

전북지역의 사회적 기업 육성에 대한 연구*

이헌상** · 이창원*** · 김유상****

요 약

정부의 고용 없는 성장의 탈피와 중장기적으로 새로운 일자리를 창출하는 전략의 필요에서 시작된 사회적 기업은 사업이 진행됨에 따라 대부분 국가의 재정에만 의존하여 단기적이고 임시적이며 저임금의 일자리 창출에 그치고 있으며, 지속가능하고 안정적인 일자리 창출 측면에서는 성과가 미흡하다. 따라서 지속가능한 양질의 일자리와 사회 서비스 공급 확대를 위한 사회적기업 활성화 정책들이 입안되고 있으며, 사회적 기업 스스로의 노력 또한 지속적으로 요구되고 있다. 본 연구는 전북지역에서의 사회적 기업 육성을 위한 방안을 구체화하기 위해 전북지역의 사회적 기업 현황을 분석하고 전북지역의 사회적기업 육성을 위한 방안들을 제시한 결과 정책적 과제으로써는 지역차원의 체계적인 기초조사, 친사회적기업문화 환경조성, 사회적기업 지원 시스템 정비, 지자체의 신용보증과 지역연계형 사회적기업 비중 확대를 들고 있으며, 경영적 과제으로써는 시장주도형 사회적 기업 모델 전환, 지역대학과의 연계를 통한 사회적 기업가 육성, 사회적기업 경영컨설팅, 사회적기업 경영투명성 제고, 사회적기업 투자 펀드 설립, 사회적기업 고유의 사업분야 발굴 등을 들고 있다.

핵심주제어 : 사회적기업, 전북사회적기업, 사회적기업가, 사회적기업 육성전략

* 논문접수일 2010년 7월 23일, 게재확정일 2010년 8월 16일

본 연구는 학술진흥재단과 한국산업경제저널에서 정한 연구윤리규정을 준수함

** 제1저자, 전북대학교 교수 (lhs@chonbuk.ac.kr)

*** 공동저자, 전북대학교 겸임조교수 (peterfan@chonbuk.ac.kr)

**** 공동저자, 전북대학교 고창북분자진흥사업단 (buff77@nate.com)

I. 서론

1. 연구목적 및 필요성

우리나라에서 사회적기업의 본격적으로 논의된 시점은 1990년대 말 외환위기와 이로 인한 대량 실업이 발생하던 때이다. 당시 경제 부흥 및 실업 극복을 위한 방안으로 유럽의 사회적 일자리, 사회적기업의 개념을 도입하였으며, 2000년대 들어서면서 그 범위가 확장되어 산업구조 변화와 일자리 창출과 연계되어 진행되었다. 즉 지속적으로 증가되는 사회서비스 수요를 충족시키고 지역내 경제 활성화 특히 고용창출 및 산업 구조 변화에 대한 대응의 관점에서 지속적으로 논의되고 있다.

정부의 고용 없는 성장의 탈피와 중장기적인 새로운 일자리 창출 전략의 필요에서 시작된 사회적기업은 초기 기초수급자와 차상위 계층의 취업 지원을 시작으로 2003년 노동부의 사회적일자리사업을 통해 보건·복지·의료·교육 등 사회적서비스 공급 확대를 통한 일자리 창출 사업으로 진행되었다. 그러나 사업이 진행됨에 따라 대부분의 사회적기업들이 국가의 재정에만 의존하여 단기적이고 임시적이며 저임금의 일자리 창출에 그치고 있으며, 지속가능하고 안정적인 일자리 창출 측면에서는 성과가 미흡하다고 할 수 있다. 따라서 지속가능한 양질의 일자리와 사회 서비스 공급 확대를 위한 사회적기업 활성화 정책들이 입안되고 있으며, 사회적기업 스스로의 노력 또한 지속적으로 요구되고 있다.

그러나, 우리나라의 사회적기업의 역사의 한계성 뿐만 아니라 정부 의존적인 재정, 시장 확보 문제, 종업원이 지주로서 의사결정구조에 참여 결여 문제, 종사자의 의식개선 및 재교육 문제, 육체적·정신적 건강 문제 등 지속가능한 기업 활동을 위해서 풀어야할 과제가 많을 것 또한 사실이다. 이는 일반 기업들도 생존이 어려운 경제현실에서 경제적 목적 뿐만 아니라 사회적 목적을 동시에 추구하는 착한기업인 사회적기업의 성공을 더욱 어렵게 만드는 요인들이라고 할 수 있다.

지역의 사회 벤처 성격을 지니는 혁신적 중소기업으로써의 성장을 보장 받을 수 있는 사회적 기업의 지원은 반드시 필요한 사항이며, 이러한 사회적 지원과 경제적 지원 그리고 기업 스스로 갖춰나가야 할 경쟁력은 무엇인지를 살펴보는 것에 대한 필요성은 지속적으로 증가한다고 볼 수 있다. 따라서 본 연구는 전북지역에서의 사회적 기업 육성을 위한 방안을 구체화하기 위해 전북지역의 사회적기업 현황을 분석하고 전북지역의 사회적기업 육성을 위한 방안들을 제시함으로써 전북지역의 사회적기업들의 지속성장가능 모델 구축 및 공공복지를 통한 일자리 창출의 공공성과 영리추구를 통한 지속가능한 시장성을 동시에 추구하고자 한다.

II. 사회적기업의 이해

1. 사회적경제와 사회적기업

1) 사회적경제

사회적 가치 창출의 시장실패론과 정부실패론의 대안론으로써 시장요청에 따라 탄생된 사회적기업의 이해는 먼저 사회적 경제(social economy)의 이해에서 출발한다. 일반적으로 사회적 경제는 수익 또는 형평성을 목적으로 하는 시장경제나 공공경제와 달리, 사회 연대성의 강화를 목적으로 하는 또 하나의 경제 영역을 지칭하는 Non-Profit Sector와도 다른 의미를 지닌다. 즉사회적 경제는 비영리성을 띠는 경우도 있지만 수익성 또한 배제하지 않았다는 특징을 지니고 있다. 김경휘·반정호(2006)는 사회적경제가 과거처럼 정부 주체의 사회복지 정책을 통해 빈곤문제를 해결하는 것이 아니라, 지역사회를 기반으로 지역사회의 인적, 물적 자원을 조직하여 거대 시장에 대응하는 보다 자치적이고 독자적인 시장을 형성하여 빈곤문제를 해결하고자 하는 특성을 지닌다고 보고 있다.

임형식(2008)은 사회적경제는 첫째, 시장경제에 대한 급진적 대안으로서의 유토피아적 사회적경제 관점과 둘째, 시장경제에 대한 현실적 대안으로서의 인간의 얼굴(human-faced)을 한 시장경제 관점으로 구분된다고 보고 있다. 즉 첫 번째 견해는 1800년대 말 프랑스의 보다 사회적이며 공평한 경제체제로서의 협동조합, 사회단체, 공제조합 등의 사회형평 운동에 기반하여 자유 시장 경제 체제를 새로운 사회적 경제 체제로 대체하려는 운동에서 시작하였다. 두 번째 견해는 시장경제체제를 대체하고자 하는 것이 아니라 시장경제가 좀 더 공정하고 보다 참여적이며 약자·빈곤층·사회적 배제자 등의 욕구에 충실히 효과적으로 대응함으로써 시장경제 체제의 문제를 개선하려는 측면이라고 할 수 있다. 즉 사회적경제는 고용과 사회적 서비스에 대한 사회의 필요에 대응하는 전략으로 인식되고 있다(조영복·류정란 2009). 장원봉(2006)은 이러한 사회적경제의 변화에 대해 초기의 사회적경제가 자본주의 사회의 등장으로 인하여 사회적 위협에 대한 노동자의 집합적 대응이라면 최근의 사회적 경제는 노동의 위기에 따른 고실업과 복지의 위기에 대한 시민사회의 집합적 대응과 이에 대한 국가의 필요라고 주장한다.

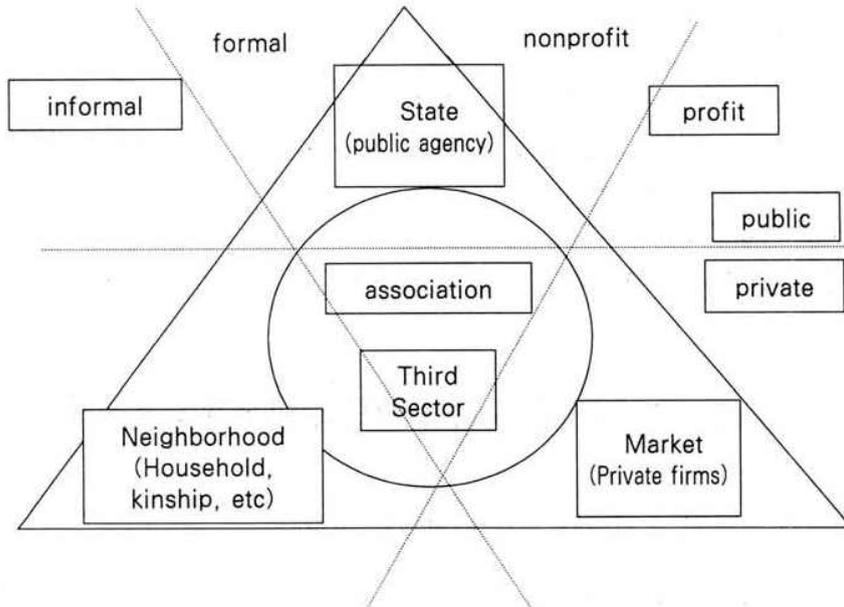
2) 사회적경제와 제3부문 및 사회적기업의 관계

사회적기업은 사회적 경제의 일부인 동시에 사회적기업의 활동 또한 제3섹터(the third

sector)의 영역과 중복됨으로써 사회적기업에 대한 명확한 정의 및 역할을 살펴보기 위해서는 제3섹터와 사회적경제와의 관계에 대한 이해가 필요하다(김태영 2009). 즉, 이윤을 추구하는 동기를 가진 경제인 시장경제(market economy)와 다르게 비이윤추구 동기를 가지고 공익을 추구하는 경제인 사회적경제와 사회에서 재화와 용역의 배분에 관여하는 국가와 시장이 아닌, 제 3의 영역을 말하는 제3섹터의 비영리활동의 차이를 살펴봄으로써 사회적기업의 역할과 정의를 쉽게 할 수 있을 것이다.

전통적으로 사회의 구성은 국가와 시장으로 구성되는 것으로 이해되고 제각각의 역할 수행에 대한 논의가 지속적으로 이루어져왔다. 그러나 Polanyi(1964)은 사회의 구성은 정부와 시장 이외에 근린조직(neighborhood)이 존재하고 있으며, 이는 상호성(reciprocity) 원리에 따라 국가는 재분배 역할 수행, 시장은 교환 역할 수행, 그리고 근린조직은 지역 소통체의 역할 수행을 담당한다고 주장한다. 이에 대해 Evers(1991)은 국가, 시장, 근린조직 이외에 사회단체, 자발적 조직, 비영리조직 등으로 구성된 제3부문을 별도의 부분으로 보아 4부문론을 제기하고 있지만 제3부문을 독립된 부분으로 간주하기 보다는 국가, 시장, 근린조직을 매개하는 부분으로 인식하고 있어 엄밀히 말하자면, Polanyi(1964)의 견해와 일치한다고 볼 수 있다.

Pestoff(1998)은 Evers의 견해를 수정·보완하여 다원경제모델(plural economy model)을 제안하고 있는데 그는 사회적 경제를 제3섹터와 시민사회를 포괄하는 것으로 이해하고, 국가·시장·근린조직 3개 부문을 매개하는 부분으로 개념화하였다. 즉 국가·시장·근린조직을 공식성, 영리성, 공공성 등 세 가지 기준으로 구분하고, 제3부문으로 대변되는 사회적경제는 이러한 기준이 혼합적으로 나타나는 영역으로 이해해야 한다고 보고 있다. 따라서, 사회적기업이 사회적경제 또는 제3부문의 일원으로 경제적 활동을 통해 사회적 목적에 기여한다는 측면과 현실세계에서 3가지 기준이 복합적으로 적용될 수 있는 사회적기업이 존재한다는 측면에서 Pestoff(1998)의 다원경제모델이 매우 용이하게 적용한다고 할 수 있다.



<그림 1> Pestoff 다원경제 모델

3) 사회적기업의 정의와 성격

사회적기업은 사회적 경제에 의한 새로운 기업형태로써, 자본주의 사회의 전개과정에서 야기되는 시장의 실패와 정부의 실패에 따른 사회적 갈등을 해소·시정·보완하기 위하여 출현되었다. 이러한 사회적기업은 이윤극대화를 추구하는 전통적인 기업관과 사회서비스의 창출을 목표로 하는 사회적·공익적 목적관을 병행하고 있는 제3의 경제주체이다. 이러한 관점에서 Davister et al.(2004)는 사회적기업은 일반 기업이나 비영리 조직과는 다른 9개의 고유한 특성을 가지고 있어 다양한 정의가 가능하다고 보고 있다. 즉 사회적기업은 ‘공익을 위한 민간기업(OECD, 1999)’, ‘영리 목적의 사회사업(Dees and Anderson 2003)’, ‘사회적 목적을 가진 기업(Wallace 1999)’ 등으로 다양한 정의가 내려지고 있지만 사회적기업에 대한 보편적인 정의는 존재하지 않는다(Johnson T. and Spear R., 2006). 그러나 일반적으로 통용되는 사회적기업에 대한 정의는 유럽연합의 EMES(L’Emergence des Enterprise Sociales en Europe)의 정의가 보편적으로 많이 활용된다. EMES는 사회적기업을 경제적·기업적 차원과 사회적 차원 등 두 가지 차원에서 정의하고 있는데(Defourny, 2006), 첫 번째, 경제적·기업적 차원에서 사회적기업은 재화와 서비스를 생산하고 판매하는 지속적 활동, 높은 수준의

자율성, 상당한 정도의 경제적 위험, 최소한의 급여 근로자 등의 기준에 적합해야 한다고 보고 있다. 두 번째, 사회적 차원에서는 지역사회에 도움을 준다는 명확한 목적, 시민들의 주도, 자본소유에 근거하지 않는 의사결정방식, 참여적 운영, 이익배분의 제약 등을 사회적기업 정의를 위한 기준으로 보고 있다. 그리고 우리나라는 “사회적 기업 육성법”2조의 정의를 통하여 사회적기업을 “취약계층에게 사회서비스 또는 일자리를 제공하여 지역주민의 삶의 질을 높이는 등의 사회적 목적을 추구하면서 재화 및 서비스의 생산·판매 등 영업활동을 수행하는 기업”으로 정의하고 있다.

또한, 사회적기업의 성격을 취약계층에게 일자리 및 사회적 서비스를 제공한다는 ‘사회적 가치’와 함께 비즈니스기법과 경영 노하우를 최대한 활용하여 이윤을 창출한다는 ‘경제적 가치’를 동시에 추구하는 조직으로 명시하고 있다(정선희, 2004).

따라서, 본 연구에서는 우리나라에서 정의되고 있는 사회적기업에 대한 정의와 정선희(2004)의 연구에서 명시하고 있는 사회적기업의 성격을 대상으로 전북지역의 사회적 기업 육성 방안을 제시하고자 한다.



* 이윤의 상당부분을 사회적 목적에 사용하고, 미션에도 사회적 사명이 포함되어 있는 기업

** 이윤추구를 목적으로 하지만, 이를 위해 사회공헌 활동을 전략적으로 활용하는 기업

<그림 2> 사회적기업의 성격

III. 전북지역 사회적기업 현황과 육성전략

1. 전북지역 사회적기업 현황

1) 전북지역 사회적기업 유형

전북 지역내 사회적기업은 2009년말 기준 총 16곳이다¹⁾. 전북지역내 사회적기업의 사업내

1) 전라북도 사회적기업 실태조사 자료는 전라북도 일자리창출을 위한 세미나에서 발표된 이강진

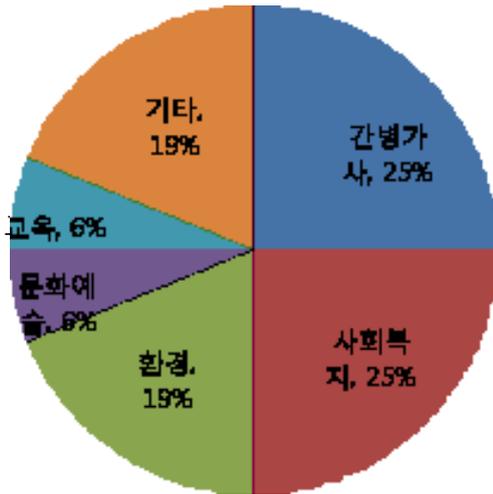
용을 살펴보면, 간병가사 25%, 사회복지 25%, 환경 19% 등의 사업을 진행하고 있으며, 사회적 목적별로 전북 지역내 16개 사회적기업을 분류하면 40% 이상이 혼합형이며, 그 뒤를 이어 일자리제공형이 30% 이상인 것을 알 수 있다. 이는 다른 지역의 사회적기업들이 일자리 제공형으로 집중되어 있는것에 비해서 전북지역의 사회적기업들의 일자리제공 효과가 미흡한 것을 알 수 있다. 이러한 결과는 사회적기업의 조직형태에 있어서도 이를 반영하는 것으로써 기타비영리법인 7곳, 민법상 법인은 5곳이며, 상법상 회사는 4곳이었다.

또한, 전북지역 사회적기업의 사업내용을 보면 가사간병, 장애인 활동지원 등 돌보미 종사자들이 대부분이며 전북지역의 특성을 반영하고 있는 농산물이나 먹거리에 관련된 사업형태는 극히 미약한 것을 알 수 있다. 전북지역 사회적기업들의 사업내용은 <표 1>과 같다.

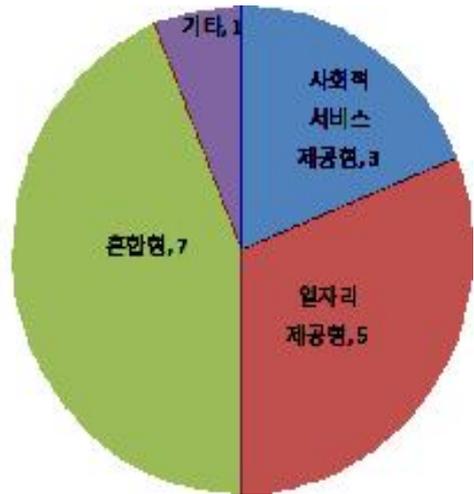
<표 1> 전북지역 사회적기업 현황

번호	인증시기	기관명칭	소재지	주된목적	사업분야
1	2007년 10월	새벽공동체영농조합법인	남원시	일자리 제공형	농산물
2	2007년 10월	(사)사랑의 손길 새소망	익산시	혼합형	장애인재만교육
3	2007년 10월	임실노인복지센터 일자리사업단	임실군	혼합형	간병/가사지원
4	2007년 12월	(사)사람과환경	전주시	혼합형	환경
5	2008년 10월	추진장애인자립작업장	군산시	일자리 제공형	내의류 등
6	2008년 10월	부안낭주회	부안군	혼합형	간병/가사지원
7	2008년 10월	나눔복지재단 우리노인복지센터	전주시	혼합형	간병/가사지원
8	2008년 10월	전주노인간병지원센터	전주시	혼합형	간병/가사지원
9	2008년 12월	무주결혼이민가정 사랑나눔회ASIA	무주군	일자리 제공형	천연비누, 천연삼푸
10	2008년 12월	(주)스마일우렁각시	익산시	사회서비스 제공형	가사도우미 등
11	2008년 12월	소망호스피스	전주시	사회서비스 제공형	간병/가사지원
12	2008년 12월	(사)전주주거복지센터	전주시	일자리 제공형	집수리 및 일반건축공사
13	2008년 4월	(사)전통문화사랑모임	전주시	기타형	문화/예술/관광/운동
14	2008년 7월	(유)나눔푸드	진안군	혼합형	기타
15	2009년 5월	(사)농촌복지센터	진안군	사회서비스 제공형	바우처서비스
16	2009년 7월	(유)공동체나눔환경	전주시	일자리 제공형	환경

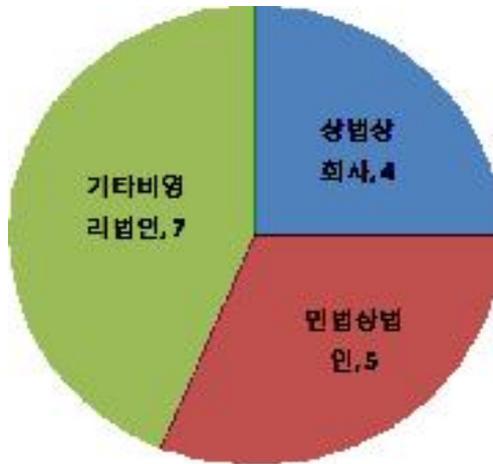
(2010) “전라북도 사회적 기업의 지속가능성 확보방안”과 홍성효(2010) “전라북도 사회적일자리 사업의 현황과 개선방안”를 인용하였음



<그림 3> 전북지역 사회적기업 사업내용



<그림 4> 전북지역 사회적기업 사회적목적 유형



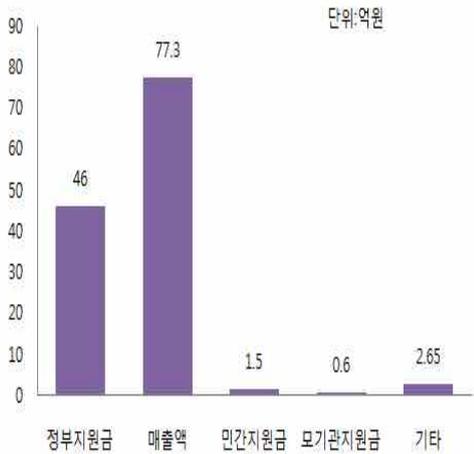
<그림 5> 전북지역 사회적기업 조직형태

2) 전북지역 사회적기업 성과

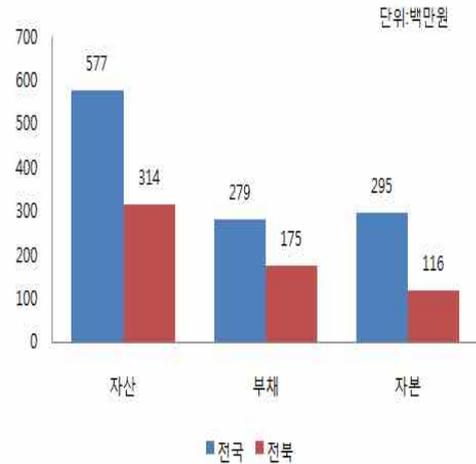
전북내 사회적기업의 성과는 2008년 기준 고용창출 효과 측면에서 유급근로자수 1,029명, 기관평균 64명으로 전국평균 47명에 비해 고용창출효과를 보이고 있으며, 재무적 건전성 측

면에서 총매출액 77억원, 당기순이익 5억 9천만원이나 영업이익이 -15억원으로 영업이익을 실현시키지 못해 장기적 재무 건전성이 약화될 수 있는 실정이다(곽선화, 2009). 이는 재정적으로 전북의 사회적 기업의 어려움으로 이어지는데 전북의 사회적 기업은 전국평균 대비 자산은 54%, 자본은 39% 수준이었으며, 인당 인건비(전국 9.5, 전북 7.5), 인당 매출액(전국 14.8, 전북 9.6), 매출액/인건비(전국 155.7, 전북 128.2), 인건비/매출액(전북 64.2, 전북 78.) 등 모든 측면에서 열악한 수준을 보이고 있었다.

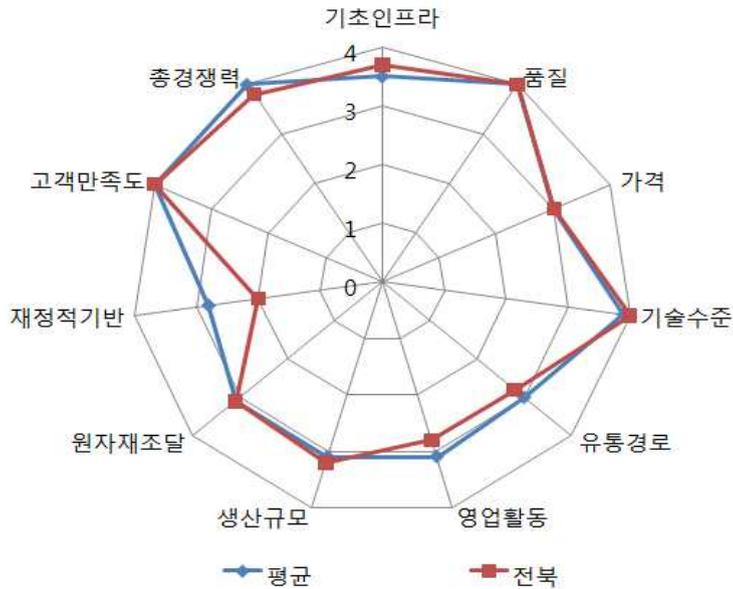
결과적으로 전북내 사회적기업의 경쟁력 수준은 전국 대비 평균을 상회하는 것을 볼 수 있으며, 특히 기업의 기초 체질 분야인 기초 인프라부문, 기술수준, 생산규모는 강점을 지니고 있으나, 기업의 장기적 성과를 보장하는 재정적 기반과 영업활동 분야는 매우 취약한 것을 알 수 있어 이 분야에 대한 지속적 투자가 이루어져야 한다.



<그림 6> 전북지역 사회적기업 총사업비 구성



<그림 7> 전북지역 사회적기업 재정구조



<그림 8> 전북지역 사회적기업 경쟁력 수준

2. 전북지역 사회적기업 육성전략

2007년 시행된 사회적기업 육성 제도가 초기 정착 단계를 지나 질적인 도약이 필요한 시점에 도달하고 있다. 새롭게 시작되는 모든 제도가 그렇듯 사회적기업에 대한 관점 또한 회의론과 긍정론이 모두 존재하고 있다. 이러한 사회적기업에 대한 두 가지 관점에 대해서 비판적 시각을 지니면서 의견 수렴을 통해서 사회적기업의 발전을 추구해야만 한다. DTI(2001)은 사회적기업의 성공을 위한 조건을 1)독립성과 자율성, 2)기업가적이고 헌신적이며 위험을 감수하는 행동, 3)유연하고 적응적인 운영, 4)고객과 지역에 기반을 두고 있어야 함, 5)이해관계자와의 연계, 6)민주적이고 참여적인 경영, 7)사회적·환경적·재무적 성과창출, 8)상품과 서비스의 판매로 재무적 안정성 보장으로 보고 있다. 그리고 사회적기업의 성공을 위한 애로사항 해소를 1)사회적기업의 가치와 특정부분의 능력에 대한 이해의 부족, 2)사회적기업의 부가가치와 영향에 대한 증거의 부족, 3)지원의 부족과 접근의 어려움, 4)필요한 자금의 인식과 활용, 5)다양한 기술과 지적배경에 의한 복잡성과 응집성의 부족, 6)편중된 목적 등으로 보고있다(DTI, 2001). DTI(2001)의 주장에 근거하여 사회적기업의 성공을 위한 부분을 분류하면 정책적 과제와 경영적 과제로 구분할 수 있는데, 전북지역의 사회적기업의 관점에서 이를 정용해봄으로써 전북지역 사회적기업들의 정책적 과제와 경영적 과제를

제시하고자 한다.

1) 정책적 과제

한국에서의 사회적기업의 역사는 일천하다고 할 수 있다. 일반적으로 정책적 제도의 성공은 시민사회의 이해와 적극적인 참여가 전제되고, 궁극적으로 정책의 일반화가 이루어질 경우 성공한다고 볼 수 있다. 사회적기업의 경우 또한 사회적기업의 제품과 서비스에 대한 구매를 활성화시키기 위해서는 사회적기업에 대한 시민사회의 이해와 적극적 참여가 이루어져야만 한다. 그러나 전북지역의 경우 재무적성과는 매우 낮은 것을 볼 수 있는데 이러한 현상은 사회적기업의 역할과 긍정적인 효과에 대한 증거가 제대로 수집되지 않고 홍보되지 않았음에 기인한다. 그러므로 먼저 전북지역내 사회적기업의 가치와 효과를 극대화시키기 위한 정책적 과제를 다음과 같이 제안하고자 한다.

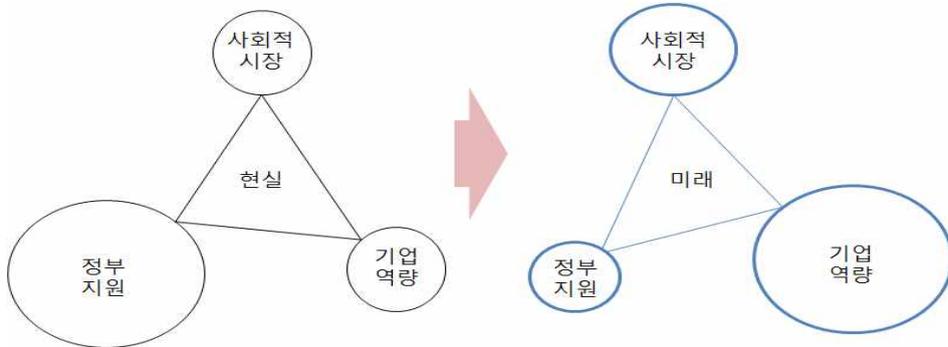
(1) 지역차원의 체계적인 기초조사

전북지역내 사회적기업의 성공을 위해서는 도내 사회적기업의 체계적인 기초조사로 종합한 정보가 제공되어야 한다. 즉, 전북내 사회적기업 부문의 범위, 규모, 약점과 강점, 이상성, 판로구축, 마케팅방향성 등의 기초적 조사는 필수적이다. 특히 사회적기업의 특성상 지역에 기반을 두고 사업이 진행되기 때문에 지역차원에서 점차 증대되어갈 사회적기업과 사회적기업 부문에 대한 지역차원의 조사 및 전략방향성 제시가 필수적이다.

(2) 친사회적기업문화 환경조성

사회적기업의 근본적 기본명제는 이윤의 극대화를 통한 공평한 분배라고 할 수 있다. 이는 사회적기업 또한 생존의 조건 측면에서 일반적 기업의 생존조건과 같다는 것을 의미한다. 즉 사회적기업 발전의 3가지 핵심요소인 사회적시장, 정부지원, 기업역량 측면에서 기업역량의 중요성이 부각되어야 한다는 것을 의미한다. 그러나, 현실적으로는 기업역량보다는 정부지원이 전북내 사회적기업의 성공핵심요소로써 받아들여지고 있다. 이는 장기적으로 사회적기업의 생존을 보장하지 못하는 측면으로써 도내 사회적기업의 성공을 위해서는 사회적기업의 제품을 구매하는 소비층을 확보하기 위한 사회적기업의 노력이 필요하다는 것이다. 따라서, 전북내 사회적기업의 주요층이 될 수 있는 전북 시민들을 대상으로 사회적기업 및 제품과 서비스에 대한 인식의 제고가 필요한 부분이다. 이를 위해 우선적으로 사회적기업에 대한 가치의 평가와 홍보는 사회적기업에 대한 고객의 성장과 구매에 기본이 되는 사회적

업 가치에 대한 평가와 홍보가 필요하다.



<그림 8> 전북지역 사회적기업 발전의 3가지 핵심요소의 변천

(3) 사회적기업 지원 시스템 정비

기업 환경 변화에 적응하기 위한 기업들의 노력은 다양한 측면에서 이루어지고 있다. 일반적으로 기업들은 폐쇄적 기업 환경보다는 개방적 기업 환경을 추구하면서 유연한 기업 경영 시스템을 구축·운영하고 있지만 사회적기업은 이러한 관점에서 매우 취약한 구조를 보여주고 있다. 즉 많은 사회적기업들도 일반 기업들과 같이 기술적 조언 뿐만 아니라 아이디어의 기업화를 실행할 수 있도록 법률가, 회계사, 경영컨설턴트 등을 활용한 지원을 받아야 함에도 불구하고 아직까지는 한계점을 보이고 있는 것이 사실이다. 이는 사회적기업에 대한 이해의 부족과 사회적기업 스스로의 변화 모습이 부족하기 때문이다. 따라서 사회적기업의 효과적이고 효율적인 경영활동을 위해서는 고용과 복지를 비롯한 환경, 교육, 금융, 산업 등 여러 관련 분야의 협력 네트워크 구축 및 활용이 필요하다. Ramsnd(2005)은 다양한 환경에 적응하기 위해서 지원을 받는 기업이 그렇지 않은 기업에 비하여 보다 더 성공적이며, 이는 사회적기업들에 대한 지원이 없었더라면 생존하지 못하였을 사회적기업이 많다는 영국 피닉스 기금의 평가에 의해서도 알 수 있다. 따라서 전라북도의 유관기관을 발굴하여 지역 사회적기업에 대한 지원 시스템을 정비할 필요가 있다.

(4) 지자체의 신용보증과 지역연계형 사회적 기업 비중 확대

우리나라 초기 사회적기업은 SK, 삼성, 포스코 등 대기업들 중심에서 시작하였으며, 이러한 기업연계형 사회적기업의 초기 유형은 사회적기업의 대중화에 다양한 측면에서 기여를

하였다. 그러나 장기적으로 사회적기업의 성공모델 구축 및 활성화에 있어서는 장애요인으로써 작용한다고 할 수 있다. 이는 전북지역의 사회적기업 발전 단계에 있어서도 적용될 수 있는데 전북지역내 사회적기업의 활성화를 위해서는 현재와 같은 대기업연계형에서 차츰 기정연계형으로 전환하도록 해야만 하며, 지역사회(Community)의 발전고 부족한 사회복지보완해주는 제3의 시스템으로서 활성화해야만 한다. 이를 위해서는 지자체가 지역신용보증기금에 사회적 기업용 자금을 출연하고, 지역신용보증기금이 그 출연금의 12배까지 사회적 기업에 자금을 지원함으로써, 지역사회에 밀착한 지역연계형 사회적 기업의 활성화에 기여할 수 있어야 한다.

2) 경영적 과제

일반기업의 가정은 연속기업이라고 할 수 있다. 사회적기업 또한 일반기업의 가정하에 기업활동을 한다면 사회적기업은 첫째, 원가이상의 가격으로 제품을 판매할 수 있어야 한다는 것과 둘째, 소비자가 느끼는 제품의 가치가 소비자가 지불하는 가격보다도 높아야 한다는 것이다(조영복·류정란, 2009). 그리고 이러한 조건은 사회적기업의 차별적 역량(distinctive competence)에서 기인할 수 있다. 즉 우수한 자원과 자원의 관리능력을 지닌 사회적기업의 경우 그렇지 않는 기업보다 시장에서 성공할 수 있는 높은 확률을 지닌다고 할 수 있다. 따라서, 사회적 기업에게도 다른 기업과 마찬가지로 열정과 능력을 갖춘 인적자원과 전문적 경영컨설팅과 양질의 경영지원시스템의 구축 그리고 교육훈련과 같은 서비스가 필요하다.

(1) 시장주도형 사회적 기업 모델 전환

우리나라의 사회적기업은 초기의 정부주도형 사회적기업들이 대다수라고 할 수 있다. 정부주도형 사회적기업의 경우 초기 사업성과 수준은 높은 것을 알 수 있으나, 장기적 관점에서 사회적기업의 존속에는 악영향을 미친다고 할 수 있다. 만약 현재의 정부주도형 육성 정책을 지속할 경우 10년이 지나도 우리의 사회적 기업은 2천개를 넘지 못할 것이다. 이는 정부주도형에서 시장주도형 사회적기업 형태로 전환된 영국의 사례를 통해서 반증되는데 영국은 279개('80년)에서 55,000개('06년)로 성장하는데 25년간 걸렸고 1년에 2천개이상으로 만들어졌다. 따라서, 전북내 사회적기업의 활성화를 위해서는 1998년 IT 벤처기업에 대한 인증과 그 부작용을 교훈삼아 사회적기업의 인증요건(Barrier)을 낮추고, 인증된 사회적 기업에 대한 혜택(Benefit)을 점차 낮춤으로써 시장주도형 모델로의 전환을 유도해야만 할 것이다. 또한 노동부의 인증업무를 공공기관으로 독립시켜 지식경제부, 보건복지부 등 관련 부처에

서도 사회적기업 육성에 적극 참여하도록하며, 인건비 직접 지원 등의 지원 항목의 축소와 취약계층의 수혜율 및 고용비율도 점차 인하해야만 할 것이다.

(2) 지역대학과의 연계를 통한 사회적 기업가 육성

사회적기업의 지속가능한 경영을 위해서는 사회적 공헌 의지와 경영능력을 갖춘 사회적기업가 육성에 달려있다. 그러나 일반기업과 달리 사회적기업의 내·외부의 우수한 인력의 채용 및 양성은 매우 제한적이라고 할 수 있다. 이에 따라 사회적기업이 활성화된 선진국들은 지방대학 또는 전문직 교육기관을 중심으로 사회적기업가 및 내부 직원들에 대한 교육을 실천하고 있다. 심지어 아쇼카²⁾와 SSE³⁾는 사회적 기업가를 육성하는 사회적기업을 설립하고 이를 지원하고 있다.

사회적기업가 양성의 가장 중요한 원천은 다양한 측면을 보여야 하며, 특히 민간기업이나 공기업 CEO 등이 은퇴 후 그들의 경험과 노하우를 사회에 환원하고 일자리도 창출하는 차원에서 사회적기업가로 활동할 수 있도록 지원해야만 하며, 여성과 장애인에 대한 사회적기업가 양성 지원은 지속적으로 이루어져야만 할 것이다.

(3) 사회적기업 경영컨설팅

Mike Bull(2006)은 사회적기업의 높은 생존가능성을 담보하기 위해서는 사회적기업에 대한 효율성, 상업성 향상이 전제가 되어야 하고 이를 위한 기업 경영행태 및 경영도구의 채택을 주장하고 있다. 이는 일반기업에 비해 사회적기업의 지원과 경영컨설팅의 중요성을 의미한다고 볼 수 있다(조영복·류정란, 2009). 최근까지 사회적기업은 다양한 분야에 존재하고 있으며, 역사와 규모, 성장단계마다 사회적기업의 특성은 매우 다르다고 할 수 있다. 그럼에도 불구하고 사회적기업에 대한 지원은 천편일률적인 모습을 보이고 있으며, 심지어 가장 기본적인 사회적기업에 대한 현황조사를 바탕으로 한 경영지원에 대한 수요조사조차도 이루어지지 않고 있는 실정이다. 따라서 사회적기업에 대한 적재적소의 자문과 지원을 위해서 일반기업에서 실시하는 기업진단이 먼저 이루어져야만 하고 이를 지원할 수 있는 네트워크의 구성이 수반되어야만 할 것이다. 또한 중장기적으로는 경영전략, 조직관리, 리더십, 마

2) 아쇼카의 창립자 빌 드레이튼은 세계 곳곳에서 잠재력있는 사회적 기업가들을 찾아내 3년간 금전적 지원(연간5만불)과 경영컨설팅 및 멘토링을 제공했으며, 지난 2006년까지 전세계 68개국에서 1,820명의 사회적기업가들에게 6,500만불에 달하는 자금을 지원했다(심상달 외 2008)

3) 개인들에게 실질적인 사회적 기업가 교육을 제공함으로써 창업을 지원하는 기관으로, 주1회 1년 단위 과정으로 진행되는 액션러닝 교육프로그램을 진행하고 있다.

케팅, 재무관리, 회계 등 경영전반에 걸친 경영컨설팅이 가능한 컨설팅전문 사회적기업을 육성할 필요가 있을 것이다. 따라서 전북지역 사회적기업을 위해 가장 근접한 지역에서 도움을 줄 수 있는 컨설팅 전문 사회적기업 발굴 또한 고려해볼 직하다.

(4) 사회적기업 경영투명성 제고

일반적으로 사회적기업은 일반기업과 동일한 시장 환경과 시스템하에서 운영된다고 볼 수 있다. 그럼에도 불구하고 SEL(2001)은 사회적기업과 일반기업의 큰 차이를 조직문화에서 찾고 있는데, 사회적기업의 구성원들이 좀 더 참여적이며 사회적 사명의 이행과 공동체 의식이 강하다고 할 수 있다. 따라서 사회적기업의 구성원들은 일반기업의 구성원들에 비해 좀 더 높은 참여 수준과 경영의 투명성이 요구된다(조영복·류정란, 2009). 특히 Herzlinger(1996)은 사회적기업이 상업적으로 변모해감에 따라 재정지원자에 대한 책임을 다해야 할 뿐 아니라 투명성 및 공공책임에 대한 요구도 높아질 수 없다고 본다. 따라서 전북 내 사회적기업들의 경영투명성을 높이기 위해서는 사외이사제 및 외부감사제도, 정기적 감사등의 제도를 활성화함으로써 사회적기업 스스로 경영진에 대한 견제기능을 수행하도록 하여야 한다.

(5) 사회적기업 투자 펀드 설립

일반적으로 사회적기업은 장기적 투자가 이루어져야만하며, 이를 지원할 수 있는 자금지원은 절대적으로 필요하다고 할 수 있다. 그러나 우리나라 특히 전북의 사회적기업을 지원하는 서비스를 실시하는 곳은 전문하다고 할 수 있다. 미국의 아큐먼 펀드(Acumen Fund)⁴⁾의 경우 록펠러재단, 빌게이츠재단으로부터 자금을 모아 하루 수익이 4달러 이하인 사람들에게 물, 건강, 주택 등을 서비스하는 기업들에게 투자를 함으로써 공공의 복지 및 사회적기업의 경영활동을 지원하고 있는 실정이다. 따라서 전라북도의 경우도 사회적기업에 장기간 투자하며 저금리로 장기간 대출해주는 인내자본(patient capital)의 육성이 필요하고 장기적으로는 사회적기업의 자금조달에 기여하는 사회적기업투자펀드를 구성할 뿐만 아니라 사회적기업의 증시 상장을 지원하는 프리보드, 사회적기업 전용 증권거래소 개설 등 자본시장의 역할을 강화하는 경영지원정책이 필요하다(유병규·김동열, 2010).

4) 세계 빈곤을 해결하기 위해 기업가적 접근법을 사용하는 비영리 벤처펀드. 저소득층에게 건강, 물, 주택, 연료를 감당 가능한 가격에 제공할 잠재력을 지닌 기업가들을 지원

(6) 사회적 기업 고유의 사업분야(Market Niche) 발굴

우리나라 초창기 사회적기업은 외환위기 이후 대량 실업사태를 극복하기 위한 사회적 일자리 창출 사업에 기여함으로써 경제 시스템의 한 축을 담당하였다. 그러나 사회적기업의 활성화를 위한 장기적 경영활동에 있어서는 고령화에 따른 재가복지 활성화, 독거노인 지원 등 새로운 사회적 서비스 분야에 대한 투자가 검토 되어야만 한다. 이는 단순한 일자리 지원을 위한 사회적기업 지원을 탈피하고 새롭게 발굴되는 사회적 서비스 분야의 비중을 높여려는 정부의 정책과 일맥상통하는 전략이라고 할 수 있다. 따라서 전라북도내 사회적기업들은 탄소배출 저감, 대체에너지 개발, 자원절약과 재활용 등 녹색성장전략과 관련된 사회적 서비스, 저출산·고령화와 서비스 산업 선진화와 새로운 사회적 서비스 등을 발굴함으로써 정부와 시장이 커버하지 못하고 있는 새로운 분야의 서비스 모델을 찾을 필요가 있다.

IV. 맺음말

사회적기업(social enterprise)은 사회서비스 확대를 통한 일자리 창출 및 복지사회 구현이라는 목적을 달성하기 위해서 도입되었으며, 이러한 사회적 기업의 시초는 사회적 경제의 시작과 일맥상통한다. 사회적 경제의 목적 달성을 위한 수단으로써 시작된 사회적기업은 이제 사회적경제의 실질적 주체로서 역할을 수행하고 있다. 즉 이윤 극대화를 목적으로 하는 전통적 기업관과 사회 서비스의 창출을 목표로 하는 사회적·공익적 목적관을 동시에 추구하는 제3의 경제주체로써 지위를 가지고 있다는 것이다. 따라서, 사회적기업은 새로운 비즈니스로써 발전하는 분야이고 영리기업이던지 또는 비영리기업이던지간에 사회 분야의 혁신적인 분야로 개발되어지고 있다. 따라서, 사회적 기업에 대한 지속경영을 위한 정책적 제언 또는 경영상의 제언의 중요성은 향후에도 지속적으로 높아질 것으로 판단된다.

본 연구는 지금까지의 기업과는 다른 방식의 차별화된 사회적 경제에 의한 새로운 기업형태로써, 자본주의에서 이윤을 추구하는 기업의 특성과 공공성을 우선시하는 사회적 특성의 사회와 기업의 성격을 모두 포함하고 있는 사회적 기업, 특히 전북지역내의 사회적 기업의 형태를 살펴보고 앞으로의 발전을 위한 방향성을 제시하고자 하였다. 전북내 사회적기업들은 인프라 부분에 해당하는 사항들 특히, 인프라부문, 기술수준, 생산규모에 있어서는 장점을 지니고 있으나 장기적 기업 관점 측면인 영업활동 및 자금영역 부분에서는 취약한 것을 알 수 있다. 따라서 본 연구에서는 정책적 과제와 경영적 과제를 제시하였다. 정책적 과제로써는 지역차원의 체계적인 기초조사, 친사회적기업문화 환경조성, 사회적기업 지원 시스

템 정비, 지자체의 신용보증과 지역연계형 사회적 기업 비중 확대를 들고 있으며, 경영적 과제으로써는 시장주도형 사회적 기업 모델 전환, 지역대학과의 연계를 통한 사회적 기업가 육성, 사회적기업 경영컨설팅, 사회적기업 경영투명성 제고, 사회적기업 투자 펀드 설립, 사회적기업 고유의 사업분야 발굴 등을 들고 있다.

이상의 정책적·경영적 과제들의 달성과 더불어 중요한 것은 전북의 사회적 기업의 일자리 창출 사업과 사회서비스 제공 사업의 분리·추구가 필요하다는 것이다. 즉 모든 업종과 기업들에게 이상의 정책적·경영적 과제들을 적용시키는 것이 아니라 공익성이 요구되는 업종에 대해서는 공적인 재원에 의한 취약계층 일자리 창출이 추구될 수 있는 과제들이 우선적으로 적용되어야만 할 것이다. 그리고 시장성이 요구되는 업종에 대해서는 제도적 보완 및 지원에 의해 자립적인 기업이 될 수 있는 과제의 우선적 적용이 따라야만 할 것이다. 따라서 전반적으로 사회적기업의 서비스 질을 향상시킬 수 있는 공익성과 수익성에 따른 업종마다의 구분이 필요하며, 이에 맞는 정책적·경영적 과제들의 우선 적용을 통해서만이 전북 내 사회적기업의 발전을 보장받을 수 있을 것이다.

참 고 문 헌

- 김경휘·반정호(2006), “한국 상황에서 사회적 기업의 개념과 유형에 관한 소고”, 한국노동연구원.
- 김형기(2006), “한국경제 제3의길: 지속가능한 진보를 위한 대안적 발전모델”, 한울아카데미.
- 심상달 외(2008), “나눔과 기부 문화 활성화를 위한 사회적 기업의 역할 제고방안”, KDI.
- 장원봉(2006), “사회적 경제의 이론과 실제”, 나눔의 집.
- 정선희(2004), “사회적기업”, 다우출판사.
- 조영복·곽선화역(2006), “사회적기업: 성공을 위한 전략”, 사회적기업연구원.
- 조영복·곽선화역(2007), “한국의 사회적기업 육성계획”, 사회적기업연구원.
- 조영복·류정란(2009), “부산지역 사회적기업가를 위한 사회적기업 육성에 대한 연구”, 인적자원 관리연구, 제16권 제2호, P231~244.
- Davister, Catherine, Jacques, and Olivier Gregoire(2004), "Work Integration Social Enterprises in the European Union: An Overview Of Existing Models", *EMES European Network*
- Defourny, N. and M. Nyssens(2006), "Defining social enterprise in M. Nyssens. Social Enterprise: At the crossroads of market", *Public Policies, and Civil Society*. Routledge, London.

- Herzlinger, R. E(1996), "Can Public Trust in Trust in Nonprofits and Governments be Restored", *Harvard Business Review* Mar~Apr.
- Mike Bull(2006), "사회적기업의 기업관행", *사회적기업저널*, 제1권 제1호, 사회적기업연구원.
- OECD(1999), "Social Enterprise", *OECD Publication*.
- Pestoff, V.(1998), "Beyond the Market and State: Social enterprises and civil democracy in a welfare society", *Ashgate*, Aldershot.
- Ramsnd, p.(2005), "Evaluation of the Phoenix Development Fund", London; *Small Business Service*
- SEL(2001), "Understanding Social Enterprise", *Social Enterprise London*.

A Case Study on Support A Social Enterprise For Social Entrepreneur In Chonbuk

Hun-Sang Lee* · Chang-Won Lee** · Yoo-Sang Kim***

Abstract

The concept of social enterprise is not yet widely accepted, leaving unsettled several issues including the definition, the legal framework, etc.

A social enterprise as a social venture based on certain region offers a wide range of methods to bring community society innovation, economy development, and welfare improvement. For the promotion of regional social enterprise, it is necessary to get rid of the obstacles standing in its path and to initiate the economically self-independent social enterprise.

What follow are “key suggestions” that can be used to enhance the commitment to social enterprise promotion.,

Firstly, it is necessary to create a social-enterprise-friendly atmosphere. As this atmosphere start with the awareness of the value of a social enterprise, it is required to conduct a survey on the social enterprise sector, Moreover, several activities to maintain the social enterprise support system, to set up the private and public network, to enact the municipal ordinance for a social enterprise, and to compose the regional social enterprise support council should be considered.

Secondly, both competent leader training and business consulting service for a social enterprise shall be prerequisites for the enhanced capability of social enterprise. Especially in the position of a social enterprise, great efforts should be devoted to enhance the management transparency of a social enterprise

Keyword : social-enterprise, Social Entrepreneur

* Professor, Department of Business Administration, Chonbuk National University

** Lecturer, Department of Business Administration, Chonbuk National University

*** Lecturer, Gochang Blackraspberry Promotion Agency, Chonbuk National University