



사회적기업의 역할과 지속가능한 관광개발의 사회문화적 효과*

- 전라북도 관광분야 사회적기업 '이음' 사례를 중심으로 -

A Study on the Role of Social Enterprise and the Socio-Cultural Effect of Sustainable Tourism Development: Focusing on the Case of Jeollabuk-do Tourism Social Enterprise, 'Ieum'

허 문 경**

Heo, Moon-Kyung

요약 : 본 연구에서는 국내에서 관심이 크게 증가하고 있지만 관광분야에서는 아직 연구가 활발하지 않은 사회적 기업에 대하여 살펴보았다. 사회적기업은 정부의 장려정책과 지속가능한 개발에 대한 사회적 요구로 인하여 양적인 성장과 더불어 사회일반의 인식도 확대되고 있다. 이러한 사회적기업의 기업 활동이 지역사회에 어떠한 영향을 미치는지 전라북도의 사례에 초점을 맞추어 분석하고자 하였다. 이를 위해 전라북도에서 활동하는 관광분야 사회적기업에 대하여 현장조사와 관련자 대상 심층인터뷰조사를 실시하였다. 조사기간은 2011년 7월부터 2014년 6월까지이며 이 기간 중 여러 차례의 현장조사와 관련자 9명에 대한 심층인터뷰가 이루어졌다. 여기에서 수집한 자료는 선행논문이 없는 연구에 적용하여 후속연구의 기초자료로 삼는데 적합한 분석방법인 근거이론으로 분석하였다. 분석결과, 조사대상 관광분야 사회적기업의 기업 활동은 지역관광발전에 중요한 역할을 했을 뿐만 아니라 사회혁신의 모델로서 인정받은 것으로 나타났다. 그러나 취약한 경제적 기반 등으로 인하여 사회적기업의 운영은 어려움을 겪고 있으며 이는 사회문화적 효과를 대상으로 하는 연구에도 영향을 미치고 있다. 이러한 결과는 향후 관광분야 사회적기업의 목표설정과 연구영역의 설정에 있어서 시사점을 제시할 수 있을 것으로 기대한다.

핵심어 : 사회적기업, 지속가능한 관광개발, 전라북도, 근거이론

ABSTRACT : This study examines social enterprises which have gained attention in Korea, despite the lack of research by the tourism sector. Social enterprises are raising public awareness, along with a quantitative growth driven by government support and social demand for sustainable development. This study analyzes the effect of social enterprises on local communities, focusing on the case of Jeollabuk-do. Several rounds of field surveys were conducted in tourism social enterprises throughout the province as well as doing in-depth interviews with nine relevant people from July 2011 through June 2014. The collected data were analyzed using Grounded Theory, a social science methodology involving theory construction as a baseline for future research. The research showed that tourism social enterprises played an important role in developing local tourism while recognized as a social innovation model. However, they struggled with a weak economic base, which influenced the research on their socio-cultural effect. The findings and implications are expected to help set goals for tourism social enterprises and their research scope in the future.

Key words : Social enterprise, Sustainable tourism development, Jeollabuk-do, Grounded theory

* 이 논문은 한국연구재단의 지원을 받아 수행된 연구임(NRF-2011-358-B00052).

** 전주대학교 문화관광연구소 연구교수, e-mail: mkheo@jj.ac.kr

I. 서 론

우리나라에서 사회적기업에 대한 관심이 높아진 것은 관련법의 제정과 조직의 구성 등 제도적 뒷받침에 힘입은 바가 크다. 2007년 사회적기업 육성법이 제정되고 이를 근거로 2008년부터는 고용노동부에 의해 사회적기업에 대한 인증이 실시되었으며, 2011년에는 한국사회적기업진흥원이 출범하면서 사회적기업가 양성, 사회적기업 모델 발굴 및 사업화 지원, 사회적기업 모니터링 및 평가, 업종과 지역에 따른 전국단위 사회적기업 네트워크 구축 및 운영지원, 통합정보시스템 구축, 컨설팅지원이 시작된 것에서 사회일반의 사회적기업에 대한 관심이 비롯되었다(<http://www.law.go.kr>).

하지만 이러한 제도의 마련과 인식변화의 배경에는 신자유주의 경제체제의 영향 하에서 세계화가 가속화되면서 빈부격차가 심화되고 거대자본에 의해 중소기업이 잠식되고 개인의 존엄성이 손상되는 상황을 타파하고자하는 의지, 즉 인류보편의 가치인 '사회적 선의(善意)'와 민주주의를 실천하고자하는 동기가 작동하고 있다고 볼 수 있다(Polany, 2009; Sen, 2008). 국제적으로는 200여개의 글로벌기업이 참여하는 WBCSD (the World Business Council for Sustainable Development)가 기업의 환경문제와 사회적 지속가능성의 문제에 대한 비즈니스 솔루션을 제공하고 있고, 우리나라에서는 세계화의 주역으로 작동했던 IMF에 의해 경제구조조정을 겪은 1997년 이후 신자유주의 경제체제에 맞서는 움직임이 강화되어 2010년에는 정부주도로 동반성장위원회가 구성되었고 산업 전반에 대기업과 중소기업이 상생하는 분위기가 조성되었다 (<http://www.socialenterprise.or.kr>; <http://www.winwingrowth.or.kr>).

이러한 패러다임의 변화는 관광분야에서도 관찰되는데, 일반적으로는 여전히 여가와 관광이

자본에 의해 만들어진 상품, 즉 소비재로서 인식되고 있는 반면, 비록 일부에서나마 점차적으로 여가와 관광의 공공재로서의 가치와 지속가능성에 대한 관심이 늘어나고 공정여행에 대한 이해의 폭이 넓어지고 있으며, 이에 따른 기업의 사회공헌에 대한 참여와 학계의 연구 활동도 확대되고 있다(김균목·고동완, 2012; 김현주, 2010; 박종안, 2011; 이광우, 2009; 황희정·이훈, 2011, 2013a, 2013b).

관광의 지속가능성에 대한 관련 국제기구의 정의를 살펴보면 "지속가능한 관광이란 지역사회 편익을 극대화시키고 비용을 최소화하며, 관광지의 문화와 자연환경을 지속적으로 보존하고 관광산업의 경제적 지속성을 보장해줄 수 있는 관광"을 말하며, 환경적 지속가능성과 함께 관광을 통해 방문하는 지역의 사회문화적 고유성을 존중하고, 생활문화와 전통의 가치를 보존하며, 문화 간 이해와 관용에 기여하는 관광이 되어야 한다고 명시하고 있다(UNEP & UNWTO, 2005; <http://www.wbcsd.org>; <http://www2.unwto.org>).

한편 국내에서는 지속가능한 개발의 개념을 '저탄소 녹색성장'으로 받아들이면서 경제성장과 환경보호의 양립성에 주목할 뿐 사회정의라는 차원에는 상대적으로 관심을 덜 기울이는 경향이 나타나기도 하며, 이에 대하여 지속가능한 개발이란 경제발전과 환경보호와 더불어 사회정의에 대한 사회일반의 요구를 고르게 충족시키는 개발의 방식이라는 점이 지적되고 있기도 하다(김남조, 2013; 윤순진, 2009; 최석호·김남조·최승담·김봉중, 2008). 또한 사회적기업의 경우에도 정의가 다양하여 통일된 정의가 없고, 이윤창출을 위한 경제적 목적과 공공성·공익성이라는 사회적 목적을 동시에 추구하는 기업으로 이해되고 있다(신용석, 2010).

이러한 배경에서 본 연구는 사회적기업의 역할과 지속가능한 관광개발의 사회문화적 효과를

함께 다루고 있다.

관광에 의해 초래되는 사회문화적 영향을 파악하는 것은 사회경제적 가치를 측정하는 평가시스템인 SROI(social return on investment)를 적용하는 것과는 달리 질적 연구방법에 의한 접근이 될 수밖에 없다(오상환, 2014). 취약계층에 대한 고용창출과 그들에게 행한 사회서비스의 비율로 관광분야사회적기업의 역할과 기업활동에 의해 나타나는 사회문화적 효과를 논할 수는 없기 때문이다. 전북 사회적기업을 중심으로 한국 사회적기업에서의 사회적 가치에 관한 연구를 진행한 진희선(2014)의 경우는 사회적기업에서의 사회적 가치와 구성요소를 시장경제와 관련된 여러 학자들의 주장, 사회적 회계보고서의 사회적 가치 평가, 유럽 사회적 기업 정책과 사례연구로부터의 추론을 통해 사회적 이슈, 미션, 민주적 의사소통구조, 네트워크 및 파트너십, 지속가능성으로 도출하여 10개의 각각 다른 분야의 사회적기업을 대상으로 조사했다. 한편, 문화기본법에서 규정하는 '문화영향평가'의 경우에는 '국가와 지방자치단체는 각종 계획과 정책을 수립할 때에 문화적 관점에서 국민의 삶의 질에 미치는 영향을 평가하여 문화적 가치가 사회적으로 확산될 수 있도록' 해야 하는데, 이 경우에는 '우리 사회 영역 전반에 확산되는 정책이나 규모가 큰 정부사업이 문화영향평가의 대상이 된다(http://www.law.go.kr).

신용석(2010)의 지적처럼 관광분야 사회적기업의 경우, 국내에서는 대안여행을 지향하는 소수의 사회적기업이 활동하는 수준으로서, 관광분야 사회적기업에 관한 연구도 대안여행, 공정여행기업에 머물러있다.

따라서 공정여행으로 비롯되는 관광분야 사회적기업의 활동이 지역사회 사회문화적, 경제적 지속가능성에 미치는 영향에 대한 포괄적이고 근본적인 물음에 대한 접근은 기존의 연구에서 찾아보기 쉽지 않다.

본 연구에서는 이 분야에서 선도적인 기업인 '이음'의 사례를 중심으로 지속가능한 관광개발의 과정에서 사회적기업이 어떠한 역할을 해왔으며 지역사회에 어떠한 영향을 미쳤는지를 파악하여, 그 결과로서 전통문화계승과 관광산업증진을 지역발전의 주요전략으로 삼고 있는 진주를 중심으로 하는 전라북도 지역에서 일어나고 있는 문화의 변이, 지속가능한 관광개발의 새로운 양상을 분석하여 향후 정책수립을 위한 시사점을 얻고, 후속연구를 위한 이론적 토대를 마련하고자 한다. 즉, 관광이 공공재로서 어떠한 사회문화적 의미를 지니는지를 관광분야 사회적기업 활동을 통해 규명하는 것이 연구의 목적이다.

연구의 시간적 범위는 2011년 7월부터 2014년 6월까지이다. 이 기간 중 '전주사회경제네트워크'에서 시작하여 '전라북도 사회적기업·협동조합 통합지원센터'의 기능을 겸하는 '전북사회경제포럼'(전라북도사회적기업협의회)도 여기에 속함)이 발족되었고, 포괄적인 사회적경제 조직의 협의체인 '전북협동사회경제연대회'의 발족이 이루어졌다. 이러한 상호작용 가운데 관광분야 사회적기업의 역할과 특성을 파악할 수 있을 것이라고 기대한다.

연구방법으로는 선행연구가 없으며 명확한 개념이 확립되지 않은 연구대상의 분석에 적합한 근거이론(grounded theory)을 적용하는데, 근거이론은 문헌연구(literature review), 현장조사(field survey), 심층인터뷰(in-depth interview)를 순환적 구조로 반복하여 분석 작업을 하는 가운데 기초이론을 생성하는 연구방법이다. 한편, 근거이론으로 접근하는 연구에서 연구문제(research question)는 조사대상자의 '경험과정'을 다루게 된다. 따라서 본 연구에서는 '전라북도 관광분야 사회적기업의 활동을 통해서 참여자들은 어떠한 경험을 했는가?'를 연구문제로 정한다. 연구결과의 일반화를 목적으로 하는 정량적 접근과 달리 문화인류학자 Geertz(2009)가 언급

한 연구대상에 대한 '두터운 묘사(thick description)'를 기대한다.

II. 선행문헌고찰

1. 사회적기업

사회적기업이란 사회적 목적을 우선적으로 추구하면서 영업활동을 수행하는 기업조직으로서 재화나 서비스를 생산, 판매해서 이윤을 창출하지만 그 활동의 동기가 사주나 주주의 이익실현이 아니라 사회적 목적을 실현하는 것에 있는 기업을 말한다. 영리기업이 이윤추구를 목적으로 기업 활동을 수행하는데 비해 사회적기업은 사회 서비스 제공, 각종 사회문제의 해결, 지역통합, 일자리 창출에 기업의 존립목표가 있다는 점에서 크게 차이가 있다. 즉, 기업은 경제적인 가치를 추구하고, 비영리기관은 사회적가치를 추구한다는 기존의 개념에서 나아가서 사회적책임 활동을 하는 기업, 수익창출 활동을 하는 비영리기관의 역할을 포괄하는 새로운 영역으로 이해할 수 있다. 한편, 2012년 2월에 공포된 '사회적기업 육성법'에서는 사회적기업을 취약계층에게 사회서비스 또는 일자리를 제공하여 지역주민의 삶의 질을 높이는 등의 사회적 목적을 추구하면서 재화와 서비스의 생산, 판매 등 영업활동을 하는 기업으로서 고용노동부 장관의 인증을 받은 기관으로 정의하고 있다(<http://www.socialenterprise.or.kr>). 사회적기업을 육성하여 우리 사회에서 충분하게 공급되지 못하는 사회서비스를 확충하고 새로운 일자리를 창출함으로써 사회통합과 국민의 삶의 질 향상에 이바지함을 목적으로 하고 있는 것이다.

한편, 우리나라에서 사회적기업의 역사는 1990년대 후반 금융위기에 따른 일자리창출 사업으로서 자활기업이 도입된 것으로부터 비롯되었다.

이러한 배경에서 사회적기업 관련 업무를 관장하는 고용노동부는 사회적기업의 종류를 취약계층에 대한 '일자리 제공형', '사회서비스 제공형', '혼합형', '기타형'으로 분류하였고, 2011년에 신설된 분류기준으로서 지역사회 주민의 삶의 질 향상에 기여하는 '지역사회 공헌형'을 도입했다(<http://www.socialenterprise.or.kr>; <http://www.winwingrowth.or.kr>).

여기에서 유추할 수 있는 사실은 다음과 같다. 첫째, 우리나라에서 사회적기업에 대한 지원의 우선 목표는 취약계층에 대한 일자리 제공에 있다. 둘째, 위에서 제시한 사회적기업의 정의를 관광분야 사회적기업에 그대로 적용하기에는 무리가 있다. 셋째, 재화가 아닌 서비스를 생산, 판매하는 관광분야에서는 '사회적 목적의 실현여부를 계량화하여 판단하기 곤란한' 기타형과 '지역사회 주민의 삶의 질 향상에 기여하는' 지역사회 공헌형의 사회적기업이 주류를 이루게 되는데, 이들 관광분야 사회적기업에 대한 평가기준을 명확히 하는 것은 한국사회적기업진흥원이 '사회적 목적의 실현여부를 계량화하여 판단하기 곤란'하다고 표현한 것처럼 쉽지 않을 것이라는 점이다(Alter, 2004; Defourny, 2006).

관광분야 사회적기업이란 명칭은 한국문화관광연구원 이 발간한 관광분야 사회적기업 활성화 방안(신용석, 2009)에서 처음 쓰이고 있는데, 고용노동부의 사회적기업 분류에서는 문화·예술·관광·운동분야 가운데 속해있다. 한편, 또 다른 분류도 있어서 관광분야 사회적기업은 아직 개념과 분류가 정착되지 않은 것을 알 수 있다.

한편, 전북발전연구원은 2012년 협동조합기본법 시행을 계기로 사회적 경제 조직을 6개 유형으로 분류하고 농업생산자조직(122개), 비영리민간단체(25개), 사회적기업(94개), 자활관련조직(94개), 마을공동체조직(39개), 중소기업협동조합(18개) 등 392개 조직에 대하여 실태조사를 실시하였다. 황영모 전북발전연구원

부연구위원에 의해 발표된 조사결과에 의하면, 전라북도에서 활동하고 있는 사회적경제 관련 조직은 4,028개소로 분석되었고, 사업은 조직유형에 따라 대별되기보다 조직별로 매우 다양하게 분포되는 것으로 나타났다. 이 가운데 관광과 관련된 주요사업별 조직유형을 보면, '비영리민간단체는 문화예술활동, 교육서비스분야에서 사업 비중이 높고, 마을공동체조직은 농축산물생산·가공·판매를 중심으로 마을만들기, 농촌관광이 결합된 형태로 파악되었다. 여기서 관광분야는 '문화예술활동'분야와 '농촌관광'분야로 나뉘어져 있다. 그 내용은 다음 <표 1>과 같다.

이 조사를 통해서 알 수 있는 사실은 사회적기업 뿐만 아니라 보다 광범위한 사회적경제조직의 영역에서 관광과 관련된 사업이 이루어지고 있다는 점이다. 이 조사는 전라북도 지역 사회적경제 조직에 대한 전수조사에 의미가 있었고, 고용현황, 자본금 및 운영예산, 주요사업, 원재료 구입 및 상품/서비스에 대한 판매처, 가격결정, 경쟁력 평가, 그리고 매출액 및 순수익에 대한 실태 파악이 목적이었다(전북광역자활센터, 2013; 전북협동사회경제연대회의, 2014).

진희선(2014)은 사회적기업에서의 사회적 가치에 초점을 맞추어 전라북도 사회적기업 10개를 대상으로 분석했는데, 문헌을 통해 사회적 가치와 구성요소를 정의하고 전라북도 사회적기업을 시민 주도적 사회적기업과 관주도적 사회적기업으로 분류하여 각각의 조직에서 나타나는 사회적 가치를 비교하였다. 비교를 위한 항목은 사회이슈발견하기, 미션설정하기, 민주적 의결구

도 및 민주적 의사소통 구조, 네트워크 및 파트너십, 인간의 정의 및 지속가능한 환경이었다. 두 집단 간에는 관주도적 기업은 자활조직에서부터 파생했고, 시민주도적 기업은 시민단체에서 사회적기업으로 전환한 경로의 차이로 인하여 조직의 성격에 차이가 있었다.

앞서 인용한 전북발전연구원과 진희선(2014)의 연구결과로부터는 전라북도 사회적경제, 사회적기업 전반의 기초 정보를 획득할 수 있다. 관광분야의 경우, 현재 사용되는 개념의 정의가 지나치게 협소한 반면, 개념과 범위를 확장한다고 하더라도 유형별 분류에 어려움이 클 것으로 예상된다. 따라서 성과가 뛰어난 기업이라든지, 사업, 네트워크의 관계 등의 사례연구가 현실적에서는 바람직한 접근방법이 될 것이라고 판단된다.

신용석(2009)은 사회적기업의 개념과 국가별 특성, 선진사례를 제시하고, 우리나라의 현실에서는 향후 얼마간 관광분야 사회적기업에서 성과를 기대하기 힘들 것이라는 예측을 내놓았다. 복지관광분야의 공공구매를 가장 실효성 있는 대안으로 제안했다.

한국문화관광연구원 발행, 『한국관광정책』(2010, autumn no. 41)기획특집에서는 '관광의 공익적 가치를 생각한다'를 주제로 다음과 같은 내용을 다루고 있다.

강신겸(2010)은 '관광의 공익적 가치, 사회적 가치에 주목하자'고 주장하며, 관광의 경제적 가치는 앞으로도 여전히 중요하지만 이밖에도 국민의 삶의 질 향상과 사회통합, 문화의 전승과 창조, 인류 보편적 가치의 학습과 공유, 생태계의

<표 1> 전라북도 사회적경제 조직 유형별 주요사업 현황

구분	농업생산자 조직	비영리 민간단체	사회적기업	자활관련 조직	마을공동체 조직	중소기업 협동조합
문화/예술활동	0.6%	45.0%	9.0%	0.9%	5.5%	4.3%
농촌관광	3.0%	7.5%	6.6%	0.9%	12.8%	8.7%

주: 전북발전연구원 황영모 부연구위원에 의해 조사되고 전북광역자활센터(2013), 전북협동사회경제연대회의(2014)에서 발표된 자료를 토대로 연구자가 관광분야만을 발췌하여 제시함.

보전, 쾌적한 환경 정비 등 다면적 가치를 지니고 있다고 강조했다. 이훈(2010)은 법철학자 샌달(Sandal)의 평등주의적 관점, 정의론적 관점에서 행복과 행복추구권에 대한 논의를 바탕으로 모두가 행복한 관광의 개념을 분석하고, 장애인 관광의 사례와 실천과제를 제시했다. 백진양(2010)은 2005년도 통계에 의하면 1년에 한 번이라도 관광을 다녀온 장애인은 전체의 7%에 불과하다고 했고, 소외계층의 여행기회 마련의 중요성을 언급했다. 김인선(2010)은 청소년문화학교의 사례를 통해 테마를 강화하고, 소규모화하고, 참여를 강화하는 공정여행을 권했다. 변형석(2010)은 2010년 현재 관광분야 고용노동부 인증 사회적기업은 '우리가만드는미래'와 '트레블러스맵' 2개에 불과하다고 하면서, '우리가만드는 미래'의 경우 교육서비스업으로 분류되기 때문에 실질적으로는 1개에 불과하다고 밝히고 있다. 그러나 공정여행을 취급하는 사회적기업의 협의체인 사단법인 '지속가능한 관광 사회적기업 네트워크'에는 위의 2개 기업을 포함하여 '이장'의 자회사인 '레스코리아', 국제NGO 아시안브릿지가 설립한 '착한 여행', 10년의 활동이력 있는 '제주 생태관광', 한국 최초로 공정여행 상품을 취급한 '국제민주연대', 진안군마을만들기 사업에서 시작된 '진안공정여행사업단(풍덩'의 전신), 대전을 활동기반으로 하는 '공감만세' 등이 있고, 이밖에도 수많은 마을단위 관광시설과 체험마을을 포함하면 그 대상이 확대된다는 것을 지적하고 있다. 최영희(2010)는 관광문화가 도덕적 관광으로 변화하고 있다고 언급하고 우리나라와 세계 각국의 관광분야 ODA 사례를 비교하여 제시했다. 김현주(2010)는 '국내외 지속가능한 관광의 현재와 미래'를 주제로 2010년 9월 10일 열린 제1차 지속가능한 관광정책 포럼의 내용에 대하여 다음과 같이 보고했다. 지역주민이 참여하는 사회적기업의 육성을 통해서 지역사회에 편익이 발생되어야하며, 문화관광분야 기업

의 특성에 맞는 사회적기업 육성정책이 뒷받침되어야 하며, 안성시를 사례로 '관광이 수단이 되어서 지역을 변화시킬 수 있다'는 지역사회관광(community based tourism)의 사례가 강조되었다. 『한국관광정책』(2012, summer no. 48)에서는 인천광역시 관광분야 사회적기업 육성방안이 소개되었다(심진범, 2012).

이밖에 최지영(2012)은 관광 사회적기업의 네트워크의 행위자, 상호작용, 관계구조의 측면에서 2009년과 2010년 사이의 변화를 관찰했다. 민용기(2013)는 소비자들의 여행사 사회적 책임활동(CSR)의 평가와 신뢰, 브랜드자산가치, 고객충성도 간의 관계를 살펴본 결과, 소비자들의 CSR이행 여행사에 대한 긍정적 평가가 CSR여행사에 대한 신뢰 및 브랜드자산가치를 높여 CSR여행사에 대한 고객충성도가 높아지는 관계가 성립하는 것을 확인했다. 논문을 검토한 결과, 최지영(2012)이나 민용기(2013)의 논문과 같은 주제에서는 관광분야 사회적기업의 연구에서도 사례를 많이 접할 수 있을 것으로 판단되었다. 다만, 관광산업에서 사회적 책임활동과 사회적기업의 개념과 유형을 분류하고 향후 추이를 분석한 논문(김균목·고동완, 2011, 2012; 민용기·김남조, 2010; 신용석, 2010; 정명주·정인선·김병국, 2011; 허문경, 2012, 2013)이 주류를 이루고 있어서 관광분야 사회적기업 연구가 아직은 탐색적인 접근 단계에 있음을 알 수 있었다.

2. 지속가능한 관광개발

관광분야에서 지속가능한 개발의 개념은 1993년 세계관광기구(UNWTO)가 발표한 '미래세대의 욕구를 저해하지 않으면서 현 세대의 욕구를 충족시킬 수 있는 개발'이라는 정의로부터 시작되는데, 이것은 관광분야에 지속가능한 개발의 개념을 적용한 것으로서 '브룬트란트보고

서'에서 최초로 언급되었다.

이후 2002년 리우환경협약의 부대행사로 마련된 RTD(responsible tourism development)를 통해 논의가 본격화되었다. 종래의 관광행태의 부작용을 완화할 대안으로서 공정여행의 필요성이 역설되었으며, 기존의 개발방식의 부작용을 완화할 대안적 개발이 주목받기 시작했다. 즉, 다음과 같은 개념이다. 관광개발이 지역경제발전을 위한 유일한 대안이 아니라는 점을 인식한다. 지역사회의 경제활동 참여를 장려하여 수익창출의 기회를 확대하고 역외유출을 감소시킨다. 지역에서 생산되는 상품의 유통을 장려한다. 관광개발의 의사결정 과정에서 지역사회의 적극적인 참여를 장려한다. 지역주민의 부당한 노동력 착취와 인권침해를 방지한다. 지역사회의 문화를 존중하고 사회문화적 다양성을 인정한다. 관광개발자들의 환경의식을 일깨우고 관련분야 전문가들의 조언을 수렴한다(김성일·박석희, 2001; 변형석, 2010; Buckley, 2012; Casagrandi & Rinaldi, 2002; Minnaert, Maitland & Miller, 2006, 2009; UNEP & UNWTO, 2005).

지속가능한 관광에 대한 사회일반의 인식은 공정여행분야 사회적기업이 등장하면서 소비적이고 향락적인 여행문화, 낮은 윤리의식에 기반한 여행업의 문화를 바꿔보자는 움직임에서부터 변화가 일고 있다. 국내의 관련기업으로는 청소년 대상 역사문화여행과 빈곤아동의 여행체험학습을 지원하는 '우리가 만드는 미래'가 있으며, 서울시 청소년직업체험학교인 하자센터를 통해 발족된 '트레블러스맵', 매곡강 주변을 주로 다루는 '착한여행', 제주지역의 '제주 생태관광' 등이 초기의 공정여행기업이며, 이들을 중심으로 '지속가능한 관광 사회적기업 네트워크'가 출범했다. 제주올레의 사례에서 볼 수 있듯이 여행객의 증가는 지역경제 활성화로 이어지고 마을기업을 출현시켜 농가소득을 높인다. 제주올레의 성공은

전국적으로 도보여행에 대한 관심을 환기시켜 이후 다른 지자체의 성공모델이 되었고 일본 큐슈 지역에 까지 운영 노하우를 전하게 되었다(김인선, 2010; 노영순, 2011).

그러나 지속가능한 관광개발의 영역이 공정여행으로 대변될 수 없으며, 아직은 이들 공정여행사, 관광분야 사회적기업, 마을기업 등을 모두 합해도 영향력이 미미하다. 환경과 윤리적소비에 대한 국민의식의 변화를 기대함과 동시에 지역관광과 연계한 관광커뮤니티 비즈니스의 사례들을 축적해나가는 것이 향후 연구로 이어질 것이라고 판단된다(박종안, 2011; 황희정·심진범, 2014).

현 단계에서는 유정우(2007)의 경우와 같이 지속가능한 관광개발에 있어서의 사회자본과 파트너십, 네트워크, 관광거버넌스 간의 구조나, 강원도지역 4개의 농촌체험관광마을을 중심으로 조사한 박종안(2011)의 경우와 같은 지속가능한 커뮤니티 비즈니스 성공모델에 관한 사례연구가 가능하다.

또 하나의 연구방법으로는 관광분야에서 공정성의 개념분석을 해온 황희정·이훈(2011, 2013a, 2013b)의 연구에서처럼 공정성이나 지속가능성 등의 개념을 기반으로 하는 접근이 타당하다고 보인다.

3. 지역의 현황

아직은 맹아단계에 있는 영역이므로 사회적기업 이음, 마당, 수을, 농촌살림연구소, 풍덩 그리고 전주사회경제네트워크, 전라북도 사회적기업·협동조합통합지원센터, 전북협동사회연대회의 등 개별조직의 연혁을 중심으로 지역의 현황을 파악한다.

한편 본 연구의 공간적배경인 전라북도는 전주한옥마을을 중심으로 최근 수년간 방문관광객이 급증하여 전주시는 전통문화의 도시에서 관광도시로의 도시경관과 장소정체성이 급격히 변화

고 있다. 여기에는 국내 최대 규모의 700여 채 전통 한옥촌에 대하여 사업기간 2006년부터 2025년까지 총사업비 16,406억 원 규모의 '전통문화도시 조성 기본계획'이 추진되고 있는 배경이 있다. 이러한 개발의 과정에서 2010년, 한국관광의 별 선정, 국제슬로시티 지정 등으로 관광지로서의 홍보효과가 더해진 것이 관광객을 유인하는 결과로 이어졌다.

2006년부터 2025년까지 시기에 전라북도와 전주시를 대상으로 하는 중앙정부와 지방정부의 각종 개발계획에서는 한옥마을이 오늘날과 같은 관광지가 될 것이라는 예측을 못했고, 따라서 한옥마을 방문관광객의 동선 확장을 다룬 개발계획은 없었음을 확인할 수 있다. 다만 2010년부터 3년간 실시된 국토교통부의 도시재생테스트베드 사업에서는 지속가능한 개발의 원칙 하에서 전주시 구도심지역의 경제적 도시재생을 위하여 관광객의 동선에 대한 고려가 포함되어 있다(국토교통부, 2014).

그런데 전주남부시장 문전성시 프로젝트 '청년몰'에 의해서 관광객의 동선이 한옥마을에서 재래시장으로 옮겨가게 된 것이었다. 2011년부터 2013년까지 수행된 전주남부시장 문전성시 프로젝트는 문화체육관광부와 전주시가 주최하고, 사회적기업 이음이 주관하고, 남부시장변영회가 협력단체로 참여하는 문화를 통한 재래시장 활성화사업이었다. 사업의 목적은 '청년장사꾼'을 육성하여 문화적 생태 다양성이 확보된 활력 넘치는 전통시장을 조성하며, 문화관광자원을 활용한 문화콘텐츠 개발과 문화마케팅 활동을 통한 관광객 유인으로 시장을 활성화하는 것에 있었다. 추진전략은 청년장사꾼들의 자율적이고 주도적인 활동 유도 및 책임감 부여로 사업의 성공과 지속성을 모색하고, 문전성시 프로그램을 통해 청년장사꾼들과 기존 남부시장 상인들의 원활한 융합과 조화를 모색하며, 남부시장을 기반으로 하는 문화네트워크 형성으로 다양한 매력을 가진 시장

을 만드는 것이었다(사회적기업 이음, 2011, 2012, 2013).

문전성시 프로젝트의 연간사업비는 국비와 시비의 매칭으로 1억 원이었고, 이 기간 중 사회적기업 이음은 고용노동부의 사회적기업 인건비 지원은 이미 종료된 상태에서 정규고용인원 43명, 연매출액 35억 원(2011년 기준)규모의 사업체를 유지하고 있었다.

사회적기업 이음은 '리딩컴퍼니 역할로 사회적 재화를 축적'해 나가며(이은애, 2009), '지역개발에 문화를 활용하고 시민들의 동참을 이끌어내어 지역사회의 변화에 주력하는 혁신적인 기업'(진희선, 2014)으로 평가받고 있었다. 1986년 창립된 동호회인 '전통문화사랑모임'으로부터 태동되었고 전주한옥마을을 중심으로 활동을 계속하다가 2002년 전주시의 전주한옥생활체험관, 전통술박물관을 위탁운영하면서 성장하여 2004년 사단법인으로 등록하고, 2006년에는 문화관광부 청소년 우수교육기관으로 선정되었다. 2007년부터는 농림부, 한국토지공사, 문화관광부 등 중앙정부사업을 수행하며 2008년에 고용노동부 인증 사회적기업이 되었고 실업극복국민재단으로부터 사회적기업 가치혁신상을 수상했다. '전통문화사랑모임'에서 '사회적기업 이음'으로 명칭을 바꾼 것은 2009년이다. 2009년에는 특히 중앙정부의 농어촌 신문화공간조성사업인 완주군 비비정마을사업, 고용노동부 사회적기업 육성을 위한 연구지원사업인 로컬푸드 연구조사 작업에서 창의성을 인정받았다. 2010년에는 전라북도 후원 지역문화예술단체 집중육성사업, 농림수산식품부 후원 도농교류협력사업, 문화관광부, 전주시 후원 콘텐츠융합형관광협력사업(장소마케팅과 관광명소 만들기), 전주시 후원 도시재생 창의인력 아카데미(창조계급이 만드는 미래사회)의 진행으로 지속가능한 관광개발분야의 사업에서 두각을 나타내었고, 사회적기업육성분야에서 국무총리상을 받았다. 2011년부터 2013

년에는 문화체육관광부의 문화를 통한 전통시장 활성화사업인 문전성시 사업을 수행하게 되는데, 2012년에는 전주남부시장에 '레알뉴타운'이란 명칭의 청년몰을 오픈했다(사회적기업 이음 제작 카달로그 참조).

한편 사회적기업 마당은 1987년 11월 창간된 월간지 문화저널을 발간하고 문화예술사업, 출판사업 등을 추진하는 기업으로 2012년 사회적기업 지정을 받았다. 여행사업단 '마실'은 1988년부터 매월 또는 격월로 전라북도지역, 국내, 해외의 선진지역을 탐방하는 프로그램을 운영하고 있다(<http://www.grandculture.net>; <http://jbmadang.com>; <http://www.socialenterprise.or.kr>).

사회적기업 수율은 사회적기업 이음과 뿌리가 같다. 1986년 창립된 동호회인 '전통문화사랑모임'에서 함께 활동하던 문화예술인에 의해 전통주를 교육하고 보급하는 사업, 사회적기업 이음에 후임으로 전주시로부터 전통술박물관을 위탁받아 운영하는 사회적기업이다.

공정여행 풍당은 2008년 3월 전북 진안군에서 '향토사공부모임'이라는 귀농·귀촌인을 포함하는 주민동아리에서부터 시작되었다. 11개 읍면의 주민가이드들이 2010년 6월 공정여행을 주된 사업으로 하는 농촌형 공동체회사를 창업하는데 뜻을 모았고, 그해 11월 지역형 예비사회적기업으로 인증 받았다. 2013년부터는 진안읍 내에서 멀리 떨어진 폐교를 인수하여 사무공간을 옮겨 보다 밀접하게 지역주민과 소통하며, 고용노동부 인증 사회적기업으로서 여행과 학습, 인문과 예술, 사회적 의제가 결합된 형태의 다양한 방식으로 활동하고 있다(한국향토문화전자대전 참조).

농촌살림연구소는 생명평화운동에 2007년에 일본의 산촌유학을 모델로 국내에서는 최초로 기숙사형 농산촌유학센터를 전북 완주군에서 시작했고, 이후 남원시 소재 폐교를 인수하여 소재지

를 옮겼다. 정규교육은 기숙사에서 가까운 거리의 초등학교에서 받는데, '농촌사회의 경제활성화 및 공교육의 질적 향상과 새로운 대안교육운동으로서의 사명감을 가지고 운영하고 있다. 최근에는 해외여행을 통해 학습하는 지구여행학교의 운영에 비중을 두고 있다(이병창·정현숙·이민수·조태경·생채산촌만들기 모임, 2013).

전주사회경제네트워크는 전주시 사회적경제 영역에서 활동하고 있는 기관, 단체가 협력할 수 있는 기반조성과 전주시청 등 행정기관과 협력적 거버넌스 구축을 통해 지역사회의 협동적 문화를 발전시키고 취약계층 지원, 일자리 창출 등 지역경제를 건강하게 만드는 협력적 사업을 추진하기 위하여 조직되었다. 2007년부터 2009년, 당시 김성주 전라북도 도의원의 발의에 의해 조직된 사회적기업지원 전북네트워크의 경험을 바탕으로 2011년 약 1년의 준비과정을 거쳐 2011년 말에 발족되었다(전주사회경제네트워크, 2011).

전라북도 사회적기업·협동조합 통합지원센터 즉, (사)전북사회경제포럼 중간지원조직 통합운영방안에 따라 지역사회의 일자리 창출과 사회적 투자 확충을 통한 지역 경제 발전, 사회서비스 확충, 사회적 경제 영역과 생태계를 조성하고 활성화하는 목적으로 2014년 설립되었다. 사회적기업·협동조합에 대한 인증지원사업, 자원조사 및 비즈니스성공모델 발굴, 사회적경제 지원사업을 시행한다(<http://www.jbse.or.kr>).

전북협동사회연대회의는 전라북도 14개 시군 가운데 9개 지역의 대표성을 띤 단체가 참여하고, 자활센터, 마을만들기, 전북사회경제포럼, 지역개발협동조합 등의 사회적경제 조직과 생협, YMCA, 전북의제21 등의 지역문화운동을 하는 단체들이 합류하여 2014년 3월 조직된 협의체이다(전북협동사회연대회의 창립총회 자료집, 2014).

연구의 공간적 범위에 있어서 지역을 기반으로 하는 사회적기업 관련 논문을 비교 검토하면

다음과 같다. 진희선(2014)의 논문은 앞서 인용한 바와 같다. 김미옥(2011)은 전남사회적기업의 성공요인에 관한 사례연구를 위해 전남지역 인증 사회적기업 세 곳을 심층면접한 결과를 분석했다. 업종선택, 사회적기업가정신, 경영역량, 사회적기업의 조직문화와 마케팅 능력, 낮은 인식 등의 사업환경을 개선하고, 유관기관과의 협력 등을 강화할 것을 제시했다. 신홍철(2012)은 경기도 부천시를 중심으로 지역사회 사회적기업의 네트워크 구축방안에 관한 연구를 했다. 선행연구에서의 문제점 세 가지, 즉, 첫째, 공공기관을 비롯한 모든 이해당사자간의 소통개선, 시민과 공공기관 종사자들의 의식전환, 둘째, 사회적기업 등에 대한 정책적 지원 강화, 셋째, 사회적기업 대부분의 경영성과 개선, 중간지원조직의 지원 강화 등 개선방안을 조사결과를 통해 제시했다. 김균목(2012)은 지역사회 커뮤니티 비즈니스의 활성화 가능성을 전북 완주군을 중심으로 분석했다. 커뮤니티 비즈니스와 사회적 기업의 차이를 제시하고, 완주군 중간지원조직의 역할과 기능을 조사했으며, 완주군 성장단계별 마을지원 전략, 인덕마을 두레농장 사업단, 안덕리 건강·힐링 파워빌리지 등 관광분야 성공사례를 분석했다.

위의 논문에서와 같이 우리나라에서 맹아단계, 태동단계인 사회적기업, 특히 관광분야 사회적기업에 대한 연구에서는 양적연구를 위한 표본 확보, 질적연구를 위한 전문가 확보가 모두 용이하지 않다는 것을 발견한다. 김균목(2012)의 연구에서와 같이 성공적인 사례지역도 있으나 이는 전국적으로도 예외적인 지역이다. 따라서 위의 논문에서와 같이 질적연구라 하더라도 표본의 수가 너무 적거나, 얻어지는 결과가 일반적인 소규모의 기업에 대한 연구조사와 다르지 않게 되는 경우가 발생한다.

Ⅲ. 연구문제 및 연구방법

1. 연구문제(research question)

근거이론에 의한 분석에서는 양적연구방법의 기준으로는 지나치게 일반적인 형식의 연구문제가 정해진다. 질적연구방법이 적용되는 이유 중의 하나가 주어진 현상에 포함되어 있는 개념이 충분히 이해되지 않았으며, 주제에 대한 이해를 높이기 위해서는 더 많은 탐색이 필요하기 때문이다(Corbin & Strauss, 2008).

본 연구의 목적은 전라북도 관광분야 사회적기업이 기업 활동을 통해 지역사회에 어떠한 사회문화적 영향력을 미쳤는지에 대한 규명이다. 일반적인 질적연구에서는 전라북도 관광분야 사회적기업 활동가들의 행동목표는 무엇이었는지, 전라북도 관광분야 사회적기업 활동가들의 상호작용은 어떠한지, 전라북도 관광분야 사회적기업 활동에 대한 평가는 어떠한지와 같은 질문을 연구문제로 삼는 것도 가능할 수 있다. 그러나 근거이론으로 접근하는 경우에는 보다 유연한 자료의 해석을 위하여 가능한 한 열린 질문을 한다. 따라서 연구문제는 '전라북도 관광분야 사회적기업의 활동을 통해서 참여자들은 어떠한 경험을 했는가?'이다.

2. 근거이론(grounded theory)

선행연구가 없는 연구대상에 대한 탐색적인 연구에 대하여 설명력이 높은 근거이론(grounded theory)(Glaser, 1978, 1992, 1998; Glaser & Strauss, 1967; Strauss & Corbin, 1990)에 의해 자료를 분석한다. 근거이론은 문헌연구(literature review), 현장조사(field survey), 심층인터뷰(in-depth interview)를 순환적 구조로 반복하여 분석 작업을 하는 가운데 기초이론을 생성하는 연구방법이다(Flick, 2009).

근거이론은 인간은 의미에 근거 하여 행동하

며, 의미는 사회적 상호작용으로부터 유도되고, 해석의 과정을 통해 의미에 도달한다는 상징적 상호작용을 따라 개발되었기 때문에 본 연구에서와 같이 사회적기업 활동을 통해 나타나는 사회문화적 효과를 분석하는데 적절한 방법론으로 판단된다. 또한 선행연구가 부족한 연구대상에 적용이 적합하며 심층인터뷰를 통해 풍부한 자료를 얻을 수 있어서 향후관광분야 사회적기업에 대한 후속연구의 토대를 마련할 수 있는데, 'grounded'란 이러한 의미의 조어(造語)이기도 하다.

연구설계는 자료수집 - 해석 - 사례에의 적용 - 표본추출과정을 연구자가 포화상태에 이르렀다고 판단할 때까지 반복하는 순환적 설계인데, 심층인터뷰 자료를 문서화하여 개념단위로 나누고 범주화하는 '개방코딩'이 첫 단계이다. 다음으로 범주간의 관계를 패러다임모형에 의해 나타내는 '축코딩'을 통해서 '현상'을 중심으로 인과적 조건 - 맥락적 조건 - 중재적 조건 - 작용/상호작용의 전략 - 결과를 관찰·분석할 수 있으며 이를 '패러다임모형'으로 나타낼 수 있다. 그 다음 단계인 '선택코딩'에서는 패러다임모형에서는 드러나지 않는 문화현상의 심층구조인 '핵심범주(core category)'를 찾아내어 상호작용의 구조를 파악할 수 있다. 근거이론은 간호학분야에서 개발되어 약 40년 간 발전해온 이론이며 여가와 관광분야의 연구에서도 적용범위가 확대되고 있다(김철원·이태숙, 2009; 허문경, 2010; Kim, Eves & Scarles, 2009; Papathanassis & Knolle, 2011; Weed, 2009).

3. 자료수집(data collection) 및 분석과정의 신뢰도(reliability)와 타당도(validity)

자료수집은 2011년 7월부터 2014년 6월까지 전주시를 중심으로 하는 전라북도 지역의 사회문화 분야의 광범위한 영역을 대상으로 이루어졌다. 이 기간 중 연구자는 연구대상 지역에 소

제한 대학에 근무하면서 지역사회의 구조를 파악하고 사회적경제에 관련된 활동과 담론의 추이를 관찰하였다. 지역에 연고가 없는 점, 관광학연구자로서 사회적경제에 대한 전문적 식견을 갖추지 못한 상태에서 조사대상에 접근한 점, 연구방법이 현장조사(참여관찰 포함), 심층인터뷰 등의 질적 연구방법인 점에서 자료수집에는 많은 시간과 노력이 소요되었다. 이러한 한계를 극복하기 위하여 연구자는 다양한 사회집단과 교류하며, 회의와 토론 등 지역사회 이슈를 논의하는 장에 참여하면서, 이해의 폭을 넓히고자 했다. 그 결과로서, 본 연구를 위해 수집된 250페이지가 넘는 녹취록 및 메모, 그리고 현장조사를 통해 수집된 인쇄된 문헌을 지역사회에 대한 이해와 지역문제에 대한 공감을 바탕으로 분석할 수 있었다.

심층인터뷰 대상자를 질적연구에서는 연구 참여자로 표기한다. 연구 참여자의 대상선정에는 얼마간의 어려움이 있었다. 전라북도를 공간적인 범위로 하여 사회적경제 영역에서 활동하면서, 사회적기업에 대한 이해가 충분하며, 게다가 사회적기업 이음에 대한 구체적인 지식을 갖춘 전문가를 찾기 어려웠기 때문이다. 따라서 몇몇 경우에는 비교적 인접한 분야의 사회적기업종사자를 대상으로 섭외했다.

연구 참여자 9명은 대부분 연구자와 여러 모임에서 만나 친근감을 가지고 있는 사람들이다. 연구기간동안 사회적기업 교육프로그램을 통해 만나거나, 연구 참여자의 사회적기업을 관찰하기 위해 방문하여 안면을 익혀놓은 경우가 대부분이었다. 미리 연락을 취하여 조사의 의의를 설명하고 질문의 방향을 제시한 후, 연구참여자의 사무실이나 외부의 찻집에서 대화내용을 녹음하며 인터뷰를 진행하였다. 인터뷰시간은 평균 2~3시간이었다. 대화내용 전부를 녹음하여 문서로 옮기는 것에 대하여 양해를 구하고 녹음기를 사용하였다.

〈표 2〉 심층인터뷰 대상 연구참여자

구분	사업분야	소속	주요활동지역	주요업무	인터뷰의 주요내용
연구참여자 1	문화관광	사회적기업 이음	전북	기획운영	사회적기업 이음 운영 전반
연구참여자 2	문화관광	사회적기업 이음	전주 전북 수도권	기획운영	사회적기업 이음 운영 전반
연구참여자 3	문화관광	사회적기업 이음	전주	운영	사회적기업 이음 운영 전반
연구참여자 4	협업체	진주사회경제 네트워크	전주	기획운영	사회적경제 네트워크 형성과정
연구참여자 5	자활	덕진자활센터	전주	기획운영	사회적경제 네트워크 형성과정
연구참여자 6	문화	사회적기업 마당	전주 전북	운영	전주 전북지역 문화관광분야 사회적자본에 대한 정보제공
연구참여자 7	문화	사회적기업 수을	전주 전북	기획운영	전주 전북지역 문화관광분야 사회적자본에 대한 정보제공
연구참여자 8	교육	사회적기업 농촌살림연구소	완주 정읍 해외	기획운영	사회적기업 운영 전반
연구참여자 9	관광	사회적기업 풍덩	진안 전북	기획운영	공정여행기업 운영에 대한 정보제공***

주: ***연구참여자 9의 경우, 본인의 의향에 따라 심층인터뷰 내용에 대한 녹음을 메모로 대신하였으며, 연구자의 3회에 걸친 참여관찰의 결과를 반영하여 자료로 활용함.

〈표 2〉는 연구 참여자를 식별하기 위한 간략한 정보다. 연령은 30대부터 50대까지이며, 여성 2명을 포함한다. 이들이 해당분야에 종사한 기간은 약 20년에서 수년까지 다양했으며 사회적 기업 관련 업무를 담당하기 이전의 경력이 현재의 업무내용과 밀접하게 연관되어 있기 때문에 명확한 구분이 어려운 이유로 각각의 연구 참여자의 업무 종사년수는 표기하지 않았다.

분석과정의 신뢰도(reliability)를 확보하기 위하여 개방코딩으로 얻어진 범주를 각 텍스트별로 부분적으로 검증해보고, 타당도(validity)를 높이기 위하여 인터뷰와 문자변환이 끝난 후에 다시 피조사자와 만나 의견을 듣는 것으로 '대화'에 의한 타당성 확인(communication validation)'을 실시했으며, 이해관계가 없는 제3자에 노출시킴으로서 연구자가 미처 발견하지 못한 점을 부각시킬 수 있도록 피어디브리핑(peer debriefing)을 실시했다(Flick, 2009).

IV. 분석 및 논의

1. 분석과정: 개념의 범주화 및 패러다임의 도출

근거이론의 방법에 따라 자료를 범주화한다. 문헌연구와 함께 녹취자료를 반복해서 읽으며 의미 있는 부분을 표시하고 연구자의 해석을 덧붙여 메모한다. 연구 참여자의 진술문을 반복해서 읽으며 각각의 의미단위에 따라 '개념' - '하위범주'로 나누고 상위의 '범주'로 묶는다. 범주간의 관계를 연결하고, 범주간의 관계를 '패러다임분석'의 틀에 따라 배치한 내용은 〈표 3〉과 같다.

다음 〈표 3〉의 내용과 같이 사회적기업 활동가들의 경험은 '인과적 조건: 지역문화의 고유성', '맥락적 조건: 문화예술인력의 집적성', '현상: 관광객의 유입에 의한 역동성', '중재적 조건: 인맥과 리더십에 의한 상호관련성', '작용/상호작용의 전략: 중앙정부의 정책방향에 부합한 시너지 효과', '결과: 지역문화 영역의 확장'으로 분석되었다.

〈표 3〉 자료의 범주화 및 패러다임 모델의 도출

개념	하위범주	범주	패러다임
전통문화사랑모임, 문화저널기행, 안내인력, 축적된 지식과 시간			
전라북도 사회적경제의 흐름, 전라북도 문화예술관광분야 사회적기업 지원의 이유, 관광에 대한 지역문화계의 낮은 인식	전통의 계승과 수용	지역문화의 고유성	인과적 조건
대안적 문화발전에 대한 고민, 화두던지기, 새로운 것을 시범적으로 해봄, 신문화공간조성사업, 삼례 비비정마을사업, 로컬푸드연구조사	새로운 문화의 시도의 명암		
사회적기업 평가의 어려움, 사회적기업 인증의 한계			
선배, 예술가, 장인, 농부의 축적된 경험을 전수받음	문화인력의 양성과 배출		
젊은이들의 일터, 경제적 지속가능성에 대한 우려			
도농교류사업, 한옥생활체험관 운영, 반 단위 수학여행			
지역사회공헌형 사회적기업, 자활기업 활동가들을 위한 여가, 지역에서 문제 찾기, 지역문제해결을 위한 대안으로서의 사회적기업	지역사회와 밀착된 문화예술운동	문화예술 인력의 집적성	맥락적 조건
지역문화의 매개체, 진주남부시장 청년몰, 사업을 통해 네트워크 형성, 집적된 네트워크는 동력축으로 작동	지역문화의 플랫폼의 명암		
지역의 논리, 지역문화의 한계, 외부로부터의 경쟁, 규모의 한계			
한옥마을의 문화적 가치, 방문자 매력요소, 한옥마을관광객을 남부시장으로 연결, 관광객에 대한 이해, 야간관광프로그램	한옥마을의 사회문화적 지속가능성		
초기 한옥마을의 프로젝트의 미션, 정형화되지 않은 유연한 문화, 공연과 콘서트를 통한 메시지 전달, 정서적, 지역고유문화		관광객의 유입에 의한 역동성	현상
이상적인 공간으로서의 시장, 현실적인 공간으로서의 시장	재래시장의 관광지화		
기획의도, 관광지화의 과정, 관광지화의 결과로서 시장의 의미변화			
재래시장 상인의 고령화, 지가의 상승, 부정적 현상			
풍년제과 초코파이 붙임	경제적 지속가능성		
민간조직의 움직임, 중앙정부예산 확보를 위한 노력			
행정과의 네트워크, 전주시, 전북도, 중앙정부 차원의 지원 시작, 행정과 소통의 어려움, 전주사회경제네트워크의 활동, 협동사회연대회의의 조직화	네트워크 유형		
소통과 교감의 약함과 강함이 존재, 단점을 상호 보완하는 네트워크, 삶을 공유하는 네트워크			
전통문화사랑모임, 사회적기업SK교육, 협동사회연대회의		인맥과 리더십에 의한 상호관련성	중재적 조건
이익집단화, 행정과 소통을 위한 네트워크로 인식함, 헤게모니			
성과기반 네트워크가 바람직함, 공유할 만한 경험을 기반으로 해야 함, 국제적인 네트워크도 가능함	네트워크의 성격		
수평적 조직문화, 매력적인 일터, 개방적인 의사소통구조, 기획의도를 가시화할 수 있는 조직구조	조직문화		
사회적기업 이상의 공유, 경제적 가치를 우선하지 않는 문화			
마을사무장제도의 경험과 보완, 진안 이주민의 역동성을 경험함	사회적 요구		
시장기능의 이노베이션, 자립과 대안성, 새로운 사고, 학습과 놀이, 적당히 벌어서 아주 잘 살자	문진성시사업의 전략	중앙정부의 정책방향에 부합한 시너지효과	작용/상호작용의 전략
고용노동부의 일자리 만들기, 집중적 지원	사회적경제 정책의 명암		
정부지원방식과 문화예술분야 사회적기업의 부조화			
경제적인 토대 약함, 실패하는 사업들, 문화예술사회적기업의 한계	사회적기업 운영의 한계		
행정과의 의견조율 어려움, 제한된 사업기간의 문제, 성과주의			
단기평가근란, 지역사회공헌형이 바람직함, 근본적인 성찰 필요	평가와 성찰	지역문화 영역의 확장	결과
이음의 참신성, 파급력			

이상과 같은 분석을 각각의 하위범주, 범주, 패러다임별로 할 수 있다.

전주·전북지역 '지역문화의 고유성'은 시민그림에 의한 지식의 축적을 통해 전통이 계승되어 왔다. 여기에 사회적경제의 흐름을 수용하면서 새로운 대안적 문화발전에 대한 시도가 이루어지고 있다. 그러나 사회적기업 활동에 의한 사회문화적 영향력은 평가의 어려움이 있다. 한편 '문화예술 인력의 집적성'은 이 지역의 중요한 사회적 자본이다. 문화 인력의 양성과 배출은 원활하며 지역사회와 밀착된 문화예술운동이 일어나고 있고 이러한 지역문화의 플랫폼은 동력의 축이 되기도 하지만 지역의 논리에 매몰되거나 규모의 한계가 있어서 외부로부터의 경쟁에 취약한 면도 지니고 있다.

최근에 나타나는 문화현상은 '관광객의 유입에 의한 역동성'이다. 한옥마을의 사회문화적 지속가능성은 관광객유입으로 인해 경제적 지속가능성이 안정적으로 확보되면서 더불어 강화된 측면이 있다. 또한 한옥마을을 방문한 관광객이 남부시장을 방문하게 됨으로써 재래시장은 관광지화되고 경제적 지속가능성이 높아지게 되었다.

이러한 결과는 사회적기업 이음이라는 개별기업의 구성원들의 '인맥과 리더십에 의한 상호관련성'에 의해 극대화되었다. 이음의 사례는 네트워크 유형, 네트워크의 성격, 조직문화 등 향후 관광분야 사회적기업 연구에 있어서 시사하는 바가 크다.

사회적기업 이음의 성공의 배경에는 또한 '중앙정부의 정책방향에 부합한 시너지효과'가 있었다. 재래시장 활성화를 위한 사회적 요구를 문전성시사업의 전략으로 삼은 것이다. 하지만 사회적경제 정책의 운영상의 명암은 있다. 사회적기업 운영의 한계는 제한된 사업기간동안 양적인 성과를 내야하는 평가방법에서 비롯되는데 여기에 대한 성찰이 필요하다.

이상 각각의 하위범주, 범주, 패러다임별로 간

략히 분석한 내용을 '평가와 성찰'부분에 한하여 상세히 제시하면 다음과 같다.

문화예술분야 사회적기업 활동의 사회문화적 영향력에 대한 단기간의 양적평가는 곤란하다. 이러한 가운데 소외계층을 위한 지역사회공헌형 프로그램의 운영에 있어서는 가치지향성에 대한 평가가 가능하며 사회적기업의 활동에 대한 이해의 기반이 취약한 현재의 상황에서도 어느 정도 경제적 지속가능성을 확보할 수 있을 것이라는 의견이 제시되기도 한다. 사회적기업 운영의 근본적인 가치, 즉, 사회적기업의 존립이유에 대한 성찰이 필요한데, 현재는 운영에 대한 관심으로 근본적인 철학에 대한 고민이 결여된 분위기가 있다. 한편 사회적기업 이음의 사례는 앞서 언급한 지역사회공헌형 프로그램의 운영과는 성격이 조금 다르다. 참신성과 지역사회에 대한 과급력의 측면에서 그 성과를 평가하는 것이 적절하다. 사회적기업 이음의 기업 활동을 통해서 지역문화의 영역이 새로운 문화공간으로 확장된 사례이다.

2. 분석결과와 설명: 개념과 범주간의 관계

1) 지역문화의 고유성

사회적기업 이음의 토대에는 탄탄하게 축적된 지역문화에 대한 지식이 있으며, 이음은 전통문화사랑모임에서 비롯된, 말하자면 전주의 전통과 현대를 잇는 매개체이기도 했다.

전통문화사랑모임은 전라북도의 문화적 전통을 계승하고자 한옥마을을 중심으로 활동하던 문화예술인의 단체이다. 1986년 창립되었고, 멤버들은 '문화저널'이라는 잡지를 창간하고 포럼과 축제를 기획, 운영하였다. 즉, 여기서부터 사회적기업 이음, 마당, 수율이 태동한 것이다.

'문화저널'이라는 잡지를 발행해온 사회적기업 마당은 비영리단체에서 2002년 사회적기업으로 전환했다. 잡지 발행과 더불어 지속해 온 기행프로그램의 안내자들은 지역 대학의 교수이거나 관

련분야의 전문가들이다. 이러한 축적된 지식과 시간에 의해 지역문화의 전통이 계승되고 새로운 문화에 대한 수용력의 바탕이 된다.

“시범사업 같은 것을 많이 했어요. 예를 들자면 신문화공간조성사업이라든지. 남부시장 청년장사꾼이라든지... 기존에 있는 것이 아닌 새로운 것들을 실험적으로 실제로 해 보는 것이 이음의 가장 중요한 역할이 아니었나 생각합니다.” (연구 참여자 1)

“주로 학자나 현장에 계셨던 분들로서는 하나를 설명하더라도 이것과 비슷한 사례가 전국에 어디 어디 있고 국제적으로는 어떠한고 특별히 준비해 가지 않아도 거기에 있는 현장에서 비문을 읽으면서, 직접 읽으면서 소개를 해 준다거나... 그거 웬만한 내공으로는 할 수 없죠...” (연구 참여자 6)

2) 문화예술인력의 집적성

사회적기업 이음의 행동목표, 비전은 지역문화의 플랫폼되기, 매개체되기, 지역문화관에 화두던지기였다고 연구 참여자들은 진술한다. 플랫폼에 집적된 에너지가 네트워크를 통해서 강화되고 동력축이 만들어진다. 연구 참여자 6의 진술에서는 이것을 ‘파급력’이라고 표현했다.

“말 그대로 이음이라는 게 있다는 거잖아요. 플랫폼이 되겠다. 있는 매개체 역할을 하겠다. 이게이음이 지향하는 바인데... 지역에 어떤 화두를 던지고자...” (연구 참여자 1)

“어떤 사업을 하나 하면 그 사업을 통해서 알게 된 네트워크가 생기는 거고. 이렇게 네트워크는 만들어지는 거 같아요... 실제 활동 속에서... 그렇게 해서 만들어진 네트워크가 같은 생각을 가진 여러 사람들 속에서 뭔가 계속 에너지를 만

들어낼 수 있는 구조, 동력축을 만들어내는 거죠.” (연구 참여자 1)

이러한 에너지의 방향은 지역사외와의 상호작용으로 나타나는데, ‘신문화공간조성사업’을 통해 지역사회와 밀착된 문화예술운동으로 가시화되었다. 예를 들어 완주군 삼례읍 소재 비비정마을 개발사업은 혁신적인 지역개발사업으로 전국적인 인지도를 갖고 있다. 중심인물이 이음에서 일하던 인력이라는 것은 지역사회에 널리 알려져 있다. 이음이라는 혁신적인 아이디어집단이 지역사회에 문화 인력을 양성하고 배출한 것으로 평가할 수 있다.

“그러니까 여러분들이 그냥 문화소비를 위한 대상이 아닌 문화 생산자여야 되고 문화 향유자여야 된다는 것들이 저희가 전달하려는 주요 메시지였죠.” (연구 참여자 1)

3) 관광객의 유입에 의한 역동성

“PNB 풍년제과하고 전주에서 고등학교를 막 졸업한 제과제빵 한 친구들이 콜라보가 될 수 있는 방법이 없을까... 초코파이라는 이름이 아직 네이밍이 안 되고 초고파이 같은 거를 한번 내놓으려고 할 때였어요... 청년들 옥상에서 파티하고 하면서 먹어보라고 한 다음에 그 소감이나 이런 걸 SNS로 막 올려봐라. 그리고 그때 이제 제가 그때 청년들한테 이야기했던 게 한옥마을에 오는 그 사람들이 지금 PNB풍년제과가 관통로 4거리, 충경로 4거리에 있는데 여기까지 와서 빵을 사먹을 정도가 되면 거기서 도심으로까지 연결될 수가 있기 때문에 장소적으로 굉장히 중요하다 PNB가...” (연구 참여자 2)

“목표가. 한옥마을에 온 젊은 사람들이 볼 수 있게 노출시키는 게 중요하고 그래서 한옥마을에 찾아 오는 젊은 사람들한테 풍년제과를 한번 가

보라고 그리고, 그걸 소감하고 풍년제과 이야기를 한 장 짜리 페이퍼로 해 가지고 이제 봤었어요, 이렇게. 그냥 A4 용지에다 해 가지고. 그런데 그 친구들이 그냥 그걸 종이때기 들고 와 가지고 거기서 그걸 보고 블로그에 올리고. 그러면서 불과 몇 달 사이에, 아주 짧은 사이에. 그러니까 한 4~5개월 사이에 봄처럼 그걸 일어나기 시작한 거죠.” (연구 참여자 2)

풍년제과 초코파이가 전주의 상징적인 관광기념품이 되기까지의 과정을 묘사했다. 즉흥적이고 우연에 의한 결과인 듯하지만, 연구 참여자 2는 지역 요소요소의 장소정체성의 역학구도를 분석적으로 설명하고 있다.

또한 연구 참여자 2의 구상은 한옥마을 관광객을 남부시장으로 연결하는 것이었고 한옥마을에 오는 그 관광객들이 남부시장까지 연결될 수 있는 콘텐츠나 내용을 문전성시 프로젝트로 구현하려는 구상을 하고 있었다. 이렇게 되기까지는 과거 전북 진안군에서의 마을사무장제도의 경험이 유효하게 작용하였다. 마을마다 사무를 보는 젊은 인력을 고용하는 ‘마을사무장 제도’를 연구 참여자 2가 제안하여 법제화되고 전국의 마을에 마을사무장이라는 직책이 만들어지는 과정을 경험한 바 있다.

이때 진안군으로 귀농, 귀촌하는 사람들이 만들어 내는 역동성을 연구 참여자 2는 전주한옥마을의 관광객에게 대입한 것이다. 한옥마을 방문관광객을 남부시장 이노베이션의 에너지로 이용하는 것이었다.

4) 인맥과 리더십에 의한 상호관련성

“제가 왔을 때 초창기 한 11년도쯤에는 조금 섞여 있었어요. 중간 관리자도 섞여 있고, 기혼자, 미혼자, 20대 중후반부터 시작해서 30대 초중반이 가장 많았어요. 이제 그 다음 중간관리자급 있고 이렇게 해서 어느 정도 체계를 나름 잡

아가면서 (중략) 수평적으로 일을 했었던 거 같아요. 수평적으로 일을 했고, 오히려 역할분담을 해서 대표님을 중심으로 일 중심으로, 프로젝트 중심으로 딱 일을 했어요. 의사소통도 잘. 물론...” (연구 참여자 3)

“조직문화 자체가 좋았던 것이 형식적이거나 수직적 관계보다는 수평적 관계를 우리가 좀 더 강조했어요. 창의적인 일을 하는 집단이기 때문에 자유롭게... 회사 분위기도 다른 조직하고는 다르게 자유분방하고, 자유로운 분위기에서 일하는 그런 문화가 있었어요.” (연구 참여자 1)

수평적인 의사소통 구조는 창의력을 증시하는 조직문화에 적합하다. 이러한 분위기에서 20대 후반 30대 초반의 전국에서 모인 젊은이 30-40명이 일을 하는 조직, 사회적기업 이음은 연구 참여자 6의 표현처럼 지역사회에 ‘참신’하게 비춰졌을 것이다.

“(네트워킹은) 중간지원조직에서 해야 될 역할인데... 사실은 이음이 민간지원조직의 역할을 어느 정도 담당했다고 저는 생각을 해요. 중간지원조직이 생기기 전부터. 행정과 민간의 중간에서 뭔가 역할을 하면서 새로운 화두도 던지고 했던 것이 긍정적이라고 보고요. 네트워크는 그런 식으로 만들어진 거죠...” (연구 참여자 1)

“관을 상대로 한 네트워크이지 현장에서 뭔가가 새롭게 만들어지는 네트워크는 아닌 거 같더라고요... 현장에서 네트워크는 계속 되는데 전라북도 전주시 이런 행정 단위하고 맞춰져 있는 그런 네트워크 구조라든지 이익 집단처럼 업무영역의 네트워크이라든지 이런 거는 저한테는...” (연구 참여자 2)

조직문화를 비롯하여 위의 진술문들은 네트워

크의 다양한 유형과 성격을 보여준다. 업무상의 공동 작업을 기반으로 전국적으로, 때로는 국제적으로 다양한 네트워크를 가지고 있다는 것을 연구자는 참여관찰과정을 통해 알고 있었다. 또한 연구 참여자 2의 진술에 의해서 전북협동사회연대회의라는 사회적 경제조직 간 협의체에 합류하지 않은 이유를 분명히 알게 되었다. 연구자는 전북협동사회연대회의가 반드시 관을 상대로 하는 조직이라고는 판단하지 않는다. 다만 진술문에서 나타났듯이 문화예술분야의 업무를 통해서도 충분히 네트워크의 장점을 만들어내고 이음이 네트워크의 중심에 있어서 플랫폼 역할을 하고 있었다면 전북협동사회연대회의와 같은 네트워크에 합류할 필요성이 적었을 수 있다.

5) 중앙정부의 정책방향에 부합한 시너지효과

“적당히 벌어서 아주 잘 살자”는 슬로진은 남부시장 청년몰의 성격을 집약적으로 나타낸다. 새로운 라이프 스타일의 제안이기도하다. 청년실업 해소를 위해 부심하는 중앙정부의 행정가들을 포함하여 대안적인, 지속가능한 삶의 방식을 모색하는 사람들과의 훌륭한 커뮤니케이션 수단이 되었다.

“슬로건으로도 유명해진 게 적당히 벌어서 잘 살자 이런 거잖아요? 그게 돈을 쉽게 벌 수 있는 곳이 아니기도 하지만 돈을 버는 거를 왜 벌어야 되는가. 잘 살기 위해서 벌어야 된다. 그럼 잘 사는 건 뭘까. 이걸 생각하면서 장사를 시작해야 된다. 그래서 어떤 자기가 삶을 살 것인가 이런 걸 좀 정하자 해서 적당히 벌어서 잘 살자로 한 거죠. 적당히라는 건 뭐 몇 원일지는 모르는 거죠. 자기 행동의 기준이 다르고 자기 삶의 가치가 다른 것처럼. 그래서 돈이나 자본에 너무 매이지 말고 각자가 얼마가 내가 필요하고 어떤 삶을 살 것인가 이런 것에 집중해 보자 뭐 이런 거. (웃음) 그때는 맨 그런 것만 생각하고 다녔으니까.

아이디어가 막 자다 보면 수도 없이 쏟아져 나왔어요.” (연구 참여자 2)

한편 연구 참여자 5는 중앙정부의 사회적기업 지원정책에 대하여 어느 정도 비판적으로 묘사한다. 단기간에 집중적으로 자금지원을 하고 양적인 성과로 지원 사업에 대한 측정을 하는 방식이 고용노동부의 사회적기업육성사업의 단점이라는 것이 많은 연구자, 관계자들을 통해서 지적되고 있다.

“일할 수 있는 사람을 지원해 주고, 그다음에 또 보험료 같은 것도 감면해 주고, 세금도 감면해 주고, 그다음에 전문 인력이라고 해 가지고 한 사람씩 한 달에 한 200만 원씩 지원해 주고, 그 다음에 무슨 개발비, 제품 개발비, 사업 활성화비 해 가지고 몇 백만 원씩 지원해 주고, 그래서 홈페이지도 만들고, 리플렛도 만들고, 이런 뭐 브로셔도 만들고, 자기 뭐 씨아이도 만들고 이런 작업들을 했었죠. 그러면서 사회적기업이 어떻게 보면 붓물처럼 터져나갔죠. 전국적으로.” (연구 참여자 5)

‘중앙정부의 정책에 부합한 시너지 효과’로 이러한 개념과 하위범주들을 통합하고 ‘작용/상호작용의 전략’이라는 패러다임 모델의 이름을 붙인 것은 사회적기업 지원시스템에 의해 많은 소규모 조직들이 성장했음을 나타내기 위함이다. 그러한 지원제도가 긍정적으로도 부정적으로도 작용하는 경우를 여러 연구자 사례연구를 통해 관찰하기도 하였다.

6) 지역문화영역의 확장

앞서 기술한 바와 같이 사회적기업 활동에 대한 “단기간의 평가는 곤란하다”, “향후 10년은 지나야 평가할 수 있을 것”이라는 의견도 있지만, 위에 언급한 연구 참여자 5의 발언과 같이 사회

적기업 이음의 '혁신성'과 지역사회에 대한 '과급력'을 평가할 수 있다.

또한 문전성시 사업에 대한 평가는 다음 자료들을 통해서도 가능하다. 2013년 12월 기준으로 26개 점포의 입점과 청년장사꾼 31명의 일자리 창출, 20~30대를 중심으로 방문객이 증가하여 주말 기준으로 기존 시장 내 식당상가의 매출이 20~40% 증가한 점을 우선 들 수 있다. 무엇보다도 청년장사꾼을 유치하여 새로운 고객층을 시장으로 유입하여 활력을 불어넣은 점은 전통시장 활성화와 청년일자리 문제를 함께 해결하는 좋은 대안으로 중앙정부에서 평가받아 2014년 안전행정부 특별교부세 사업에 '전통야시장' 사업이 선정되기에 이르렀다. 이 과정에서 전주남부시장은 지방도시의 쇠락해가는 전통시장에서 한옥마을과 연계된 관광형 시장, 쇼핑과 문화 활동을 즐길 수 있는 문화전통시장으로 이미지를 탈바꿈하게 되었는데, 2013년 사회적기업 이음에서 진행한 남부시장 현장투어 70회에는 1,900명이 참여하였고, 이 가운데는 한일청년간담회와 경제부총리 겸 기획재정부 장관의 간담회가 포함되어 있다. 한편, SBS 스페셜 방영 및 신문보도 등 4,180여회, TV 및 라디오방송 50여건, 신문잡지보도 130여건, SNS/블로그 포스팅 4,000여개 등(이상 2013년 12월 기준)으로 인하여 남부시장 청년몰은 전주의 새로운 관광명소로서 확고하게 자리매김하게 되었으며, 사회적기업 이음은 관련분야에서 전국적으로 인지도를 높이게 되었다(2013년 문전성시 남부시장 청년장사꾼 자리잡기 프로젝트 결과보고서 참조).

V. 결 론

근거이론에 의한 연구에서는 최종 분석단계에 이르러 중심범주(central category)라고도 표현하는 핵심범주(core category)를 연구자의

판단으로 선택하게 된다. 핵심범주는 반드시 추상적인 언어로 표현되어야 하며, 자료에 자주 나타나야 하고, 논리적이며 자료와 일관성이 있어야 한다(Strauss, 1987).

연구자는 근거이론의 방법에 따라 자료를 분석하는 과정에서 핵심범주로서 '혁신성'을 발견하였다. 여타의 사회적기업 관련 연구에서 사회적기업의 성공요인으로서 사회적자본을 다루고 있는 것처럼, 본 연구에서는 근거이론의 절차에 따라서 '혁신성'이 사회적기업 이음으로 대표되는 전라북도 관광분야 사회적기업의 자산임을 발견하였다. '혁신성'을 핵심범주로 정한 배경에는 지역사회의 요구를 앞서서 파악하고 문제해결을 위해 기업가정신을 발휘한데에 있다. 전통문화의 공간인 한옥마을에 한정된 관광객의 동선을 재래시장의 쇠락한 상가로 확장시켜 새로운 관광콘텐츠를 만드는데 있어서 지역의 청년인력을 활용한 것이다.

한편 사회적기업의 사회문화적 역할에 대해서는 다음과 같은 맥락이 중요시 되고 있다. 사회적기업은 새로운 기업가정신으로 기업을 일으켜서 지역사회를 떠나서 더 나은 직장으로서의 취업이 어려운 계층에 대한 고용을 창출함으로써 지역사회의 빈곤과 불평등을 해소하고 이를 통해 지역사회의 여러 이해관계자 간의 긴밀한 교류를 통해 사회적 자본을 확충하게 된다(김균목·고동완, 2012; Borzaga & Tortia, 2009). 나아가 상대적으로 비효율적인 공공영역과 달리 지역사회의 요구에 보다 유연하게 대처할 수 있다(Borzaga, Depedri & Tortia, 2010).

근거이론의 방법론에서 중심범주, 핵심범주는 이론으로 발전되어 후속연구의 토대로 쓰이게 된다. 예를 들어 후속연구로서 관광객동선의 확장, 전통시장의 관광콘텐츠화, 청년실업의 해소를 배경으로 하는 '혁신성'을 키워드로 하여 관광분야 사회적기업의 사회문화적 역할에 대한 후속 연구로 발전할 수 있게 된다.

연구결과를 요약하면 다음과 같다. 사회적기업 이음의 모델에서 도출 가능한 지속가능한 관광개발의 사회문화적 효과는 지역문화의 고유성, 문화예술인력의 집적성, 인맥과 리더십에 의한 상호관련성, 중앙정부의 정책방향에 부합한 시너지 효과, 관광객의 유입에 의한 역동성에 의해 비롯되었으며, 그 결과로서 지역문화의 영역이 확장된 것으로 분석되었다. 즉, 사회적기업의 활동에 의해 문화담론과 관광의 공간이 일부계층에 국한된 전통문화영역으로부터 사회일반과 취약계층이 향유할 수 있는 영역으로 확대되었다.

현재까지 관찰한 관광분야 사회적기업의 활동은 미약하나마 지역의 고유한 문화자원을 활용하여 창조적인 문화산업의 영역을 구축하고 전통공간에 새로운 장소적 정체성을 구현했다고 판단한다. 또한 이 과정에서 지역네트워크가 형성되고 있다.

본 연구에서는 이러한 현상에 대한 분석결과로부터 새로운 정책수립을 위한 시사점을 얻고, 후속연구를 위한 이론적 토대를 마련할 수 있었다.

다만 논문의 한계로서는 관광분야 사회적기업 뿐만 아니라 사회적경제 전반에 대한 토대가 구축되기 이전 시점에서 연구를 진행한 점, 연구대상 사회적기업의 기업내부환경의 변화에 의하여 연구가 순조롭지 못했다는 것이다. 본 연구의 시간적 범위는 2014년 6월까지였으며 이후 연구대상지역의 사회적경제에 대한 정책적 변화를 반영하지 못했다.

참고문헌

강신겸(2010). 관광의 지평을 넓혀야. 『한국관광정책』, 41, 4-7.
 국토교통부(2014. 2. 20.). 『도시재생컨퍼런스 발표자료집』, LH·국토연구원.
 김균목·고동완(2012). 우리나라 관광분야 사회적기업의 가능성과 방향. 『관광학연구』, 36

(1), 31-50.
 _____(2011). 관광산업에서 사회적 책임 활동과 사회적 기업의 연계 방향. 『관광연구』, 26(5), 43-61.
 김균목(2012). 『지역사회 커뮤니티 비즈니스의 활성화 가능성 분석: 전주 완주군을 중심으로』. 미발행석사학위논문, 경기대학교.
 김남조(2013.07.24.). Rio+20, Post-2015개발 의제와 지속가능한 관광정책. 『제1차 관광분야 국제협력정책 포럼』, 문화체육관광부.
 김미옥(2011). 『전남사회적기업의 성공요인에 관한 사례연구』. 미발행석사학위논문, 목포대학교.
 김성일·박석희(2001). 『지속가능한 관광』. 서울: 일신사.
 김인선(2010). 배움이 있는 여행, 여행문화를 바꾼다. 『한국관광정책』, 41, 24-33.
 김철원·이태숙(2009). 외국인 국내 관광경험분석: 근거이론을 중심으로. 『관광학연구』, 33(7), 95-117.
 김현주(2010). 제1차 지속가능한 관광정책 포럼: 국내외 '지속가능한 관광'의 현재와 미래. 『한국관광정책』, 41, 102-106.
 노영순(2011). 『공정관광 실현을 위한 해외정책 사례연구: 중국관광객 유치를 중심으로』. 서울: 한국문화관광연구원.
 민웅기·김남조(2010). 관광분야 사회적기업의 이론적 함의: 복잡계 패러다임을 중심으로. 『관광연구논총』, 22(2), 179-201.
 민웅기(2013). 『여행사의 사회적책임활동(CSR)과 고객충성도의 관계에 대한 연구: 지속가능한 윤리경영 전략을 중심으로』. 미발행박사학위논문, 한양대학교.
 박종안(2011). 『지속가능한 커뮤니티 비즈니스 성공모델에 관한 사례연구: 농촌체험관광마을을 중심으로』. 미발행박사학위논문, 숭실대학교.
 변형석(2010). 지속가능한 관광과 사회적기업. 『한국관광정책』, 41, 34-41.
 백진양(2010). 어떤 여행. 『한국관광정책』, 41, 18-23.
 사회적기업 이음(2011). 『2011년 문전성시 남부시

- 장 청년장사꾼 자리잡기 프로젝트 결과보고서》. _____ (2012). 『2012년 문전성시 남부시장 청년장사꾼 자리잡기 프로젝트 결과보고서』. _____ (2013). 『2013년 문전성시 남부시장 청년장사꾼 자리잡기 프로젝트 결과보고서』.
- 신용석(2009). 관광분야 사회적기업 활성화 방안. 『한국관광정책』, (38), 69-74.
- _____ (2010). 관광분야 사회적 기업에 대한 시론적 고찰: 현황 및 제약요인, 개선과제를 중심으로. 『관광학연구』, 34(9), 33-49.
- 신홍철(2012). 『지역사회 사회적 기업의 네트워크 구축방안에 관한 연구: 경기도 부천시를 중심으로』. 미발행석사학위논문. 가천대학교.
- 심진범(2012). 사회적기업과 관광목적지 관리. 『한국관광정책』, 48, 85-90.
- 오상환(2014). 『사회적기업의 창출 가치에 관한 연구: SORI기법을 활용한 측정 사례를 중심으로』. 미발행석사학위논문, 부산대학교.
- 유정우(2007). 『지속가능한 관광개발 및 사회자본과 파트너십, 네트워크, 관광거버넌스 간의 구조관계 연구』. 미발행석사학위논문, 동아대학교.
- 윤순진(2009). '저탄소 녹색성장'의 이념적 기초와 실재. 『환경사회학연구ECO』, 13(1), 219-266.
- 이광우(2009). 『지속가능한 사회적기업의 성공요인에 관한 연구』. 미발행석사학위논문, 숭실대학교.
- 이병창 · 정현숙 · 이민수 · 조태경 · 생태산촌만들기 모임(2013). 『농산촌유학 살림보고서』. 임실군: 뽕.
- 이은애(2009). 농촌지역 사회적기업 육성, 지역살림대안 만들기. 『한국농촌경제연구원 연구자료』, 59-76.
- 이훈(2010). 모두가 행복한 관광(Tourism for All): 사례와 분석. 『한국관광정책』, (41), 8-17.
- 전북광역자활센터(2013). 『2013년 자활사업 활성화를 위한 포럼 자활사업과 사회적경제 자료집』. 전라북도.
- 전북협동사회경제연대회의(2014). 『전북협동사회경제연대회의 창립총회 자료집』. 전라북도.
- 전주사회경제네트워크(2011). 『전주사회경제네트워크 2011년 활동보고서』. 전주시.
- 정명주 · 정인선 · 김병국(2011). 『KCTI문화 예술관광 동향분석: 문화예술분야 사회적기업』. 서울: 한국문화관광연구원.
- 진희선(2014). 『한국사회적기업에서의 사회적 가치에 관한 연구: 전북 사회적기업을 중심으로』. 미발행박사학위논문, 경희대학교.
- 최석호 · 김남조 · 최승담 · 김봉중(2008). 관광패러다임 전환과 제3의 길로서 네오투어리즘. 『관광학연구』, 32(1), 73-96.
- 최영희(2010). 변화하는 관광문화, 도덕적 관광과 ODA. 『한국관광정책』, 41, 42-51.
- 최지영(2012). 『관광 사회적기업의 네트워크와 사업성관와의 관계연구』. 미발행석사학위논문, 한양대학교.
- 황희정 · 심진범(2014). 지역관광과 연계한 관광 커뮤니티 비즈니스의 의미와 과제: 인천시 아시아 누들타운 사업을 중심으로. 『관광연구』, 29(4), 43-64.
- 황희정 · 이훈(2011). 공정관광의 개념분석: 이론화를 위한 고찰. 『관광학연구』, 35(7), 77-101.
- _____ (2013a). 정의론에 근거한 관광의 공정성 지향 척도와 의미 분석. 『관광학연구』, 37(5), 71-92.
- _____ (2013b). 『관광의 공정성 지향 개념 구성과 척도개발』. 미발행박사학위논문, 한양대학교.
- 허문경(2010). 근거이론으로 분석한 창조도시 전주에서의 시민사회의 역할과 관광을 바라보는 시선. 『관광학연구』, 34(6), 85-104.
- _____ (2012). 관광분야 사회적기업의 가능성과 방향성: 전라북도를 중심으로. 『동북아관광연구』, 8(4), 269-286.
- _____ (2013). 관광분야 사회적기업의 개념과 비즈니스모델 유형에 관한 고찰. 『관광 · 레저연구』, 25(3), 5-19.
- Alter, K. (2004). *Social enterprise typology*. Virtue ventures (<http://www.virtue-ventures.com/resources/setypology>).

- Retrieved on May, 16, 2011.
- Borzaga, C., Depedri, S., & Tortia, E. (2010). *The growth of organizational variety in market economies: The case of social enterprises*. *Euricse Working Papers*, No. 3, pp. 1-22.
- Borzaga, C., & Tortia, E. (2009). Social enterprises and local economic development. In Noya, A. (Ed.), *The changing boundaries of social enterprises* (pp. 195-228). Paris: OECD.
- Buckley, R. (2012). Sustainable tourism: Research and reality. *Annals of Tourism Research*, 39(2), 528-546.
- Casagrandi, R., & Rinaldi, S. (2002). A theoretical approach to tourism sustainability. *Conservation Ecology*, 6(1), 1-23.
- Clifford, G. (1973). *The Interpretation of Cultures*. New York: Basic.
- Corbin, J., & Strauss, A. (2008). *Basics of qualitative research: Techniques and procedures for developing grounded theory*. Thousand Oaks, CA: SAGE Publications.
- Defourny, J. (2006). 『사회적기업』, *The emergence of social enterprise* (박대석·박상하·고두석 역). 서울: 시그마프레스.
- Faulkner, B., & Goeldner, C. (1998). Progress in tourism and hospitality research. *Journal of Travel Research*, 37(1), 76-80.
- Flick, U. (2009). 『질적 연구방법』, *An introduction to qualitative research* (임은미·최금진·최인호·허문경·홍경화 역). 서울: 한울.
- Geertz, C. (2009). 『문화의 해석』, *The interpretation of cultures* (문옥표 역). 서울: 까치.
- Glaser, B. (1978). *Theoretical sensitivity: Advances in the methodology of grounded theory*. Mill Valley, CA: Sociology Press.
- _____ (1992). *Basics of grounded theory analysis: Emergence vs forcing*. Mill Valley, CA: Sociology Press.
- _____ (1998). *Doing grounded theory: Issues and discussions*. Mill Valley, CA: Sociology Press.
- Glaser, B., & Strauss, A. (1967). *The discovery of grounded theory: Strategies for qualitative research*. Mill Valley, CA: Sociology Press.
- Kim, Y., Eves, A., & Scarles, C. (2009). Building a model of local food consumption on trips and holidays: A grounded theory approach. *International Journal of Hospitality Management*, 28(3), 423-431.
- Minnaert, L., Maitland, R., & Miller, G. (2006). Social tourism and its ethical foundations. *Tourism Culture and Communication*, 7(1), 7-17.
- _____ (2009). Tourism and social policy: The value of social tourism. *Annals of Tourism Research*, 36(2), 316-334.
- Papathanassis, A., & Knolle, F. (2011). Exploring the adoption and processing of online holiday reviews: A grounded theory approach. *Tourism Management*, 32(2), 215-224.
- Polany, K. (2009). 『거대한 전환』, *The great transformation* (홍기빈 역). 서울: 도서출판 길.
- Sen, A. (2008). 『센코노믹스: 인간의 행복에 말을 거는 경제학』, *Basic education and human security* (원용찬 역). 서울: 갈라파고스.
- Strauss, A. (1987). *Qualitative analysis for social scientists*. Cambridge: Cambridge University Press.

Strauss, A., & Corbin, J. (1990). *Basics of qualitative research: Grounded theory procedures and techniques*. Newbury Park, CA: Sage Publications.

UNEP & UNWTO. (2005). *Making tourism more sustainable: A guide for policy makers* (pp. 11-12)

Weed, M. (2009). Research quality considerations for grounded theory research in sport and exercise psychology. *Psychology of sport and exercise*, 10(5), 502-510.

<http://www.grandculture.net>

<http://jbmadang.com>

<http://www.jbse.or.kr>

<http://www.law.go.kr>

<http://www.socialenterprise.or.kr>

<http://www.wbcsd.org>

<http://www.winwingrowth.or.kr>

<http://www2.unwto.org>

2016년 4월 9일 최초투고논문 접수

2016년 5월 2일 최종심사완료 및 게재확정 통보

2014년 5월 18일 최종논문 도착

3인 익명심사 료