

지역 사회적기업의 실태와 정책과제

- 경남 진주시 사례 -

이 중 호*

The Characteristics and Evaluation of Local Social Enterprises and Regional Development : The Case of Jinju City, Korea

Lee, Jong-Ho*

요약 : 본 연구의 목적은 경상남도 진주시의 사회적기업에 대한 심층조사 결과를 바탕으로 지역 사회적기업의 실태와 정책과제를 제시하는 것이다. 중앙정부 및 경상남도의 인증을 받은 진주시의 사회적기업은 총 11개이며, 그 중 사회서비스 기반형이 3개, 문화콘텐츠 기반형이 4개, 지역자원 기반형이 3개, 그리고 복합형이 1개인 것으로 나타났다. 진주시의 사회적기업들은 대체로 상품과 서비스의 생산사슬이 국지화(지역기반)되어 있어 지역성에 기반한 사회적기업이라고 할 수 있을 뿐만 아니라 사회적기업의 정체성에 걸맞은 공익성 기반을 갖추고 있으나 순수 민간 기업과의 경쟁에서 존립할 수 있는 기반이 전반적으로 취약한 것으로 나타났다. 따라서 맹아 단계에 머물고 있는 진주시의 사회적 경제 기반을 활성화시키기 위해서는 정책적 지원을 위한 거버넌스 체계의 개선, 우선구매 등 사회적기업의 홍보 및 판로확대를 위한 지원책의 제도화, 기업 혁신역량 강화를 위한 네트워킹 활성화 등을 위한 노력이 수반되어야 할 것이다.

주요어 : 사회적기업, 사회적 경제, 마을기업(커뮤니티 비즈니스), 지역발전, 진주시

Abstract : This paper aims to examine the characteristics of social enterprises in Jinju City, Korea and to provide policy recommendations for promoting the competitiveness of local social enterprises. There are 11 social enterprises in Jinju City that are certified by central and local governments. The survey shows that the majority of social enterprises in Jinju City are based on the local community and their activities are public in nature, including supporting the self-reliance of local under-privileged class or contributing to local socio-economic development. However, it is also revealed that local social enterprises have a great deal of difficulty in making a profit. Particularly, they have much trouble with sales of their services and products, largely due to the vulnerability of marketing and financial ability. This means that the local social enterprises are not capable of being viable in a severe market competition. Thus I suggest some important policy recommendation for invigorating local social enterprises, including the reform of governance system, expansion of public purchase of the products made by local social enterprises, and the facilitation of inter-organizational networking among local social economy agents.

Key Words : social enterprise, social economy, community business, regional development, Jinju City

1. 서론

저성장 시대에 접어든 요즘 사회적기업은 지역을 기반으로 고용창출과 사회서비스를 제공하는 역할을 하면서 지속가능 경제를 실현하기 위한 대안으로 떠오르고 있다. 사회적기업의 개념은 매우 다양하고 포괄적으로 정의되고 있어 하나의 명확한 정의를 내리기가 어려우며, 사회적 경제가 일찍부터 발달했던 유럽 국가들의 경우에도 사회적기업에 대해 법률적으로 명확하게 정의내리고 있는 경우는 영국과 벨기에 등 소수에 불과한 실태

이다(Kerlin, 2006). 그럼에도 불구하고 사회적기업의 다양한 정의에서 공통적으로 나타나는 특징은 공익성에 가치를 두고 사회적 목적을 우선적으로 추구하면서 사회적 가치와 경제적 가치를 동시에 추구하는 비즈니스 형태라는 점을 강조한다는 것이다. 그리고 그 과정에서 취약계층의 일자리 창출과 사회적 서비스 제공이 강조된다.

우리나라의 경우에도 2000년대 초반부터 사회적 일자리 창출 사업을 비롯한 사회적 경제에 대한 관심이 정책적으로 본격화되기 시작했으며, 2000년대 후반 들어 고용 없는 성장에 대한 우려

* 경상대학교 지리교육과 부교수 및 EU연구소 지역발전연구센터 센터장(Associate Professor, Department of Geography Education, Gyeongsang National University)(jhl@gnu.ac.kr)

가 고조됨에 따라 사회적기업의 육성이 범정부 차원의 과제로 이슈화되면서 각 부처별로 다양한 형태의 사회적기업 육성에 나서기 시작했다. 사회적기업 육성 정책은 부처별로 독자적인 정책 목표를 가지고 제각기 다양한 명칭(예를 들어, 노동부는 사회적기업, 보건복지부는 보건복지형 사회적기업, 행정안전부는 마을기업, 지식경제부는 커뮤니티비즈니스 등)으로 추진되었으나 무늬만 다를 뿐 성격상 매우 유사한 성격을 가지고 있어 범부처 통합적인 사회적기업 정책이 추진되어야 한다는 의견들이 제기되고 있다. 예를 들어 최조순(2013)은 노동부의 사회적기업 정책과 행정안전부의 마을기업 정책이 상이한 정책목표를 가지고 출발했으나, 사업분야와 지원내용 등 많은 측면에서 유사성을 가지고 있다고 평가하고 있어 부처별 사회적기업 정책의 성격이 크게 다르지 않다고 주장한다.

한편, 중앙정부는 제6차 국가고용전략회의(2010)에서 사회적기업 정책을 중앙정부 주도형에서 지역·시장 친화적 체제로 전환하기로 했고, 이에 따라 지자체는 2013년까지 1840개의 '지역형 예비 사회적기업'을 지정해 육성하는 계획을 발표한 바 있다. 지역차원의 사회적기업은 단순히 기업의 수를 늘리는 것이 아니라 지역을 구성하는 주민과 함께 공동체를 활성화하여 지역사회를 살리는 중요한 정책 수단으로 인식되고 있다. 지역·시장 친화적 사회적기업 정책으로의 전환은 곧 사회적기업과 커뮤니티 비즈니스의 경계가 허물어지고 있음을 의미한다고 할 수 있다.

정부 차원의 사회적기업 육성에 대한 관심과 정책 덕분에 사회적기업의 수는 폭발적으로 증가하고 있고, 역량있는 사회적기업들도 출현하고 있다. 그럼에도 불구하고, 대다수의 사회적기업들은 열악한 재정적 기반 및 마케팅 역량 부족 등으로 말미암아 존립기반이 취약한 실정이다. 사회적 경제가 활성화되어 있는 유럽과 캐나다의 경우에는 국제적 활동기반과 경쟁력을 갖춘 사회적기업들이 다수 활동하고 있으나, 사실 대부분의 사회적기업들은 그 활동범위와 자원이용 측면에서 특정 '지역'에 기반을 두는 경우가 일반적이라 할 수 있다(Amin, 2009). 현재 중앙정부의 각 부처별로 경쟁적으로 시행하고 있는 사회적기업 정책들은 다소간의 개념 차이는 있으나, 실은 활동 기반 상에서

어떠한 형태로든 '지역성'에 기반하고 있는, 즉 '지역기반 사회적기업'인 경우가 대부분이라 할 수 있다. 따라서 사회적기업의 활성화는 지역 노동시장 및 지역 특화자원의 활용도를 제고하고 각종 지역문제 해결에 기여함으로써 지역발전에 매우 중요한 메커니즘이 될 수 있다(양준호, 2011).

지역사회의 자원을 동원하여 지역사회 문제를 해결하고, 지역발전을 촉진하는 비즈니스형태인 이른바 커뮤니티비즈니스(정책적 용어로는 '마을기업')에 대한 정책적 및 학문적 관심은 지역 단위에서 사회적 경제를 실천하는 행위주체이자 지역발전의 수단으로서 사회적기업의 의미를 강조하는 것이라고 할 수 있다(예를 들어, 이훈택·정성훈, 2012; Cameron & Gibson, 2005).

본 연구는 이러한 인식에 토대를 두고 진주시의 사회적기업들의 현황 및 존립기반 실태를 분석하고, 진주지역 사회적기업 활성화를 위한 정책적 시사점 제시를 목적으로 한다. 이를 위해 지역 사회적기업의 유형을 기업의 목표와 성격 측면에서 공익성과 수익성, 취약계층의 고용창출과 지역공동체 활성화라는 두 축으로 구분하여 이를 토대로 사회서비스 기반형, 문화콘텐츠 기반형, 지역자원 기반형, 복합형의 4가지 유형으로 구분하고, 각 유형별 경영 실태에 대한 사례 분석을 통해 정책과제를 제시하였다.

연구를 위해 2013년 1월 한 달 동안 진주지역에 소재한 노동부 지정 사회적기업 3개소, 경상남도 지정 예비 사회적기업 5개소, 행정안전부 지정 마을기업 3개소 등 총 11개 사회적기업 전수를 직접 방문하여 대표자와 심층 면담조사 및 설문조사를 수행하였다.¹⁾

2. 진주시 사회적기업의 현황 및 유형

고용노동부와 경상남도의 인증을 받은 진주지역의 사회적기업(예비 사회적기업 포함)은 2013년 1월 현재 총 8개이며, 그 중 고용노동부 인증 사회적기업이 3개사, 경남형 예비사회적기업이 5개사이다. 업종별로는 문화·예술·관광·운동이 4개 업체로 다수를 차지하고 있으며, 교육, 사회복지, 보육, 간병·가사지원 부문에서 각각 1개 업체가 운영 중이다.

정부의 사회적기업 육성법에서는 사회적기업의 유형을 사회적 목적에 따라 일자리제공형, 사회서비스제공형, 지역사회공헌형, 혼합형, 기타형의 5가지로 구분하고 있다. 이에 준거하여 진주시의 8개 인증 사회적기업들의 유형을 살펴보면, 일자리제공형이 3개사, 혼합형이 5개사를 차지한 반면 사회서비스제공형과 지역사회공헌형에 해당하는 기업은 없는 것으로 나타났다. 한편 안전행정부의 인증을 받은 마을기업은 진주지역에 3개 업체가 있으며, 이들의 업종은 식품가공판매사업(2개사)과 농산물 꾸러미사업(1개사) 등 지역농산물을 활용한 가공판매사업이 주종을 차지하고 있다.

이처럼 사회적기업은 노동부인증 사회적기업, 경남형 예비사회적기업, 행정안전부 마을기업 등 정부 부처별로 지정되고 있고, 그 성격 또한 조금씩 다른 형태로 존재하고 있으므로, 이들을 통합적 관점에서 개념화하고 유형을 구분할 필요가 있다. 사회적기업의 유형을 일반화하는 것은 위험하다. 그것은 사회적기업의 개념과 성격을 어떠한 관점에서 규정하고, 사회적기업의 조직형태를 어떻게 구분하느냐에 따라 사회적기업은 다양한 형태로 유형화될 수 있기 때문이다(김경희·반정호, 2006; 남승현 등, 2010). 정부의 사회적기업 육성

법에 따르면, 사회적기업은 취약계층의 일자리 창출과 사회서비스 제공에 초점이 맞춰져 있다.

본 연구에서는 사회적기업의 성격과 목적을 보다 포괄적인 관점에서 인식하여, 일반적으로 정의되고 있는 사회적기업과 커뮤니티 비즈니스의 개념을 통합하여 사회적기업으로 인식하고자 한다. 이에 따라 사회적기업의 성격과 목적은 다음의 두 가지 틀에 따라 구분할 수 있다. 첫째, 사회적기업은 공익성과 수익성을 동시에 추구하고 있다는 점에서 일반적인 민간기업과 차이가 있으나, 기업의 가치와 목적에 따라 공익성을 우선적으로 추구하기도 하고 수익성을 우선적으로 추구하기도 한다. 둘째, 사회적기업의 목적은 취약계층의 고용창출 및 사회서비스 제공에 있기도 하지만 지역공동체 활성화를 주된 목적으로 할 수도 있다.

필자는 이러한 두 가지 측면을 토대로 하여 사회적기업의 유형을 <그림 1>과 같이 크게 4가지로 구분하였다. 첫 번째 유형은 ‘사회서비스 기반형’으로 지역 내 취약계층이나 지역주민들의 경제활동 참여를 도모하여 자립기반을 마련하고, 취약계층 생활지원을 주목적으로 하는 기업 유형에 해당한다. 이 유형에는 보육, 복지서비스, 취약계층 자립 지원, 교육서비스, 보건·의료 등이 포함된다.

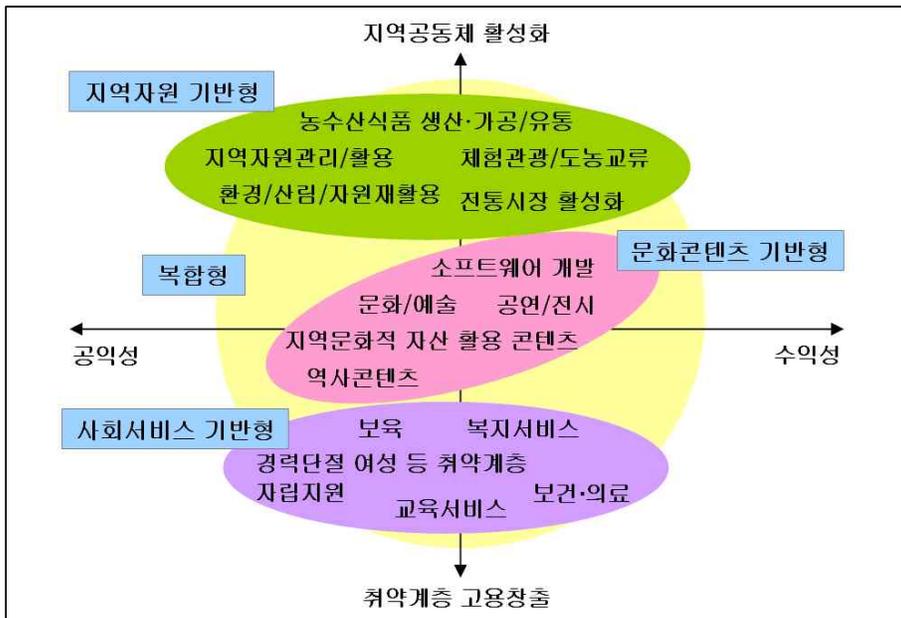


그림 1. 사회적기업의 유형 구분

두 번째 유형은 ‘지역자원 기반형’으로 지역에 산재해 있는 자원들을 비즈니스 방식을 통해 소득을 창출하고, 지역산업진흥이나 지역문제 해결을 통해 침체된 지역을 활성화시키는 것을 목적으로 하는 기업 유형에 해당한다. 그 예로는 지역 농수산물을 활용한 생산·가공·유통 부문, 자원관리 및 재활용, 체험관광 및 도농교류, 전통시장 활성화 등을 들 수 있다.

세 번째 유형은 ‘문화콘텐츠 기반형’으로 지역의 문화적 자산을 활용한 사회적기업 형태를 의미하며 수익성과 공익성, 그리고 고용창출과 공동체 활성화를 동시에 추구하는 기업에 해당한다. 그 예로 지역의 문화·역사 콘텐츠, 공연·전시, 소프트웨어 개발, 문화·예술 등의 업종이 이에 해당한다. 마지막 네 번째 유형은 ‘복합형’으로 이상의 3가지 유형 중에 2가지 이상의 유형을 포함하는 기업 유형에 해당한다.

진주시에는 <표 1>과 같이 8개의 사회적기업(인증사회적기업 3개, 예비사회적기업 5개)과 3개의 마을기업 등 총 11개의 사회적기업이 지정되어 있다. 이를 필자가 제시한 사회적기업의 유형에 따라 구분해 보면 다음과 같다. 먼저, ‘사회서비스 기반형’으로는 보육센터를 운영하는 사회적기업 1개소와 돌봄서비스사업을 하는 사회적기업 1개소,

그리고 사회취약계층이나 다문화가정의 결혼 이주민자들이 방과후 교실을 운영하는 예비 사회적기업 1개소로 총 3개소가 존재한다.

‘문화콘텐츠 기반형’으로는 문화콘텐츠 생산 및 서비스, 문화·관광·예술의 공연 및 교육, 체험활동을 하는 (예비)사회적기업 4개소로 진주시 사회적기업 유형 가운데 가장 많은 비중을 차지하고 있다.

다음으로, ‘지역자원 기반형’으로는 지역 특산물인 농산물을 생산·가공·유통하는 마을기업 3개소가 있다. 마지막으로, ‘복합형’에는 취약계층의 고용과 임가공 및 농산물생산/판매를 하는 예비 사회적기업 1개소가 있다.

3. 진주시 사회적기업의 실태

1) 사회서비스 기반형

(1) 진주YMCA 아가야

진주YMCA 아가야는 진주YMCA 산하기관으로 2006년 8월에 사업을 시작한 비영리민간단체로 취업취약계층 여성들의 일자리 제공 및 보육사각지대에 있는 영유아들을 대상으로 한 돌봄 서비스(공간 및 파견서비스) 제공을 목적으로 설립

표 1. 진주시 사회적기업의 유형

유형	기업명	사업내용	구분
사회서비스 기반형	진주YMCA 아가야	보육센터 운영	인증
	(유)참사람 휴먼케어센터	돌봄서비스사업	인증
	(사)함께하는 다문화네트워크 진주시부	다문화가정 방과후교실	예비
문화콘텐츠 기반형	진주시민미디어센터	소외계층 영상 미디어 제공	인증
	새노리	문화예술 나눔과 취약계층 일자리제공	예비
	경남문화예술센터	문화예술교육 및 공연사업	예비
	문화예술그룹 온터	전통예술공연 및 역사체험학교	예비
지역자원 기반형	메밀영농조합법인	대호마을 특산물가공판매사업	마을
	광제산영농조합법인	덕곡마을 꽃감생산 명품화 사업	마을
	지역순환경제사업단	대평 농산물 꾸러미 사업	마을
복합형 (사회서비스+지역자원)	사회복지법인 경남재활복지재단	농산물 생산/판매 및 장애인고용 부품조립 납품	예비

자료: 필자 조사

되었으며, 2009년 5월에 노동부로부터 사회적기업으로 인증을 받았다.

진주YMCA 아가야는 경남 서부지역에서 사회적기업 인증을 가장 먼저 받았으며, 시간제 돌봄 서비스라는 혁신적인 아이টে을 가지고 있었으나, 진주지역에 시간제 돌봄서비스 수요기반의 한계와 홍보 역량 부족으로 인해 2012년 2월에 사업이 잠정 중단되었다. 향후 영유아 무상보육이 전면 시행될 경우, 현실적으로 어린이집이나 유치원에서는 종일반을 잘 운영하려 하지 않게 되어 맞벌이 부부의 경우에 아이들을 저녁시간까지 맡길만한 곳을 구하기 힘들어지게 되므로 시간제 돌봄 서비스의 수요가 확대될 것으로 예상된다. 따라서 진주YMCA 아가야의 돌봄 서비스 사업이 성공하기 위해서는 수요층을 대상으로 한 적극적인 홍보와 더불어 기업체 돌봄 위탁 사업과 같이 안정적인 수요처를 확보하는 것이 존립기반 확보에 도움을 줄 것이라 판단된다.

(2) (유)참사랑 휴먼케어센터

이 업체는 진주지역자활센터에서 운영하던 간병 사업을 기반으로 하여 2010년 7월 사회적기업으로 인증을 받았다. 대외적으로는 의료서비스에 대한 지역민들의 접근성 강화 및 경제적 부담 완화를 목적으로 하고는 있으나, 종업원 수가 여타 사회적기업에 비해 많은 44명임에 비추어 볼 때 진주지역 취업 취약계층의 일자리 창출에 크게 기여하고 있음을 알 수 있다.

2011년 10월에 사회적기업 일자리 창출 약정해지를 신청한 이후 일자리 지원은 받고 있지 않은 상태이며, 현재는 4대 보험료 지원만을 받고 있다. 현재 이 업체에서 가장 역점을 두는 사업은 수자원공사 남강댐관리단의 지원사업의 일환으로 남강댐 주변지역의 저소득 취약계층인 중증장애인, 독거노인, 소년소녀가장 등을 대상으로 무료간병 및 가사지원 등 필요한 사회복지서비스를 제공하는 생활도우미 지원사업을 대행하고 있다. 기본적으로 취약계층의 일자리를 제공할 뿐만 아니라 취약계층을 대상으로 한 서비스를 제공하는 사업이기 때문에 수익성보다는 공익적 성격이 훨씬 강하며, 서비스에 대한 수요기반 또한 꾸준히 확대될 것으로 예상되어 향후 이 분야에 대한 사회적기업이

성장할 것으로 전망된다.

(3) (사)함께하는 다문화네트워크 진주지부

2011년에 설립된 (사)함께하는 다문화네트워크 진주지부는 2012년 4월에 경남형 예비사회적기업으로 지정되었으며, 사회 취약계층 및 다문화인의 복지와 인권을 위하여 한국어교실과 검정고시반을 운영하고 있다. 이 단체는 세계요리교실 등 다양한 방과 후 교육사업을 통하여 사회취약계층과 결혼 이민자들이 일자리를 찾고 이들이 우리사회의 민주적 구성원으로 정착하는 데 도움을 주고 있다.

(사)함께하는 다문화네트워크 진주지부의 경우 현재 정규직 10명, 비정규직 18명이 근무하고 있으며, 경남 도내의 17개 학교에서 방과 후 학교를 운영하고 있다. 이 회사의 대표는 교육경력 20년의 교사 출신이어서 방과 후 학교 사업에 대한 실정 파악이 빠르고 학교 현장에서 신뢰도가 높은 것이 강점이다. 아울러 업무공간으로 학교 교실을 임대하여 활용함으로써 시설 투자 및 비용 부담이 상대적으로 적은 편이다.

이 업체가 여타 방과 후 수업 업체와 다른 것은 공익성을 추구한다는 점이다. 이 회사는 경남도내 초·중학교의 방과 후 수업 외에도 진주와 사천지역의 결혼 이민자 및 다문화 가정 자녀 120명에게 무상교육을 실시하고 있을 뿐 아니라 저소득층 자녀 200명에게 무상 원어민 영어교육도 실시하고 있다. 하지만, 이처럼 공익성을 추구하는 사회적기업 임에도 불구하고 정작 기업 소재지인 진주시의 학교들과는 1건도 방과 후 수업 위탁 계약을 체결하지 못한 실정인으로서 지역 학교와의 연계 고리 강화가 시급한 과제라 할 수 있다.

2) 문화콘텐츠 기반형

(1) 진주시민미디어센터

진주시민미디어센터는 2005년에 진주지역 미디어활동가들이 시민단체로 '독립영화 미디어센터 진주'를 설립한 데서 비롯되었으며, 이를 토대로 2008년 시민들의 후원에 힘입어 '진주시민미디어센터'로 개칭하였다. 지역마다 문화관광부, 방송통신위원회에서 만든 공공 미디어 센터들이 입지하고 있으나, 시민 자체적으로 만든 센터는 진주

시민미디어센터가 최초이며 서부경남에서 유일한 미디어센터이다. 사회적기업으로는 2008년 노동부 지정 예비사회적기업 단계를 거쳐 2010년 10월에 사회적기업 인증을 받았고, 조직 구성원은 대표자를 포함하여 5명이 활동하고 있다.

진주시민미디어센터는 진주를 중심으로 하는 경남 서부지역 일대에서 찾아가는 미디어교육, 독립영화 상영, 영상제작 및 제작지원 등의 활동을 하며 지역민들의 커뮤니케이션 권리를 확보하기 위한 활동을 하고 있다. 이를 위해 여러 시민단체, 일반기업, 학교, 장애인시설 등 여러 기관과 연계를 맺고 활동을 전개하고 있는데, 그 예로 결혼 여성이주민 단체들과 라디오 방송을 한다거나 여름마다 섬마을을 찾아가 아이들에게 미디어교육을 실시하는 것 등을 들 수 있다. 이 단체는 사회적 소외계층을 중심으로 미디어를 알리는 공익적인 역할을 중시하고 있기 때문에 적절한 수익모델을 발굴하는 데 어려움을 겪고 있다. 그럼에도 불구하고 2012년까지는 사회적기업으로 인건비 지원을 받아오다가, 단체의 정체성과 독립성을 고수하기 위해 2013년에는 사회적기업 일자리 지원금 신청을 하지 않았다.

하지만 독립영화 마니아층 및 후원회원들의 지원과 뜻있는 시민들의 자발적 참여만으로는 진주시민미디어센터의 지속적인 존립을 담보하기에는 한계가 있으므로, 수익성 확보를 위한 새로운 사업모델의 구축과 진주시민들을 대상으로 한 홍보활동을 적극적으로 전개해야 할 것이다.

(2) 새노리

1989년 창단한 새노리는 풍물, 타악, 밴드 등 다양한 장르의 공연활동을 통해 지역문화 발굴 및 계승에 기여해 온 비영리민간단체이다. 2011년 3월 문화예술분야 경남형 예비사회적기업으로 지정 받았으며, 현재 6명의 구성원이 활동하고 있다. 지역문화예술단체인 새노리는 단체 및 개인 후원회원제 운영을 통해 재정적 도움을 받고 있는데, 후원회원의 경우 새노리가 주최하고 주관하는 모든 행사에 무료로 참가할 수 있고 새노리에서 하는 강습이나 교육에 우선 참여 및 새노리 소식을 비롯한 모든 자료를 받아볼 수 있다.

이 단체의 주된 수입원은 공연사업과 교육사업

이다. 공연사업으로는 난타 퍼포먼스와 수레악기 퍼포먼스, 전통과 현대가 어우러진 다양한 장르의 춤 등을 중심으로 고객이 원할 경우 맞춤형 기획 공연을 한다. 교육사업으로는 난타교실, 명랑운동회, 여름방학 문화예술캠프, 사물놀이, 모듬북, 풍물판굿 등을 이 있다. 그 외에도 총회, 야유회, 가족캠프, 수련회 등 이벤트 기획 및 진행 사업도 하고 있다. 문화·예술 단체의 특성상 비수기인 1~2월에는 공연 수요가 거의 없기 때문에, 이 시기의 수익활동을 위해 지역의 학교 및 관공서 등과 연계하여 풍물수업이나 난타수업 등을 하려고 노력하고 있다.

(3) 경남문화예술센터

문화예술 공연 및 교육사업을 중심으로 활동하는 경남문화예술센터는 2005년에 설립되었다. 2012년 4월에 경남형 예비 사회적 기업으로 지정되었으며, 현재 6명의 상근인원이 활동하고 있다. 지역문화에 관심과 애정이 많은 문화단체들이 모여 누구에게나 열려있는 문화예술, 재미있고 감동적인 문화예술, 생활 속에 함께하는 문화예술을 지역민과 함께 만들어가는 것을 지향한다.

주요 활동으로는 노래 공연 및 마당극(단막극) 공연활동, 창작활동, 통기타와 오카리나를 비롯한 각종 강습활동, 문화예술아카데미, 거리예술제, 동아리페스티벌, 지역문화예술행사 기획 및 연출 등의 활동을 활발히 하고 있으며 지역민들을 문화예술의 주인으로 세우기 위한 문화사업을 만들어가고 있다. 전국 공연을 목표로 공연사업을 하는 노래단 '맥박', 어쿠스틱 밴드, 극단 '진주', 오카리나 앙상블 '소풍'은 현재 진주지역 공연과 타 지역 공연 비율이 50:50 정도이다.

교육사업으로는 통기타와 오카리나, 노래, 레크리에이션, 공동체놀이, 연극놀이 등을 운영하고 있으며, 아카데미도 운영하고 있다. 진주시민문화예술아카데미는 다양한 문화예술 장르를 학습하고 체험하고 싶은 모든 이에게 열려있는 강좌로 매년 상·하반기 3개월 과정으로 2회에 걸쳐 개강하며, 강좌를 수강한 수강생들은 동아리 활동 등을 통해 문화예술의 실력을 높이고 있다. 생활문화예술동아리사업은 기존 활동하던 회원들과 아카데미를 통해 문화예술을 시작한 수강생들이 함께 어울려

동아리를 결성한 사례인데, 통기타 동아리 하늘높이, 오카리나 동아리 소풍, 아카펠라 동아리 싱글즈, 직장인 밴드 나이 등이 활동하고 있다.

경남문화예술센터의 경우 사회적기업으로서 지역민의 일자리창출과 동시에 진주시민들에게 문화예술을 접할 기회를 확대하고 함께 즐길 수 있는 문화를 만들어 가며, 진주시의 문화예술에 대한 위상을 드높이고 있어 꾸준한 발전가능성이 보인다는 평가를 받고 있다. 다만 공연수익이 없는 비수기에 대한 대책으로 교육사업에 대한 영역 확장이 필요하다.

(4) 문화예술그룹 온터

문화예술그룹 온터는 진주지역의 문화와 역사를 알리기 위한 목적으로 2006년에 설립된 비영리민간단체이다. 진주시 전통문화예술 콘텐츠로서 진주성을 중심으로 한 복원·발굴·관광상품 개발을 해 오다가 2012년 9월에 경남형 예비 사회적기업으로 지정되었으며, 현재 8명의 상근인력이 활동하고 있다.

전통문화를 발굴하고 개발하여 예술로 나누고 소통하는 즐거운 문화예술 콘텐츠를 생산하며, 지역의 역사문화 콘텐츠로 지역의 새로운 사업모델을 만들고, 국악실내악, 퓨전타악 퍼포먼스 등의 교육과 공연을 통하여 전통문화의 대중화를 선도하는 것을 목표로 하고 있다.

2008년부터 진주성 수성중군영교대식을 맡아 진행해 왔으며, 2012년부터는 진주성 수성중군영교대식에 새로운 스토리를 부여한 '진주성 영웅들의 이야기-영웅열전'을 공연하고 있다. 수성중군영교대식은 역사체험학교를 함께 운영하여 활쏘기, 장창, 칼, 등패 등 조선의 무예를 체험할 수 있어 진주성 관광객들의 만족도를 높이는 데 기여하고 있다.

여느 사회적기업과 마찬가지로 재정적 기반이 열악하여 프로그램 및 이벤트를 기획하고 연습할 공간 확보조차 어려운 형편이나, 진주성 테마 콘텐츠 등 자체적으로 개발한 콘텐츠를 활용한 일상생활용품 제작 및 판매, 먹거리 가공 및 판매 등에서 추가적인 사업 모델 발굴을 통한 성장의 여지는 있다는 평가를 받고 있다.

3) 지역자원 기반형

(1) 메밀영농조합법인

메밀영농조합법인은 진주시 문산읍의 코스모스 축제와 허수아비 축제를 통해서 메밀목을 팔려는 목적으로 2010년에 설립되었고, 설립 당 해에 행정안전부의 마을기업으로 선정되었다. 하지만 메밀의 대량구매가 어려울 뿐 아니라 자체생산도 힘들어 메밀목 판매 사업을 접고 문산읍의 특산물인 배를 재료로 한 배즙 생산·판매로 전환하였다. 이 업체가 내세우는 특징은 문산읍의 특산물인 배와 도라지, 생강, 대추, 수세미 등의 천연재료만을 사용하여 제조하고 일반 비닐봉지보다 맛과 성분 유지에 뛰어난 최고급 포장재를 사용하고 있다는 점이다.

하지만 메밀영농조합법인은 여러 가지 측면에서 기업조직으로 성장하기에는 한계점을 노출하고 있다. 마을 부녀자 13명과 배달을 위주로 하는 남자 12명으로 구성된 메밀영농조합법인은 대표자가 한 명이 아니라 기업에 참여하고 있는 모든 부녀자 13명이 돌아가며 대표를 위임하고 있다. 이로 인해 메밀영농조합법인의 사업 자체가 주업이 아닌 부업의 형태로 행해질 수밖에 없다는 점에서 기업 운영에 한계가 있다. 그리고 주된 판매상품이 배즙임에도 불구하고 업체명이 메밀을 표방하고 있어 브랜드 창출을 위해서도 사명을 바꿀 필요성이 제기된다.

또한 오프라인 방식에만 의존하는 현재의 판매 방식 또한 변화가 필요하다. 장기적으로 기업을 발전시키고 유지시키기 위해서는 문산 배즙에 대한 기관 홍보나 지역축제를 활용한 홍보와 대형 유통회사와의 직거래 및 인터넷 홈페이지를 통한 온라인 직거래 판매 등 다양한 유통망을 확보하는 것이 중요하다.

(2) 광제산영농조합법인

2011년 행정안전부 선정 진주시 마을기업으로 선정된 광제산영농조합법인은 지역에서 생산되는 대봉감으로 껍감을 생산하여 전국 직거래를 통하여 농가소득을 창출하고 있다. 처음에는 작목만으로 시작하여 대표자의 고향인 명석에서 주로 생산되는 대봉감을 판매하는 것으로 시작을 하였으나,

대봉감을 꺾갸으로 만들어 판매하는 것이 상품성이나 수익성이 높다고 판단하여 지금은 꺾갸의 생산 및 판매에 집중하고 있다. 이와 함께 지역농산물과 연계한 체험관광 상품을 개발하여 꺾갸 농장에서 다양한 체험을 즐길 수 있는 팜스테이와 인근 지역의 명소와 연계한 테마여행을 개발하여 명석마을 안심마루 명품대봉꺾갸도 홍보하고 지역관광 활성화를 도모하고 있다.

현재 이 업체의 상근인력은 3명이며, 대봉꺾갸의 수확기와 꺾갸 가공 작업 철에 임시인력을 고용하고 있다. 다른 마을기업들에 비해 자기자본금의 출자비중이 많은 편에 속하며, 고향마을 명석을 위해 뿌리를 내리겠다는 의지가 강하다. 안심마루라는 브랜드를 런칭하고 대봉꺾갸를 비롯한 지역 특산물 판매 및 체험관광 기업으로 존립기반 강화를 모색하고 있으며, 경상남도 지정 예비 사회적기업 인증을 받기 위해 준비를 하고 있다.

(3) 지역순환경제사업단

상근인원 2명으로 농산물 꾸러미 사업을 하는 지역순환경제사업단은 2012년 행정안전부 지정 진주시 마을기업으로 선정되었으며, 상수원보호구역인 대평지역에서 생산되는 안전한 농산물을 어머니의 정으로 소비자에게 보낸다는 마음으로 ‘엄마뽀발꾸러미’라는 브랜드로 사업을 하고 있다. 가까운 곳에서 생산된 신선한 농산물을 소비자에게 제공함으로써 질 높은 먹거리 문화에 기여하며, 잠재된 친환경 농업자원을 소비자와 생산자를 연결함으로써 상생의 문화를 만들 뿐만 아니라 농업인의 소득증대와 주민들의 일자리창출에 기여함을 목표로 하고 있다.

2012년 12월 20일에 첫 배송을 하였으며, 농산물의 신선도와 파손방지를 위해 아이스박스에 포장하여 매주 목요일마다 우체국택배를 통해 배송하고 있다. 주로 엄마뽀발꾸러미에서 구성한 큰 꾸러미와 작은 꾸러미를 배송하며, 홈페이지를 통해 소비자가 직접 필요한 상품을 선택하여 맞춤형 꾸러미로 신청하면 그에 맞게 배송을 하며, 그 외 여러 농산물들을 별도로 구매할 수도 있다. 안정적인 수익을 창출하기 위해서는 주당 100개 이상 농산물꾸러미 배송 주문이 있어야 하지만, 사업 초기 단계여서 홍보가 충분히 이루어지지 않아 주

당 30개 정도 주문 배송에 그치고 있는 실정이다.

따라서 엄마뽀발꾸러미가 성장하기 위해서는 B2B거래와 B2C거래의 활성화가 우선 필요하다. B2B거래의 활성화를 위해서는 기업연계나 기관의 우선구매가 이루어질 필요가 있으며, B2C거래의 경우에는 구전활동과 인터넷을 통한 엄마뽀발꾸러미의 마케팅활동이 필요하다.

앞으로 성장할 가능성이 큰 기업이긴 하나, 장기적으로 봤을 때 작업장의 장소가 협소하고 농산물 보관을 위한 시설과 따뜻한 날씨에 배송을 할 때 신선도 유지를 위한 제빙기 등의 기계장치가 필요하다. 그리고 농산물 판매사업 외에도 대평면 물사랑교육농장의 체험 프로그램, 대평면 청동기 문화 박물관, 남강댐 물문화관 등 인근 지역의 명소와 연계한 테마여행 상품 개발 및 팜스테이 등 다양한 체험 프로그램을 개발하는 등 신규 비즈니스 모델을 구축할 필요가 있다.

4) 복합형

진주시의 11개 사회적기업 가운데 복합형에 해당하는 기업은 사회복지법인 경남재활복지재단 1곳에 불과하다. 진주시 이반성면에 위치한 사회복지법인인 경남재활복지재단은 2011년 4월에 설립하고, 같은 해 9월 경남형 예비 사회적기업으로 지정받았다. 장애인복지법의 규정에 의해 한아름 직업재활시설과 사회적기업 희망21을 함께 운영함. 직업재활시설 ‘한아름’은 시설장 1명, 사무국장 1명, 직업훈련교사 1명, 생산부 13명으로 구성되어 있으며, 사회적기업 ‘희망21’은 비상근직 단장 1명, 실장 1명과 상근직으로는 팀장 3명과 팀원 13명으로 구성되어 있다. 직원들의 구성이 취약계층이 주를 이루고 있어서 직원복지를 위해 매달 1회 직원들과 함께 극장에서 영화 관람을 하고 있으며, 사물놀이 프로그램, 생일파티, 나들이, 이동건강검진, 지역사회 자원봉사활동 등 다양한 활동을 통해 내부고객 만족을 위한 노력을 하고 있다.

임가공 사업의 경우, 꾸준히 일감이 있을 때에는 문제가 없으나 연계 기업의 파업이나 주문생산 감소 등의 이유로 일거리가 없을 때에는 기업을 운영하고 지속하는데 어려움이 존재하므로 대응책의 일환으로 1회용 물수건 생산 사업에 뛰어들 준

비를 하고 있다. 사회적기업 희망21에서는 자동차 부품과 냉장고 부품 등 임가공 사업을 주로 하고 있으나, 신규 사업으로 농산물 가공사업에 진출할 계획으로 있다.

4. 진주시 사회적기업의 평가

본 장에서는 심층 사례조사를 수행한 진주시의 사회적기업 11개 업체의 대표자를 대상으로 해당 기업의 장단점, 정책 선호도, 네트워킹 수요 등에 대한 설문조사 결과를 분석하였다.

〈표 2〉는 진주시 사회적기업의 장단점에 대한 각 기업 대표자의 인식에 근거한 자체 평가 결과로서, 평가항목은 품질, 가격, 인적자원, 인지도, 틈새시장공략, 차별화된 전략, 기술적 우위, 경영역량/노하우, 시장대응, 마케팅능력, 연구개발력, 지리적 위치, 디자인우월성, 자본력 등 14개이다. 조사 결과, 진주시역 사회적기업의 대표자들은 ‘가격’과 ‘품질’, 그리고 ‘틈새시장공략’ 측면에서는 강점이 있다고 인식하는 반면, ‘자본력’과 ‘마케팅능력’ 측면에서는 취약한 것으로 인식하고 있음을 알 수 있다.²⁾

다음으로 〈표 3〉에서는 진주시 사회적기업 경쟁력 향상을 위해 필요한 지원 우선순위를 나타낸 것이다. 평가항목은 품질, 가격, 인적자원, 인지도, 틈새시장공략, 차별화된 전략, 기술적 우위, 경영역량/노하우, 시장대응, 마케팅능력, 연구개발력, 지리적 위치, 디자인우월성, 자본력의 14개로 구분하였다.

제1순위 응답으로 경남문화예술센터는 사업비 지원을, 사회복지 경남문재활복지재단은 시설비 지원을, 새노리, 문화예술그룹 온터, 메밀영농조합 법인은 우선구매를, (사)함께하는 다문화네트워크 진주시부는 사업위탁을, 진주YMCA 아가야, 광제산영농조합법인, 지역순환경제사업단에서는 인건비 지원을, (유)참사랑휴먼케어센터와 진주시민미디어센터는 전문인력 지원을 들고 있다. 제1순위 응답으로 우선구매가 평균 3.09로 가장 높고, 다음으로 인건비 지원이 3.45, 전문인력 지원이 3.64로 뒤를 잇고 있다. 반면에 경영지원(6.45), 사업위탁(5.27), 운영비 지원(5.18) 등은 정책 지원의 우선순위에서 떨어지는 것으로 나타났다. 한편, 김혜원(2011)은 정부의 사회적기업 정책이 인건비 지원 비중이 과도하게 집중되어 있으나 우선구매,

표 2. 기업의 장단점에 대한 대표자의 인식

항목	기업	인증	인증	인증	예비	예비	예비	예비	예비	마을	마을	마을	평균점수	표준편차
품질		4	4	4	4	4	5	4	5	5	5	5	4.45	0.52
가격		5	4	5	4	4	5	5	5	5	4	5	4.64	0.50
인적자원		2	4	2	3	4	5	4	5	3	3	5	3.64	1.12
인지도		2	4	3	3	3	3	4	5	3	3	5	3.45	0.93
틈새시장공략		5	4	4	4	4	4	4	5	3	3	5	4.09	0.70
차별화된 전략		5	4	3	4	4	4	3	5	3	3	5	3.91	0.83
기술적 우위		3	4	4	3	3	4	4	5	4	5	4	3.91	0.70
경영역량/노하우		2	4	3	3	3	4	3	5	2	3	4	3.27	0.90
시장대응		3	4	3	3	2	4	3	5	4	3	4	3.45	0.82
마케팅능력		2	3	1	4	3	4	3	3	2	2	3	2.73	0.90
연구개발력		2	3	2	4	3	5	4	5	3	4	3	3.45	1.04
지리적 위치		4	4	3	3	2	5	5	5	4	4	3	3.82	0.98
디자인우월성		2	2	3	3	3	4	3	4	3	4	4	3.18	0.75
자본력		2	2	1	3	2	3	3	4	2	2	3	2.45	0.82

자료: 설문조사 결과

주: 1점-매우 취약함, 2점-취약함, 3점-보통, 4점-강함, 5점-매우 강함

표 3. 지역 사회적기업 경쟁력 향상을 위한 지원 우선순위

업체	항목	사업비	시설비	운영비	우선구매	사업위탁	인건비	전문인력	경영지원
진주YMCA 아가야		6	5	4	7	2	1	3	8
참사랑휴먼케어센터		7	4	5	3	2	8	1	6
진주시민미디어센터		7	5	8	2	3	6	1	4
새노리		5	6	4	1	8	2	3	7
경남재활복지재단		2	1	5	3	8	4	6	7
다문화네트워크 진주시부		6	7	8	2	1	3	4	5
경남문화예술센터		1	3	4	5	8	2	6	7
문화예술그룹 온터		4	5	6	1	2	7	3	8
메밀영농조합법인		7	2	4	1	8	3	5	6
광재산영농조합법인		3	2	5	4	8	1	6	7
지역순환경제사업단		3	7	4	5	8	1	2	6
평 균		4.64	4.27	5.18	3.09	5.27	3.45	3.64	6.45

자료: 설문조사 결과

주: 숫자는 지원 우선순위(1순위~8순위)를 나타내는 것임.

마케팅 및 금융 지원 등과 같은 간접지원정책 중심으로 바뀔 필요가 있다고 주장한 바 있다.

현재 진주지역 사회적기업들이 공통적으로 처한 가장 큰 어려움은 판로개척을 위한 홍보 및 마케팅 역량이 떨어진다는 점이다. 따라서 사회적기업에서 생산된 상품에 대한 우선구매를 통해 사회적기업의 판로개척에 관의 적극적인 지원이 가장 중요하다고 할 수 있다. 특히 문화·예술 분야의 사회적기업의 주요 고객이 관공서나 기업임을 비추어 볼 때, 진주시의 지역축제 등 각종 행사에서 지역 문화·예술 분야 사회적기업의 우선구매를 통

해 정책적으로 존립기반을 확보해 주는 것이 필요할 것이다.

〈표 4〉는 진주시 사회적기업들의 네트워킹 필요성에 대한 태도를 나타내는 것으로, 평가항목은 공동마케팅/홍보, 공동구매, 비즈니스모델개발, 시장분석/판로개척, 전문인력 교류, 교육훈련/인력양성, 노무/법무공동대응, 사회적자원 동원 등 8개이다.

조사 결과 항목별 평균이 모두 4점을 넘은 상태이므로, 전체적으로 사회적기업간 네트워킹이 필요함을 보여주고 있으며, 특히 시장분석/판로개

표 4. 사회적기업의 네트워킹 필요성에 대한 인식

항목	기업	인증	인증	인증	예비	예비	예비	예비	예비	마을	마을	마을	평균	표준편차
공동마케팅/홍보	5	4	5	5	3	5	4	3	5	4	5	4.36	0.81	
공동구매	5	4	4	5	2	5	4	3	5	4	5	4.18	0.98	
비즈니스모델개발	4	4	3	5	3	5	4	4	5	4	5	4.18	0.75	
시장분석/판로개척	3	4	5	5	4	5	5	4	5	5	5	4.55	0.69	
전문인력 교류	4	4	2	5	4	5	5	5	3	5	5	4.27	1.01	
교육훈련/인력양성	4	5	2	5	5	5	4	4	3	5	3	4.09	1.04	
노무/법무공동대응	3	5	4	3	5	5	5	5	5	4	5	4.45	0.82	
사회적자원 동원	5	4	4	5	5	5	4	5	3	4	5	4.45	0.69	

자료: 설문조사 결과

주: 1점-전혀 필요 없음, 2점-필요 없음, 3점-보통, 4점-필요함, 5점-매우 필요함.

척의 경우 4.55점으로 매우 높은 네트워크 필요성을 나타내고 있었으며, 노무/법무 공동대응, 사회적자원 동원, 공동마케팅/홍보 또한 사회적기업간 네트워크 필요성이 높은 편에 속한 항목이다.

5. 진주시 사회적기업 육성을 위한 유형별 검토사항

1) 사회서비스 기반형

진주시는 다른 도시보다 여성과 노년층의 인구 비율이 높은 편이어서 사회서비스 기반형의 사회적기업을 육성하는 데 중점을 둘 필요가 있다. 현재 진주시 사회서비스 기반형 (예비)사회적기업은 진주YMCA 아가야, (유)참사랑 휴먼케어센터, (사)함께하는 다문화네트워크 진주지부 등 3개가 있으나, 잠정적으로 사업이 중단된 진주YMCA 아가야를 제외하면 실제로는 2개 업체에 불과하다.

(사)함께하는 다문화네트워크 진주지부의 경우, 전문적인 사업운영과 안정적인 수익으로 결혼 이주민자와 취약계층에게 꾸준한 일자리를 창출할 가능성이 매우 높은 기업이라 볼 수 있으므로, 2013년 노동부인증 사회적기업으로 전환할 수 있도록 행정적인 절차지원이 우선적으로 필요하다. 장기적으로 진주시 관내의 초·중학교들의 방과 후 학교에 사회적기업이 진출할 수 있도록 진주시 기관연계를 통해 우선구매 형식으로서의 사업위탁이 요구된다.

진주YMCA 아가야는 노동부 인증 사회적기업이지만 지난 1년 동안 운영상의 어려움으로 사업이 중단된 상태이므로, 사회적기업으로 인증된 후의 지속적인 관리와 지원도 필요함을 알 수 있다. 진주YMCA 아가야의 지속적인 운영을 위해서는 사업운영을 위한 인건비 지원도 필요하지만 홍보 및 마케팅 활동이 필요하며, 뒤에 논의될 사회적서비스에 대한 바우처제도를 실시하는 것이 유익할 것으로 판단된다. (유)참사람 휴먼케어센터는 사회적기업으로 꾸준히 사업을 이어나갈 수 있는 기업이며, 앞으로 점점 사업영역이 확대될 전망인 기업이므로, 기존 진주시 사회적기업에 대한 홍보역시 이루어져야 할 것이다.

사회서비스 기반형에 해당하는 사회적기업의 신

규 사업 아이템으로 대학교 졸업 후 청년 실업자들이 운영할 수 있는 도시외곽지역 학생들을 대상으로 한 ‘찾아가는 과외서비스’를 생각할 수 있다. 또한 베이비부머들의 은퇴 본격화에 대비하여 이들을 적극 유치하고 정착에 필요한 사회서비스 지원 프로그램개발이 필요하며, 기존 사회적기업 및 신규 사회적기업들의 역할이 강조되어야 할 것이다. 그 외에도 사회서비스 기반형 신규 사회적기업 모델을 발굴하고 확산하기 위해 여러 정부부처·자치단체의 재정지원일자리사업의 사회적기업 전환을 유도하여 신규 모델을 발굴·전파하는 노력을 기울일 필요가 있다.

2) 문화콘텐츠 기반형

진주시는 타지역에 비해 지역문화 및 역사 콘텐츠 기반이 강하기 때문에 문화콘텐츠 기반형 사회적기업이 활성화될 수 있는 잠재성을 가지고 있다. 진주시는 예로부터 경남 문화·예술의 중심지로 경남문화예술회관과 국립 진주박물관 등 10개소의 박물관, 진주시전통예술회관, 6개소의 공공도서관, 5개소의 소공연장, 3개소의 화랑 및 3개소의 영화관이 있다. 또한 진주시 주요 문화재로는 국가지정 28점, 도지정 61점, 문화재자료 61점 등 총 150점의 다양한 문화유산을 보유하고 있다.

진주시 문화예술단체의 경우 8개 분야(국악, 무용, 연극, 사진, 문인, 미술·서예, 연예, 음악) 80개 단체에서 약 4,300여 명의 문화예술인이 활동하고 있으며, 매년 10월에는 우리나라 대표축제로 선정된 진주남강유등축제와 개천예술제를 비롯 각종 행사(드라마 페스티벌, 골목길 아트 페스티벌, 진주실크박람회, 진주가요제, 진주 전국 민속소싸움대회 등)가 개최되고 있다.

문화콘텐츠 기반형 사회적기업의 분야는 공연·전시, 문화·예술, 소프트웨어 개발, 역사콘텐츠, 지역적 자산을 활용한 콘텐츠 등이 해당하며, 지역의 문화, 예술, 공연, 역사 콘텐츠 등 주로 지역의 문화적 자산을 활용한 사회적기업 형태를 의미한다. 현재 진주시 문화콘텐츠 기반형 (예비)사회적기업 가운데, 새노리, 경남문화예술센터, 문화예술그룹 온터는 문화·예술 분야에서 각기 가진 역량이 차별적이며 앞으로 문화도시 진주에 걸맞은 대

표적인 문화·예술 사회적기업으로 성장할 가능성이 매우 높은 예비 사회적기업들이다. 새노리는 2013년 노동부인증 사회적기업으로 전환준비를 하고 있으며, 경남문화예술센터와 문화예술그룹 온터도 2014년에 사회적기업으로 전환할 예정이므로 이에 대한 행정적인 절차지원과 경영실무지원이 필요하다.

문화·예술분야 예비 사회적기업들이 지속적 존립기반을 확보하고 성장하기 위한 발판으로 일차리 창출 인건비 등의 단순 재정지원보다는 진주시 차원에서 행사가 개최될 때마다 우선구매를 하거나 사업위탁 등 실질적으로 기업을 키워낼 수 있는 지원이 필요하다. 특히, 진주시민미디어센터와 같이 지역사회에 기여하는 공익성이 큰 사회적기업들에 대한 홍보·마케팅 및 경영지원이 체계적으로 이루어져야 할 것이다.

3) 지역자원 기반형

진주시의 특산물 생산/유통과 체험관광 및 전통시장의 활성화를 위해서는 지역자원 기반형 사회적기업을 육성하여야 한다. 진주시 특화산업으로는 진주실크와 농수산물이다. 진주실크는 전국 실크 생산량의 70% 이상을 차지하고 있으며(김은주·이중호, 2012), 농산물은 전국 제1의 신선농산물 수출도시로 지난해 4,185만 달러의 농수산식품 수출실적을 보유하고 있다.

지역자원 기반형 사회적기업의 분야는 전통시장 활성화, 농수산식품 생산 및 가공/유통, 체험관광, 도농교류, 지역자원관리/활용, 환경, 산림, 자원재활용 등이 해당하며, 지역에 부존하고 있는 매력적인 유희자원을 발굴해서 상품화하는 사회적기업 형태를 의미한다. 따라서, 전형적인 커뮤니티 비즈니스의 성격을 띠고 있는 사업 유형에 해당한다고 할 수 있다.

현재 진주시 지역자원 기반형 사회적기업은 3개 업체에 불과하므로, 이 유형에 대한 적극적인 정책적 지원과 기업 발굴이 요청된다. 우선, 진주시에 존재하고 있는 마을기업들이 지역자원 기반형(예비)사회적기업으로 전환할 수 있도록 사업 컨설팅 및 절차안내가 필요하다. 2013년 중소기업청 발표에 의하면 진주시 장대시장 주차장 건축

(총사업비 25억원, 국비 15억원, 지방비 및 자부담 10억원)과 자유시장 아케이드 설치(총사업비 8억3천3백만원, 국비 5억원, 지방비 및 자부담 3억3천3백만원)가 계획되어 있다. 이 사업을 계기로 진주시 전통시장의 현대화와 더불어 전통시장 활성화를 위한 사회적기업 모델 발굴이 가능할 것으로 판단된다.

전통시장을 사회적기업으로 전환할 경우 주차장 시설을 활용한 사업, 전통시장 맞춤형 카트설치와 택배 등 배송사업, 시장의 빈점포를 활용한 영유아 놀이방운영사업, 중앙시장의 경우 지하상가 빈점포를 활용한 시장문화공간만들기 사업, 농축수산물의 공동구매사업 등을 생각할 수 있다.

그 외에도 진주시의 특화산업인 진주실크와 관련된 신규 사회적기업 발굴이나 기존에 있는 공동브랜드 진주실크를 사회적기업으로 전환하는 것을 검토할 수 있으며, 진주시의 신선농산물인 딸기, 파프리카, 파리고추, 새송이버섯, 단감 생산 농가들이 연합하여 마을만들기 형식의 사회적기업을 설립하는 방안도 고려할 수 있다.

6. 결론 및 정책적 제언

진주시의 사회적기업은 노동부 인증 사회적기업, 경상남도 지정 예비 사회적기업, 행정안전부 지정 마을기업을 포함하여 총 11개 업체에 불과할 정도로 활성화가 되어 있지 못한 상황이다. 진주시의 사회적기업 11개 업체 전수조사를 통한 심층면담과 설문조사 결과, 진주시 사회적기업들은 어떠한 형태로든 상품과 서비스의 생산사슬이 국지화(지역기반)되어 있어 지역성에 기반한 사회적기업이라고 할 수 있고, 사회적기업의 정체성에 걸맞은 공익성 기반을 갖추고 있으나 기업으로서의 존립기반에 필요한 상품과 서비스의 차별적 경쟁력, 경영 능력, 마케팅 능력, 재정적 기반 등 수익성 기반이 상당히 취약한 것으로 나타났다.

따라서 정책적인 지원 없이 시장의 기능에만 맡겨 놓을 경우 재정적 및 마케팅 역량이 떨어지는 이들이 존립기반을 확보할 가능성은 크지 않다. 이처럼 기반이 취약한 진주시 지역 사회적 경제 기반을 활성화시키기 위해서는 정책적 지원을 위한 거버넌스 체계의 개선, 사회적기업의 홍보 및 마케팅

역량 제고를 위한 획기적인 지원책 마련, 기업 혁신역량 강화를 위한 네트워킹 활성화 등의 3대 핵심정책을 조속히 추진할 필요가 있음을 제안한다.

첫째, 진주시의 사회적기업 육성을 위해서는 우선적으로 중간지원조직 센터형식의 ‘진주시 사회적기업 지원센터(전담센터)’가 설립될 필요가 있다. 사회적기업 지원센터의 주요 임무는 소셜 비즈니스를 할 수 있는 잠재력을 가진 기업들을 발굴하고, 각 기업마다 비즈니스 마인드를 키우고 사회적기업으로 진입할 수 있도록 교육을 실시하여야 하는 것이다. 진주시 사회적기업 교육프로그램 운영 시에는 진주시 사회적기업 지원센터 중심으로 하되, 경상대 등 지역 대학들과 연계하여 실시할 수 있다.

설립방식은 진주시의 산하 조직 혹은 외부 위탁 형태가 될 수 있으나, 그 어떤 형태가 되더라도 자체적인 전문 역량을 가지기는 어려우므로 산·학·관의 네트워킹 형태의 거버넌스 체계를 구축하는 것이 바람직하다. 이를 토대로, 사회적기업의 성장단계에 따라 “창업 전 단계 → 창업 단계 → 창업 후 운영단계”로 구분하여 성장단계별 사회적기업들이 필요로 하는 요구사항들을 효과적으로 컨설팅하고, 사회적기업의 역량을 키워줄 수 있는 프로그램들을 실시하여야 할 것이다.

현재 진주시에는 대다수의 일반시민들이 사회적기업의 존재자체를 인식하고 있지 못하고 있고, 사회적기업 역시 마케팅활동에 대한 역량이 미약한 수준이므로 이에 대한 홍보, 교육 및 경영지원이 필요하다. 교육프로그램은 사회적기업뿐 아니라 일반시민들을 대상으로도 실시하여야 하며, 이를 통해 사회적기업 대표자 및 실무자에게 기업가 정신과 기업실무에 대한 역량을 키우고, 일반인에 대한 사회적기업 홍보도 할 수 있다.

그리고 진주시 마을기업과 경남형 예비사회적기업이 사회적기업으로 인증받을 수 있도록 설명회와 모니터링 지원을 실시하는 동시에 이론보다는 실무 중심의 경영자문 서비스를 지원할 수 있어야 한다. 이를 위해 회계·노무·법무·세무 등 분야별 전문기관과 컨소시엄을 구성하여 일상적 경영자문 서비스를 상시 제공하며, 사회적기업의 서비스 지원 수요, 지원기관의 수요 충족을 위한 노력 등 사회적기업을 체계적으로 관리하기 위한 통합 DB

를 구축해야 한다.

아울러, 진주시 사회적기업과 마을기업 지원을 위한 지역별 네트워크 구축과 자원 연계(여러 정부부처, 자치단체, NGO, 종교단체, 기업, 학계, 공공기관, 자원봉사자 및 프로보노전문기관, 경남 사회적기업협의회 및 마을기업협의회 등)를 돕고 신규 모델을 발굴하는 활동을 수행해야 한다. 진주시 사회적기업 지원센터에 소속된 프로보노 활동을 통한 사회적기업의 경쟁력 강화 및 경영개선으로 자립기반을 구축하고, 이를 위한 방법으로 전문가들이 자발적으로 사회적기업을 돕는 ‘사회적기업 프로보노협의회’ 운영을 지원하는 것도 검토할 수 있다.

둘째, <표 2>와 <표 3>을 통해서도 잘 나타나듯이, 진주시 사회적기업들이 처한 가장 현실적인 어려움은 홍보 및 마케팅 역량 부족에 따른 수익성 악화 문제이다. 이를 극복하기 위한 방법으로 현재 프랑스에서 활발하게 운영되고 있는 바우처 제도를 검토할 필요가 있다.

흔히 복지 서비스 이용권이라고도 불리는 사회 서비스 바우처 제도를 진주시 사회적기업에도 적용하여 사회적기업의 상품 및 서비스를 이용할 수 있는 ‘진주시 사회적기업 바우처 제도’ 도입을 검토할 필요가 있다. 진주시가 사회적기업 바우처 제도를 도입한 경우, 바우처 사용을 위해 진주시민들은 자동적으로 사회적기업에 대한 관심을 가지게 될 것이다.

진주시 전통시장의 활성화를 위해 ‘전통시장 온누리 상품권’의 이용에 대한 집중적인 홍보를 하는 것처럼 진주시 사회적기업의 발전 및 정착을 위해 사회적기업 바우처 제도를 도입함으로써 사회적기업에 대한 홍보역할도 하게 된다. 바우처 제도와 더불어 사회적기업의 안정적인 판로확보를 위해 공공기관의 사회적기업 제품이나 서비스의 우선구매 확대를 통해 사회적기업 자립지원을 할 수 있을 것이다.

셋째, <표 4>를 통해 진주시 사회적기업들의 경우 네트워킹의 필요성은 높게 인지하고 있는 반면 실질적인 네트워킹 활동은 매우 미약함을 알 수 있다. 사회적기업이 지역 내 문제해결과정에서 시작된 것이고 이를 해결해 나감으로써 지역의 사회적 경제를 활성화시켜 나가는 과정으로서 설명된

다면 지역 내 사회적기업간의 네트워크 중요성은 매우 높다고 할 수 있다.

지역내·외의 사회적기업들과의 네트워크를 활성화하기 위해서는 진주시 사회적기업지원센터를 조속히 설립하여 이를 매개로 한 각종 네트워크 활동을 촉진하는 것이 가장 현실적인 방안이다. 지역내 사회적기업들이 참여하는 포럼과 워크숍을 주기적으로 개최하고, 토론타임을 활용하여 실제 사회적기업가들의 의견을 듣고 지역특성이나 사업 특성에 맞는 사회적기업 활성화 방안 및 자립방안을 모색할 수 있을 것이다.

그 외에도 사회적기업 활성화를 위해 중견기업이나 지역의 민·관 단체(대학 및 초·중·고 학교 등)와 사회적기업을 연결하는 ‘1사 1사회적기업’ 결연 추진하여 사회적기업의 홍보 및 마케팅 역량을 강화하는 것도 고려할 수 있다.

주

- 1) 본 연구에 사용된 사례 조사 내용은 필자가 수행한 「지역특화자원을 활용한 사회적기업 모델발굴(진주시, 2013)」의 내용을 토대로 작성한 것이다.
- 2) 이 항목에 대한 설문조사 결과, 사회적기업 인증기업들에 비해 예비 사회적기업들의 자체 경쟁력 평가 점수가 높은 것으로 나타났다. 이러한 결과는 자기 회사에 대한 경쟁력에 대한 평가 점수는 대표자의 주관적 인식이 크게 반영된 것으로 볼 수 있다. 본 조사결과를 기업 간의 경쟁력 비교를 위한 근거 자료로 활용하기는 어렵다고 할 수 있으며, 항목별 비교평가 결과를 통해 진주시 지역 사회적기업들의 전반적인 강약점을 파악하는 자료로 활용하는 것이 적절하다고 판단된다.

문헌

김경휘·반정호, 2006, 한국 상황에서의 사회적 기업의 개념과 유형에 관한 소고, 노동정책연구, 6(4), 31-54.

김은주·이중호, 2012, 진주 실크산업 집적지의 혁신역량과 활성화 정책 평가, 한국지역지리학회

지, 18(4), pp.388-399.

김혜원, 2011, 한국의 사회적기업 지원정책의 개선 방안 연구: 일자리창출 중심의 지원에 대한 비판을 중심으로, 한국사회정책, 18(1), 209-238.

남승현·조창현·정무권, 2010, 사회적 기업의 개념화와 유형화 논쟁: 사회적 기업의 다양성과 역동성의 이해를 위하여, 창조와 혁신, 3(2), 129-173.

양준호, 2011, 지역과 세상을 바꾸는 사회적기업: 개념·사례·정책과제, 도서출판 두남.

이홍택·정성훈, 2012, 커뮤니티 비즈니스와 지역 발전 -서울특별시 마포구 성미산 마을을 사례로-, 한국경제지리학회지, 15(4), 706-718.

최조순, 2013, 지역일자리 창출 정책의 제도적 동형화에 관한 연구 - “사회적기업”과 “마을기업” 정책을 중심으로, 시민사회와 NGO, 11(1), 3-32.

Amin, A. (ed.), 2009, *The Social Economy: Alternative Ways of Thinking about Capitalism and Welfare*, London: Zed Books.

Cameron, J. & Gibson, K., 2005, Alternative Pathways to Community and Economic Development: The Latrobe Valley Community Partnering Project, *Geographical Research*, 43(3), 274-285.

Kerlin, J., 2006, Social Enterprise in the United States and Europe: Understanding and Learning from the Differences, *Voluntas*, 17(3), 247-263.

• 교신 : 이중호, 660-701, 경남 진주시 진주대로 501 경상대학교 지리교육과(이메일: jhl@gnu.ac.kr, 전화: 055-772-2185)

Correspondence : Jong-Ho Lee, Department of Geography Education, Gyeongsang National University, 501 Jin-ju-Daero, Jinju City, Gyeongnam, Korea (email: jhl@gnu.ac.kr, phone: +82-55-772-2185)

(접수: 2013.10.27, 수정: 2013.11.14, 채택: 2013.11.22)