

농촌지역 사회적기업 활성화 방안 : 전남 보성군 사례를 중심으로

Revitalization of Social Enterprise in Rural Areas : Focused on the Case of Boseong in Jeonnam

유일*, 최혁라*, 김선명**

순천대학교 경영학과*, 순천대학교 행정학과**

Il Ryu(ilryu@sunchon.ac.kr)*, Hyuk-Ra Choi(hrchoi@sunchon.ac.kr)*,
Seon-Myung Kim(adprof@hanmail.net)**

요약

2007년 사회적기업 육성법이 제정된 이후 2012년 12월 현재 801개 기관이 사회적기업으로 인증되었다. 이 중 도시지역의 사회적기업이 훨씬 많이 활성화되어 있으며, 실제 사회적기업을 필요로 하는 낙후지역 또는 농촌지역에서 사회적기업이 활성화되기 위해서 무엇을 개선해야 하고 어떠한 방안을 적용해야 할 것 인가는 실천가와 연구자에 의해 성찰되어야 할 과제이다. 본 연구에서는 보성지역에 소재하고 있는 업체들의 사회적기업 전환가능성 진단과 지역주민의 수요조사를 통해, 농촌지역 사회적기업이 활성화되기 위한 방안을 모색해보고자 하였다. 조사결과 농촌 지역의 사회적 기업이 비활성화되고 있는 이유는 인력난, 자금난, 시장 협소 및 경영 능력 부족 등 농촌 지역의 기업 환경이 도시에 비해 열악한 상황과 연관되어 있다. 농촌형 사회적기업 모델의 충족 조건들은 다음과 같은 사항들을 고려할 필요가 있다. 첫째, 생산과 사회서비스를 통합적으로 제공하며 계절적 특성을 반영한 노동시장 부문의 고려이다. 둘째, 지방자치단체를 중심으로 사회적 기업의 지역 리더 발굴 및 지원 프로그램의 개발이다. 셋째, 협동조합 및 마을기업의 사회적기업 모델 개발이다. 넷째, 대표적인 지역자원을 활용하여 지역의 광범위한 취약계층을 고용하고 지역사회로 이익을 환원하는 대표 사회적기업을 발굴하고 단계적이고 장기적 지원을 통해 지속가능성을 높이는 방안이다.

■ 중심어 : | 사회적기업 | 사회적기업 활성화 | 사회적기업 인증 |

Abstract

Since the enactment of Social Enterprise Promotion Act in 2007, the December 2012 was now 801 organizations certified as social enterprise. Social enterprise in urban areas are much more activated, in order to social enterprises in rural areas be activated, what you need to improve and what measures will need to be applied by the practitioners and researchers is a challenge to be reflective. In this study, We searched for ways of social enterprise activation in rural areas, conducted by case study of social enterprise transition probabilities diagnosis and demand survey of local people based in Boseong. For research purposes, this study selects 41 corporate and non-profit organizations in order to examine social enterprise transition probabilities, the potential social enterprise certification, social enterprise-related demand, awareness of sustainability, and local issues.

■ keyword : | Social Enterprise | Revitalization of Social Enterprise | Social Enterprise Certification |

1. 서론

사회적기업이 우리나라에 도입된지는 얼마되지 않았지만 최근들어 급속히 확산되고 있으며, 사회적기업은 정부의 전략육성사업으로 지정되어 2007년 사회적기업 육성법이 입법된 이후 많은 연구자들에 의해 활발한 연구들이 진행되고 있다. 사회적기업에 대한 연구들의 대부분은 경영학적인 접근(지속가능성, 성과측정, 성공모델, 성장전략), 사회복지적인 접근(노동통합, 일자리 창출을 통한 빈곤탈출, 자활사업과 사회적기업과의 관계), 사회적기업 육성방안(민간기금조성, 금융지원활성화, 인증현황, 민관협력 및 제도개선방안)이 주요 연구 분야이다. 그러나 실제 사회적기업을 필요로 하는 낙후 지역 또는 농촌 지역의 사회적기업 육성방안이나 성공 전략에 관한 연구는 찾아보기 힘든 실정이다.

2007년 사회적기업 육성법이 제정된 이후 2013년 8월 현재 856개의 사회적기업이 인증을 받아 설립되어 있다. 시도별로 본다면, 서울시 193개, 인천시 44개, 대전시 23개, 대구시 38개, 광주시 43개, 울산시 25개, 부산시 57개, 경기 139개, 강원 39개, 충남 28개, 충북 34개, 전남 33개, 전북 54개, 경남 35개, 경북 49개, 제주 19개 등이 있다. 이 중에서 도시 지역은 766개, 군지역은 90개로 도시지역의 사회적기업이 훨씬 많고 활성화되어 있다[1].

광역시를 제외한 도지역만을 제한해서 보더라도 도소재 시지역의 사회적기업이 317개, 도소재 군지역의 사회적기업은 88개로 도소재 시지역 사회적기업이 군지역보다 3배 이상 많다. 전남 지역은 시지역 19개, 군지역 10개로 시지역이 군지역보다 2배가량 활성화되어 있다. 사회적기업이 활성화되기 위해서 소요되는 요건들이 도시지역에 풍부하게 갖춰져 있다는 점은 자명하다. 그러나 실제 사회적기업을 필요로 하는 낙후지역 또는 농촌 지역에서 사회적기업이 활성화되기 위해서 무엇을 개선해야 하고 어떠한 방안을 적용해야 할 것인가는 실천가와 연구자에 의해 성찰되어야 할 과제이다.

본 연구의 문제의식을 정리하면 다음과 같다. 첫째, 농촌지역에서 사회적기업이 활성화되지 못한 이유와 조건은 무엇인가? 이 문제의식은 사회적기업의 인증

요건이 농촌지역에서 부합되지 못한 측면이 있는지, 아니면 사회적기업이 설립되고 활성화되기 위해 필요한 기업 내부적 요건 즉 기업가, 아이템, 수익성, 피고용자의 수와 능력 등이 농촌 지역에서 부족한 것인가? 둘째, 농촌 지역에서 적합한 사회적 기업의 유형은 어떠한 것인가? 농촌 지역은 주요 산업 기반이 농림어업이며, 특히 지역거주인구가 고령화되어 있어서 사회적기업의 설립 주체가 약할 수 밖에 없고, 고용 인력의 측면에서도 취약할 수 밖에 없다. 그럼에도 불구하고 농촌 지역의 특성에 부합하여 특화될 수 있는 사회적기업의 유형이 있을 것이라고 본다.

본 연구는 농촌지역의 특성에 맞는 사회적기업의 유형과 요건들을 살펴보고, 농촌지역 사회적기업이 활성화되기 위해서 어떠한 제도적 개선이 필요한지도 고찰해보고자 한다. 이를 위해 전남 보성지역을 사례로 선정하여 지역내 관련 업체들의 사회적기업 전환가능성을 진단하고 지역주민의 수요조사를 통해 연구 목적을 달성하고자 한다.

II. 이론적 배경

1. 사회적기업의 개념

사회적기업의 개념정의에 대한 논쟁은 많지만 사회적기업 개념을 표준화하여 정의하기는 어렵다. 이것은 사회적기업에 대한 논의가 진행되고 있는 국가나 연구자들이 처한 사회·문화적 풍토안에서 각국의 다양한 경험에 기반을 두어 사회적기업을 지원하기 위한 정책이 형성되고 논의가 진행되고 있기 때문이다[2]. OECD에서는 사회적기업을 ‘기업적 방식으로 조직되는 일반 활동 및 공익활동을 아우르며, 이윤극대화에 두지 않고 특정한 경제 및 사회적 목적, 그리고 재화와 용역의 생산이나 사회적 배제 및 실업문제에 혁신적인 해결책을 제시하는 데 주된 목적을 두는 기업’이라고 정의내리고 있다[3]. 또한 기업활동의 결과가 공익적 서비스라는 점과 그로 인하여 생겨진 수익이 전액 재투자되어 더 많은 실직자와 빈곤 계층의 일자리를 만든다는 점에서 일반 기업과 구별하고 있다. 영국 통상산업부는 사회적

기업을 '사회적 목적을 우선으로 하는 사업체로서 기업의 잉여금은 주주와 소유자의 이윤을 극대화하기 위하여 운용되기보다는 그 사업체 또는 지역사회를 위해 재투자되는 기업'이라고 정의내린다[4]. 또한 '다양한 사회 및 환경 이슈를 해결하고자 하며, 모든 경제 분야에서 활동하는 조직으로서, 공공의 이익을 위해 비즈니스 솔루션을 사용하고, 강력하고, 지속가능하며, 다양한 계층을 포괄하여 경제적 창출을 돕는 역할'을 한다. '정신 지체 장애인, 노숙자, 장기실직자 등 주류 비즈니스에서 고용할 수 없거나 또는 고용하지 않는 취약계층을 위해 보조적인 비즈니스 환경에서 취업 및 훈련 기회를 제공하는 조직으로도 이해된다[5].

영국의 Social Enterprise Coalition은 사회적기업을 '사회적 목적을 위해서 시장에서 영리활동을 하는 조직'이라고 넓게 정의하면서 사회적기업은 법적 지위가 아닌 사회적 목적, 사회적 결과, 사회적 임무, 이익의 분배 등과 같은 일정한 속성에 의해서 규정되어야 한다고 주장한다[6]. Defourny는 사회적기업을 기업적측면과 사회적측면으로 구분하여 보다 종합적이고 조작적인 정의를 시도하였고, 이를 바탕으로 유럽 15개국 사회적기업 연구자 네트워크인 EMES는 사회적기업을 '사회적 목적을 갖는 영리적 비즈니스 단위'로 정의하였다. 이러한 EMES의 정의는 유럽연합이 갖는 다양한 국가라는 전통과 민감한 문제까지 고려한 것이며, 경제학·사회학·정치과학 및 경영학 등 여러분야의 참여와 광범위한 토론을 거쳐 도출된 것이다[7].

미국의 The Roberts Enterprise Development Fund는 사회적기업을 '저소득층에게 일자리창출과 직업훈련 기회를 제공하기 위해서 비영리기관에 의해서 설립되어 수익을 창출하는 기업'으로 정의함으로써 사회적기업의 소외계층 자립을 위한 프로그램으로서의 측면을 강조하고 있다[6].

Auteri는 사회적기업을 순수한 사업에서 시도되어 박애주의적 기업으로 변한 조직이라고 정의하면서, 박애주의와 특별한 목적을 달성하기 위해 시장을 혼합하여 선택된 특별한 형태라고 하였다[8]. Campell은 사회적기업이란 사회적목적을 갖는 사업으로 지역사회에서 필요로 하는 재화 및 서비스를 생산하고 부족한 재원을

지원하는 활동을 통해 이윤을 사회적으로 보편화하고자 하는 조직이라 정의하고 있다[9].

우리나라의 사회적기업육성법(제2조)에서는 사회적기업을 "취약계층에게 사회서비스 또는 일자리를 제공하여 지역주민의 삶의 질을 높이는 등의 사회적 목적을 추구하면서 재화 및 서비스의 생산·판매 등 영업활동을 수행하는 기업"으로 규정하고 있다. 한국보건사회연구원은 사회적기업을 '비영리단체가 본래 의도했던 사회적 목적과 시장에서의 사업적 성공을 모두 달성하는 것을 목표로 하는 기업'으로 정의하고 있다[10].

결국, 다양한 국가와 시대를 막론하고 사회적기업이라는 개념이 놓여있는 다양한 사회적 맥락상의 특징은 순수한 자선적 영역인 전통적인 비영리부문과 스스로의 이윤만을 추구하는 완전한 영리기업의 중간에 위치한 다양한 혼합적인 조직형태이다[2].

2. 사회적기업의 특성과 유형

사회적 기업의 특성 및 유형은 사회적기업의 연원에 따른 핵심 개념 또는 관점에 따라 구분해 볼 수 있다. 사회적 경제 측면에서 사회적 기업을 조망하는 유럽에서는 사회적 기업을 사회적 목적 차원에서 정의하고 있고, 비영리 측면을 강조하는 미국에서는 비영리 조직으로서 이윤분배의 제한을 강조하고 있다[11]. 한편, 사회적 기업의 특성을 이해하기 위해서 중요하게 살펴볼 개념으로는 제3섹터, 사회적 경제, 비영리 부문, 사회서비스, 사회적 일자리 등이 있다. 제3섹터는 복지에 대한 책임 주체로서 국가의 역할에 변화가 시작되면서 주목을 받기 시작한 개념으로서, 미국에서는 비영리 조직으로, 유럽에서는 사회적 경제로 이해한다. 비영리 조직은 수익을 구성원에게 분배할 수 없으나, 사회적 경제 조직은 가능하다. 미국은 정부의 중앙집권적인 역할에 반대하는 시민운동의 전통이 비영리 조직의 확산에 영향을 미쳤으며, 정부의 면세혜택과 미국 특유의 기부문화가 결합하고 있다.

반면, 유럽의 사회적 경제는 근대 산업사회 출현에 대한 노동자들의 대치가 근간을 이루면서 지역사회의 공동체적 이익을 강조하는 특성을 가지고 있다[12]. 한편, 제3섹터는 국가부문과 시장부문을 제외한 사회부

표 1. 미국과 유럽의 사회적 기업 비교

미 국	구 분	유 럽
수익 창출	강조점	사회적 수혜
비영리조직	일반적 조직형태	협동조합/협회/회사
모든 비영리활동	활동의 초점	대인서비스
다수	사회적 기업 유형	제한적
제한적	이해관계자 참여	일반적
민간재단	전략적 육성 주도	정부/EU
부족	법적 프레임워크	개발(또는 개발 중)
원천배제	이윤분배	제한적 인정

표 2. 제3섹터 개념규정

제3섹터의 유럽식 개념 규정	제3섹터의 미국식 개념 규정
민간단체의 유형과 특성뿐만 아니라, 모든 '비영리추구' 사회적 경제 조직들의 경제적 차원의 발전을 포함하는 분석적 접근 강조	모든 비영리조직들로 구성된 섹터의 중요성을 통계적으로 해석하는데 중점을 두는 분류적 접근 강조
이익에 대한 사적 취득을 제약하는 기준: 협동조합과 상호공제조합 포함	비분배 제약이 중심적이며, 협동조합 및 상호공제조합 배제

문, 즉 정부와 기업을 제외한 다양한 사회조직이 활동하는 부문을 의미하며, 정부의 공공성과 기업의 수익성을 동시에 추구하는 경향이 있다[13].

사회적 경제는 이윤만을 추구하는 시장경제와는 달리 시장경제에 진입하기 힘든 시장 퇴출자들을 배려하여 이기심보다는 이타주의적인 효용을 추구하는 경제이다. 개인의 이익보다는 지역사회 공동체의 공익과 연대 그리고 통합을 우선적인 가치로 하는 공동체 자본주의 또는 나눔 경제, 상생 경제와 긴밀한 관계가 있다. 즉 노인의 요양, 장애인 돌봄, 저소득층 교육지원, 환경지킴이 등 우리 사회에 필요하지만 수익성이 낮아 영리목적의 기업은 진입하지 않는 사회서비스 등의 영역이 사회적 경제이다[14]. 비영리 부문은 미국에서 19세기 후반 공공활동을 보완하는 수단과 공공적 욕구를 실현하는 수단으로 촉진되었다[15]. 또한 1990년 존스홉킨스대학은 비영리조직의 개념과 틀을 정립하기 위한 기준으로 공식적 자격보유, 정부와 독립적인 민간부문, 고유한 규칙과 의사결정과정의 자율성, 이윤의 미분배, 자발적인 성원의 자유로운 가입에 기초하는 등의 기준을 제시했다[13].

사회적 경제와 비영리 부문은 공식적, 독립성, 자율성, 자발성의 측면에서 공통적인 특징을 갖는 반면[13], 목표의 세부규정, 조직의 운영방식, 이윤의 분배방법에 있어서 차이점을 갖는다[15]. 사회적 경제는 자본주의의 경제 중심적 사고를 넘어서서 경제를 다시 사회의 하위에 두고자 하는 것이다. 또한 경제의 목표를 이윤이 아니라 다양한 사회적 욕구의 실현과 현실적인 문제 해결에 두고자 하는 것을 의미한다. 이러한 사회적 경제의 영역에서 특히 사회적 목표를 실현하고자 하는 사업체를 사회적 기업이라고 부른다. 사회적 기업의 가장 일반적인 양식은 협동조합이다. 그리고 지역 사회에 필요한 다양한 서비스를 시민 참여를 통해 비영리 방식으로 진행하는 사업체들도 사회적 기업의 영역에 포함된다[16].

이처럼 사회적기업의 연원 및 관점에 따라 국가별로 사회적기업의 특성이나 유형에서 차이가 발생하는데, 우리나라에서는 사회적기업의 인증요건에서 사회적기업의 유형이나 형태를 구분하고 있다. 현재 사회적기업의 인증요건에서는 사회적기업을 사회적목적에 따라 일자리 제공형, 사회서비스 제공형, 혼합형, 기타형, 지

역사회공헌형으로 구분하고 있다. 이러한 유형 구분은 그동안 사회적기업의 사회적 목적 실현을 다양하게 인정하고자 단계적으로 변화해온 원인도 있지만, 내면적으로는 사회적기업의 사회적 가치 창출과 경제적 가치 창출 사이의 사회적기업의 위상이나 역할, 임무의 다면성에서 기인한 측면도 있다[표 3].

표 3. 사회적기업의 특성 및 유형 범주

사회적 가치 창출		경제적 가치 창출		
전통적 비영리 기관	수익창출 활동을 하는 비영리기관	사회적책임 기업	사회적책임 활동을 하는 기업	전통적 기업
사회적 기업 영역				

사회적기업의 인증에 참여할 수 있는 자격이 비영리 단체에게만 있는 것이 아니라 조합, 상법상 회사까지도 인정하고 있고, 사회적 기업에게 사회적 목적 실현뿐만 아니라 기업의 자생성 및 지속가능성까지 부담을 지우고 있어서 우리나라는 유럽식과 미국식의 혼합형태 그리고 정부 주도의 한국형을 창출하고 있다.

또한 그동안의 인증 과정과 운영 성과를 보면 실제적으로는 기업중심형보다 사회적책임을 더 우선적으로 강조하고 있지만, 제도적으로는 기업의 지속가능성 및 수익성 창출 등 기업중심형의 의무도 부과하고 있다. 그 결과 그동안 국가에 의해 직접 지원을 받았던 많은 비영리단체 및 기관들이 사회적기업으로 전환하고 있으며, 그 과정에서 영리성을 어떻게 구현할 것인가에서 상당한 어려움에 봉착하고 있는 것도 현실이다. 이러한 한국적 상황은 사회적기업의 시장성이 확보되고 있는 도시에서는 활성화되고 있지만, 시장성이 열악한 농촌 지역에서는 활성화되기 어려운 구조적 여건이 존재한다. 최근 협동조합과 마을기업도 사회적기업 활동 영역으로 포함시키고 있는 경향은 농촌지역의 여건을 반영한 추세라고 볼 수 있다. 아울러 협동조합과 마을기업 및 지역사회자원의 연계성 고려는 지역특산물을 법인이나 조합형태로 생산·판매하고 있는 농촌지역 사회적기업의 활성화와 자생성을 강화하기 위한 방안이 될 수 있다.

3. 사회적기업과 지역사회의 관계

중앙정부나 지방자치단체의 경제활성화 정책은 소득을 증대시키고 일자리를 제공하여 지역경제발전에 이바지한다. 그러나 이 과정에서 소외된 계층이나 취약계층은 여전히 사회적인 배제를 당하게 된다. 또한 전문성만을 강조하는 고용문화는 소외계층이나 취약계층에게 정상적인 고용의 기회를 잃게 하고, 생산기지의 해외이전과 갈수록 고령화되는 사회는 전보다 고용탄력성이 떨어져 고용상황을 점점 어렵게 만들고 있다. 이런 이유 등으로 앞으로 지역사회에서 취약계층에 대하여 일자리를 제공할 주체가 있어야 하는데 사회적기업이 그 대안이 될 수 있다. 주요 각국에서 사회적기업에 관심을 두는 이유가 여기에 있다[17].

유럽의 사회적기업은 지역사회에서 필요로 하는 서비스를 공급하는 자발적 조직에서 발전해 왔으며, 사회적기업이 위치한 지역에서의 소외문제를 해결하면서 성장해왔다[18]. 이와 같이 사회적기업은 지역사회의 수요와 문제해결을 기반으로 성장하는데 이러한 특성은 유럽의 협동조합의 사회전통에서 그 맥을 찾을 수 있다. 유럽 각국은 각기 지역사회의 특색을 반영한 다양한 사회적기업이 형성되어 왔으며, 독일도 지방마다 사회적기업의 명칭이 다르게 사용되고 있다[19][20]. 다른 명칭을 사용할 만큼 사회적기업이 자신의 지방과 지역사회 여건에 맞게 사회적기업의 내용과 형태를 갖추고 있다는 것이다. 스웨덴 같은 경우는 도시와 농촌만을 구분한다[18]. 그리고 주로 지역사회개발을 주요하게 담당하는 제3섹터를 사회적기업으로 명명하고 있다. 이런 경향은 영국에 있어 두드러지게 나타나는데, 영국은 사회적기업 모델중 지역밀착형 모델이 있다[21]. 영국의 '통상산업부'는 사회적기업을 법적 형태는 다소 느슨하지만 사회적 거래에 초점을 맞추어 사회적기업을 규정하는 형태를 취하여 25년전에 지역사회 비즈니스, 지역사회 경제개발, 노동자협동조합과 지역사회 협동조합, 지역적 고용이니셔티브를 표현했던 조직들을 포함하고, 그 외 노동자 협동조합, 중간 노동시장 조직, 사회적 회사 등 새로운 법적 형태의 조직들까지 다양하다. 이처럼 영국의 사회적기업은 법률적 규정과 세금혜택이 없는 가운데 활발한 활동을 벌이고 있고 그 형태

또한 다양하여 사회적기업을 시작하고자 하는 우리나라에 많은 시사점을 제공해주고 있다.

사회적기업은 궁극적으로 지역사회의 사회적 경제를 만드는 역할을 담당하며 발전해왔다[22]. 그러기 위해선 기존에 형성된 지역사회의 경제·사회·문화적 인프라를 사회적기업 지원을 위한 인프라로 재구조화해야 하는 선결과제를 안고 있다. 사회적기업이 시장주도적 역할을 하면서 사회적 약자의 지속가능한 일자리가 되기 위해서는 법이나 제도의 마련, 사회적기업에 대한 금융적 지원뿐만이 아니라 사회서비스의 표현창구이고 사회적기업의 인력수급을 담당하고 있으며 시장을 형성하고 있는 지역 또는 지역사회 차원에서 경제·정치·사회·문화적 부분의 이미 형성된 네트워크를 사회적기업을 지원할 수 있는 네트워크로 재구조화 하도록 그 중심을 옮겨야 할 것이다[23].

또한 일반 기업이 배태되기 힘든 조건을 구비한 농촌 지역에서 사회적기업이 활성화되기 위해서는 농촌지역의 특수성을 반영한 농촌형 사회적 기업의 인증요건 및 지원방안이 개발되어야 한다. 특히 사회적책임 뿐만 아니라 영리성을 확보되어야 한다는 전제를 충족시키기 위해서는 현실적으로 정부의 협동조합 및 마을기업에 대한 지원 및 활성화 전략과 연계되어 추진되는 것이 바람직하다. 그리고 개념적 차별화를 위해서 사회적기업의 유형으로서 지역사회공헌형을 좀더 농촌형에 맞게 세분화하거나 특화시키는 방안도 고려해볼 필요가 있다.

사회적기업은 사회의 생산성을 유일하게 담보했던 시장경제와는 다른 목적, 다른 사용가치를 발생시키지만 사회적 약자를 보호하면서 사회적 연대와 통합을 추구한다는 점에서 분명 국가나 시장이 아닌 제3섹터로써 사회적 경제를 이끌어가는 주요한 조직체임에 틀림없다. 그러나 급격한 인구 감소와 경제적 활력을 잃어가고 있는 농촌지역에서 지역사회 리더로서 지방자치단체와 정부의 지원은 중요한 축을 담당하고 있다. 농촌지역 사회적기업의 활성화와 지속가능성을 확보하기 위해서는 통합적 지역사회 접근전략이 필요하며 그런 의미에서 사회적기업이 어떠한 형태로 지역자원과 연계활동을 맺고 있으며, 어떠한 연계활동이 필요한지를

과약해야 할 것이다. 그리고 정부의 지원은 그러한 연계활동을 촉진할 수 있는 제도적 지원방안이 되어야 하며, 도시지역과 차별화된 지원방안이 되어야 할 것이다.

4. 분석 모형

사회적기업과 지역사회자원간의 관계에 대한 논의를 기초로 농촌지역 사회적기업 활성화 방안을 탐구하기 위해서 무엇보다 공급자 측면에서 농촌지역에서 사회적기업으로 전환가능한 단체가 어느 정도 존재하고 있으며, 수요자 측면에서 사회적기업에 대한 지역민의 수요는 어떠한가에 대한 진단과 실증적 조사가 필요하다. 선제적 발굴조사의 주요 내용으로는 지역에 존재하는 잠재적 가능 기업들이나 단체들 중에서 사회적기업으로 전환가능성이 있는 조직과 전환가능한 조직의 인증가능성 여부를 진단하는 과정이 필요하고, 지역민 수요 조사의 주요 내용은 지역민의 사회적기업에 대한 인식과 필요로 하는 서비스, 지역문제에 대한 인식조사 내용이 포함되어야 한다. 이를 분석모형으로 정리하면 다음 [그림 1]과 같다.

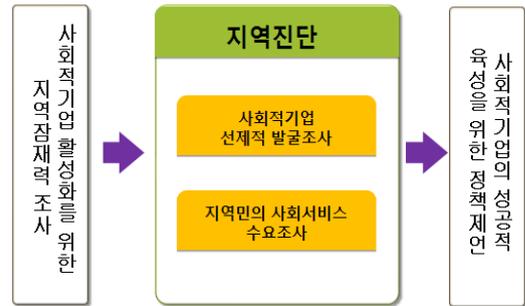


그림 1. 분석모형

III. 연구방법

1. 분석기준 및 조사내용

본 연구는 농촌지역의 사회적기업 활성화 방안을 탐구하기 위한 목적으로 전남 보성군을 사례로 하여 지역 사회 제단체들의 사회적기업에 대한 전환가능성 진단과 사회적기업 관련 인지 및 요구분석을 시행하였다.

표 4. 분석기준 및 조사 내용

분석기준		조사내용
사회적기업 선제적 발굴조사	사회적기업 전환가능성	<ul style="list-style-type: none"> ▪ 사회적기업에 대해 알고 있는 정도 ▪ 현재 단체의 사업내용/향후 사업방향이 사회적기업과 연관성 정도 ▪ 사업내용이 사회적기업 목적과 부합시 사회적기업 전환 의향 ▪ 사회적기업 전환시 가장 시급한 항목
	사회적기업 인증가능성	<ul style="list-style-type: none"> ▪ 조직형태 ▪ 사회적 목적 실현 ▪ 영입활동을 통한 수익 ▪ 유급근로자 고용여부 ▪ 이해관계자 참여하는 의사결정구조 ▪ 정관규약 등 구비 및 기재사항 준수여부
사회서비스 수요조사	사회적기업 관련 수요	<ul style="list-style-type: none"> ▪ 사회서비스 분야 중 우선적 발굴육성해야 할 분야 ▪ 교육 및 홍보 강화 ▪ 법제도적 지원강화 ▪ 사회적기업가 양성 ▪ 모범사례 발굴 전파 ▪ 전문창업 컨설팅 ▪ 사회서비스 분야중 참여가능한 유형
	지역문제 및 지속가능성에 대한 인식	<ul style="list-style-type: none"> ▪ 지역내에서 가장 절실하게 해결되어야 할 문제와 그에 대한 대책 ▪ 정부부처에 시행하는 사업에 지원여부 및 향후 지원의도 ▪ 지역문제 해결을 위해 중앙정부 및 지방자치단체가 해야 할 일 ▪ 향후 수요전망 ▪ 사업지속을 위한 향후 준비사항 ▪ 다른 사업으로 전환할 의사

분석기준은 농촌지역 사회적기업으로의 잠재적 전환가능성이 있는 단체들의 사회적기업 전환가능성, 인증가능성, 지역문제 및 대상단체의 지속가능성에 대한 인지, 사회적기업에 대한 요구 등이다. 이 기준들을 통해 농촌에서 활동하고 있는 제 단체들이 사회적책임과 영리성을 충족할 여건을 갖추고 있는지, 그들이 사회적기업에 대해 어떻게 인지하고 있으며, 사회적기업 관련하여 요구하는 사항들이 무엇인지, 지역문제에 대해서 지방자치단체의 역할과 소속 단체의 관계성에 대해 어떻게 인식하고 있는가를 파악할 수 있다. 그 결과로 농촌 지역 활동 단체들의 사회적기업으로의 전환과정에서 발생할 수 있는 문제점과 대안에 대해서 성찰해볼 수 있다.

2. 자료 수집 및 표본 특성

보성군의 지역 내 41개 비영리 기관 및 조합, 법인 등을 대상으로 사회적기업의 전환가능성을 진단 분석하였다. 조사기간은 2012년 11월 15일부터 2013년 1월 14일까지 진행하였고, 조사 방법은 대상단체에 대한 설문 조사와 인터뷰를 병행하였다.

응답자 특성으로 응답자 성별은 남성 27(62.3%), 여성 14(31.5%)이며, 응답자 평균 연령은 47.8세였다. 응답자 직급으로는 대표 및 기관장 13명(31.7%), 중간관리자(팀장급 이상) 18명(43.9%), 실무자(대리, 사원급) 8명(19.5%)이었다.

조직형태로는 상법상 회사 1개, 민법상 법인 2개, 사회복지법인 1개, 공익법인 1개, 영농조합 17개, 개인사업자 11개, 기타 1개였으며, 조직 목적별로는 생산유통형이 29개, 사회서비스제공형이 12개였다.

근로자 고용 현황으로는 생산·유통형 단체의 경우 정규직 평균인원은 2.3명, 비정규직은 4.5명, 무급 자원봉사자는 1.0명이었으며, 서비스제공형 단체의 경우 정규직 평균인원은 3.3명, 비정규직은 16명, 무급 자원봉사자는 50명으로 나타났다. 생산·유통형 업체의 경우 취약계층 근로자 중 정규직 평균인원은 1.5명, 비정규직은 5.4명이었으며, 서비스제공형 단체의 경우 취약계층 근로자 중 정규직 평균인원은 5.3명, 비정규직은 18.5명, 무급 자원봉사자는 50명으로 나타났다.

대상단체의 생산 품목 및 서비스 현황을 보면, 생산·유통형 업체에서 참여하고 있는 사업이나 생산·가공·판매하는 제품은 유통판매가 가장 많았고 다음은 농·임·수산물, 음식료, 공산품, 재활용품 순으로 나타났다. 공산품 영역에서는 생활용품과 가구가 각각 3개, 재활용품으로서 의류가 1개로 나타났다. 음식료 영역은 전통식품이 9개, 주류·음료가 5개, 일반식품 1개로 나타났다. 농·임·수산물 영역에서는 친환경 농산물이 15개, 일반농산물 4개, 임산물 1개로 나타났다. 유통판매는 농·임·수산물과 음식료 유통이 각각 9개, 공산품 유통 2개, 재활용품 유통 1개로 나타났다.

표 5. 응답단체

번호	업체명	생산제품 및 서비스	비고
1	미력옹기	전통공예품, 생활자기	생산유통형
2	(사)한국천연염색협회	천연염색 의류, 침구, 소품, 천연염료	생산유통형
3	비봉영농조합법인	녹차된장, 장류	생산유통형
4	한국전통삼베직조사업단	삼베, 삼베천연염색 제품	생산유통형
5	보성참다래영농법인	참다래	생산유통형
6	득량원예영농조합법인	완숙토마토, 방울토마토	생산유통형
7	(주)보성전통삼베	삼실, 삼베, 수의, 침구류, 의류	생산유통형
8	보광어성초영농조합법인	어성초발효효소, 어성초 더블입(액상추출), 주방세제	생산유통형
9	징광문화	옹기, 녹차, 된장, 매실 등	생산유통형
10	큐큐시앤에스	녹차비누	생산유통형
11	보성녹차식품개발원	녹차류	생산유통형
12	보성딸기영농조합법인	딸기, 방울토마토, 참다래 G.A.P인증	생산유통형
13	조성나타리작목회	나타리버섯	생산유통형
14	강산농원영농조합법인	발효 산야초 및 가공식품제조	생산유통형
15	득량나타리작목반	나타리버섯	생산유통형
16	벽옥영농조합	메주, 된장, 간장, 효소, 꽃감, 취즙, 절임배추, 쌀	생산유통형
17	영농조합법인 녹차사업단	녹차캔, 녹차, 녹차비누	생산유통형
18	보성녹차미인	녹차	생산유통형
19	남양다원	녹차제품	생산유통형
20	보성배영농조합법인	배	생산유통형
21	롯데다원	녹차, 펜션	생산유통형
22	해정농원	녹차, 어성초, 삼백초	생산유통형
23	보성강하주	강하주	생산유통형
24	농업회사법인 녹차굴	모목, 배, 배즙, 고사리, 유기농배, 유기농매실	생산유통형
25	보성방죽삼베영농조합법인	삼베	생산유통형
26	복합영농사업단	표고버섯, 방울토마토, 새싹채소, 상추 등	생산유통형
27	영농조합법인 보성제다	녹차, 현미녹차, 홍차 및 기타 차류	생산유통형
28	보성녹차 선다원	녹차류	생산유통형
29	가막제다원	녹차, 고사리, 된장	생산유통형
30	보성여관사업단	한옥체험프로그램, 문학기행, 음악기행	서비스제공형
31	강골영농조합법인	문화예술체험, 문화재관리, 공정여행	서비스제공형
32	선소어촌체험마을	어촌체험(갯벌생태체험), 낚시, 바지선낚시	서비스제공형
33	어울림 인테리어	취약계층 집수리	서비스제공형
34	들품미술학교체험	미술체험학교	서비스제공형
35	정겨운 간병	유료간병서비스	서비스제공형
36	보성군장애인복지관	재가장애인 재활치료, 사회서비스(문화, 여가 등)	서비스제공형
37	보성종합사회복지관	아동바우처, 장애인활동보조, 급식서비스, 환경개선	서비스제공형
38	단체명 없음	노인장기요양보호시설	서비스제공형
39	보성북소리예술단	다도교육 및 체험, 북소리 공연관람후 체험	서비스제공형
40	용반산촌영농조합법인	문화예술체험	서비스제공형
41	녹색농촌체험마을	농촌체험	서비스제공형

사회서비스제공형 업체에서 참여하고 있는 사업이나 제공하는 서비스의 경우 서비스 대상별로는 노인서비스가 가장 많았고 다음은 아동, 청소년과 장애인, 여성, 다문화/새터민 가정, 기타취약계층 순으로 많았다. 아동에게 제공하는 서비스의 경우 방과후학교가 3개, 아동보호치료 2개, 아동인지능력 향상 및 아동자립지원이 각각 1개로 나타났다. 청소년에게 제공하는 서비스의 경우 방과후 아카데미와 청소년 특별활동이 각각 2개, 청소년 보호·상담 및 기타가 각각 1개로 나타났다. 노

인에게 제공하는 서비스의 경우 주·야간 보호가 3개, 일자리제공이 2개, 장기요양, 방문요양, 단기보호 및 기타가 각각 1개로 나타났다. 장애인에게 제공하는 서비스의 경우 일자리제공이 2개, 장애인 생활시설, 중증요양과 재활치료, 기타가 각각 1개로 나타났다. 여성에게 제공하는 서비스의 경우 영·유아보육과 기타가 각각 1개로 나타났다. 다문화·새터민 가정에게 제공하는 서비스의 경우 방문교육·보육지원과 기타가 각각 1개로 나타났고, 기타 취약계층에게 제공하는 서비스의 경우

자활지원, 생활시설 및 기타가 각각 1개로 응답하였다.

생산·유통형의 경우 생산·가공한 재화를 일반 개인소비자에게 판매하는 업체가 27개로 가장 많았고 회원 및 취약계층에게 판매하는 업체는 9개로 나타났다. 이외에도 공판장, 수출, 농협원예공판장 직거래, 원예농협 등의 응답자로 있었다. 서비스제공형의 경우에는 취약계층에 서비스를 제공하는 업체가 7개로 가장 많았고 일반 개인소비자에게 서비스를 제공하는 업체는 6개로 나타났다. 이외에도 단체가 제공하는 서비스의 수혜자 중 마을주민도 포함된 경우도 있었다.

전체 29개 생산·유통형 업체 중 2개 업체는 생산된 제품의 50%이상을 취약계층에게 판매하고 있고, 생산된 제품의 10~30% 미만을 취약계층에 판매하는 업체는 5개이고 10% 미만을 취약계층에 판매하는 업체는 1개로 나타났다. 12개 사회서비스제공형 업체중 6개 업체는 사회서비스의 취약계층 수혜비율이 50%이상으로 나타났다.

단체의 운영에 의해 발생한 수익금 처리에 관하여 대표자 및 투자자에게 배분한다는 응답이 가장 높았고 다음은 사업체 확대에 재투자, 종사자의 성과급/복지개선이라는 응답이 높게 나타났다. 인증요건상 상법상 회사의 경우 회계연도별 배분가능이윤의 2/3이상을 사회적 목적에 사용하도록 요구하기 때문에 인증요건을 충족

하기 위해서는 수익금 사용처의 1순위가 지역사회 공헌활동 또는 외부공익기금이나 단체에의 기부가 되어야 하는데, 2개 업체만 이러한 용도로 수익금을 우선적으로 사용하고 있다고 응답하였다. 단체의 운영에 따른 결손(적자)이 발생한 경우에 대표자가 부담한다는 응답비율이 43.9%로 가장 높았고 적자의 누적과 종사자 공동부담이라는 응답비율은 각각 9.8%로 나타남. 지원/연계기관이 부담하거나 정부의 지원금으로 충당하기도 하고 사업규모를 대폭 축소한다라는 응답외에 회원이 충당한다, 출자금을 증자한다는 응답도 있었다.

IV. 농촌지역 사회적기업 전환가능성 진단 및 수요 조사 -전남 보성군의 사례를 중심으로-

1. 사회적기업 전환가능성

사회적기업에 대한 인지 정도는 ‘약간 알고 있다’ 16개, ‘들어봤지만 잘 모른다’ 15개, ‘잘 알고 있다’ 8개, ‘전혀 들어본 적도 없다’ 2개로 응답하였다. 현재의 사업내용이나 사업방향이 사회적기업과 어느 정도 연관성이 있다고 생각하는지에 대해서는 ‘밀접한 관련이 있다’고 응답한 단체가 24개, ‘약간 관련이 있다’는 13개, ‘별로 관련이 없다’ 2개, ‘잘 모르겠다’고 응답한 단체는 2개로

표 6. 사업내용/사업방향과 사회적기업과의 연관성

구분	생산유통형		서비스제공형		합계	
	빈도	비율(%)	빈도	비율(%)	빈도	비율(%)
밀접한 관련이 있다	17	58.6	7	58.3	24	58.5
약간 관련이 있다	9	31.0	4	33.3	13	31.7
별로 관련이 없다	1	3.4	1	8.3	2	4.9
전혀 관련이 없다						
잘 모르겠다	2	6.9			2	4.9
합계	29	100.0	12	100.0	41	100.0

표 7. 향후 사회적기업으로 전환할 의향

구분	생산유통형		서비스제공형		합계	
	빈도	비율(%)	빈도	비율(%)	빈도	비율(%)
잘 모르겠다						
전환계획이 없다	1	3.4			1	2.4
전환을 검토해 보겠다	14	48.3	5	41.7	19	46.3
전환을 적극 검토중이다	13	44.8	6	50.0	19	46.3
현재 전환을 추진중이다	1	3.4	1	8.3	2	4.9
합계	29	100.0	12	100.0	41	100.0

표 8. 사회적기업 전환시 가장 시급한 항목

구분	생산유통형		서비스제공형		합계	
	빈도	비율(%)	빈도	비율(%)	빈도	비율(%)
사회적기업 전문인력 고용	11	37.9	3	25.0	14	34.1
시설이나 비품 등 초기투자비용	7	24.1	5	41.7	12	29.3
정관설립 등 적절한 조직구성	1	3.4			1	2.4
수익창출을 위한 판로개척	8	27.6	2	16.7	10	24.4
사업 참여자 모집						
비즈니스모델 발굴	1	3.4	1	8.3	2	4.9
내부자의 공감대 형성과 추진의지	1	3.4	1	8.3	2	4.9
합계	29	100.0	12	100.0	41	100.0

나타났다.

사업내용이 사회적기업의 목적과 부합한다면 향후 사회적기업으로 전환할 의향이 있는지를 묻는 항목에서 ‘전환을 적극적으로 검토중이다’와 ‘전환을 검토해보겠다’는 단체가 각각 19개, ‘현재 전환을 추진중이다’라고 응답한 단체는 2개, ‘전환계획이 없다’라고 응답한 단체가 1개로 나타났다. 이 결과는 응답단체의 97.5%가 사회적기업으로 전환할 의향이 있음을 시사해주고 있다.

현재의 사업을 사회적기업으로 전환하려고 할 때 가장 시급한 항목으로 ‘운영할 전문인력의 부재’라고 응답한 단체가 14개로 가장 많았으며 이어 ‘시설이나 비품 등 초기투자비용’이 12개, ‘수익창출을 위한 판로개척’이 10개, ‘비즈니스모델 발굴과 경영자 등 내부자의 공감대 형성’과 ‘추진의지’가 각각 2개, ‘적절한 조직구성’이 1개로 나타났다.

2. 사회적기업 인증가능성

사회적기업 인증요건은 조직형태, 사회적목적 실현, 영업활동을 통한 수익, 유급근로자 고용, 이해관계자가 참여하는 의사결정구조, 정관·규약 구비 및 기재사항 준수여부, 이윤의 사회적목적 재투자(상법상 회사) 등 7가지로 이윤의 사회적목적 재투자자의 경우 상법상 회사인 경우만 해당된다. 본 조사의 경우 비영리법인·단체를 주요 대상으로 연구를 수행하였는 바 상법상 회사에만 적용되는 ‘이윤의 사회적목적 재투자’는 설문문항에서 제외하였다. 사회적기업 전환의사가 있는 40개 단체의 인증가능성 여부를 진단한 결과는 다음과 같다.

‘조직형태’의 경우 40개 단체 중 13개 단체가 무응답, 11개 단체는 그렇지 않다, 그 외 16개 단체는 조직형태

를 갖추고 있는 것으로 응답하였다. ‘유급근로자를 고용하여 재화와 서비스의 생산·판매 등 영업활동을 수행’하고 있는지 여부에 대해서는 13개 단체가 무응답, 8개 단체는 그렇지 않다, 그 외 19개 단체는 유급근로자를 고용하고 있는 것으로 응답하였다. ‘사회적목적 실현’ 유형의 경우 20개의 단체가 무응답, 15개 단체는 혼합형, 5개의 단체는 지역사회공헌형(1개 단체는 일자리제 공형과 복수응답)이라고 응답하였다.

응답하지 않은 단체가 많은 이유는 대부분의 단체들이 아직 사회적기업에 대한 이해도가 부족하여 어떠한 유형으로 사회적목적 실현을 해야 하는지에 대한 목표 설정이 명확하지 않기 때문인 것으로 파악된다. ‘이해관계자가 참여하는 민주적 의사결정구조’를 갖추고 있는지에 대해서는 15개 단체가 무응답, 7개 단체는 그렇지 않다, 1개 단체는 잘 모르겠음, 17개 단체는 민주적 의사결정구조를 갖추고 있는 것으로 응답하였다. ‘영업활동을 수행’하고 있는지에 대해서는 40개 단체 중 20개 단체만이 영업활동을 하고 있다고 응답하였고, 나머지 20개 단체는 무응답하거나 잘 모르겠음 혹은 그렇지 않다라고 응답하였다. ‘정관·규약을 갖추고 있는지’에 대해서는 15개 단체가 무응답, 6개 단체는 잘 모르겠음, 11개 단체는 갖추고 있지 않다, 그 외 8개 단체는 정관 및 규약을 갖추고 있다고 응답하였다. 이처럼 보성지역의 사회적기업으로 전환가능성이 있는 잠재적 단체를 대상으로 조사한 결과 인증조건을 모두 충족한 경우는 8개 단체에 불과하지만, 향후 인증조건을 충족시키기 위해 노력한다면 20여개 이상 인증가능성이 있다고 판단된다.

표 9. 인증가능성 진단

인증요건	구분	○	△ (잘모름)	×	무응답
조직형태	1. 「공익법인의 설립·운영에 관한 법률」 제2조에 따른 공익법인 2. 「비영리민간단체지원법」 제2조에 따른 비영리민간단체 3. 「사회복지사업법」 제2조제2호에 따른 사회복지법인 4. 「소비자생활협동조합법」 제2조에 따른 생활협동조합 5. 그 밖에 다른 법률에 따른 비영리단체	16		11	13
유급근로자 고용	유급근로자를 고용하고 있는가	19		8	13
사회적 목적 실현 : 당해조직의 주된 목적이 취약계층에게 사회서비스 또는 일자리를 제공하거나 지역사회에 공헌함으로써 지역주민의 삶의 질을 높이는 등 사회적 목적을 실현하는 것일 것	<input type="checkbox"/> 사회서비스제공형 조직의 주된 목적이 취약계층에게 사회서비스를 제공하는 것인 경우, 전체 서비스 수혜자 중 취약계층의 비율이 30% 이상일 것				20
	<input type="checkbox"/> 일자리제공형 조직의 주된 목적이 취약계층에게 일자리를 제공하는 것인 경우 전체 근로자 중 취약계층 비율이 30% 이상일 것	1			
	<input type="checkbox"/> 지역사회공헌형 조직의 주된 목적이 지역사회에 공헌하는 것인 경우, 지역(고용노동부장관이 정책심의회 의 심의를 거쳐 사회적기업에 의한 지역사회 공헌이 필요하다고 인정하는 지역)의 인적·물적 자원을 활용하여 지역주민의 소득과 일자리를 늘리는 것으로서 해당 조직의 전체 근로자 중 해당 조직이 있는 지역에 거주하는 취약계층(지역취약계층)의 고용비율이나 해당 조직으로부터 사회서비스를 제공받는 사람 중 지역취약계층의 비율이 20% 이상일 것	5			
	<input type="checkbox"/> 혼합형 조직의 주된 목적이 취약계층에게 일자리와 사회서비스를 제공하는 것인 경우, 전체근로자 중 취약계층의 고용비율과 전체 서비스 수혜자 중 사회서비스를 제공받는 취약계층 비율이 각각 20% 이상일 것	15			
	<input type="checkbox"/> 기타형 사회적목적의 실현여부를 위 각호의 요건에 따라 판단하기 곤란한 경우로 육성위원회의 심의를 거쳐 고용노동부 장관이 사회적목적의 실현여부를 판단				
이해관계자 참여하는 의사결정구조	서비스 수혜자, 근로자 등 이해관계자가 함께 참여하는 의사결정구조를 갖출 것	17	1	7	15
영업활동을 통한 수익	영업활동을 통한 수입의 기준 사회적기업 인증신청일이 속하는 달의 직전 6개월 동안에 해당조직의 영업활동을 통한 총수입이 같은 기간에 그 조직에서 지출되는 총 노무비(서비스나 생산에 투입되는 인력에 대한 비용을 포함)의 30% 이상에 해당하는 경우	20	3	2	15
정관규약 등 구비 및 기재 사항 준수여부	법정사항(법 제9조)에 따른 정관이나 규약 등을 갖출 것	8	6	11	15

3. 사회적기업 관련 수요

보성군에서 사회서비스 분야 중 사회적기업으로 우선적으로 발굴·육성해야 한다고 생각하는 분야 1순위

항목으로 가장 많은 분야는 문화관광 19개이며, 다음으로 사회복지 16개, 교육 3개, 보육과 간병가사지원이 각각 1개 순으로 응답하였다.

표 10. 사회적기업으로 우선적으로 발굴육성해야 한다고 생각하는 분야

영역	생산유동형		서비스제공형		합계	
	빈도	비율(%)	빈도	비율(%)	빈도	비율(%)
1. 교육	2	6.9	1	8.3	3	7.3
2. 보건						
3. 사회복지	13	44.8	3	25.0	16	39.0
4. 환경						
5. 문화관광	13	44.8	6	50.0	19	46.3
6. 보육			1	8.3	1	2.4
7. 간병가사지원			1	8.3	1	2.4
8. 급식도시락						
Missing	1	3.4				
합계	29	100.0	12	100.0	41	100.0

세부 유형으로 교육부문은 생태 및 체험학교가 15개로 응답빈도수가 가장 높았으며 이주여성지원사업이 3개, 방과후 아동교육과 다문화자녀교육 및 생태·체험학교가 각각 2개로 제시하였다. 보건부문은 보건예방이 2개, 재가케어가 1개로 나타났다. 사회복지부문은 다문화인력사업단과 취약계층 기술훈련이 각각 3개, 공동주거복지 2개, 장애인교육/돌봄 1개로 나타났다. 환경분야에서는 친환경소비재생산이 3개, 재활용품 수거/가공/판매 2개, 폐기자원활용과 청소/방역/방제가 각각 1개로 나타났다. 문화/예술분야는 전통문화보급 및 발굴 19개로 가장 높은 비율을 차지했고, 문화행사/공연/기획이 5개, 역사문화교실 3개, 숲해설 및 체험이 2개로

나타났다. 보육부문은 장애아동 재가교육이 4개, 방문교육이 2개, 개인/그룹방문 보육이 1개로 나타났다. 급식도시락 부문은 친환경유기농식품생산/판매 20개로 가장 높은 비율을 나타냈고, 밑반찬/급식업이 3개, 푸드뱅크사업이 2개, 유무료 도시락배달과 기타가 각각 1개로 나타났다. 간병가사의 경우 장애인/노인활동보조와 간병인교육/공동간병이 각각 3개, 맞춤형 가사지원이 2개, 노인장기요양부문이 1개로 나타났다. 기타부문은 전통음식발굴보급이 19개, 고흥자 마을기업 14개, 공동체사업 컨설팅이 6개로 나타났다.

사회적기업 활성화를 위해 필요한 사항 중 응답자들이 매우 필요하다고 느끼는 우선순위는 사회적기업에

표 11. 참여가능한 유형

개발 영역	사업내용	생산유형		서비스제공형		합계	
		빈도	비율(%)	빈도	비율(%)	빈도	비율(%)
교육	다문화가족자녀교육			2	3.8	2	1.3
	방과후 아동교육			2	3.8	2	1.3
	생태 및 체험학교	11	10.9	4	7.5	15	9.7
	청소년역량강화교육	1	1.0	1	1.9	2	1.3
	이주여성지원사업	2	2.0	1	1.9	3	1.9
보건	재가케어			1	1.9	1	0.6
	보건예방	2	2.0			2	1.3
사회복지	공동주거복지			2	3.8	2	1.3
	취약계층기술훈련	2	2.0	1	1.9	3	1.9
	다문화인력사업단	3	3.0			3	1.9
	장애인교육/돌봄			1	1.9	1	0.6
환경	재활용품 수거/가공/판매	1	1.0	1	1.9	2	1.3
	친환경소비재생산	2	2.0	1	1.9	3	1.9
	폐기자원활용	1	1.0			1	0.6
	청소/방역/방제			1	1.9	1	0.6
문화, 예술	문화행사/공연/기획	1	1.0	4	7.5	5	3.2
	전통문화 보급 및 발굴	13	12.9	6	11.3	19	12.3
	역사문화교실	1	1.0	2	3.8	3	1.9
	숲해설 및 체험	1	1.0	1	1.9	2	1.3
보육	방문교육	1	1.0	1	1.9	2	1.3
	개인/그룹방문 보육			1	1.9	1	0.6
	장애아동 재가교육	2	2.0	2	3.8	4	2.6
급식도시락	푸드뱅크사업	1	1.0	1	1.9	2	1.3
	밑반찬/급식	1	1.0	2	3.8	3	1.9
	친환경유기농식품생산/판매	17	16.8	3	5.7	20	13.0
	유무료도시락배달			1	1.9	1	0.6
	기타	1	1.0			1	0.6
간병가사	맞춤형 가사지원	1	1.0	1	1.9	2	1.3
	노인장기요양			1	1.9	1	0.6
	간병인교육/공동간병	1	1.0	2	3.8	3	1.9
	장애인/노인활동보조			3	5.7	3	1.9
기타	전통음식 발굴보급	17	16.8	2	3.8	19	12.3
	공동체사업 컨설팅	6	5.9			6	3.9
	고령자마을기업	12	11.9	2	3.8	14	9.1
	합계	101	11.9	53	100.0	154	100.0

표 12. 사회적기업 활성화를 위해 필요한 사항

구분	생산유통형				서비스제공형				평균값	
	매우 필요	약간 필요	보통	합계 (%)	매우 필요	약간 필요	보통	합계 (%)		
■ 사회적기업에 대한 교육 및 홍보 강화	빈도	27	2		29	10	2		12	4.88
	비율	93.1	6.9		100.0	83.3	16.7		100.0	
■ 사회적기업의 모범사례 발굴전파	빈도	22	5	2	29	10	1	1	12	4.72
	비율	75.9	17.2	6.9	100.0	83.3	8.3	8.3	100.0	
■ 사회적기업에 대한 법제도적 지원강화	빈도	19	8	2	29	10	2		12	4.71
	비율	65.5	27.6	6.9	100.0	83.3	16.7		100.0	
■ 사회적기업 관련 전문창업컨설팅	빈도	24	5		29	10	2		12	4.83
	비율	82.8	17.2		100.0	83.3	16.7		100.0	
■ 사회적기업가 양성	빈도	23	4	2	29	10	1	1	12	4.74
	비율	79.3	13.8	6.9	100.0	83.3	8.3	8.3	100.0	

표 13. 생산판매중인 제품 및 제공서비스에 대한 향후 수요전망

구분	생산유통형		서비스제공형		합계	
	빈도	비율(%)	빈도	비율(%)	빈도	비율(%)
25%이상 감소						
0~25% 감소	1	3.4			1	2.4
현재와 비슷한 수준	7	24.1	3	25.0	10	24.4
0~25% 증가	16	55.2	8	66.7	24	58.5
25~50% 증가	4	13.8	1	8.3	5	12.2
50%이상 증가	1	3.4			1	2.4

대한 교육 및 홍보 강화(평균값 4.88), 사회적기업 관련 전문 창업컨설팅(평균값 4.83), 사회적기업가 양성(평균값 4.74), 사회적기업의 모범사례 발굴전파(평균값 4.72), 사회적기업에 대한 법·제도적 지원강화(평균값 4.71) 순으로 나타났다.

4. 지역문제 및 지속가능성에 대한 인식

생산·유통형 업체에서 생산·판매중인 재화에 대한 향후 수요 전망에 대해서 수요가 증가할 것으로 전망하는 업체 수는 21개, 현재와 비슷한 수준일 것으로 보는 업체 수는 7개, 감소할 것으로 보는 업체 수는 8개로 향후 수요를 긍정적으로 전망하는 업체가 많았다. 서비스 제공형 업체에서 제공 중인 서비스에 대한 향후 수요 전망에 대해서 수요가 증가할 것으로 보는 업체 수는 9개, 현재와 비슷한 수준일 것으로 보는 업체 수는 3개로 향후 수요를 긍정적으로 전망하는 업체가 많았다. 현재 사업이 축소되거나 수익성이 없을 경우 다른 사업으로 전환할 의사는 전환할 의사가 있다는 7개, 전환할 의사가 없다는 응답이 34개로 전환할 의사가 없다는 응답 업체가 훨씬 많다.

현재 생산·판매하는 제품이나 서비스의 시장 확대에 있어서 가장 큰 제약요소로는 주로 제품/서비스 가격 현실화의 어려움, 고객확보의 어려움, 홍보·마케팅 역량 부재인 것으로 나타났다. 그 외에 운전자금(원료 구입)확보, 인력(직원수), 지역특산물 홍보, 제품생산의 어려움이라는 응답도 있었다. 그리고 사업을 지속하기 위해서는 향후 어떤 준비가 필요하다고 생각하는지에 대해서는 홍보·마케팅 역량 강화 16개, 전문성 및 열정있는 인재확보 11개, 사업아이디어 7개, 시설 및 장비 확보 4개, 자원마련 2개, 비전 및 목표설정 1개로 나타났다. 지역내에서 가장 절실하게 해결되어야 할 문제와 그에 대한 대책을 기술하라는 질문에 응답자들의 대부분이 고령화에 따른 인력난, 재정(운전자금)확보, 새로운 농업정책, 영농조합 활성화, 장애인 일자리마련 등을 기술하였다. 지역문제해결을 위해 중앙정부 및 지방자치단체가 해야 할 일을 기술하라는 질문에 정부지원(시설, 운영, 인건비 등), 자체일자리마련 체계구축, 생산과정 기계화 및 자치단체 구매 등을 기술하였다. 41개 업체 중 34개 업체가 향후 고용노동부의 사회적기업 사업에 지원하겠다는 의사를 표명하고 있고, 사회적기업 의

에도 향후 안전행정부의 마을기업 사업에 지원하겠다는 업체는 15개, 농수산식품부의 농어촌공동체회사 사업에 지원하겠다는 업체는 13개, 보건복지부의 바우처 지원사업에 지원하겠다는 업체는 7개로 나타났다. 그 외에도 문화관광부 사업에 지원하겠다는 응답도 있었다.

V. 결론 : 농촌지역 사회적기업 활성화를 위한 정책제언

농촌지역의 사회적 기업이 비활성화되고 있는 이유는 인력난, 자금난, 시장협소 및 경영능력 부족 등 농촌지역의 기업 환경이 도시에 비해 열악한 상황과 연관되어 있다. 보성 지역의 사례를 보면, 사회적기업의 전환 가능성이 있는 단체들의 경우, 대부분의 조직들이 사회적기업 인증 요건들을 완전히 충족시키고 있지는 않지만, 이후 노력을 한다면 충분히 인증요건들을 충족시킬 수 있다. 수요조사 결과를 보면, 사회적기업으로 전환하거나 희망 업종이 농촌 지역의 자원을 활용하거나 농촌 현실에 부합하는 아이টে에 집중되고 있다. 유기농 등의 농촌지역의 생산물을 활용하거나, 노인대상의 사회서비스 제공, 농촌 문화 체험 등이 그 예이다.

본 연구과정에서 나타난 연구의 한계점과 향후 연구에 대한 방향을 제시하면 다음과 같다.

첫째, 본 연구는 보성군 사례를 중심으로 농촌지역 사회적기업 활성화방안을 제시하고자 하였기 때문에 연구결과를 일반화시키기에는 한계가 있다. 따라서 향후연구에서는 다양한 지역적 특성을 반영한 확장된 시각의 연구가 필요하겠다.

둘째, 일반 도시와 산업사회에 부합하는 형태가 아닌 농촌사회에 부합한 농촌형 사회적기업 모델 개발에 대한 연구가 필요하다. 농촌지역은 주로 농업 생산이 기본 업종으로 구성되어 있다. 그런데 농업 생산의 계절적 특성으로 인한 노동조건의 충족이 어려운 상황은 도시의 4계절 고용 환경에 따른 사회적기업 인증 요건에 부합하지 않는 측면이 있다. 또한 농촌지역의 노령화에 따른 노인인구의 증가와 주 노동인구의 노령화, 개인농가와 법인농가의 혼재 및 조합 및 법인 농업 생

산의 증가, 지역 리더의 부재와 자치단체의 지역중심성 강화, 수입 농산물 증가에 따른 농업환경의 위험성 증가 및 로컬푸드 정책의 필요성 증가 등도 현재 농촌 사회에서 직면하고 있는 현실이다.

농촌형 사회적기업 모델의 충족조건들은 다음과 같은 사항들을 고려할 필요가 있다. 첫째, 고용대상이 대부분 노인 및 고령여성 등 취약계층으로 구성되어 있고 계절적 속성을 띄고 있으므로 생산과 사회서비스를 통합적으로 제공하며 계절적 특성을 반영한 노동시장 부분의 고려이다. 둘째, 지방자치단체를 중심으로 사회적기업의 지역 리더 발굴 및 지원 프로그램의 개발이다. 셋째, 협동조합 및 마을기업의 사회적기업 모델 개발이다. 넷째, 지역사회개발 전략으로서 대표적인 지역자원을 활용하여 지역의 광범위한 취약계층을 고용하고 지역사회로 이익을 환원하는 대표 사회적기업을 발굴하고 단계적이고 장기적 지원을 통해 지속가능성을 높이는 방안이다. 이러한 대표 사회적기업에는 농협 및 축협에 의한 자본지원, 판로 지원, 우선구매, 최신경영기법 교육, 시설지원 등이 이루어져야 할 것이다.

참 고 문 헌

- [1] 한국사회적기업진흥원, 사회적기업리스트, 2013.
- [2] 남승연, 조창현, 정무권, "사회적기업의 개념화와 유형화 논쟁: 사회적기업의 다양성과 역동성의 이해를 위하여", 창조와 혁신, 제3권, 제2호, pp.129-173, 2010.
- [3] OECD, *Social Enterprises*, 1999.
- [4] DTI, *Social Enterprise Strategy for Success*. DTI : London, 2002.
- [5] <http://www.sbs.gov.uk/sbsgov/>
- [6] Social Enterprise Coalition, *There's More to Business Than You Think: A Guide to Social Enterprise*, London: Social Enterprise Coalition, 2003.
- [7] Roberts Enterprise Development Fund, *Measuring Impact: REDF Workforce Development*

Outcome Measuremen, 2003.

[8] M. Auteri, "The Entrepreneurial Establishment of a Nonprofit Organization," *Public Organization Review*, Vol.3, No.2, pp.171-189, 2003.

[9] S. Campbell, "Social Entrepreneurship: How to Develop New Social Purpose Business Venture," *Health Care Strategic Management*, Vol.16, No.5, pp.17-18, 1998.

[10] 한국보건사회연구원, *사회적 일자리 활성화 및 사회적 기업 발전방안 연구*, 2005.

[11] 김봉화, 김배호, *세계 사회적 기업의 현황과 전략*, 한국학술정보(주), 2010.

[12] 김정원, *사회적기업이란 무엇인가?*, 아르케, 2009.

[13] 임혁백, *사회적 경제와 사회적 기업: 한국형 사회적 일자리와 사회 서비스 모색*, 서울:송정문화사, 2007.

[14] 이윤재, *사회적 기업 경제*, 탐복스, 2010.

[15] J. Defourny, "Introduction, From Third Sector to Social Enterprise," Carlo Borzaga and Jacques Defourny, eds. *The emergence of social enterprise*, routledge, 2001.

[16] 최혁진, *협동조합과 사회적기업의 관계 및 발전 방안*, 한국사회적기업진흥원, 2012.

[17] 김기한, *사회적기업과 지역경제와의 관계성에 관한 연구*, 계명대학교 일반대학원 석사학위논문, 2012.

[18] 한국노동연구원, *사회적일자리 창출사업 중장기 발전방안*, 고용노동부, 2004.

[19] J. Defourny and M. Nyssens, *Defining social enterprise*, 2006.

[20] A. Evers and M. Schulze-Boing, "Germany: Social Enterprises and Transitional Employment," *The Emergence of Social Enterprise*, Routledge: London and New York, 2004.

[21] OECD, *Social Enterprises*, 1999.

[22] J. Defourny, "From Third Sector to Social Enterprise," *The Emergence of Social*

Enterprise, Routledge: London and New York, 2004.

[23] 홍현미라, "사회적기업의 지역사회 접근전략에 관한 탐색적 연구:지역사회자본 재구조화", *사회과학논총*, 제23권, 제2호, 전주대학교 사회과학종합연구소, pp.135-155, 2008.

저 자 소 개

유 일(II Ryu)

정회원



- 1996년 8월 : 전남대학교 경영학 박사
- 1998년 3월 ~ 현재 : 순천대학교 경영학과 교수

<관심분야> : 경영정보시스템, 지식경영

최 혁 라(Hyul-Ra Choi)

정회원



- 2002년 2월 : 전북대학교 경영학과(경영학박사)
- 2000년 9월 ~ 현재 : 순천대학교 경영학과 시간강사

<관심분야> : 정보격차, 정보보안, e-비즈니스

김 선 명(Seon-Myung Kim)

정회원



- 1999년 8월 : 연세대학교 행정학 박사
- 2005년 2월 ~ 현재 : 순천대학교 행정학과 교수

<관심분야> : 정책분석평가, 사회적기업, 환경정책