

# 우리나라 사회적기업 육성정책의 특성과 방향

## Characteristics and Direction of Policy on Social Enterprises in Korea

명 성 준 (경상대학교 행정학과)

### *Abstract*

Myung, Sung-Jun

Social enterprises have been introduced as a way to overcome both market failure and state failure. Inheriting the tradition of new public management suggested are the collaboration among nonprofit organizations, business organizations, and government agencies. While social enterprises in the western countries are built upon the strong legacy of the 3rd sector, ones in Korea have been rapidly developed through public policies. Despite the rapid development, the social enterprise have heavily criticized by civic groups for its poor performance and ideological tendency.

This study argues that, to improve their performance, public policies related to social enterprises must understand the three key concepts: the complexity of its goals, sustainability from financial independence, and interaction with the 3rd sector organizations and social enterprises.

**주제어:** 사회적기업, 사회적 서비스, 복지정책, 사회적 경제, 비영리 조직

**Keywords:** Social enterprise, Social Services, Welfare Policy, Social Economy, Nonprofit Organizations

## I. 서론

사회적기업(social enterprise)은 우리사회의 부족한 사회복지서비스와 날로 심각해져 가는 실업문제를 해결할 수 있는 한 방안으로서 소개되고 있다. 2007년 「사회적기업육성법」의 제정을 시작으로 우리 정부는 인증을 통해 사회적기업들을 육성하기 위한 많은 노력을 기울이고 있다. 이명박 정부 출범과 함께 사회적기업의 육성을 100대 국정과제로 선정하였다. 고용노동부는 「사회적기업육성기본계획(2008-2012)」를 수립하고, 2012년까지 총 1,000개의 사회적기업의 육성을 목표로 정했다. 이를 위해 정부는 인증을 받은 사회적기업에 대해 재정적·경영적 지원을 할뿐 아니라 2010년 12월에는 사회적기업진흥원을 설립하여 그 지원의 범위를 다양하게 확대하고 있다. 이러한 노력은 중앙정부 수준에서 그치지 않고, 「사회적기업 육성·지원에 관한 조례준칙」을 제정하여 지방자치단체로 하여금 관련 조례를 제정하여 사회적기업에 대한 지방정부 수준의 육성 및 지원을 적극 유도하고 있다. 이에 따라 2010년 6월 지방선거에서 많은 지방자치단체들이 사회적 기업을 지역발전과 사회복지서비스의 제공수단으로서 지원을 위한 정책을 공약으로 제시하였다. 이러한 결과 사회적 기업의 수는 2010년 12월 501개로 증가하였고, 지속적으로 증가하는 추세에 있다.

사회적기업의 양적 증가에도 불구하고 이들의 실체와 우리 사회에서의 역할에 대한 논의는 계속되고 있다. 특히 제3섹터의 주체적인 시민운동가들이나 비영리단체들은 정부정책에 의해 제시된 사회적기업의 개념, 즉 「사회적기업육성법」에서 제시하고 있는 개념에 의문을 제기하면서 이를 대체할 수 있는 사회적기업의 개념의 필요성을 강조하고 있다(장원봉, 2010; 김정원, 2009; 김홍일, 2007). 정부 및 정책결정자들 역시 사회적기업의 대상, 범위, 및 역할에 대해서 분명한 선을 긋지 못하고 정부가 실직자를 고용하는 재정지원일자리 사업인 공공근로의 변형으로 생각하기도 한다. 이러한 현실은 사회적기업이 정부의 지원을 받음에 따라 지원의 내용 및 성과에 대한 비판 역시 계속되고 있다. 특히 사회적기업이 기업의 독자적 경영결정을 내릴 수 있다는 점, 또한 정부의 다양한 지원을 받는다는 점을 감안할 때 사회적기업의 개념과 지향점에 대한 논의의 필요성은 여전히 남아있다.

이 논문은 지금까지 학계를 비롯한 우리사회 전반에서 진행된 사회적기업에 대한 논의를 바탕으로 정부 정책주도의 사회적기업이 가진 개념과 특성에 대해 살펴본다. 이를 통해 사회적기업의 실체, 대상 및 범위에 대해 쟁점이 되고 있는 점들을 살펴보고, 이를 통해 사회적기업 관련 정책들이 나아가야 할 방향을 모색해본다. 이를 위해 이 논문은 지금까지 진행된 사회적기업의 유래, 개념, 목적 등과 관련된 주요 쟁점사항을 고찰하고, 이를 바탕으로 우리나라 사회적기업의 특성과 정책의 방향을 살펴본다.

## II. 사회적기업에 대한 선행연구: 개념, 목적, 및 쟁점들

### 1. 사회적기업의 목적과 개념

#### 1) 사회적기업의 등장배경

사회적기업의 개념에 대해서는 학자 및 국가에 따라 차이가 있지만, 그 기원은 1970년대 시민사회의 전통이 발달한 미국 및 서유럽 국가에서 논의되었던 사회적경제(social economy)에 있다는 점에는 이견이 없어 보인다. 사회적경제는 민간시장과 공공부문 사이에 존재하는 영역(Forward and Mcmanus, 2004)으로서, 사회적 목적을 향상시키기 위한 민주적 경제활동(Payne and Burnside, 2003)이 행해지는 장소(place)로 이해할 수 있다.<sup>1)</sup> 이는 전통적으로 국가경제를 이끌어 가는 데 중심이 되는 온 국가(state)와 시장(market)이 해결할 수 없는 사회적 영역의 존재를 인정하는 것으로, 복지국가의 탄생과 동일한 견지에서 이해할 수 있다. 즉, 사회적 경제는 시장과 정부가 효과적으로 문제를 해결할 수 없는 영역, 즉 시장실패와 정부실패가 명확하게 표출되는 영역에 존재하는 문제를 해결하기 위한 새로운 접근법의 필요성을 인정하는 것이다. 즉 근대 국가의 중요 이상중 하나인 복지국가를 추구하기 위해서 시장부문과 정부부문이 함께 사회적경제의 영역, 즉 제3섹터를 인지하고 인정하는 것이 필수적이다.

사회적기업을 사회적경제의 논의와 연계할 경우 그 시작은 복지국가의 위기에서 찾을 수 있다. 이러한 관점에서 본다면 사회적기업은 사회적경제의 영역에서 활동하면서 사회서비스(social services) 또는 복지서비스(social welfare programs)를 제공하는 조직으로 이해할 수 있다.<sup>2)</sup> 1970년대 유가파동, 고령화, 후발산업국의 경제성장으로 인한 선진국의 경기침체, 국제금융위기 등은 정부의 복지지출을 증가시키며 정부의 재정악화를 초래하였다. 정부의 재정악화는 신자유주의 사상과 결탁하여 작은 정부를 지향하게 되었다. 1980년대 미국의 레이건 정부와 영국의 대처정부는 작은 정부를 지향하면서 복지지출을 감소시키고 시장 규제를 완화하여 복지문제의 해결을 시장으로 넘겼다. 복지를 포함한 사회적 기능을 수행하는데 있어 정부의 역할은 감소하였고, 시장 역할의 확대는 빈익빈 부익부의 양극화 현상 등 자본주의 체제가 가지는 여러 문제점들을 심화시켰다. 복지, 빈부격차 등 각종 사회적 문제들에 대한 시장과 정부의 문제해결능력이 약해지자, 그 중요성은 제3섹터(the third sector or the nonprofit sector), 즉 사회적경제의 영역으

1) 사회적경제는 사회적기업경제로 불리기도 한다.

2) 사회적기업이 사회적 경제의 한 영역(사회적기업 부문 또는 사회적기업 경제라고 불린다)을 차지하는 것인지 아니면 사회적경제 속에 존재하는 행위자(actor) 또는 조직을 지칭하는지에 대해서는 명확한 개념적 구분이 미약한 실정이다. 따라서 많은 연구들이 사회적기업을 칭할 경우 경제의 한 영역과 조직을 동시에 사용하는 경향이 있다(이은선, 2009). 이 연구는 사회적기업을 사회적경제 속에서 활동하는 행위자 및 조직으로 정의한다.

로 옮겨져 갔다(이명석 외, 2009). 일례로서 1990년대부터 강조되기 시작한 신공공관리(the new public management) 및 협력적 거버넌스(collaborative governance)는 다양한 정부서비스를 효과적으로 제공하는데 있어 협동조합(cooperative), 상호공제조합(mutual), 및 민간단체(association) 등 사회적 경제의 영역에 있는 비영리적인 경제조직의 역할을 강조하기 시작했다.

사회적기업의 탄생에는 정부실패와 시장실패 속에서 어려움을 겪던 사회에서 사회적 경제의 영역에 있는 행위자(actors)들이 그 문제의 해결에 중요한 위치를 차지하게 되면서, 정부 역시 사회적 경제라는 제3섹터에 대한 적극적 협력과 지원을 시작하였다.

## 2) 사회적기업 개념의 정의

사회적기업에 대한 공식적이고 합의된 개념을 찾기 힘들고, 이를 법적으로 규정한 국가도 소수에 불과하다. 영국은 사회적기업을 기본적으로 사회적 목표를 가지고 있는 기업으로, 주주와 소유주를 위해 수익을 극대화하고자하는 욕구에 따라 운영되기보다는 사회적 목적을 위해 그 수익금을 사회사업 또는 지역사회에 재투자하는 기업으로 정의하고 있다. 그 외 유럽의 몇몇 국가에서는 사회적기업에 관한 법을 통해 이를 규정하고 있지만 미국을 비롯한 유럽의 국가들은 사회적기업의 개념을 명확하게 규정하기 보다는 통상적으로 알려진 몇 가지 특징을 중심으로 그 개념을 폭넓게 정의하고 있다. 특히 미국의 경우 사회적기업은 1970년대와 1990년대 경제위기 속에서 개인과 기업의 기부가 줄어들자, 자선단체와 사회재단 등 비영리조직(nonprofit organizations)이 활동에 필요한 재원을 확보하기 위해 기업과의 연계를 포함한 각종 상업적 활동에 참여하는 과정에서 나타나기 시작했다. 미국의 사회적기업은 자선활동 및 사회사업에 필요한 재원을 마련하기 위해 창의적인 방법(creative ways of funding in nonprofit organizations)들을 사용하는 비영리단체로 인식되고 있다.

사회적기업의 주된 활동은 사회적돌봄 서비스(social care service)라고 불리는 사회적 서비스(social services)의 제공에 있다(장원봉, 2010). 사회적서비스란 실업자, 장애인 등 사회적 보호를 필요로 하는 사회적 약자들이 최소한의 기본적 사회생활을 영유하기 위해 필요한 주택·보건·복지·고용 등의 기초적 돌봄 서비스를 의미한다. 사회적서비스가 필요로 하는 접근성(proximity to the needy)을 감안한다면 사회적기업은 대개 제한된 지역을 중심으로 활동하는 소규모 종교단체 또는 자선집단, 지역중심의 협동조합의 형태를 띠게 된다.

사회적기업은 조직형태나 법적구조에 아무런 제한 없이 자유롭게 운영될 수 있지만, 해당 국가의 정부정책, 역사적 배경, 사회적 여건에 따라 주요한 조직형태나 법적구조에는 차이가 있다(Heckl et al., 2006). 미국에서는 501c(3)에 적용을 받는 비영리단체나 재

단들이 사회적기업의 주된 형태이지만, 유럽은 다양한 조직형태를 허용하고 있다. 또한 동유럽에서는 교회와 종교 단체를 제외하면 비영리단체, 협회(association), 협동조합(cooperatives), 및 재단(foundations)의 형태가 주를 이룬다. 이에 반해 상대적으로 시장경제가 발전한 영국이나 북유럽국가들은 민간회사나 주식회사와 같은 현대적 영리기업의 형태를 가지고 있다. 특히 사회적기업의 등록제를 택하고 있는 핀란드, 아이슬란드의 경우 사회적기업의 80% 이상이 민간 회사의 형태를 취하고 있다. 그 외에도 영국에서는 공동체이익회사(Community Interest Company)가 사회적기업을 위한 주된 조직형태로 자리 잡고 있다.

사회적기업의 일반화된 개념에 대해 좀 더 살펴보면, OECD(1999)는 사회적 기업을 기업의 형태로 조직되어 상업적 활동과 공익활동을 모두 수행하는 조직을 포함하며, 주된 목적은 이윤극대화가 아닌 특정한 경제 및 사회적 목적, 그리고 재화와 용역의 생산으로, 사회적 약자에 대한 보호 및 실업 문제에 대해 혁신적인 해결책을 제시하기 위한 방법으로 정의하고 있다. <표-1>의 사회적기업의 특성을 제시한 Defourny and Nyssens(2006)은 사회적 기업을 제3영역(the third sector)에서 나타나는 조직의 유형으로, 전통적인 의미의 기업형태가 아닌 협동조합, 주식회사, 교육, 문화, 복지 분야의 비영리 조직, 비정부기구 등이 공익성과 수익성을 동시에 추구하며 사업을 실행하는 조직의 형태로 정의하고 있다.

사회적기업을 연구하는 모임인 EMES 네트워크는 유럽의 사회적 기업을 중심으로 사회적기업이 가진 다양한 특성들을 반영하며, 이를 경제적인 측면과 사회적인 측면으로 구분하여 정의하고 있다(Defourny and Nyssens, 2006).

<표 1> EMES 네트워크의 사회적 기업의 특성

	특성	개요
경제적 측면	재화와 서비스를 지속적으로 생산·공급	옹호행위나 재정적 분배행위를 보다는 직접적이고 지속적으로 재화와 서비스를 생산 공급
	높은 수준의 독립성	정부나 민간기업에 재정적으로 의존하더라도 독립적이고 자율적인 의사결정
	높은 경제적 위험	경제적 위험을 회피하지 않는 혁신적인 기업의 운영 및 시장 참여
	최소한의 유급 노동	인센티브 체계를 구축과 자원봉사자를 활용
사회적 측면	지역사회에 기여	환경을 포함해서 지역사회에 대한 기여
	시민집단에 의한 조직구축	지역사회의 요구에 부응하기 위해 지역주민들 중심으로 운영
	자본소유에 기반을 두지	1주1표가 아닌 1인1표의 의사결정구조의 조직

	않는 의사결정구조	
	이해관계자의 참여	사회적기업가의 연쇄적 연결을 통해 개방적 조직운영 체계를 유지
	이윤배분의 제한	이해관계자들에게 모든 이윤이 분배되지 않고, 사회적 목적을 위한 이윤의 재투자

출처: Defourny and Nyssens(2006), 김정원(2009)를 재정리

지금까지 제시된 사회적기업의 개념과 특징을 정리하면, 사회적기업은 공익을 목적으로 하면서 수익을 창출하는 조직 또는 영리적 기업활동을 통해 수익을 창출하고 그 수익은 사회적 목적을 위해 환원하는 기업이라는 점에 대부분 학자들이 의견을 같이하고 있다.

사회적기업의 기본적 특징들을 정리하면 아래와 같다.

- ① 사회적경제의 영역에서 발전 및 활동
- ② 사회적 목적 또는 기여의 추구 (취약계층에 사회서비스의 제공)
- ③ 사회적 목적을 추구하기 위해 영리사업을 통해 필요 재원의 조달
- ④ 사회적기업 구성원들의 민주적·자율적인 의사결정
- ⑤ 다양한 조직 (법인)의 형태
- ⑥ 지역 중심의 활동

## 2. 사회적기업 특성에 관한 쟁점사항들

사회적기업의 기본적 목적에 대해서는 광범위한 합의가 이뤄져있지만, 이를 구현하는 방법 등에 대해서는 처한 환경 및 자신들의 철학 등에 따라 다양한 의견 및 고려사항들이 제시되고 있다. 개별 국가들의 사회적, 경제적 환경에 따라 해당 국가의 정부정책은 물론 사회적기업들까지 상이한 특징과 전략을 가지게 된다. 국가 간 차이에 따라 사회적기업에 대한 정부의 정책지원형태와 정부-기업-제3부문의 협력 형태가 다르게 나타난다(이은선, 2009: 372).

사회적경제의 영역에 위치한 사회적기업이 현재의 자본주의 경제체제의 모순 속에서 발생하는 시장실패와 정부실패를 극복하는데 기여하기 위해서는 3가지 쟁점사항에 대한 논의가 필요하다(Defourny and Nyssens, 2006).

첫째, 사회적기업이 가진 목적의 복잡성(a complex mixture of goals)에 대한 이해이다. 사회적기업은 사회적 목적(social goals), 경제적 목적(economic goals), 및 정치적 목적(socio-political goals)<sup>3)</sup>을 동시에 추구해야 한다. 사회적 목적은 지역사회에서 필요

로 하는 사회서비스를 제공하는 것이고, 경제적 목적은 수익사업을 통해 사회서비스를 제공하는데 필요한 운영재원의 확보하는 것이다. 정치적 목적은 정부의 정책적 지원을 통하여 사회적기업이 효과적으로 활동할 수 있는 영역과 수단들을 제공하고, 이를 통해 정부가 의도했던 목적을 달성하는 것을 의미한다. 목적의 다양성과 복잡성을 극복하고 의도한 결과를 성취하기 위해서는 해당 지역의 행위자(actors)들이 협력(cooperation) 또는 협업(collaboration)을 통해 지역사회의 발전을 위해 함께 힘써 나가는 것을 의미한다.<sup>4)</sup> 사회적기업이 다양한 목적을 충족시키기 위해서는 ①여러 목적들 중 사회적 기여에 최우선 순위를 부여하는 것과 ②지역 내 중요 의사결정자들 간의 민주적이고 자율적인 의사결정을 가능하게 하는 협력적 네트워크를 형성이 필요하다.

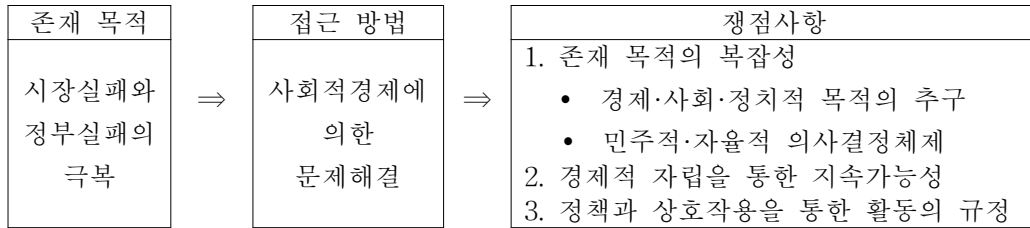
둘째, 사회적기업의 역할이 효과적으로 지속되기 위해서는 시장에서의 경제활동을 통해 운영재원을 마련할 수 있어야 할뿐만 아니라 동시에 시장이 아닌 다른 영역에서 자원을 조달(mobilizing different kinds of market and non-market resource to sustain their public benefit mission)할 수 있어야 된다. 사회적기업의 특징 중 하나는 자체적 수익사업을 통해서 사회적서비스를 제공하기 위한 재원을 마련하는데 있다. 즉 시장에서의 수익사업만이 아닌 공공부문과 제3섹터 모두에서 재원을 조달하여 사회서비스를 제공할 수 있다. 시장에서의 수익사업을 통해서 충분한 재원을 얻는 것이 가장 이상적이겠지만, 시장의 경쟁체제 속에서 충분한 수익을 낸다는 것은 현실적으로 힘들기 때문(김성기, 2009)에 다른 재원에 의존해야만 할 수 밖에 없다. 즉 시장에서의 수익 외에도 정부의 보조금, 자체적 기금, 기업 또는 구성원의 기부금 등을 통해서 운영에 필요한 재원을 충당할 수 있어야 한다.

셋째, 사회적기업이 처한 정치적 환경의 영향(embedded in the political context)과의 상호작용을 고려해야 한다. 사회적기업 관련 정책은 사회적기업 또는 제3섹터와 정부(정치권) 간의 상호작용에 의해서 만들어진 결과물이다. 사회적기업은 정부가 제공하는 제도적 틀 안에서 필요한 재원을 확보하기 위해서 정부, 사기업, 및 일반 국민과 다양한 형태의 관계를 맺게 된다. 정부와 사회적기업, 민간기업과 사회적기업 간의 관계는 개별 상황에 따라 복잡한 형태를 형성하면서 정책에 의해 규제 또는 조정을 받게 된다. 그 결과로서 사회적기업들은 비슷한 조직형태를 띠기도 하고, 또 정책적 고려에 따라 공공기관 또는 사기업과 비슷한 조직형태를 가지도록 유도되는 제도적 동형화(institutional isomorphism)가 발생하기도 하고, 또는 복잡하고 험난한 현대 사회에서 지속된 발전과 혁신을 방해하기도 할 수도 있고 촉진시킬 수도 있다.

3) 사회적기업이 가진 정치적 목적은 정부가 어려운 사회문제의 해결을 위해 제3섹터, 사회적경제의 영역을 개입시켰다는데서 찾을 수 있다.

4) Defourny and Nyssens(2006)은 이를 사회적자본의 시각(social capital perspective)으로 칭하고 있다.

<표 2> 사회적기업의 목적 구현을 위한 쟁점사항



### III. 우리나라의 사회적기업

#### 1. 우리나라 사회적기업의 성장과 발전

우리나라의 사회적기업은 오랜 기간 시민사회의 성장을 기반으로 발전해 온 사회적경제에 토대를 둔 서구의 것들과는 달리 최저생계보호와 한시적 실업대책과 같은 정부정책에 의해 급속하게 확대·성장되어왔다(김홍일, 2007). 현재는 정부정책에 의해 인증받고 주도되는 조직이지만 처음부터 정부 정책에 의해 만들어진 조직은 아니었다.

1990년대 초반 빈곤지역을 중심으로 시작된 생산공동체 운동과 자활지원사업의 제도화, 1990년 후반 경제위기시절 시민사회 세력들이 빈곤과 실업 극복을 위한 방안으로서 유럽의 사회적 경제활동 모형을 제시하면서 담론화되었고, 이는 전국 각지의 실업운동조직이나 지역자활센터들을 중심으로 구체화되어 왔다 (김정원, 2009). 이후 정부주도로 사회적서비스가 국민복지 증진의 차원에서 사회적기업의 형태로 제공되기 시작했다.

우리나라에서 사회적기업의 논의는 1970년대 시민운동에서 그 시작점을 찾고 있다(김홍일, 2007). 1970년대 초반 기독교단체에 의해 시작된 생산공동체운동은 빈민구제와 자활사업 등을 통해 사회적기업의 한 형태인 생산공동체의 모습을 갖췄지만, 당시 생산공동체를 추진한 시민활동가들은 이를 사회적기업이라기보다는 민주화운동의 수단으로 보았다. 1990년대 초반에도 형성된 건설업과 봉제업에서의 생산공동체운동은 하청이란 부조리를 단절하여 주민들의 경제생활을 개선하고 지역사회의 민주적 경제공동체를 형성하는데 목적을 두었지만, 사회서비스를 제공하지 않았기에 오늘날 관점에서의 사회적기업이라고 보기는 힘들다.

1996년 김영삼정부에 의해 만들어진 자활지원센터는 정부의 지원을 받은 첫 사회서비스 제공기관으로 볼 수 있다. 일본의 중·고령 실업자들이 시작한 청소용역과 빌딩관리 협동조합에서 아이디어를 얻어 시작된 자활지원센터는 정부의 지원을 통해 인건비와 사업비를 받는 소수의 상근활동가들이 사업을 확장하였지만, 빈곤계층에 적합한 사업을



개발하려는 체계적인 노력이 부족했기 때문에 큰 성과를 거두지는 못했다. 1997년 외환 위기로 인해 발생한 사회안전망의 붕괴는 정부로 하여금 저소득자의 생계 보호를 위해 한시적으로 일자리를 제공하는 공공근로사업을 수행하도록 하였다. 공공근로사업은 사업의 관리미숙, 사업진행에서의 비생산성, 폐주기식 운영으로 많은 비난을 받으면서 그 보완책으로서 사업의 일부를 민간에 위탁하였다. 이런 과정에서 사회안전망의 필요성이 강조되면서 사회복지서비스는 중요성은 높아졌다. 특히 노동시장으로 복귀가 어려운 40-50대 빈곤계층에게 노동시장에서의 경쟁에 기반을 둔 일자리가 아닌 사회적 일자리의 창출이 필요하다는 인식이 확대되었고, 이런 맥락에서 무료간병인 사업, 숲바꾸기 사업, 잔반재활용, 폐자원의 활용 등을 위한 사회적 일자리를 창출하기 위한 노력이 계속되었다.

2000년도 「국민기초생활법」의 제정과 함께 자활지원센터가 자활후견기관이 되면서, 20개에 불과했던 자활후견기관의 수가 2000년 70개, 2001년 157개로 늘어났다. 아울러 사업 아이템을 다양한 분야로 확대하면서 사회적 일자리의 창출이라는 것이 정부 정책을 적극적으로 반영하게 되었다. 자활후견기관의 확대는 장기실업자와 차상위계층 등 조건부수급권자까지로 그 대상이 확대되었고, 직업교육 등을 위한 후견기관들을 위탁, 운영하기에 이르렀다. 이러한 과정에서 취약계층에 대한 한시적 일자리의 제공이 목적이던 공공근로사업이 사회적 일자리의 개념으로 발전되었다.

2007년 「사회적기업육성법」의 제정과 함께 사회적 일자리와 사회적기업에 대한 정부의 관심이 높아졌고, 복지부와 노동부 외에도 환경부, 여성부, 산림청 등 다른 부처들도 사회적일 자리를 만드는 데 참여하기 시작했다. 사회적일 자리 사업과 같은 정부의 노력은 환경운동과 사회적기업과의 연계 및 장애인 중심기업의 등장 등을 통해 시민사회의 참여로 확대되기 시작했다. 또한 민간기업의 사회적책임을 강조하면서 사회적기업은 사회적 일자리를 제공하고 사회적으로 기여하는 방법이 되는 계기가 되었다. 그 예로 교육생명보험주식회사의 간병사업(다솜이재단)과 SK그룹의 도시락사업(행복도시락 사업) 등이 있다.

## 2. 우리나라 사회적기업의 개념 및 특성

### 1) 우리나라 사회적기업의 정의

우리나라에서 사회적기업이 본격적으로 소개되기 시작한 것은 2007년 7월부터 시행된 「사회적기업육성법」의 제정에 대한 논의가 나오기 시작한 때이다.<sup>5)</sup> 우리나라에서

5) 사회적기업육성법의 제정은 2005년 12월 한나라당의 진영 의원 등 34명이 발의한 “사회적기업의 설립 및 육성에 관한 법률안”과 2006년 3월 열린우리당 우원식 의원 등이 발의한 “사회적기업 지원법안”에 의해 시작되었다. 두 법안은 2006년 4월 국회 공청회를 거쳐, 2006년 12월 국회 환경노동위원장에 의

사회적기업은 단순히 등록하거나 그 설립에 특별한 제약이 없는 외국과는 달리 「사회적기업육성법」이 정한 조건을 갖춰 고용노동부로부터 인증을 받아야 하고, 인증을 받은 기업들만이 정부의 지원을 받을 수 있다. 특히 정부는 사회적기업으로 인증 받지 못한 기업들에게 사회적기업 또는 이와 유사한 명칭을 사용하지 못하도록 하고(사회적기업육성법 제19조), 이를 위반한 자에게는 1천만원 이하의 과태료를 부과하고 있다(동법 제21조). 그리고 인증 받은 사회적기업이 보고의무나 시정명령을 따르지 않은 경우 5백만원 이하의 과태료를 부과하고 있다(동법 21조). 즉 사회적기업의 설립 및 운영에 대해서 정부가 직접 관리하도록 법으로 규정하고 있다.

「사회적기업육성법」은 사회적기업을 “취약계층에게 사회서비스 또는 일자리를 제공하여 지역주민들의 삶의 질을 높이는 등의 사회적 목적을 추구하면서 재화 및 서비스의 생산·판매 등 영업활동을 수행하는 기업”으로 규정하면서, 사회서비스의 수혜대상 및 범위까지 법으로 정하고 있다(제2조). 취약계층<sup>6)</sup>은 “자신에게 필요한 사회서비스를 시장가격으로 구매하는데 어려움이 있는 계층”으로, 사회서비스<sup>7)</sup>는 “교육·보건·사회복지·환경 및 문화(문화/예술/관광/운동) 분야의 서비스 그 밖에 이에 준하는 서비스로 규정하면서 그 구체적 기준 및 내용은 「사회적기업육성법 시행령」에서 구체적으로 정하고 있다. 이 외에 기타 분야로서 보육, 산림보전관리, 간병, 가사지원, 및 기타 사회적기업 육성위원회가 심의를 통해 인정한 서비스로서 정하고 있다.

어떤 조직이 사회적기업으로 인증받기 위해서는 「사회적기업육성법」 제8조가 제시하는 다음의 구체적 조건을 충족시켜야 한다.

1. 「민법」상 법인·조합, 「상법」상 회사 또는 비영리민간단체 등 대통령령이 정하는 조직형태를 갖출 것
2. 유급근로자를 고용하여 재화와 서비스의 생산·판매 등 영업활동을 수행할 것

해 “사회적기업 육성법안”으로 통합, 발의되어 그 해 12월 8일 국회에서 재적의원 216명 중 찬성 205명, 반대 5명, 기권 6명으로 통과되었다.

- 6) 사회적기업육성법 시행령은 취약계층을 다음과 같이 규정하고 있다.
  1. 가구 월 평균소득이 전국 가구 월 평균소득의 100분의 60 이하인 자
  2. 「고용상 연령차별금지 및 고령자고용촉진에 관한 법률」 제2조제1호에 따른 고령자
  3. 「장애인고용촉진 및 직업재활법」에 따른 장애인
  4. 「성매매방지 및 피해자 보호 등에 관한 법률」에 따른 성매매 피해자
  5. 그 밖에 장기실업자 등 고용노동부장관이 취업 상황 등을 고려하여 취약계층으로 인정한 자
- 7) 사회적기업육성법 시행령은 교육, 보건, 사회복지, 환경 및 문화서비스 외에 기타분야로서 다음을 사회서비스로 규정하고 있다.
  1. 보육 서비스
  2. 예술·관광 및 운동 서비스
  3. 산림 보전 및 관리 서비스
  4. 간병 및 가사 지원 서비스
  5. 그 밖에 고용노동부장관이 사회적기업육성위원회의 심의를 거쳐 인정하는 서비스

3. 당해 조직의 주된 목적이 취약계층에게 일자리나 사회서비스를 제공하여 지역주민의 삶의 질을 높이는 등 사회적 목적을 실현하는 것일 것.
4. 서비스 수혜자, 근로자 등 이해관계자가 참여하는 의사결정구조를 갖출 것
5. 영업활동을 통하여 얻는 수입이 대통령령이 정하는 기준 이상일 것
6. 정관이나 규약 등을 갖출 것
7. 회계연도별로 배분 가능한 이윤이 발생한 경우에는 이윤의 3분의 2이상을 사회적 목적을 위하여 사용할 것(「상법」상 회사인 경우에 한한다)
8. 그 밖에 운영기준에 관하여 대통령령이 정하는 사항을 갖출 것

「사회적기업육성법」은 사회적기업의 존재목적과 업무 수행방법의 방향까지도 분명하게 규정하고 있다. 사회적기업은 사회적 목적을 실현하는 방법으로서 취약계층에게 일자리를 제공하거나(일자리제공형) 사회서비스를 제공(사회서비스제공형)하는 것을 그 구체적인 방법으로 제시하고 있다(시행령 제9조). 이를 위해 해당기업은 일자리제공형, 사회서비스제공형, 혼합형, 또는 기타형 사회적기업인지를 증명할 수 있는 사실확인서와 취약계층의 고용을 확인할 수 있는 서류를 제시해야 된다. 또한 사회적 목적을 실현하고 있는지에 대한 구체적 기준 역시 취약계층의 고용정도와 이들의 사회서비스 수혜정도에 따라 판단되고 있으며<sup>8)</sup> 발생한 이윤의 3분의 2이상을 사회적 목적을 위해 사용하도록 하고 있다.

「사회적기업육성법」은 인증 받을 수 있는 조직의 법적구조(또는 조직형태)에 대한 규정이 있지만, 실제 이에 대해서는 거의 제한을 두지 않고 있다. 「사회적기업육성법」 제8조는 「민법」상 법인·조합, 「상법」상 회사 또는 비영리민간단체 등 대통령령이 정하는 조직형태<sup>9)</sup>를 갖추도록 규정하면서, 공공기관을 제외한 거의 모든 형태의 법인들

8) 사회적기업육성법 시행령은 사회적기업의 구체적 기여정도를 다음에 따라 판단하고 있다.

1. 조직의 주된 목적이 취약계층에게 일자리를 제공하는 것인 경우에는 전체 근로자 중 취약계층의 고용비율이 100분의 50(2011년 6월 30일까지는 100분의 30) 이상일 것
2. 조직의 주된 목적이 취약계층에게 법 제2조제3호에 따른 사회서비스(이하 "사회서비스"라 한다)를 제공하는 것인 경우에는 전체 서비스 수혜자 중 사회서비스를 제공받는 취약계층의 비율이 100분의 50(2011년 6월 30일까지는 100분의 30) 이상일 것
3. 조직의 주된 목적이 취약계층에게 일자리와 사회서비스를 제공하는 것인 경우에는 전체 근로자 중 취약계층의 고용비율과 전체 서비스 수혜자 중 사회서비스를 제공받는 취약계층의 비율이 각각 100분의 30(2011년 6월 30일까지는 100분의 20) 이상일 것
4. 위 1에서 3번까지의 기준에 따라 사회적 목적의 실현 여부를 판단하기 곤란한 경우에는 육성위원회의 심의를 거쳐 고용노동부장관이 사회적 목적의 실현 여부를 판단한다.

9) "비영리민간단체 등 대통령령이 정하는 조직형태"에는 다음의 조직형태가 해당된다.

1. 「공익법인의 설립·운영에 관한 법률」 제2조에 따른 공익법인
2. 「비영리민간단체지원법」 제2조에 따른 비영리민간단체
3. 「사회복지사업법」 제2조제2호에 따른 사회복지법인
4. 「소비자생활협동조합법」 제2조에 따른 생활협동조합
5. 그 밖에 다른 법률에 따른 비영리단체

이 사회적 기업이 될 수 있도록 허용하고 있다.

일단 사회적기업으로 정부의 인증을 받으면 경영지원, 재정지원, 사회적사업가의 육성 등을 포함한 다른 다양한 형태의 정부 지원을 받을 수 있다.

<표 3> 사회적기업에 대한 정부의 지원내용

지원 분야	지원내용
경영지원	(예비)사회적기업의 필요와 수준에 맞는 종합경영컨설팅 또는 노무·마케팅 등 분야별 집중 컨설팅 등 다양한 방식의 컨설팅을 제공하고, 회계프로그램 설치·사용비 지원
설비비 지원	사회적 기업의 설립, 운영에 필요한 부지구입비, 시설비, 점포임대에 필요한 초기자금을 융자·지원하고, 사업운영에 필요한 시설비 임대차 보증금 운영자금을 장기 저리로 융자
공공기관 우선구매 촉진	공공기관의 장은 사회적 기업이 생산하는 재화나 서비스의 우선구매를 촉진해야 하는 등 사회적 기업가에게 보호된 시장을 제공
세제지원	사회적 기업에 대해서는 법인세법, 조세특례제한법 및 지방세법이 정하는 바에 따라서 조세를 감면하고, 연계기업이 사회적기업에 지출하는 비용은 지정기부금으로 법인소득의 5%범위 내에서 전액 손금처리가 가능
재정지원	사회적 기업의 사회적 일자리 창출로 취약계층을 고용할 경우, 근로자의 인건비 및 사회보험료를 지원하고, 기업의 경쟁력과 생산성 제고를 위한 전문인력 채용을 지원
사회적 기업가 아카데미 지원	혁신적인 사회적 기업가를 양성하기 위해 대학(원)들과 협의하여 MBA 등 석사과정 또는 비학위 과정에서 사회적 기업가 아카데미 과정 설치 등을 지원
보호된 시장 제공	사회적 기업의 수익창출을 지원하기 위해 행자부, 재경부, 지자체 등과 협의하여 정부나 공공기관의 계약체결에 관한 법, 조례, 규정 등의 정비를 추진

출처: 이용재 (2009), 사회적기업 홈페이지([www.socialenterprise.go.kr](http://www.socialenterprise.go.kr))

### 3. 우리나라 사회적기업과 관련된 쟁점사항들

#### 1) 목적의 복잡성

사회적기업은 사회적 목적과 경제적 목적을 동시에 추구해야 된다. 구체적으로 경제적 목적이 사회적 목적과 통합될 수 있는 것인지, 영리추구의 차원에서 양자를 동시에 달성할 수 있는지에 대해서는 또 다른 논의가 필요하다. 경제활동 속에서 사회적 기여를 하든 사회서비스를 제공하면서 영리를 취하든 양자가 동시에 추구되어야 한다는 점은 「사회적기업육성법」 및 관련 자료를 통해서 분명히 명시되어 있다. 더 나아가 경제적

이익과 사회적 이익의 상충을 막기 위해 제시된 방법이 사회적기업이 민주적 의사결정 체제를 갖는 것이다.

경제적이익과 사회적 목적을 동시에 추구한다는 것은 매우 어려운 일로서, 행정학의 효율성과 형평성(또는 민주성) 논의에서도 그 어려움을 쉽게 알 수 있다. 우리 정부의 정책은 사회적기업이 공익적 목적과 이윤극대화의 전통적 기업관을 동시에 추구하도록 강조하고 있다. 이런 경우 사회적목적보다는 이윤극대화라는 영리적 기업의 성격을 띠기가 쉽다(김성기, 2009). 특히 수익활동을 강조할 경우 그 활동무대는 시장이 되기 때문에 생존을 위해서는 품질은 물론 원가절감을 통한 가격 경쟁이 필수가 된다.

2010년 6월까지 고용노동부로부터 인증을 받은 319개의 사회적기업들의 조직형태를 보면 이들 중 66%에 해당하는 211개(상법상 회사 132개, 민법상 법인 79개)가 일반 영리법인 또는 회사의 형태를 띠고 있다. 그 외에 58개 기업이 비영리민간단체, 38개가 사회복지 법인, 그리고 12개가 협동조합의 형태를 띠고 있다. 회사의 형태를 띤 사회적기업이 영리적 목적을 강조하기 시작하면 주된 활동영역은 시장될 수밖에 없고 이들로 하여금 시장수요 대응, 효율성, 경쟁을 피할 수 없게 된다. 이에 반해 시장성을 전혀 고려하지 않고 공익적 목적만을 추구할 경우 자원의 낭비로 이어질 수 있게 된다. 또한 사회적기업에 보호된 시장(공공기관 우선구매 등)을 제공하는 것은 같은 업종의 서민영세업자들을 또 다른 취약계층으로 만들 수 있다(김정원, 2009). 사회적기업에 대한 다양한 형태의 지원혜택이 사회적 형평성 논란에 휩싸이지 않게 하기 위해서는 사회적기업과 그 사업내용에 대한 정당성을 확보하는 것이 필요하다.

사회적기업의 모든 구성원들이 참여하는 의사결정구조는 사회적기업의 사회적 목적을 담보하기 위한 수단으로 여겨지고 있다. 자본소유에 근거한 의사결정구조가 아닌 사회적 소유에 의한 의사결정구조로서 모든 구성원들이 그 재정적 기여에 관계없는 1인 1표 제도를 택하고 있는 것으로, 이를 통해 사회적 소유에 의한 집단의 의사결정을 내릴 수 있다. 인증된 사회적기업의 상당수가 주식회사 또는 유한회사의 성격을 띠고 있기 때문에 사회적기업이 추구하는 민주적 의사결정체제와 상충될 수 있다. 사회적소유에 따른 의사결정을 보장하기위해서 사회적기업이 주식회사와 같은 상법상 회사의 형태를 띤 경우에는 대표 및 가족, 친인척 등 특정 이해관계자들의 주식지분이 50%를 넘지 않도록 규정하고 있다. 그러나 이러한 제한 역시 민주적 의사결정구조를 보장하지는 못한다. 의사결정의 순간에는 그 보유 지분이 51%나 49%나 큰 차이가 없다. 비록 자금조달 및 대출의 용이성 때문에 주식회사 및 유한회사의 형태를 허용하였지만 투자목적이 순수한 기부나 사회적기여가 아니고서야 투자를 많이 한 사람이 그 만큼의 위험을 가지게 되고, 또 구성원의 입장에서 더 많은 기여를 한 사람 또는 할 수 있는 사람의 의견을 따르기 쉽기 때문이다. 또한 이윤의 3분의 2이상을 지역사회에 재투자해야 된다는

규정을 두어 사회적 기여를 강조하지만, 재투자의 범위 및 대상이 모호하기 때문에 강제성이 미약한 실정이다.<sup>10)</sup>

## 2) 경제적 자립을 통한 지속가능성의 확보

사회적기업이 사회적 목적을 수행하기 위해 자체 수익사업을 통해 지속적으로 자원을 획득하는 것은 중요한 전제조건이다. 물론 사회적기업은 수익사업 외에도 정부의 보조금, 구성원의 기부금과 같은 다양한 재원에 의존할 수 있다. 실제 사회적 목적의 추구는 사회적기업의 경제성을 취약하게 만들기 때문에 정부는 이들로 하여금 취약한 경제성을 보전할 수 있는 방법으로서 기부금 모금과 정부지원금 등을 제공한 것이다. 사회적 목적의 추구한다보전할서 경제적 목적을 완전히 배제하는 것은 아니다. 고용노동부는 사회적기업의 시장부지력 만들기면서 경영컨설팅, 사회적기업가 교육 등 시장에서의 자립을 위한 경영지원서비스를 제공하고 있지만, 취약계층의 고용을 통해 재화와 용역을 생산하는 사회적기업이 시장에서 지속적으로 이윤을 창출하는 것은 매우 어려운 일이다 (조영복, 2010).

시장경쟁력의 강조는 (인증받은) 사회적기업이 정부지원에 지나치게 의존하는 것을 방지하는데 목적을 두지만, 이는 취약계층의 일자리 창출을 강조하는 정책적 초점과 역설적 관계에 놓이게 된다(김성기, 2009). 예를 들어 복지시설로서 정부의 보조를 받으면서 동시에 사회적기업으로 인증된 장애인의 노동통합적 사회적기업인 경우 시장에서 경쟁력을 가진 기업으로서의 자립가능성은 그리 높지 않다.

정부의 지원 속에서 시장경쟁력을 강조하는 것은 사회적기업이 정부 또는 다른 민간 사회사업가들로부터의 지원이 적으면 적을수록 좋다는 것을 의미하며, 이런 경우 시장 경쟁력 또는 정부지원의 수준이 어느 정도가 될 때 적절한 것인가라는 문제에 봉착하게 된다. 시장경쟁력은 기업이 활동하는 지역 및 산업분야에 따라 다르게 정의될 수 있다. 만약 빈곤지역 또는 농어촌 도서지역에서 사회적기업의 서비스 가격을 높게 책정한다면 이는 보통 영리기업과 다르지 않으며, 이는 사회적기업을 통한 정부의 개입이 시장의 올바른 운영을 제약하게 된다.

사회적기업의 지속가능성은 시장에서의 수익창출뿐만 아니라 지역사회 및 공동체에 서의 다양한 자원동원전략과 밀접한 관계가 있다. 정부보고서에 따르면 사회적기업의 수입은 전체적으로 영활동이익이 66.5%, 정부지원금 24%, 기타 사회적자원이 9.5%를 차지하고 있다(곽선화, 2009). 만약 사회적기업이 충분한 이윤을 만들지 못하거나 정부의 지원이 없을 경우 운영재원을 마련하기 위해서는 지역적 기반에 의존해야 된다. 우리나라 사회적기업은 그 소재지를 등록지로 하고 있지만 상대적으로 지역적 기반이 취약

10) 영국의 공동체이익회사(community interest company)는 등록된 사회적기업의 이윤추구를 막기 위하여 등록과 함께 자산동결조치를 취한다.

하기 때문에(김홍일, 2006) 빠른 시간 내에 이윤을 창출하고 재정적 기반을 만들기 위해서 경제적 목적에 더 높은 우선순위를 두게 될 수 있다.

### 3) 정책결정기구와의 상호작용

사회적기업의 구체적인 모습은 정부와의 상호작용을 통해서 만들어진다. 영국의 경우에는 사회적기업만을 위한 조직형태인 community interest company가 있고, 미국의 경우에는 사회적·문화적 배경에 따라 사회적기업은 정부의 지원을 거의 받지 않는 비영리 집단의 한 유형으로서 자선사업이나 기부가 아닌 사회적 기업가(social entrepreneur)에 의한 창의적이고 혁신적인 재원확보 방안에 의해 움직이는 기업을 의미한다. 우리나라의 경우에는 다른 국가와 달리 정부에 의한 인증제를 가지고 있다. 고용노동부에서 제시한 조건을 충족시켜 정부의 인증을 받은 기업만이 사회적기업으로서의 지위 및 지원을 받을 수 있기 때문에, 우리나라에서 사회적기업의 특성 및 역할은 정책적으로 규정되고 관리되고 있다.

정부가 사회서비스의 부족과 실업문제를 해결하기 위한 방법으로 사회적기업을 도입하였다. 이런 접근법은 취약계층에 대한 일자리 제공을 강조하지만, 사회서비스 산업이 빠른 시간 내에 발전할 수 있도록 필요 재원과 보호된 시장을 제공하는 것으로 사회서비스 산업분야의 개별기업들을 육성하려는 산업정책적 성격이 강하다. 이는 김대중정부 이후 논의되어 온 생산적 복지(workfare)를 받아들여, 일회성 소비성이라는 비판을 받았던 기존의 빈곤층에 대한 자활사업 및 사회적 일자리 사업 등을 보완하기 위한 방법으로 볼 수 있다(김태영, 2009). 이는 정부지원의 효과를 일회성이 아닌 지속적인 경제, 사회적 효과로 전환시킬 것을 강조하는 것이다.<sup>11)</sup>

정책이 사회적기업의 공공성과 경제성을 동시에 충족시키기 위해서는 사회서비스를 제공하는데 있어서 정부, 시장, 비영리단체가 공급자가 되었을 경우에 발생하는 역할과 장점에 대한 정확한 분석이 필요하다. 이를 위해서는 정책의 설계에서부터 정부-시장-제3섹터 영역의 역할에 대한 큰 그림을 가지고 문제해결을 모색해야 된다. 정부가 제시하고 있는 사회적기업의 육성방안은 공공근로사업을 비정부 분야에서 스스로 지속할 수 있도록 하기위한 방법의 성격이 강하다. 예를 들어 장애인 재활시설의 경우 직업재활시설로서 정부의 공식적 지원을 받으면서 사회적기업으로 인증되어 있는 경우가 많은데, 이는 정부의 기대가 역할부여가 중복된 것으로서 시설의 운영방향에 혼란을 준다.

정부의 인증제도는 사회적기업으로의 전환을 고려하는 단체들로 하여금 정부가 정한 조직의 형태를 갖추도록 한다. 특히 정부가 경영지원, 사회적기업가 아카데미, 모범사례의 소개 등 다양한 지원을 할 경우 다양성과 지역성을 중시하는 사회적기업의 조직형태

11) 사회서비스는 건설이나 철강산업 등과 달리 소비재의 성격이 강해 경제적인 재생산효과나 연관산업의 발전을 유도하기는 힘들다는 지적도 있다(장원봉, 2010).

가 동일하게 되도록 한다.

#### IV. 논의 및 결론

사회적기업은 복지국가의 완성과 시장실패/정부실패를 극복하기 위해 제3섹터의 역할을 강조하는 정책수단으로서 소개되었다. 우리나라에서는 최저생계의 보장과 실업문제의 해결이라는 정책적 필요성에 의해 제정된 「사회적기업육성법」은 제3섹터에 있던 사회적기업을 제도화하면서 재정적 어려움에 있던 생활협동조합, 노동조합, 환경단체 등의 관심을 일으키면서 사회적기업의 양적 증가를 이끌어 냈다. 정부지원에 따른 양적 증가는 사회적기업의 사회적기여와 이를 지원하는 정책에 대한 평가와 역할 재조명이 필요하다. 비록 사회적기업이 가진 공공성과 재원의 다양성으로 인해 그 평가가 힘들지라도, 평가를 통한 제도의 개선이 따라야 한다.

사회적기업은 공공성과 경제성을 동시에 충족해야 하는 목적의 복잡성, 수익확보를 포함한 다양한 활동을 통한 지속가능성의 확보, 그리고 사회적기업 본래의 목적을 달성하기 위한 정부와의 공조의 3가지 문제점을 안고 있다. 「사회적기업육성법」은 3가지 쟁점사항에 대한 정책적 방향을 제시하고 있다. 우리 정부는 사회적기업의 공공성과 경제성을 모두 강조하고 있지만, 그 우선순위는 경제성에 있다. 특히 인증 받은 사회적기업의 60%이상이 일반 주식회사 또는 유한회사의 조직형태를 띠고 있어 경제성 및 시장성을 강조하기 쉬우며, 이를 견제할 수 있는 민주적의사결정체제의 강제조항 역시 미약한 실정이다. 경제성에 높은 우선순위를 부여하는 것은 자체재원마련을 통한 기업의 지속가능성 부분에서도 나타나고 있다. 정부는 「사회적기업육성법」뿐만 아니라 다른 자료들을 통해서도 시장에서의 생존 및 경쟁력을 강조하고 있다. 이는 상대적으로 시민들의 자발적 기여가 적은 우리나라의 제3섹터의 여건을 볼 때 정부의 지원이 줄어들 경우 시장의 경쟁력을 고려하지 않을 수 없게 만든다. 마지막으로 정부가 정책을 고안할 당시 사회적기업을 정부의 사회서비스기능을 대체하려는 의도를 볼 수 있다. 즉 정부가 제공해왔던 공공근로나 재활산업이 가진 일회성을 극복하고 정부지원을 취약계층의 재활로 이끌어냈지만, 이는 취약계층이란 점과 사회서비스의 특성상 어려움이 있다. 우리나라의 사회적기업육성법이 지향하는 사회적기업은 우리 사회 내에서 제3섹터가 가진 특징을 고려하지 않았고, 또 사회적기업의 근본이 되어야 하는 지역과 사람보다는 사회서비스 산업이란 업종에 더 높은 비중을 두고 있는 듯하다.

우리나라에서 사회적기업 논의는 사회서비스의 제공이나 사회취약계층에게 고용서비스를 제공하는 차원에서 벗어나 사회적기업의 논의가 바탕이 되는 사회적경제 또는 제3



섹터의 발전에 대해 논의해야 한다. 즉 정부의 지원에 의해 만들어진 사회적경제 부문이 시장실패와 정부실패의 완충막으로서의 역할을 제대로 할 수 있는지에 대한 논의가 필요하다.

사회적 목적과 경제적 목적이 균형을 이룰 수 있는 정책방향이 필요하다. 이를 위해서는 정부가 사회적기업 관련 정책의 방향을 조율할 때 다양한 의견을 반영하고 정부의 정책추진을 견제할 수 있는 사회적, 하고적 역량의 강화가 필요하다. 사회적기업이 제대로 자리를 잡기 위해서는 많은 사람들이 동참하여 이들을 위한 자본시장을 확대하는 비영리 부문의 확대가 필수적이다(조영복, 2010). 아울러 사회적기업의 확대를 위해서는 사회적 목표와 경제적 목표를 동시에 성취할 수 있는 사회적 기업고 정혁신(innovation) 능력을 배양하고 이를 발휘할 수 있도록 하는 환경의 조성이 필요하다(라준영, 2010).

### <참고문헌>

- 곽선화. (2009). 「인증 사회적기업의 성과 분석과 과제」. 2009 사회적기업 연구포럼 제2차 정책연구세미나.
- 김성기. (2009). 사회적기업 특성에 관한 쟁점과 함의. 「사회복지정책」, 36(2): 139-166.
- 김운호. (2010). 커뮤니티 비즈니스의 개념정립에 관한 연구: 사회적 기업과의 구분을 목적으로. 「한국사회와 행정연구」, 21(1): 275-300.
- 김정원. (2009). 경계에 선 사회적 기업, 동원 대상인가 대안의 주체인가?. 「환경과 생명」, 60 : 141-155.
- 김태영. (2009). 정책수단으로서의 사회적 기업. 「한국정책학회 동계학술대회 발표논문」.
- 김홍일. (2007). 사회적기업의 제도화와 시민사회 진영의 대응방안. 「부산여성경제 Review」, 7: 40-47.
- 노동부. (2009). 「사회적기업 개요집」.
- 라준영. (2010). 사회적기업가 정신과 사회혁신엔진. 「사회적 기업」, 12: 8-9.
- 이명석·배재현·양세진. (2009). 협력적 거버넌스와 정부의 역할: 사회적 기업 사례를 중심으로. 「한국정책학회보」, 18(4): 145-171.
- 이용재. (2009). 사회적 기업 전환을 위한 욕구분석. 「한국콘텐츠학회논문집」, 10(4): 367-374.
- 이은선. (2009). 사회적 기업의 특성에 관한 비교 연구: 영국, 미국, 한국을 중심으로. 「행정논총」, 47(4): 363-396.
- 장원봉. (2010). 사회서비스 영역에서 사회적 기업의 역할과 과제. 「보건복지포럼」, 167: 42-56.
- 조영복. (2010). 사회적기업을 위해 서둘러야 할 일. 「사회적 기업」, 12: 7.
- Defourny and Nyssens. (2006). "Defining Social Enterprise" in Nyssens (ed), Social

- Enterprise: At the crossroads of market, public policies and civil society.  
London and New York: Routledge.
- Heckl, E. and I. Pecher. (2006). Study on Practices and Policies in the Social Enterprise Sector in Europe. Vienna: Austrian Institute for SME Research.
- Payne, J. and R. Burnside. (2003) The Social Economy in Scotland. SPICE briefing. Scottish Parliament Information Center.
- Peattie, Ken and A. Morley. (2006). Social Enterprises: Diversity and Dynamics, Contexts and Contributions. ESRC Monograph.

접수일(2011년 04월 10일)  
수정일자(2011년 04월 23일)  
게재확정일(2011년 05월 02일)