

농촌의 사회적 기업 육성 방안에 대한
탐색적 연구:
달성군의 사례를 중심으로

문 순 영 (Moon, Soon-young)*

(E-mail : soonym@knu.ac.kr)

논문접수일 : 2013년 9월 27일

논문심사일 : 2013년 10월 10일

게재확정일 : 2013년 11월 20일

* 학위취득대학 : 연세대학교
현직: 경북대학교 사회복지학과 부교수

농촌의 사회적 기업 육성 방안에 대한 탐색적 연구: 달성군의 사례를 중심으로*

<국문요약>

본 연구는 농촌 지역에서 사회적 기업에 대한 인식과 환경은 어떠한지 그리고 이를 바탕으로 농촌에서 사회적 기업 육성을 위하여 필요한 과제가 무엇인지를 달성군 사례를 중심으로 살펴본 탐색적 연구이다. 달성군의 사회단체 및 조직에 대한 설문조사와 사회적 경제 조직 6개소의 대표자에 대한 인터뷰가 병행되었고, 그 결과는 다음과 같았다.

첫째, 농협, 산림조합 등 전통적인 사회적 경제조직들과 지역 개발프로젝트를 통해 만들어진 다양한 이니셔티브 등으로 농촌 사회에 남아 있는 마을 공동체적 특성을 기반으로 사회적 기업을 활성화하여야 한다. 둘째, 농촌지역의 특성을 살린 상품 개발이 필요하고, 이를 위해지역외부에 있는 산·학·연과의 네트워크 구축이 요청된다. 셋째, 사회적 기업의 상품화, 마케팅, 영업 활동 전략 및 종업원 교육 등을 전문적으로 담당할 중간지원조직이 필요하다. 넷째, 농촌의 사회적 기업 육성을 위하여 정부 여러 부처의 사회적 기업 관련 사업들이나 마을 활성화 사업들을 통합하여 추진할 필요가 있다.

마지막으로 농촌 지역에서 사회적 기업의 육성을 위한 기금마련과 같은 자본시장의 조성이 필요하다.

[주제어] 농촌지역, 농촌지역 사회적 기업, 마을 기업,
농촌의 사회경제환경, 농촌공동체회사

* 2012년 달성군청의 지원으로 이루어진 달성군 사회적 기업 자원조사 및 모델 발굴연구프로젝트의 본 연구자의 부분을 수정 보완한 것임.

I. 서론

우리 사회의 사회적 기업에 대한 급격한 관심은 정부의 지속적 경기부양책으로 경기회복세가 지속되었음에도 불구하고 일자리 창출이 미흡하였던 것에서 시작되었다. 2007년 취약계층을 위한 일자리 창출과 사회서비스 공급을 주요 목적으로 「사회적 기업 육성법」의 제정되었다. 실행 첫 해 54개소에 불과하였던 사회적 기업들은 2012년 11월 현재 760개소로 약 14배 증가하였고, 고용규모도 2007년 2,539명이었던 것에서 2011년 15,990명으로 약 6배가 넘게 증가하였다(한신대 산학협력단 2012, 28-31). 이는 사회적 기업이 일자리 창출의 성과가 있음을 보여주는 것이다.

사회적 기업이 일자리 창출에 효과를 보이자 정부는 사회적 기업을 인구의 과소화와 고령화, 경제력 저하로 해체위기에 있는 농촌 지역의 활성화에도 기여할 수 있는 수단으로 보고, 2015년까지 사회적 기업 유사체인 ‘농어촌 공동체 회사’ 3,000여 개소 육성계획을 발표하였다. 그리고 2013년 8월 새누리당 장운석 의원 대표로 ‘농촌 마을공동체 활성화 지원방안에 대한 법률’이 발의되어 농촌 사회적 기업 육성에 박차가 가해지고 있다.

그러나 사회적 기업에 대한 높은 관심과 시도가 반드시 성공을 보장하지는 않는다. 2012년 12월 현재 총 760개가 인증을 받았지만 여기서 활동하고 있는 사회적 기업은 723개이고, 그나마 활동하고 있는 사회적기업의 지속가능성에 대해서 의문을 제기하는 자료들이 많다. 사회적기업연구원의 사회적기업의 성과를 분석한 보고서에 의하면 2009년 말 사회적 기업에서 영업이익을 내고 있는 사회적 기업은 25%에 지나지 않고 214개소가 영업 손실을 기록하고 있는 것으로 보고하고 있고, 대구·경북 사회적 기업 지원센터의 자료에서도 2010년 말 기준 이 지역 사회적 기업들의 영업수익률은 -53.4%

인 것으로 보고하고 있다. 사회적 기업들은 일반적으로 비즈니스 경험과 기술의 부족, 저조한 민간기부, 정책 지원의 불안정 등의 문제를 가지고 있는 것으로 지적되고 있다.

지금까지 사회적 기업의 발전은 대체적으로 공간적으로 도시에 국한되었다. 2010년 7월 30일 현재 353개의 인증 사회적 기업들의 분포를 보면, 읍 9.3%(33개소), 면 8.8%(31개소), 동 81.9%(289개소)로 읍,면의 농촌에 위치해 있거나 농촌을 주 대상으로 활동하고 있는 사회적 기업은 극히 소수이다. 농촌은 인구유출과 고령화로 인해 지역의 역사와 문화, 전통자원의 유실이 우려되며 지역 공동체의 계승과 발전에 큰 장애를 경험하고 있다. 또한 기업경영기반도 취약하고 농촌개발과 관련한 사업모델과 지원도 부족하다.

따라서 농촌 지역의 지역공동체 활성화는 현재 사회적 기업의 단순한 일자리 수의 증대가 아니라 농촌 지역의 특정한 자연적, 인적, 문화적 특성 등에 기반을 둔 사회적 기업의 육성이 필요하다. 이를 위해서는 농촌 지역의 인식과 현황에 대한 객관적인 조사와 자료에 근거한 체계적인 사업 추진이 이루어져야 한다. 그렇지 않다면 현재 사회적 기업육성에서 드러나고 있는 사회적 기업의 문제점들-비즈니스 경험과 기술의 부족, 저조한 민간기부, 정책지원의 불안정성 등-의 문제를 답습하게 됨은 물론이고 이전에 여러 마을 활성화 사업들이 미처 준비가 미흡한 채 사업을 추진하여 실패한 적지 않은 농촌 활성화사업들의 사례들을 답습하게 될 것이다.

따라서 본 연구는 농촌 지역 특성에 기반을 둔 사회적 기업 육성을 위하여 현재 농촌 지역에서 사회적 기업에 대한 인식과 육성 조건이 어떠한지를 진단하고, 이를 토대로 농촌의 사회적 기업 육성을 위한 발전 과제들을 살펴보는데 목적이 있다.

II. 이론적 배경

1. 사회적 기업의 개념과 지역사회 활성화

서구사회에서 사회적 기업은 1990년대 이후 신자유주의 정책이 양산해낸 빈곤과 노동시장의 양극화 문제에서 고통 받는 사회적 약자 등을 보호하기 위한 새로운 형태의 시민사회 조직들이 관심을 받게 되면서 인지도가 높아졌다. ‘사회적’인 성격과 ‘기업’으로서의 성격을 동시에 가진 다양한 조직들과 현상을 설명하는 사회적 기업은 아직 일관된 정의는 없다. “공익을 위한 민간기업(OECD 1999, 10)”, “영리목적의 사회사업(Dees and Anderson 2003)” “사회적 목적을 가진 기업(Wallace 1999)” 등으로 사회적 목표달성을 위하여 상업거래를 통해 안정적인 재원을 확보하는 독립된 조직으로 정의되기도 하고, 또 다른 한편에서는 “지역사회에서 필요로 하는 재화 및 서비스를 생산하고 부족한 재원을 지역사회에 대한 지원 활동을 통해 얻고, 발생한 보편적인 이윤을 지역사회에 환원하는 기능을 갖는 조직”(Campbell 1998), “지역 사회 전체 이익 보호 차원에서 사회적으로 유용한 서비스의 제공 기능을 수행하고 있는 기업형태”(Laville 2003), “사회적 목적을 우선으로 하는 사업체로서 기업의 잉여금은 주주와 소유자의 이윤을 극대화하기 위하여 운용되기보다는 그 사업체, 또는 지역사회를 위해 재투자되는 기업”(DTI 2002) 등으로 사회적 기업을 지역사회와 관련지어 정의하는 등으로 정의되기도 한다. 그리고 이러한 형태들은 협동조합에서 시작하여 상호공제조합, 개발신탁, 지역공동체회사, 영리기업, 비영리조직 등에 이르기까지 다양하다(문순영 2010, 152).

우리나라의 사회적 기업은 2007년에 제정·시행된 「사회적 기업 육성법」에 따라 비영리조직과 영리기업의 중간 형태로 일반 회사처럼 근로자를 고용하여 영리활동을 수행하고, 기업의 목적을 주로 자신에게 필요한 사회서비스를 시장가격으로 구매하는데 어려움이 있는 취약계층에 대한 일자리와 사회서비스 제공 등 사회적 목적 실현에 두며, 창출된 이익을 사회적 목적 실현을 위하여 재투자하고, 의사

결정도 주주이외에 이해관계자가 참여하는 민주적으로 결정되는 조직(동법 제2조)으로 정의된다. 그리고 이런 조건을 충족하여 인증을 받으면 '사회적 기업'으로 불리게 된다.

짧은 시간 안에 급성장한 사회적 기업의 성과로 일자리 창출효과가 인지되면서 정부는 외부의존도의 증가, 유출 인구의 가속화, 일부 지역의 30%가 넘는 고령화율 등으로 지역 공동체의 계승과 발전에 큰 장애를 겪고 있는 지방의 지역사회 활성화 전략으로 사회적 기업을 활용하는 커뮤니티 비즈니스(community business) 도입을 제한하였다. 2010년 행정안전부가 '자립형 지역공동체사업' 시범사업을 시작하여 이듬해부터 지역경제를 활성화하고 지역의 안정적인 일자리를 창출하기 위해 마을기업 500개를 집중 육성하는 '마을기업 지원 사업'으로 전환하여 추진하고 있다. 또한 지식경제부가 2010년부터 커뮤니티 비즈니스 시범사업을, 2011년 농수산식품부가 농어촌공동체회사 활성화사업을 추진하고 있다. 이들 사업들의 특징을 정리하면 <표 1>과 같다.

마을기업이나 농어촌공동체 회사, 커뮤니티 비즈니스사업 등은 경제력 저하와 고령화, 사회서비스 취약 등으로 쇠락하고 있는 농촌 지역을 발전시키는 방법으로 일자리를 창출하고 기업 경영과 같은 방식으로 운영하여 수익성을 창출하여 지역경제를 활성화하는 것으로 사회적 기업의 육성사업과 마찬가지로 내용이다. 단지 비영리법인 및 단체 등 이외에도 지역의 공동체 조직이나 단체, 주민조직, 주민 조직 등 일정한 역량을 갖춘 조직들을 활용하여 경제공동체를 활성화하여 지역 내부 발전을 가져온다는 측면이 차이가 있다.

결국 이들 사업들은 모두 지역 주민 주도로 지역의 자원을 이용해서 지역의 과제를 해결해 나가는 사업모델로서 그 핵심에 사회적 기업이 자리잡고 있다. 사회적 기업을 지역의 고용 창출, 지역의 숨겨진 자원 활용, 경제적 효과의 지역 내 순환 등을 제고하는 유용한 대안으로 활용하는 것이다.

<표 1> 정부 여러 부처의 사회적 기업 육성 사업들

	마을기업사업	커뮤니티 비즈니스 사업	농어촌 공동체회사 활성화사업	사회적기업 육성사업
주관 부처	행정안전부	지식경제부	농림수산식품부	고용노동부
목적	일자리 창출, 사회서비스 제공, 지역공동체 활성화, 지역활성화	일자리 창출, 커뮤니티 재생 및 지역경제 순환	일자리 창출, 사회서비스 제공, 농어촌지역 활성화	사회 취약계층 일자리 창출, 사회서비스 제공
활동 공간	지역단위 사업	지역단위 사업	농어촌 지역단위 사업	전국적 단위사업
활동 참여자	지역주민, 마을회, 지역공동체 (조직, 단체)	조합, 영리법인 및 비영리법인, 단체	마을 단위 영농법인, 민법상의 법인 및 조합, 상법상 회사, 농어업법인, 농협 등 기타 비영리민간단체	사회적 기업가, 민법상의 법인 및 조합, 상법상 회사, 비영리단체, 협동조합 등
운영	기업 경영방식 (수익성)	기업 경영방식 (수익성)	기업 경영방식 (수익성)	기업 경영방식 (수익성)
기간 및 분포	2011년 4월 기준 전국 470여개, 농촌 53.2% (250개소), 도시 46.8% (220개소)	2010~2013년까지 총 30여개 선정	2015년까지 3,000개소 육성. 2011년 5월 139개 농어촌 기초자치단체에 443개소 분포	2007년 8월 시작. 2012년 현재 전국 720여 개소
지원 내용	사업의 정착을 위한 초기 사업비 등 일부, 농협·새마을 금고 등의 자금지원, 그리고 상공회의소 등의 경영컨설팅을 지원	사업지원금, 컨설팅, 교육 지원	창업보육센터 운영 및 교육·컨설팅, 농수산물 관련사업 연계지원, 우수 사업 선정 및 재정 지원, 귀촌인력활용 및 관련정보제공	인건비, 경영 지원, 공공기관우선 구매 권고, 부지구입비 시설비 용자, 세제지원, 사회보험료 지원 등

*각 부처 홈페이지에서 사업 설명서 등을 참고하여 작성

2. 농촌의 실태와 사회적 기업의 필요성

그 동안 한국의 농촌은 산업의 발전을 공업화 및 도시화 정책으로 일관해 오면서 농업의 지위가 하락되고, 공간으로서 급격하게 위축되어왔다. 최근에 들어서는 심해지는 이상기후로 정상적인 농업이 어려워지고, 조류독감이나 구제역과 같은 질병의 확산으로 축산업도 위기를 맞고, 점점 늘어나는 자유무역협정으로 값싼 곡물과 축산물 수입되면서 농촌의 어려움은 더욱 커지고 있다.

농가소득이 최저생계비에 미달하는 농가비중은 2000년대 후반에 빠르게 증가하여 2007년 10.9%, 2009년 16.1%, 2011년 23.7%로 늘어났다. 게다가 2011년 최저생계비 미달농가 중 65세 이상 농가가 64.1%로 다수를 차지하는 것으로 나타났다(박준기 2013). 이러한 농업지역의 경제적 어려움은 농촌인구의 감소로 나타나고 있다. 1980년대 농가 인구는 전체 인구의 약 30%를 차지하였는데, 2005년 통계청 조사에서 우리나라 농가인구비가 7.1%, 농가인구수는 340만 명에 불과하였다. 김태현(2007)은 2015년에 우리나라 농가인구가 260만 명으로 감소할 것이며, 전체 인구 중 비율도 5.3%로 낮아질 것으로 추정하고 있으며, 2020년에는 전체인구의 4.7%에 해당되는 240만 명만이 농가인구일 것으로 예측한다.

농촌 인구감소와 함께 심각한 문제가 고령화이다. 1990년 11.5%였던 농촌의 65세 이상 고령자 비율이 2005년에는 29.1%로 증가하였다. 반면 같은 기간 동안 14세 이하 연령층의 비율은 20.6%에서 절반 이상 줄어 9.8%로 감소되었다. 이를 전국 통계와 비교해보면 그 심각성이 더욱 분명하게 드러난다. 2005년 전국 평균 노인 인구비율은 9.1%로 고령화 사회에 진입하였음을 보여주는데 반해 농촌의 경우 노인 인구비율은 29.1%로 이미 노령사회에 진입한 상태이다. 현재와 같은 낮은 출산율과 평균 수명이 유지된다면 노인 인구비율은 지속적으로 증가해 65세 이상 농촌 인구는 2010년에 34.2%, 2020년에는 44.7%에 도달할 것으로 예측된다(통계청).

농촌의 인구감소와 고령화가 농촌에 미치는 영향은 여러 가지 측면으로 나타난다. 우선 무엇보다도 경제적인 측면에서 수익창출 노력의 저하와 시장대처 능력의 저하로 지역경제 규모의 축소를 유발한다. 인터넷과 같은 유통시자의 변화를 고려의 농업들이 따라가지 못하며 농촌에 젊은 농부들이 있어야 새로운 수익원도 개발하고 수익을 개선할 적극적인 대응과 성과를 통한 변화가 가능할 것인데 그렇지 못한 것이다.

또한 지역커뮤니티도 약화된다. 어린이 및 청소년의 감소는 학교의 통폐합 운영에 따른 장거리 등하교와 예체능 교육을 보완하던 학교의 축소로 교육환경의 질이 떨어지고, 이는 다시 학부모의 지역이탈의 원인으로 작용하여 학교를 중심으로 형성되어 있던 네트워크가 상실됨으로써 지역 커뮤니티가 약화된다.

셋째, 지역경제의 축소는 지역의 활력저하로 이어져 지역 행정 및 복지시설 환경의 악화를 가져온다. 사회복지시설의 지역별 분포를 살펴본 임석희(2009)에 의하면 군단위에서 사회복지 시설이 많이 부족한 것으로 보고하고 있고, 강주희·윤순덕(2008)도 농촌지역에 복지자원이 더 공급되어야만 지역 간 불균형 문제를 해소할 수 있다고 하였다. 이태수·이미진(2012)도 농촌지역은 일반적으로 자원이 부족하다고 지적하였으며, 임동환(2009)도 수도권 및 주요 도시 중심으로 이루어진 산업화로 인해 농촌인구가 감소하며 생활환경, 문화, 복지, 교육여건도 도시에 비해 낙후되어 있다고 보고하였다.

이상에서 살펴본 인구감소, 고령화, 지역경제규모의 약화, 교육환경 악화, 커뮤니티 약화 등은 결과적으로 나타나는 독립적인 관계가 아닌 서로 원인과 결과가 되는 양상을 보이고 있으며 농촌의 미래를 기약하기 어렵게 만들고 있다. 이 같은 상황의 지속은 결국 농촌의 공동화(空洞化) 현상을 초래할 것이므로 총체적 어려움에 처한 농촌의 활성화가 시급하다.

해외의 사회적 기업 실천 사례들은 이와 같은 우리 농촌에 시사하는 바가 크다. 유럽지역에서는 지역 재생(community revitalization)

이라는 목표를 가지고 활동하는 사회적 기업들이 다수 존재한다. 지역이나 커뮤니티 재생을 위해서 지역사회와 정부, 기업 등의 파트너십으로 운영하는 영국의 개발트러스트(Development Trust), 지자체와 지역단체 및 지역주민들의 파트너십으로 운영하는 프랑스의 지역관리공사(Regie de Quartier), 그리고 시코쿠 산맥의 산골짜기에 위치한 조쇼마치 마을의 이로도리 사업과 같은 일본이 커뮤니티 비즈니스(community business)의 사례들은 커뮤니티의 단위의 생활문화가 존재하고 지역을 재생시켜야 하는 과제가 부여되고 있는 농촌의 경우 사회적 기업과 같은 실천 방식이 유의미한 결과를 가져올 수 있다는 것을 보여준다.

2000년대 이후부터 유럽연합도 농촌지역 사회적 기업 활성화를 통하여 농촌지역개발 정책을 수행하고 있다. 2000년부터 2006년까지 농촌지역 사회적 기업 활성화에 주력하였던 LEADER+ 프로젝트인데 2007년 이후로는 유럽연합 공동농업정책(Community Agricultural Policy)의 한 축으로 통합되었다. LEADER+는 지역행동그룹(local action group)이라 불리는 지역파트너십에 의해 주도되고 실천되는 농촌지역개발프로그램이다. 이 프로젝트의 핵심인 지역행동그룹은 지역 내부의 다양한 이해 당사자들에 의해 구성된다. 이들은 지역사회의 문제를 함께 진단하고 이해하며, 집합적인 방식으로 적절한 해법을 제시하고자 하였다. 이 과정에서 다양한 이해당사자들이 가지고 있는 정보와 자원이 상호작용을 만들어내면서 혁신적인 해법을 이끌어내게 되었다. 지역행동그룹의 활동은 지역의 기업가정신을 촉진시키는 프로젝트, 교육훈련에 관련된 프로젝트, 농촌 관광 등 특정한 사업 아이템을 중심으로 한 지역 활성화 프로젝트 등을 추진하고 이를 통하여 사회적 기업에 우호적인 환경을 지역사회에 조성하기도 하고, 때로는 사회적 기업을 설립하기도 하였다(임형식 2011, 14-15).

이러한 외국의 사회적 기업의 조직 및 실천 방식은 구성원의 참여와 주도성을 강조하는 것이고, 이런 사회적 기업의 조직과 실천방법이 농촌의 활성화를 위한 방법론으로 관심을 받게 만든다.

3. 선행연구 검토

짧은 기간이지만 정부의 적극적인 주도로 성장한 사회적 기업에 대한 연구는 상당히 축적된 것과 달리 농촌 지역의 사회적 기업에 대한 연구는 매우 미미하다.

그나마 농촌의 일자리 사업이나 농촌 사회적 기업에 대한 연구들의 대부분은 논문이라기보다는 농업경제연구원, 지역재단 등 다양한 농촌 지역 관련 연구소 등에서 최근 개최되었던 세미나와 국제회의의 발표문들이다. 일부의 연구자와 활동가들은 사회적 기업이 농촌의 내발적 발전에 기여할 가능성을 적극적으로 평가하고 있고(자활정책연구소 2009; 박진도·유정규 외 2009; 임경수 2010), 또 다른 일부는 농촌 지역 활성화와 사회적 기업과의 연계성을 찾고 농촌지역 사회적 기업의 발전방안과 육성과제를 살펴보고 있다(이규선·김광선 2011; 김창호·권인혜 2011; 유정규 2011). 그러나 이들 농촌의 사회적 기업 육성 과제를 살펴본 서너편의 연구들은 활동가들의 경험에 기초한 발표 논문이거나 농촌 지역에 존재하고 있는 사회적 기업 두세 개에 국한된 사례연구를 중심으로 사회적 기업 활성화 과제를 살펴보고 있어 농촌에 대한 사회적 기업에 대한 인식이나 환경에 대한 경험적이고 체계적인 조사를 근거로 한 발전방안이 되지 못하고 있다. 본 연구는 바로 이러한 측면에서 차이를 가진다. 도시와 인접해 있는 달성군을 대상으로 양적·질적 조사를 병행하여 우리나라 농촌 지역에서 사회적 기업에 대한 인식과 환경은 어떠한지? 그리고 이를 바탕으로 농촌 지역에서 사회적 기업 육성을 위하여 필요한 과제가 무엇인지를 살펴보았다. 이는 농촌의 욕구에 기초하여 사회적 기업 육성에 필요 되는 조건들을 검토하여 보고자 한 것이다. 농촌 전체 지역에 대한 조사가 아니라 달성군에 제한되어 있다는 점과 조사 내용도 탐색적 수준에 그치고 있는 한계점을 가지고 있지만 농촌 지역의 사회적 기업 발전을 위한 과제에 시사점을 찾아 볼 수는 있을 것으로 생각된다.

Ⅲ. 연구방법

본 연구는 달성군의 사회적 기업에 대한 인식과 환경, 사회적 기업 육성 방안을 살펴보고자 설문조사와 인터뷰를 병행하였다.

달성군은 대구광역시의 유일한 군으로 3개 읍과 6개면으로 구성된 대구의 48.3%이르는 광범위한 면적을 차지하고 있는 지역이다. 이들 중 임야가 61.0%이고, 답이 15.0%, 전이 6.0%로 임야와 함께 전체 면적의 82.0%를 차지하고 있으며, 2.7%의 공업지역에 1980년대 조성된 산업단지들이 조성되어 있으며 테크노폴리스지구와 대구국가과학산업단지의 조성 중에 있는 도농복합지역이다. 산업단지에 들어와 있는 제조업의 수가 많지만 대구에 비해 한 산업체당 창출해내는 부가가치가 미흡하고 군내 산업단지와 농촌지역간의 차이가 눈에 띄게 나타나고 있어 특히 읍·면 지역 간의 차이가 크다. 지역 간 산업격차는 인구의 편중현상으로 나타내는데 산업이 발달한 화원읍은 유가면에 비해 13배가량 인구가 많다. 농가 인구 면에서 대구광역시는 2006년 대비 2008년에 1.55%p정도 감소한 반면, 달성군은 같은 시기 3.20%p가량 증가하였지만 순 농가의 비율은 줄어들고 농외소득이 주된 소득이 되고 있으며 농가소득은 2차 소득원인 가구가 증가하고 있는 것으로 나타났다. 그리고 달성군의 주민들은 교육과 문화, 주거환경, 교통 및 일자리 문제로 인해 달성군 내에서는 화원읍, 타 지역으로는 대구광역시에 이주하고 싶다는 의견이 많았다(달성군 2010b).

결국 일반적인 농촌지역이 농업 종사자 및 고령층으로 인한 문제를 주로 가진다면 달성군은 1차 산업 및 2차 산업 종사자간 차이, 낮은 유년인구 감소율¹⁾로 인해 아동 및 청소년의 문제, 달성군 지

1) 유년인구 증감률은 2008년과 2009년 대구광역시는 3.92%p감소한데 비해 달성군은 0.6%p로 다소 낮은 감소율을 보이고 있다(대구광역시 달성군, 2010b). 이에 아동·청소년의 교육문제가 중요한 문제로 다루어지고 있다.

역 내 산업단지 간 격차, 대구광역시와의 격차도 함께 가지고 있다. 그리고 이를 해결하기 위한 사회적 인프라는 다른 대부분의 농촌지역들처럼 매우 부족하다. 그나마 있는 인프라 시설들도 화원, 논공, 가창, 다사 읍 등 대구시와 가까운 지역이나 2, 3차 산업이 발전한 지역에만 밀집되어 있어 사회서비스의 비효율성, 비대칭성이 두드러진다. 일부의 산업지역간의 격차로 인하여 군내에 광범위한 농촌 지역에서는 대부분의 농촌 지역이 가지고 있는 문제점들이 더욱 두드러지게 나타난다. 그럼에도 불구하고 2012년 7월 31일 현재 대구시의 인증 사회적 기업 총 344개는 모두 도시 공간인 '동'에 위치하여 달성군에는 전무하다. 따라서 달성군에서 사회적 기업에 대한 인식과 환경, 사회적 기업 발전 과제에 필요한 욕구들이 무엇인지를 알아보는 것은 제한적이기는 하지만 농촌 지역에 대한 함의를 줄 수 있을 것이다.

본 연구의 설문조사는 2012년 10월 달성군이 사회적 기업 설명회에 초대된 목록의 사회복지법인 시설 및 단체 35개소, 문화예술단체 3개소, 농업관련단체 12개소, 마을기업 7개소, 예비사회적기업 지정탈락 2개소, 부녀자 모임 및 단체 13개소 등 77개소의 기관을 대상으로 하였다. 사회단체를 조사 대상으로 삼은 이유는 마을기업, 농촌공동체회사설립 등의 정부사업들이 사회적 기업으로 육성하려는 추진체로 마을 단위 조직이나 영농조합법인 등을 대상으로 하고 있기 때문이다.

각 기관 당 1부씩 중간관리자 이상에서 응답을 요구하여 총 45명이 설문에 응하였고, 그 중 응답이 불성실한 경우를 제외한 42명의 응답을 분석하였다. 설문은 자기 응답식 기입방법을 통하여 2012년 10월 29일부터 11월 28일까지 약 4주간 실시하였고, 응답 결과를 SPSS 18.0을 활용하여 기술통계 분석하였다.

응답자들의 인구사회학적 특성은 <표 2>와 같다.

<표 2> 인구사회학적 특성

		빈도 (명)	백분율(%)
성별	남성	26	61.9
	여성	16	38.1
연령	29세 이하	4	9.8
	30세 이상 39세 이하	9	22.0
	40세 이상 49세 이하	12	29.3
	50세 이상 59세 이하	11	26.8
	60세 이상	5	12.2
평균연령(세)		44.4세	
최종학력	고등학교 졸업 이하	5	12.5
	전문대학 졸업	9	22.5
	대학교 졸업	15	37.5
	대학원 재학	1	2.5
	대학원 졸업	9	22.5
	기타	1	2.5
전공	사회복지	19	52.8
	농업	4	11.1
	기타	13	36.4
평균경력(개월)		84.8개월	
평균 인원(명)	남성	14	
	여성	14.7	

그리고 농촌 지역의 사회적 기업 육성을 위한 환경조성과 지원방안에 대한 지역 활동가들의 구체적이고 상세한 의견을 듣기 위하여 사회적 기업에 의지가 있는 기관의 대표자들을 추가적으로 인터뷰하였다. 인터뷰 기관은 달성군청의 협조를 얻어 사회적 기업을 신청하여 탈락한 기관, 마을기업, 대구·경북 사회적 기업통합지원센터를 맡고 있는 커뮤니티와 경제에서 소개한 사회적 기업에 관심을 가지고 있는 기관으로 달성군내 6개 기관을 대상으로 하였다. 인터뷰는 반구조적 개방형 질문(open questions)을 가지고 2012년 11월 27일부터 12월 4일에 걸쳐 기관 당 약 1시간 정도 이루어졌고, 인터뷰에 참여한 기관들의 개요는 <표 3>과 같다.

<표 3> 인터뷰 참여기관 개요

	기관명	인터뷰 대상	인터뷰 날짜 및 시간	비고
A	소셜인 벤처	이사	11월 27일 16:00~17:00	2011년 예비 사회적 기업 탈락기관
B	행복한 삶터	대표자	11월 29일 11:00~12:00	2011년 예비 사회적 기업 탈락기관
C	그리는 사람들 아트샵	사무국장	11월 30일 12:00~13:00	마을기업
D	해피베이커리	시설장	11월 30일 15:00~16:00	마을기업
E	효경노인 종합센터	원장	12월 3일 10:30~11:20	사회적 기업 관심표명 기관
F	달성군지역자활 지원센터	센터장	12월 3일 13:00~14:00	사회적 기업 관심표명 기관

IV. 분석결과

1. 사회적 기업에 대한 인식 및 이해

달성군의 사회단체 및 조직들의 사회적 기업 인지도, 이해도, 알고 있는 사회적 경제조직의 종류, 사회적 기업에 대한 교육 경험 등을 알아본 결과는 <표 4>와 같다. 최근 몇 년 동안 정부 정책으로 사회적 기업이 집중 양성되고 있어서 인지 사회적 기업을 ‘들어본 적이 있다’는 응답자는 59.5%로 절반이 넘었다. 그렇지만 ‘모른다’는 사람도 11.9%에 달했고, 사회적 기업에 대한 인지정도를 점수로 나타냈을 때²⁾, 평균점수는 2.19점으로 나타나 구체적인 사회적 기업에 대한 인지도는 낮은 편이었다.

2) ‘매우 잘 알고 있다’를 4점, ‘모른다’를 1점으로 부여하였으며 따라서 점수가 높을수록 사회적 기업에 대한 인지도가 높다고 하겠다.

<표 4> 사회적 기업에 대한 전반적 이해

		빈도(명)	백분율 (%)
인지정도	매우 잘 알고 있다	1	2.4
	잘 알고 있다	11	26.2
	들어본 적 있다	25	59.5
	모른다	5	11.9
인지도 평균점수		2.19	
알고 있는 사회적 조직 (다중 응답)	마을기업(행정안전부)	24	32.9
	커뮤니티 비즈니스(지식경제부)	3	4.1
	농어촌공동체회사(농림수산식품부)	12	16.4
	자활공동체(보건복지부)	19	26.0
	대안금융기관(마이크로크레딧)	1	1.4
	노동자협동조합	7	9.6
	소비자생활협동조합	7	9.6
교육경험	있다.	12	28.6
	없다	30	71.4
이해정도	충분하다	4	9.5
	보통이다	18	42.9
	부족하다	17	40.5
	매우 부족하다	3	7.1
이해정도 평균점수		2.55	

인터뷰 A, B 사례가 보여주듯이 사회적 기업을 신청하게 된 경로들이 우연한 기회에 지인을 통하여 접하게 되어 관심을 가지게 되어서였다. 그 정도로 군내에서 사회적 기업은 생소한 것이다. 사회적 기업이란 용어는 매체를 통하여든 어디선가 들어보기는 하였지만 사회적 기업의 활동이나 역할 등에 대한 구체적인 인식은 아직은 매우 낮다.

A: 거기 그때 처음에 2008년도 때 〇〇〇씨라고 그 아시는지 모르겠는데 시내에 환경운동하시는 그 의사선생님 한분 계셨어요어떻게 그분 알게 되서 그분가게에 있는데 친구 분이 오시더라고요그분이 그때 2008년도 사회적 기업 아카데미 운영하는 사무처장님이셨던 거예요 그래서 홍보자료를 주더라고요…….그거 듣고 거기 보아야 아카데미를 듣게 된 거죠계기는 되고,

B: 대기업 〇〇〇〇에 있다가 여러 가지 이유로 나왔어요 ... 나와 보니깐 그래도 먹고는 살아야 하지 않습니까 사회적 기업을 하는 제 친구가 〇〇학교에 관심 있는 〇〇〇 교수라고. 그가 사회적 기업 일을 하는데,, 그가 니도 한번 해 봐 라고 하더라고요 그래서 개인적으로 사회적 기업에 대해 관심을 가지게 되었고요.

그런 배경 때문인지 지역내에서 알고 있는 사회경제적 조직을 모두 응답하라는 질문에 행정안전부의 마을기업이 32.9%로 가장 높았고, 다음으로 보건복지부의 자활공동체였다. 마을기업은 이전에 행정안전부의 농촌의 정보화 마을 만들기 사업 등의 연장선에서 농촌지원 사업으로 파악되기 때문에 인지도가 높은 것으로 보이고, 자활공동체 사업은 2000년도부터 국민기초생활보장제도의 시행으로 지자체 단위별로 빈곤대상층을 대상으로 사업이 수행되어왔기 때문에 인지도가 높다.

사회적 기업에 대한 교육경험유무를 질문한 결과 '교육 경험이 없다'는 응답자는 30명(71.4%)으로 '교육을 받은 경험이 있다'보다 2배 이상 많아 사회적 기업의 교육 기회가 매우 적음을 알 수 있다. 이는 사회적 기업에 대해 얼마나 이해하는가라는 질문에 대한 응답과도 일치하는데 이해도가 '부족하다('매우 부족하다' 포함)'는 20명(47.6%)으로 절반에 이른다. 또한 이해 정도를 점수로 나타냈는데³⁾, 2.55점으로 전반적으로 사회적 기업에 대한 이해도는 높지 않았다. 이 같은 특성은 사회적 기업을 신청하였다가 탈락한 A, B기관 사례에서 구체적으로 드러난다.

A : 그죠 한명이 장애인이었고, 처음 세 명 가족개업이에요. 아버지가 관심이 많아가지고 아버지가 이제 회사에는 대표이사로 계시고 일은 제가 다 하는 걸로 아버님 연세도 퇴직하시는 분이 많으니까 그 면장님도 친구 분이시거든요.포면에 퇴직하시는 분들 고용을 해서 그러한 사업체 운영해보면 좋겠단 생각으로 아이디어 차원에서 이런 거는 구상을 많이 했었죠근데 실질적으로는 좀 잘 안되더라고요.

3) '충분하다'를 4점, '매우 부족하다'를 1점으로 부여하였으며 따라서 점수가 높을수록 사회적 기업에 대한 이해도가 높다고 하겠다.

B: 내가 지속적인 오더는 없지만 종업원도 없는 상태에서 사회적 기업도 안 된 상태에서 오더를 받아왔으면 사회적 기업이 되면 그것을 또 미끼삼아서 조선 팔도를 돌아다니며 영업을 해서 종업원을 먹여 살릴 수 있다고 마음먹고 있는데 그렇게 했으니깐. ...앞으로 돼서 만약에 취약계층 고용해야 하면 사실 취약계층 중에 선생님이 생각하시는 생각들을 공유하고 있는 사람들이 별로 없을 거잖아요. 그래서 내가 하면은 어 다문화 가정의 여자들이라든가 자살도 하고 많잖아요. 가정적으로 이렇게 자녀교육이라든지 관심을 가져보고 싶대. 대학생들 멘토를 달아가지고 도움도 주고10명이면 10명, 20명이면 20명 내 종업원들한테 잘해주겠다. 이렇게 하니깐 그거는 안 된다고 하더라고요, 종업원한테 잘해주는 것은 당연한 것이고..... 종업원들한테 잘해준다는 그 이유만으로 사회적 기업이 되는 것은 아니라고 말하더라고요 종업원한테 잘해주는 사람은 많다고 하더라고요. 그런데 전부다 사회적 기업은 아니라고 하더라고요.

이들은 사회적 기업의 역할이나 미션을 이해하고 지역사회 내의 필요나 사회적 욕구 충족을 위하여 사업을 시작하려는 것이 아니라 개인사업체를 운영하고자 하지만 사회적 기업에 맞추면 정부의 지원도 있고 사회적으로 좋은 일도 하는 것이어서 사회적 기업의 설립을 시도한 것이었다.

사회적 기업에 대한 교육경험이 있는 집단과 없는 집단 간, 사회적 기업에 대해 이해하는 정도가 어떻게 다른지 집단 간 차이분석(t-test)을 한 결과, t값이 3.628(p=.002)로 나타나 교육경험의 유무에 따라 사회적 기업에 대한 이해의 정도가 다른 것으로 나타났다. 교육경험이 있는 집단은 사회적 기업에 대한 이해도가 3.12점으로 보통이상이지만 교육경험이 없는 집단은 사회적 기업에 대해 2.30점으로 이해도가 부족하다고 하겠다. 교육유무에 따라 사회적 기업의 이해도는 차이가 있으므로 향후 달성군에서 사회적 기업을 육성하기 위해서는 교육훈련 프로젝트나 교육과정이 선행된다면 사회적 기업에 우호적인 환경이 조성될 수 있을 것이다.

2. 사회적 기업의 설립 의사 및 설립 유형

<표 5>는 사회적 기업을 설립할 의사에 대한 응답을 보여주는데, 우선 사회적 기업으로 전환이나 설립 의사에 대한 질문에 의사가 '있다('매우 있다' 포함)'는 21명(50.0%)으로 전체 응답자의 절반이었다. 그럼에도 불구하고 구체적인 설립 시기에 대해서 응답자의 43.6%에 해당하는 17명이 '불확실하다'고 응답하여 많은 기관에서 막연하게 사회적 기업을 해 볼까 하는 생각을 가지고 있음을 알 수 있다.

사회적 기업을 설립한다면 어떤 유형으로 하고 싶은지에 대한 질문에 대해서는 일자리와 사회서비스의 혼합형으로 설립하고자 하는 응답자가 17명(42.5%)으로 가장 많았고, 설립유형은 협동조합이 24.3%로 가장 높았다. 이는 현 사회적 기업의 전국적 유형분포와는 상당히 차이를 보이는 부분이다. 2011년 전국 사회적 기업의 분포를 보면, 도시 기초자치단체당 사회적 기업의 평균분포는 7.7개소로 나타나는 반면, 농촌에서의 평균 분포는 3.5개소에 불과하였고, 전국 총 644개의 조직들 중 상법상 회사가 274개소(42.5%)로 가장 많았다. 이에 비해 생활협동조합 12개소(1.9%), 영농조합법인 8개소(1.2%)로 비교적 낮은 수치여서 달성군의 결과와는 상당히 다른 분포를 보여준다. 달성군에서 협동조합의 선호도가 가장 높게 드러난 이유는 농촌 지역은 전통적으로 농민단체들 및 영농조합들이 많기 때문에 상대적으로 조합 유형에 익숙하기 때문인 것으로 보인다. D기관 사례에서 보듯이 달성군은 농촌 공동체의 잔재들이 많이 남아 있으며, 지역 내 가장 조직화가 활성화되어 있는 단체들은 농업 관련 영농조합과 마을 부녀회인 상황이다.

D: ... 그러니까 그러면, 가장 주민들 중에 많이 조직화가 되어있는 건 사실은 농업하시는 분들 중심 농협단위로 되어있으니까. 그 뭐 주부대향 같은 농협에 뭐 그런 것들이 많이 좀 조직화 된 거 같아요

따라서 이유가 무엇이던 한국의 농촌 지역의 경우, 농협, 수협, 산림조합, 신협 등 전통적인 사회적 경제조직들, 농민단체들, 산활력사

업 등 지역개발프로젝트를 통해 만들어진 다양한 이니셔티브 등의 농촌 사회에 여전히 남아 있는 마을 공동체적 특성을 기반으로 사회적 기업을 활성화하여야 한다.

<표 5> 사회적 기업 전환 및 설립에 대한 계획

		빈도(명)	백분율(%)
전환 및 설립 의사	매우 있다.	9	21.4
	있다.	12	28.6
	보통이다	11	26.2
	없다	10	23.8
전환 및 설립의사 평균점수		3.48점	
전환 및 설립 시기	6개월 이내	6	15.4
	1년 이내	7	17.9
	2년 이내	8	20.5
	불확실	17	43.6
	기타	1	2.6
전환 및 설립 유형	일자리 제공형	12	30.0
	사회서비스 제공형	3	7.5
	혼합형	17	42.5
	지역사회공헌형	6	15.0
	기타	2	5.0
전환 및 설립 조직유형	상법상 회사	8	21.6
	민법상 법인	4	10.8
	민법상 조합	2	5.4
	협동조합	9	24.3
	사회복지법인	7	18.9
	비영리민간단체	5	13.5
	기타	2	5.4

3. 사회적 기업의 사업 영역과 대상

사회적 기업의 사업 아이টে에 대해 질문한 결과는 <표 6>과 같다. 농·수·축산물의 생산, 가공, 판매, 유통영역으로 아이টে에 정하겠다는 응답자가 13명(11.0%)으로 가장 많아 농촌 지역 특유의 산업을 기반으로 새로운 접근을 고려하고 있었다.

<표 6> 사회적 기업 설립 시 사업 영역(다중응답)

	빈도(명)	백분율(%)
농수축산물 생산, 가공, 판매, 유통	13	11.0
방과 후 교육	11	9.3
보육	7	5.9
평생학습	7	5.9
예술 문화 진흥	7	5.9
지역특산물 제조	6	5.1
취업지원	5	4.2
독거노인, 장애인 가정은 위한 토털 서비스 제공	5	4.2
전통문화체험	5	4.2
재활용 상품 디자인, 생산	5	4.2
IT기반 독거노인, 장애인 돌봄 서비스	4	3.4
문화재, 역사, 숲 해설자	4	3.4
친환경 급식	4	3.4
외국인관광객 게스트하우스	3	2.5
청소/차량관리	3	2.5
대학생 멘토링	3	2.5
도시락 배달	3	2.5
관광/교류	3	2.5
물품판매매장운영	3	2.5
의류 리폼, 디자인, 생산, 세탁	2	1.7
교복재사용	2	1.7
자전거수거 및 관리	2	1.7
헌옷수거 및 관리	2	1.7
장난감 재활용 매장 및 대여	2	1.7
도시재생	2	1.7
기타	5	4.2

인터뷰 기관들 중 절반의 기관들 A, E, F에서도 사회적 기업의 수익모델로 구상하였거나 구상 중인 것은 지역 내 농업생산물이나 지역특산물의 가공과 유통에 연계된 것이었다.

A: 예. 뒤에 여기 시골이고 뒤편에 있는 산도 금괴산 있는데 이쁜거라 선산이고 해서 거기 약초제배해가지고 판매하고 하면 어떻겠노 하고 그런 생각이 들어가지고 이제 사회적 기업으로 신청했죠

E: 지역사회 안에서 지역에 그 노년층이 특히 뭔가 일거리가 있을 때 예방적 복지가 이루어지지 않을까 하는 생각에그래서 사회적 기업을 우리 어르신들이 일상생활이나 잘해 오셨던 밑반찬 만드시는 거나 또 이제 예를 들자면 혹시 인근에 비슬산이 있으니까 저는 비슬산을 상징하는 참꽃 떡 같은 거 개발하면 안 될까 아니면 잔병 찻쌀이 유명하거든요이 지역에 특산물 지역에 특산물과 접목시켜서 우리 어머님과 아버님들이 젊은 시절에 잘해 오셨던 그런 거 밑반찬 담그거나 고추장 된장 그런 거 밑반찬 종류로……

F: 저는 아까 우리 이야기했던 대표적인 사업, 영농 사업들. 사업들을 우리가 빌려려면 한 가지 특색 있는 걸해야 되는데…

지역 특산물의 생산, 가공, 유통 다음으로 사업으로 고려되는 영역은 36명이 응답한 방과 후 교육을 포함하여 보육, 평생학습, 학생 멘토링, 노인들에 대한 식사 서비스 제공 등의 사회복지영역 및 교육 등 사회서비스 영역이었다. 이는 달성군이 대구시의 48.3%를 차지하는 광범위한 지리적 범위를 차지하고 있지만 유일한 군 지역으로 상대적으로 다른 행정구에 비하여 교육 및 복지시설이나 복지서비스 인프라가 부족한데서 기인하는 것으로 보인다. 부족한 사회서비스의 확충을 사회적 기업을 통하여 보충하고자 하는 것이다. 2009년 6월 달성군 등록 장애인은 8,326명에 이르고, 대구시에 18개의 장애인 주간보호시설이 있지만 달성군에는 전무하고, 65세 노인인구도 15,524명으로 전체 인구의 9.7%에 이르지만 무료시설과 실비시설 합하여 총 6개소의 시설이 전부이다. 여성시설의 경우에도 모자보호시설, 성매매 피해자시설, 미혼모시설, 가정 폭력 및 성폭력 피해자 보호시설들은 부재하다. 결혼 이주민 여성 및 다문화 가족이 약 450여명이 존재하고 있고 향후 지속적인 증가가 예상되지만 이들에 대한 프로그램을 운영하는 기관들은 전무하다(달성군 2010a). 또한 넓은 영역에 희박하게 분포하고 있는 아동들로 인하여 지역아동센터가 3개소 있지만 접근성이 매우 떨어진다. 사회적 기업을 통하여 일자리를 제공하고자 하는 대상층은 <표 7>과 같았다. 노인 및 저소득층, 여성가장이 각각 12명(19.0%)으로 가장 많았으며, 다음으로 다문화가정의 주부 및 청년 실업자에게 일자리를 제공하겠다는 응답이 9명(14.3%)이었다. 또

한 주민 및 농업인을 대상으로 일자리를 제공할겠다는 기타응답도 있었다. 그리고 저소득가구의 아동, 청소년에게 서비스를 제공할겠다는 응답자가 11명(16.7%)으로 나타났다. 이는 달성군이 우리나라 농촌지역의 전형적인 문제인 인구고령화와 소득의 감소, 지역의 여성노인 인구화, 다문화가정의 증가 등의 문제가 있음을 반영하는 것이고, 이를 사회적 기업으로 해결하고자 하는 욕구가 지역사회내에 있음을 보여주는 것이다.

<표 7> 사회적 기업 설립 시 일자리 및 서비스 제공 대상 선호도

		빈도(명)	백분율(%)
일자리 제공대상 (다중응답)	65세 이상 노인	12	19.0
	저소득층 여성가장	12	19.0
	저소득층 중년의 장기실직자	8	12.7
	다문화가정 주부	9	14.3
	장애인	6	9.5
	청년실업자	9	14.3
	기타	7	11.4
서비스 제공대상 (다중응답)	65세 이상 노인	8	12.1
	저소득층 노인 및 독거노인	9	13.6
	저소득층 여성가장	4	6.1
	저소득 가구	10	15.2
	저소득층 장기실직자 가구	4	6.1
	저소득가구의 영유아	6	9.1
	저소득가구의 아동·청소년	11	16.7
	다문화가정	6	9.1
	장애인 및 해당가구	4	6.1
	기타	4	6.1

그러나 사업 우선순위에서 일순위로 고려되는 '농산물의 가공 및 유통' 활동은 생산자인 농민들이 담당하기 어려운 부분이다. 생산이 아닌 상품화와 시장 판매와 마케팅에 전문성이 있는 기관이 필요하다. 즉, 지역의 농산물 및 특산물을 구매하여 가공한 후 지역 및 인근에 판매하거나, 상품화한 것을 지역 내외로 공급하는 사업만을 따로 하는 사회적 기업의 설립이 필요하다.

부족한 농촌의 사회 서비스 인프라와 농업 생산자인 지역주민들이 역량 한계로 인해 사회적 기업 설립 시 필요한 외부 인력으로 가장 우선순위가 높았던 것은 사회복지 인력(16.0%, 4명)이었고, 판매, 유통, 영업, 회계 등의 경상계열 전문 인력(12%, 3명)이 그 다음을 차지하였다(<표 8> 참고).

<표 8> 사회적 기업 설립 시 외부에서 필요한 인력(다중응답)

	빈도(명)	백분율(%)
사회복지	4	16.0
판매유통영업	3	12.0
생산	2	8.0
총무회계	2	8.0
단순노동	2	8.0
문화예술	2	8.0
기타	10	40.0

4. 달성군의 사회적 기업의 육성 환경에 대한 인식

달성군의 사회적 기업 환경에 대한 조사 결과는 <표 9>와 같았다. 달성군의 사회적 기업 환경에 대한 신뢰도는 크론바하 α 값이 .886으로 나타나 높은 수준이며 각 문항의 점수가 높을수록 달성군의 사회경제적 환경이 사회적 기업의 운영에 용이하다고 하겠다. 사회적 기업의 생산물 및 서비스에 대한 시장수요가 크다고 생각하는가에 대한 질문에는 4.26점으로, 사회적 기업의 창업을 지원하는 공적네트워크가 활발하다고 생각하는가에 대한 질문에서는 4.18점으로 비교적 높은 점수를 보여주었다. 그러나 공적기관 네트워크가 활발하다고 생각하는 것은 다른 영역과 비교한 상대적인 인식의 결과로 보인다. 즉 민간기관들간의 네트워크나 연계가 전혀 없거나 아주 미미하기 때문에 상대적으로 공적 영역과의 연계가 크게 보이는 것이다. 또 다른 한편으로 1970년대부터 지금까지 진행되어온 정부 주도의 농촌 지역개발사업으로 인해

공공기관의 영향력이 넓기 때문이다. A기관의 인터뷰 사례에서 드러나듯이 실제 사회적 기업을 설립하기 위하여 공적 기관들과 접촉하였을 때의 경험은 전혀 체계화되어 있지도 않았고 우호적이지도 않았다.

A: 그러니까 가보면 물어보면, 공무원 태도를 구성적인 뭐 때문에 안 된다. 그린 벨트 때문에 뭐 할 수 없고 안 된다 부정적인 게 심해요. 뭔가 새로운 일을 하면, 내 일은 정해져있는데 뭔가 들고 오면 새 일을 해야 하니 까워잡다는 이미지를 많이 느꼈어요 몇 번 가보니까... 대구의 달성군 같은 경우, 사회적 기업 경제과에 따라 만들잖아요 구청장 밑에 직속으로, 거서 이제 다 통합해서 총괄적으로 진행하는 거 같은데 여기는 뭐 부처마다 내일은 이컨데, 영똥한 거 따르는데 가서 알아보세요. 판매 가보세요...

더하여 공적 네트워크는 지역 내에서 정주가 오래된 주민이나 기관장이 토착민인 경우 더욱 우호적이었고 영향력이 높았다. D 사례의 경우 판매 납품처와 홍보 등에서 군청과 지역사회로부터 상당한 지원과 지지를 받고 있었다. 또한 E기관의 기관장의 경우 본인이 사회적 기업을 설립하였을 때 지역사회 내 공공부문들과의 연계나 지역사회 자원동원에 대한 강한 자신감을 보여주었다.

D: 직원들이랑 주위에서 많이 도와주셨고, 또 이거는 판매도 있고, 저희가 매일 매주에 몇 회 판매를 나가는 고정판매처가 있어요. 거기서 점장이 나가셔서 판매하시고 지역사회 행사할 때 행사홍보하면서 또 홍보하고 고린 게 있고 회견 언론홍보고요 ... 일단 행정기관에 어떤 도움이라든지 지원이 사실 제일 중요한 부분인 거 같아요. 달성군은 그런 쪽에서 굉장히 담당자도 그렇고 열의를 많이 갖고 도와주시려고 하는 거 같아요 ... 군수님도 저희 기관 개소식할 때 오셨거든요. 그래서 관심을 많이 갖고 4대강 홍보를 위한 그 홍보할 때 매주 판매를 나가라고 하셔서, 실적은 안 나오는데 부담스러운 건 있었지만 관심의 표현인 거 같아요. 네. 그래서 관에서 무료 이동방 방학 때 급식활동을 한다하면 예전에 도시락만 나갔던 거 저희 빵으로 할 수 있도록 요청을 하고 그런 게 쉽게 들어가지 않는데 이렇게 여러 가지 또 주위에 도움 속에서 연결을 한다든지 달성군에서 매년마다 현충일 행사 때 샷시빵 롤케익을 00개씩 했었다면 이제 그걸 또 저희 껌로 바꾼다거나 할 때 지역에 있었고, 지역출신이다 보니까 그런 도움들이 쉽게 받을 수 있었던 것 같아요.

E: ...제가 여기 와서 한 오픈한지가 12년이 되다보니까 ... 지역사회 내에 자원

활용은 가능성이 있다 이래 생각은 하고요... 각급 기관단체장들하고 유대관계가 있으니까 저도 뭐 늘 지역에 행사 때마다 저도 제 개인적으로도 기관으로 나누고 살았으니까 우리가 이런 거를 하고자 한다 해서 내걸고 캠페인을 짚 벌리고 시식회를 하고 이렇게 하다보면 아마 저는 잘 될 거 같다는...

이에 비해 C기관처럼 달성군에 지역적 연고가 없는 경우는 군으로부터의 지원은 규정상의 운영비를 제외하고는 어떤 연계도 없었다.

C: 마을 기업되고 나서 군청에서는 운영비 지원 말고는 별로 지원하는 것이 없어요. 군청에서 별로 그런 의지는 없고.. 한편으로 저희들은 대구시잖아요. 달성군 저희가 아니라 대구시를 대표하는 저희들 같은 경우는 광역시 단위 협회라서 고건 힘들죠.

공적 네트워크에 비해 <표 9>에서 보듯이 전문 인력의 수급이나 다른 민간기관의 자원봉사자 및 기부활동, 산·학·연 협력은 부족한 것으로 나타났다. E, F기관 인터뷰에처럼 달성군은 시민단체나 사회단체들은 거의 없으며, 있다 하더라도 활동이 미미하여 지역사회 내에서 거의 인지되지 못하고 있다.

E: ... 민간자원들 네트워크..... 네트워크 잘 안되고 있다고 보시면 됩니다. 지역사회 다른 부분들하고 네트워크는 어느 정도 되고 있는지 제가 잘 모르겠는데 의 안 되는 것 같아 못하고 있는 거죠 ...

F: 시민단체나 사회단체가 없어요. 활동을 못해요. 기를 못 피더라고요. 이런 것들이 있는지 없는지도 모를 정도로.

지역 생산품의 상품화, 틈새시장의 발견, 사회적 기업의 경영에 필요한 노하우 습득 등을 위해서는 무엇보다도 기업, 대학, 연구소, 시민단체 등과 같은 여러 가지 민간조직들과의 연계가 필수적이다. 이들 민간기관들간의 네트워크를 통하여 사회적 기업에 대한 시장수요가 큰 부분을 활성화할 수 있는 환경의 조성이 필요하다. 지역 내 여러 주체들 간의 협력은 지역에서 창출된 사회적 일자리 성과에 큰 영향을 미치며 이는 농촌지역에서 더욱 중요하다(김정원, 2008).

<표 9> 달성군의 사회경제적 환경(단위: %, 점)

	매우 아니다		↔					매우 그렇다		평 균 점 수
	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦			
사회적 기업의 생산물 및 서비스에 대한 시장수요가 크다고 생각하십니까?(N=34)	-	14.7	14.7	23.5	26.5	17.6	2.9	4.26		
사회적 기업 전문 인력수급이 원활하다고 생각하십니까?(N=35)	-	14.3	20.0	37.1	17.1	5.7	5.7	3.97		
사회적 기업에 참여할 자원봉사 또는 일반 민간기업의 경영지원 및 기부 활동이 활발하다고 생각하십니까?(N=35)	5.7	22.9	22.9	22.9	17.1	5.7	2.9	3.51		
사회적 기업의 창업 및 전환 및 설립을 지원하는 공적 네트워크가 활발하다고 생각하십니까?(N=34)	2.9	5.9	17.6	35.3	23.5	11.8	2.9	4.18		
사회적 기업을 위한 산학협력(일반기업, 대학, 연구소 등과의 연계협력)의 기반이 잘 갖추어져 있다고 생각하십니까?(N=34)	5.9	11.8	20.6	35.3	14.7	8.8	2.9	3.79		

이런 측면은 필요 네트워크 유형에 대한 응답에서 더욱 분명하게 나타났다. 1,2,3순위 가중치를 부여한 결과⁴⁾ <표 10>과 같이, ‘관련분야 전문가 및 연구기관’이라는 응답이 5,200점으로 가장 높게 나타나 필요성이 가장 높았다. 그 다음인 지역주민(5,000점)이었다.

4) 1순위 300%, 2순위 200%, 3순위 100% 가중치 부여

<표 10> 사회적 기업 운영 시 필요한 네트워크(순위 다중응답)

	1순위(명, %)	2순위(명, %)	3순위(명, %)
비슷한 업종의 기업들	11(29.7)	3(8.6)	3(8.6)
관련분야 전문가 및 연구기관	12(32.4)	6(17.1)	4(11.4)
지방자치단체 기관	7(18.9)	8(22.9)	8(22.9)
지역주민(소비자)	6(16.2)	10(28.6)	12(34.3)
원료공급자(생산자)	1(2.7)	8(22.9)	8(22.9)

결국 달성군의 사회적 기업 환경은 일반적으로 대부분의 다른 농촌 지역들처럼 공공부문의 연계는 상대적으로 민간기관들과의 네트워크보다 잘 구축되어 있으나, 상품 개발이나 시장개발을 위하여 필요한 전문성을 제공할 수 있는 민간 자원기관들의 연계는 미약한 환경을 가지고 있다. 또한 농촌 지역 특유의 보수적인 특성으로 인하여 토착 지역주민이나 정주가 오래된 주민들에 대한 지역사회의 지원과 지지가 강한 반면에 그렇지 않은 지역민들에 대하여는 차별적인 환경을 가지고 있다. 따라서 지역주민들의 공동체에서 출발하는 사회적 기업들이 지역사회와의 우호적인 환경 내에서 성장 발달 할 수 있는 가능성이 높은 것으로 보인다.

5. 사회적 기업 육성을 위하여 필요한 지원

사회적 기업 설립 시 필요한 지원내용이 무엇인지를 질문한 결과는 <표 11>과 같았다. 질문 항목들의 신뢰도는 크론바하 α 값이 .976으로 매우 높았고, 점수가 높을수록 매우 필요하다고 해석된다. 가장 필요한 내용은 4.08점으로 나타난 '사회적 기업에 관심이 있는 기업 및 시민들의 연결(네트워크)'이었으며, 다음으로 '시설비 및 연구비 등의 자원 조달 지원'(4.00점)이었다. 그 외 홍보, 세제지원, 전문 인력의 양성 및 교육, 경영지원, 물리적 공간지원, 초기 자금지원, 생산물 판촉 지원, 지역사회와의 연계 등 모든 항목에서 평균적으로 3.8점 넘어 사회적 기업 설립에 필요한 지원들이었으므로 조사되었다.

<표 11> 사회적 기업 설립 시 필요한 지원내용(단위: %, 점)

		매우 불필요 ↔ 매우 필요					평균점수
		①	②	③	④	⑤	
1	사회적 기업 인지도 제고를 위한 홍보 활동 강화(N=37)	8.1	2.7	16.2	32.4	40.5	3.95
2	시설비, 연구비 등 자금 조달 지원(N=38)	7.9	2.6	13.2	34.2	42.1	4.00
3	사회적 기업에 대한 세제혜택 확대(N=37)	8.1	-	16.2	40.5	35.1	3.95
4	사회적 기업 전문 인력 양성 및 교육(N=36)	8.3	-	19.4	36.1	36.1	3.92
5	경영컨설팅 지원 (경영, 법률, 재무 등)(N=38)	7.9	2.6	19.0	31.0	31.0	3.84
6	사회적 기업 운영에 필요한 사무실 및 작업공간지원(N=37)	8.1	2.7	13.5	43.2	32.4	3.89
7	사회적 기업 창업지원(창업상담, 창업초기자금 등)(N=37)	8.1	2.7	16.2	29.7	43.2	3.97
8	사회적 기업 생산물 및 서비스 품질 인증제도 실시(N=37)	8.1	-	18.9	45.9	27.0	3.84
9	지역사회(지역사회 내 이해관계자 등과의)협력 활동지원(N=37)	8.1	2.7	13.5	40.5	35.1	3.92
10	사회적 기업 창업 및 전환 및 설립에 필요한 행정실무 지원 (N=35)	8.6	5.7	17.1	34.3	34.3	3.80
11	사회적 기업에 관심 있는 기업, 시민들을 연결(네트워크)(N=37)	8.1	-	10.8	37.8	43.2	4.08
12	사회적 기업과 지역민의 연결 (아파트부녀회 등을 통한 판매지원)(N=38)	10.5	-	10.5	39.5	39.5	3.97

인터뷰에서는 지원이 필요한 항목들이 구체적으로 제시되었다. 우선적으로 사회적 기업의 운영에서 상품의 판매가 관건이고, 현재 달성군의 구조상 지방자치단체가 가장 큰 영향력을 미치고 있으므로 지자체내에 판매를 연구하고 개발하는 전담부서를 마련하고 인력을 배치하면 사회적 기업 육성에 큰 도움이 될 것이라 주장하였다.

A: ...사회적 기업 입장에서는 판로나 수요를 많이 창출 해주는 게 좋죠.

C: 저희는 뭐 판매 쪽이죠 마케팅이나. 아 직접 활로를 조금 확보해줘서 연결될 수 있게 하는 이런 네트워크가 강화되었으면 좋겠다

D: 한 개 기관에서 판로를 열기는 좀... 힘들고 쉬운 일이 아니죠... 이전에 해 오던 것 들을 좀 더 많이 관심을 가져서 바꿔주면 좋은데 그게 부서마다 관심도나 이야기를 전체적으로 하더라도 실무자들이 잘 모르고 있다든지 문제는 계속 크게 인식안하면 늘상 해 왔던 데로 해버리니까 바꾸는 게 쉽지가 않는 거 같더라고요. 잘 챙겨서 이렇게 할 수 있도록 이라도 군에서 집중해서 해주면 큰 도움이 될 수 있겠죠. 이렇게 군은 아무래도 사업체 관내에 있는 사업체에 대표들과의 어떤 관계도 조금 더 수월하게 할 수 있잖아요. 그런 쪽에서 좀 더 많이 이렇게 에너지를 실어준다면 더 많이 발굴을 할 수 있을 거 같은데...

설문조사에서도 필요성이 인정된 사무실 및 작업공간의 지원에 대해서도 군에서 일정 부지를 사용할 수 있도록 제공하고 임대료를 받는 안이 제안되었다. 군 부지의 사용은 사회적 기업 크러스트를 형성하여 시너지 효과를 가져 올 것이다.

C:사회적 기업을 할 수 있는 공간이 좀 있었으면 좋겠어요. 사무실이나 터를 내주던지. 이런 게 있었으면, 아 그런 것이 좀 있어서 사람이 아이디어를 갖고 들어오면 시작할 수 있게...

E: 저는 제일 갈증이 장소 확보, 공간 확보. 저희가 따로 빌리는 것보다도 어딘가 사무실을 쓸 수 있게... 군유지도 있고 또 뭐 모르겠어. 크게 한다면 폐교 같은 거를 활용할 수도 있겠지만 작게 한다면 이 인근에 확보될 수 있는 그런 것들을 좀 도와주면 훨씬 더 ...

또한 달성군내에 위치한 중간지원조직의 필요성을 들었다. 대구·경북 사회적 기업지원센터와 마을기업지원센터들이 모두 대구시내에 위치하고 있어 농촌지역의 특성을 가진 달성군은 정보로부터 소외되어 있을 뿐 아니라 이 지역 정보에 대하여 지원센터들이 알고 있지 못하다는 것이다. 농촌 지역적 마을 공동체에 대한 상황이나 특성을 파악하고 지역 자원을 광범위하고 다각적으로 연계하고 이에

집중하여 정보와 컨설팅을 제공하는 중간기관이 필요하다고 말한다.

A: 중간 조직이 필요하다는 얘기를 많이 하는데, 없죠. 지금. 중간조직 따로 만들어서 지원해주고 행정하고 연계해서 만나거나 지원센터 만들던데, 그것도 없고

마지막으로 사회적 기업 육성을 위하여 정부의 사회적 기업 지원 사업들의 통합을 요구하였다. 정부의 여러 부처에서 실시되고 있는 사회적 기업 관련 사업들이 통합되어 단계적 발전모형, 즉 마을기업에서 사회적 기업으로 발전하는 모형이 사회적 기업 육성에 도움이 될 것이라고 말하였다. 이는 두 사업 운영의 차이성에서 기인하는 것으로 보인다. 현재의 고용노동부의 사회적 기업 육성은 인증 사회적 기업에 대한 지원이 인건비에 그치는데 비하여 마을기업 사업은 정부 지원금 사용처에 제한을 두고 있지 않아 필요한 기초 자본이나 설비를 보완하여 쓸 수 있는 장점이 있다. D기관의 경우가 그런 단계적 모형으로 사회적 기업으로 발전하고 있는 사례이다.

D: 저는 마을기업 갔다가 사회적 기업가면 그런 게 딱 어울릴 거 같아요. 저희는 사회 복지시설인데 사회복지시설 중에서 직업을 조금 더 가질 수 있는 능력을 배양하고자 노력을 했었고 그렇게 하면서 저희가 공동모금을 통해서 조금 더 지원을 받으면서 이전에는 회원들이 그냥 1주일 기숙사 지도 통해서 여기 학교 대전 장애인 고용촉진공단에서 그날주일 쿠키 제조기술 배워서 시작했으니까, 기술이 형성이 안 돼 있었죠. 그러다가 공동모금 지원 사업 통해서 제가 제빵사를 1주일에 2~3회 정도 쓰는 걸로 해서 마을기업 신청을 하게 되어서 2000년도까지 사업을 하고 있어요 그래서 순수한 공동체중심의 욕구에서 나타나기 보다는 복지 쪽에서 조금 하다가 발전할 수 있는 토대가 되었던 게 이거 같아요. 저희는 마을기업 보조금 받으면서 좋았던 게시설설치 운영비를 조금 더 마련할 수 있었으니까. 이전에는 규모도 작았고, 그리고 도구들도 조금 연식도 오래되었고 그런 도구들도 규모가 작았고 그러다보니 하루 생산할 수 있는 양이 제한되어 있었는데... 1차 년도는 저희가 사업계획을 하기 나름이었어요. 어떻게 구성하느냐에 따라서 시설설치비라든지 인건비조차도 퍼센테이지가 정해져있지 않아서 지금은 이제 인건비 20% 이내로 쓰라고 정해져있는데 초기에는 또 저희가 수익금이 바로바로 들어오지 않았으니까 그 돈에서 인건비를 주고해서 어느 정도 재정자립도를 키워

가는데서 지원금이 도움이 많이 됐었죠. 사회적 기업은 사실 인건비 보조가 대부분이고 자본이나 설비에 돈을 쓸 수 있는 게 아니라서.

사회적 기업 설립 초기의 자본 마련의 어려움을 마을 기업이 해소하여 줄 수 있으므로 마을 기업 이후 사회적 기업으로 나아간다면 자본이나 시설투자 문제를 해결할 수 있을 것으로 생각된다.

V. 결론

본 연구는 농촌 지역의 사회적 기업에 대한 인식과 환경은 어떠한지? 그리고 농촌에서 사회적 기업의 육성을 위하여 필요한 사회·경제, 제도적 지원이 무엇인가를 달성군의 사례를 중심으로 탐색적으로 살펴보았다. 달성군의 사회단체 및 조직들의 중간관리자 이상을 대상으로 한 설문조사와 사회적 기업 신청 탈락 기관들 및 마을 기업들 등 사회적 경제 기관 6개소의 대표자에 대한 인터뷰를 통하여 나타난 결과는 다음과 같았다.

첫째, 달성군에서 사회적 기업이란 용어를 들어본 적이 있는 경우는 많지만 이들의 역할이나 활동, 운영에 대한 이해도와 인지도는 낮았다. 전국적으로 사회적 기업 육성이 유행처럼 번지고 있어 여러 통로로 용어를 들어 본 적은 있지만 실제 대부분의 사회적 기업들이 도심에 위치하고 있어 농촌에서 구체적인 인지도는 떨어진다. 본 연구의 조사가 진행되는 기간까지 대구시의 다른 지역과 달리 달성군에는 사회적 기업들이 전무한 것도 이런 상황을 대변하는 것이다. 따라서 농촌 지역에서 사회적 기업 육성을 위해서는 일차적으로 이에 대한 홍보와 인식의 저변확대가 필요하다.

둘째, 사회적 기업에 대한 교육 경험이 없다는 70% 넘게 나타났고, 사회적 기업에 관심이 있는 기관들도 우연히 알게 된 것이어서 향후 농촌 지역에서 사회적 기업을 육성하기 위해서는 사회적 기업의 개념과 목적, 역할, 사회적 기업가 등에 대한 교육이 체계적으로

제공될 필요가 있다.

셋째, 달성군에서 가장 선호되는 사회적 기업 유형과 사업 내용은 농촌 지역의 특성을 반영하고 있었다. 조직유형은 협동조합이 가장 선호되고, 선호되는 사업 아이템도 농·특산품의 가공, 판매, 유통이었다. 서비스 제공 대상도 농촌지역에서 부족한 사회서비스 인프라를 반영하여 노인과 저소득층 아동이나 청소년에게 사회 서비스를 제공하겠다는 응답이 가장 많았고, 일자리 제공대상에서도 농촌지역에서 상대적으로 많은 노인과 여성을 고려한 노인 및 저소득층 여성가장이 가장 높았다.

넷째, 달성군의 사회적 기업 환경은, 우선 사회적 기업의 생산물 및 서비스에 대한 시장수요는 큰 것으로 인식되고 있으며, 군내의 민간기관의 자원봉사자 및 기부활동, 산·학·연 협력은 매우 낮은 것으로 나타났다. 이에 비해 상대적으로 공공 영역과의 연계는 나은 것으로 인식되고 있었다. 그렇지만 농촌 지역의 보수적 특성이 반영되어 토착주민이나 지역사회 정주가 오래된 주민에 대한 군청과 지역사회기관에 대한 지지는 강한데 비하여 그렇지 않은 경우 지원과 연계에 상당한 차이를 보이는 것으로 나타났다.

이러한 결과를 바탕으로 달성군과 같은 농촌 지역에서 사회적 기업을 육성하기 위하여 필요한 핵심적인 과제들은 다음과 같다. 물론 달성군에 한정된 결과를 바탕으로 하는 것이어서 농촌지역 전반으로 일반화하기에는 한계가 있고 결과 또한 욕구조사에 기초한 평면적인 결과로 제한성은 있지만 농촌 지역에 대한 함의 점은 있을 것으로 생각된다.

첫째, 농촌지역의 경우 농협, 산림조합 등 전통적인 사회적 경제조직들과 농민단체들, 산활력사업 등 지역개발프로젝트를 통해 만들어진 다양한 이니셔티브 등의 농촌 사회에 남아 있는 마을 공동체적 특성을 기반으로 사회적 기업을 활성화하여야 한다.

둘째, 농촌 지역이 생산품을 상품화하고, 유통, 판매할 수 있는 사업들을 활성화하기 위하여 농촌 지역 내의 여러 가지 자원조직

및 농촌 외부에 있는 대학, 기업들과의 민간네트워크가 절대적으로 필요하다.

셋째, 지역내 네트워크 사업을 활성화하고 정보와 컨설팅을 제공할 수 있는 지역에 근거한 중간 지원조직이 필요하다.

넷째, 사회적 기업 육성을 위한 체계적 지원이 가능하도록 현 정부의 사회적 기업 유사 지원 사업들을 통합하여 단계적 발전 모델을 추진할 필요가 있다. 달성군의 사례가 보여주듯이, 마을기업 사업과 사회적 기업 사업을 연계하여 통합적 방향으로 운영한다면 사회적 기업 육성을 더욱 용이하게 할 수 있을 것으로 생각된다.

다섯째, 사회적 기업의 설립에 촉진할 수 있는 자본시장의 조성이다. 농촌 지역인 것을 감안하면 농협이나 새마을 금고 등이 사회적 기업에 대해 전담 대출을 해 줄 수 있는 방법이나 전국적으로 농촌 지역의 사회적 기업들에게 재원을 지원하는 재단 등이 만들어질 필요가 있을 것이다.

< 참고문헌 >

- 강주희·윤순덕, 2008, “노인복지 수요와 자원의 지역별 비교분석”. 『농촌사회』 18(1), pp. 161-187.
- 김광선, 2011, “농촌의 내발적(내생적)발전을 위한 사회적기업의 역할과 과제”. 제18차 지역리더포럼(서울, 5월 24일).
- 김정원, 2008, “농촌형 사회적 일자리에 대한 사례연구”. 『지역사회연구』 16(2), pp. 3-28.
- 김주원, 2006, 『농촌주민 삶의 질 실태와 향상방안』, 강원발전연구원.
- 김창호·권인혜, 2011, “농촌지역 사회적기업의 발전방안”. 농촌 사회적 기업 국제세미나자료집. pp. 235-267.
- 김철민, 2012, “농촌인구 고령화의 과급영향과 시사점”. 2012 NHE RI 리포트』 212권.
- 김태현, 2007, “농림어가의 인구”, 『2005년 농림어업총조사 종합분석사업』 통계청.
- 대구광역시 달성군, 2010a, 『달성군 장기발전계획 수정계획』.
- , 2010b, 『달성군 제 2기 지역사회복지계획』.
- 문순영, 2010, “대구·경북 사회적 기업들의 지역사회와의 관계에 관한 연구: 지역밀착성을 중심으로”, 『사회과학연구』 26(4), pp. 147-173.
- 박준기, 2013, “농가의 경영안정을 위한 정책방향” 『농업전망 2013 발표대회』, 한국농촌경제연구원.
- 박진도·유정규 외, 2009, 『농어촌형 사회적기업 육성방안 연구』 지역재단.
- 유정규, 2011, “농어촌형 사회적기업의 현황과 육성방안”. 2011 한국 농업정책학회 하계학술대회 발표 자료집.

- 윤성은·한경혜, 2011, “농촌노인들의 생활세계와 농촌 커뮤니티에서의 삶의 의미”, 『한국노년학』, 31(3), pp. 767-793.
- 이규선·김광선, 2011, “한국의 사회적기업과 농촌지역 활성화”. 농촌 사회적 기업 국제세미나 자료집, pp 52-91
- 이민수, 2011, “전라북도 농촌 일자리 창출 추진 전략”. 『지역과 농업』 6, pp. 15-64.
- 이정환·김정호·박성재·김용택·박시현·박대식·김병률·김창길·김태곤·황의식·서진교·임송수·박재홍, 2003, 『농업·농촌의 비전과 농정』, 한국농촌경제연구원.
- 이태수·이미진, 2012, “농촌지역 사회복지서비스의 통합성 증진을 위한 기관 간 연계에 대한 탐색적 연구”, 『사회복지정책』 39(33), pp. 59-89.
- 임경수, 2010, “사회적 기업과 지역사회” 『지역과 농업』 5호, pp. 77-95.
- 임동환, 2009, “농산병행정책에 의한 농촌경제 활성화를 위한 농공단지 선진화방안에 관한 연구”, 『한국지방자치발전』 11(1), pp. 145-168.
- 자활정책연구소, 2009, 『2009년 지역자활센터 사업운영실태 및 제도개선사업방안 연구』 (사)한국지역자활센터협회 부설.
- 최영창·김성수, 2001, “농촌복지의 문제와 발전방안”, 『농촌지도와 개발』, 8권, 2호, pp. 263-271.
- 한신대 산학협력단, 2012, 『사회적 기업 실태조사 연구보고서』, 고용노동부·한국사회적기업진흥원.
- Campbell, M. 1998, *The Third System Employment and Local Development: Volume 1 Synthesis Report*, Policy Research Institute
- Dees, J. G. & B. B. Anderson, 2003, “Sector Bending: Blurring

- the Lines between Nonprofit and For-Profit”, *Society (Social Sciences and Modern Society)*, 40 (4), pp. 16-27.
- DTI. 2002. Social Enterprise: a strategy for success
- Laville, J., 2003, “A New European Socioeconomic Perspective”, *Review of Social Economy* LXI (3), pp. 389-405.
- OECD, 1999, 『Social Enterprises』 .
- Wallace. S. L, 1999, “Social Entrepreneurship: The Role of Social Purpose Enterprises in Facilitating Community Economic Development”, *Journal of Developmental Entrepreneurship*, pp17-23.

An Exploratory Study on Rural Development Plan for Social Enterprises: A Case for Dalsung County

Moon, Soon-young
(Kyungpook National University)

Abstract

The purpose of this study is to investigate the awareness and the environment of the social enterprises in rural areas. Based on the results, this study explores the tasks needed to promote the social enterprises in rural areas by focusing on the examples of DalSung-County. To achieve this objective, this study conducts a survey with social groups and organizations in DalSung-County. In addition to the survey, an interview with the representatives of six social economic organizations in DalSung-County is conducted.

The study results are as follows: First, the social enterprises in rural areas should be promoted based on the traditional social economic organizations: for example, Agriculture Cooperatives, Forestry Cooperative, farmer groups, various initiatives made by community development project.

Second, products that can represent/highlight special regional features need to be developed. To develop these

products, cooperative industry-academic network construction is required.

Third, a support organization responsible for commercializing the social enterprises, marketing activities, marketing strategies development, employee education needs to be established.

Fourth, the social enterprise businesses and rural activation businesses of the different ministries are needed to promote a unified operation to nurture the social enterprises in rural areas.

Fifth, capital market promotion is needed to nurture the social enterprises in rural areas through fund-raising.

Keywords : rural community enterprise, rural community activation, rural areas, community-business, Dalsung-County