 기업 육성을 위한 사회적 배경을 토대로 사회적 기업가의 양성체계를 2가지 차원에서 언급하였다. 첫째는 1세대 양성을 위한 정부차원의 교과과정 검토와 사회적 기업 창업을 통한 재검증 작업의 활성화이며, 둘째는 사회적 기업의 성장과 발전을 위한 단계적 차세대 양성으로써 비학위과정과 학위과정 체계의 양립이다. 정부차원의 검토와 활성화 방안은 현재 사회적 기업 인증과 전환과정에서 기업의 영리추구와 사회적 목적 사이에서 경험하는 사회적 기업가의 정체성 혼란 문제를 보다 직접적인 지원으로 스스로 극복하도록 하는 방안이다. 한편, 단계적 인력양성 체계는 사회적 기업 창업과 전환을 위한 실천중심의 과정과, 이론과 현장실무를 토대로 한 경영능력 및 연구역량 강화가 이루어지는 전문과정을 제시한 것으로, 중장기적 차원의 사회적 기업 육성과 안정화를 도모하기 위한 방안으로 제안하였다.

제시된 결론이 활용되는 과정을 통해 한국의 사회적 기업이 해외의 사회적 기업과는 또 다른 모습으로 발전하여 한국형 사회적 기업이 탄생이 이루어지길 기대하며, 초기 단계를 넘어 다각적이면서도 현실적인 평가와 중장기적 지원책으로 성장과 정착의 단계로 도약하기를 희망한다.

참 고 문 헌

[1] 김혜원, "한국 사회적 기업 정책의 형성과 전망", 동향과 전망, 제75호, pp.74-108, 2009.
 [2] 황덕순, "한국의 사회적 일자리 창출 정책의 전개 과정과 향후 발전방향", 사람입국·일자리 정책 심포지움 자료집, 2005.
 [3]곽선화, "'07 인증 사회적 기업 성과분석", 노동부, 2008.
 [4] 조영복, 양용희, 김혜원, "사회적기업 육성을 위한 중장기 정책방향", 사회적기업연구, pp.61-89, 2008.
 [5] 최중태, "사회적 기업과 한국 자본주의 사회적 기업", 사회적 기업 연구원 개원기념 심포지움 자료

집, 2007.

[6] 법률 제9685호, 사회적기업 육성법
 [7] J. Defourny, "Introduction : from third sector to social enterprise," Borzaga, C., Defourny, J.(ed.), The Emergency of Social Enterprise, London, Routledge, pp.1-28, 2001.
 [8] <http://www.socialenterprise.go.kr>
 [9] 노동부, 사회적기업연구원, 사회적기업 개요집, 2009.
 [10] 노동부, 함께일하는재단, 2009 사회적기업가 아카데미, 2009.
 [11] 노동부, 함께일하는재단, 사회적기업가 아카데미 2008 성과 보고서, 2009.
 [12] <http://www.sse.or.uk>

저 자 소 개

이 윤 정(Yoon-Jung Lee)

정희원



• 1994년 2월 : 성신여자대학교 가정관리학과(가정학사)
 • 1996년 8월 : 성신여자대학교 가정관리학과(가정학석사)
 • 2003년 2월 : 이화여자대학교 소비자·인간발달학과(소비자학 박사)
 • 2008년 3월 ~ 현재 : 호서대학교 노인복지학 전공 교수
 <관심분야> : 중노년기 생활양식, 노인소비자, 건강가정, 가족정책, 비영리조직 경영, 사회적 기업