

사회적기업의 활성화를 위한 방안 연구[†]

- 사업개발비 실태분석을 통한 -

김용호* · 송경수**

〈요 약〉

여러 연구에 의하면 사회적기업의 지원제도 중 사업개발비는 중요한 요소로 확인되고 있다. 여러 해 동안 사업개발비가 집행되고 있으나, 이에 대한 정리된 자료는 찾아보기 어렵다. 따라서 본 논문에서는 사업개발비를 인과적으로 분석하고 관계성을 찾아보려고 한 것이 아니라 개발비신청과 관련한 자료를 정리하여 실태를 살펴봄으로써 사업개발비에 대한 사회적기업의 관심이 무엇인지 더 나아가 이에 대한 개선점을 찾아보고자 하는데 그 목적을 두고 있다. 사업개발비의 신청 형태들을 분석하기 위하여 인증여부, 업종, 지원횟수 등과 같은 몇 가지 범주별로 나누어 자료를 살펴보았다. 분석결과는 사업개발비에 대한 개선점과 지속가능성을 높이는 데 필요한 사업개발비 정책개발 자료(지침개발)가 될 수 있다고 생각한다.

핵심주제어 : 지속가능성, 사업개발비, 정책개발, 지침개발

논문접수일: 2013년 08월 24일 수정일: 2013년 09월 10일 게재확정일: 2013년 09월 26일

† 본 논문은 2012년도 부산가톨릭대학교 교내학술비 지원에 의하여 수행된 것임

* 부산가톨릭대학교 경영학과 교수(주저자), yhkim@cup.ac.kr

** 부산가톨릭대학교 유통경영학과 교수(교신저자), kssong@cup.ac.kr

I. 서론

우리나라는 외환위기 이후 증가된 실업과 빈곤을 치유하기 위해 사회적 경제(social economy)에 대한 관심이 증대되어 왔고, 2008년 미국의 서브프라임 사태를 경험하면서 자본주의 시스템의 한계를 지적하는 주장(예컨대, A. Kalestky의 자본주의 4.0과 Bill Gates의 창조적 자본주의 등)들에 대한 관심이 증가하고 있다. 특히 현실적으로 복지에 대한 요구수준이 높아지고 있으나 베이비붐 세대의 은퇴, 고용없는 성장, 성장률의 정체, 실업률의 증가 등과 같은 사회적 문제로 인해 시장경제에서 소외된 계층들의 보호와 권익문제가 대두되고 이러한 문제를 해결할 수 있는 새로운 시스템이 필요하게 되었다.

이러한 배경 하에 우리나라는 2007년 7월 취약계층의 일자리 창출과 사회서비스제공을 위해 사회적기업육성법을 제정하였고, 2010년 행정안전부 업무보고에서는 지역공동체와 지역경제 활성화를 위해 자립형 지역공동체 사업추진에 대한 계획이 발표되면서 마을기업에 대한 사업이 추진되게 되었다. 더 나아가 2012년 12월 사회통합과 국민경제의 균형있는 발전을 목적으로 협동조합기본법이 시행됨으로 사회적 경제 부분인 사회적기업, 마을

기업, 협동조합의 관심이 본격화되고 있다. 그리고 이들 조직의 지속성을 높이기 위한 사회적 경제 생태계 구성에 우리 사회가 노력하고는 있으나 한편으로는 이들 조직의 지속가능성에 대한 우려가 증대되고 있는 실정이다¹⁾

이와 같은 이진과 상이한 새로운 시스템은 과도한 관료제의 개입이나 비효율적인 자선단체의 방식으로는 시장경제를 왜곡시키고, 엄청난 거래비용과 함께 막대한 예산소요를 발생시킨다. 사회적 가치창출의 승수효과를 도출하기 위해선 사업이 소극적이고 관료적이며 방임적이 되어서는 안되며, 적극적이고 경쟁적이며 성취적인 내용이 되도록 노력하여야 한다(최종태, 2011).

이에 본 논문은 이러한 새로운 시스템으로 주목받고 있는 사회적 경제에 대한 이론적 배경을 살펴보고 이들 중 사회적기업의 지속가능성을 높이기 위한 정책수단 중의 하나인 사업개발비 분석을 통해 새로운 시스템을 위한 발전적 시사점을 찾아보고자 하였다.

II. 이론적 배경

1. 사회적 경제와 사회적기업

사회적 경제, 제3섹터, 새로운 사회

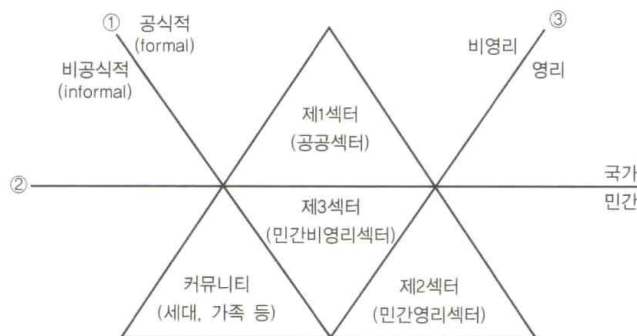
1) 사회적기업이 국민경제에서 차지하는 비중은 커지고 있으나 자생력 지표는 악화되고 있다(고용노동부, 2013, 7)

적 경제, 연대의 경제 등의 개념은 보편화된 시장경제의 대안을 구축하기 위해 진행되는 경험 및 성찰만큼이나 다양하다. 그러나 이 개념들은 동등하지 않고 각 개념이 현대사회에서 경제를 어떻게 위치지울 것인가 하는 점에서 보다 그 경제를 구성하는 기업들의 법적 지위나 활동영역을 볼 때 이질적임을 알 수 있다.(김신양, 2005)

제3섹터에 대한 견해가 각국의 역사적 맥락에 영향을 받는 것을 부정할 수는 없지만 제3섹터에 대한 2개의 접근이 국제적으로 확산되었다. 그 하나는 영리섹터 접근이고 다른 하나는 사회적 경제라는 개념이다. 비영리섹터라는 제1의 견해가 단순성이라는 이점을 가지고 미국의 상황을 파악하기 위해 설정된 틀인데 반해, 사회적 경제라는 제2의 접근은 유럽을 통해 훨씬 큰 반향을 얻고 EU의 제도에 계승되고 있다.(박대석, 박상하, 고두갑, 2009)

사회적 경제에 대한 이론적 분석들의 하나로 주목받는 다원적 경제모델(plural economy)은 국가, 시장, 근린의 삼분모델을 기본으로 하여 이 세 영역을 매개하는 영역으로 사회적 경제를 설정하는 모델이다(엄형석, 2008). 그리고 이 매개적 영역 안에서의 비영리조직들은 다른 부분들과 연관되고 그들의 사회적이고 정치적인 역할은 서비스 전달만큼이나 중요하다고 한다. 이러한 매개적 영역은 또한 정부, 시장, 가계, 네트워크와 커뮤니티 조직들로부터 나오는 자원과 논리들을 조합하여 국가와 시장, 커뮤니티가 갖는 각각의 결함을 보완할 수 있는 하이브리드 시스템들을 포함한다고 하고 있다(엄형석, 2008.; 양준호, 2011)

이와 같은 사회를 구성하는 영역으로서의 커뮤니티, 국가, 시장, 3섹터를 Pestoff(1992)는 <그림 1>과 같이 나타내고 있다.



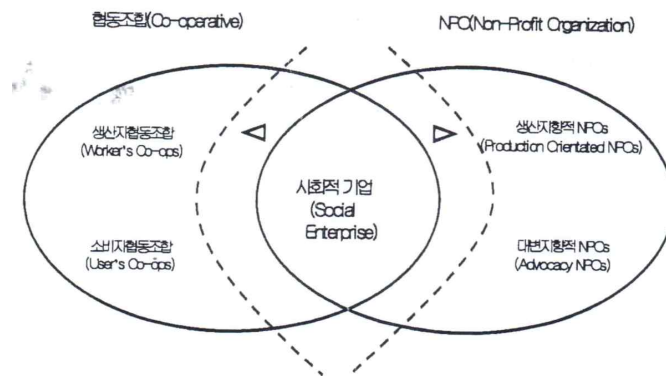
<그림 1> 제 3섹터의 개념도 (양준호, 2011)

한편 한상진 등(2006)에 의하면 “3 체계(third system)는 스스로의 욕구를 충족시키기 위해 협동적 방식으로 함께 일하는 시민들과 관련된다. 제3 체계는 가족경제와 근린의 비공식 경제로부터 좀 더 공식적으로 구조화된 자원부문(voluntary sector)의 기관들과 사회적 경제를 포괄한다. 그것은 자조와 상호성, 다른 사람에 대한 보살핌, 그리고 이윤극대화보다는 사회적 욕구의 부응이라는 원리에 기반하고 있다”고 하고 있다. 장원봉(2004)이 제시한 3개의 경제체계 도식에 의하면, 제3체계는 가족경제, 자원활동조직, 사회적기업으로 이루어져 있고 사회적기업(커뮤니티기업 및 공정거래기업)과 상업적 활동의 자원조직과 자선단체를 사회적 경제라고 할 수 있다.

결국 제3섹터는 대부분의 협동조합이 그러하듯이 자신이 생산한 산출물을 시장에 내다 파는 기업형태의 조

직이 있는가 하면, 그 대립점에는 경제활동이 매우 약한 민간단체(기부금이나 정부보조금으로 활동하는 단체나 자원봉사활동 조직) 심지어 비시장적·비화폐적 활동을 하는 조직들이 있다. 또 누구의 이익을 추구하는가에 따라(협동조합, 상호공제조합, 회원제민간단체 처럼) 상호이익(mutual interest)집단이 있는가 하면 그 반대편에는(빈곤문제에 대항하는 조직, 환경운동단체처럼) 보다 넓은 공동체이익을 구현하려는 보편적 이익(general interest)조직이 있는 것이다(신명호, 2008).

이러한 제3섹터에 대한 스펙트럼에서 Defourny(2001)는 사회적기업을 <그림 2>와 같이 대립각을 이루고 있는 양 조직의 성격을 융합하고 자연스럽게 연결시켜 주는 원리를 가진 모델이라 설명하고 있다.



<그림 2> 협동조합, 비영리부문, 사회적기업 (Borzaga and Defourney, 2001)

2. 사회적기업과 지속가능성

2.1 지속가능성에 대한 논점²⁾

사회적기업에 대한 정의는 각국의 법적·문화적 차이에 따라 다양한 형태가 있을 수 있으나(OECD, 1999), 공통적으로 영리활동을 통한 수익창출과 운영 그리고 이윤의 배분에 있어서 사회적 목적달성을 중요한 기준으로 하고 있다. EMES는 사회적기업의 기준을 경제적·기업적 측면과 사회적 측면³⁾에서 사회적기업에 대한 방향을 제시하고자 하였다. EMES는 경제적·기업적 측면으로 ① 지속적인 재화의 생산 및/또는 서비스의 제공(a continuous activity producing goods and/or selling service) ② 높은 자율성(a high degree of autonomy) ③ 높은 경제적 리스크(a significant level of economic risk) ④ 최소한의 급여 지급(a minimum amount of paid work)을 제시하였다(Borzaga and Defourney, 2001).

한편 영국의 DTI에 따르면 성공적인 사회적기업의 특성으로 상업적 거래활동을 통한 자립과 자율 확보, 기업적·혁신적·위험감수적 행동양식 채택, 환경적응력이 강하고 융통성 있는

경영방식, 고객 및 지역사회 중심, 이해관계자들의 참여, 민주적이고 참여적인 경영, 재정적 목표의 수행과 함께 사회적 목표와(또는) 환경적 목표 수행, 재화와 서비스 판매활동을 통해 건전하고 지속적인 재정적 기반확립을 들고 있다. 그리고 처음 시작하는 사회적 기업은 수입의 반도 안 되는 부분을 상업적 활동으로 창출하는 정도에 머물러 있지만 본격적인 사회적 기업은 완전한 100%의 수입을 상업적 활동에서 창출함을 목표로 하고 있고 사회적기업들로 하여금 보조금 의존에서 벗어나 기업을 운영하도록 하는 것이 우리 전략의 핵심이라 하고 있다(DTI, 2002). 또한 사회적기업 육성을 위한 중장기 정책 보고서에서도 앞으로 직접적인 재정지원보다도 간접적인 지원정책을 통해 재정적으로 자립 가능한 사회적기업을 육성해야 한다고 제안하고 있다(조영복 등 2007).

한편 Wallace(2005)는 환경적 지속가능성(environmental sustainability), 경제적·재정적 지속가능성(economic sustainability, financial goal), 사회적 지속가능성(social sustainability)의 3가지 측면(triple bottom line)에서의 지속가능성

2) 김용호·송경수(2009)의 일부를 정리·보완한 것이다

3) 사회적 측면으로 ① 시민집단에 의해 시작(an initiative launched by a group of citizens) ② 자본소유에 근거하지 않는 의사결정 방식(a decision-making power not based on capital ownership) ③ 사회적기업의 활동에 영향을 받는 다양한 구성원들의 참여(a participatory nature, which involves the various parties affected by the activity) ④ 제한적 이익배분(a limited profit distribution) ⑤ 지역공동체의 이익추구(an explicit aim to benefit the community)와 같은 기준을 제시하였다.

모두의 중요성에 대해 언급하고 있고⁴⁾ Bull(2006)⁵⁾은 이해관계자에 대한 책임성(accountability), 투명성(transparency), 약속(engagement)을 3가지 지속가능성에 더하여 제시하고 있다.

이와 같은 사회적기업에 대한 다양한 논의들을 살펴보면 사회적기업은 직접적으로 재화 또는 사회서비스를 지속적으로 제공할 수 있어야 하고, 재정은 구성원들의 자원 확보 및 기업운용 능력에 의존해야 한다고 하는 등 사회적기업의 지속가능성, 특히 재정적·경제적 지속가능성에 대한 중요한 언급들이 강조되고 있다.

2.2 사회적기업에 대한 제도적 지원

사회적기업에 대한 정부의 다양한 육성정책 결과 현재 856개의 사회적기업이 인증을 받았고, 1,425개의 예비사회적기업들이 운영되고 있다. 그러나 이들 사회적기업의 양적 팽창에 따른 기대와 함께 이들 기업의 지속가능성에 대한 우려 또한 매우 크다는 것을 인정하지 않을 수 없다. 보다는 사회적기업 생태계 활성화를 위해 다양한 정책적 수단들이 시행되고 있는데 이를 정리하여 보면 <표 1>과 같다.

<표 1> 사회적기업에 대한 지원정책

구분	내용
	(10조) 사회적기업의 설립 및 운영에 필요한 경영·기술·세무·노무·회계 등에 대한 전문적인 자문 및 정보제공 등 지원을 할 수 있다. (10조의2) 사회적기업의 설립·운영에 필요한 전문인력육성, 사회적기업 근로자의 능력향상을 위한 교육훈련을 실시할 수 있다.
경영 및 교육 훈련 지원 등	1) 경영역량향상을 위한 경영컨설팅: 기초컨설팅(경영코칭을 통해 인사·노무·회계 등 기업의 기본시스템 구축), 전문컨설팅(경영과제 해결 및 자립가능성 제고를 위한 맞춤형 컨설팅) 2) 권역별 통합지원기관: 사업모델발굴, 설명회개최, 예비사회적기업 사업모델 검토 및 신청서 작성, 사회적기업 인증 컨설팅 및 경영자문, 지역별 자원연계 활성화, (예비)사회적기업 네트워크 구축, 사업수행기관 및 참여근로자 교육 등 3) 특화지원기관: 자원연계활성화, 사회적기업 모델 발굴/확산, 성공사례 발굴 및 사회적기업 홍보·교육, 사회적 일자리사업 참여 희망기관에 대한 수익/연계 모델 개발, (예비)사회적기업 발굴 및 인큐베이팅, 인증, 상시상담, 모니터링 등

4) Wallace는 사회적기업 현장에서 재정적 지속가능성 확보의 어려움과 사회적 관점에서의 지속가능성을 더욱 중요하게 보고 있다. 그리고 Barraket(2004)는 '지속가능성이 수입을 통한 재정적 자립(financial self-sufficiency)과 동일시하는 데는 논란의 여지가 있다. 어떤 이는 재정적 자립이 사회적기업의 자립과 존속을 위해 중요하다고 하고, 또 다른 이는 사회적기업의 재정적 자립은 가능하지도 않을 뿐만 아니라 사회적으로 매우 불리한 사회적 약자들의 욕구를 충족시키기 위한 사회적 비용을 흡수하고 긍정적인 사회적·환경적 결과를 낳는다는 측면에서 성공의 척도로서도 적절하지 않다' 고 주장하는 등 다양한 측면에서의 지속가능성에 대한 주장들이 있다

5) www.sustainability.com/developing-value/what-is-sustainability.asp재인용

	4) 프로보노: (예비)사회적기업에게 전문자원봉사자와 연계한 경영지원
시설 비 등의 지원	(11조) 국가 및 지방자치단체는 사회적기업의 설립 또는 운영에 필요한 부지구입비·시설비 등을 지원·용자하거나 국유·공유재산 및 물품을 대부하거나 사용하게 할 수 있다. 1) 미소금융재단 소액자금 대출, 중소기업 정책자금, 사회적기업 특별보증, 사회적기업 나눔보증 등 금융지원
공공 기관 우선 구매 및 판로 확보	(12조) 중소기업제품 구매촉진 및 판로지원에 관한 법률에 따른 공공기관의 장은 사회적기업이 생산하는 재화나 서비스의 우선구매를 촉진하여야 한다 1)공공기관 우선구매: 공공기관의 장은 사회적기업이 생산하는 재화나 서비스의 우선구매를 촉진하여야 함. 지방자치단체조례에 우선구매 법적근거 마련, 공공구매지원센터운영 2)판로지원: 공동판매장 조성, 모바일앱개발, TV홈쇼핑 방송편성, 박람회 개최 등
조세 감면 및 사회 보험 료 지원	(13조) 사회적기업에 대하여 법인세법, 조세특례제한법 및 지방세특례제한법이 정하는 바에 따라 국세 및 지방세를 감면할 수 있고 고용보험 및 산업재해보상보험의 보험료 징수 등에 관한 법률에 따른 고용보험료 및 산업재해보상보험료, 국민건강보험법에 따른 보험료 및 국민연금법에 따른 연금보험료의 일부를 지원할 수 있다. 1) 법인세: 조세 특례제한법 제85조의6(사회적기업 및 장애인 표준사업장에 대한 법인세 등의 감면), 지방세특례제한법제22조의4(사회적기업에 대한 감면) 2) 기부금인정: 일반 법인 및 개인이 비영리 사회적기업에 기부할 경우 지정기부금으로 인정
사회서 비스 제공 사회 적기 업에 대한 재정 지원	(14조) 사회서비스를 제공하는 사회적기업에 대하여 예산의 범위에서 공개모집 및 심사를 통하여 운영에 필요한 인건비, 운영경비, 자문 비용 등의 재정적인 지원을 할 수 있다. 1) 인건비지원: 최저임금 수준을 기준으로 예비사회적기업은 1년차 100%, 2년차 90% / 사회적기업은 1년차 90%, 2년차 70%, 3년차 50% 2) 사업개발비지원: 브랜드(로고) 및 기술개발 등 R&D비용, 시장진입 및 판로 개척을 위한 홍보·마케팅 비용, 제품의 성능 및 제품개선 비용 등 3) 전문인력지원: 초기 경영시스템 구축에 활용하여 사회적기업 육성에 기여 4)모태펀드: 사회적기업 투자펀드(자펀드)를 결성하고 정부가 모태펀드에 투자
기타	1) 사회공헌일자리사업: 퇴직인력 등에게 지식·경험을 활용할 사회공헌기회를 주고, (예비)사회적기업 등에는 그들의 노하우를 역량증진에 활용 2) 사회적기업 활성화 전국네트워크 등: 사회적기업 활성화 전국네트워크(정부와의 정책협력 및 지역사회와의 연계성 제고를 위해 설립된 민관협의체), 업종별 협력체계 구축, 전문(특화, 종교)지원사업, 1사1사회적기업 연계사업 등 3) 소셜벤처경영대회(청소년 및 일반) 4) 사회적기업가 육성(사업계획서 공모 후 인큐베이팅 지원)

자료 : 고용노동부(2013,7), 사회적기업육성법, www.socialenterprise.or.kr

이러한 정책적 지원에 대한 상대적 중요성에 대한 연구도 부분적으로 이루어지고 있다. 부산지역 사회적기업 전문가를 대상으로 AHP 분석을 한 김용호·송경수(2010)에 따르면 각종 정부지원 중 공공기관 우선구매, 시설비 지원, 재정지원, 경영지원, 조세 및 보험료 지원의 순으로 중요하다고 제시하였다.

그리고 전병유 등(2012)은 사회적기업이 가장 선호하는 지원정책으로 공공기관우선구매와 사업비지원을 제시하였고 사업개발비 지원의 경우 사회적기업 제품을 직접 홍보할 수 있는 기회를 제공하여 사회적기업 경쟁력 제고에 크게 기여한다고 하고 있다.

또한 김학실(2012)은 충북지역의 사회적기업을 대상으로 한 연구에서 사회적기업의 업종별(가사·간병, 식품·요식, 환경, 기타)로 중요시하는 정책수단이 상이함을 조사하여 사업개발비의 효율적 집행을 위한 의미있는 결과를 제시하였다. 그의 연구에서 가사간병 및 식품요식 업종에서는 인건비 지원을 가장 중요하게 생각하는 것으로 나타났고, 환경 및 기타업종에서는 사업개발비 지원이 가장 중요하다고 제시하고 있다. 그리고 식품·요식업종에서도 사업개발비가 3번째로

중요한 정부지원 제도라고 제시되었다.

이와 같은 연구들에서 제시되었듯이 사회적기업의 업종에 따라 정책적 관점에서 인건비 보다 더 중요한 사업개발비 지원을 주목할 필요가 있고, 이에 대한 효율적인 지원을 위한 연구가 필요하다고 할 수 있다.

3. 사회적기업의 사업개발비

사회적기업의 지속적이며 안정적인 수익구조 기반마련을 위한 사업개발비 지원사업을 수행하는데 필요한 사항을 규정함을 목적으로 자치단체 사업개발비 지원사업 시행지침이 만들어 졌다(고용노동부, 2013)⁶⁾.

이 지침에 따르면 사업개발비 지원을 위해 사업개발 유형을 사업 초기 단계에 필요한 운영경비 지원 즉 사업 인프라 구축을 위한 A유형, 제품·서비스의 시장 적합화 추진을 위한 사업정착단계의 B유형, 생산성향상 및 경영효율화에 기여하기 위한 사업활성화 단계의 C유형 3가지로 나누고 유형별로 차별적 지원을 하고 있다. 지침은 이러한 유형별 사용가능한 지원항목을 예시로 제시하고 있는데 이를 살펴보면 <표 2>와 같다.

6) 연간 지원한도는 사회적기업 1억, 예비사회적기업 5천만원 이내로 신청가능하며 기간은 최대5년, 그 기간 중 최대 지원금액 3억까지 가능하다.

<표 2> 사업개발비 유형·업종별 지원가능 항목(예)

업종	지원 내용
A유형	
모든 업종 공통	①CI, BI, 제품 및 포장디자인, 카탈로그 제작 등의 홍보 및 디자인 ②상표, 실용신안, 특허출원(등록비), 국내외 규격인증 및 공인기관 시험평가 등의 인증획득 ③국내외 박람회 및 상담회 참가 ④홈페이지 구축 및 웹호스팅 등의 정보화 ⑤론칭 행사비
B유형 / C유형	
제조업	①기계를 포함한 자본재 리스(사업수행기간) ②시장개척(해외시장 진출을 위한 계약서 번역지원 등) ③ERP 및 B2B 솔루션 개발 / ①신제품 기술개발 프로젝트 R&D ②제품개발·설계(3D) ③역설계(리버스 엔지니어링) ④에너지절약을 위한 공정개선 ⑤시제품 제작(mock-up 실물크기) ⑥시제품 제작을 위한 제품외장디자인 ⑦제품 업그레이드 R&D ⑧기술이전 사업화
음식업	①메뉴개발 및 시연회 ②요식업 관리매뉴얼(원가관리프로그램 등) ③서비스 매뉴얼 / ①ERP 커스토타이징(프랜차이즈에 한함) ②프랜차이즈화(운영매뉴얼과 레시피를 기반으로 통합지원)
소매업	①쇼핑몰 론칭 ② CI·BI 개발을 통한 패키지(쇼핑백, 포장지 등) / ①판로개척(공동상표·브랜드개발, 브랜드제휴) ②의류 도소매업의 패션쇼 ③공정무역업체의 “공정무역 페스티벌, 박람회” 개최
일반 서비스업	①고객관리프로그램 개발 ②시장진입을 위한 재화 렌탈 ③B2B솔루션 개발 / ①새로운 사회서비스 개발 R&D
지식 서비스업	①지식전수비용, 서비스모델(S/W) 개발비 ②여행상품개발, 공연테마개발비 ③공연콘텐츠 개발 (공연DVD 제작) / ①시장확대를 위한 프로모션(시연) ②차세대 공연전시 기술개발 ③기존 문화 콘텐츠의 공연기획
IT분야	①웹사이트 서버운영 ②앱 등 IT기술 상용화를 위한 사업 적합화 / ①응용기술 업그레이드 프로젝트 R&D ②상용화를 위한 콘텐츠 개발

자료 : 고용노동부(2013), 자치단체 사업개발비 지원 사업 시행지침 요약

한편 지침에는 자금력이 부족한 (예비)사회적기업들이 공동으로 상표(브랜드)를 개발하여 자사의 제품에 부착함으로써 제품 이미지 개선 및 판로 확대를 기하고자 공동상표(브랜드)개발을 위한 지원⁷⁾을 가능하게 하

고 있다(A, B, C 유형 모두 가능). 공동상표 및 브랜드를 도입·이용하고자 하는 3개소 이상의 (예비)사회적기업이 운영체를 구성하여 신청가능하다.⁸⁾

7) 공동상표·브랜드 형은 사업참여 기업 모두 최대지원기간·최대지원 금액 내 기업 이며 연간 3억원 한도로 지원

8) 지침에는 신청 불가능한 항목들도 제시하고 있는데 예컨대, 인건비(예외인정항목 있음), 수익모

Ⅲ. 연구방법 및 결과

1. 조사대상

본 연구를 위해 2013년 부산시의 사회적기업 56개 및 예비사회적기업 112개 중 사업개발비를 신청한 128개 기업(76.2%)을 대상으로 분석하였다. 다중응답 분석을 위해 SPSS18을 이용하여 빈도분석 및 교차분석을 실시하였다.

조사대상 중 예비사회적기업은 90개이며 인증사회적기업의 수는 38개

로 나타났다. 그리고 인증일 기준으로 보면⁹⁾ 1년차 62개, 2년차 44개, 3년차 16개, 4년차 4개, 5년차 (예비)사회적기업이 2개로 나타났다.

그리고 업종별로 살펴보면 공산품 제조업종이 15개, 먹거리 관련 제조업종이 13개, 청소·환경업종이 12개, 보육업종이 5개, 교육업종이 17개, 간병·가사업종이 3개, 문화·예술업종이 26개, 운동업종이 4개, 기타업종(유통, 복합업 및 운동 등)이 33개로 나타났다.¹⁰⁾ 그리고 사업개발비를 4회 지원한 기업이 9개 이었으며, 1회 지원한 기업이 50개로 가장 많았다.¹¹⁾

<표 3> 표본의 특성

구분	분류	기업수	구분	분류	기업수	구분	분류	기업수		
인증 여부	예비	90	업종	제조(공산품)	15	지원 횟수	1회	50		
	인증	38		제조(먹거리)	13					
인증 연차	1년차	62		청소·환경	12		2회	43		
	2년차	44		보육	5					
	3년차	16		교육	17					
	4년차	4		간병·가사	3					
	5년차	2		문화·예술	26				3회	26
				운동	4					
				기타(유통, 복합업 등)	33		4회	9		

델 개발과 직접 관련없는 시스템구축비, 유형의 시설·장비 등 자본재 구입비용, 공과금 및 사무실 임차료, 상품 제조에 소요되는 재료비(예외인정항목 있음), 소송대리 비용, 교육훈련비, 기타 사업개발과 직접 관련없는 비용 등 다양한 예시를 제시하고 있다.

- 9) 2013년 사업개발비 신청마감 기준인 2013년 6월 26일 기준
- 10) 사회적기업육성법에서는 사회서비스 종류로 교육, 보건, 사회복지, 환경 및 문화 분야의 서비스, 그 밖에 이에 준하는 서비스(대통령령: 보육 서비스, 예술·관광 및 운동 서비스, 산림 보전 및 관리 서비스, 간병 및 가사 지원 서비스, 문화재 보존 또는 활용 관련 서비스, 청소 등 사업시설 관리 서비스 등)를 제시하고 있다. 전병유 등(2012,11)은 사회적기업의 분야를 사회적기업육성법과 표준산업분류법을 근거로 분류하고 있기도 한다. 본고에서는 이들 연구를 참고로 하여 교육, 청소 및 환경, 문화 및 예술, 보육, 간병가사, 제조(공산품, 식음료), 기타(유통, 복합사업, 사회복지 등)로 나누어 분류하여 살펴보았다.
- 11) 마을기업지원 횟수를 포함하고 있음. 그리고 인건비성 지원을 제외한 지원을 대상으로 하였다.

2. 분석결과

사업개발비의 신청 형태들을 인증 여부, 업종, 지원횟수 등과 같은 몇 가지 범주별로 나누어 실태를 분석하여 보았다.

2.1 사회적기업 인증여부와

신청사업

128개 기관에서 신청한 사업비의 종류와 건수를 살펴보면 <표 4>와 같다. 총 263개의 사업이 신청되었고¹²⁾ 그 중 광고, 팸플릿 및 브로슈어 제작, 박람회참가 등과 같은 프로모션과 관련한 사업개발비 신청이 70건인 26.6%로 가장 많음을 볼 수 있고 홈페이지 및 쇼핑몰구축과 관련한 개발비 신청이 16%로 두 번째로 많이 나

타나고 있다. 특히 예비사회적기업과 인증사회적기업 간의 사업개발비에 대한 관심의 차이가 있는 것을 살펴보면, 주목할 만한 특징으로 브랜드 개발, 교육 및 연구개발, 특허, 리스 및 렌탈과 관련하여 주목할 필요가 있고 예비 사회적기업은 브랜딩과 관련한 관심이 매우 높은 것을 알 수 있다. 그리고 인증사회적기업의 경우 종업원의 교육 및 연구개발과 관련한 성숙기사업에 관심이 높으며, 전문기기의 리스에도 높은 관심을 보이고 있다. 특히 예비사회적기업의 특허와 관련한 신청이 관심을 끄는데 이는 특허신청과 함께 상표등록과 관련된 케이스가 많은 것이 원인인 것으로 나타났다.

<표 4> 사회적기업 인증 여부와 사업개발비

구분	기술 개발	프로그램 개발	시제품 개발	수요 조사	브랜드개발	홈페이지 및 쇼핑몰	프로모션	IT이용 프로그램 개발	공연기획 및 제작	교육 및 연구개발	특허	리스 및 렌탈
예비 (%)	10 (11)	6 (6.7)	29 (32.2)	3 (3.3)	15 (16.7)	34 (37.8)	52 (57.8)	14 (15.6)	13 (14.4)	5 (5.6)	9 (10.0)	2 (2.2)
인증 (%)	4 (10.5)	4 (10.5)	12 (31.6)	3 (7.9)	2 (5.3)	8 (21.1)	18 (47.4)	5 (13.2)	3 (7.9)	5 (13.2)	1 (2.6)	6 (15.8)
전체	14 (5.3)	10 (3.8)	41 (15.6)	6 (2.3)	17 (6.5)	42 (16)	70 (26.6)	19 (7.2)	16 (6.1)	10 (3.8)	10 (3.8)	8 (3.0)

2.2 업종과 사업개발비

업종별로 관심있는 사업개발비를 분류하여 보면 <표 5>와 같다. 각 셀에 분포된 기업의 수가 적지만 몇 가지 시사점을 찾아 볼 수 있다.

첫째, 공산품 제조업의 경우 시제품 개발, 기술개발 및 특허와 관련한 기술적인 측면과 관련한 사업개발비에 관심이 큰 것으로 나타나고 있다. 그리고 교육업종에 있어서도 새로운 상

12) 동일 종류의 신청 사업은 하나의 사업으로 분류하였다.

품(프로그램 및 시제품)의 개발을 통한 지속가능성을 높이려는 노력을 보이고 있다. 한편으로는 프로모션 및 홈페이지 구축과 관련한 사업개발비는 모든 업종에서 가장 큰 관심을 보이고 있어 광고, 팸플릿, 브로슈어, 홈페이지 등의 구축 및 제작과 관련한 비용들을 보다 구체적이고 세분화된 기준 하에 지원방안이 필요하다는 시사점을 보이고 있다. 또한 공연기획은 예술·문화 업종에서만 신청하고 있는데 공연 콘텐츠개발과 관련한 내용들이 주를 이루고 있다. 이는 업종의 특성상 이해될 수 있지만 보다 장기적인 관점에서 이들 기업들이 지속가능성을 높이는데 도움이 되는 사업개발

비의 지원방안이 연구될 필요가 있다.

2.3 사업개발비 신청 유형

첫째, 사업개발비는 창업초기 인프라구축을 위한 A유형, 사업정착 단계의 기업경영 내실화를 위한 B유형, 사업성장 단계에서의 기술집약적 모델개발을 위한 C유형으로 신청할 수 있다.

사업개발비를 신청한 총 126개 기업 중 단일유형을 신청한 기업이 85개, 2개 유형을 신청한 기업이 42개, 3유형을 모두 신청한 기업이 1개로 나타났다. A유형이 포함된 신청은 모두 85개 기업, B유형이 포함된 신청기업은 51개, C유형이 포함된 신청기업은

<표 5> 업종별 사업개발비

구 분	기술 개발	프로그램 개발	시제품 개발	수요 조사	브랜드 개발	홈페이지 및 쇼핑몰	프로 모션	IT이용 프로그램 개발	공연기획 및 제작	교육 및 연구개발	특허	리스 및 렌탈	합 계
제조(공산품)	4	0	10	0	3	5	6	1	0	0	4	1	15
환경·청소	2	1	3	1	2	3	7	0	0	1	0	3	12
보육	1	0	2	0	1	1	4	2	0	1	0	0	5
교육	4	4	8	0	0	5	10	3	0	1	2	0	17
간병·가사	0	1	0	0	0	1	1	0	0	2	0	0	3
제조(먹거리)	0	0	5	1	4	2	6	4	0	2	2	1	13
예술·문화	1	0	2	0	3	9	12	1	16	1	0	0	26
운동	0	0	2	0	0	1	2	1	0	1	0	1	4
기타	2	4	9	4	4	15	22	7	0	1	2	2	33
합계	14	10	41	6	17	42	70	19	16	10	10	8	128

36개를 나타내고 있다. 예비사회적기업의 신청유형을 보면 A유형과 AB유형을 신청한 기업이 많았으며 예상 외로 C유

형을 신청한 기업이 13개 기업으로 나타나고 있다. 한편 인증사회적기업은 B유형의 신청이 상대적으로 많다는 것을 알

수 있다. B유형과 C유형에 포함된 사업을 신청한 기업이 모두 82개로 우리나라의 사회적기업이 보다 성장하기 위한 노력을 엿볼 수 있는데, 사업의 성장과 경영내실화를 위한 사업에 큰 관심을 갖고 있음을 알 수 있다.

둘째, 신청유형과 신청횟수와의 관계를 살펴보면 <표 7>과 같다.

단일유형을 1회 신청한 기업은 78%, 2회 신청한 기업은 58.2%, 3회 신청한 기업은 61.5%, 4회신청한 기업은 55.5%로 나타나고 있다. 이러한 결과는 처음 사업개발비를 신청하는 기업들은 단일유형 그 중에서 특히 A유형에 집중하여

신청함을 보이고 있다. 복수의 유형을 신청한 기업을 포함해 A유형을 계산해보면 조사대상 128개 기업 중 총 85개 기관으로 66.4%가 A유형을 신청하고 있다. 이는 <표 2>에서 보듯이 프로모션 및 홈페이지와 관련한 사업에 치우쳐져 있어, 기술개발 및 신상품개발 등과 같은 보다 근원적인 사업에 대한 관심이 문제가 된다고 볼 수 있다. 한편 여러 번의 사업신청에도 불구하고 계속하여 A유형을 신청하고 있는 경우, 사업을 점차로 성숙화 시켜 나가려는 정책적 의도와 상치될 수도 있다고 생각된다.

<표 6> 사업개발비 신청유형

구 분	유형							전체
	A유형	B유형	C유형	AB유형	AC유형	BC유형	ABC유형	
예비	36 (40.0)	12 (13.3)	13 (14.4)	18 (20.0)	10 (11.1)	1 (1.1)	0 (.0)	90 (100)
인증	10 (26.3)	9 (23.7)	5 (13.2)	7 (18.4)	3 (7.9)	3 (7.9)	1 (2.6)	38 (100)
전체	46 (35.9)	21 (16.4)	18 (14.1)	25 (19.5)	13 (10.2)	4 (3.1)	1 (0.8)	128 (100)

<표 7> 신청횟수와 신청유형

구 분	A유형	B유형	C유형	AB유형	AC유형	BC유형	ABC유형	전체
1회	29 (58.0)	5 (10.0)	5 (10.0)	7 (14.0)	4 (8.0)	0 (.0)	0 (.0)	50 (100)
2회	8 (18.6)	10 (23.3)	7 (16.3)	13 (30.2)	3 (7.0)	1 (2.3)	1 (2.3)	43 (100)
3회	7 (26.9)	4 (15.4)	5 (19.2)	5 (19.2)	4 (15.4)	1 (3.8)	0 (.0)	26 (100)
4회	2 (22.2)	2 (22.2)	1 (11.1)	0 (.0)	2 (22.2)	2 (22.2)	0 (.0)	9 (100)

2.4 사업개발비 신청금액

사업개발비 신청금액에 대한 분석은 사업개발비 지원정책을 정하는데 중요한 변수가 될 수 있다는 관점에서 몇 가지 집단으로 나누어 살펴보았다.

첫째, 사업개발비를 신청한 기업 중 최대 신청금액은 1억원이며, 최소 신청금액은 300만원 이었다. 신청금액의 평균은 2,146만원이며 중위수는 1,450만원이었다.

둘째, 인증사회적기업과 예비사회적기업간의 신청금액 차이가 크게 나타났다. 인증사회적기업의 평균 신청금액은 2,749만원이며, 예비사회적기업의 신청금액은 1,892만원으로 나타나고 있다. 예비사회적기업의 연간 지원한도액이 A유형을 제외하고는 1/2밖에 되지 않음을 생각하면 인증사회적기업의 신청금액이 상대적으로는 적다고 할 수 있다.

<표 8> 예비/인증사회적기업 사업개발비 신청금액(만원)

예 / 인	평균	최소값	최대값	기업수
예비	1,892.33	500	5,000	90
인증	2,749.39	300	10,000	38
합계	2,146.77	300	10,000	128

셋째, 사업개발비 신청횟수에 따른 신청금액은 <표 9>에서 보면 횟수가 많을수록 신청금액이 점차로 증가하고 있음을 알 수 있다. 이는 신청횟수에 따른 사업의 차이가 있을 것이라는 의문에서 출발하였지만 실제로 <표 10>을 보면 리스·렌탈, 시제품개발에 대한 사업비용이 이러한 차이를 나타내고 있고, 홈페이지 및 프로모션과 관련한 비용의 비율이 점차 줄어들고 있으므로 나타난 결과임을 알 수 있다. 이는 다음 항목에서 살펴볼 신청유형과도 관련이 있는 것으로 보인다.

넷째, 가장 근본적으로 사업개발비

신청 금액의 차이를 보이는 것은 유형별 신청과 복수사업 신청여부인 것으로 나타났다. <표 11>을 살펴보면 정부 지원한도액이 가장 낮은 A유형이 평균적으로 가장 낮은 개발비를 신청하였고, 지원한도액이 높은 C유형을 신청한 기업이 평균적으로 가장 높은 개발비를 당연히 신청하였다. 또한 복수로 사업을 하고자 한 기업이 신청금액이 높음을 알 수 있다. A유형과 B유형 등에서 신청한도를 넘어선 신청금액을 보이고 있음은 신청기업들이 복수사업을 신청하여 하나의 사업이라도 선정되고자 하는 전략적인 신청의 결과로 나타나고 있다.

<표 9> 신청횟수별 사업개발비 신청금액(만원)

신청횟수	평균	최소값	최대값	기업수
1회	1,732.40	300	5,000	50
2회	2,334.35	700	8,027	43
3회	2,366.54	900	10,000	26
4회	2,917.78	450	10,000	9
합계	2,146.77	300	12,000	128

<표 10> 신청횟수별 사업개발비 분류

구분	기술 개발	프로그램 개발	시제품 개발	수요 조사	브랜드	홈페이지 및 쇼핑몰	프로 모션	IT 이용프로그램 개발	공연기획 및 제작	교육 연구 개발	특허	리스 및 렌탈
1회	3 (6.0)	4 (8.0)	12 (24.0)	2 (4.0)	11 (22.0)	29 (58.0)	32 (64.0)	8 (16.0)	4 (8.0)	2 (4.0)	5 (10.0)	0 (.0)
2회	8 (18.6)	2 (4.7)	18 (41.9)	2 (4.7)	4 (9.3)	7 (16.3)	22 (51.2)	7 (16.3)	8 (18.6)	4 (9.3)	2 (4.7)	3 (7.0)
3회	2 (7.7)	2 (7.7)	8 (30.8)	2 (7.7)	2 (7.7)	5 (19.2)	12 (46.2)	4 (15.4)	3 (11.5)	3 (11.5)	2 (7.7)	2 (7.7)
4회	1 (11.1)	2 (22.2)	3 (33.3)	0 (.0)	0 (.0)	1 (11.1)	4 (44.4)	0 (.0)	1 (11.1)	1 (11.1)	1 (11.1)	3 (33.3)

<표 11> 유형별 사업개발비 신청금액(만원)

유형	평균	최소값	최대값	기업수
A유형	1,134.57	300	3,000	46
B유형	1,893.33	900	10,000	21
C유형	3,820.00	1200	10,000	18
AB유형	2,330.00	700	5,350	25
AC유형	2,630.77	1200	4,100	13
BC유형	3,400.00	1000	5,000	4
ABC유형	8,027.00	8027	8,027	1
합계	2,146.77	300	10,000	128

마지막으로 업종별로 신청금액의 차이를 살펴보면 공산품 제조업의 신청금액이 가장 높았고 운동관련 업종의 신청금액이 평균 1,167만원으로 가장 낮았다. 이러한 특징을 나타낸 원

인으로 1-2개의 선도적인 사회적기업의 적극적인 시제품개발과 고가의 장비임대 및 리스가 큰 영향을 미쳤다고 볼 수 있다.

<표 12> 업종별 사업개발비 신청금액(만원)

업종	평균	최소값	최대값	기업수
제조 (공산품)	3,127.33	800	10,000	15
보육	2,600.00	450	5,350	5
교육	2,546.29	500	8,027	17
예술 문화	2,176.15	900	7,300	26
기타(유통, 사회복지, 복합)	1,926.97	300	5,000	33
환경 청소	1,904.17	600	10,000	12
먹거리제조(커피, 도시락 등)	1,507.69	900	3,000	13
간병 가사	1,433.33	900	2,500	3
운동	1,167.50	870	1,800	4
합계	2,146.77	300	10,000	128

IV. 결론 및 제언

사회적기업이 지속가능성을 높이기 위해서는 정부의 정책적 지원과 함께 자구노력이 매우 중요하다. 따라서 정책적 지원 중 인건비 지원과 함께 사업개발비의 지원은 김학실(2012)과 전병유 외(2012)의 연구에서도 강조되었듯이 사회적기업이 지속성을 높이는 데 매우 중요한 요인이다. 사회적기업

에 있어서 사업개발비의 이러한 중요성 인지 하에 사업개발비 신청기업의 실태분석 결과를 살펴보면 다음과 같다.

첫째, 사업개발비를 신청한 기업은 전체 대상기업의 76.2%인 128개 기업이 신청하였다. 이중 2회 신청기업이 43개, 3회신청한 기업이 26회, 4회신청한 기업도 9개나 되었다. 뿐만 아니라 128개 기업이 신청한 총 사업의

수는 263개로 평균 1개의 기업이 2개 정도의 사업을 신청한 것으로 나타났다. 5개의 사업을 신청한 기업이 2개, 4개의 사업을 신청한 기업은 10개, 3개 사업을 신청한 기업도 26개나 되었다. 사업개발비의 선택과 집중이라는 의미에서 사업개발비 신청사업 수를 제한할 필요가 있다고 생각된다.

둘째, 사업개발비의 신청 대상을 살펴보면 프로모션과 관련한 신청이 가장 많았고 홈페이지 구축과 관련한 신청이 2번째로 많았다. 특히, 기술개발, 프로그램개발, IT이용프로그램개발 등에도 상대적으로 소수이지만 관심을 보이고 있음은 매우 긍정적인 시사점이라 할 수 있다. 이와 관련하여 사업개발비 중 R&D지원을 강화하려는 정부의 움직임도 이러한 측면에서 매우 중요하다고 할 수 있다.(고용노동부, 2013)

셋째, 업종별로 사업개발비를 살펴보면 조금씩의 차이를 보이고 있다. 업종별로 특히 중요시될 수 있는 사업개발비를 찾아서 적극적인 지원이 필요하리라 생각된다. 예컨대, 공산품 제조 및 교육업종의 경우 시제품개발 및 기술개발관련 비용에 주목할 필요가 있다.

넷째, 사업개발비의 유형으로는 단일유형을 신청한 기업이 85개, 복수유형을 신청한 기업이 43개로 나타났다. 그중 A유형에 대한 신청이 85개로 가장 많았고, C유형을 포함해 신청한

기업이 36개로 가장 적었다. 특히 다수의 신청 경험에도 계속하여 A유형을 신청하고 있는 현상, 예컨대 3회 이상 사업개발비를 신청한 기업 중에 A유형을 신청한 기업도 20개나 나타나 개선점이 있어 보인다.

다섯째, 사업개발비의 신청금액을 다양한 분류에 의해 분석해 보았는데 최소 신청금액은 300만원이었고 최대 신청금액은 1억원이었다. 예비사회적기업 보다는 인증사회적기업이, 신청횟수가 많은 기업이, A유형보다는 B유형, B유형보다는 C유형의 신청금액이 더 많았다. 그리고 고가의 장비의 임대 및 리스를 필요로 하는 업종인 공산품제조업종의 신청금액이 가장 많았다.

이러한 분석을 바탕으로 사업개발비 정책과 관련하여 몇 가지 개선점을 제시하면 다음과 같다.

첫째, 여러 번 신청하는 기업의 전년도 사업개발비에 대한 피드백이 반드시 필요하리라 생각한다. 사업성과가 지원여부 또는 지원 금액을 결정하는데 중요한 변수로 작용시킬 필요가 있다고 생각된다. 다행히 정부도 사업개발비의 효율성제고를 위한 방안으로 성과점검 모니터링을 강화할 예정이다(고용노동부, 2013)

둘째, 사업개발비의 신청 가이드라인을 보다 정교화할 필요가 있다. 예컨대, 같은 업종의 ERP구축에 대한 비용, 홈페이지 구축비용, 팸플릿, 브

로슈어 등에 대한 신청금액에 대한 가이드라인이 필요하다고 생각된다. 그리고 지침에 대한 정의도 더욱 구체화 할 필요가 있다. 예컨대 금형비를 자본재로 볼 것인가, 의료기기의 리스를 자본재 리스로 인정할 수 있는가 등과 같은 보다 구체적인 문제에 대한 정의가 필요하다.

셋째, 공동상표 개발에 대한 유도정책이 필요하다. 공동상표에 대한 지원 제도가 있고, 그에 대한 효과도 예측되지만 신청이 전무하였다. 더 나아가 공동상표 뿐만 아니라 같은 업종끼리 공유할 수 있는 사업의 공동개발에도 인센티브를 줄 수 있는 제도적 장치가 필요하리라 생각된다. 예컨대, 유사 업종의 프로그램개발, 전산관련 프로그램개발 등의 공동 마케팅이 필요하리라 생각된다. 이는 사회적 경제 철학과도 부응하는 사업이기도 하다.

넷째, 업종별로 중요하다고 생각되는 사업개발비를 선정하여 집중적인 지원을 할 수 있는 방안이 필요하다고 할 수 있다. 예컨대, 제조업에서는 기술개발 및 특허, 간병가사에서는 프로그램 개발 등이 더욱 중요할 수 있다.

다섯째, 프로모션과 관련한 신청이 너무 많음을 지적할 수 있다. 물론 프로모션이 중요하지만 보다 근원적인 경쟁력 있는 제품이나 프로그램을 생산하는 일에 사업비가 사용되어야지만 지속가능한 사회적기업이 기대

될 것이다.

마지막으로 문화·예술 부분의 사업 개발비는 대부분 공연기획과 관련된 것이다. 업종의 특성상 이해되나 보다 장기적으로 효과를 나타낼 수 있는 사업개발비 지원 방안이 무엇인가에 대한 고민이 필요해 보인다.

본 논문은 지원서 상의 제한된 자료를 바탕으로 자료를 분석·해석한 결과이기에 가장 중요하다고 생각되는 사회적기업의 규모(매출액, 종업원 수)에 따른 분류는 하지 못하였다. 논문의 한계라고 생각한다. 규모별·업종별 자료를 바탕으로 나누어 사업개발비를 지원하는 방안이 더욱 효과적일 수도 있을 수 있다고 생각한다.

참고문헌

1. 고용노동부(2013), 자치단체 사업개발비 지원사업 시행지침.
2. 고용노동부(2013), 사회적기업 활성화 추진계획.
3. 김신양(2005), 다른 경제, 실업국민극복재단, 함께일하는재단.
4. 김용호·송경수(2009), 사회적기업의 행·재정지원제도의 보완을 위한 전략적 마케팅, 사회적기업연구 2권1호, 사회적기업연구원, pp.5-36.
5. 김용호·송경수(2010), 사회적기업 지원정책 중요도에 관한 연구, 경영정보연구 제29권 제4호, 대한경영정보학회, pp.267-286.
6. 김학실(2012), 사회적기업 업종별 지원제도 우선순위에 관한 연구, 한국자치행정학보 제 26권 3호, 한국자치행정학회, pp.201-219.
7. 김효섭(2012), 사회적기업과 마을기업 비교연구, 한남대학교 석사학위논문.
8. 박대석·박상하·고두갑 역(2009), 사회적 기업 I, 시그마프레스.
9. 신명호(2008), 한국의 사회적 경제 개념정립을 위한 시론, 도시와 빈곤 89호, pp.5-45.
10. 양준호(2011), 사회적 기업 개념·사례·정책과제, 두남.
11. 엄형석(2008), 한국의 사회적 경제와 사회적 기업, 실업국민극복재단, 함께일하는재단.
12. 위선주 역(2011), 자본주의 4.0 신자유주의를 대체할 새로운 경제 패러다임, 컬처앤스토리.
13. 장원봉(2004), 실업에 대한 대안으로서 사회적 경제의 가능성과 과제, 실업극복국민재단 사회적 경제 자료집, 한상진 등(2006) 재인용.
14. 전병유·이일영·김연철·양문수(2012), 사회적기업 실태조사 연구보고서, 사회적기업진흥원.
15. 조영복·양용희·김혜원(2007), 사회적기업 육성을 위한 중장기 정책방향, 사회적기업연구원.
16. 최종태(2011), 자본주의 4.0시대의 사회적기업과 경영학, 사회적기업연구 Vol.4 No.2, 사회적기업연구원, pp.5-49.
17. 한상진·서종균·황미영·엄형석(2006), 사회적 기업 어떻게 만들 것인가, 실업극복국민재단, 함께일하는재단.
18. Barraket J. (2004), *Community and Social Enterprise: What Role for Government? For Department for Victorian Communities*,
19. [www.dvc.vic.gov.au/doc/LitReviewFinal J Barraket July04.pdf](http://www.dvc.vic.gov.au/doc/LitReviewFinalJ%20BarraketJuly04.pdf).
20. Borzaga C. and Jacques Defourney(2001), *The Emer-*

- gence of Social Enterprise*,
Routledge.
21. Bull Mike(2006), *Balance: Unlocking Performance in Social Enterprise*, Manchester Metropolitan University Business School.
 22. Defourney J. & M. Nyssens (2006), *Defining Social Enterprise*, M. Nyssens(ed.), *Social Enterprise at the Crossroads of Market, Public Policies and Civil Society*, Routledge.
 23. DTI(2002), *Social Enterprise A Strategy for Success*, Department of Trade and Industry, London. Kaletsky, A.(2010), *Capitalism 4.0*. Public Affairs. New York.
 24. OECD(1999), *Social Enterprise*, Paris OECD.
 25. Pestoff, V.(1992), "Cooperative social services: an alternative to privatization", *Journal of Consumer Policy*, 15, pp.21-45, 양준호(2011) 재인용.
 26. Wallace, B. (2005), "Exploring the meaning(s) of sustainability for community-based social enterprises", *Social Enterprise Journal*, Vol. 1 No. 1, pp. 78-89.

Abstract

Ways to Vitalize Social Enterprise

- focusing on the business development expense -

Kim, Yong-Ho* · Song, Kyung-Soo**

Recently, social enterprises in the Korean are gaining more interest but, it seems that many social enterprises are not successful in their sustainability. Therefore government implements various supporting policies for social enterprise. The purpose of this paper is to find new criteria of business development expense through the analysis of submitted application of business development expense. For this study, business development expense data of 126 social enterprises(applied to the Busan in 2013 year) for supporting money are analyzed.

The result shows that ① need to apply 1 or 2 business that is the most important in their business ② concerns about the patent, engineering development, prototype model development, program development taken IT business are very desirable ③ need to feedback about last year result ④ need to make more elaborate guideline for application ⑤ none of social enterprise applied co-marketing (brand), therefore a strong inducement plan is need

In conclusion, effective and strategic policy of business development expense will be a helpful for the sustainability of social enterprises. In this sense, the results of this study is meaningful to the social enterprise policy, especially business development expense, maker.

Key Words : sustainability, business development expense, co-marketing (brand), feedback about last year result, social enterprise policy

* Professor, Dept. of Business Administration, Catholic University of Pusan, yhkim@cup.ac.kr

** Professor, Dept. of Distribution Management, Catholic University of Pusan, kssong@cup.ac.kr