

문화예술분야 사회적경제조직의 지속가능성 연구

연수현



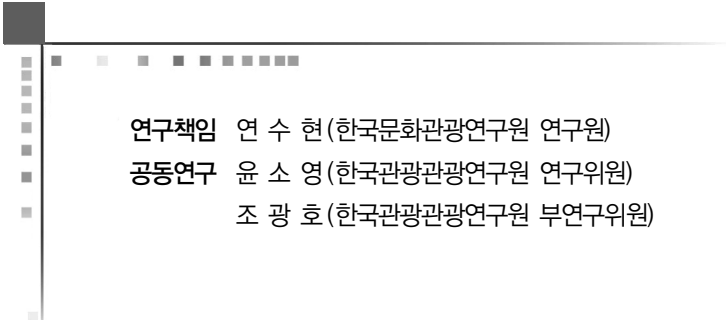
정책연구 2018-11

문화예술분야 사회적경제조직의 지속가능성 연구

연수현



한국문화관광연구원
Korea Culture & Tourism Institute



연구책임 연 수 현 (한국문화관광연구원 연구원)
공동연구 윤 소 영 (한국관광관광연구원 연구위원)
조 광 호 (한국관광관광연구원 부연구위원)

서 문

사회양극화, 소득불평등, 빈곤, 청년실업 등 사회문제에 대한 해결방안으로 호혜, 연대, 신뢰, 협동을 기반으로 하는 사회적경제 역할이 표면화되고 있습니다. 이에 문재인 정부는 ‘사회적경제 활성화’를 100대 국정과제로 설정하고, 「사회적경제기본법」 등의 법 제정과 사회적경제의 통합적 추진체계 구축을 통한 사회적경제 정책 지원 효율화를 추진하고 있습니다.

문화예술분야에서는 사회적기업의 제도화와 함께 2000년대 후반부터 지속적으로 성장을 이루어왔습니다. 문화예술분야 사회적기업의 경우, 2008년 11개에서 2018년 현재 223개로 증가하였으며, 협동조합의 경우에도 2013년 77개에서 2018년 8월 기준 1,219개로 증가하였는데, 이는 눈부신 양적 성장을 단적으로 보여주는 예입니다. 하지만 정부의 정책적 지원에 발맞춰 양적 발전을 이룬 결과만을 가지고 문화예술분야에서의 사회적경제조직의 현재를 판단하기는 어렵습니다.

이 연구는 문화예술분야 사회적경제조직의 다양한 특성을 살펴보고 현황을 파악하여 향후 문화예술분야 사회적경제조직의 지속가능한 환경을 마련하기 위한 정책방안을 모색하였습니다. 그리고 이 연구가 문화예술분야 사회적경제조직의 지속가능한 미래 방향성 설정과 정부의 합리적인 정책개발 수립을 위한 기초연구로서 활용되기를 기대합니다.

끝으로, 이 연구를 수행하는 과정에서 자문과 인터뷰, 설문조사에 도움을 주신 많은 분들께 깊은 감사의 뜻을 전합니다.

2018년 10월
한국문화관광연구원
원 장 김 정 만

연구개요 ●●



1. 서론

가. 연구 배경 및 목적

- 사회적경제조직의 양적 성과에도 불구하고, 그 조직의 지속가능성 측면에서 한계를 보이고 있으며, 사회적경제조직에 대한 합리적 사회합의가 부재
- 문화예술분야 사회적경제조직의 다양한 특성을 살펴보고 현황을 파악하여 향후 문화예술분야 사회적경제조직이 지속가능한 환경을 마련하기 위한 정책방안을 모색

나. 연구 범위 및 방법

- 문화예술분야 사회적경제조직인 사회적기업, 협동조합, 마을기업, 자활기업, 소셜벤처 등의 현황분석을 바탕으로 경제적 성과와 사회적 성과, 그리고 지속가능성 제고를 위한 정책 방안을 도출함



2. 사회적경제조직 개념 및 제도

가. 사회적경제 개념과 정책 흐름

1) 사회적경제의 개념

□ 사회적경제의 다양한 정의

- 사회적경제의 개념은 여러 학자와 기관에 의해 매우 다양하게 정의되고 있으며, 다음의 내용과 같음

기관 또는 학자	내 용
OECD(2007)	- 국가와 시장사이에 존재하면서 사회적요소와 경제적 요소를 모두 가진 조직들
국제노동기구 (ILO, 2008)	- 사회 및 연대(solidarity economy)의 경제라고 정의. 정부, 시장 및 사회적 기업과 비영리 단체 등의 다양한 주체가 광범위하게 연대하고 있는 사회경제적 생태환경을 의미
드푸르니 (Defourny, 2004)	- 법적·제도적 차원과 규범적 차원이라는 이중적인 접근을 통해 규정 - 법적·제도적 차원: 협동조합, 상호공제조합, 결사체라는 법적 지위를 포함 - 규범적 차원: 구성원이나 공공을 위한 목표, 경영의 자율성, 민주적인 의사결정과정, 수익배분에 있어서 자본보다 사람과 노동 중시라는 4가지 원칙 포함
폴라니 (Polanyi, 2009)	- 사회적 경제를 상호배려 정신에 입각한 호혜성의 원리, 나눔을 원칙으로 하는 재분배의 원리가 작동한 경제로 봄 - 사회적 경제에서 가장 중요한 3가지 요소: 구성원 또는 공공의 이익을 위하는 사회적 목적, 자본에 의해 이윤 배분이 제한되고 사람을 중심에 두는 의사결정, 자본과 권력의 힘으로부터의 자율성
왈룬사회적경제위원회 (Conseil Wallon de l'Economie Sociale, CWES)(1990, 벨기에)	- ① 이윤을 축적하기보다는 구성원 또는 커뮤니티에 서비스의 우선적 제공, ② 자율적 경영, ③ 민주적 의사결정 과정, ④ 자본에 대해 사람과 노동을 우선시하며 이윤의 재분배라는 원리에 배태된 연대, 자율성, 시민성의 가치에 기반을 둔 결사체 기반 경제 조직으로 규정

2) 사회적경제 정책의 흐름

□ 한국 사회적경제 관련 제도의 흐름

- 한국의 사회적경제는 구사회적경제와 신사회적경제로 나누어 볼 수 있으며, 우리 사회에 모습을 드러내기 시작한 1990년대 이후를 신사회적경제로 봄

연도	내 용
1957년	- 농업협동조합법 제정, 농업은행법 제정
1961년	- 산림법 제정, 농협·농업은행 통합
1962년	- 수산업협동조합법 제정
1972년	- 신용협동조합법 제정
1980년	- 산림조합법 제정, 축산업협동조합법 제정
1982년	- 새마을금고법 제정
1988년	- 인삼협동조합법 제정, 농협법 및 수협법 개정
1989년	- 산림조합법 개정
1993년	- 산림조합법을 임업협동조합법으로 개정
1999년	- 농업·축산업·인삼협 통합 - 소비자생활협동조합법 제정, 국민기초생활보장법 제정
2000년	- 임업협동조합법을 산림조합법으로 개정
2003년	- 사회복지사업법 개정
2006년	- 사회적기업육성법 제정
2007년	- 노인장기요양법 제정
2010년	- 자립형마을공동체사업 도입, 농림어업인 삶의 질 향상법 개정
2011년	- 협동조합기본법 제정
2013년	- 도시재생 활성화 및 지원에 관한 특별법 제정
2017년	- 사회적경제 활성화 방안 발표 (사회적경제기본법 등 3법 제정 추진)
2018년	- 사회적금융 활성화 방향(2018.02.08.)
	- 소셜벤처 활성화를 통한 일자리 창출 방안(2018.05.16.)
	- 사회적경제 인재양성 종합계획(2018.07.03.)

3) 사회적경제의 의미와 가치

- 지역사회로부터의 사회적 확산을 이끌어내고, 정부지원을 통한 양질의 일자리를 창출하는 역할을 함
- 지역사회의 필요에 따라 지역 역량에 기반을 두고 문제를 해결하는 사회적경제는 지속가능한 지역사회를 만드는데 크게 기여함

지역사회로부터의 사회적 확산
주민참여, 지역문제 해결, 지역개발

양질의 일자리를 창출
지역의 미충족 사회적 욕구 충족,
새로운 서비스 욕구 촉진, 지역소득 증대

지속가능한 지역사회에 기여

But 서비스 전달자 역할로
축소되는 것을 경계해야함

나. 사회적경제조직의 현황과 지원제도

1) 유형 및 현황

□ 사회적경제조직의 유형과 정의

조직유형 (중앙부처)	정의
사회적기업 (고용노동부)	<ul style="list-style-type: none"> - 인증사회적기업: 취약계층에게 사회서비스 또는 일자리를 제공하거나 지역사회에 공헌함으로써 지역주민의 삶의 질을 높이는 등의 사회적 목적을 추구하면서 재화 및 서비스의 생산·판매 등 영업활동을 하는 기업으로서 일정 기준에 따라 인증을 받은 기업(사회적기업육성법) - 지역형 예비사회적기업: 사회적 목적 실현, 영업활동을 통한 수익창출 등 사회적 기업으로서의 실체를 갖추고 있으나 수익구조 등 일부 요건을 충족하지 못하고 있는 기업을 사회적기업으로 육성하기 위하여 자치단체장이 지정한 기업(한국사회적기업진흥원, 2017a) - 부처형 예비사회적기업: 사회적 목적 실현, 영업활동을 통한 수익창출 등 사회적 기업 인증을 위한 최소한의 요건을 갖추고 있는 기업으로서, 중앙행정기관의 장이 지정하여 장차 요건을 보완하는 등 사회적 기업 인증을 목적으로 하는 기업(한국사회적기업진흥원, 2017a)
협동조합 (기획재정부)	<ul style="list-style-type: none"> - 일반협동조합: 재화 또는 용역의 구매·생산·판매·제공 등을 협동으로 영위함으로써 조합원의 권익을 향상하고 지역 사회에 공헌하고자 하는 사업조직(협동조합기본법) - 사회적협동조합: 위 협동조합 중 지역주민들의 권익·복지 증진과 관련된 사업을 수행하거나 취약계층에게 사회서비스 또는 일자리를 제공하는 등 영리를 목적으로 하지 아니하는 협동조합(협동조합기본법)

조직유형 (중앙부처)	정의
마을기업 (행정자치부)	– 지역주민이 각종 지역자원을 활용한 수익사업을 통해 공동의 지역문제를 해결하고, 소득 및 일자리를 창출하여 지역공동체 이익을 효과적으로 실현하기 위해 설립·운영하는 마을단위의 기업(행정자치부, 2017)
자활기업 (보건복지부)	– 2인 이상의 수급자 또는 차상위자가 상호협력하여 조합 또는 사업자의 형태로 탈빈곤을 위한 자활사업을 운영하는 업체(보건복지부, 2017)

□ 사회적경제조직의 주요 현황

구분	사회적기업	협동조합	마을기업	자활기업
소관 부처	고용노동부	기획재정부	행정안전부	보건복지부
근거 법령	사회적기업육성법	협동조합기본법	도시재생활성화및 지원에관한특별법 마을기업육성사업 시행지침	국민기초생활보장법
시작 연도	2007년	2012년	2011년	2000년
주참 여자	취약계층 중심	이해당사자, 이해관계자 중심	지역주민 중심	저소득층 중심
정책 목표	고용창출, 사회서비스 공급	새로운 법인격 도입을 통해 시장경제 문제점 보완	지역공동체 활성화	탈빈곤
활동 내용	2,161개소 (2017년기준)	12,431개소 (2017년기준)	1,446개소 (2016년기준)	1,189개소 (2017년기준)
설립 방식	인증제	신고제: 일반협동조합 인제: 사회적협동조합	심사제	신고제
사업 주체	대부분 대표자 1인	공동출자자 (최소 5인 이상)	공동출자자 (최소 5인 이상, 주민 70%이상)	대표자 1인
유형	– 인증사회적기업 : 2,161개 인증 : 1,877개 활동 중 – 예비사회적기업 : 부처형 292개 : 지역형 903개	– 일반협동조합 : 11,603개 – 사회적협동조합 : 828개	– 자립형: 909개 – 신규: 120개 – 1, 2차년도: 111개 – 기타: 133개	– 지역자활기업 : 1,055개 – 광역자활기업 : 34개 – 전국자활기업 : 4개
고용	약 40천명	약 30천명	약 16천명	약 15천명

구분	사회적기업	협동조합	마을기업	자활기업
특징	- 일자리제공 유형이 70%를 차지	- 일반협동조합: 사업 자협동조합이 전체 75%를 차지 - 사회적협동조합: 지역문제해결목적형 이 전체40%를 차지	- 지역농산물 가공·판매업종이 58%를 차지	- 5대표준화사업 중 청소 소득이 21% 차지

2) 유형별 지원제도

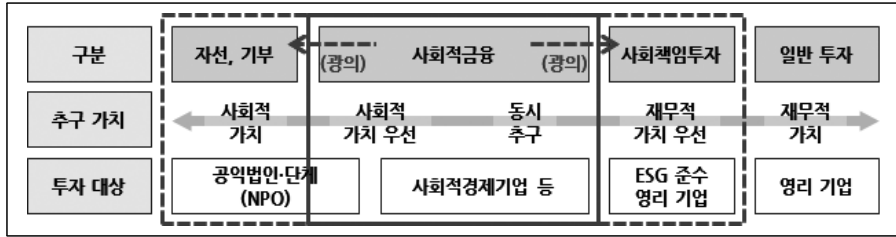
□ 사회적경제 유형별 주요 지원정책

구분	직접 지원	간접 지원	
		공통	개별
사회적기업	인건비, 사회보험료, 사업 개발비	판로지원, 교육 및 홍보, 컨설팅, 창업 및 운영 지원, 정책자금 융자 등	세제(법인세, 소득세, 부가세 감면, 기부금 인정 등) 모태펀드 운영 등
협동조합	-		-
마을기업	사업비		-
자활기업	인건비, 사업비, 창업자금, 컨설팅비용		사업 및 시설자금 융자

3) 사회적금융

□ 사회적금융의 개념

- 사회적금융(Social Finance)은 사회적 가치(Social Value) 실현을 재무적 이익(Financial Return)과 함께 추구하는 금융이라고 정의함
- 협의로는 사회적 가치 창출을 목적으로 사회적경제기업 등에 투자·융자·보증을 통해 자금을 지원하는 금융활동을 의미함
- 광의로는 추후 회수를 전제로 하는 투자·융자·보증뿐 아니라 보조금(Grant)과 자선행위(Philanthropy)도 포함하거나 사회적 가치를 넓게 적용하여 환경·사회·지배구조(ESG) 우수기업에 투자하는 사회적책임투자(SRI)까지 포괄한다고 볼 수 있음

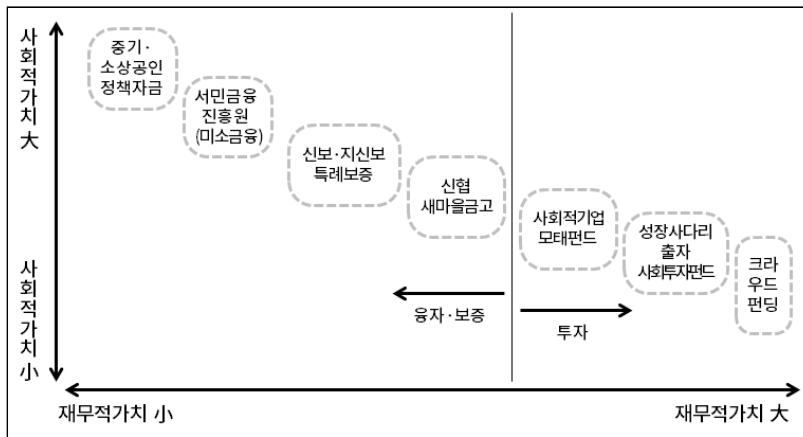


□ 사회적경제조직의 자금공급원

자금공급원	주요 내용
정부	<ul style="list-style-type: none"> - 중앙정부: 중소기업 정책자금 지원사업, 신용보증사업, 미소금융, 사회적기업투자펀드, 지방정부 융자사업 등 - 중소기업진흥공단: 신성장기반자금, 중소기업진흥공단 창업기업지원자금 등 정책 자금 지원 - 소상공인진흥공단, 협동조합협업화사업, 소상공인정책자금 등 - 신용보증기금 및 지역신용보증재단: 사회적기업 나눔보증 및 사회적기업 전용 특별보증제도, 신용보증기금 협동조합 희망보증, 협동조합 특례보증 등
시중은행	<ul style="list-style-type: none"> - 미래에셋벤처투자: 사회적기업 투자 한국모태펀드(고용노동부) 운영 - 우리은행: 사회적기업 지원 전용상품 - 국민은행: 사회적기업 신용보증부대출 - 기업은행: IBK-COOP(협동조합)통장 - 신한은행: 사회적기업 전용대출 - 우리/국민/기업/신한은행: 신용보증기금, 지역신용보증재단 보증으로 대출 제공
협동조합 은행	<ul style="list-style-type: none"> - 신협중앙회: 협동조합 특례보증 대출 상품 - 성남주민신협: 사회적기업 및 협동조합직원 무담보 신용대출 - 북서울신협: 사회적경제 기업 임직원 전용 대출, 자활 근로자 전용 대출, 사회투자 기금운용(서울시), 클라우드펀딩 모델 개발(오마이컴퍼니) - 동작신협: 사회적경제활성화대출 - 논골신협: 협동조합 금융지원
금융투자 회사	<ul style="list-style-type: none"> - 사회적기업 투자 모태펀드: 정부가 대기업, 금융기관과 함께 공동출자해 · 운영하는 방식 - 금융투자 영역으로 유입되는 자금 활용으로 사회적경제 기업 투자 가능
개인	<ul style="list-style-type: none"> - 클라우드펀딩을 통한 자금조달
사회적금융 중개기관	<ul style="list-style-type: none"> - 사회적금융중개기관: 공급자들로부터 자금을 모아 사회적경제조직에게 제공 - 한국사회투자: 서울시가 공익목적 재원으로 조성한 사회투자기금을 금융중간지원 기관 협력사업 등에 용자(사회적기업, 협동조합 등에 장기 저리 대출 수행: 아이쿱 협동조합경영지원센터, 신나는조합, 북서울 · 동작 · 논골신협, 루트임팩트 등) - 국내 금융중간지원조직: 사회연대은행, 신나는조합, 사회투자지원재단, 함께일하는재단, 신협 일부 등 - 사회연대은행: 국내 마이크로크레딧의 대표적 기관, 미소금융의 등장으로 마이크로

자금공급원	주요 내용
	<p>레딧 사업 위축 이후 사회적경제 기업에 자금과 경영컨설팅을 제공하는 중개기능으로 업무 전환</p> <ul style="list-style-type: none"> - 신나는조합: 한국 최초 마이크로크레딧 기관, 서울시 정책자금 중간지원기관 융자사업과 미소금융 사회적기업 융자사업 등 - 사회투자지원재단: 사회적경제 기업의 기반 형성을 돕기 위한 대출 - 함께일하는재단: 사회적기업 자본 대부 사업(지역개발금고사업)

□ 사회적금융 사업주체별 중점 자금지원 대상



□ 임팩트투자

- 상업성에 기반을 두고 투자 방식으로 사회적금융을 수행하는 비교적 발전된 형태임
- 사회적 임팩트투자를 대표하는 사회성과연계채권(혹은 사회임팩트채권)은 사회의 문제 해결을 목적으로 하는 사업의 결과에 따라 투자자의 수익이 결정되는 구조임

3. 문화예술분야 사회적경제 이해

가. 문화예술과 사회적경제



1) 문화예술의 사회적 역할

- ☐ 문화예술을 통하여 개인이 느끼는 만족과 기쁨이 공감능력을 확장하고 인식능력을 신장시켜 사회적 연대나 공동체적 의미를 형성할 수 있음
- 문화예술의 창작 혹은 향유활동은 새로운 감각의 경험과 정서적 만족을 넘어서 사회적 역할을 담당할 수 있음
- 일부 문화예술분야 전문가들은 이러한 사회문제 해결에 목적을 두고 있는 예술 활동을 ‘사회적 예술’ 또는 ‘소셜아트’라고 부르기도 함
- ☐ 문화예술은 지역사회의 발전뿐만 아니라 공동체 지향적인 삶, 일상적 예술 활동을 통한 재미, 예술교육을 통한 치유와 회복 등을 이루어내면서 사회발전의 원동력으로 작용함

- 지역사회에 활력을 불어넣어 새로운 일자리를 창출하는 등의 직접적인 이익과 지역구성원들이 함께 문화예술을 향유하면서 공동체가 회복되는 것과 같은 간접적인 이익을 가져다줌
- 지역사회 구성원들의 참여를 이끌어낼 수 있고, 사회적 계층이나 지위의 고하에 상관없이 모두에게 동등한 권리를 부여할 수 있다는 점에서 사회적 취약계층에게 새로운 기회를 제공함

2) 문화예술분야 사회적경제 정책 흐름

□ 문화예술분야 사회적경제조직 지원정책의 흐름



3) 문화예술분야 사회적경제 연구 경향

- 비교적 역사가 짧고, 초창기에는 현황, 사례연구 중심이었음
- 최근에 들어서 통계나 정보축적을 통한 연관/상관관계 검증, 성공요인 분석 등을 시도하고 있음

- 지역사회문제를 해결하고, 지역의 공동체를 중심으로 문화적 발전에 기여하는 것으로 그 기대효과가 변화하고 있음



Made In Wordcloud.ir

나. 국내·외 조직 운영 사례

사회적협동조합 드림위드앙상블

Dream with Ensemble, 한국



- 문화예술 활동을 통해 사회문제를 해결하는 대표적 기업인
- 국내 최초 발달장애인 클라리넷 앙상블로 시작하여 발달장애인을 전문 연주자로 성장시키고, 동시에 일자리를 제공하며, 장애에 대한 인식을 개선시키고 있음
- 2017년 한 해 동안 72회의 연주회 연주거리는 5,344km에 달하며 공연시간은 2,900분으로 나타났다. 14,920명의 흥관람객수, 10회의 사회공헌활동 등 상세한 조직운영에 대한 연차보고서를 매년 발행하고 있음

카페아트

Cafe Art, 영국



- 노숙자들이 그들의 예술작품을 통해 서로 연결되고 더 넓은 지역사회와 소통하는 조직임
- 노숙자들의 예술작품을 조금 더 많은 사람들에게, 다양한 장소에서, 365일 소개하고 있다는 것이 다른 단체와의 차별점

스트리트와이즈 오페라

Streetwise Opera, 영국



- 예술 활동을 통해 노숙자들의 복지를 증진시키고 사회참여를 독려함으로써 그들의 삶에 지속적이고 긍정적인 변화를 만들어 내는 목적으로 설립된 단체임
- 사회적 측면 뿐만 아니라 예술적인 측면에서도 완성도 높은 양질의 오페라를 선보이며, 이미 예술부문과 자선단체 부문에서 많은 상을 수상함
- 노숙자를 위한 예술프로젝트로 국제적인 협력과 교류를 시도한 최초의 사회적기업임

프리랜서 협동조합 Smart

Smart, 벨기에



- 예술인의 자위 향상과 사회보장 관련 법제도 개선, 저작권 등 창작활동의 안정성을 강화하는 목표로 세워진 프리랜서 예술가 협동조합 모델임
- 프리랜서나 시간제 예술가를 위한 단순 계약관리 서비스였던 비즈니스 모델을 사업관리 서비스로 확장하면서 기타 서비스의 결합을 통해서 시너지를 창출하고 있음

1) 사회적협동조합 드림위드앙상블(Dream with Ensemble, 한국)

- 문화예술 활동을 통해 사회문제를 해결하는 대표적인 기업임
- 국내 최초 발달장애인 클라리넷 앙상블로 시작하여 발달장애인을 전문 연주자로 성장시키고, 동시에 일자리를 제공하며, 장애에 대한 인식을 개선시키고 있음
- 발달장애인을 전문연주자로 성장시켜 일자리를 창출하고 직업인으로서의 역할을 감당함으로써 사회참여에 앞장서고 구성원과 가족 및 지역사회에 행복한 공동체를 만들어 가는데 기여함
- 2017년 한 해 동안 72회의 연주로 연주거리는 5,344km에 달하며 공연시간은 2,900분으로 나타났으며, 14,920명의 총 관람객수, 10회의 사회공헌활동 등 상세한 조직운영에 대한 연차보고서를 매년 발행하고 있음

2) 카페아트(Cafe Art, 영국)

- 노숙자들이 그들의 예술작품을 통해 서로 연결되고 더 넓은 지역사회와 소통하는 조직임
- 노숙자들의 예술작품을 조금 더 많은 사람들에게, 다양한 장소에서, 365일 소개하고 있다는 것이 다른 단체와의 차별점임

3) 스트릿와이즈오페라(Streetwise Opera, 영국)

- 예술 활동을 통해 노숙자들의 복지를 증진시키고 사회참여를 독려함으로써 그들의 삶에 지속적이고 긍정적인 변화를 만들어내려는 목적으로 설립된 단체임
- 사회적 측면뿐만 아니라 예술적인 측면에서도 완성도 높은 양질의 오페라를 선보이며, 이미 예술부문과 자선단체 부문에서 많은 상을 수상함

- 노숙자를 위한 예술프로젝트로 국제적인 협력과 교류를 시도한 최초의 사회적기업임

4) 프리랜서 협동조합 SMart(벨기에)

- 예술인의 지위 향상과 사회보장 관련 법제도 개선, 저작권 등 창작 활동의 안정성을 강화하자는 목표로 세워진 프리랜서 예술가 협동조합 모델임
- 프리랜서나 시간제 예술가를 위한 단순 계약관리 서비스였던 비즈니스 모델을 사업관리 서비스로 확장하면서 기타 서비스의 결합을 통해서 시너지를 창출하고 있음

다. 문화예술분야 사회적경제조직의 유형별 이해

□ 문화예술분야 사회적경제조직의 현황

(단위: 개소)

구분	사회적기업(2017)			협동조합(2017)		마을기업 (2018.3)	자활기업 (2017)
	인증	예비 부처형	예비 지역형	일반	사회적		
전체	1,877	292	898	11,599	828	1,514	1,269
문화 예술	222 (11.8%)	65 (22.2%)	158 (17.6%)	913 (7.9%)	46 (5.6%)	146 (9.6%)	16 (1.2%)

4. 문화예술분야 사회적경제조직 현황

가. 실태조사

- 문화예술분야 사회적경제조직(사회적기업, 협동조합, 마을기업, 자활기업 등 337개 조직을 설문조사하여 현황을 분석함

구 분	내 용
(1) 조사 대상	문화예술분야 사회적경제조직
(2) 유효 표본	337개 기업/단체
(3) 표본 오차	95% 신뢰수준에서 $\pm 4.21\%p$
(4) 조사 방법	구조화된 설문지를 활용한 온라인 조사 (응답자 편의에 따른 Multi-mode Survey 적용)
(5) 자료 처리 및 분석	수집된 자료는 Editing - Coding - Punching - Cleaning 과정을 거쳐 통계패키지 SPSS 21.0 for Windows로 분석함
(6) 조사 기간	2018년 7월 5일 ~ 8월 9일 (약 5주)
(7) 조사 기관	(주) 글로벌리서치

〈실태조사 설문지 내용〉

항 목	내 용
조직 개요	<ul style="list-style-type: none"> - 대표자 정보(성별, 연령 등) - 기관 유형 / 표본산업분류 - 현재 조직상태 및 운영 상태 - 주요 사업내용 및 주요 연계사업
유급근로자 고용 현황	<ul style="list-style-type: none"> - 유급근로자 총 인원 - 연령/취약계층/고용형태/직급별 유급근로자 고용 현황
자원봉사자 현황	<ul style="list-style-type: none"> - 자원봉사자 총 인원 - 성별/학력/연령별 자원봉사자 수
경제적 성과	<ul style="list-style-type: none"> - 재정 현황(자산, 부채, 자본) - 매출액 구성(공공/민간시장 등) - 매출 및 손익 현황(매출액, 영업이익, 당기순이익)
기 타	<ul style="list-style-type: none"> - 공공/민간기관 지원경험 및 지원 내용 - 조직의 성장단계 - 사회적 금융을 통한 수혜경험 및 내용 - 문화예술분야 사회적경제조직 운영애로사항 및 지원 - 조직 활동 기반에 대한 활동 정도

1) 사업유형

- 전체 337개의 조사 대상 조직은 인증사회적기업이 31%, 일반협동조합이 27%로 그 다음을 차지함
- 지역형예비사회적기업이 21%, 부처형 예비사회적기업이 8%, 사회적협동조합과 마을기업은 5%, 자활기업은 1%를 차지함

2) 인력 현황

- 전체 유급 근로자수로 비교했을 때, 남성과 여성의 비율이 비슷하거나 오히려 여성의 비율이 더 높은 경우가 많았음
- 직급상태에서 관리직과 비관리직의 비중으로 분석했을 때, 남성은 관리직의 비중이 비관리직보다 높는데 비해 여성은 비관리직의 비중이 더 높게 남
- 전체 조직 중 13.9%만이 자원봉사를 활용하고 있었음

3) 경제적 성과

- 대부분의 조직이 영업손실이 나타나고 있었으나 영업외 수익인 정부 보조금의 역할로 일부 손실을 보전하고 있었음
- 매출액 구성은 ‘민간시장’이 59.5%로 가장 높게 나타났으며, 다음으로 ‘공공시장’(34.7%), ‘기타’(2.1%)로 나타남

4) 공공/민간기관 지원 현황

- 10개 조직 중 사회적기업이나 마을기업은 7~8개 정도의 조직이 공공/민간의 지원을 받은 경험이 있으나, 협동조합의 경우 절반 정도만이 지원을 받은 것으로 나타남
- 지방자치단체가 사회적경제조직과 가장 밀접하게 역할을 하고 있음

5) 사회적금융 활용 현황

- 설문에 응답한 조직의 7%가 사회적금융 수혜 경험이 있다고 답함
- 신용보증 75%, 대부 25%를 차지, 임팩트투자 경험은 거의 없음

6) 조직활동 현황

- 사회적기업은 절반 이상이 성장 및 판로 확대 단계에 와있다고 답함
- 협동조합은 설립과 초기 정착단계에 있다는 응답이 40% 이상

나. 면접조사

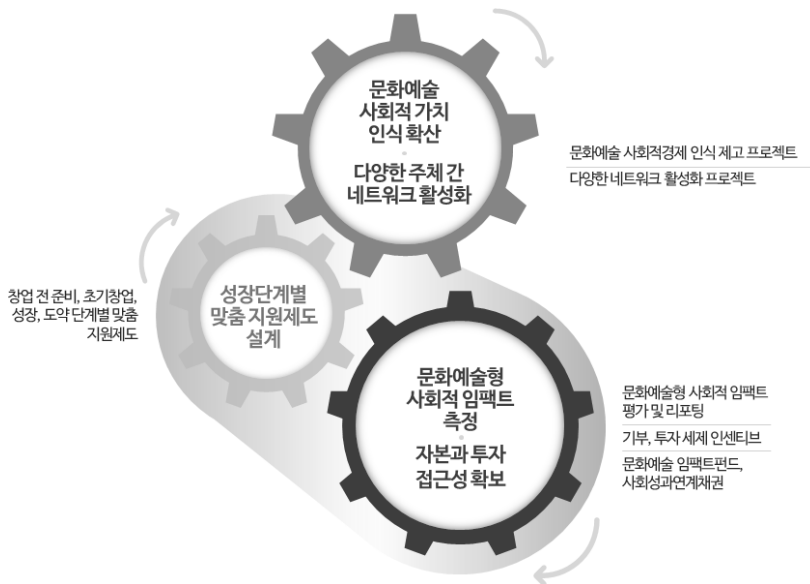
- 사회적 가치와 경제적 가치를 동시에 추구하는 어려움, 문화예술분야 특성을 반영한 지원제도 설계 부족, 사회적경제조직에 대한 합리적인 인식 부재, 네트워크 및 정보부족 등을 조직경영의 애로사항으로 꼽음
- 그 밖에 채용조달과 시장진입에의 어려움, 조직 구성원의 역량 강화를 위한 지원 부족 등도 주요 이슈로 언급됨

5. 문화예술분야 사회적경제조직의 지속가능성 진단과 정책방안

가. 지속가능성 진단

- 사회적경제분야 전체가 가지고 있는 공통의 문제라고 해서 하나의 마스터키 전략으로 풀어낼 수 없음
- 문제해결의 방향성을 문화예술의 특성 안에서 찾아야 한다는 것이 지속가능성의 핵심임

나. 정책방안



1) 문화예술 사회적 가치 인식 확산 및 다양한 주체 간 네트워크 활성화

- 문화예술 사회적경제 인식 제고를 위한 다양한 프로젝트 진행
 - 문화예술로 풀어내는 사회문제은행 국민캠페인(가칭), ‘지역의제 발굴 프로젝트(가칭)’ 등 진행

- ‘문화예술분야 사회적경제 활동 대상’ 시상식 등 개최
- 현재 관련 조직에 근무하는 종사자를 포함한 잠재 인력, 지원 인력 인식 제고 프로그램 마련

☐ 다양한 주체 간 네트워크 활성화

- 포럼, 마켓, 박람회를 통한 공감과 교류의 장 마련
- 공동기획, 상호거래 촉진을 위한 지원 정책 마련

2) 문화예술형 사회적 임팩트 측정과 자본과 투자 접근성 확보

☐ 문화예술형 사회적 임팩트 평가 및 리포팅 체계 마련

- 문화예술형 사회적 임팩트를 측정할 수 있는 체계 마련
- 정부와 선도적인 기관들이 함께 사회적임팩트 보고서에 대한 가이드와 풀키트를 발간하는 파일럿 프로젝트 진행
- 공시와 공유를 전제로 하는 사회적 임팩트 보고서 발행 의무화

☐ 기부 및 투자에 대한 세제 인센티브 제공

- 사회적경제조직을 창업하기 위한 단체에 기부한 금액에 대해서 세액 공제 제공

☐ 문화예술 임팩트펀드 조성과 사회성과연계채권 도입

- 다양한 자금 공급원 주체들이 참여하여 펀드를 조성하는 문화예술 임팩트펀드 조성
- 사회성과연계채권(SIB)을 활용한 문화예술분야 특성 사회성과 보장 사업 도입

3) 성장단계별 맞춤 지원제도 설계

□ 창업 전 준비단계, 초기 창업단계 지원

- 일정 시간동안 자신을 탐색하고, 지역사회를 탐구하면서 문화예술을 통하여 사회에 기여할 수 있는 아이디어를 도출하는 창업 전 준비 지원 사업 마련
- 문화예술분야 사회적경제조직 관련 다양한 정보를 담은 플랫폼 구축
- 사회적기업가육성사업의 문화예술 특별 트랙을 도입
- 부처형 예비 사회적기업 인증제도를 신설

□ 창업 이후 성장단계 지원

- 문화예술조직의 특성에 맞는 인건비 제도 보완
- 공공시장에의 접근성을 높이기 위한 인식 제고 활동(우수 사례집, 가이드 북 발간 등)지원
- 판로확대를 위해 국제적인 네트워크 활용 지원

□ 도약단계 지원

- 안정기에 들어선 조직에게 신규 진입자를 위한 멘토역할 부여
- 규모나 역량적인 도약을 위한 협동화 지원사업 추진
- 대규모 계약입찰을 위한 컨소시엄 구성을 돕는 입찰 플랫폼을 구축

제1장 서론	1
제1절 연구 배경 및 목적	3
1. 연구 배경	3
2. 연구 목적	4
제2절 연구 범위 및 방법	5
1. 연구 범위	5
2. 연구 방법	6
 제2장 사회적경제조직 개념 및 제도	 11
제1절 사회적경제 개념과 정책 흐름	13
1. 사회적경제의 개념	13
2. 사회적경제 정책의 흐름	16
3. 사회적경제의 의미와 가치	23
제2절 사회적경제조직의 현황과 지원제도	25
1. 유형 및 현황	25
2. 유형별 지원제도	30
3. 사회적금융	33
 제3장 문화예술분야 사회적경제 이해	 41
제1절 문화예술과 사회적경제	43
1. 문화예술의 사회적 역할	43
2. 문화예술분야 사회적경제 정책 흐름	48
3. 문화예술분야 사회적경제 연구 경향	51
제2절 국내·외 조직 운영 사례	54
1. 사회적협동조합 드림위드앙상블(Dream with Ensemble, 한국)	54
2. 카페아트(Cafe Art, 영국)	56
3. 스트릿와이즈오페라(Streetwise Opera, 영국)	61
4. 프리랜서 협동조합 SMart(벨기에)	67

제3절 조직 유형별 이해	71
1. 사회적기업	72
2. 협동조합	78
3. 마을기업	81
4. 자활기업	82
5. 소셜벤처	83

제4장 문화예술분야 사회적경제조직 현황 87

제1절 실태조사	89
1. 사업유형	92
2. 인력 현황	93
3. 경제적 성과	96
4. 공공/민간기관 지원 현황	98
5. 사회적금융 활용 현황	101
6. 조직활동 현황	103
7. 문화예술분야 사회적경제조직 운영 시 애로사항	112
8. 문화예술분야 사회적경제조직 필요 지원 사항	114
제2절 면접조사	115
1. 문화예술 특성	116
2. 인식 확산 및 교육	118
3. 인력 운용	121
4. 지원정책	122
5. 네트워크 및 거버넌스	124
6. 정보 접근성	125
제3절 소결	126

제5장 문화예술분야 사회적경제조직의 지속가능성 진단과 정책방안	129
제1절 지속가능성 진단	131
제2절 정책방안	133
1. 문화예술 사회적 가치 인식 확산 및 다양한 주체 간 네트워크 활성화	133
2. 문화예술형 사회적 임팩트 측정과 자본과 투자 접근성 확보	136
3. 성장단계별 맞춤 지원제도 설계	141
제6장 결론 및 제언	147
제1절 결론 및 제언	149
참고문헌	151
ABSTRACT	156
부 록	159

표 목차

〈표 1-1〉 실태조사 개요	7
〈표 1-2〉 실태조사 설문지 내용	7
〈표 1-3〉 현장조사 및 인터뷰 개요	8
〈표 2-1〉 사회적경제의 다양한 정의	15
〈표 2-2〉 문재인 정부 사회적경제 활성화 방안 핵심 내용	21
〈표 2-3〉 한국 사회적경제 관련 제도의 흐름	22
〈표 2-4〉 사회적경제조직의 유형과 정의	27
〈표 2-5〉 사회적경제조직의 주요 현황	28
〈표 2-6〉 사회적경제 유형별 주요 지원정책	30
〈표 2-7〉 인증사회적기업 지원제도	31
〈표 2-8〉 협동조합 지원제도	32
〈표 2-9〉 사회적경제조직의 자금공급원	35
〈표 2-10〉 사회적금융 관련 공공부문 사업 현황	36
〈표 3-1〉 예술경영지원센터 문화예술분야 사회적경제 지원사업 연혁	49
〈표 3-2〉 2018 예술경영지원센터 문화예술분야 사회적경제 지원사업 세부 내용	50
〈표 3-3〉 유럽국가별 SMart 조직현황(2016 벨기에 SMart 사업보고서)	67
〈표 3-4〉 조합원 카테고리별 가입대상 및 조건	68
〈표 3-5〉 문화예술분야 사회적경제조직의 현황	71
〈표 3-6〉 2017 사회적기업 서비스분야별 현황	73
〈표 3-7〉 2016 문화서비스업 분야 사회적기업 평균지원금액	75
〈표 3-8〉 연도별 사회적기업가 육성사업 문화체육관광부 창업지원 현황	83
〈표 3-9〉 최근 5년간 업종특화 창업지원기관 운영 현황	85
〈표 4-1〉 조사 세부 내용	89
〈표 4-2〉 조사 설문지 내용	89
〈표 4-3〉 조사 기관 유형 및 특성	90
〈표 4-4〉 조사 기관 일반 유형	90
〈표 4-5〉 유급근로자 고용 현황	93
〈표 4-6〉 취약계층 유급근로자 고용 현황	94
〈표 4-7〉 자원봉사자 활용 현황	95
〈표 4-8〉 재정, 매출 및 손익 현황	96
〈표 4-9〉 매출액 구성	97

〈표 4-10〉 공공/민간기관 지원 금액	100
〈표 4-11〉 문화예술분야 사회적경제조직 운영 시 애로사항(1/2)	113
〈표 4-12〉 문화예술분야 사회적경제조직 운영 시 애로사항(2/2)	113
〈표 4-13〉 문화예술분야 사회적경제조직 현장조사 및 인터뷰 대상	115

그림 목차

[그림 1-1] 연구수행의 흐름 및 체계	9
[그림 2-1] 다양한 사회적경제조직의 유형 분류	25
[그림 2-2] 사회적금융의 개념	34
[그림 2-3] 사회적금융 사업주체별 중점 자금지원 대상	38
[그림 2-4] 사회가치연대기금을 활용한 사회적금융 생태계 구축(안)	38
[그림 2-5] SIB 운영구조	40
[그림 3-1] 문화예술분야 사회적경제조직 지원정책의 흐름	48
[그림 3-2] 워드클라우드로 분석한 문화예술분야 사회적경제 관련 선행 연구 주제 ..	52
[그림 3-3] 2007~2017 문화예술분야 인증사회적기업의 수	72
[그림 3-4] 2017 사회적기업 서비스분야별 현황	73
[그림 3-5] 2017 사회적기업 평균 매출액 및 당기순이익	74
[그림 3-6] 2016 표준산업분류별 사회적기업 매출액	74
[그림 3-7] 문화예술분야 사회적기업 지역 분포	76
[그림 3-8] 사회적기업 일반 유급고용 및 취약계층 평균 고용인원 수	77
[그림 3-9] 문화예술분야 사회적기업 유급근로자 평균 임금	77
[그림 3-10] 문화예술분야 사회적기업 유급근로자 평균 근로시간	77
[그림 3-11] 문화예술분야 협동조합 경제적 성과	79
[그림 3-12] 2017 문화예술분야 협동조합 유형별 현황	79
[그림 3-13] 2017 문화예술분야 협동조합 지역별 현황	80
[그림 3-14] 2016 문화예술분야 마을기업 법인형태별 현황	81
[그림 3-15] 2016 문화예술분야 마을기업 지역별 현황	82
[그림 4-1] 문화예술분야 사회적경제조직의 사업 유형	92
[그림 4-2] 자원봉사자 현황	95
[그림 4-3] 공공/민간기관 지원 경험 유무	98
[그림 4-4] 지원 공공/민간 지원 수혜 경험 기관	99
[그림 4-5] 공공/민간기관 지원 내용	99
[그림 4-6] 실질적인 도움이 되었던 공공/민간기관 지원 사항	101
[그림 4-7] 사회적금융 수혜 경험 유무	101
[그림 4-8] 사회적금융 활용 자금 성격	102
[그림 4-9] 사회적금융 자금지원 사업명	102
[그림 4-10] 밀접한 관계기관	103

[그림 4-11] 조직 성장단계(전체)	104
[그림 4-12] 조직 성장단계(사회적기업)	104
[그림 4-13] 조직 성장단계(협동조합)	104
[그림 4-14] 조직 성장단계(마을기업)	104
[그림 4-15] 정부부처 추진 정책사업과의 연계 진행경험	105
[그림 4-16] 조직 활동기반 평가 - 종합	106
[그림 4-17] 조직 활동기반 평가 - 지역기반	107
[그림 4-18] 조직 활동기반 평가 - 서비스단위	108
[그림 4-19] 조직 활동기반 평가 - 서비스특성	109
[그림 4-20] 조직 활동기반 평가 - 조직운영	110
[그림 4-21] 문화예술분야 사회적경제조직 운영 시 애로사항	112
[그림 4-22] 문화예술분야 사회적경제조직 필요 지원 사항	114

제1장 ●●

서론



제1절

연구 배경 및 목적

1. 연구 배경

최근 세계적인 경기침체와 저성장 기조 등 세계경제 불확실성이 확대되면서, 한국경제도 안정적인 경제기조 유지가 어려운 상황에 놓였다. 이에 사회양극화, 소득불평등, 빈곤, 청년실업 등 사회문제에 대한 해결 방안이 요구되고 있다. 이에 호혜, 연대, 신뢰, 협동을 통한 양극화 해소, 일자리 창출, 사회서비스 제공, 지역재생과 지역순환경제, 주민의 삶 질 개선 등에 대한 시도가 사회적경제 영역에서 표면화되고 있다.

1990년대 말 정부는 외환금융위기 이후 빈곤과 실업문제를 해결하기 위해 사회적경제를 활성화시키고자 지원정책을 제도화 하는 등 지속적으로 노력해왔다. 사회적경제조직의 양적 성과에도 불구하고, 그 조직의 지속가능성측면에서 한계를 보이고 있으며, 사회적경제조직에 대한 합리적 사회합의가 부재한 상태이다.

특히, 사회적기업 및 협동조합 등 문화예술분야에서도 사회적경제조직의 발전을 이루었다. 사회적기업의 경우는 2008년 11개에서 2018년 8월 기준 223개로 증가하였으며, 전체 사회적기업 1,978개 대비 11.3%에 해당하는 규모를 차지하고 있다. 또한 협동조합의 경우에도 2013년 77개에서 2018년 8월 기준 1,219개로 증가하였고, 전체 협동조합 13,777개 대비 8.8%를 차지하고 있다.

정부의 정책적 지원에 발맞춰 양적 발전을 이룬 결과만으로 문화예술분야에서의 사회적경제조직의 현재를 판단하기는 어렵다. 문화예술분야의 조직은 생산과정에 기계나 다른 요소로 대체할 수 없는 노동 투입에 의존하는 서비스업의 특성 때문에 생산성이 정제될 수 있고, 전문인력의

투입으로 인건비의 비중이 높아 사업성·수익성을 기대하기가 어렵기 때문이다. 이에 문화예술분야의 사회적경제조직에 대한 질적 발전에 대한 현황 파악이나 평가와 이들 조직의 지속가능성에 대한 정책 방향을 설정하는 것이 필요하다.

2. 연구 목적

본 연구의 주요 목적은 다음과 같다.

첫째, 사회적경제의 개념과 범위를 탐색한다. 사회적경제 개념과 정책의 흐름을 파악하고, 사회적경제조직의 유형과 현황을 분석한다.

둘째, 문화예술분야 사회적경제를 이해한다. 문화예술과 사회적 역할, 사회적경제까지 정책 흐름과 연구 경향 등을 살펴보고, 국내외 조직 사례를 통해 이해를 돕는다. 또한 사회적경제조직의 유형화를 통해 특성과 현황을 파악한다.

셋째, 설문조사와 면담조사를 통해 문화예술분야 사회적경제조직을 대상으로 운영 현황을 파악한다.

마지막으로 현황파악을 통해 문화예술분야 사회적경제조직의 현황파악을 통해 지속가능성을 진단하고, 정책지원 방안을 제시한다.

이렇게 본 연구는 사회적경제조직에 대한 이해, 문화예술분야 사회적경제조직의 진단을 통하여 문화예술분야에서 창출하는 문화적 가치 및 사회적 가치가 사회에 미치는 긍정적인 역할을 다시금 재인식하는 기회로 삼는 것을 목적으로 한다. 또한 문화예술분야에서 활동하는 다양한 사회적경제조직이 지속가능할 수 있는 제도적, 정책적 환경 조성을 위한 다양한 과제들을 도출하는 것을 목적으로 한다.

제2절

연구 범위 및 방법

1. 연구 범위

가. 대상적 범위

국내 사회적경제조직의 현황에서는 사회적기업, 협동조합, 마을조합, 마을기업, 자활기업, 소셜벤처, 상호금융, 비영리조직, 사회적금융조직 및 중간지원조직 등을 비롯해 사회적경제를 이루고 있는 모든 구성 조직을 포함한다. 문화예술분야 사회적경제조직은 사회적기업, 협동조합, 마을기업, 자활기업, 소셜벤처 등을 중심으로 분석한다. 구체적으로 조직의 비전이 문화예술의 창작·생산 등을 최종 목표로 하거나, 문화예술을 매개로 혹은 문화예술교육을 통하여 수익을 창출하는 조직을 모두 포괄한다. 문화예술분야의 범위는 문화예술진흥법, 문화산업진흥법에서 제시하고 있는 활동을 포함한다. 문화예술진흥법에서 정의하고 있는 문화예술(문학, 미술, 응용미술, 음악, 무용, 연극, 영화, 연예, 국악, 사진, 건축, 어문, 출판 및 만화 등)과 문화예술의 창작물 또는 문화예술 용품을 산업수단에 의하여 기획·제작·공연·전시·판매하는 것 등을 포함한다. 문화산업진흥 기본법에서 정의하고 있는 콘텐츠, 문화콘텐츠, 디지털콘텐츠, 디지털문화콘텐츠, 멀티미디어콘텐츠, 공공문화콘텐츠, 에듀테인먼트를 모두 포함하며, 관광, 체육과 생활체육의 경우는 그 대상에서 제외한다. 하지만 관광, 여행 등의 테마로 지역의 문화콘텐츠를 활용하여 사업을 영위하는 경우는 일부 포함하였다.

나. 시간적 범위

문화예술분야 사회적경제조직의 2017년 12월 말기준의 자료를 중심으로 단년도 분석을 진행하였다. 실태조사의 조직 일반현황 등의 경우에도 2017년 기준으로 질문하였다. 불가피한 경우 그 이전의 자료(2016년 말 기준)를 사용하였으며, 정책변화 혹은 사례를 분석함에 있어서는 최신의 자료를 사용하였다.

다. 내용적 범위

사회적경제조직 전반에 대한 개념적 이해 및 사회적경제조직의 역할과 필요성을 파악하고, 국내 문화예술분야 사회적경제조직에 대한 현황(관련 법, 제도, 정책, 활동 유형 등)을 파악한다. 문화예술분야 사회적경제활동의 국내외 사례 및 정책환경을 조사하여, 문화예술분야 사회적경제조직의 경제적 성과와 사회적 성과, 그리고 지속가능성 제고를 위한 정책 방안을 도출한다.

2. 연구 방법

먼저 문헌연구와 자료조사를 통하여 연구 목적과 범위를 설정하고, 사회적경제에 대한 전반적인 흐름을 이해한다. 그리고 문화예술과 관련된 사회적경제 보고서 혹은 논문 등을 통하여 지금까지 진행된 문화예술분야 사회적경제조직에 대한 논의를 분석한다. 또한 문화예술분야에서 활동하는 사회적경제조직에 대한 실질적 현황을 파악하기 위하여 한국사회적기업진흥원, 보건복지부, 행정안전부, 기획재정부, 문화체육관광부 등의 사회적경제조직 DB 자료를 활용하였다.

문화예술분야 사회적경제조직을 대상으로 한 설문조사를 통하여 337개 기관의 일반 경영현황과 더불어 사회적경제관련 정책적 이슈들에 대한

의견을 묻고 분석하였다.

〈표 1-1〉 실태조사 개요

구 분	내 용
(1) 조사 대상	문화예술분야 사회적경제조직
(2) 유효 표본	337개 기업/단체
(3) 표본 오차	95% 신뢰수준에서 $\pm 4.21\%p$
(4) 조사 방법	구조화된 설문지를 활용한 온라인 조사 (응답자 편의에 따른 Multi-mode Survey 적용)
(5) 자료 처리 및 분석	수집된 자료는 Editing - Coding - Punching - Cleaning 과정을 거쳐 통계패키지 SPSS 21.0 for Windows로 분석함
(6) 조사 기간	2018년 7월 5일 ~ 8월 9일 (약 5주)
(7) 조사 기관	(주) 글로벌리서치

〈표 1-2〉 실태조사 설문지 내용

항 목	내 용
조직 개요	<div> <div>- 대표자 정보(성별, 연령 등)</div> <div>- 기관 유형 / 표본산업분류</div> <div>- 현재 조직상태 및 운영 상태</div> <div>- 주요 사업내용 및 주요 연계사업</div> </div>
유급근로자 고용 현황	<div> <div>- 유급근로자 총 인원</div> <div>- 연령/취약계층/고용형태/직급별 유급근로자 고용 현황</div> </div>
자원봉사자 현황	<div> <div>- 자원봉사자 총 인원</div> <div>- 성별/학력/연령별 자원봉사자 수</div> </div>
경제적 성과	<div> <div>- 재정 현황(자산, 부채, 자본)</div> <div>- 매출액 구성(공공/민간시장 등)</div> <div>- 매출 및 손익 현황(매출액, 영업이익, 당기순이익)</div> </div>
기 타	<div> <div>- 공공/민간기관 지원경험 및 지원 내용</div> <div>- 조직의 성장단계</div> <div>- 사회적 금융을 통한 수혜경험 및 내용</div> <div>- 문화예술분야 사회적경제조직 운영애로사항 및 지원</div> <div>- 조직 활동 기반에 대한 활동 정도</div> </div>

다음으로 국내 문화예술분야 사회적경제조직 중 유형별, 제도별, 특징별 여러 조직을 선정하고 심층면접을 통하여 구체적인 조직의 활동과 지속가능성을 위한 조건 등을 탐색한다. 마지막으로 전문가 자문 및 컨설팅 등을 통하여 국내외 정책 환경분석과 사례연구 등을 통해 종합적인 정책방안 등을 도출한다. 이와 같이 단계적인 접근을 통하여 문화예술분야 사회적경제조직의 지속가능성을 위한 종합적인 정책방안을 제시한다.

〈표 1-3〉 현장조사 및 인터뷰 개요

구분	기업명 및 참석자	비고
현장 사례 조사	<ul style="list-style-type: none"> - 모어댄 - 예술무대산 - 제리백 	<ul style="list-style-type: none"> - 3.14(수) - 글로벌 SE 네트워킹 데이
	<ul style="list-style-type: none"> - 언더독스 - 위누 - 컴패니 뉴 히어로즈-네덜란드 	<ul style="list-style-type: none"> - 3.14(수) - 예술과 사회혁신비즈니스 세미나
	<ul style="list-style-type: none"> - 마리몬드 - 옐로우독 - SOPOONG 	<ul style="list-style-type: none"> - 6.25(월) - 2018 아시아 청년 사회혁신가 국제포럼
심층 면담	<ul style="list-style-type: none"> - 문화프로덕션도모(임00) - 자바르떼(이00) - 아리랑스쿨(문00) - 최계바라(최00) 	<ul style="list-style-type: none"> - 4.18(수) - 예술경영지원센터 판로지원팀 주최
	<ul style="list-style-type: none"> - 어썸스쿨(김00, 김00) - 천안청년들(최00) - KOO스튜디오(김00) 	<ul style="list-style-type: none"> - 4.27(금)
	<ul style="list-style-type: none"> - 트래블러스맵(변00) 	<ul style="list-style-type: none"> - 5.4(금)
	<ul style="list-style-type: none"> - 문화인력양성소협동조합판(오00) - 임팩트스테이션(송00) - 자바르떼(이00) - 컬처앤유(박00) 	<ul style="list-style-type: none"> - 7.30(월)
	<ul style="list-style-type: none"> - 문화공작소 세움(유00) - 비브뮤직(전00) - 에이컴퍼니(정00) - 재능나눔협동조합(하00) - 필더필컴퍼니(신00) 	<ul style="list-style-type: none"> - 7.31(화) - 문화체육관광부 미래문화전략팀 주최
	<ul style="list-style-type: none"> - 주식회사 로모(박00) 	<ul style="list-style-type: none"> - 9.21(금)
	<ul style="list-style-type: none"> - 한국사회적기업진흥원(박00) 	<ul style="list-style-type: none"> - 9.5(수)
자문 회의	<ul style="list-style-type: none"> - 한국사회혁신금융(이00) 	<ul style="list-style-type: none"> - 9.13(목)

연구의 흐름에 따른 연구방법과 세부 내용은 아래 그림과 같이 정리할 수 있다.

연구흐름		세부 내용	연구방법
1	개념이해	<ul style="list-style-type: none"> - 연구 목적 및 범위 설정 - 이론적 검토를 통한 사회적경제 관련 개념 및 역사적 흐름 분석 	<ul style="list-style-type: none"> - 문헌분석 - 리서치원고
↓			
2	현황파악	<ul style="list-style-type: none"> - 문화예술분야 사회적경제조직 개념 파악 및 제도 분석 	<ul style="list-style-type: none"> - 문헌분석 - 전문가회의
↓			
3	실태조사	<ul style="list-style-type: none"> - 문화예술분야 사회적경제조직 현황 파악 및 시사점 도출 	<ul style="list-style-type: none"> - 설문조사 - 현장조사 - 심층면접
↓			
4	정책제언	<ul style="list-style-type: none"> - 이슈분석을 통한 정책방안 도출 	<ul style="list-style-type: none"> - 자문회의 - 연구진논의

[그림 1-1] 연구수행의 흐름 및 체계

제2장 ●●

사회적경제조직 개념 및 제도



제1절

사회적경제 개념과 정책 흐름

1. 사회적경제의 개념

가. 사회적경제의 등장 배경

사회적경제라는 용어는 1830년에 ‘새로운 사회적경제 개론’을 발표한 프랑스의 자유주의자 샤를르 뒤누아예(Charles Dunoyer)에 의해 처음 등장하였으며, 이러한 사회적 경제의 학문적 연구과정은 현실에서 협동조합, 상호공제조합, 민간단체의 발전과 긴밀하게 연관되어 있었다. 사회적경제는 각국의 연구자들에 의해 제3부문, 비영리조직, 혹은 자원활동조직 등을 일컫는 용어로 사용되었다. 미국에서는 주로 비영리조직 또는 독립부문이라는 용어를 사용하는 반면, 영국에서는 자원활동조직이라는 용어를 선호하고, 프랑스에서는 자원활동조직과 협동조합, 공제조합 등을 모두 포괄하는 개념으로 사회적경제라는 용어를 사용한다(Defourny, Favreau & Laville, 2001; Seibel & Anheier, 2002; OECD, 2003).

19세기 유럽에서는 자본주의의 발달로 노동자들의 삶이 피폐해지자 이에 대한 자구책으로 노동자들이 공동구매 조직을 결성하여 사망, 질병, 장애, 실직 등의 위험으로부터의 피해를 최소화하고자 했다. 이를 시작으로 20세기 전반에 이르기까지 공제조합, 협동조합, 민간차원의 결사체들이 등장하고 확산되었다.

2차세계대전 이후에는 복지국가가 성립되고 확대되면서 국가가 주도적으로 복지 서비스를 제공함에 따라 사회적경제조직의 역할은 축소되었다. 협동조합, 공제조합, 결사체들은 시장이나 국가제도로 편입되었고 사회개혁의 중심은 산업국들의 경제 성장에 의해 좌우되었다.

그러다가 1970년대 후반 시장실패로 인한 경제위기와 복지서비스전

달능력의 한계로 인해 복지국가가 위기를 맞으며 사회적경제는 다시 부활하였다. 지역활동가들은 중앙집권적으로 조직화된 정책의 비효율성을 지양하고 새로운 시도를 이어갔다. 각기 다른 경로를 걸어오던 프랑스의 민간조직들은 1970년, 자신들의 사회적 영향력과 대정부 협상력을 높이기 위해 연대기구 ‘공제조합·협동조합·민간단체 전국연락위원회(CNLAMCA)’를 결성하고, 1977년 ‘사회적경제’라는 옛 용어를 채택하였다. 1981년 미테랑의 사회당 정부가 들어서자 세계 최초로 사회적경제라는 용어를 채택한 행정부의 공식기구(DIES)가 만들어졌고, 이후 이 개념은 유럽연합을 통해 다른 나라로 확산되기 시작했다. 1989년 유럽연합(EU)의 집행기구인 유럽위원회는 경제정책 부서 안에 사회적경제국(Social Economy Unit)을 신설하였다.

나. 사회적경제의 정의

사회적경제의 개념은 여러 학자와 기관에 의해 매우 다양하게 정의되고 있다. 2007년 OECD에서는 사회적경제조직을 ‘국가와 시장 사이에 존재하면서 사회적 요소와 경제적 요소를 모두 가진 조직들’이라고 정의하였다. 1912년 샤를르 지드는 사회적경제를 인간과 주변에 대한 자연스러운 관계를 결정하는 자연적 법칙으로 정의하고, 인간의 상황을 향상시키기 위한 모든 노력에 대한 연구를 의미한다고 하였다(장구보 외, 2017). 데스로케는 사회적경제의 범위와 법적 조직형태에서 착안해 협동조합, 공제조합, 비영리조직들의 법적 지위에 기반을 두고 사회적경제를 정의하고 있다. 오틀리는 제3부문과 유사한 개념으로 사회적경제에 순수하게 배타적인 활동부터 상업적인 활동까지 사람 중심의 민주적인 가치를 갖고 사회적 목적을 향상시키기 위한 활동을 하는 모든 조직을 포함시켰다(Payne & Burnside, 2003). 또한, 사회적경제를 민간시장부문과 공공부문 사이에 존재하는 활동영역으로 규정하고, 자원활동, 지역사회 조직, 재단, 노동조합, 종교집단, 주택조합, 협동조합, 사회적기업 등을 사회적

경제에 포함시키기도 한다(Yorkshire Forward & Partners, Mc-Manus, 2004). 드푸르니(Defourny, 2004)는 사회적경제를 법적·제도적 차원과 공공을 위한 목표, 경영의 자율성, 민주적 의사결정 과정과 사람과 노동을 중시한다는 규범적 차원의 접근을 통해 규정하고 있다. 이 밖에도 아래 표와 같이 다양한 정의가 존재한다.

〈표 2-1〉 사회적경제의 다양한 정의

기관 또는 학자	내 용
OECD(2007)	- 국가와 시장 사이에 존재하면서 사회적요소와 경제적 요소를 모두 가진 조직들
국제노동기구 (ILO, 2008)	- 사회 및 연대(solidarity economy)의 경제라고 정의. 정부, 시장 및 사회적 기업과 비영리단체 등의 다양한 주체가 광범위하게 연대하고 있는 사회경제적 생태환경을 의미
드푸르니 (Defourny, 2004)	- 법적·제도적 차원과 규범적 차원이라는 이중적인 접근을 통해 규정 - 법적·제도적 차원: 협동조합, 상호공제조합, 결사체라는 법적 지위를 포함 - 규범적 차원: 구성원이나 공공을 위한 목표, 경영의 자율성, 민주적인 의사결정 과정, 수익배분에 있어서 자본보다 사람과 노동 중시라는 4가지 원칙 포함
폴라니 (Polanyi, 2009)	- 사회적 경제를 상호배려 정신에 입각한 호혜성의 원리, 나눔을 원칙으로 하는 재분배의 원리가 작동한 경제로 봄 - 사회적 경제에서 가장 중요한 3가지 요소: 구성원 또는 공공의 이익을 위하는 사회적 목적, 자본에 의해 이윤 배분이 제한되고 사람을 중심에 두는 의사결정, 자본과 권력의 힘으로부터의 자율성
왈론사회적경제위원회 (Conseil Wallon de l'Economie Sociale, CWES)(1990, 벨기에)	- ① 이윤을 축적하기보다는 구성원 또는 커뮤니티에 서비스의 우선적 제공, ② 자율적 경영, ③ 민주적 의사결정 과정, ④ 자본에 대해 사람과 노동을 우선시하며 이윤의 재분배라는 원리에 배대된 연대, 자율성, 시민성의 가치에 기반을 둔 결사체 기반 경제 조직으로 규정

다. 조직유형에 따른 사회적경제의 개념

사회적경제는 크게 네 가지 조직유형으로 구분할 수 있다. 첫째, 특정 사회문제 해결을 위해 설립된 옹호단체(Associations)로 국가에 따라 협회, 자원봉사조직, 비정부조직, 자선단체 등으로 불린다. 이 조직은 국가에 따라 경제활동이 원천적으로 금지되어 있기도 하고(이탈리아, 스페인, 독일 등), 재화의 생산과 판매가 허용되어 복지공급자가 되는 나라(프랑스)도

있다. 둘째, 개인이나 그룹의 기금에 의해 운영되는 재단(Foundations and trusts)이 있다. 주로 사회, 종교, 교육활동을 후원하며 직접 사업을 운영하거나 자금조달을 하기도 한다. 셋째, 소유권이 투자자가 아닌 특정 범주의 그룹(소비자, 근로자, 생산자 등)에 주어지는 조합(Co-operatives)이 있다. 전통적 협동조합의 목표가 조합원의 이익을 보호하는 것이라면 새로운 협동조합은 사회전체의 이해를 위한 목표로 확장되고 있다. 넷째, 19세기 산재보험이나 노령연금의 일환으로 시작되어 서비스 사용자들인 고객에 의해 소유되는 협동조합의 일종(Mutual aid societies)이 있다.

첫 번째와 두 번째의 조직 유형은 미국, 영국, 호주 등에서, 세 번째와 네 번째 유형은 유럽에서 강한 전통을 가지고 있다. 미국에서는 사회적경제를 비영리적 배당제한의 요건에 집중되어 있는 비영리조직, 재단과 같은 조직형태로 바라보았고 유럽에서는 사회적경제의 조직형태보다는 참여, 민주주의 등의 활동형태를 더 중시하는 경향이 있다.

2. 사회적경제 정책의 흐름

가. 한국 사회적경제의 범주

우리나라의 사회적경제는 정부의 정책운영과 밀접하게 연관되어 있어 정부의 정책과 결부해 범주를 구분한다. 최근 20대 국회에서는 사회적경제기본법안을 추진하고 있으며, 여기에서 사회적기업, 마을기업, 자활기업, 협동조합 등이 사회적경제조직으로 규정되고 있다.

노대명(2007)은 사회적경제를 국가와 시장의 중간지대로 설정한다. 국가와 사회적경제 사이를 정부의존과 자립지향의 관계로 구분하고 사회적경제와 시장을 비영리와 영리로 구분하고 있다. 엄형식(2008)은 전통적 사회적경제에 생산자협동조합 또는 신용협동조합인 농협, 수협, 산림조합, 새마을금고, 신협을, 새로운 사회적경제에는 소비자생활협동조합

과 사회적기업을 포함시키고 있다. 그러나 농협, 수협과 같이 해방 후 조직된 협동조합은 이른바 사회적경제의 네 가지 원칙에 입각하여 발전해 왔다고 보기 어렵고, 규범적 내용을 중심으로 사회적경제를 규정할 필요가 있다는 주장도 있다(신명호, 2009).

1) 구사회적경제

전통적 사회적경제조직으로는 농협, 수협, 산림조합, 신협, 새마을금고를 들 수 있다. 농협은 해방 후 농업 발전이라는 국가적 관심에 의해 만들어졌으며, 수협은 일제강점기에 있었던 조선수산업회가 개편되어 1962년 수산업협동조합법이 제정되면서 수산업협동조합이라는 체제로 재편되었다. 산림조합은 1961년 산림법이 제정되면서 산림조합과 대한산림조합연합회로 승계되었으며, 신협은 1960년에 성가신용협동조합과 가톨릭중앙신용협동조합이 창립하면서 등장하였다. 새마을금고는 1961년 군사쿠데타 이후 출범한 관변단체인 재건국민운동을 배경으로 등장하였는데, 재건국민운동은 마을금고를 역점사업으로 채택해 급성장하였다.

2) 신사회적경제

신사회적경제로 규정할 수 있는 조직들은 1990년대 이후 우리 사회에 모습을 드러내기 시작하여, 2000년대 이후 급속하게 성장하였다. 생협은 1985년에 조직된 안양의 바른생협과 1986년부터 사업을 시작한 한살림을 모태로 하여 현재의 형태가 만들어졌다. 1999년 소비자생활협동조합법이 제정되어 제도적 기반을 마련하였고, 친환경농산물 직거래를 주요 사업으로 하고 있지만 의료생활협동조합과 공동육아협동조합 등의 사회적 요구에 대응하여 영역이 확대되고 있다.

자활기업은 1990년대 도시빈민밀집지역에서 조직되었던 노동자협동조합운동에 뿌리를 두고 있다. 정부는 1996년부터 자활지원센터 시범사업을 진행하였고, 1999년 국민기초생활보장법 제정과 함께 자활사업으로

제도화되었다. 지역자활센터를 주요 인프라로 하며, 자활근로사업을 기반으로 해 자활기업을 창업시키는 시스템을 갖추게 되었다.

사회적기업은 자활사업과 2003년에 시작된 사회적일자리 창출사업의 경험을 바탕으로 등장하였다. 2007년 사회적기업육성법이 제정되면서 제도적 근거를 마련하였으며, 고용노동부 주무부처(인증사회적기업)와 각 지자체(예비사회적기업)가 함께 운영하고 있다. 한국사회적기업진흥원을 중앙단위 지원조직으로 하고 광역단위민간위탁기관을 두고 있다.

마을기업은 이명박 정부 시절 ‘커뮤니티 비즈니스’ 시범사업과 ‘희망근로사업’, ‘자립형 지역공동체 사업’ 등에 뿌리를 두고 있다. 2011년 마을기업이란 명칭이 확정되었고, 2013년 도시재생 활성화 및 지원에 관한 특별법에 법적 근거를 두고 있다. 마을의 다양한 자원을 개발하여 일자리와 소득을 창출하고 지역 활성화에 기여하는 것을 목적으로 한다.

농어촌공동체회사 또한 이명박 정부 시절 농어촌 활성화를 위해 커뮤니티 비즈니스 또는 사회적기업 개념을 도입하고자 한 사업이다. 농림수산식품부의 주관으로 농어촌 주민의 자발적 참여와 기업경영방식을 접목하여 지역자원을 활용함으로써 지역 일자리와 소득창출, 지역에 필요한 서비스를 공급하여 지역문제를 해결하고 지역을 활성화시키려는 것을 목적으로 하고 있다.

협동조합은 2012년 협동조합기본법의 시행으로 본격화되기 시작했다. 협동조합기본법 제정 이전에 존재했던 협동조합이나 각 개별 협동조합법에 입각해 설립된 협동조합은 동법이 적용되지 않는다. 협동조합은 조합원의 이익을 우선시하는 일반협동조합과 공익 활동을 우선시하는 사회적협동조합으로 구분한다.

나. 한국 사회적경제의 흐름

1) 1920~60년대

한국 사회적경제의 조직화 시도는 일제강점기였던 1920년대에 시작되었다. 이 시기에는 소비자조합이 주를 이루었다. 소비자가 직접 출자해 물품을 공동으로 구입·판매·이용하거나 저리로 자금을 융통해줌으로써 경제적 이익을 도모하는 협동조합이 97개, 조합원 수가 4만 여 명에 이르렀다(이환규, 1985).

최초의 협동조합으로 평가받는 조직은 1919년 결성된 ‘강계공익조합’이며, 최초의 소비자협동조합은 1920년에 설립되어 미곡, 면포, 시탄 등의 공동사업을 했던 ‘목포소비조합’이라 할 수 있다. 이 외에도 농민의 경제적 이익을 도모하기 위해 조직된 천도교의 농민공생조합(1931년 설립), 기독교의 하숙옥조합, 오산소비조합이 있었다. 생산조합은 미미했으나 평양을 중심으로 직종별 산업조합이 등장하기도 하였다.

이후 일제의 탄압으로 1937년 이후에는 협동조합의 조직화가 단절되었으나, 해방 후에 다시 관제협동조합이 조직화되면서 사회적경제는 새로운 전기를 마련하였다.

2) 1960~80년대

1960~70년대의 사회적경제는 국가의 강한 통제 하에 국가시책에 부합하는 활동을 통해 성장하였다. 주도권을 국가가 가지고 있었기 때문에 민간이 주도하는 협동조합 설립은 거의 찾아볼 수 없었고, 1957년 농업협동조합법, 1961년 산림법, 1962년 수산업협동조합법 제정으로 각 협동조합이 조직화되었다. 신용협동조합 형태에 대한 정부의 조직적 개입으로 새마을금고가 탄생하였다. 해방 후 민간주도협동조합운동은 신용협동조합운동에서 출발하여 소비조합운동으로 발전해 한국 협동조합운동의 중요한 역할을 담당하였다. 그러나 이후 제 2금융권으로 전락하는 위기를 맞기도 한다.

1960년대 강원도 태백지역의 교회 3곳에서 신협운동(원주, 풀무신협)이 시작되어 신협이 확산되었고, 1972년 신용협동조합법이 제정되었다. 1972년 남한강 대홍수로 인한 재해대책위원회 활동으로 소득창출 사업과 신용협동조합이 보급되기도 했다. 그 밖에도 그 동안의 생존권 운동이 생명운동 담론으로 발전되어 생긴 친환경 생활협동조합, 의료생활협동조합, 난곡희망의료협조합, 주거협동조합이 있었다.

3) 1980년대 이후

사회적경제의 역할도 시대에 따라 점점 진화해왔다. 이 시기에는 점차 경제적 영역에서 활동하는 사회적조직의 수와 중요성이 커지면서 오늘날 사회적경제의 원형적 규범이라 할 수 있는 조직들이 등장하기 시작했다.

재단이나 비영리조직은 재화나 서비스의 생산에 직접 참여함으로써 더욱 생산적, 기업적으로 진화했고, 협동조합은 시장과 국가의 실패로 인해 생긴 새로운 니즈의 출현으로 회원들의 이익보다 사회전체의 이익을 중시하는 새로운 협동조합 모델의 발전을 촉진하게 되었다.

사회적기업은 1980년대에 등장한 새로운 개념으로 재화나 서비스의 생산에 참여하지만 사회적 목적을 갖고 있거나 배당제한이 있는 기업을 뜻한다. 또한 이 시기에는 영리기업도 사업에 사회적, 환경적 관심을 담아 사회적 책임을 중시하는 풍토가 형성되었다. 1990년대에는 생협의 조직화가 본격화되었다. 생협의 대표적인 예인 한살림은 1986년 한살림농산에서 시작하여 1988년 한살림 공동체소비자협동조합, 한살림생산자협의회를 결성하였다. 1999년에는 소비자협동조합의 법제화가 이루어졌다.

빈곤을 위한 자구책으로 해남여성회, 협성산업, 건축일꾼 두레, 실과바늘, 월곡여성생산공동체 등과 같은 생산공동체운동도 시작되었다. 그러나 자본과 기술력의 부족, 관리의 어려움으로 시장의 문턱을 넘지는 못했고 후에 자활지원제도로 법제화되었다. 또한, 광동택시, 신아조선과 같은 노동자협동조합, 사원주주회사의 설립 시도와 함께 공동육아협동조

합(성미산공동체), 협동조합형 대안학교(간디학교), 의료협동조합 부활 등의 다양한 협동조합 설립 시도도 있었다.

이후 외환위기 시기에는 마이크로크레딧, 지역통화, 노동자자주관리 기업의 개념이 제시되었는데, 이러한 실천의 수용은 정부가 국민기초생활보장법, 사회적기업육성법, 협동조합기본법을 제정하여 사회적경제 조직을 확장하는 계기가 되었다.

4) 최근 동향

문재인 정부는 새 정부를 시작하면서 사람 중심의 경제를 표방하고, 100대 국정과제 중 하나로서 ‘사회적경제 활성화’를 포함시켰다. 일자리 정책으로 ‘혁신창업’과 ‘사회적경제 기업 육성’ 두 가지를 핵심 축으로 보고 있으며, ‘사회적 경제 활성화 방안’도 함께 발표하였다. 활성화 방안에는 개별법으로 분산되어 있는 사회적경제기업에 대한 통합적 정책 추진 체계를 구축하기 위한 사회적경제 관련 법 제정 추진이 포함되어 있다. 현재 사회적경제기본법, 사회적 가치 실현 기본법, 사회적경제기업 제품 판로지원법은 국회에 제출된 지 2년 가까이 계류 중인 상태이다.

〈표 2-2〉 문재인 정부 사회적경제 활성화 방안 핵심 내용

구분	세부 내용
통합 지원 체계	<ul style="list-style-type: none"> - 사회적경제기본법, 사회적가치실현기본법, 공공기관 판로지원법 제정 - 기획재정부 중심의 관계 부처 협의체 구성 및 사회적경제발전위원회 설치
금융 접근성 제고	<ul style="list-style-type: none"> - 신용보증기금, 지역신용보증재단 보증 지원 한도 확대 - 사회적 경제 기업 전용 투자 펀드 확대 운용, 사회성과 보상사업(SIB) 확대, 지방세 감면 등 투자 활성화를 위한 우호적 조세 환경
인력 양성 체계 강화	<ul style="list-style-type: none"> - 초·중등 교육과정 내 사회적 경제 교육 확대, 대학 내 사회적 경제 리더 과정 및 평생교육 체계 지원 사업 확대 - 평생학습도시, 행복학습센터, 지역경제교육센터 등과 연계해 사회적 경제 교육 프로그램 확산
판로 확대 지원	<ul style="list-style-type: none"> - 국가계약법 개정해 낙찰 기준에 사회적 가치 반영 원칙 신설 - 사회적 경제 기업 입찰에 대한 가점 확대 및 의무 구매 제도 도입 - 2018년도 공공기관 경영 평가 개정 시 사회적 경제 기업 제품 구매 촉진 반영, 지방 공기업 경영 평가 연계 반영

해방 이후 한국 사회적경제 관련 제도의 주요 흐름을 살펴보면 아래 표와 같다.

〈표 2-3〉 한국 사회적경제 관련 제도의 흐름

연도	내 용
1957년	- 농업협동조합법 제정, 농업은행법 제정
1961년	- 산림법 제정, 농협·농업은행 통합
1962년	- 수산업협동조합법 제정
1972년	- 신용협동조합법 제정
1980년	- 산림조합법 제정, 축산업협동조합법 제정
1982년	- 새마을금고법 제정
1988년	- 인삼협동조합법 제정, 농협법 및 수협법 개정
1989년	- 산림조합법 개정
1993년	- 산림조합법을 임업협동조합법으로 개정
1999년	- 농업·축산업·인삼협 통합 - 소비자생활협동조합법 제정, 국민기초생활보장법 제정
2000년	- 임업협동조합법을 산림조합법으로 개정
2003년	- 사회복지사업법 개정
2006년	- 사회적기업육성법 제정
2007년	- 노인장기요양법 제정
2010년	- 자립형마을공동체사업 도입, 농림어업인 삶의 질 향상법 개정
2011년	- 협동조합기본법 제정
2013년	- 도시재생 활성화 및 지원에 관한 특별법 제정
2017년	- 사회적경제 활성화 방안 발표 (사회적경제기본법 등 3법 제정 추진)
2018년	- 사회적금융 활성화 방향 발표(2018.02.08.)
	- 소셜벤처 활성화를 통한 일자리 창출 방안 발표(2018.05.16.)
	- 사회적경제 인재양성 종합계획 발표(2018.07.03.)

3. 사회적경제의 의미와 가치

가. 사회적경제의 역할과 기능

사회적경제의 중요한 기능 중 하나는 지역사회로부터의 사회적 확산을 이끌어낼 수 있다는 점이다. 지역 주민들을 사회적경제조직에 참여시킴으로써 지역의 문제를 해결하고 지역개발에 기여하는 것인데, 이는 다중 이해관계자의 협력을 이끌어내고 더 나아가 기존의 사회적 불평등, 사회적 배제로 인한 문제, 고령화로 인한 문제 해결에 완충적 역할을 할 수 있다. 유럽의 경우에는 이민자 유입으로 형성된 다인종, 다문화 지역에서 사회적경제조직들이 중요한 기능을 담당하고 있다.

또한 실업률이 증대되는 현 상황에서 사회적경제조직들은 정부지원을 통한 양질의 일자리를 창출하는 역할을 하고 있다. 일반법인에 비하여 취업유발 효과가 큰 편¹⁾이며, 사회적경제의 핵심동력으로 작용하는 사회적경제조직은 주민 참여, 지역사회 자원 활용, 협치적 거버넌스를 중시하며 혁신적인 사업구조로 지역사회의 문제를 해결하고 공동체의 집합적 이익을 추구하는 데 그 목적을 두고 구성원이 전체 이익을 공유하는 구조이기 때문에 양질의 일자리를 창출할 수 있다. 이 조직들은 직업훈련, 직업알선 등의 정부의 정부정책에 참여하면서 조금 더 유연한 사업운영능력을 갖추게 되고, 지역의 서비스 사각지대에서 지역의 미충족된 사회적 욕구를 충족시키면서 사회서비스를 통해 새로운 일자리를 창출하는 것이다. 이것은 지역의 욕구에 따른 지역화된 서비스이기 때문에 기존에 없던 새로운 서비스 욕구도 촉진시킬 수 있다. 신규 일자리를 통해 지역 소득이 증대되고, 이것이 곧 주민의 소득 증대로 이어지는 선순환 구조를 만들 수 있다. 그러나 정부지원금에 지속적으로 의존하게 되면 정부와의 서비스 계약자이자 극빈층에 대한 서비스 전달자 역할로 축소될 수 있다는 점이 한계로 작용한다.

1) 예를 들어 산출액 10억 원당 취업유발계수는 전산업 12.9명, 협동조합 38.2명임.

나. 사회적경제의 의미와 가치

지속가능한 지역사회는 지역사회의 역량에 의해 경제, 생활, 복지, 문화, 환경 등의 과제를 해결하고 안정적으로 재생산하는 사회를 말한다. 대기업 중심의 성장 전략은 지역 전반의 양극화를 심화시키는 반면 지역 사회의 필요에 따라 지역 역량에 기반을 두고 문제를 해결하는 사회적경제는 지속가능한 지역사회를 만드는데 크게 기여할 수 있다.

2015년 기준 EU 전체 GDP 중 사회적경제가 10% 이상을 담당하고 있다. 특히 고용비중도 EU는 평균 6.5%이고, 프랑스는 9.0%, 벨기에는 10.3%를 상회한다. 스페인의 몬드라곤, 이탈리아의 에밀리아 로마냐, 캐나다의 퀘벡에서는 국제적인 경기침체와 금융위기에도 지역 중심의 사회적경제로 안정적인 경제성장과 실업률 상승을 막아낸 사례이다. 우리나라의 사회적경제기업 고용비중은 전체 대비 1.4% ²⁾정도에 그쳐 유럽 선진국에 비해 아직 사회전반적인 활성화는 미흡한 편이라고 볼 수 있다.

2) 다만, EU의 사회적경제조직의 범위는 우리나라에서 제도적으로 사회적경제 주체로 보는 것보다 더 포괄적이기 때문에 단순비교는 어려우나, 우리나라 사회적경제조직의 고용비중이 EU의 1/4에도 미치지 못하는 수준으로 전반적으로 유럽에 비해 사회적경제 활성화 정도는 부족하다고 할 수 있다.

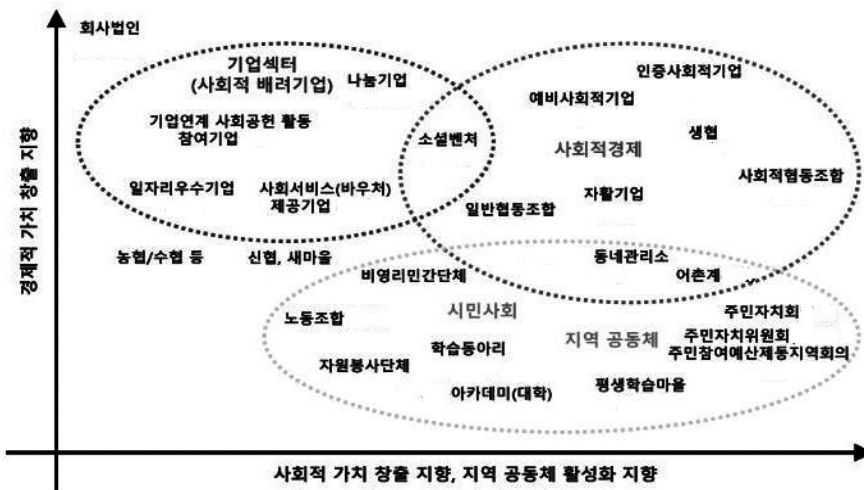
제2절

사회적경제조직의 현황과 지원제도

1. 유형 및 현황

가. 사회적경제조직의 유형

사회적 목적과 경제적 목적을 동시에 추구하는 사회적경제조직에는 사회적기업, 협동조합, 자활기업, 마을기업, 장애인표준사업장, 대안금융조직, 공정무역조직 등 다양한 형태의 조직이 포함된다. 사회적 가치 창출과 지역과 공동체 활성화를 지향하는 정도와 경제적 가치 창출에 노력하는 정도에 따라 다음과 같이 여러 조직으로 펼쳐 유형을 분류해 보았다. 넓은 의미에서의 사회적경제조직은 기업сек터의 사회공헌활동부터 시민사회/지역공동체 활동분야까지 모두 포괄하는 조직을 말하지만, 본 연구에서는 좁은 의미의 사회적경제 중에서도 (인증/예비)사회적기업, (일반/사회적)협동조합, 마을기업, 자활기업 등으로 한정하여 분석하고자 한다.



자료 : 제3차 사회적경제정책포럼 자료 재정리

[그림 2-1] 다양한 사회적경제조직의 유형 분류

정부는 사회적경제 활성화 방안(일자리위원회·관계부처합동, 2017: 6~7)을 통해 현재 우리나라 사회적경제를 구성하는 주요 조직으로 사회적기업, 협동조합, 마을기업, 자활기업을 언급하였는데, 이 조직들의 유형과 정의를 살펴보면 <표 2-4>와 같다.

사회적기업은 영리기업과 비영리기업의 중간 형태로, 사회적 목적을 우선적으로 추구하면서 재화·서비스의 생산·판매 등 영업활동을 수행하는 기업(조직)을 말한다고 고용노동부에서 정의하고 있다.

「사회적기업 육성법」에서는 사회적기업을 취약계층에게 사회서비스 또는 일자리를 제공하여 지역주민의 삶의 질을 높이는 등의 사회적 목적을 추구하면서 재화 및 서비스의 생산·판매 등 영업활동을 하는 기업으로서 고용노동부 장관의 인증을 받은 기관으로 정의하고 있다. 영리기업이 주주나 소유자를 위해 이윤을 추구하는 것과는 달리, 사회적기업은 사회서비스를 제공하고 취약계층에게 일자리를 창출하는 등 사회적 목적을 조직의 주된 목적으로 추구한다는 점에서 차이가 있다.

사회적기업은 인증사회적기업, 지역형 예비사회적기업, 부처형 예비사회적기업으로 구분되며 인증사회적기업의 유형에는 일자리제공형, 사회서비스제공형, 혼합형, 기타형, 지역사회공헌형이 있다. 부처형 예비사회적기업은 고용노동부, 농림축산식품부, 문화재청, 보건복지부, 산림청, 여성가족부, 통일부, 환경부 등 8개 부처가 실시하고 있다. 사회적기업의 조직형태는 민법상법인, 비영리민간단체, 사회복지법인, 상법상회사, 협동조합 등으로 다양하다.

협동조합은 재화 또는 용역의 구매·생산·판매·제공 등을 협동으로 영위함으로써 조합원의 권익을 향상하고 지역 사회에 공헌하고자 하는 사업조직이며, 일반협동조합과 사회적협동조합으로 나뉜다. 사회적협동조합은 지역주민들의 권익·복지 증진과 관련된 사업을 수행하거나 취약계층에게 사회서비스 또는 일자리를 제공하는 등 영리를 목적으로 하지

않는 협동조합을 말한다.

마을기업은 지역주민이 각종 지역자원을 활용한 수익사업을 통해 공동의 지역문제를 해결하고, 소득 및 일자리를 창출하여 지역공동체 이익을 효과적으로 실현하기 위해 설립·운영하는 마을단위의 기업이다. 지역농산물 가공·판매업종이 절반 이상을 차지하며, 자립형이 대부분이다.

자활기업은 2인 이상의 수급자 또는 차상위자가 상호협력하여 조합 또는 사업자의 형태로 탈빈곤을 위한 자활사업을 운영하는 업체를 지칭하며, 5대 표준화사업(간병, 집수리, 청소, 폐자원활용, 음식물 재활용) 등에 집중 분포되어 있으며, 그중에서 청소 소득이 21% 이상을 차지하고 있다.

〈표 2-4〉 사회적경제조직의 유형과 정의

조직유형 (중앙부처)	정의
사회적기업 (고용노동부)	<ul style="list-style-type: none"> - 인증사회적기업: 취약계층에게 사회서비스 또는 일자리를 제공하거나 지역 사회에 공헌함으로써 지역주민의 삶의 질을 높이는 등의 사회적 목적을 추구하면서 재화 및 서비스의 생산·판매 등 영업활동을 하는 기업으로서 일정 기준에 따라 인증을 받은 기업(사회적기업육성법) - 지역형 예비사회적기업: 사회적 목적 실현, 영업활동을 통한 수익창출 등 사회적기업으로서의 실체를 갖추고 있으나 수익구조 등 일부 요건을 충족하지 못하고 있는 기업을 사회적기업으로 육성하기 위하여 자치단체장이 지정한 기업(한국사회적기업진흥원, 2017a: 12) - 부처형 예비사회적기업: 사회적 목적 실현, 영업활동을 통한 수익창출 등 사회적기업 인증을 위한 최소한의 요건을 갖추고 있는 기업으로서, 중앙행정기관의 장이 지정하여 장차 요건을 보완하는 등 사회적 기업 인증을 목적으로 하는 기업(한국사회적기업진흥원, 2017a: 105)
협동조합 (기획재정부)	<ul style="list-style-type: none"> - 일반협동조합: 재화 또는 용역의 구매·생산·판매·제공 등을 협동으로 영위함으로써 조합원의 권익을 향상하고 지역 사회에 공헌하고자 하는 사업 조직(협동조합 기본법) - 사회적협동조합: 위 협동조합 중 지역주민들의 권익·복지 증진과 관련된 사업을 수행하거나 취약계층에게 사회서비스 또는 일자리를 제공하는 등 영리를 목적으로 하지 아니하는 협동조합(협동조합기본 법)
마을기업 (행정자치부)	<ul style="list-style-type: none"> - 지역주민이 각종 지역자원을 활용한 수익사업을 통해 공동의 지역문제를 해결하고, 소득 및 일자리를 창출하여 지역공동체 이익을 효과적으로 실현하기 위해 설립·운영하는 마을단위의 기업(행정자치부, 2017:1)
자활기업 (보건복지부)	<ul style="list-style-type: none"> - 2인 이상의 수급자 또는 차상위자가 상호협력하여 조합 또는 사업자의 형태로 탈빈곤을 위한 자활사업을 운영하는 업체(보건복지부, 2017: 14)

자료 : 일자리위원회·관계부처합동, 2017; 이영수, 2016 사회적기업 성과분석 자료에서 재인용

나. 사회적경제조직의 현황

최근 정부가 발표한 사회적경제 활성화 방안에 따르면, 사회적경제조직인 사회적기업, 협동조합, 마을기업, 자활기업의 주요 현황은 아래 <표 2-5>와 같다. 그러나 조직 간의 법적인 형태가 배타적이지 않아 한 기업이 여러 개의 사회적경제조직에 포함될 수도 있고, 각각의 조직마다 자료를 집계하는 방식에도 차이가 있어 아래 현황자료를 통해 사회적경제조직의 규모를 정확히 파악하기는 어렵다.

<표 2-5> 사회적경제조직의 주요 현황

구분	사회적기업	협동조합	마을기업	자활기업
소관 부처	고용노동부	기획재정부	행정안전부	보건복지부
근거 법령	사회적기업육성법	협동조합기본법	도시재생활성화및지원 에관한특별법 마을기업육성사업시행 지침	국민기초생활보장법
시작 연도	2007년	2012년	2011년	2000년
주참 여자	취약계층 중심	이해당사자, 이해관계자 중심	지역주민 중심	저소득층 중심
정책 목표	고용창출, 사회서비스 공급	새로운 법인격 도입을 통해 시장경제 문제점 보완	지역공동체 활성화	탈빈곤
활동 내용	2,161개소 (2017년기준)	12,431개소 (2017년기준)	1,446개소 (2016년기준)	1,189개소 (2017년기준)
설립 방식	인증제	신고제: 일반협동조합 인가제: 사회적협동조합	심사제	신고제
사업 주체	대부분 대표자 1인	공동출자자 (최소 5인 이상)	공동출자자 (최소 5인 이상, 주민 70%이상)	대표자 1인
유형	- 인증사회적기업 : 2,161개 인증 : 1,877개 활동 중	- 일반협동조합 : 11,603개 - 사회적협동조합	- 자립형 : 909개 - 신규 : 120개 - 1, 2차년도: 111개	- 지역자활기업 : 1,055개 - 광역자활기업

구분	사회적기업	협동조합	마을기업	자활기업
	<ul style="list-style-type: none"> - 예비사회적기업 : 부처형 292개 : 지역형 903개 	:828개	<ul style="list-style-type: none"> - 기타: 133개 	<ul style="list-style-type: none"> : 34개 - 전국자활기업 : 4개
고용	약 40천명	약 30천명	약 16천명	약 15천명
특징	<ul style="list-style-type: none"> - 일자리제공 유형이 70%를 차지 	<ul style="list-style-type: none"> - 일반협동조합 : 사업 자협동조합이 전체 75%를 차지 - 사회적협동조합 : 지역문제해결목적형이 전체40%를 차지 	<ul style="list-style-type: none"> - 지역농산물 가공·판매업종이 58%를 차지 	<ul style="list-style-type: none"> - 5대표준화사업 중 청소 소득이 21% 차지

자료 : 일자리위원회·관계부처합동, 2017; 한국사회적기업진흥원 고용노동부, 행정안전부, 기획재정부, 보건복지부 홈페이지 참조 재정리

한국사회적기업진흥원의 조사에 따르면 사회적기업은 2007년 55개 소로 시작하여 2018년 5월 기준 총 2,236개소가 인증을 받았으며, 현재 1,937개소가 활동 중이다. 지역별 현황으로는 서울이 347개소(17.9%), 경기도가 323개소(16.7%)로 두 곳에 가장 많이 분포되어 있었고, 세종시가 10개소(0.5%)로 가장 적었다. 사회적목적 실현 유형별로는 일자리제공형이 1,325개소(68.4%)로 압도적으로 많았으며, 기타형 216개소(11.2%), 혼합형 179개소(9.2%), 사회서비스제공형 120개소(6.2%), 지역사회공헌형 97개소(5.0%) 순으로 나타났다. 서비스 분야별로는 기타 분야가 939개소(48.4%)로 가장 많았고, 문화예술분야 224개소(11.6%), 청소 199개소(10.3%), 교육 158개소(8.2%), 환경 115개소(5.9%), 사회복지 107개소(5.5%) 등의 순으로 나타났다.

협동조합은 2012년 12월부터 현재까지 총 13,356개소에 이르렀으며 이 중 일반협동조합은 12,321개(92.3%), 일반협동조합연합회 57개, 사회적협동조합 970개(7.9%), 사회적협동조합연합회 8개로 구성되어있다. 일반협동조합의 지역별 설립현황을 살펴보면 서울(2,956개소, 24%)과 경기(2,093개소, 17%)에 가장 많이 분포되어 있고, 세종시에 가장 적은 69개소(0.6%)가 설립되어 있다. 부처별 사회적협동조합 설립현황을 살

퍼보면 교육부 231개소(23.8%), 보건복지부 212개소(21.9%), 고용노동부 169개소(17.4%)로 순으로 많으며, 문화체육관광부에는 74개소(7.6%)의 사회적협동조합이 설립되어 있다.

2. 유형별 지원제도

〈표 2-6〉 사회적경제 유형별 주요 지원정책

구분	직접 지원	간접 지원	
		공통	개별
사회적기업	인건비, 사회보험료, 사업 개발비	판로지원, 교육 및 홍보, 컨설팅, 창업 및 운영 지원, 정책자금 융자 등	세제(법인세, 소득세, 부가세 감면, 기부금 인정 등) 모태펀드 운영 등
협동조합*	-		-
마을기업	사업비		-
자활기업	인건비, 사업비, 창업자금, 컨설팅비용		사업 및 시설자금 융자

자료 : 기획재정부(2017), 사회적경제 활성화 방안

* 자주·자립·자치 등 협동조합 기본원칙에 입각하여 간접지원 중심으로 운영

가. 사회적기업 지원제도

고용노동부의 사회적기업 지원예산은 약 1,280억 원으로, 일자리창출 지원에 가장 많은 예산을 투입하고 있다(이영수, 2017). 인증사회적기업을 지원하는 제도에는 인건비(전문인력지원과 일자리창출지원), 사업개발비, 4대 사회보험 지원, 세제지원과 같은 직접지원과 경영컨설팅, 공공기관우선구매권고, 판로개척, 금융지원 등의 간접지원이 있다. 예비사회적기업은 사회보험료 지원, 공공기관우선구매 권고 등과 같은 일부 항목을 제외하고 인증사회적기업과 같은 형태의 지원을 받지만 지원 내용과 정도에는 차이가 있다(한국사회적기업진흥원, 2017a; 이영수, 2017).

〈표 2-7〉 인증사회적기업 지원제도

지원분야	주요 내용
전문인력지원	<ul style="list-style-type: none"> - 사업 운영에 필요한 전문인력 고용 시 인건비 지원 - 지원금액: 월 200만 원, 250만 원 한도로 일부 수혜기관 부담 - 지원인원: 2명(50명 이상의 사회적기업은 3명) - 자부담률: 1년차 20%, 2년차 30%, 3년차 50% - 지원기간: 인증 후 최초 지원개시일로부터 5년 이내 3년
일자리창출지원	<ul style="list-style-type: none"> - 사회적 일자리 창출사업 참여 시 참여자 인건비 지원 - 지원금액: 최저임금 수준 인건비와 사업자부담 사회보험료 - 지원인원: 최대 50인 - 지원비율: 1년차 60%, 2년차 50%, 3년차 30%(계속 고용시 20%) - 지원기간: 인증 후 최초 지원개시일로부터 5년 이내 3년
사업개발비지원	<ul style="list-style-type: none"> - 기술개발, R&D, 경영능력 향상을 위한 사업비 지원 - 지원금액: 연간 1억 원(최대 3억 원) - 자부담률: 1회차 10%, 2회차 20%, 3회차 30% - 지원기간: 인증 후 최초 지원개시일로부터 5년 이내 3년
사회보험료지원	<ul style="list-style-type: none"> - 사업주 부담분 일부 지원 - 지원인원: 최대 50인 - 지원기간: 인증 후 최초 지원개시일로부터 5년 이내 4년
경영지원	<ul style="list-style-type: none"> - 설립 및 운영에 필요한 경영 컨설팅 및 정보 제공 지원 - 기초컨설팅: 총 3회(10% 자부담), 연간 500만 원 - 전문컨설팅: 총 5회, 금액 한도 없음
공공기관 우선구매 권고	<ul style="list-style-type: none"> - 사회적기업 생산품이나 서비스의 우선구매를 권고 - 대상: 국가기관, 자치단체, 공공기관 등 783개소
시설비지원	<ul style="list-style-type: none"> - 설립 및 운영에 필요한 부지구입비, 시설비 지원, 국·공유지 임대 지원 - 미소금융, 중소기업 정책자금, 희망드림론 협약보증, 사회적기업 상시특별보증, 사회적기업 정책성 특례보증 등
세제지원	<ul style="list-style-type: none"> - 법인세, 소득세 3년간 100%, 그 후 2년간 50% 감면 - 취득세, 등록 면허세 50% 감면, 재산세 25% 감면 - 사회적기업이 제공하는 의료보건 및 교육용역에 대해 부가가치세 면제
모태펀드	<ul style="list-style-type: none"> - 고용부 모태펀드 출자 및 민간출자자 참여를 통해 사회적기업 투자조합을 결성해 사회적기업에 투자

자료 : 한국사회적기업진흥원, 2017a; 이영수, 2016 사회적기업 성과분석 자료에서 재인용

나. 협동조합의 지원제도

협동조합은 중소기업의 형태로서 소상공인시장진흥공단, 신용보증재단중앙회, 신용보증기금, 중소기업진흥공단 등을 통하여 다양한 지원제도를 활용할 수 있다. 대출지원이 주를 이루고 있으나, 교육, 설립·인가지원, 경영지원, 판로지원, 권역별 중간지원기관, 국제교류지원 등 다양한 지원제도도 존재한다. 주요 내용은 아래 <표 2-8>과 같다. 2016년부터는 사회적협동조합의 경우에도 중소기업 범위에 포함되어 중소기업으로서의 지원을 받을 수 있게 되었다.

또한 협동조합은 사회적경제조직으로서 사회적기업, 마을기업, 자활기업 등 인증 및 인가제도를 활용하여 다양한 지원사업에 접근할 수 있다.

<표 2-8> 협동조합 지원제도

지원분야	주요 내용
교육	- 협동조합 맞춤형 아카데미, 협동조합 임원교육, 협동조합 코디네이터 교육과정 등을 통해 협동조합 운영내실화와 네트워크 구축 유도
설립·인가지원	- 수시 상담과 자문을 통해 설립·전환 및 운영 지원 - 협동조합형 인큐베이팅 지원과 활동비 지원으로 청년협동조합 창업지원
경영지원	- 운영 시 발생하는 법무, 회계, 세무 등의 문제에 대해 전문가 자문 - 경영지원단의 현장 방문 컨설팅 제공
판로지원	- 상품자문단을 운영하여 유망상품 발굴 및 홍보, 협동조합 판로지원 DB구축 - 협동조합 상호거래 강화와 유통채널 진출지원을 통해 시장진입 지원
중간지원기관	- 권역별 중간지원기관을 확대해 현장밀착형 지원체계 구축
국제교류	- 협동조합 활동가 및 연구자 등의 역량 강화를 위한 해외연수 추진

자료 : 한국사회적기업진흥원 홈페이지(www.socialenterprise.or.kr) 자료 참조

다. 자활기업의 지원제도

자활기업은 창업지원, 사업자금 융자, 국/공유지 우선 임대, 국가 또는 지방자치단체의 조달구매시 자활기업 생산품 우선구매, 창업컨설팅지원, 기초생활보장 수급자 채용시 인건비, 시설비, 사업개발비 지원, 우수자활

기업 지원 등을 받을 수 있다(보건복지부, 2017; 이영수, 2017). 또한 우수 자활사업단을 예비 자활기업으로 지정하여 사업지원을 하고 있으며, 예비자활기업으로 지정될 경우 1년간 정부지원 사업비가 확대되고, 점포임대 지원, 자금대여, 시설투자비 등 자활기금³⁾을 활용한 지원도 자활기업 수준으로 확대하여 지원받을 수 있다.

라. 마을기업의 지원제도

마을기업으로 지정되면 최대 3년간 1억 원을 지원하고 있으며, 유통판로 개척, 마케팅·홍보 등 사업의 성장을 위해 필요한 자금으로 사용될 수 있다. 행정안전부에서 자금지원은 별도 자부담이 발생하는데, 최근 ‘청년참여형 마을기업’으로 선정되면 자부담 비율이 경감(20%⇒10%)되고, 지역제한 기준이 완화(70%⇒50%)되는 혜택을 시행하고 있다. 마을기업 지정 전 준비과정을 지원하는 제도인 예비마을기업으로 지정 시에는 최고 1천만 원까지 지원받을 수 있다.

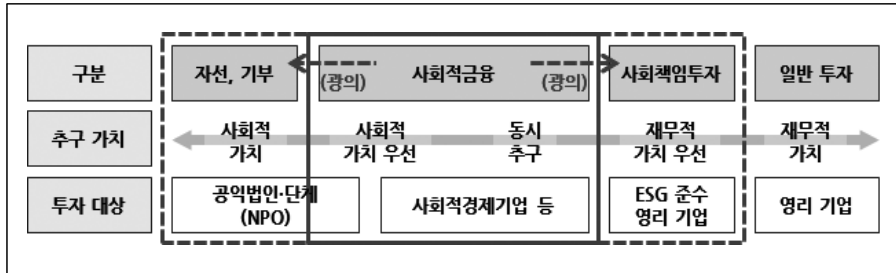
3. 사회적금융

가. 사회적경제의 자본 접근성

사회적금융(Social Finance)은 사회적 가치(Social Value) 실현을 재무적 이익(Financial Return)과 함께 추구하는 금융이라고 정의하고 있다.(사회적금융활성화방안, 2018) 협의로는 사회적 가치 창출을 목적으로 사회적경제기업 등에 투자·융자·보증을 통해 자금을 지원하는 금융활동을 의미하며, 광의로는 추후 회수를 전제로 하는 투자·융자·보증뿐 아니라 보조금(Grant)과 자선행위(Philanthropy)도 포함하거나 사회적 가치를 넓게 적용하여 환경·사회·지배구조(ESG) 우수기업에 투자

3) 자활기금은 자활사업의 원활한 추진을 위해 국고보조금, 출연금, 자활근로 수익금 등을 재원으로 지방자치단체에서 조성 운용하는 기금임

하는 사회책임투자(SRI)까지 포괄한다고 볼 수 있다.



자료: 사회적금융 활성화 방안(2018)

[그림 2-2] 사회적금융의 개념

사회적경제조직이 지속가능하려면 다양한 자본에 쉽게 접근할 수 있어야 한다. 사회적경제조직이 당면하고 있는 가장 큰 어려움 중 하나는 사회적 목적을 실현하면서 수익도 창출해야 한다는 것인데, 이를 위해서는 자금조달이 중요한 과제이다(장석인, 2017). 사회적경제조직을 위한 정부의 금융지원체계가 구현되지 않는다면 지역사회에서 사회적경제 영역은 확산되지 못하고 한계에 직면하게 된다. 우리 정부는 마이크로 크레딧, 미소금융, 중소기업 정책자금, 신용보증 확대, 지역기금조성, 모태펀드 등의 사업을 통해 다양한 공급 주체로부터 자금 공급을 이끌어내려 노력하고 있다.

그러나 사회적경제 영역에 대한 인식에 한계가 있고, 사회적경제조직이 창출하는 사회적 가치를 측정할 수 있는 체계 또한 부재하기 때문에 사회적경제조직에 대해서는 신용창출의 기회나 투자가치를 평가 받을 수 있는 기회가 쉽게 주어지지 않는 것이 현실이다. 또한, 실질적으로 이용할 수 있는 기금의 규모가 크지 않기 때문에 현재로서는 정부의 인건비 지원에 의존하거나 높은 금리의 부채를 쓰는 경우가 많다. 특히, 지역의 경우 자금공급원에 대한 접근성은 더욱 어려워 활용도가 미미하다.

영국, 미국, 캐나다 등지에서는 사회적 금융을 담당하는 공적기구가 잘 발달되어 있다. 영국의 Futurebuilders, Charity Bank(사회적금융

전용은행), Big Society Capital 등을 그 예로 들 수 있다. 이 뿐만 아니라 사회적경제조직의 성과에 따라 인센티브를 지급하는 사회성과연계채권(Social impact bond), 사회적기업만을 상장한 거래 플랫폼인 사회적증권거래소 등을 통해 사회적 금융 생태계가 탄탄하게 자리잡고 있다.

나. 사회적경제 자금지원

현재 우리나라에서는 국민, 신한, 우리, 기업은행 등과 같은 시중은행을 비롯하여 중소기업진흥공단, 지역신용보증재단, 신용보증기금, 미소금융복지사업자, 사회연대은행, 한국사회투자자와 중간지원조직 등이 사회적경제 관련 자금을 지원하고 있다. 정부차원에서 지원하는 제도로는 미소금융, 중소기업정책자금, 사회적기업전용 특별보증, 모태펀드 등을 들 수 있다.

〈표 2-9〉 사회적경제조직의 자금공급원

자금공급원	주요 내용
정부	<ul style="list-style-type: none"> - 중앙정부: 중소기업 정책자금 지원사업, 신용보증사업, 미소금융, 사회적기업투자펀드, 지방정부 융자사업 등 - 중소기업진흥공단: 신성장기반자금, 중소기업진흥공단 창업기업지원자금 등 정책자금 지원 - 소상공인진흥공단, 협동조합협업화사업, 소상공인정책자금 등 - 신용보증기금 및 지역신용보증재단: 사회적기업 나눔보증 및 사회적기업 전용 특별보증 제도, 신용보증기금 협동조합 희망보증, 협동조합 특례보증 등
시중은행	<ul style="list-style-type: none"> - 미래에셋벤처투자: 사회적기업 투자 한국모태펀드(고용노동부) 운영 - 우리은행: 사회적기업 지원 전용상품 - 국민은행: 사회적기업 신용보증부대출 - 기업은행: IBK-COOP(협동조합)통장 - 신한은행: 사회적기업 전용대출 - 우리/국민/기업/신한은행: 신용보증기금, 지역신용보증재단 보증으로 대출 제공
협동조합은행	<ul style="list-style-type: none"> - 신탁중앙회: 협동조합 특례보증 대출상품 - 성남주민신탁: 사회적기업 및 협동조합직원 무담보 신용대출 - 북서울신탁: 사회적경제 기업 임직원 전용 대출, 자활 근로자 전용 대출, 사회투자기금 운용(서울시), 클라우드펀딩 모델 개발(오마이컴퍼니) - 동작신탁: 사회적경제활성화대출 - 논골신탁: 협동조합 금융지원
금융투자회사	<ul style="list-style-type: none"> - 사회적기업 투자 모태펀드: 정부가 대기업, 금융기관과 함께 공동출자·운영하는 방식 - 금융투자 영역으로 유입되는 자금 활용으로 사회적경제 기업 투자 가능

자금공급원	주요 내용
개인	- 크라우드펀딩을 통한 자금조달
사회적금융 중개기관	<ul style="list-style-type: none"> - 사회적금융중개기관: 공급자들로부터 자금을 모아 사회적경제조직에게 제공 - 한국사회투자: 서울시가 공익목적 재원으로 조성한 사회투자기금을 금융중간지원 기관 협력사업 등에 용자(사회적기업, 협동조합 등에 장기 저리 대출 수행: 아이쿱 협동조합 경영지원센터, 신나는조합, 복서울·동작·논골신평, 루트임팩트 등) - 국내 금융중간지원조직: 사회연대은행, 신나는조합, 사회투자지원재단, 함께일하는재단, 신평 일부 등 - 사회연대은행: 국내 마이크로크레딧의 대표적 기관, 미소금융의 등장으로 마이크로크레딧 사업 위축 이후 사회적경제 기업에 자금과 경영컨설팅을 제공하는 중개기능으로 업무 전환 - 신나는조합: 한국 최초 마이크로크레딧 기관, 서울시 정책자금 중간지원기관 용자사업과 미소금융 사회적기업 용자사업 등 - 사회투자지원재단: 사회적경제 기업의 기반 형성을 돕기 위한 대출 - 함께일하는재단: 사회적기업 자본 대부 사업(지역개발금고사업)

자료 : 임준형(2017) 자료 참조

사회적금융과 관련한 공공부문 사업에는 대부, 신용보증, 투자 등으로 구분하여 살펴볼 수 있다. 서민금융진흥원, 중소기업정책자금, 서울시 사회투자기금 등이 대표적인 대부 사업이며, 정책적 특례보증, 사회적기업 특례보증 등을 통하여 신용보증을 공급하고 있다. 마지막으로 정부가 민간 자본시장을 활용하여 투자하는 형태인 사회적기업 모태펀드를 들 수 있다.

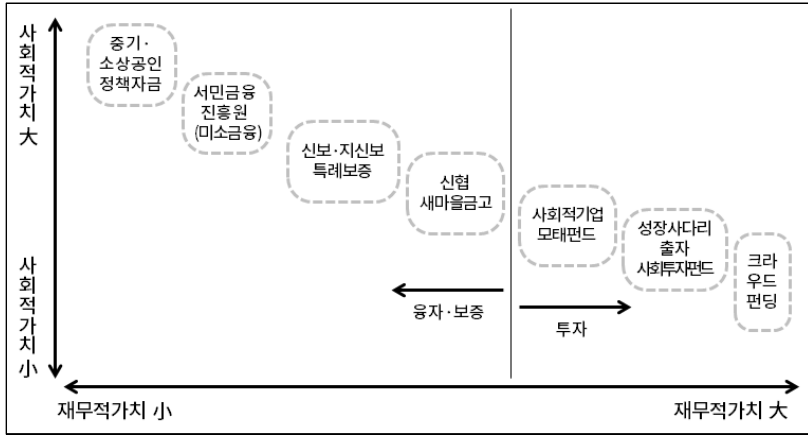
〈표 2-10〉 사회적금융 관련 공공부문 사업 현황

구분	사업 및 내용	사업구조
대부	<ul style="list-style-type: none"> ■ 서민금융진흥원('08년~) : 사회적기업에 임대차보증금, 시설·운영자금 등을 대출 : (규모) '16년 9.5억 원 ('08~16년간 204억 원) ■ 중소기업정책자금('10년~) : 중소기업(사회적기업 포함)에 시중금리보다 낮은 금리로 융자 : (규모) '16년 106억 원('10~16년간 304억 원) 	<pre> graph TD A[서민금융진흥원 · 직접대출] --> B[민간 사업수행기관] A --> C[민간 사업수행기관] A --> D[민간 사업수행기관] B --> E[사회적기업] C --> F[사회적기업] D --> G[사회적기업] H[중소기업 · 정책자금] --> I[중소기업 · 정책자금] I --> J[직접대출] I --> K[금융기관] J --> L[사회적기업 (중소기업 포함)] K --> L </pre>

구분	사업 및 내용	사업구조
	<ul style="list-style-type: none"> ■ 서울시 사회투자기금('12년~) : 사회적경제기업 대상 융자 프로그램 운영 : (규모) '16년 207억 원 (총기금규모 703억 원) ※ 기금 재원으로 사회적기업 융자 외 소셜하우징 융자, 중간지원기관 협력사업 융자, 사회적 프로젝트 융자 프로그램도 운영 	<pre> graph TD A[서울시 사회투자기금] -- "기금운용 위탁" --> B[한국사회투자(기금운용 위탁)] B -- "전대" --> C[사회적기업 협동조합 등] B -- "전대" --> D[사회적기업 협동조합 등] B -- "전대" --> E[사회적기업 협동조합 등] </pre>
신용 보증	<ul style="list-style-type: none"> ■ 정책성특례보증('12년~) : 사회적기업·협동조합에 대한 신용보증 공급 : (규모) '16년 46억 원 ('12~'16년간 211억 원) 	<pre> graph TD A[금융기관 (국민·우리·신한·기업은행 등)] -- "보증" --> B[신용보증 기금] B -- "대출" --> C[사회적기업·협동조합] </pre>
	<ul style="list-style-type: none"> ■ 사회적기업전용특례보증('12년~) : 사회적기업에 특화된 특별보증 운용 : (규모) '16년 94억 원 ('12~'16년간 309억 원) 	<pre> graph TD A[신용보증재단 중앙회] -- "재보증" --> B[지역신용 보증재단] B -- "보증" --> C[사회적기업] D[금융기관 (기업은행)] -- "대출" --> C </pre>
투자	<ul style="list-style-type: none"> ■ 사회적기업모태펀드('11년~) : 민간자본시장을 활용하여 사회적기업에 투자 : (규모) 제1호 조합(42억 원, '11년~, 투자종료), 제2호 조합(40억 원, '12년~, 투자종료), 제3호 조합(60억 원, '13년~, 투자종료), 제4호 조합(40억 원, '15년~) : (규모) '16년 15.5억 원 	<pre> graph TD A[고용노동부 (일반회계)] -- "출자" --> B[모태펀드] B -- "출자" --> C[투자운용사] C -- "운용" --> D[사회적기업 투자조합 (주펀드)] D -- "투자" --> E[사회적기업] D -- "투자" --> F[사회적기업] D -- "투자" --> G[사회적기업] </pre>

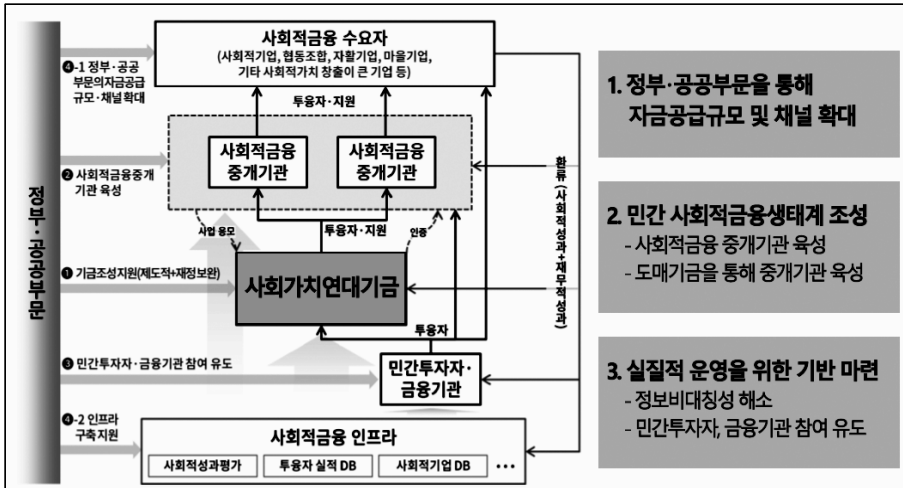
자료: 사회적금융 활성화 방안(2018)

사회적금융에 대한 시도는 2000년대 초반 신나는조합, 사회연대은행의 출범으로 시작되었고, 최근에는 민간 영역의 움직임도 활발해지고 있다. 2009년에는 휴면예금법에 기반을 둔 미소금융사업이 출범했다. 미소금융은 사회적기업의 임차보증금, 시설운영자금을 저금리로 대출해주고 있으며, 이 사업에는 함께일하는재단, 열매나눔재단, 민생경제정책연구소가 함께하고 있다. 2011년에는 고용노동부의 사회적기업 모태펀드가 도입되었다. 현재 정부가 100억 원, 민간이 82억 원을 출자해 운영 중인



[그림 2-3] 사회적금융 사업주체별 중점 자금지원 대상

며, 내년에 정부가 추가로 100억 원을 더 출자할 예정이다. 2013년에는 서울시 사회투자기금 출범, 2015년에는 사회적금융네트워크가 설립되었고, 올해에는 사회적금융 활성화 방안을 통해 향후 5년간 3,000억 원 규모의 한국형 사회가치연대기금을 조성한다는 내용을 발표하였다.



자료 : 임준형(2017) 자료 참조

[그림 2-4] 사회가치연대기금을 활용한 사회적금융 생태계 구축(안)

다. 새로운 사회적금융, 임팩트투자

1) 임팩트투자(Impact investment)

임팩트투자는 상업성에 기반을 두고 투자 방식으로 사회적금융을 수행하는 비교적 발전된 형태라고 볼 수 있다. 임팩트투자는 재무적 수익 달성과 함께 사회적, 환경적으로 긍정적인 가치를 창출하는 사회적벤처에 대한 투자를 뜻한다. 임팩트투자자들은 혁신적인 사업모델을 갖춘 사회적벤처를 적극적으로 찾아내어 생애주기에 맞게 장기적인 관점에서 자금과 경영 컨설팅을 제공한다.

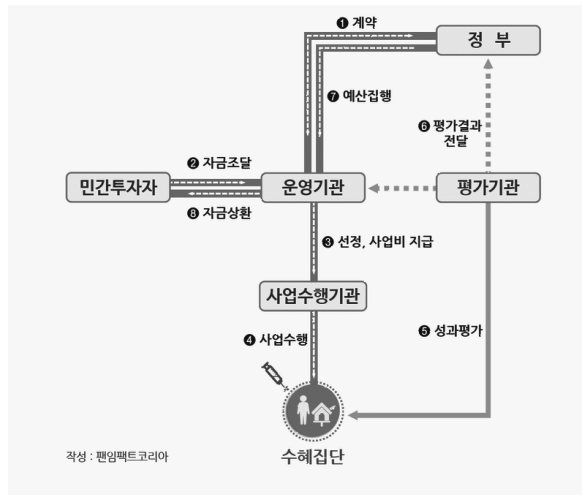
이 용어는 2007년 미국 록펠러 재단이 개최한 벨라지오 정상회담에서 처음 등장하였으며, G8국가를 중심으로 관련 투자에 대한 논의가 활발히 이루어지고 있다(Eurosif, 2014, BRS & ADA, 2013). GIIN(Global Impact Investing Network)의 ‘2017 임팩트투자 연간 보고서’에 따르면 현재 임팩트투자에 운용되고 있는 자산은 약 123조 원 규모로, 2020년에는 400조 원까지 성장할 것으로 전망하고 있다. 국내 임팩트투자의 규모는 2016년 기준 약 760억 원 규모로 아직 시작 단계이며, 장애인, 취약계층의 일자리 창출 등의 분야에 주로 투자하고 있다. 정부는 2017년에 임팩트금융추진위원회를 출범시키고, 올해에는 소셜벤처의 활성화를 위해 1,200억 원 규모의 소셜임팩트투자펀드를 조성한다고 발표하였다.⁴⁾

2) 임팩트투자로서의 사회성과연계채권(Social impact bond)

사회적 임팩트투자를 대표하는 사회성과연계채권(혹은 사회임팩트채권)은 가장 성장하는 시장을 형성하고 있다. 일반적인 채권의 의미보다 “사회적 결과에 대한 미래의 계약”이라고 표현한다.(OECD, 2015) 투자자가 투자한 사업의 성과에 따라 보상을 받는 소셜투자의 한 형태이다. 영국은 ‘결과지불(Pay for Result)’, 미국은 ‘성공지불(Payment-for-Success)’, 호주

4) 파이낸스투데이(2018.05.17.)

는 ‘혜택지불(Pay-for-Benefits)’채권이라고 부른다(주성수, 2017). 사회의 문제 해결을 목적으로 하는 사업의 결과에 따라 투자자의 수익이 결정되는 구조이다. 정부가 민간조직과의 계약을 통해 공공서비스를 위탁공급한 후 민간조직이 약정된 성과를 달성하면 투자금액과 인센티브를 제공하고 달성하지 못한 경우 아무것도 제공하지 않는 성과급 투자방식이다.



[그림 2-5] SIB 운영구조(출처: panimpact.kr)

사회성과연계채권은 영국이 2010년 최초로 시행하였고, 2017년 수십 개의 사회성과연계채권이 시행 중에 있는 선도적인 사례라고 볼 수 있다. 최초로 발행된 사례로 2010년 영국 피터버러 교도소의 재범률 감소 사업을 들 수 있다. 남성 퇴소자 3,000명을 대상으로 한 이 사업은 3년 뒤 재범률을 7.5% 이하로 낮추는 것을 목표로 했고, 목표가 달성되면 투자자에게 13%의 수익률을 제공하기로 해 17곳의 투자처에서 약 100억 원의 재원을 확보하였다(원낙연, 2013). 사회성과연계채권은 비용 대비 편익 면에서 높은 사회적 효과를 기대할 수 있기 때문에 현재에도 우리나라를 포함한 영국, 미국, 호주 등의 많은 나라에서 큰 관심을 받고 있다. 하지만 사업의 성과에 의해서만 수익이 결정되는 방식이기 때문에 특수한 경우에 제한적으로 적용해야 한다는 지적도 있다(원낙연, 2013).

제3장 ●●

문화예술분야 사회적경제 이해



제1절

문화예술과 사회적경제

1. 문화예술의 사회적 역할

문화예술은 비판적 사고와 변화를 중시하는 사회에 큰 영향을 미칠 수 있다고 오랫동안 인식되어 왔다. 가치기반경제를 강조하는 클래머는 문화예술의 가치를 크게 경제적 가치(economic value), 사회적 가치(social value), 문화적 가치(cultural value)로 나누었다. 여기에서 문화예술이 내포하고 있는 사회적 가치(social value)는 사회적 관계를 구성하는 기본 단위인 개인들, 그룹들, 공동체들, 사회들 간의 신뢰, 우정, 사랑, 정체성, 공감 등의 가치들이 증진되는 데에 있어서 각 단위들의 다양한 문화적 습속, 제도, 신념, 활동과 산물들이 미치는 영향을 총괄하는 것이라고 보았다(Arjo Klammer, 2001).

이와 같이 문화예술을 통하여 개인이 느끼는 만족과 기쁨이 공감능력을 확장하고 인식능력을 신장시켜 사회적 연대나 공동체적 의미를 형성하게 된다는 주장은 문화예술의 창작 혹은 향유활동을 통하여 새로운 감각의 경험과 정서적 만족을 넘어서 사회적 역할을 하고 있다고 볼 수 있다.

현대사회는 저출산과 고령화, 청년실업률 상승, 계층격차 확대 등 많은 사회적 문제와 직면하고 있다. 이러한 사회문제가 지속되면서 문화예술의 사회적 역할이 더욱 주목받기 시작하였고, 사회문제 해결을 위한 문화예술의 사회적 활동범위 또한 확대되었다. 일부 문화예술분야 전문가들은 이러한 사회문제 해결에 목적을 두고 있는 예술 활동을 ‘사회적 예술’ 또는 ‘소셜아트’라고 부르기도 한다.

오늘날 문화예술은 사회적경제, 마을공동체, 지역재생 등의 여러 분야로 그 사회적 기능과 역할이 확대되고 있다. 예를 들어, 2000년대 초반부

터 시작된 〈생활문화공동체 조성사업〉, 〈마을미술프로젝트〉, 〈인문학마을〉 등의 프로젝트는 문화예술을 통해 지역사회의 발전뿐만 아니라 공동체 지향적인 삶, 일상적 예술 활동을 통한 재미, 예술교육을 통한 치유와 회복 등을 이루어내면서 사회발전의 원동력으로 작용하고 있다. 이 같은 문화예술활동은 침체된 지역사회에 활력을 불어넣어 새로운 일자리를 창출하는 등의 직접적인 이익을 가져다주면서 그와 동시에 지역구성원들이 함께 문화예술을 향유하면서 공동체가 회복되는 것과 같은 간접적인 이익도 가져온다.

또한 문화예술은 지역사회 구성원들의 참여를 이끌어낼 수 있고, 사회적 계층이나 지위의 고하에 상관없이 모두에게 동등한 권리를 부여할 수 있다는 점에서 사회적 취약계층에게 새로운 기회를 제공한다. 서로 다른 문화를 누리던 여러 계층의 사람들이 예술활동을 통해 서로 소통할 수 있는 기회가 생기고 이로 인해 지역 내 화합과 결속을 다질 수 있다. 따라서 문화예술은 다양한 계층의 공감대를 이끌어내 공동체 의식을 강화시켜 지역 내 갈등을 해소하며, 이는 결국 사회발전과 직결된다.

일반적으로 문화예술분야에서 사회적경제조직은 “공연, 음악, 미술, 종합예술, 전통문화, 지역문화 등 문화예술활동을 중심으로 사회적 서비스 제공 및 일자리 창출 등과 같은 사회적 목적 추구 및 영리활동을 수행하는 기업”이라고 정의되고 있다(류정아, 2011). 문화예술분야의 사회적경제조직이 정부의 문화예술복지를 위한 대리인 역할을 한다고 여기거나, 혹은 시장경제 속에서 문화예술 활동을 매개로 소셜미션을 추구하는 협의의 조직으로 이해하는 경우도 있다. 또한 어떤 학자는 문화예술분야의 사회적경제조직이 정부 지원금에 대한 의존도를 줄이고 스스로 수익을 창출할 수 있는 잠재력을 통해 조직의 독립성과 경영의 자유, 창조성, 예술활동에 대한 경제적 이익을 창출한다는 점에서 이전의 조직과는 다르다고 주장하기도 하였다(Grace McQuilten & Anthony White, 2015). 사회적경제조직은 정부와 시장, 그리고 국가의 역사적 맥락 속에서 다양

하게 정의되어 왔으며, 현재까지도 하나의 명확한 문장으로 정의 내려져 있지는 않다. 하지만 사회적경제조직의 소셜미션(사회적 목적)이 그 조직의 존립과 직접적으로 연결되는 가장 중요한 가치여야 한다는 점은 분명하다.

우리나라에서는 문화예술인들의 고용 발판을 마련한 실업극복재단의 ‘신나는 문화학교’ 등과 같이 사회적 활동을 수행하는 조직들이 일찍부터 존재하였으나, 2007년 사회적기업 육성법 시행과 함께 정부가 사회적기업 육성을 주도하기 시작하면서부터 문화예술분야에서도 사회적경제조직에 대해 본격적으로 관심을 갖기 시작하였다. 여기에 더불어, 2008년 발생한 세계금융위기는 사회의 양극화와 저성장을 심화시켰고, 지역·계층 간 격차, 고령화, 청년실업 등 여러 방면에서 사회문제가 대두되면서 우리사회는 더욱 더 공동체적 연대감을 지향하게 되었다. 이런 사회 분위기 속에서 문화예술분야의 사회적경제조직의 활동이 확산되었고, 이 조직들의 활동은 문화예술을 통해 사회발전과 혁신을 이루고자 했다.

문화예술분야의 사회적경제조직들은 다양한 형태로 대상, 목적, 필요에 따라 사업목적을 세우고, 이를 달성하기 위해 활동하고 있다. 국가나 시장이 해결할 수 없는 사회적 문제를 문화예술을 통하여 해결하고, 이러한 사회적 문제 해결을 위해 문화예술인들이 적극적으로 참여하면서 일자리를 창출하는 역할도 담당하고 있다. 또한 지역 내 흩어진 문화예술 자원들을 발굴하여 새로운 수요를 창출하고, 지속적이고 단단한 네트워크를 구축해 지역공동체를 활성화시키는 역할을 하는 조직이기도 하다. 이는 지역과 사회가 함께 성장하고, 지역사회 구성원이 창의력을 바탕으로 성장하는 원동력으로 작용하게 하는 것을 목표로 한다.

문화예술분야 사회적경제조직의 미션은 문화예술을 통해 보편적 사회문제를 해결하는 유형과 문화예술분야 생태계의 경제적 자립과 성장을 위해 노력을 하는 유형으로 나누어 살펴볼 수 있다. 첫 번째, 문화예술 활동을 통해 사회문제를 해결하는 대표적인 기업으로 드림위드양상블을

들 수 있다. 국내 최초 발달장애인 클라리넷 앙상블로 시작하여 발달장애인을 전문 연주자로 성장시키고, 동시에 일자리를 제공하며, 장애에 대한 인식을 개선시키고 있다.

사례1

(사) 드림워드 앙상블(인증 사회적기업, 사회적협동조합, 전문예술법인)

- 2015년 창업(매출규모: '17년 기준 236백만 원)
"국내 최초 발달장애인 클라리넷앙상블", *"장애 인식 개선"*, *"발달장애인 일자리창출"*
- 발달장애인을 전문 연주자로 성장, 일자리 창출, 직업인 책임의식과 사회참여 기회 제공
- 정규직 14명, 총 관객 14,940명, 연주 횟수 72회, 공연시간 2,900분('17년 기준)

예술경영지원센터 간담회(7.31) 자료 발췌

그리고 아트브릿지라는 기업은 연극을 관람하고 다양한 놀이활동에 참여시키면서 자연스럽게 역사를 배울 수 있는 기회를 마련하고 있다. 다문화 어린이들과 함께 지역이야기를 발굴하고 연극 무대를 만드는 작업을 하면서 문화소외계층에게 예술교육을 지원하고 함께 공동체를 살리는 역할을 하고 있다.

사례2

(주)아트브릿지(인증 사회적기업)

- 2007년 창업(매출규모: '16년 기준 650백만 원)
"문화예술을 통한 사회적 행복 창출", *"문화소외계층 예술교육"*, *"공동체 살리기 운동"*
- 문화예술을 매개로 쉽고 재밌는 역사 교육, '뮤지엄 플레이' 개발
- 연극 관람 및 다양한 놀이 활동에 참여하며 자연스럽게 배우는 역사
- 2009년 초연, 첫 작품 '박물관은 살아있다: 고구려-고분탐험대' 55회 전회 매진
- 창신동 커뮤니티 마을학교 '뭐든지 예술학교' 활동, 지역(다문화)어린이들과 함께 지역 이야기 발굴 및 연극 무대 만들기

예술경영지원센터 간담회(7.31) 자료 발췌

두 번째 문화예술분야 생태계의 경제적 자립과 성장을 위해 노력하는 유형에는 주식회사 위누를 들 수 있다. 위누는 예술가와 대중이 자유롭게 만날 수 있는 플랫폼을 구축하여 다양한 작가들이 제작한 작품을 판매하고, 신진작가를 홍보하는 등 예술의 대중화를 위해 노력하고 있다.

사례3

(주)위누(인증 사회적기업)

- 2007년 창업(매출규모: '16년 기준 876백만 원)
"예술의 대중화", *"신진 예술가 일자리 창출"*, *"예술의 다양성 확대"*
- 예술가와 대중이 자유롭게 만나는 '예술콘텐츠 플랫폼' 구축, 작가들이 제작한 디자인 상품판매
- 반고흐, 국립현대미술관, 100만 관객 영화 등 상위 1%의 예술이 아닌, 아직 만나지 못한 99%의 예술과 99%의 대중의 만남을 모토로 함
- 잘될 것 같은 씨앗을 크게 키우는 일반적 아티스트 매니지먼트가 아닌, 예술가가 어떤 씨앗을 품고 있는 씨를 틔울 수 있는 토양을 마련해주는 역할 지향
- 신진 작가 홍보, 사회적 메시지를 담은 예술작품 생산 등 사업영역을 넓히며 작가의 중저가 자금판매를 위한 DIY키트를 판매, 큰 성공을 거두기도 함
- 지금까지 위누 예술 프로그램을 통해 1,000여명의 신진 예술가와 150만 명의 대중이 만났으며, 예술가들은 그 과정에서 대중과 호흡하는 지속적인 창작 기반을 조성

예술경영지원센터 간담회(7.31) 자료 발췌

그리고 생산자와 소비자가 함께 만족할 수 있는 디지털 음원 서비스 플랫폼을 개발하여, 올바른 음원 유통 정책 확립을 위해 노력하고 있는 바른음원협동조합을 예로 들 수 있다. 뮤지션 조합원 지원사업을 통해 디지털 음원과 대중음악 콘텐츠를 대리 중개하는 역할을 하고 있다.

사례4

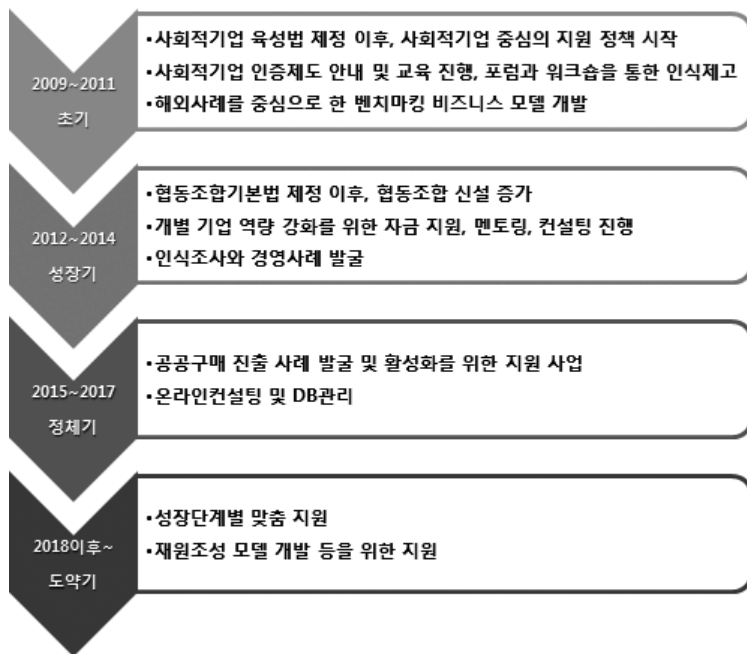
바른음원협동조합

- 2014년 7월 설립(현재 조합원수: 2,560명, 2,125계좌)
"창작자 제 몫 찾기 운동", *"천 번을 들어줘야 4,200원 먹고 살 수 있습니까?"*
- 바른음원 유통 정책확립 및 전파
- 뮤지션 조합원 지원사업
- 생산자와 소비자가 함께 만족할 수 있는 디지털 음원 서비스 플랫폼 개발
- 디지털 음원 및 대중문화 콘텐츠 대리중개

예술경영지원센터 간담회(7.31) 자료 발췌

2. 문화예술분야 사회적경제 정책 흐름

문화예술분야에서의 사회적경제조직에 대한 지원 정책은 2007년 사회적기업육성법이 제정된 이후부터 시작되었다고 볼 수 있다. 문화체육관광부와 고용노동부가 MOU를 체결하면서 양 부처의 협력으로 200개 이상의 사회적기업과 3,000여개 사회적일자리를 창출하겠다는 계획을 발표하였다. 이후 예술경영지원센터가 고용노동부로부터 사회적기업 문화예술분야 전문특화지원기관으로 지정되면서 본격적으로 사회적기업을 위한 지원사업 등을 펼치기 시작하였다. 협동조합기본법이 제정된 2012년 이후에는 사회적기업뿐만 아니라 협동조합까지 영역을 확대하여 지원 사업을 이끌어 나가려고 노력하였다. 최근 들어서는 사회적경제 영역에 마을기업, 자활기업, 소셜벤처까지 포괄하는 노력으로 정책 간 칸막이를 해소하고자 노력하고 있다.



[그림 3-1] 문화예술분야 사회적경제조직 지원정책의 흐름

다음 표는 문화예술분야 사회적경제조직의 육성과 지원을 지속적으로 진행해온 기관인 예술경영지원센터에서 문화예술분야 사회적경제 지원 사업의 연혁을 정리한 것이다. 사회적경제관련 지원사업 초기에는 사회적기업 제도와 그와 관련된 지원사업에 대한 안내와 교육을 중심으로 사업이 진행되었고, 조사연구나 DB구축을 시작하면서 박람회나 포럼 등을 통하여 인식 확산에 주력하였다. 중기 이후에는 자금지원, 멘토링, 컨설팅 등 개별 기업이 성장할 수 있는 직접적인 지원사업을 진행하였다. 최근 들어서는 직접 지원사업과 더불어 기업이 스스로 재정모델을 구축할 수 있도록 돕거나 경영안정화를 위한 전략 구상에 지원하는 등 새로운 지원 사업을 개발하려는 단계에 들어섰다고 볼 수 있다.

〈표 3-1〉 예술경영지원센터 문화예술분야 사회적경제 지원사업 연혁

연도	주요 내용
2009년	<ul style="list-style-type: none"> • [조사연구] 전략분야 사회적기업 육성을 위한 실태조사(문화예술분야)(고용노동부, 2009)
2010년	<ul style="list-style-type: none"> • ‘10년도 사회적기업 문화예술분야 민간위탁지원사업(고용부) <ul style="list-style-type: none"> - [교육·컨설팅] 문화예술분야(예비) 사회적기업 교육·컨설팅 - [설명회] 문화예술분야(예비)사회적기업 인증 설명회 - [워크숍] 문화예술분야(예비) 사회적기업가 워크숍 - 문화예술분야(예비) 사회적기업 온라인 컨설팅 - 권역별 사회적기업 지원기관 연계 서비스 제공 등
2011년	<ul style="list-style-type: none"> • ‘11년도 사회적기업 전문(문화예술분야) 지원사업(고용부) <ul style="list-style-type: none"> - [교육] 문화예술분야 사회적기업 - 지속가능한 기업모델 창출 - [포럼] 문화예술분야(예비)사회적기업 네트워크 포럼 - [행사] 문화예술 사회적기업 체험마당 및 마켓&포럼 - [조사연구] 문화예술 사회적기업 실태조사
2012년	<ul style="list-style-type: none"> - [포럼] 2012 문화예술 사회적기업 네트워크 포럼(총 4회) <ul style="list-style-type: none"> 〈예술교육을 통한 문화예술단체의 사회적 목적 실현 방법〉 〈문화예술 사회적기업이 꿈꾸고 일구는 생태적 모델〉 〈우리시대의 하이브리드, 문화예술 사회적기업의 길 찾기〉 〈예술에 더하는 사회적 가치, 공연예술 사회적기업의 경영전략과 생존방식〉
2013년	<ul style="list-style-type: none"> • 문화예술사회적기업 및 협동조합 활성화 지원사업(문체부) <ul style="list-style-type: none"> - [교육·컨설팅] 문화예술(예비)사회적기업 역량강화 - [설명회] 문화예술분야 협동조합 설명회 - [행사] 문화예술 사회적기업 네트워크 포럼, 협동조합 심포지엄 - [조사연구] 문화예술분야 사회적기업 실태 및 협동조합 인식조사

연도	주요 내용
2014년	<ul style="list-style-type: none"> 문화예술 사회적경제 활성화 지원사업(문체부) <ul style="list-style-type: none"> - [경영멘토링] 기업별 전담 컨설턴트 배치 1:1 경영멘토링 - [자금지원] 멘토링 참여기업 자금지원(5개기업, 각 10백만 원) - [행사] 문화예술분야 사회적경제 마켓&포럼 - [행사] 문화예술분야 협동조합 이야기 콘서트 - [조사연구] 문화예술분야 사회적기업 경영 사례 연구
2015년	<ul style="list-style-type: none"> 문화예술 사회적기업 및 협동조합 활성화 지원사업(문체부) <ul style="list-style-type: none"> - [컨설팅] 문화예술분야 사회적기업 및 협동조합 경영컨설팅 - [멘토링] 기업별 전담 컨설턴트 배치 1:1 경영 멘토링 운영 - [자금지원] 멘토링 참여기업 자금지원(7개 기업, 각 10백만 원) - [워크숍] 지원단체 구성원 역량강화 - [행사] 문화예술분야 사회적경제 마켓&포럼 - [조사연구] 문화예술 사회적기업 실태 및 공공구매 진출 사례조사
2016년	<ul style="list-style-type: none"> 문화예술분야 사회적기업 및 협동조합 활성화 지원사업(문체부) <ul style="list-style-type: none"> - [공공구매 활성화] 문화예술분야 공공구매 수요정보 연계제공 서비스 및 상품 개발 멘토링, 개발비 지원, 공공구매 상품개발 시연 워크숍 운영
2017년	<ul style="list-style-type: none"> 문화예술분야 사회적경제 온라인 컨설팅 및 DB관리 (신규)예술기획사 사업개발 지원(사회적기업 선정50%)
2018년	<ul style="list-style-type: none"> 문화예술분야 사회적경제 활성화 지원(문체부) <ul style="list-style-type: none"> - [경영활성화]경영 안정화를 위한 멘토링 및 사업개발비 지원 - [재원조성] 재원조성 모델개발 및 매출 증대를 위한 자금 지원

자료: 예술경영지원센터 내부자료

〈표 3-2〉 2018 예술경영지원센터 문화예술분야 사회적경제 지원사업 세부 내용

사업명	지원대상	지원 내용	지원규모	비고
문화예술분야 사회적경제 경영 활성화 지원	- 문화예술분야 사회적경제조직 ※ 인증 및 예비 사회적기업, 소셜벤처 등	<ul style="list-style-type: none"> - 경영 안정화 및 신규 비즈니스 모델개발 - 자금 및 컨설팅 지원 	<ul style="list-style-type: none"> - 15개 기업 내외 - 기업 당 14백만 원 정액지원 - 자부담 10% 필수 	- '2018 예술분야 투자형 크라우드 펀딩 활성화 지원 선정 우대 - 〈2018 문화예술 IR데모데이〉 참여기회 제공
문화예술분야 사회적경제 재원조성 모델 개발 지원		<ul style="list-style-type: none"> - 재원조성 모델 개발 - 자금 및 엑셀러레이팅 지원 ※ 우수 기업 홍보·마케팅 비용 추가 지원 	<ul style="list-style-type: none"> - 10개 기업내외 - 기업 당 5천만 원 이내 차등 지원 - 자부담 10% 필수 ※ 홍보·마케팅비 총 3천만 원 추가 지원 	

자료: 예술경영지원센터 홈페이지

3. 문화예술분야 사회적경제 연구 경향

문화예술분야에서의 사회적경제조직에 대한 지원정책이 본격적으로 시작되면서부터 관련 연구도 함께 진행되어 왔다. 문화예술에 대한 사회적 역할 혹은 사회적 가치에 대한 연구는 그 이전부터 이루어져왔지만, 문화예술분야 사회적경제와 관련된 연구는 2009년부터 본격적으로 시작되었다고 볼 수 있다. 2009년부터 현재까지 약 70여건에 달하는 연구⁵⁾가 이루어져왔으며, 이를 토대로 연구의 흐름을 분석해보았다. 문화예술분야의 사회적경제와 관련한 주제로 발표한 연구 중 절반 이상이 석사연구 논문으로 이루어져 있었다. 사회적경제의 개념과 정의를 통해 문화예술 분야에 적용하려는 시도와 더불어 사례조사를 중심으로 연구가 진행되어 왔다. 문화예술분야에서의 사회적경제와 관련한 연구는 비교적 역사가 짧지만, 현황, 사례연구 중심이었던 초창기에 비해 최근에 들어서 통계나 정보축적을 통한 연관/상관관계 검증, 성공요인 분석 등을 시도하고 있음을 확인할 수 있었다. 연구의 한계는 대부분의 연구에서 통계자료의 접근 및 활용이 어려운 환경을 지적하고 있다.

다음의 그림은 워드클라우드를 활용하여 2009년부터 진행되어온 연구논문의 키워드 빈도수를 기반으로 정리한 것이다. 사회적기업에 대한 연구가 압도적으로 많이 차지하고 있었으며, 협동조합이 그 다음으로 많은 빈도를 차지하고 있었다. 자활기업, 마을기업 혹은 소셜벤처에 대한 연구는 거의 미미한 것으로 보인다. 키워드를 통하여 공연, 무용, 연극, 음악, 미술, 전통문화 등 문화예술 분야별로 접근한 연구가 있다는 것을 확인할 수 있다. 또한 몇몇의 조직의 이름이 등장한 것으로 보아 사례를 중심으로 연구를 진행한 경우가 꽤 있음을 짐작할 수 있다. 무엇보다 문화예술분야에서의 사회적경제 활성화나 운영 방향성, 그리고 지속가능성에 대한 고민이 꾸준히 이루어져왔음을 유추할 수 있다.

5) 자료 수집에 있어 분석대상으로 포함되지 않은 연구도 다수 있을 것으로 추정된다.



Made In Wordcloud.kr

자료: 워드클라우드

[그림 3-2] 워드클라우드 분석한 문화예술분야 사회적경제 관련 선행 연구 주제

2009년부터 2010년대 초반부에는 국내에서의 문화예술분야 사회적기업의 가능성에 대한 낙관적인 견해를 표하고 있으며, 기대효과로 예술가 및 문화예술학부 졸업생들의 취업난 문제 해결, 수도권 및 지방간 문화수혜 격차 완화, 지역문화 발전에 기여 등으로 좁혀볼 수 있었다. 이후 논문에서는 언급되었던 효과들 중 일부가 일정 부분 성취된 것으로 서술되고 있다. 문화예술분야의 사회적기업이 지역 내 문화예술 및 관광 사업, 타 민간문화예술기관과의 연계를 통해 긍정적인 효과를 내고 있다는 부분들은 반복적으로 언급되고 있으며, 여전히 추가적 가능성이 남아있음을 확인할 수 있다.

반면 예술가 및 문화예술학부 졸업생들의 취업 및 생계문제 해결에 미친 영향은 크지 않았던 것으로 서술되고 있다. 초창기에 논의되었던 문화예술분야의 창작자의 현실적인 문제(생계적 문제 등) 해결에 대한 낙관적인 견해들은 거의 자취를 감추었으나, 문화예술관련 학부 졸업생과 같은 ‘청년’ 계층에 집중하여 가능성을 나타내는 경향으로 변화하였다. 이는 작가공동체와 같은 순수문화예술단체의 방향성으로서의 사회적경제를 통한 대안제시보다는 지역사회문제를 해결하고, 지역의 공동체를 중심으로 문화적 발전에 기여하는 것으로 그 기대효과가 변화하고 있음을 확인할 수 있었다.

제2절

국내·외 조직 운영 사례

1. 사회적협동조합 드림위드앙상블(Dream with Ensemble, 한국)

가. 미션과 연혁

문화예술 활동을 통해 사회문제를 해결하는 대표적인 기업으로 사회적협동조합 드림위드앙상블을 들 수 있다. 국내 최초 발달장애인 클라리넷 앙상블로 시작하여 발달장애인을 전문 연주자로 성장시키고, 동시에 일자리를 제공하며, 장애에 대한 인식을 개선시키고 있다. 발달장애인을 전문연주자로 성장시켜 일자리를 창출하고 직업인으로서의 역할을 감당함으로써 사회참여에 앞장서고 구성원과 가족 및 지역사회에 행복한 공동체를 만들어가는 데 기여하는 것이 이 조직의 비전이다.

2015년 성남시 사회적경제 창업공모사업 창업팀으로 선정되면서부터 조직이 탄생하였다. 같은 해 문화체육관광부 사회적협동조합으로 설립인가와 전문예술법인 지정을 받았다. 2016년 고용노동부 사회적기업으로 인증을 획득하였다. 성남시를 중심으로 활동하며, 예술경영우수사례 최우수상(문화체육관광부장관 표창)을 받았다. 가장 최근 2018년 평창패럴림픽 전야제 초청공연을 진행하기도 하면서 활발하게 활동을 펼치고 있다.

나. 조직구성과 경영방식

2017년 기준 이사장을 비롯해, 드림위드앙상블 지도자와 단원, 그리고 지원부서까지 29명의 구성원이 조직을 이루고 있으며, 정규직원수는 14명이다. 개인후원자 187명, 법인후원사 10개, 조합원 42명으로 구성되어 있다.

다. 사업내용

주요 사업으로는 연주 및 강연 사업, 장애인식개선 사업, 음악교육 사업, 연주 재능기부 사업 등이 있다. 음악적 역량이 있는 발달장애 청소년을 대상으로 클라리넷 앙상블 팀을 창단하였고, 전문연주활동으로 직업재활의 터전을 마련하였으며, 발달장애 앙상블 팀이 각급 학교의 학생들을 대상으로 장애 인식개선 교육(장애인식 개선 콘서트)을 실시하고 있다. 또한 음악에 재능있는 장애청소년을 발굴하여, 악기지도 후에 능력에 따라 앙상블 팀을 조직하여 교육하고 있으며, 지역사회 내 문화소외 지역을 중심으로 찾아가는 음악회를 개최하고 있다.

라. 자원조달 방식과 재정 상황

2017년 기준 수입은 후원금이 149백만 원(44%)으로 가장 큰 비중을 차지하고 있으며, 보조금 85백만 원, 연주수입 78백만 원, 포상금 10백만 원, 교육수입 9백만 원, 기타 순으로 나타났다. 매출액 236백만 원, 당기 순이익 75백만 원, 출자금 23백만 원으로 향후 5년 이내 순수 연주활동으로 인한 매출수입을 120백만 원까지 올리는 것을 목표로 삼고 있다.

마. 특징 및 시사점

2017년 한 해 동안 72회의 연주로 연주거리는 5,344km에 달하며 공연시간은 2,900분으로 나타났다. 14,920명의 총 관람객 수, 10회의 사회 공헌활동 등 상세한 조직운영에 대한 연차보고서를 매년 발행하고 있다. 또한 2016년부터 매년 조합원(출자자) 및 기부/후원자를 초청하여 감사의 마음을 전달하고 관객과 소통하는 음악회 형식의 정기연주회를 진행하고 있다.

2. 카페아트(Cafe Art, 영국)

가. 미션과 연혁

카페아트의 미션은 노숙자들이 그들의 예술작품을 통해 서로 연결되고 더 넓은 지역사회와 소통하는 것이다. 이 단체의 비전은 노숙자들이 예술활동을 통해 자신감을 갖고, 그들의 작품을 카페에 전시하거나 달력을 제작하는 등 사회적경제 활동에 적극적으로 참여하게 함으로써 같은 상황에 처해있는 다른 노숙자들을 돕게 하는 데에 있다.

카페아트는 2012년 노숙자 자선단체를 통해 노숙자들의 작품을 런던의 한 카페에 전시하면서 시작되었다. 세 달도 채 되지 않아 수백 점의 작품을 15곳의 카페에 걸었고, 여름에는 크리스티(Christie's)에서 첫 번째 팝업 전시회를 열기도 하였다. 이 전시를 시작으로 현재까지 앨런 앤 오버리(Allen & Overy), 크리스티(Christie's), 시티그룹(Citigroup), 가디언(The Guardian), 이케아(Ikea), 서더크 대성당(Southwark Cathedral) 등에서 전시를 열고 있다. 또한 카페아트가 설립된 해에 노숙자들의 예술작품을 모아 첫 번째 카페아트 달력 '원(ONE)'을 발행하였다. 이 달력은 1,000부가 인쇄되었으며 판매 수익 £5,000는 전부 예술가와 그들이 속해 있는 예술단체에게 돌아갔다.

2013년에는 카페아트를 공동체의 이익을 추구하는 사회적기업으로 정식 등록하였다. 또한 영국왕립사진협회(Royal Photographic Society)의 후원으로 일회용카메라로 찍은 사진 콘테스트를 매년 개최하게 되었고 입상한 사진들로 달력을 제작하기 시작하였다. 2013년에는 3,000부를 제작해 판매하여 £5,000를 예술 단체에 전해주었다. 마이런던(MyLondon)은 2014년에 제작한 카페아트 달력의 부제였지만 2015년에는 이 프로젝트의 정식명칭이 되었다. 2014년에는 4,500부의 달력이 판매되었고, 2015년에는 6,000부의 달력을 발행하였다. 이 프로젝트는 단체 홍보에 큰 역할을 하였고, 프로젝트에 참여한 사람들은 수익뿐만 아니라 자신감

과 실력을 얻게 되었다.

2013년 11월에는 세계의 주요도시와 특별한 국제교류를 시도하여, 뉴욕을 시작으로 매년 새로운 도시와 훌륭한 작품을 교류하고 있다. 또한, 매년 노숙자의 날(10월 10일) 즈음하여 열리는 프리아트마켓과 기업에 작품을 대여하는 사업도 시작하게 되었다.

2015년 11월에는 영국왕립사진협회의 닐(Neil Cordell)과 사진 멘토링 프로그램을 시작해 사진 콘테스트 입상자 20명에게 DSLR과 다른 디지털 카메라 다루는 방법을 알려주었다.

나. 조직구성과 경영방식

카페아트는 두 명의 디렉터 폴(Paul Ryan)과 마이클(Michael Wong), 그리고 자원봉사자들에 의해 운영되고 있다. 작품을 전시해주는 지역 카페와 노숙자 자선단체들의 역할도 매우 크다.

카페아트는 런던의 모든 노숙자 자선단체에 속한 예술가들을 연결시켜 그들의 작품을 대중에게 선보이며, 이를 통해 수익을 창출할 수 있는 기회를 만들어낸다. 더 중요한 것은 예술가들이 자체적으로 재원을 조성하고 또 그 기금으로 다른 자선단체를 돕게 만드는 데에 있다. 이것은 모두 그들의 예술적 재능과 창의성, 노력으로 이루어내는 것이다.

카페아트는 가족과 지인들의 작은 후원금으로 시작되었다. 그 후원금으로 작품 틀을 사고, 웹 사이트를 구축하며 운영하였고, 2013년 11월 정식 사회적기업(Community Interest Company)으로 등록하였다. CIC로 등록된 기업은 회사를 팔 수 없고, 회사가 없어지는 경우 모든 회사의 자산은 기증해야 한다. 현재 카페아트의 자산은 두 대의 노트북과 수백 개의 작품 틀이 전부다. 또한 수익의 100%를 노숙자들을 위해 사용하고 있다.

현재 카페아트 수익의 80%는 예술가들에게, 20%는 사업에 재투자되고 있다. 2012년부터 2016년까지는 고객이 작품을 구매한 경우 작품 판매

가의 100%를 예술가에게 지급하였으나 2016년 3월 예술가전시위원회가 만들어지며 작품 판매가의 20%를 전시사업에 재투자하게 되었다. 아트인 카페 사업을 통해 노숙자들의 작품을 전시하는 카페는 작품을 걸거나 판매하는 대가로 아무것도 받지 않는다.

카페아트가 추구하는 바는 매우 단순하다. 노숙자들이 가진 예술적 재능을 더 많은 사람들에게 소개하는 것이다. 이 프로젝트를 통해 노숙자들은 감정적 위안과 함께 다시 일어설 수 있는 기회를 얻고 대중은 그들의 예술적 성과를 함께 누린다. 또한 노숙자들이 자신감과 성취감을 얻어 다른 사회적 활동에 참여할 수 있도록 유도할 수 있으며, 노숙자들이 다양한 사회활동에 적극적으로 참여할수록 그들이 다시 평범한 사회구성원으로 돌아갈 날도 가까워질 것이다.

다. 사업내용

카페아트는 크게 다섯 개의 사업을 진행하고 있다. 첫 번째로는 아트인카페(Art in Cafes)가 있다. 카페아트는 2012년부터 이 사업을 통해 런던 노숙자들의 그림을 지역 카페에 전시하고 있다. 짧게는 몇 주에서부터 길게는 몇 달까지 20곳 이상의 카페에 전시되고 있으며, 많은 노숙자 자선단체들이 이 사업에 참여하고 있다.

두 번째로는 카페아트의 주요사업인 마이런던(MyLondon) 프로젝트가 있다. 노숙자를 대상으로 사진대회를 개최하고 입상한 사진으로 달력을 제작해 판매하는 사업이다. 사진대회 전에는 세인트폴 대성당에서 100명의 참가자에게 일회용카메라를 5일간 빌려주고 사용법도 알려준다. 출품할 사진의 주제는 나의 런던이다. 상금 £2,000는 입상자 20명에게 나누어 지급되며 만약 킥스타터를 통해 사진작품이 판매될 경우 사진작가는 판매가의 50%를 받는다.

사진대회에서 입상한 사진으로 제작된 마이런던달력은 빅이슈 잡지와 같은 방식으로 판매된다. 마이런던 공식 매대에서 달력을 판매하면 1부당

£4를 받을 수 있고, 개인적으로 £5에 달력을 구매해 £10에 판매해서 수익을 낼 수도 있다. 또한 킥스타터와 카페아트 홈페이지, 아트마켓을 통해서도 판매하고 있다.

매년 진행되는 이 사업에 많은 노숙자들이 참여하고 있으며, 달력과 사진의 판매 수익으로 마이런던프로젝트의 기금이 조성된다. 현재 런던 뿐만 아니라 영국 맨체스터, 캐나다 토론토, 미국 뉴올리언스, 브라질 상파울루에서 마이맨체스터(MyManchester), 마이토론토(MyToronto), 마이뉴올리언스(MyNew Orleans), 마이상파울루(MinhaSao Paulo)라는 명칭으로 같은 프로젝트가 진행되고 있다.

세 번째로는 카페아트의 아트마켓 사업을 들 수 있다. 일주일간 열리는 아트마켓을 통해 예술단체들은 작품을 팔거나 전시할 수 있다. 마이런던 사진전시회와 달력 판매도 아트마켓에서 진행된다.

카페아트의 네 번째 사업은 국제교류사업 ‘This is Where I live’이다. 이 사업은 노숙자문제가 세계 공통의 문제라는 메시지를 담고 뉴욕, 베를린, 멜버른 등의 도시와 노숙자들의 작품을 교류하고 있다. 2013년 뉴욕의 프레시아트(freshart)와 작품을 교환하면서 처음 시작되었고, 2014년에는 멜버른과, 2015년에는 베를린과 교류를 시작했다.

다섯 번째로는 런던에 위치한 민간기업들에 작품을 대여하거나 판매하는 ‘Home is Where the Art is’라는 프로젝트가 있다. 이 사업도 다른 사업들과 마찬가지로 예술가들을 직접 프로젝트에 참여시키고 그들에게 수익을 창출할 수 있는 기회를 제공해준다.

라. 자원조달 방식과 재정 상황

카페아트는 현재 수많은 파트너 단체 또는 개인의 후원과 노력으로 운영된다. 먼저 영국 노숙자관련단체들의 상부기관인 홈리스링크(Homeless Link)의 후원을 받고 있으며, 많은 노숙자 자선단체를 통해 노숙자들과

연결된다. 영국왕립사진협회(Royal Photographic Society)는 다른 도시에서도 마이런던프로젝트가 진행될 수 있도록 다리 역할을 해주었고, 런던 중심가의 한 갤러리에서 사진전을 열도록 장소를 제공해 주기도 하였다. 이 외에도 사진대회나 달력판매를 위해 공간을 제공해 준 세인트폴 대성당과 크리스티(Christie's), 스피탈필즈마켓(Spitalfields E1 Market), 대회 참가자들에게 식사를 제공해 준 프렛(Pret a Manger), 카메라 장비와 인쇄에 도움을 준 후지필름(FujiFilm)과 스내피스냅스(Snappy Snaps Muswell Hill) 등 수많은 기업들의 후원을 받았다. 큐빅호텔(Qbic Hotel)은 2014년 11월부터 카페아트의 작품을 보관할 수 있도록 지하에 공간을 제공해주었고, 마이런던프로젝트의 사진들을 상설 전시해놓고 있다. 단체와 기업의 후원이 큰 역할을 차지하지만, 작품을 전시하고 사진대회를 진행하는 데 있어 수많은 자원봉사자들의 손길도 빼놓을 수 없는 부분이며, 마이런던달력과 로고 디자인도 한 디자이너 개인의 재능 기부로 이루어졌다.

또한 카페아트는 개인의 재능이나 공간, 물품 후원과 더불어 기부금으로 재원을 마련하기도 한다. 2015년 3월에는 신생 사회적기업을 위한 빌드잇(Build It) 기금을 통해 £15,000를 지원받았고, 8~9월에는 크라우드펀딩 플랫폼인 킥스타터(Kickstarter)를 통해 700명이 넘는 사람들에게 후원금을 받기도 하였다. 2017년부터는 여러 기금지원사업에 적극적으로 지원하기 시작하여 2017년 10월부터 현재까지 £7,050의 지원금을 받았다. 그러나 아직까지는 수입의 대부분이 마이런던달력 판매 수익을 통해 채워지고 있다.

마. 특징 및 시사점

많은 노숙자 자선단체들이 연례행사로 특별전시회를 열어 노숙자들의 훌륭한 작품을 대중에게 선보이고 있다. 이는 물론 훌륭한 취지의 이벤트이고 사업이지만 카페아트는 여기에서 더 나아가 노숙자들의 예술작품을

조금 더 많은 사람들에게, 다양한 장소에서, 365일 소개하고 있다는 것이 다른 단체와의 차별점이다. 카페아트는 전시할 장소, 작품의 형식이나 질에 제한을 두지 않고 더 많은 예술가들의 작품을 전시하기 위해 노력하고 있다.

카페아트의 또 다른 특징은 작품이 걸려있는 카페에서 구매자와 예술가를 연결시키려고 시도한다는 점이다. 이것은 완전히 다른 삶을 살고 있던 두 명의 사람이 예술이라는 매개체를 통해 만나고 연결될 수 있는 절호의 기회이다. 사람과 사람의 연결은 카페에 훌륭한 작품을 내걸거나 노숙자들의 숨은 재능을 찾아내는 것보다 훨씬 더 깊은 의미를 담고 있다.

3. 스트리트와이즈오페라(Streetwise Opera, 영국)

가. 미션과 연혁

사회적기업 스트리트와이즈오페라의 미션은 음악을 통해 노숙자들의 복지를 증진시키고 사회참여 경험을 제공함으로써 그들의 삶에 긍정적이고 지속적인 변화를 만들어내는 것이다.

스트리트와이즈오페라는 2000년 한 신문기사에 실린 ‘노숙자들은 당신이 오페라하우스에서 나올 때 피해서 지나가야 하는 사람들이다.’라는 한 정치가의 발언에서 시작되었다. 당시 런던에서 오페라 비평가로 활동하던 맷 피콕(Matt Peacock)은 노숙자들을 오페라 무대에 세워 노숙자에 대한 사람들의 편견을 깨고 싶었고 이를 실행에 옮겼다. 노숙자들과 함께한 오페라 프로덕션 어린왕자(The Little Prince)를 로열오페라하우스 무대에 올린 것이다. 이 프로덕션은 큰 성공을 거두었고, 오페라에 참여한 노숙자들의 삶에도 지대한 영향을 미쳤으며 청중들로부터 호평을 받았다.

첫 번째 프로덕션이 큰 성공을 거두자 이는 노숙자센터에서의 정기적인 오페라 워크숍 과정 신설로 이어졌으며, 2002년에는 사회적기업 스트

릿와이즈오페라가 설립되었다. 현재는 영국의 런던, 맨체스터를 비롯한 5개의 도시에서 오페라 워크숍을 진행하고 있으며, 새로운 오페라를 꾸준히 무대에 올려 비평가와 관객들의 호평을 받고 있다. 2011년부터는 홈리스링크(Homeless Link)와 노숙자를 위한 예술교육프로그램 ‘Get Creative: arts for all’이라는 프로젝트도 함께 진행하고 있다.

2012년에는 런던2012문화올림픽아드의 쇼케이스를 통해 With One Voice라는 국제협력 프로젝트를 처음 선보였다. 그 이후 이 프로젝트는 브라질 리우 2016문화올림픽아드에서 다시 한 번 진행되었다. 스트릿와이즈오페라는 With One Voice 프로젝트를 지속적으로 발전시켜 노숙자 문제를 예술로 풀어내는 과정에서 국제적으로 교류하고 협력할 수 있는 여러 방안을 모색하고 있다.

나. 조직구성과 경영방식

사회적기업 스트릿와이즈오페라에는 총 20명의 직원이 있다. 2명의 공동대표와 2명의 예술 감독이 있고, 프로그램, 재원조성, 일자리, 국제협력, 마케팅, 감독·평가 담당자와 예술행정인력 1명, 각 지역별 코디네이터 5명으로 구성되어 있다. 이사회는 11명의 이사와 1명의 자문위원을 두고 있다. 여기에 더해 87명의 홍보대사, 40명의 전문예술가, 31명의 자원봉사자들의 역할도 빼놓을 수 없다.

스트릿와이즈오페라는 다양한 프로그램을 통해 노숙자들이 그들의 삶에 자신감을 가질 수 있는 기회를 제공하려고 노력한다. 자신에게 우호적인 사람들과 함께 노래와 연기를 배우고, 일반인들에게조차 고급예술장으로 인식되고 있는 오페라에 직접 참여하면서 노숙자들의 삶은 도전받고 변화된다. 오페라라는 새로운 장르에 도전함과 동시에 사람들을 만나고 즐기면서 그들은 어느새 지역사회와 더 가까워진 자신의 모습을 발견하게 되고, 평범한 지역사회의 구성원으로서 본인의 자리를 되찾으려는 의지가 생긴다. 다시 독립적인 생활을 하고 본인의 의지로 일자리도 찾아 나설

수 있는 희망과 자신감이 생기는 것이다.

스트릿와이즈오페라가 추구하는 중요한 가치에는 창조성, 포부, 관용, 협동, 지속적인 배움, 재미, 진실성이 있다. 정기적인 오페라 워크숍은 참가자들이 창의성을 발휘하고 새로운 것을 마음껏 시도해보면서 즐길 수 있는 안전하고 사회적인 공간을 제공한다. 프로젝트에 참여하는 동안 각각의 참가자들은 노숙자가 아닌 예술가로서 존중받으며, 내재된 예술성을 발굴하고 발전시키려고 노력한다. 참가자 설문조사를 통해 진행되고 있는 프로젝트에 대해 평가받고 발전시키는 것도 게을리하고 있지 않다.

또한, 스트릿와이즈오페라는 사회적 측면뿐만 아니라 예술적인 측면에서도 뛰어난 오페라 프로덕션을 제작하려고 노력하고 있다. 실력 있는 작곡가에게 새로운 오페라를 꾸준히 위촉하고 있으며, 영상을 사용하는 등의 혁신적인 방식으로 오페라의 예술성을 한층 더 높게 끌어올리고 있다. 제작되는 오페라는 노숙자와 그들의 경험이 아닌 작품의 예술성에 더 초점을 맞추고 있으며, 전문적인 오페라 가수들과의 긴밀한 협력을 통해 오페라의 높은 예술적 퀄리티를 유지한다. 모든 오페라 프로덕션은 공연 전이나 후에 관객과 예술가가 만나서 소통할 수 있는 기회를 제공한다.

다. 사업내용

스트릿와이즈오페라의 핵심사업은 영국 내 5개 도시(런던, 맨체스터, 뉴캐슬/게이츠헤드, 노팅엄, 티스사이드)에서 진행되고 있는 오페라 워크숍 프로그램이다. 매주 진행되는 이 워크숍은 지역 내 노숙자 쉼터나 문화예술공간에서 진행되며, 이 워크숍을 통해 노숙자들은 전문 강사에게 노래와 연기를 쉽고 재미있게 배우고 있다. 모든 워크숍은 무료로 참여할 수 있고, 오디션은 없다.

오페라 워크숍에는 드롭인(Drop-in) 세션과 익스플로어(Explore) 세션이 있다. 드롭인 세션에서는 오페라의 줄거리와 배역에 대해 소개하고 주요 아리아를 배우며, 연기하는 방법이나 간단한 오페라 무대 연출 등에

대해서도 강의한다. 노래는 귀로 듣고 배우기 때문에 악보를 읽지 못해도 상관없다. 연중 48주 동안 노숙자 쉼터에서 진행되며 참가자는 상황에 따라 자유롭게 수업에 참여할 수 있다. 새로운 참가자도 수업의 진도와 관계없이 언제든지 참여할 수 있다. 이 세션은 참가자의 자신감 회복에 초점을 맞추고 있으며, 노숙자들이 그들의 삶을 다시 돌아보고 긍정적인 미래를 찾아나가는 데 큰 도움을 주고 있다.

익스플로어 세션은 드롭인 세션과 같은 맥락의 수업이지만 지역예술 단체와 파트너십을 맺고 문화예술공간에서 진행되며, 1년 동안 하나의 오페라로 프로젝트를 진행한다. 기본기보다는 실전연습에 중점을 두고 있다. 자원봉사나 실제 무대를 경험해 볼 수 있는 기회가 주어지며 조금 더 책임감을 갖고 임해야 한다. 이 세션은 과거에 노숙자였던 사람, 노숙의 경험은 없지만 자신감을 높이고 새로운 방법으로 지역사회활동에 참여하고 싶은 사람들도 수강할 수 있으며, 새로운 프로젝트가 시작한 지 6주 이내에만 신청이 가능하다.

정기적인 수업 외에도 워크숍 참가자들은 함께 공연장을 방문해 클래식 공연이나 오페라를 관람하기도 하고, 지역축제나 행사무대에서 직접 공연을 하기도 한다. 또 예술단체나 예술 공간, 박물관, 축제 등에서 직무경험을 쌓을 수 있는 기회도 제공받는다.

스트릿와이즈오페라의 두 번째 사업은 오페라 프로덕션 사업이다. 이 사업에는 메인 프로덕션과 오페라 아워스(Opera Hours)라는 프로그램이 있다. 메인 프로덕션은 2년 주기로 각 지역에서 돌아가면서 열리는데, 기존 오페라 레퍼토리로 공연하거나 작곡가 레지던시 프로그램을 통해 새로운 오페라를 위촉해 올리기도 한다. 새로운 오페라는 작곡가와 워크숍 참가자들이 함께 작업하며 때로는 가사를 참가자들이 직접 쓰기도 한다. 오페라 아워스(Opera Hours)는 매년 모든 지역에서 열린다. 이 프로그램은 두 개의 워크숍 그룹 참가자들이 각자 배운 노래를 선보이고, 관객과 서로 소통하고 교감하는 프로그램이다.

세 번째 사업은 With One Voice라는 국제협력 프로젝트이다. 이 사업은 칼루스트굴베킴안재단(Calouste Gulbenkian Foundation)과 맥쿼리 그룹재단(Macquarie Group Foundation)의 후원을 받아 시작되었다. 2016년에는 리우문화올림픽아드를 통해 6개국 300명의 노숙자가 참여한 행사를 40회 진행하였고, With One Voice 홈페이지를 따로 개설해 21개국에서 진행되고 있는 160개 프로젝트의 정보를 공유하고 있다. 이 사업은 노숙자를 위한 예술 프로젝트의 정책과 실행방법의 국제적 교류를 통해 진행 중인 프로젝트를 발전시키고, 새로운 사업을 개발하며, 노숙자에게 예술이 미치는 영향력의 중요성을 알리고, 노숙자와 예술에 대한 정책을 마련하는 것을 목적으로 한다.

라. 자원조달 방식과 재정 상황

스트릿와이즈오페라는 정부와 재단, 기업, 개인의 후원금으로 대부분의 재원을 마련하고 있다. 전체 수입 중 가장 큰 부분을 차지하는 후원금으로는 복권기금과 영국예술위원회(Arts Council England), 마리아마리나재단(MariaMarina Foundation)의 기금이 있으며, 주요한 기업 파트너로는 맥쿼리(Macquarie)가 있다. 개인적으로는 우편으로 수표를 보내거나 홈페이지를 통해 후원금을 보낼 수 있고, 정기후원자가 되거나 자원 마련행사에 참여해 기부할 수도 있다. 또한, 워크숍이나 국제협력프로그램, 프로덕션, 사무실에서의 자원봉사로 시간과 재능을 기부할 수도 있다. 후원금 이외에 스트릿와이즈오페라가 워크숍 프로그램과 다른 사업을 통해 창출한 수익도 존재하긴 하지만 미미하다.

스트릿와이즈오페라의 2016/17 시즌 총수입은 £803,514로, 2015/16 시즌의 수입 £905,214보다는 감소하였다. 이는 2016/17 시즌에 메인 프로덕션 프로그램이 없었기 때문이다. 총수입 중 기금과 후원금은 총 £787,114(97.9%)로 이 역시 2015/16 시즌의 £878,066보다 감소하였다. 기금과 후원금은 재단의 기금이 44%, 정부의 공적자금이 40%로 대부분

을 차지했고, 기업의 후원금이 8%, 개인의 기부금이 6%를 차지했다. 사업별 기금을 살펴보면, 워크숍 프로그램을 위한 기금은 £293,305에서 £349,809로 증가하였고 국제협력 프로젝트를 위한 기금은 £66,367에서 £189,571로 크게 증가하였다. 워크숍 프로그램과 기타사업으로 발생한 수익은 £14,728(1.8%)로 작년의 £24,371보다 감소하였고, 투자수익은 £1,672(0.2%)였다.

지출은 £830,337로 2015/16 시즌의 지출 £840,545보다는 감소하였다. 눈에 띄는 변화로는 국제협력 프로그램의 지출이 £81,456에서 £129,895로 크게 증가하였고, 프로덕션 지출은 £187,350에서 £21,167로 크게 감소하였다. 기업이 확장되면서 풀타임 근로자 1명과 파트타임 근로자 3명을 더 채용하여, 인건비 지출은 £347,638에서 £439,062로 증가하였다.

마. 특징 및 시사점

스트릿와이즈오페라는 예술 활동을 통해 노숙자들의 복지를 증진시키고 사회참여를 독려함으로써 그들의 삶에 지속적이고 긍정적인 변화를 만들어내려는 목적으로 설립된 단체이다. 그러나 사회적 측면뿐만 아니라 예술적인 측면에서도 완성도 높은 양질의 오페라를 선보이며, 이미 예술부와 자선단체 부문에서 많은 상을 수상하였다. 또한, 노숙자를 위한 예술프로젝트로 국제적인 협력과 교류를 시도한 최초의 사회적기업이기도 하다.

2017/18 시즌에는 461회의 워크숍, 37회의 공연, 66회의 자원봉사 참여기회를 제공했으며, 총 662명의 노숙자들이 프로젝트에 참여하였다. 참가자 중 58%는 처음으로 프로젝트에 참여한 사람들이었으며, 246명은 워크숍 세션에 5회 이상 참여하였다. 설문조사를 통해 알아본 결과, 참가자 대부분은 이 프로젝트에 참여함으로써 정신적, 육체적으로 건강해졌고, 미래에 대한 희망과 자신감을 얻게 되었으며, 새로운 사람들과 관계를 맺게 되면서 사회적 소속감이 생겼다고 답했다.

4. 프리랜서 협동조합 SMart(벨기에)⁶⁾

가. 미션과 연혁

프리랜서 협동조합 SMart는 벨기에에서 시작된 이후 유럽 9개국으로 확산된 프리랜서 예술가 협동조합 모델이다. 동일한 가치와 목표를 가지고 지역 파트너와 협력하여 유사한 서비스를 개발하는 자매기관 네트워크라고 지칭할 수 있다. 각 나라마다 문화예술 환경과 노동시장 구조 및 사회보장제도가 차이가 있어 다소 다르게 운영될지라도 다음과 같은 몇 가지 공통점을 기반으로 하고 있다. 문화예술인들이 자신의 사업체를 설립, 운영할 필요가 없이 자영업자나 독립적 프리랜서의 지위로 있는 것보다 낮은 비용으로 안정적인 사회보험 혜택을 받을 수 있다. 행정, 회계, 재무, 법무 등의 계약과 사업관리를 맡고, 창작활동을 위한 공간, 장비, 네트워크 등의 인프라를 서비스한다. 또한 지불보증기금, 사회보험 등의 혜택을 제공하고, 비즈니스 관련 각종 서비스를 제공한다.

2016년 기준 벨기에를 중심으로 프랑스, 스웨덴, 스페인 등 9개국에서 총 43개 지부를 운영하고 있다.

〈표 3-3〉 유럽국가별 SMart 조직현황 (2016 벨기에 SMart 사업보고서)

구분	창립년도	조직형태	서비스	수수료 (부가세불포함금액)	지부	서비스 이용자
벨기에	1998	협동조합 (2016년 전환)	- 활동과 프로젝트의 행정	6.5%	12개	85,000명
프랑스	2008	공익협동조합	회계, 재정지원(개인 또는 법인)	6.5%(법인), 8.5%(개인)	14개	10,000~20,000명
스웨덴	2012	유한책임회사	- 지불보증기금	6.5%	1개	100~1,000명
스페인	2013	협동조합	- 7일내 보수 지급(스페인)	7.5%	8개	1,000~10,000명
이탈리아	2013	협동조합	이탈리아, 헝가리에서는	8.5%	2개	100~1,000명
네덜란드	2013	재단	내달 10일 지급 규정, 네덜란드에서는 지급	6.5%	2개	10~100명
오스트리아	2013	협동조합	규정 없음	7.5%	1개	10~100명
독일	2013	협동조합	- 법률 지원	7%	2개	100~1,000명
헝가리	2014	비영리단체		8.5%	1개	100~1,000명

자료: 2016 벨기에 SMart 사업보고서, 2017년 서울시사회적경제지원센터 아카데미 사업 교안 재인용

6) 2017년 서울시사회적경제지원센터 아카데미 사업 교안 일부 발췌 재정리

벨기에 SMart는 1998년에 문화예술인을 위한 공제회사로 창립하였으며, 예술인의 지위 향상과 사회보장 관련 법제도 개선, 저작권 등 창작활동의 안정성을 강화하자는 목표로 “예술인의 전국 플랫폼(Plateforme nationale des Artiste, PFNA)”을 구축하였고, 문화예술인의 대변자로 자리매김하였다.

나. 조직구성과 경영방식

전국 12개 지부를 두고 있으며, 총 178명의 직원이 근무 (2016년 18명 신규채용)하고 있다. 이 중 상근직은 148명(컨설턴트가 72명)으로 전문성 강화하기 위하여 지속적으로 노력 중이다. 2016년 12월에 사회적목적 협동조합으로 전환하여 조합원 가입을 의무화하였다. 현재 12,600여 명의 조합원이 가입되어 있으며, 조합원은 카테고리A(이용자, 개인사업자, 독립노동자), 카테고리B(공급자, 발주기관, 전문 파트너기관 등)에 따라 가입조건이 상이하다.

〈표 3-4〉 조합원 카테고리별 가입대상 및 조건

	가입대상	가입조건
카테고리 A	이용자, 개인사업자, 독립노동자	출자금 30유로(1주 최소단위) * 과거 회비는 25유로
카테고리 B	공급자, 발주기관, 전문 파트너기관, 스마트 고용(직원, 인턴, 프리랜서, 학생) 등	전 해의 연간소득(세전) 기준, 소득의 1%에 기초해 계산하여 출자금 납부 * 2016년 31,000유로였을 경우 1%는 310유로, 310유로는 30유로로 딱 떨어지지 않으므로 300유로로 계산하여 10주를 출자금으로 납부하는 방식

자료: 2017년 서울시사회적경제지원센터 아카데미 사업 교안 인용

협동조합으로 전환과 함께 SMartsms 참여 거버넌스 조직, 지속가능한 사업모델, 이용자 범주확대 등의 목적 구현을 위해 운영 본부, 행정·재무본부, 전략과 개발 본부, 정보 서비스 본부 등 4개 본부로 조직구조를 재편하였다.

다. 사업내용

2016년까지 총 75,000명(누적 합계)이 스마트의 서비스를 접했으며, 21,244명(최소 1일 계약 포함)이 서비스를 이용하였다고 보고하고 있다. 2005년부터 현재까지 서비스 이용자는 꾸준히 늘어나고 있으며, 유럽 각국에서 예술인의 노동조건을 개선하고 유럽 내에서 예술인들의 창작활동(국가간 이동)을 용이하게 할 목적으로 이 모델을 확산하는 데 구심점 역할을 하고 있다. SMart를 통한 단기계약으로 595,940 근로시간이 신고 되었으며, 이는 2,709개의 상근직에 해당한다고 발표했다.

주요 사업은 크게 계약관리 서비스와 사업관리 서비스로 나누어 진행된다. 계약관리 서비스는 프리랜서 회원과(프리랜서에게 사업을 의뢰한) 고객 사이에서 이뤄지고 스마트는 고용계약서 작성, 고용 및 사회보험 신고 등 위임받은 행정 업무 처리 등을 진행한다. 사업관리 서비스에는 행정, 회계, 재무, 온라인 즉각 대응 관리, 보수 및 용역비 입금(7일 이내), 선금 지급 및 부가세 환급, 미지급금(체불 임금)에 대한 보증기금 운영, 법률 지원, 포괄 보장보험, 저작권료 청구, 보조금 관리, 협약(계약) 관련 자문 등이 포함된다.

그 외 2016년 전산 정보 종합관리본부를 신설하여 정보, 보안 시스템을 구축하였고, 산재·대인·대물보상보험 등 보험서비스를 추가적으로 제공하고 있다. 조합원의 근로형태가 전통적인 피고용인과 다르기 때문에 이를 반영한 포괄적 보험의 필요성을 강조한다. 또한 장비나 코워킹공간 임대, 교육, 보증기금의 혜택도 SMart의 서비스에 포함된다. 문화예술전문 클라우드펀딩 플랫폼 PUSH를 운영하는 것이 특이한 점이다.

라. 자원조달 방식과 재정 상황

SMart는 프리랜서의 고용 및 사회보험 관련 복잡한 행정 처리 대행 업무를 하고, 기관의 입장에서 다양한 프로젝트를 동시 수행하거나, 하나

의 프로젝트에 여러 명의 프리랜서를 고용해야 할 경우 행정서비스를 맡아 하고 있다. 이와 같은 서비스의 수수료를 총 매출의 6.5%(프랑스의 경우 8.5%)⁷⁾를 청구하여 조직의 운영재원을 마련하고 있다.

수수료 6.5%는 SMart 총 수입의 42.3%를 차지하고 있으며, 그 외에는 상호부조의 결과로 인한 수입 등이 있다. 지출항목의 절반 이상은 인건비이며, 그 외에 나머지는 임대료 등 운영비가 차지한다. 2016년 기준으로 총 수입은 2,100만 유로이며, 순수익이 400만 유로로 한화로는 52억 원에 달한다.

마. 특징 및 시사점

SMart는 프리랜서나 시간제 예술가를 위한 단순 계약관리 서비스였던 비즈니스 모델을 사업관리 서비스로 확장하면서 기타 서비스의 결합을 통해서 시너지를 창출하고 있다.

7) 수수료는 총 매출의 6.5%를 청구한다. 그 중 4.5%는 서비스 이용료이고, 2%는 보증기금이다. 프랑스의 경우는 임금총액의 8.5%로 계산하여 청구한다.

제3절

조직 유형별 이해

다음은 문화예술분야의 사회적경제조직을 사회적기업, 협동조합, 자활기업, 마을기업 등으로 구분하여 현황을 파악하고자 한다. 인증사회적기업의 경우, 2017년말 기준 전체 1,877개소 중에서 12%에 육박하는 222개소가 문화예술분야 조직이었다. 예비 사회적기업의 경우는 문화체육관광부의 부처형 예비사회적기업 제도가 없음에도 불구하고 전체 292개소 중 22%가 넘는 65개소가 문화예술분야에서 활동하는 조직이었으며, 65개 중 51개는 고용노동부 소관으로 확인되었다. 협동조합의 경우는 일반 협동조합의 전체 수에 비하여 문화예술분야의 협동조합이 7.4%밖에 차지하지 않지만, 절대량은 921개소로 사회적기업의 4배 이상의 수가 존재하고 있다는 것을 알 수 있다. 또한 828개의 전체 사회적협동조합 중에서 46개가 문화예술분야 사회적협동조합이었다. 문화체육관광부 소관인 사회적협동조합의 수는 2017년 기준 74개로 이 중 관광과 체육분야가 포함되어 있는 것으로 파악된다. 마을기업의 경우는 전체대비 9.6%인 146개를 차지했으며, 자활기업의 경우는 전체대비 1.2%인 15개로 문화예술분야 기업이 매우 적었다.

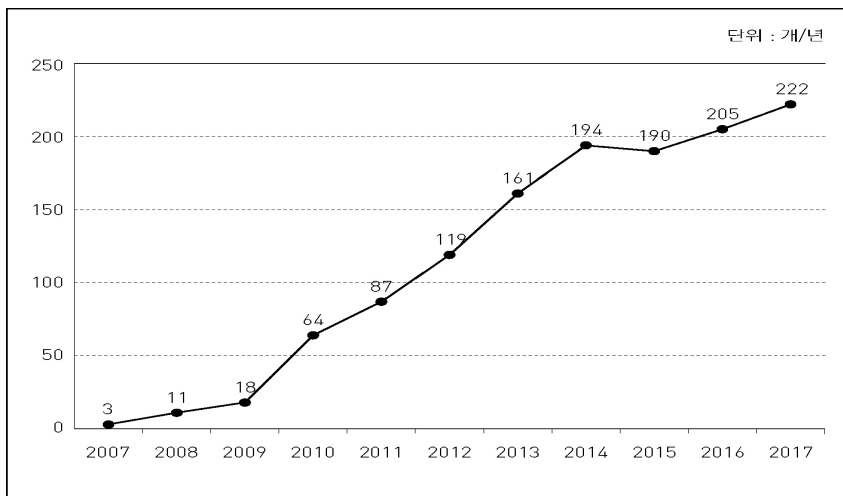
〈표 3-5〉 문화예술분야 사회적경제조직의 현황(단위: 개소)

구분	사회적기업(2017)			협동조합(2017)		마을기업 (2018.3)	자활기업 (2017)
	인증	예비 부처형	예비 지역형	일반	사회적		
전체	1,877	292	898	11,599	828	1,514	1,269
문화 예술	222 (11.8%)	65 (22.2%)	158 (17.6%)	913 (7.9%)	46 (5.6%)	146 (9.6%)	16 (1.2%)

자료: 한국사회적기업진흥원(사회적기업DB, 협동조합DB), 행정안전부(마을기업DB), 보건복지부(중앙자활센터DB)
(예비 부처형/지역형 사회적기업일부 중복)

1. 사회적기업

먼저 문화예술분야의 사회적기업은 사회적기업육성법 제정초기인 2007년에는 3개에 불과하다가 2009년 고용노동부와 문화체육관광부가 사회적기업 육성을 위한 MOU를 체결한 이후, 2010년을 기점으로 총 64개로 급격하게 증가하였으며, 2017년 222개까지 꾸준히 증가하고 있는 것을 알 수 있다. 2014년을 기점으로 인증사회적기업 수의 증가가 잠시 주춤한 것을 확인할 수 있다. 이는 2013년 제정된 협동조합기본법을 통하여 문화예술분야에서의 협동조합 설립이 많이 이루어진 것의 영향을 받은 것으로 추측된다. 2015년 이후 문화예술분야에서의 인증사회적기업 수가 다시 증가추세로 돌아섰으며, 이는 문화예술분야에서 활동하는 기업이 사회적기업 인증제도를 통해 사회적 가치 실현을 위한 요구가 증대되었다고 볼 수 있다.



자료: 한국사회적기업진흥원 연도별 자료 재정리

[그림 3-3] 2007~2017 문화예술분야 인증사회적기업의 수

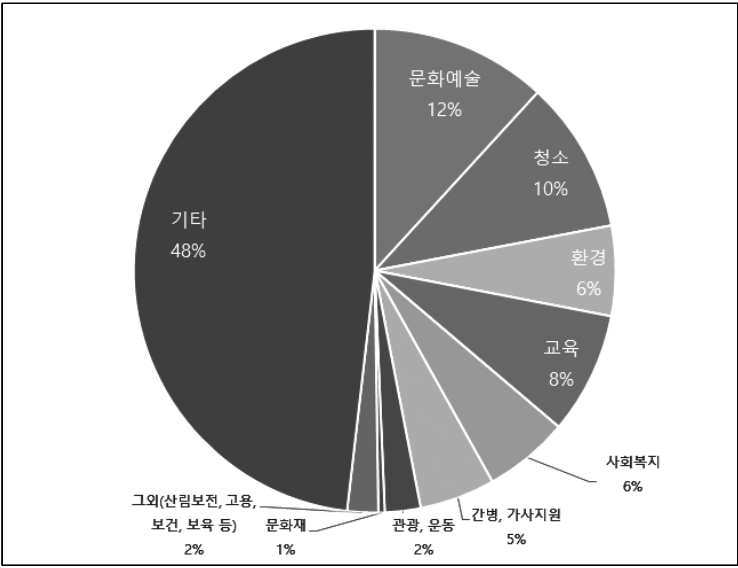
2017년 말을 기준으로 인증사회적기업(총 1,877개소) 중에서 서비스분야별로는 기타(904개, 48.2%)를 제외하고 문화예술이 222개로 전체의 11.8%로 가장 높은 수치를 보이고 있다. 청소 191개소(10.2%), 교육 153개소(8.1%),

환경 113개소(6.0%), 사회복지 107개소(5.7%) 등의 순으로 나타난다.

〈표 3-6〉 2017 사회적기업 서비스분야별 현황(단위: 개소)

구분	문화, 예술	청소	환경	교육	사회 복지	간병, 가사 지원	관광, 운동	보육	보건	문화재	산림 보전 및 관리	고용	기타
개소	222	191	113	153	107	95	45	13	14	8	7	5	904
(비율)	(11.8%)	(10.2%)	(6.0%)	(8.1%)	(5.7%)	(5.1%)	(2.5%)	(0.7%)	(0.7%)	(0.4%)	(0.4%)	(0.3%)	(48.2%)

자료: 한국사회적기업진흥원, 2017 인증사회적기업 지정현황 자료 재정리

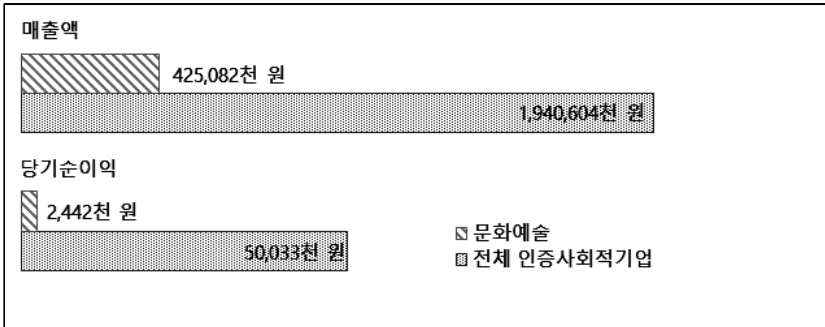


자료: 한국사회적기업진흥원 내부 자료

[그림 3-4] 2017 사회적기업 서비스분야별 현황

다음은 문화예술분야 사회적기업의 재정 현황을 살펴보고자 한다. 한국사회적기업진흥원에서 제공한 2017년 말 기준 데이터에 따르면 문화예술 분야 사회적기업 매출액은 연평균 4.2억 원으로 전체 인증기업(평균 19.4억 원)의 5분의 1 수준에 그치고 있다. 당기순이익의 경우도 평균 2.4백만 원으로 나타났는데, 이는 전체 인증사회적기업 50백만 원의 20분의 1로 경제적 성과가 매우 저조한 것을 확인할 수 있다. 2016년 말 기준 전체 사회적기업은 2조 6천억 원에 가까운 매출 총액을 보고하였

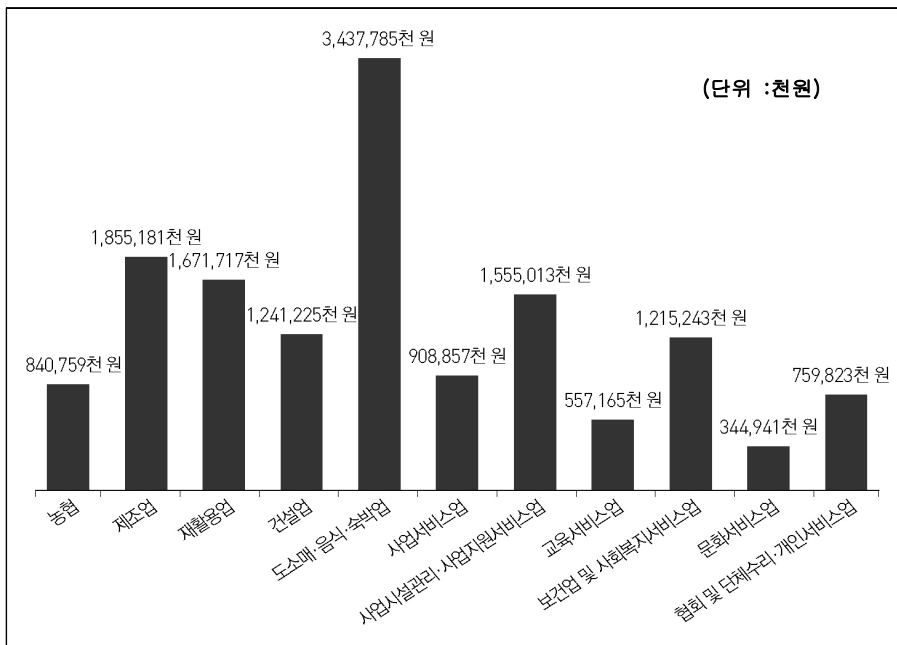
으며, 매출액 평균은 1,582백만 원으로 나타난다.



자료: 한국사회적기업진흥원 내부 자료

[그림 3-5] 2017 사회적기업 평균 매출액 및 당기순이익

표준산업분류를 통한 ‘문화서비스업’ 평균 매출액은 평균이 345백만 원으로 11개 업종 중 최하위를 나타내고 있다.



자료: 고용노동부(2016) 재정리

[그림 3-6] 2016 표준산업분류별 사회적기업 매출액(단위: 천원)

다음으로 사회적기업 지원금 현황을 확인해보고자 한다. 지원금은 사회적기업이 정부 및 민간으로부터 받은 지원금을 의미한다. 2016년 전체 지원금 총액은 1천 6백억 원 정도로 나타났다. 이를 세부 항목별로 구분해 보면 정부지원 이외의 일반지원(기업후원, 모기관지원, 일반기부, 기타 민간지원) 금액으로 나누어볼 수 있다. 문화예술분야 사회적기업이 운용한 다양한 지원금과 평균지원금액을 살펴보면 다음과 같다. 문화서비스업의 사회적기업 중 144개소가 정부지원금을 받았으며, 이는 전체 지원기업 수 대비 97%에 달한다. 평균 99백만 원의 정부지원금을 지원받았다. 평균 지원금액이 가장 높은 것은 일반기부금인데, 총 42개소의 사회적기업이 평균 256백만 원의 기부금을 지원받았다. 종합적으로는 총 148개소에서 평균 112백만 원의 지원금을 받아 운영한 것으로 조사되었다.

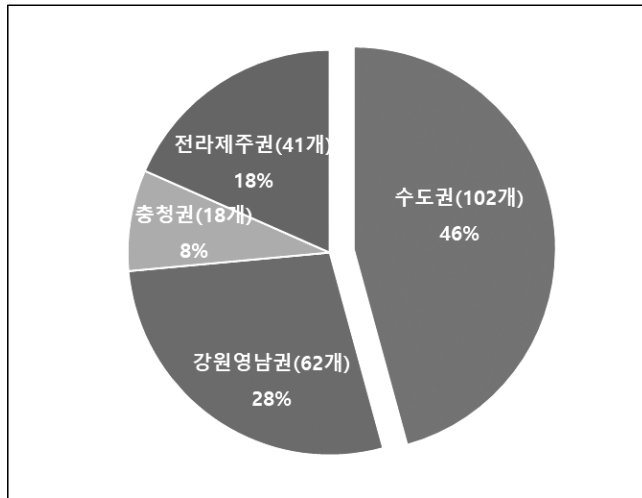
〈표 3-7〉 2016 문화서비스업 분야 사회적기업 평균지원금액(단위: 천원)

구분	지원기업 수	문화서비스업 평균 지원금액	전체 평균 지원금액
정부지원금	144	99,484	101,437
기업후원금	28	29,591	61,726
모기관지원금	2	21,844	6,944
일반기부금	42	25,950	25,264
기타민간지원금	6	45,858	31,413
총지원금	148	111,912	112,816

자료: 한국사회적기업진흥원(2016) 자료 참고

정부 지원의 경우 2018년 8월 기준 문화예술분야 사회적기업 전체 223개 기업 중 183개의 기업이 인건비 및 사업화개발비, 정책자금 지원을 받았으며, 금액은 기업당 평균 92,147천원으로 나타났다.

2018년 8월 기준 문화예술분야 사회적기업의 지역별 분포를 살펴보면, 전체의 46%(102개소)가 서울을 포함한 수도권에 집중되어 있다. 그러나 2012년 수도권의 사회적기업 비율이 55%(68개소)였던 것을 감안했을 때 수도권 집중현상은 완화되고 있는 것으로 보인다.



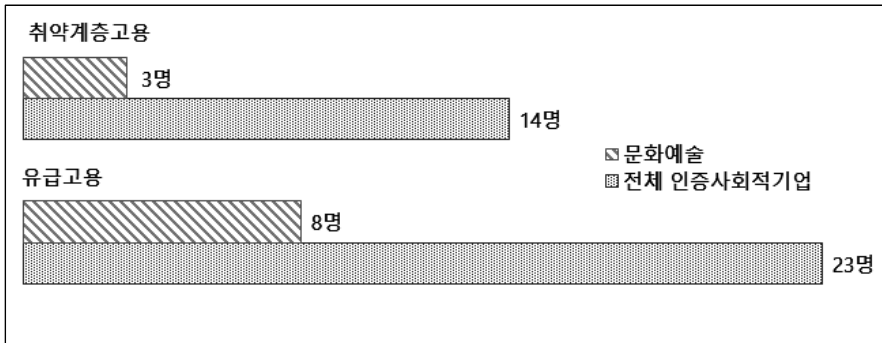
자료: 한국사회적기업진흥원 내부 자료

[그림 3-7] 문화예술분야 사회적기업 지역 분포

문화예술분야 사회적기업은 2017년 평균 7.9명을 고용하여 전체 인증 사회적기업 평균 23명의 3분의 1 수준이었다. 취약계층 고용인원도 문화예술분야 사회적기업이 2017년 평균 3명으로 전체 인증 사회적기업 평균 14명의 4.5분의 1으로 나타났다.

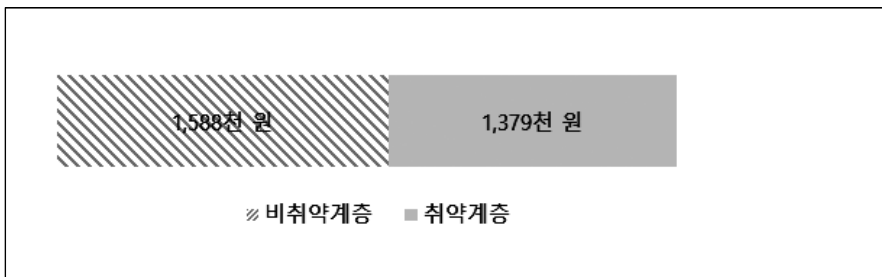
문화예술분야 사회적기업의 2017년 유급근로자 평균 임금은 1,504천 원이며 비취약계층 1,588천 원, 취약계층 1,379천 원으로 비취약계층의 임금이 취약계층보다 15%가량 높았다.

또한 근로시간은 2017년 기준 평균 34.7시간이며 비취약계층 35.2시간, 취약계층 26.5시간으로 비취약계층의 근로시간이 취약계층보다 약 33%가량 많은 것을 알 수 있다.



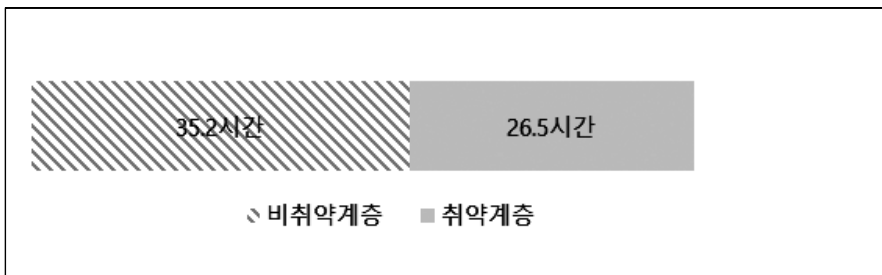
자료: 한국사회적기업진흥원 내부 자료

[그림 3-8] 사회적기업 일반 유급고용 및 취약계층 평균 고용인원 수



자료: 한국사회적기업진흥원 내부 자료

[그림 3-9] 문화예술분야 사회적기업 유급근로자 평균 임금



자료: 한국사회적기업진흥원 내부 자료

[그림 3-10] 문화예술분야 사회적기업 유급근로자 평균 근로시간

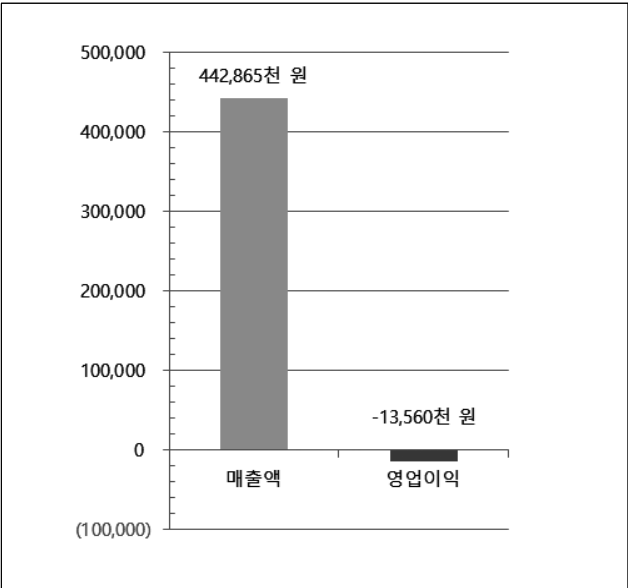
2. 협동조합

협동조합은 일반협동조합, 일반협동조합연합회, 사회적협동조합, 사회적협동조합연합회로 나누어 볼 수 있다. 2017년 기준 전체 협동조합 수 대비 문화예술분야에서의 일반협동조합·연합회는 총 913개(7.9%), 사회적협동조합·연합회는 46개(5.6%)를 차지하고 있었다.

협동조합 유형에는 사업자협동조합, 직원협동조합, 소비자협동조합, 다중이해관계자협동조합이 있다. 문화예술분야 일반협동조합의 유형별 현황을 살펴보면 전체 913개소 중 사업자협동조합이 642개(69.9%)로 가장 많았고, 그 다음으로 다중이해관계자협동조합 221개(24.0%), 소비자협동조합 28개(3.0%), 직원협동조합 28개(3.0%)의 순으로 나타났다. 문화예술분야 사회적협동조합은 46개소 모두 다중이해관계자협동조합이었다.

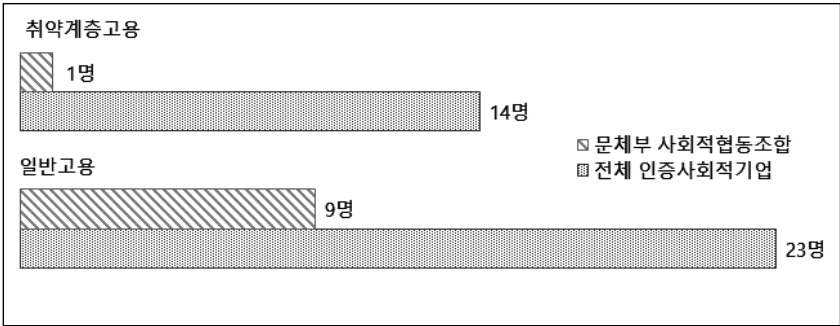
협동조합의 경우, 일반 협동조합은 조합원이 200인 이상 또는 직전년도 출자총액이 30억 원 이상의 조합이, 사회적협동조합은 전체 조합이 경영공시가 의무이나 실제 사회적협동조합 1,047개 중 435개(41%)만 경영정보를 공시하고 있다.

문화체육관광부 사회적협동조합은 88개 중 33개 조직이 경영공시를 실행하였고, 경영공시 자료에 따르면 평균 매출은 442,865천원이며, 평균 영업이익은 -13,560천원으로 나타났다.



자료: 한국사회적기업진흥원 내부 자료

[그림 3-11] 문화예술분야 협동조합 경제적 성과(매출액, 영업이익)

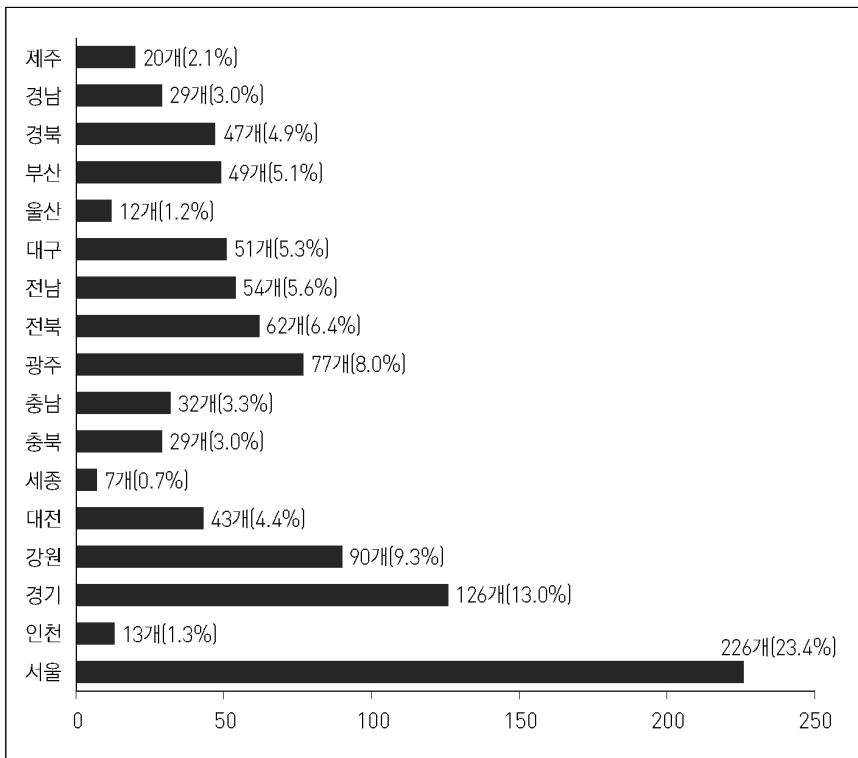


자료: 한국사회적기업진흥원 내부 자료

[그림 3-12] 2017 문화예술분야 협동조합 유형별 현황

고용인원은 평균 9명이며 이 중 취약계층은 평균 1명으로 취약계층 고용인원은 인증사회적기업 대비 1/14에 불과한 것으로 나타났다. 그러나 사회적협동조합도 2018년부터 사회적기업과 동일하게 인건비 지원사업에 참여 가능하여 취약계층 고용이 증가할 것으로 예상된다.

지역별 분포를 살펴보면 서울이 226개소(23.4%)로 가장 많았고, 그 다음으로 경기 126개소(13.0%), 강원 90개소(9.3%), 광주 77개소(8.0%) 순으로 나타났다. 서울과 인천, 경기 지역을 합친 수도권 지역의 문화예술 분야 협동조합 수가 365개소로 전체의 37.7%를 차지하고 있다. 반면, 세종(7개소, 0.7%), 울산(12개소, 1.2%), 인천(13개, 1.3%) 등에 비교적 적은 수의 문화예술분야 협동조합이 분포되어 있었다.

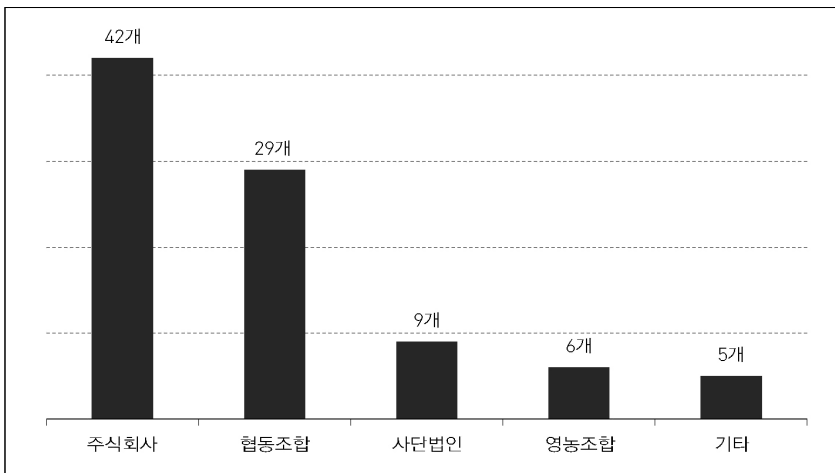


자료: 한국사회적기업진흥원 제공 협동조합 공시자료(2017)

[그림 3-13] 2017 문화예술분야 협동조합 지역별 현황

3. 마을기업

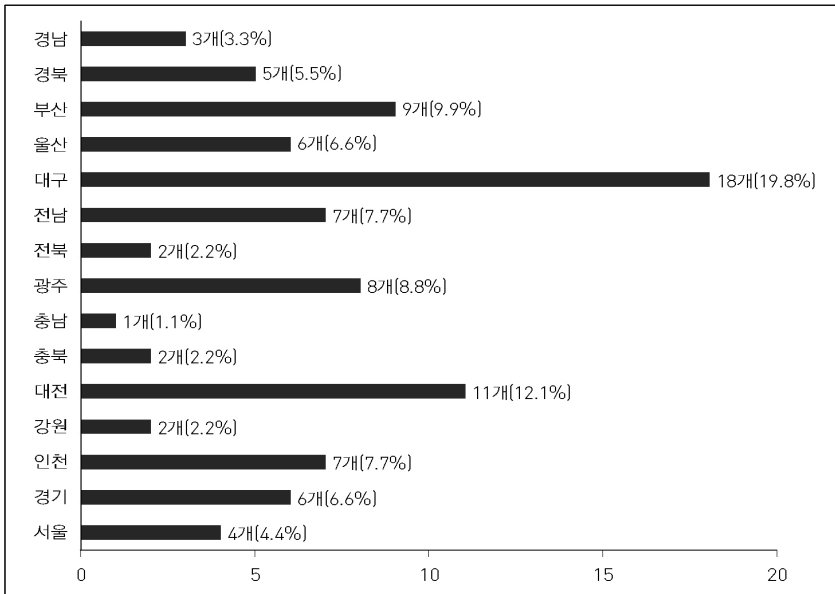
2016년 기준 문화예술분야 마을기업은 총 93개소로 전체 마을기업 1,274개소의 약 7.3%를 차지하고 있다. 문화예술분야 마을기업의 목적사업으로는 수공예품 제작 및 판매, 문화예술교육, 마을축제기획, 지역문화 체험사업 등이 있다. 문화예술분야의 마을기업은 주식회사, 협동조합, 사단법인, 영농조합 등의 다양한 법인형태로 구성되어 있다. 2016년 기준 문화예술분야 마을기업의 법인형태별 분포를 살펴보면 주식회사가 42개(46.2%)로 가장 많았고, 협동조합 29개(31.9%), 사단법인 9개(9.9%), 영농조합 6개(6.6%), 기타 5개(5.5%) 순으로 나타났다.



자료: 행정안전부 마을기업 공시자료(2016)

[그림 3-14] 2016 문화예술분야 마을기업 법인형태별 현황

2016년 문화예술분야 마을기업의 지역별 분포를 살펴보면 대구가 18개소(19.8%)로 가장 많았고, 그 다음으로 대전 11개소(12.1%), 부산 9개소(9.9%), 광주 8개소(8.8%) 순으로 나타났으며, 충남이 1개소(1.1%), 강원, 충북과 전북이 2개소(2.2%)로 적은 수의 분포를 보였다. 지역문화를 활용하는 마을기업의 특성상 서울·경기 지역보다 지방의 대도시에서 비교적 많은 수의 마을기업이 분포되어 있었다.



자료: 행정안전부 마을기업 공시자료(2016)

[그림 3-15] 2016 문화예술분야 마을기업 지역별 현황

4. 자활기업

자활기업은 지역자활센터의 자활근로사업을 통해 습득된 기술을 바탕으로 1인 혹은 2인 이상의 수급자 또는 저소득층 주민들이 생산자협동조합이나 공동사업자 형태로 운영되는 기업이다. 자활근로사업 시장진입형 중 (신규)예비자활기업을 통해 자활기업으로 창업할 수 있다.

2016년 기준 문화예술분야 자활기업은 총 10개소로 전체 자활기업(1,148개소)의 약 0.9%에 불과하다. 업종별로 구분해보면 일반서비스유통(매장)이 4개소, 공산품 제조 3개소, 기타 업종 3개소로 분류할 수 있다. 지역별로는 경기 2개, 강원 2개, 서울, 인천, 충북, 전북, 경남, 대전광역시 각각 1개소로 분포되어 있다.

문화예술분야 자활기업의 절반 이상이 색, 도예, 주얼리 등을 소재로

한 공방의 형태로 운영되고 있다. 제품을 생산하여 현장에서 판매하는 것과 더불어 체험학습프로그램 및 교육프로그램을 진행하고 있다.

5. 소셜벤처

문화예술분야에서의 소셜벤처는 별도로 창업에 대한 집계나 운영에 대한 자료가 존재하지 않기 때문에 한국사회적기업진흥원에서 진행한 ‘사회적 기업가 육성사업’에 참여한 기업을 중심으로 분석하였다. ‘11년부터 문화체육관광 분야의 아이টে으로 육성사업에 참여한 창업팀은 총 679개 팀으로 전체 창업팀 2,864개 대비 24.4%를 차지하였다.

이 중 573개 팀(84.4%)이 창업에 성공하여 전체 창업성공팀 대비 23.4% 비율을 차지하고 있으며, 181개 팀(31.6%)이 (예비)사회적기업으로 진입하였다. 이중 38개 창업팀은 현재 고용노동부 사회적기업 인증을 완료한 상태이다.

〈표 3-8〉 연도별 사회적기업가 육성사업 문화체육관광부 창업지원 현황(단위: 팀)

구분	‘11년	‘12년	‘13년	‘14년	‘15년	‘16년	‘17년	합계
육성팀	79	97	101	104	79	108	111	679
업성공팀	56	57	72	97	76	107	108	573
예비진입	16	27	24	27	25	35	27	181

자료: 한국사회적기업진흥원 내부 자료

사회적기업가 육성사업 5기(2016년)에서는 107개 창업팀 중 39개 기업이 우수 사례로 선정되어 소개되었고, 그 중 5개 기업(오투놀이학교, 두레아트, 음악극단 콩나물, 지역문화공동체 반반협동조합, 충남문화예술협동조합 등)이 문화예술분야에서 선정되었다. 2017년 6기 육성사업에서도 총 108개 창업팀 중 38개 기업이 우수 사례로 소개되었고, 그 중 6개 기업(퍼니브라운, 협동조합 판, 세 번째 그림, 아토, 구름마, 손수다혜 등)이 문화예술분야에서 선정되었다. 꾸준히 문화예술분야에서의 소

설벤처들이 창업과 시장진입을 위해 노력하고 있는 것을 확인할 수 있다. 이렇게 한국사회적기업진흥원이 진행하는 사회적기업가 육성사업에 참여한 대부분의 문화예술분야 사회적경제조직은 고용노동부 소속의 예비 사회적기업이나 인증사회적기업으로 진출하고 있는 실정이다.

다음은 사회적기업가 육성사업 참여 문화예술분야 사회적경제조직들의 간략한 소개와 사업내용을 소개하고 있다.

사례1. 오투놀이학교

- 대 표 : 최형구
- 사업영역 : 전통문화예술 놀이 및 교육 서비스 제공
- 사업내용 :



오투놀이학교는 가족의 회복을 꿈꾸며, 가족의 밑알인 아이들에게 전통음악과 전래놀이, 흙놀이를 통해 즐거움을 전한다. 대표적인 교육수업으로는 전통음악수업 '소리랑', 세시풍속 체험수업 '노리랑', 그리고 도예 체험수업 '흙이랑'이 있으며, 현재 춘천, 인제, 홍천, 양구 등 약 40개의 어린이집, 유치원에서 수업을 제공하고 있다.

"소셜미션을 추구하는 사회적기업가로서 '사회적 가치'가 제대로 서있다면 수익도 저절로 따라온다고 생각한다."

"사회적기업가 육성사업으로부터 많은 도움을 받았다. 멘토링 과정은 오투놀이학교가 추구하고자 하는 사회적 가치를 되새기게 하였고, 이를 통해 지금의 시스템을 갖추 수 있게 되었다."

사례2. 두레아트

- 대 표 : 김현정
- 사업영역 : 스타킹 공예 및 리사이클링 공예
- 사업내용 :



순천에 소재하는 두레아트는 스타킹, 패티아어, 캔 뚜껑 등 일상생활 속에서 버려지는 것들로부터 새로운 가치를 발견하고, 재활용하여 생활소품을 만든다. 순천지역 여행자들을 위해 스타킹 공예 체험 부스를 열고 있으며, 범죄 피해 여성들이나 장애인 대상으로 한 공예 수업을 운영하며, 예술의 사회적 가치를 실현하고 있다.

"순천 교육청의 추천으로 두레아트가 교육부에 진로 체험 정식 업체로 등록됐다. 전국에서 순천으로 수학여행 오면 학생들이 두레아트를 방문해 스타킹 공예체험을 할 수 있다."

"순천에는 참신한 아이디어를 가진 친구들이 많다. 그런데 여기 친구들이 뛰어난 만큼 지원이 안 되고 있어서 아쉬울 때가 있다."

한국사회적기업진흥원은 창업 아이템의 다양화 및 전문화에 대응할 수 있도록 권역단위 창업지원기관과 별도로 특정 분야의 창업지원기관을 운영하고 있다. 특히 올해 부처형 예비사회적기업 확대 등에 따라 6개 분야로 특화분야 창업지원기관 운영 확대 실시하고 있다. 2014년 이후 문화예술관련으로 특화분야가 설정되어 있지 않은 것을 확인할 수 있다.

〈표 3-9〉 최근 5년간 업종특화 창업지원기관 운영 현황

구분	'14년	'15년	'16년	'17년	'18년
분야	<ul style="list-style-type: none"> - 문화예술 - 디자인/패션 - 농촌형 커뮤니티 비즈니스 	<ul style="list-style-type: none"> - 글로벌 - IT - 제조 	<ul style="list-style-type: none"> - IT - 글로벌 	<ul style="list-style-type: none"> - IT - 글로벌 - 디자인 · 제조 	<ul style="list-style-type: none"> - IT - 글로벌 - 디자인 · 제조 - 도시재생 - 여성 - 귀산촌 · 산림

자료: 한국사회적기업진흥

제4장 ●●

문화예술분야 사회적경제조직 현황



제1절

실태조사

문화예술분야 사회적경제조직을 대상으로 운영 현황을 파악하기 위해 실태조사를 실시하였다. 총 337개 기업/단체를 대상으로 조직의 일반 현황, 근로자 현황, 경제적성과, 조직 성장단계, 운영상 애로사항 등을 설문하였다. 조사 세부 내용은 다음과 같다.

〈표 4-1〉 조사 세부 내용

구 분	내 용
(1) 조사 대상	문화예술분야 사회적경제조직
(2) 유효 표본	337개 기업/단체
(3) 표본 오차	95% 신뢰수준에서 $\pm 4.21\%p$
(4) 조사 방법	구조화된 설문지를 활용한 온라인 조사 (응답자 편의에 따른 Multi-mode Survey 적용)
(5) 자료 처리 및 분석	수집 된 자료는 Editing - Coding - Punching - Cleaning 과정을 거쳐 통계패키지 SPSS 21.0 for Windows로 분석함
(6) 조사 기간	2018년 7월 5일 ~ 8월 9일 (약 5주)

〈표 4-2〉 조사 설문지 내용

항 목	내 용
조직 개요	<ul style="list-style-type: none"> - 대표자 정보(성별, 연령 등) - 기관 유형 / 표본산업분류 - 현재 조직상태 및 운영 상태 - 주요 사업내용 및 주요 연계사업
유급근로자 고용 현황	<ul style="list-style-type: none"> - 유급근로자 총 인원 - 연령/취약계층/고용형태/직급별 유급근로자 고용 현황
자원봉사자 현황	<ul style="list-style-type: none"> - 자원봉사자 총 인원 - 성별/학력/연령별 자원봉사자 수
경제적 성과	<ul style="list-style-type: none"> - 재정 현황(자산, 부채, 자본) - 매출액 구성(공공/민간시장 등) - 매출 및 손익 현황(매출액, 영업이익, 당기순이익)
기 타	<ul style="list-style-type: none"> - 공공/민간기관 지원경험 및 지원 내용 - 조직의 성장단계 - 사회적 금융을 통한 수혜경험 및 내용 - 문화예술분야 사회적경제조직 운영애로사항 및 지원 - 조직 활동 기반에 대한 활동 정도

조사대상 문화예술분야 사회적경제조직은 893개 중 결번인 212개를 제외한 681개를 대상으로 조사를 진행하였으며, 조사 최종 응답 문화예술분야 사회적경제조직은 337개로 응답률 49.5%로 조사를 완료하였다.

특히, 조사에 참여한 337개 문화예술분야 사회적경제조직 중 기관 유형이 중복된 기관은 55개로 확인되었으며, 결과분석 시 기관 유형 중복을 포함하여 392개 문화예술분야 사회적경제조직의 데이터를 자료처리 및 분석하였다. 기관 유형 중복기관을 처리한 최종 문화예술분야 사회적경제조직의 특성은 다음과 같다.

〈표 4-3〉 조사 기관 유형 및 특성

구 분		사례수	비율(%)	비 고
전 체		(337)	100.0	실제 조사에 참여한 문화예술분야 사회적경제조직 수
기관 유형	사회적기업	(237)	60.5	사회적경제조직 337개 중 기관 유형이 중복된 55개를 추가하여 392개로 최종 결과분석함
	협동조합	(130)	33.2	
	자활기업	(4)	1.0	
	마을기업	(21)	5.4	

데이터 확인 및 검증을 거친 설문자료에 대해 SPSS 사회과학통계프로그램을 이용하여 빈도분석, 교차분석 등의 통계표를 산출하였다.

〈표 4-4〉 조사 기관 일반 유형

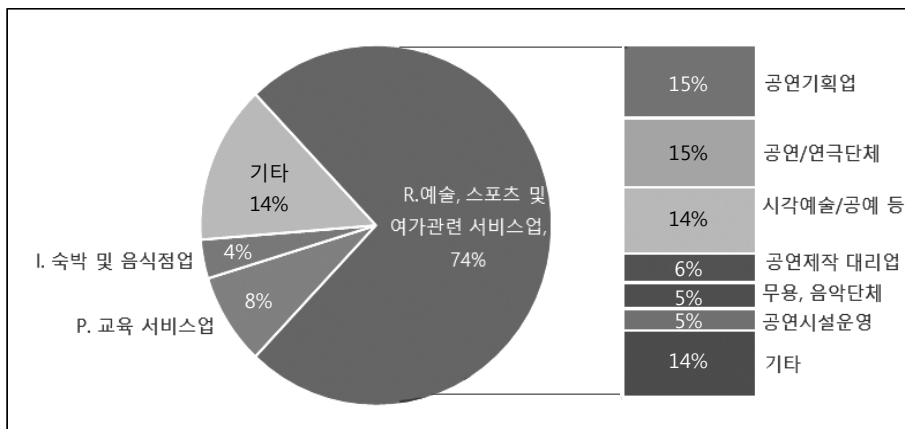
구 분		사례수	비율(%)
전 체		(337)	100.0
기관유형 (대분류)	사회적기업	(237)	60.5
	협동조합	(130)	33.2
	자활기업	(4)	1.0
	마을기업	(21)	5.4
기관유형 (세분류)	인증사회적기업	(121)	30.9
	부처형 예비사회적기업	(35)	8.9
	지역형 예비사회적기업	(81)	20.7
	사회적협동조합	(20)	5.1
	일반협동조합	(106)	27.0

구 분		사례수	비율(%)
	일반협동조합연합회	(4)	1.0
	자활기업	(4)	1.0
	마을기업	(21)	5.4
조직상태	상법에 따른 회사	(113)	28.8
	상법에 따른 합자조합	(5)	1.3
	민법에 따른 법인	(72)	18.4
	민법에 따른 조합	(4)	1.0
	비영리민간단체	(35)	8.9
	소비자생활협동조합	(5)	1.3
	협동조합기본법에 따른 협동조합 · 협동조합연합회	(112)	28.6
	협동조합기본법에 따른 사회적 협동조합 · 협동조합연합회	(45)	11.5
	기타(개인사업자 등)	(1)	0.3
소재지	서울	(94)	24.0
	부산	(14)	3.6
	대구	(32)	8.2
	인천	(18)	4.6
	광주	(21)	5.4
	대전	(16)	4.1
	울산	(10)	2.6
	세종	(4)	1.0
	경기	(38)	9.7
	강원	(34)	8.7
	충북	(9)	2.3
	충남	(12)	3.1
	전북	(26)	6.6
	전남	(17)	4.3
	경북	(21)	5.4
	경남	(22)	5.6
	제주	(4)	1.0

1. 사업유형

표준산업분류에 따른 조직 유형을 나누어보았을 때, 문화예술분야 사회적경제조직의 74%가 R코드에 해당하는 예술, 스포츠, 및 여가관련 서비스업에 포함되어있는 것으로 나타났다. 그 이외에 상당수의 조직이 교육 서비스업, 숙박 및 음식점업에 포함되어 있었으며, 제조업, 농업, 과학 등에도 적은 수이지만 다수 포함되어있었다.

예술, 스포츠 및 여가관련 서비스업의 경우에는 공연기획업과 공연/연극 단체가 15%를 차지했고, 시각예술/공예, 공연제작 대리업, 무용/음악 단체 등 순으로 나타났다. 기타 응답에는 방송이나 영화 등이 포함되어있었다.



[그림 4-1] 문화예술분야 사회적경제조직의 사업 유형

조직의 사업 유형과 더불어 연계 사업에 대한 설문에는 관광(23.7%), 농업/생태(9.8%), 환경(재활용, 업사이클 등)(7.4%) 등의 순서로 나타났으며, 그 이외에 치료, 과학/기술, 공정무역, 문화재, 패션 등과 사업을 연계하고 있는 것으로 나타났다.

2. 인력 현황

가. 유급근로자 고용 현황

문화예술분야 사회적경제조직의 전일제 근로자는 평균 2.4명, 시간제 근로자는 평균 0.4명으로 나타났으며, 여성 근로자(평균 1.6명)가 남성 근로자(평균 1.2명)보다 많은 것으로 나타났다.

〈표 4-5〉 유급근로자 고용 현황 [단위: 평균(명)]

구 분		전 일 제			시 간 제			전일제+시간제	
		남성	여성	합계	남성	여성	합계	남성	여성
총 인원		2.2	2.7	2.4	0.3	0.6	0.4	1.2	1.6
인증사회적기업		2.9	3.8	3.4	0.2	0.4	0.3	1.6	2.1
부처형 예비사회적기업		1.7	2.7	2.2	0.1	0.4	0.2	0.9	1.5
지역형 예비사회적기업		2.0	2.0	2.0	0.2	0.9	0.6	1.1	1.5
사회적협동조합		1.8	7.1	4.4	0.2	0.5	0.3	1.0	3.8
일반협동조합		1.8	1.4	1.6	0.3	0.6	0.5	1.1	1.0
일반협동조합연합회		0.5	0.8	0.6	0.0	0.0	0.0	0.3	0.4
자활기업		0.3	1.3	0.8	0.8	1.0	0.9	0.5	1.1
마을기업		1.5	1.5	1.5	0.8	0.8	0.8	1.2	1.1
연령별	39세 이하	1.5	1.9	1.7	0.8	2.2	1.5	1.2	2.1
	40~54세	0.8	0.9	0.9	0.9	0.7	0.8	0.8	0.8
	55세 이상	0.5	0.6	0.5	0.6	0.7	0.6	0.5	0.6
고용상태	정규직	2.6	3.1	2.9	0.6	0.9	0.8	1.6	2.0
	비정규직	0.3	0.3	0.3	1.6	2.2	1.9	0.9	1.2
직급상태	관리직	1.5	1.6	1.6	0.3	0.4	0.4	0.9	1.0
	비관리직	1.3	1.8	1.6	1.9	3.2	2.5	1.6	2.5
취약계층	저소득자	0.4	0.3	0.4	0.4	0.8	0.6	0.4	0.6
	고령자	0.3	0.4	0.3	0.3	0.4	0.4	0.3	0.4
	장애인	0.1	0.0	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1
	청년	0.3	0.5	0.4	0.2	0.7	0.5	0.3	0.6

특히, 사회적협동조합의 경우에는 전일제 유급근로자 수가 다른 유형의 조직보다 훨씬 많은 것으로 나타났으며, 전일제 여성은 평균 7명을 상회하는 것으로 나타났다. 사회적협동조합을 제외하면 인증사회적기업

이 전일제와 시간제, 남성과 여성 고용인원 모두 비교적 높은 수치를 보여 주고 있다.

취약계층 유급근로자 고용현황을 살펴보면, 인증사회적기업은 저소득자와 청년을 적극적으로 고용하고 있으며 부처형/지역형 예비사회적기업은 청년을 적극적으로 고용하고 있는 것을 알 수 있다. 사회적기업의 인건비 지원 제도가 영향을 미친 것으로 판단되며, 청년들은 구직활동에 있어 사회적기업을 선호한다고 유추해볼 수 있다. 사회적협동조합도 2018년부터 사회적기업과 동일하게 인건비 지원사업에 참여 가능하여 취약계층 고용이 증가할 것으로 예상된다. 그러나 취약계층 고용을 통한 인건비를 지원받는 경우에 조직이 현황을 파악하고 있는 경우가 대다수이므로 실제로 고용한 취약계층 근로자 수라고 판단하기에는 어렵다.

〈표 4-6〉 취약계층 유급근로자 고용 현황 [단위: 평균(명)]

구 분 (전일제 + 시간제)	저소득자		고령자		장애인		청년	
	남성	여성	남성	여성	남성	여성	남성	여성
전 체	0.4	0.6	0.3	0.4	0.1	0.1	0.3	0.6
인증사회적기업	0.6	0.6	0.2	0.2	0.1	0.1	0.4	0.6
부처형 예비사회적기업	0.1	0.3	0.1	0.1	0.0	0.0	0.4	0.6
지역형 예비사회적기업	0.3	0.4	0.2	0.2	0.0	0.0	0.2	0.7
사회적협동조합	0.1	0.0	0.4	3.9	0.4	0.1	0.3	0.4
일반협동조합	0.3	0.4	0.4	0.3	0.0	0.0	0.1	0.3
일반협동조합연합회	0.0	0.5	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.5
자활기업	0.5	1.3	0.0	0.3	0.5	0.0	1.0	0.0
마을기업	0.1	0.3	0.0	0.1	0.1	0.0	0.3	0.2

나. 자원봉사자 활용 현황

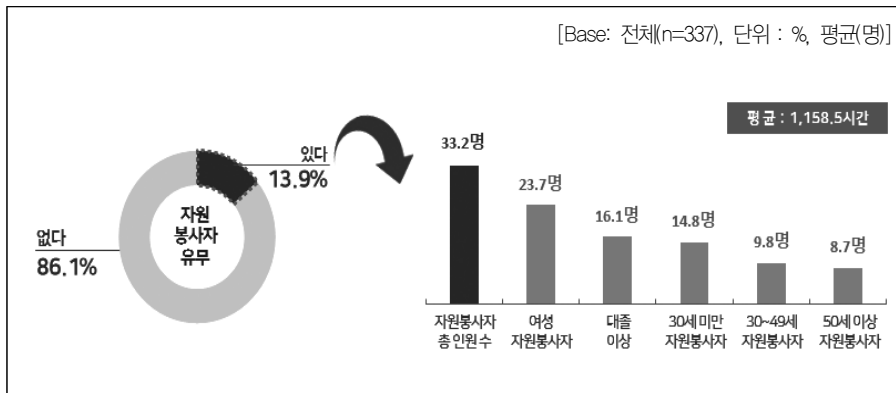
문화예술분야 사회적경제조직의 13.9%는 자원봉사자가 있는 것으로 나타났으며, 자원봉사자가 없는 경우는 86.1%로 나타났다. 사회적경제조직 특성별로 살펴보면 비영리법인인 사회적협동조합(35.0%)과 비교적 지역사회를 기반으로 활동하는 마을기업(33.3%)이 가장 많이 자원봉사자를 활용하고 있으며, 다음으로는 일반협동조합(20.8%), 부처형 예비사회적

기업(14.3%), 인증사회적기업(10.7%), 지역형 예비사회적기업(8.6%)순 자원봉사자를 활용하고 있는 것으로 나타났다. 자활기업은 자원봉사자를 활용하고 있지 않은 것으로 나타났다.

〈표 4-7〉 자원봉사자 활용 현황 [단위: 평균(명)]

	사례수	있음	없음	계
전 체	(337)	13.9	86.1	100.0
인증사회적기업	(121)	10.7	89.3	100.0
부처형 예비사회적기업	(35)	14.3	85.7	100.0
지역형 예비사회적기업	(81)	8.6	91.4	100.0
사회적협동조합	(20)	35.0	65.0	100.0
일반협동조합	(106)	20.8	79.2	100.0
일반협동조합연합회	(4)	0.0	100.0	100.0
자활기업	(4)	0.0	100.0	100.0
마을기업	(21)	33.3	66.7	100.0

유급근로자(전일제, 시간제) 인원을 제외한 자원봉사자는 평균 33.2명이었으며, 자원봉사활동 시간 총합은 2017년 한 해 기준으로 평균 1,158.5시간이었다. 자원봉사자 중 여성은 평균 23.7명, 대졸(4년제 이상)은 평균 16.1명으로 나타났으며, 연령별로는 ‘30세 미만’은 평균 14.8명, ‘30~49세’는 평균 9.8명, ‘50세 이상’은 평균 8.7명이었다.



※ 자원봉사자 : 유급근로자(전일제, 시간제) 인원을 제외한 자원봉사자

[그림 4-2] 자원봉사자 현황

3. 경제적 성과

가. 재정, 매출 및 손익 현황

문화예술분야 사회적경제조직의 재정 현황을 살펴보면, 자산 평균 10,674.7만 원, 부채 평균 10,385.4만 원, 자본 평균 4,405.6만 원으로 나타났다. 매출 및 손익 현황은 매출액 평균 20,804.7만 원, 영업이익 평균 마이너스 260.1만 원, 당기순이익 평균 마이너스 2.0만 원으로 나타났다.

〈표 4-8〉 재정, 매출 및 손익 현황 [전체(n=337), 단위 : 평균(만 원)]

구 분		재정 현황			매출 및 손익 현황		
		자 산	부 채	자 본	매출액	영업이익	당기순이익
전 체		10,674.7	10,385.4	4,405.6	20,804.7	-260.1	-2.0
기관 유형	인증사회적기업	11,921.0	7,991.5	6,506.1	31,951.8	-870.3	-381.3
	부처형 예비사회적기업	23,399.2	24,658.5	759.5	14,172.7	-568.9	-1,143.3
	지역형 예비사회적기업	15,653.7	15,083.2	2,316.8	20,714.6	-267.3	-237.9
	사회적협동조합	7,987.7	6,966.4	3,211.1	24,716.3	-4,255.8	1,233.2
	일반협동조합	8,866.5	4,339.5	4,375.7	11,490.5	902.3	184.3
	일반협동조합연합회	1,711.5	262,245.5	1,227.5	452.3	-119.0	-119.0
	자활기업	3,815.8	967.9	3,630.9	6,875.8	1,035.2	966.5
	마을기업	7,431.6	3,245.0	4,729.6	24,497.8	1,078.5	376.2
조직 상태	상법에 따른 회사	21,714.1	20,002.1	4,424.9	24,671.4	245.8	-388.5
	상법에 따른 합자조합	4,899.5	400.0	1,500.0	31,000.0	3,001.0	640.0
	민법에 따른 법인	9,871.4	6,494.4	5,562.3	28,174.9	794.4	-313.9
	민법에 따른 조합	3,250.0	1,000.0	2,250.0	875.0	237.5	-125.0
	비영리민간단체	7,354.9	6,344.4	2,944.9	26,879.5	-6,535.7	-1,307.6
	소비자생활협동조합	830.0	0.0	630.0	2,500.0	-140.0	-2,354.0
	협동조합·협동조합연합회 (협동조합기본법)	9,171.8	14,166.8	4,537.7	12,829.7	911.5	324.9
	사회적 협동조합·협동조합 연합회(협동조합기본법)	7,008.5	5,086.9	2,540.7	20,651.4	-1,857.9	778.1
	기타(개인사업자 등)	1,000.0	600.0	2,500.0	1,700.0	0.0	0.0

매출 및 손익 현황에서 영업이익은 매출액에서 매출원가와 판관비(판

매비+관리비)를 뺀 나머지를 말하는데, 대부분의 기관이 매출액에 비해 영업손실이 나타나고 있는 것으로 미뤄보아, 판관비를 포함한 매출원가가 매우 높음을 알 수 있다. 영업손실의 주요 원인으로 인건비 지출이 높다는 것을 유추해볼 수 있다. 당기순이익을 보면 영업손실을 일부 보전하고 있는 상황인데, 이는 영업외 수익 중 정부보조금의 역할이 큰 것으로 판단할 수 있다. 특히 정부지원금이나 후원금에 의존하는 비영리민간단체 혹은 사회적협동조합의 경우 영업손실이 큰 폭으로 줄어드는 것을 확인할 수 있다. 기관 유형 중에서 부처형 예비사회적기업을 제외한 나머지 조직은 대체적으로 정부지원금이 후원금에 의존하는 경향을 보여주고 있다.

나. 매출액 구성

문화예술분야 사회적경제조직의 매출액 구성을 살펴보면, ‘민간시장’이 59.5%로 가장 높게 나타났으며, 다음으로 ‘공공시장’(34.7%), ‘기타’(2.1%)로 나타났다. 기타 응답으로는 ‘기타서비스업’, ‘기업사회공헌’, ‘위탁운영’ 등이 있었다.

기관 유형별로는 인증사회적기업이 공공시장에서 창출하는 매출액 구성이 41.7%로 다른 기관 유형보다 높은 수치를 나타냈다. 부처형 예비사회적기업의 경우는 민간시장 매출 구성이 70% 가까이 차지하고 있었다.

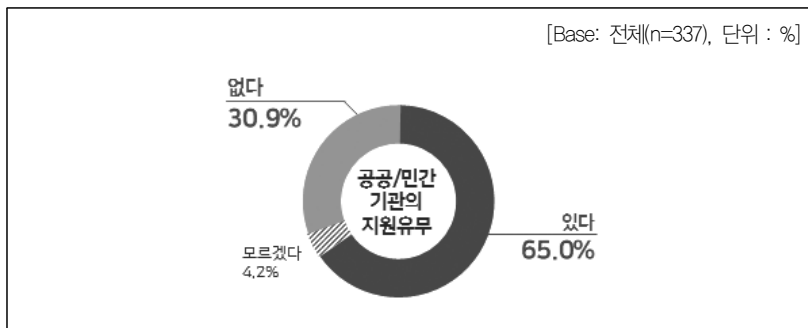
〈표 4-9〉 매출액 구성 [전체(n=337), 단위 : 평균(%)]

구 분		사례 수	공공시장	민간시장	기 타
전 체		(337)	34.7	59.5	2.1
기관 유형 (세분류)	인증사회적기업	(121)	41.7	56.4	1.9
	부처형 예비사회적기업	(35)	30.3	69.7	0.0
	지역형 예비사회적기업	(81)	38.9	59.1	2.0
	사회적협동조합	(20)	36.8	58.3	0.0
	일반협동조합	(106)	27.2	57.5	2.8
	일반협동조합연합회	(4)	0.0	100.0	0.0
	자활기업	(4)	36.3	61.8	1.9
	마을기업	(21)	15.5	75.1	9.4

4. 공공/민간기관 지원 현황

가. 공공/민간기관 지원 경험 유무

문화예술분야 사회적경제조직의 65.0%는 공공/민간기관의 지원을 받은 경험이 있는 것으로 나타났으며, 30.9%는 공공/민간기관의 지원을 받은 경험이 없는 것으로 나타났다.



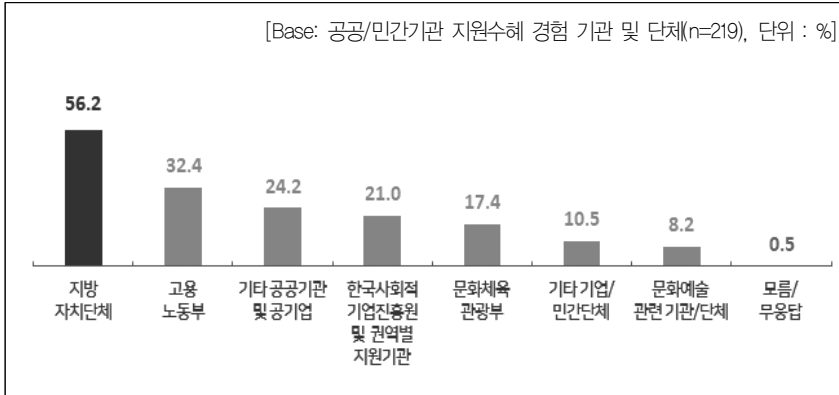
[그림 4-3] 공공/민간기관 지원 경험 유무

사회적경제조직 유형별로 살펴보았을 때, 공공/민간기관의 지원을 받은 경험이 있다는 응답이 ‘사회적기업’(77.2%), ‘마을기업’(76.2%), ‘협동조합’(50.8%)의 순으로 높게 나타났다. 협동조합의 경우는 공공이나 민간 기관에서 지원하는 정책사업 등이 다른 유형의 조직에 비해 적거나, 지원을 받기 어려운 환경이라고 유추할 수 있다.

나. 지원 공공/민간기관

공공/민간기관의 지원을 받은 경험이 있는 문화예술분야 사회적경제조직을 대상으로 지원기관을 살펴본 결과, ‘지방자치단체’가 56.2%로 가장 높게 나타났으며, 다음으로 ‘고용노동부’(32.4%), ‘기타 공공기관 및 공기업’(24.2%), ‘한국사회적기업진흥원 및 권역별지원기관’(21.0%), ‘문화체육관광부’(17.4%) 등의 순으로 나타났다. 지역사회를 기반으로

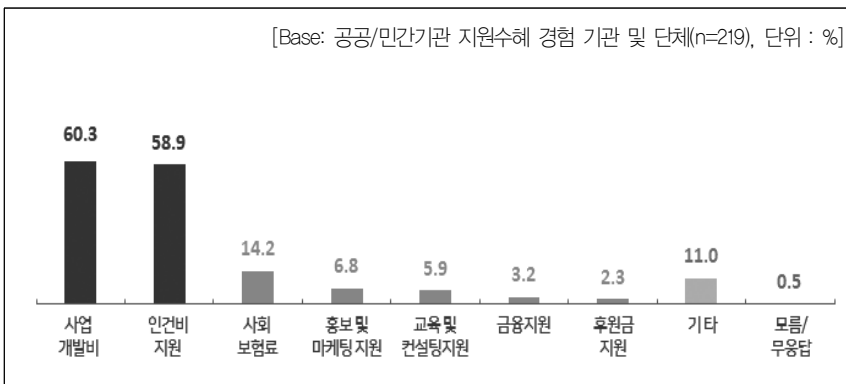
활동하는 사회적경제조직이 많고, 지자체에서 적극적으로 이런 조직을 지원해주고 있는 것으로 판단된다.



[그림 4-4] 지원 공공/민간 지원 수혜 경험 기관

다. 공공/민간기관 지원 내용

공공/민간기관으로부터 지원받은 내용으로 ‘사업개발비’가 60.3%로 가장 높게 나타났으며, 다음으로 ‘인건비 지원’(58.9%), ‘사회보험료’(14.2%), ‘홍보 및 마케팅 지원’(6.8%), ‘교육 및 컨설팅 지원’(5.9%), ‘금융지원’(3.2%), ‘후원금지원’(2.3%) 등의 순으로 나타났다.



[그림 4-5] 공공/민간기관 지원 내용(복수응답)

라. 공공/민간기관 지원 금액

문화예술분야 사회적경제조직이 공공/민간기관에서 지원받은 금액은 평균 5,463.0만 원으로 나타났다. 공공/민간기관에서 받은 지원내역별로 살펴보면, ‘일반기부’가 평균 7,635.9만 원으로 가장 높게 나타났으며, 다음으로 ‘후원금 지원’(평균 5,028.6만 원), ‘교육 및 컨설팅지원’(평균 4,055.8만 원), ‘사업개발비’(평균 3,559.8만 원), ‘인건비지원’(평균 3,466.0만 원) 등의 순이다.

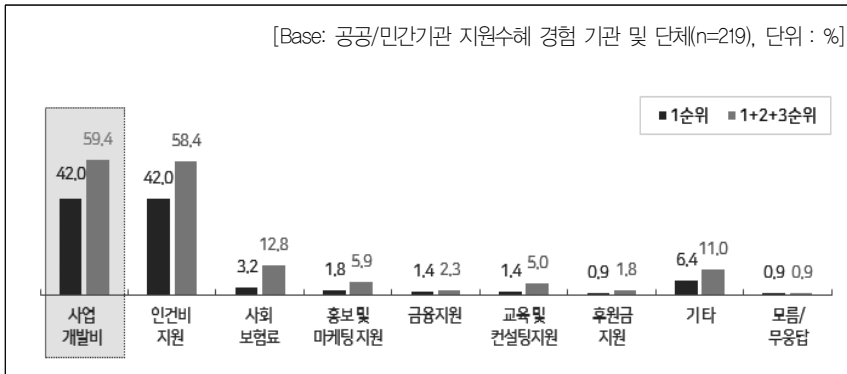
〈표 4-10〉 공공/민간기관 지원 금액[단위 : 평균(만 원)]

구 분	총 지원 금액	인건비 지원	사업 개발비	사회 보험료	교육 및 컨설팅 지원	홍보 및 마케팅 지원	후원금 지원	금융 지원	일반 기부	기타
전 체	5,463.0	3,466.0	3,559.8	576.1	4,055.8	2,448.1	5,028.6	1,000.0	7,635.9	3,927.9
인종사회적기업	7,282.7	4,356.2	4,571.3	586.0	8,785.2	3,373.5	6,566.7		4,731.4	3,522.3
부처형 예비사회적기업	3,457.3	2,280.0	2,789.5	1,750.0	833.3	1,000.0		1,000.0		1,305.7
지역형 예비사회적기업	4,177.0	2,737.2	2,295.4	195.3		500.0	6,750.0			7,979.6
사회적협동조합	5,380.2	1,719.5	2,804.1			640.0	1,000.0		14,897.0	1,939.0
일반협동조합	4,891.3	3,411.9	4,224.2	425.6	1,260.0	2,799.0				2,736.3
마을기업	4,787.1	1,050.0	4,876.9			1,750.0				4,146.5

마. 실질적인 도움이 되었던 공공/민간기관 지원 사항

실질적인 도움이 되었던 공공/민간기관의 지원 사항으로 ‘사업개발비’가 42.0%로 가장 높게 나타났으며, 다음으로 ‘인건비 지원’(42.0%), ‘사회보험료’(3.2%), ‘홍보 및 마케팅 지원’(1.8%), ‘금융지원’과 ‘교육 및 컨설팅 지원’(각 1.4%) 등의 순이다. (1순위 응답기준)

교육 및 컨설팅 지원과 홍보 및 마케팅 지원의 경우는 전체 지원금액의 큰 규모를 차지하고 있지만, 실질적인 도움이 되지 못하고 있는 것으로 나타났다.

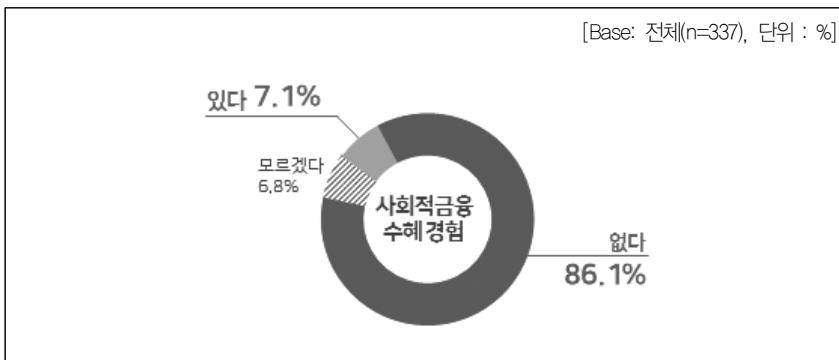


[그림 4-6] 실질적인 도움이 되었던 공공/민간기관 지원 사항

5. 사회적금융 활용 현황

가. 사회적금융 수혜 경험

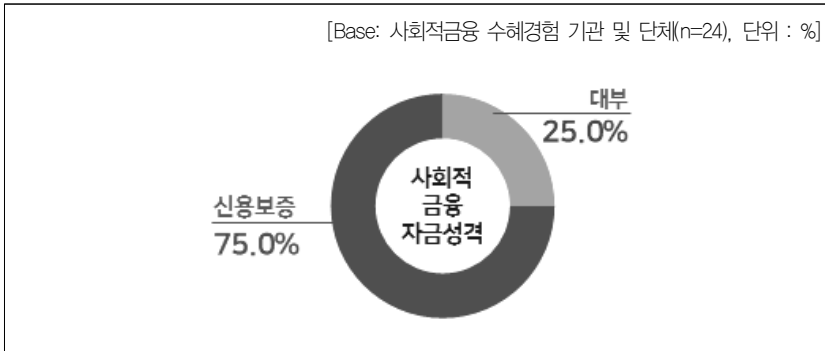
문화예술분야 사회적경제조직의 86.1%는 사회적금융을 통한 수혜 경험이 없고 7.1%만이 사회적금융 수혜 경험이 있다고 응답했다. 문화예술분야 사회적경제조직의 전반적인 경영상태를 비추어볼 때, 사회적금융에 대한 접근성이 떨어지거나 지원요건에 맞추지 못하여 수혜 경험이 없을 수 있다고 볼 수 있다.



[그림 4-7] 사회적금융 수혜 경험 유무

나. 사회적금융 자금성격

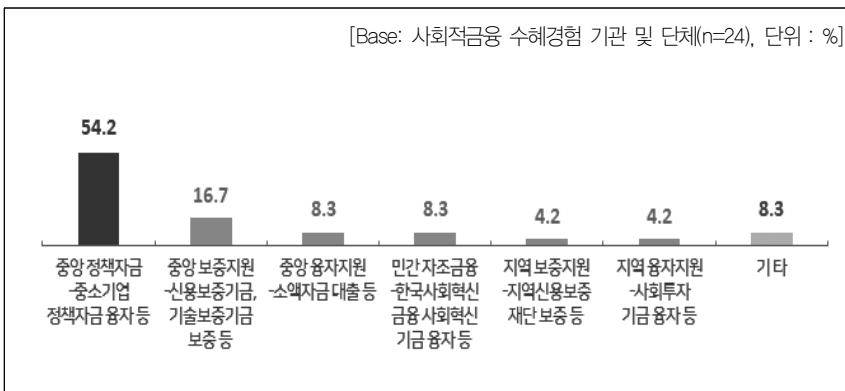
투자과 융자, 보증 등 회수를 전제로 지원받은 사회적금융의 자금성격을 살펴본 결과, ‘신용보증’ 75.0%, ‘대부’ 25.0%로 나타났다.



[그림 4-8] 사회적금융 활용 자금 성격(복수응답)

다. 사회적금융 자금지원 사업

수혜받은 사회적금융을 통한 자금지원 사업명을 살펴본 결과, ‘중앙 정책자금-중소기업 정책자금 융자 등’이 54.2%로 가장 높게 나타났으며, 다음으로 ‘중앙 보증지원’(16.7%), ‘중앙 융자지원’과 ‘민간 자조금융’(각 8.3%), ‘지역보증지원’과 ‘지역 융자지원’(각 4.2%) 등의 순으로 나타났다.

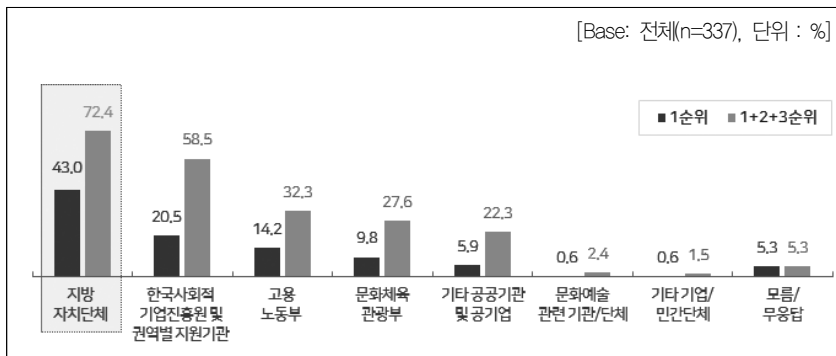


[그림 4-9] 사회적금융 자금지원 사업명(복수응답)

6. 조직활동 현황

가. 밀접한 관계기관

밀접한 관계를 맺고 있는 기관(재정지원, 교육참여, 컨설팅 등 다양한 방면 모두 포함)으로 ‘지방자치단체’가 43.0%로 가장 높게 나타났으며, 다음으로 ‘한국사회적기업진흥원 및 권역별 지원기관’(20.5%), ‘고용노동부’(14.2%), ‘문화체육관광부’(9.8%), ‘기타 공공기관 및 공기업’(5.9%) 등의 순으로 나타났다. (1순위 응답기준)

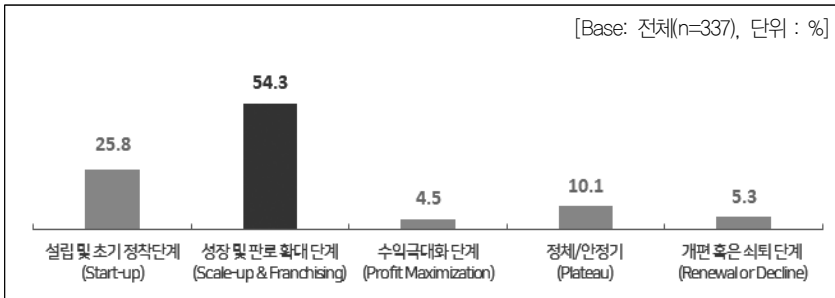


[그림 4-10] 밀접한 관계기관

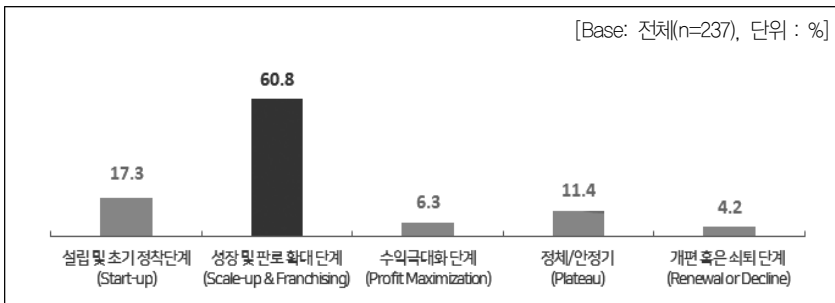
나. 조직 성장단계

전체 조직의 성장단계를 살펴본 결과, ‘성장 및 판로 확대 단계’가 54.3%로 가장 높게 나타났으며, 다음으로 ‘설립 및 초기 정착단계’(25.8%), ‘정체/안정기’(10.1%), ‘개편 혹은 쇠퇴 단계’(5.3%), ‘수익극대화 단계’(4.5%)의 순으로 나타났다.

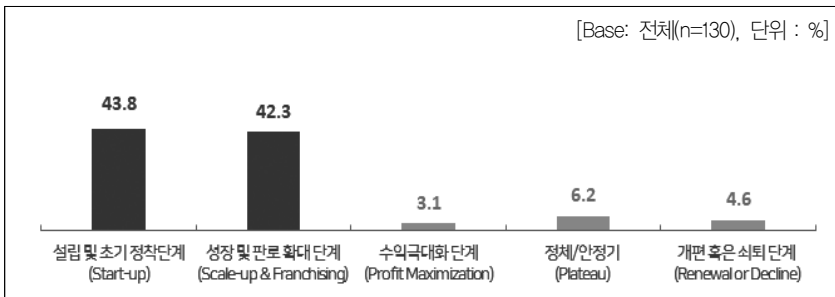
사회적기업과 마을기업의 경우 대부분 성장 및 판로 확대 단계라고 조직을 판단하고 있는 반면, 협동조합의 경우 설립 및 초기 정착단계와 성장 및 판로 확대 단계라고 답변한 경우가 모두 40% 이상이었다. 최근 협동조합을 형태로 신규 창업활동이 진행되고 있음을 알 수 있다.



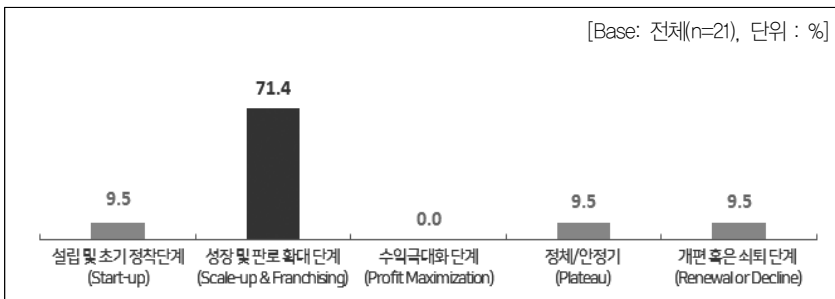
[그림 4-11] 조직 성장단계(전체)



[그림 4-12] 조직 성장단계(사회적기업)



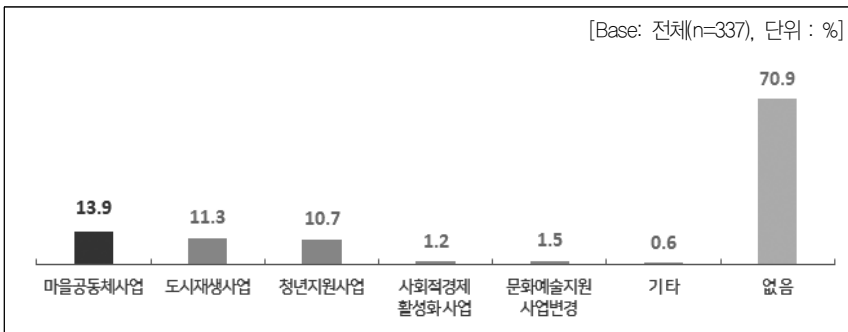
[그림 4-13] 조직 성장단계(협동조합)



[그림 4-14] 조직 성장단계(마을기업)

다. 정부부처 추진 정책사업과의 연계 진행경험

문화예술분야 사회적경제조직의 70.9%는 정부부처가 추진하고 있는 정책사업과 연계 진행한 경험이 없는 것으로 나타났다. 또한 정부부처와 연계하고 있거나, 연계 진행한 경험이 있는 정부부처 추진 정책사업을 살펴본 결과, ‘마을공동체사업’이 13.9%로 높게 나타났으며, 다음으로 ‘도시재생사업’(11.3%), ‘청년지원사업’(10.7%) 등의 순으로 나타났다. 기타 정책사업으로는 ‘교육부의 교육사업’, ‘여성가족부 다문화 문화봉사 교육 사업’ 등으로 나타났다.

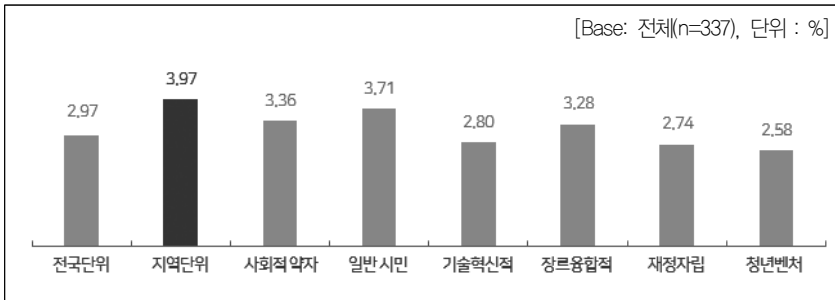


[그림 4-15] 정부부처 추진 정책사업과의 연계 진행경험(복수응답)

라. 조직활동 기반 평가

사회적경제조직의 활동기반에 대한 활동 정도를 살펴보면, ‘[지역기반] 지역단위’가 3.97점으로 높게 나타났다. 다음으로 ‘[서비스 대상] 일반시민’ 3.71점, ‘[서비스 대상] 사회적 약자’ 3.36점, ‘[서비스 특성] 장르 융합적’ 3.28점, ‘[지역기반] 전국단위’ 2.97점, ‘[서비스 특성] 기술혁신적’ 2.80점, ‘재정자립’ 2.74점, 등의 순으로 나타났다.

사회적경제조직 특성별로 살펴보면, ‘[지역기반] 지역단위’의 활동정도가 높다는 응답은 협동조합을 제외한 기관 유형 모두 평균 4점 이상이었으며, 사회적협동조합의 활동정도가 평균 4.10점으로 가장 높았다.



[그림 4-16] 조직 활동기반 평가 - 종합

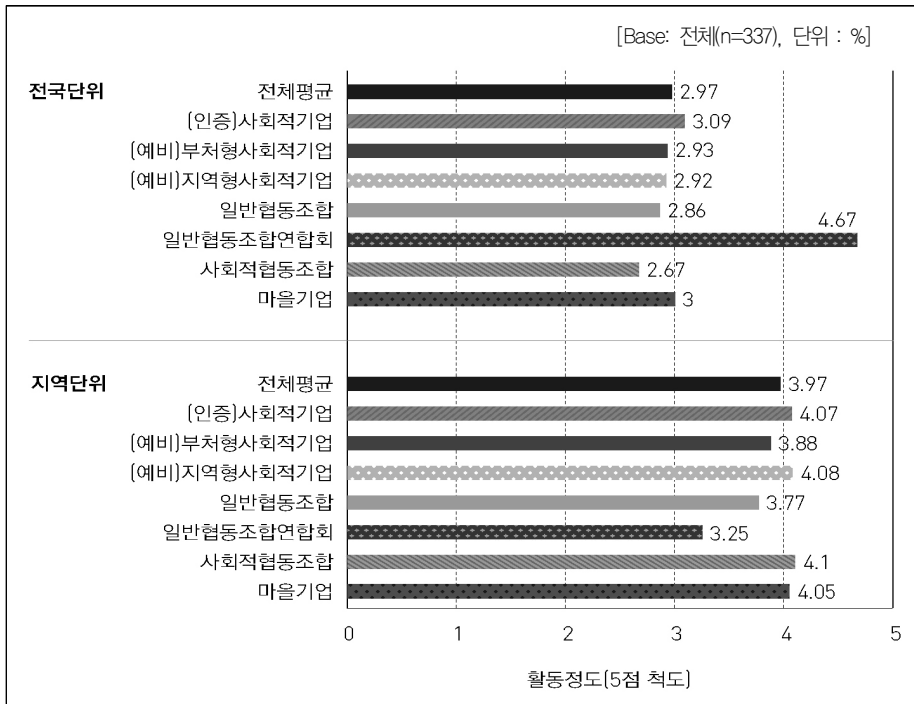
1) 지역기반

① 전국단위

사회적기업은 전국단위 활동 정도에 대해 살펴보면 인증사회적기업이 평균 3.09점으로 가장 높게 나타났으며, 다음으로 부처형 예비사회적기업(평균 2.93점), 지역형 예비사회적기업(평균 2.92점) 순으로 나타났다. 협동조합의 전국단위 활동 정도에 대해 살펴본 결과, 일반협동조합연합회가 평균 4.67점으로 가장 높게 나타났으며, 다음으로 일반협동조합(평균 2.86점), 사회적협동조합(평균 2.67점)의 순으로 나타났다. 마을기업의 전국단위 활동 정도는 대해 평균 3.00점이었다.

② 지역단위

사회적기업의 지역단위 활동 정도에 대해서는 지역형 예비사회적기업이 평균 4.08점으로 가장 높게 나타났으며, 다음으로 인증사회적기업(평균 4.07점), 부처형 예비사회적기업(평균 3.88점)의 순으로 나타났다. 협동조합의 지역단위 활동 정도는 사회적협동조합이 평균 4.10점으로 가장 높게 나타났으며, 다음으로 일반협동조합(평균 3.77점), 일반협동조합연합회(평균 3.25점)의 순으로 나타났다. 마을기업의 지역단위 활동 정도는 평균 4.05점이었다.



[그림 4-17] 조직 활동기반 평가 - 지역기반

2) 서비스단위

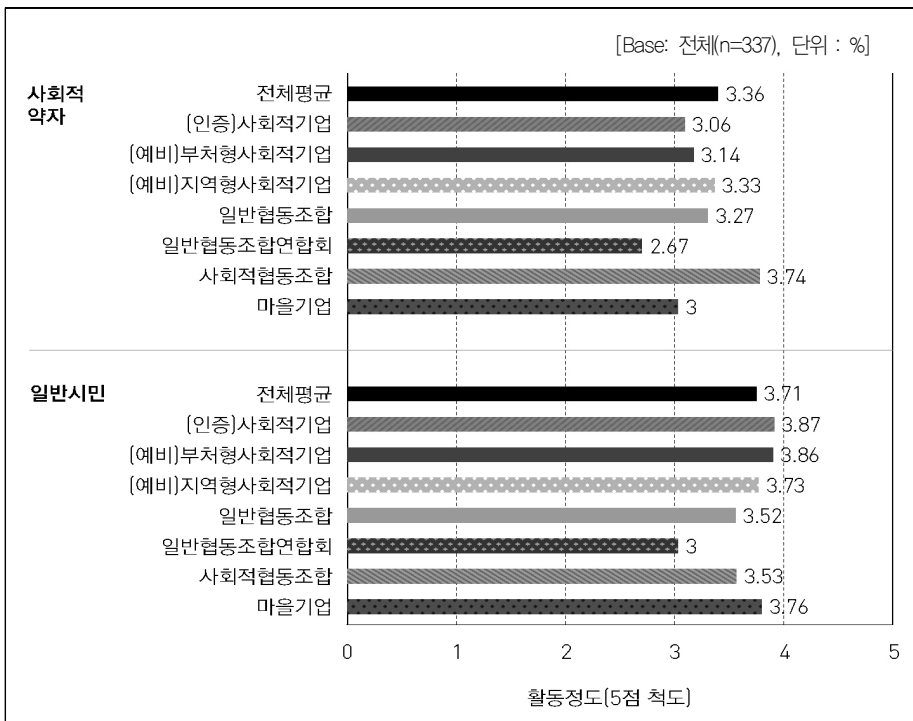
① 사회적 약자

사회적기업의 사회적 약자에 대한 서비스 활동정도는 인증사회적기업이 평균 3.06점으로 가장 높게 나타났으며, 다음으로 지역형 예비사회적기업(평균 3.33점), 부처형 예비사회적기업(평균 3.14점)의 순으로 나타났다. 협동조합의 사회적 약자에 대한 서비스 활동정도는 사회적협동조합이 평균 3.74점으로 가장 높게 나타났으며, 다음으로 일반협동조합(평균 3.27점), 일반협동조합연합회(평균 2.67점)의 순으로 나타났다. 마을기업의 사회적 약자에 대한 서비스 활동정도는 평균 3.00점이었다.

② 일반시민

사회적기업의 일반시민에 대한 서비스 활동정도는 인증사회적기업이

평균 3.87점으로 가장 높게 나타났으며, 다음으로 부처형 예비사회적기업(평균 3.86점), 지역형 예비사회적기업(평균 3.73점)의 순으로 나타났다. 협동조합의 일반시민에 대한 서비스 활동정도는 대해 사회적협동조합이 평균 3.53점으로 가장 높게 나타났으며, 다음으로 일반협동조합(평균 3.52점), 일반협동조합연합회(평균 3.00점)의 순으로 나타났다. 마을기업의 일반시민에 대한 서비스 활동 정도는 평균 3.76점이었다.



[그림 4-18] 조직 활동기반 평가 - 서비스단위

3) 서비스특성

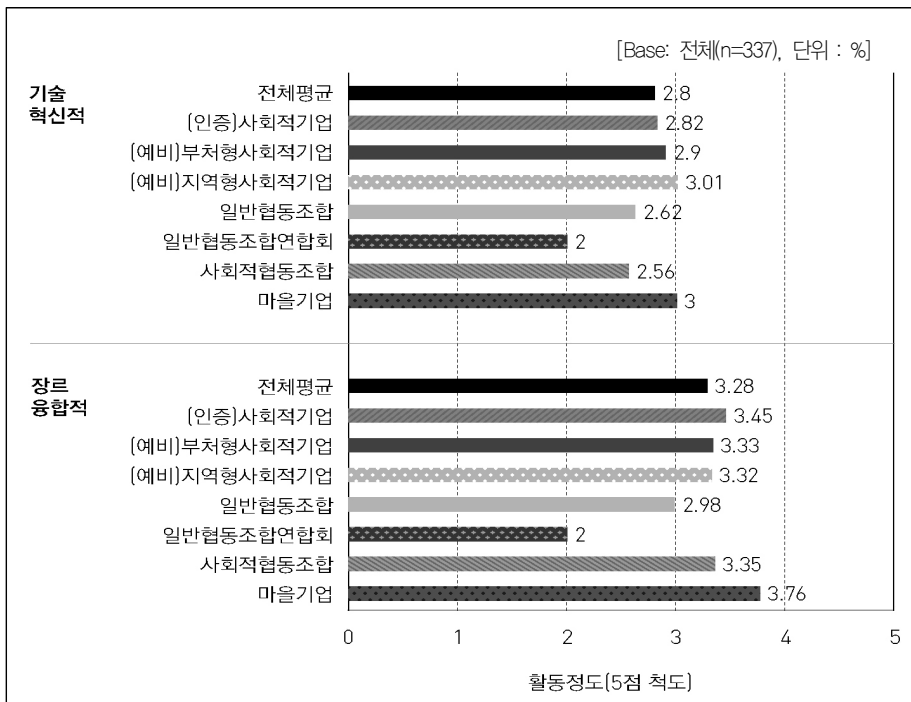
① 기술혁신적

사회적기업의 기술혁신적 서비스 분야 활동정도는 지역형 예비사회적기업이 평균 3.01점으로 가장 높게 나타났으며, 다음으로 부처형 예비사회적기업(평균 2.90점), 인증사회적기업(평균 2.82점)의 순으로 나타났다.

다. 협동조합은 기술혁신적 서비스 분야 활동정도는 일반협동조합이 평균 2.62점으로 가장 높게 나타났으며, 다음으로 사회적협동조합(평균 2.56점), 일반협동조합연합회(평균 2.00점)의 순으로 나타났다. 마을기업의 기술혁신적 서비스 분야 활동정도는 평균 3.00점이었다.

② 장르융합적

사회적기업의 장르융합적 서비스 분야 활동정도는 인증사회적기업이 평균 3.45점으로 가장 높게 나타났으며, 다음으로 부처형 예비사회적기업(평균 3.33점), 지역형 예비사회적기업(평균 3.32점)의 순으로 나타났다. 협동조합의 장르융합적 서비스분야 활동정도는 사회적협동조합이 평균 3.35점으로 가장 높게 나타났으며, 다음으로 일반협동조합(평균 2.98점), 일반협동조합연합회(평균 2.00점)의 순으로 나타났다. 마을기업의 장르융합적 서비스분야 활동정도는 평균 3.25점이었다.



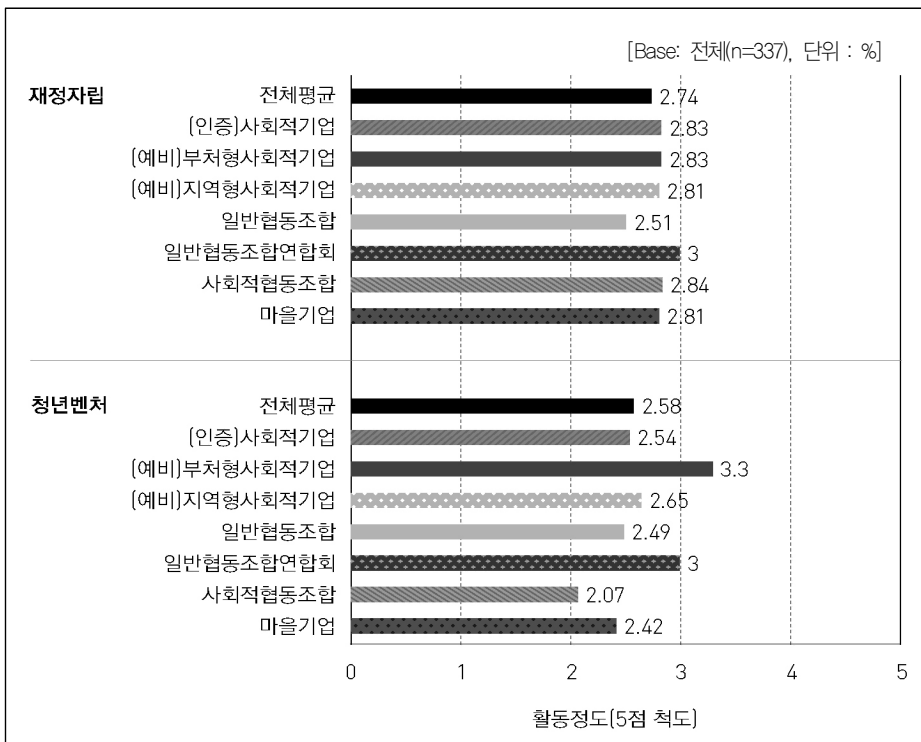
[그림 4-19] 조직 활동기반 평가 - 서비스특성

4) 조직운영

① 재정자립

사회적기업의 재정자립 조직운영 활동정도는 부처형 예비사회적기업과 인증사회적기업(각 평균 2.83점), 지역형 예비사회적기업(평균 2.81점)의 순으로 나타났다. 협동조합의 재정자립 조직운영 활동정도는 일반협동조합연합회가 평균 3.00점으로 가장 높게 나타났으며, 다음으로 사회적협동조합(평균 2.84점), 일반협동조합(평균 2.51점)의 순으로 나타났다. 마을기업의 재정자립 조직운영 활동정도는 평균 2.81점이었다.

② 청년벤처



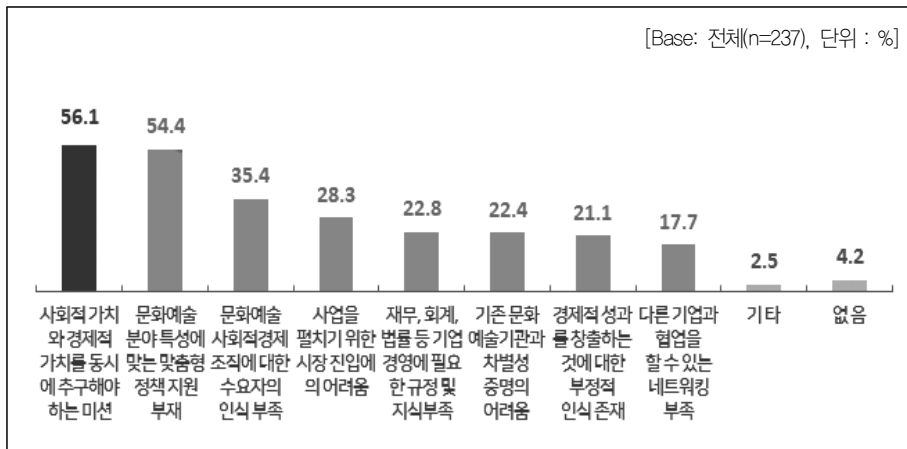
[그림 4-20] 조직 활동기반 평가 - 조직운영

사회적기업의 청년벤처 조직운영 활동 정도는 부처형 예비사회적기업이 평균 3.30점으로 가장 높게 나타났으며, 다음으로 지역형 예비사회적기업(평균 2.65점), 인증사회적기업(평균 2.54점)의 순으로 나타났다. 협동조합의 청년벤처 조직운영 활동 정도는 일반협동조합연합회가 평균 3.00점으로 가장 높게 나타났으며, 다음으로 일반협동조합(평균 2.49점), 사회적협동조합(평균 2.07점)의 순으로 나타났다. 마을기업의 청년벤처 조직운영 활동정도는 평균 2.42점이었다.

7. 문화예술분야 사회적경제조직 운영 시 애로사항

문화예술분야 사회적경제조직 운영에서 느끼는 애로사항으로 ‘사회적 가치와 경제적 가치를 동시에 추구해야 하는 미션’(56.1%)과 ‘문화예술분야 특성에 맞는 맞춤형 정책 지원 부재’(54.4%)가 높게 나타났으며, 다음으로 ‘문화예술 사회적경제조직에 대한 수요자의 인식 부족’(35.4%), ‘사업을 펼치기 위한 시장 진입에의 어려움(정보부족 등)’(28.3%), ‘재무, 회계, 법률 등 기업경영에 필요한 규정 및 지식부족’(22.8%), ‘기존 문화예술기관과 차별성 증명의 어려움(동종시장과의 경쟁 가중)’(22.4%) 등의 순으로 나타났다. 기타 응답으로는 ‘재정적 어려움’, ‘운영자본 부족’, ‘지역 주민들의 인식부족’ 등을 들었다.

부처형, 지역형 예비사회적기업의 경우에는 사업을 펼치기 위한 시장 진입에의 어려움과 전문 지식에 대한 부족을 다른 조직에 비해 더 크게 느끼고 있는 것으로 나타났다.



[그림 4-21] 문화예술분야 사회적경제조직 운영 시 애로사항(복수응답)

〈표 4-11〉 문화예술분야 사회적경제조직 운영 시 애로사항(1/2) [복수응답, 단위 : %]

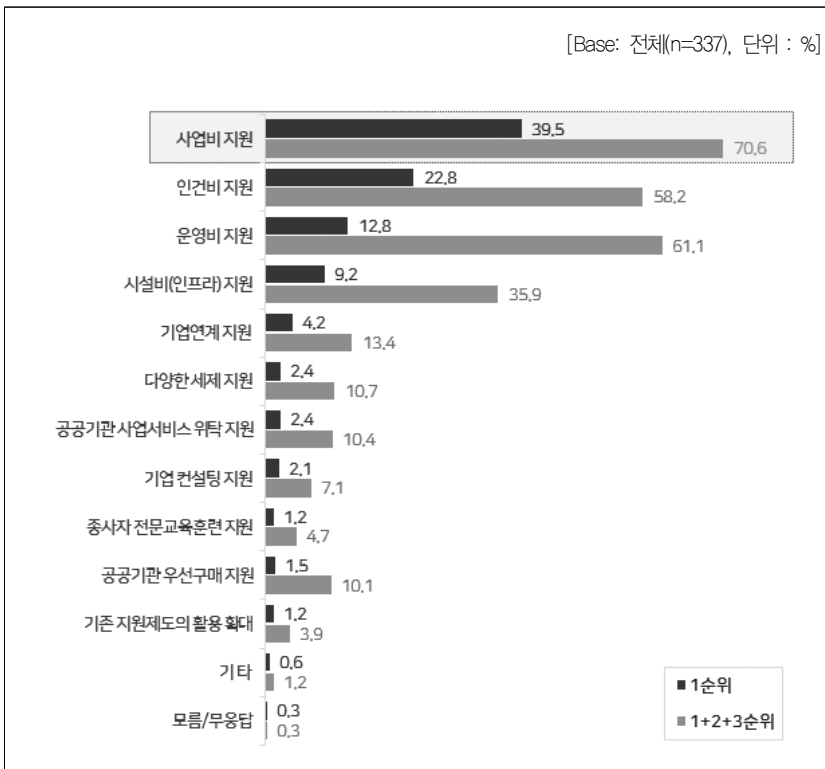
구 분	사례수	사회적 가치와 경제적 가치를 동시에 추구 해야 하는 미션	문화예술 분야 특성에 맞는 맞춤형 정책 지원 부재	문화예술 사회적 경제 조직에 대한 수요자 인식 부족	사업을 펼치기 위한 시장진입 예의 어려움	재무, 회계, 법률 등 기업경영에 필요한 규정 및 지식부족
전 체	(337)	51.0	51.3	34.1	28.2	22.6
인증사회적기업	(121)	52.1	57.0	37.2	18.2	14.9
부처형 예비사회적기업	(35)	60.0	57.1	31.4	45.7	34.3
지역형 예비사회적기업	(81)	60.5	49.4	34.6	35.8	29.6
사회적협동조합	(20)	60.0	40.0	25.0	35.0	25.0
일반협동조합	(106)	43.4	47.2	36.8	26.4	20.8
일반협동조합 연합회	(4)	0.0	50.0	25.0	25.0	25.0
자활기업	(4)	0.0	25.0	25.0	50.0	25.0
마을기업	(21)	57.1	42.9	38.1	23.8	33.3

〈표 4-12〉 문화예술분야 사회적경제조직 운영 시 애로사항(2/2) [복수응답, 단위 : %]

구 분	사례수	기존 문화예술 기관과 차별성 증명의 어려움	경제적 성과를 창출하는 것에 대한 부정적 인식 존재	다른 기업과 협업을 할 수 있는 네트워킹 부족	없음	기 타
전 체	(337)	22.0	19.6	18.7	7.4	2.7
인증사회적기업	(121)	24.8	19.8	13.2	4.1	4.1
부처형 예비사회적기업	(35)	20.0	25.7	22.9	5.7	0.0
지역형 예비사회적기업	(81)	19.8	21.0	22.2	3.7	1.2
사회적협동조합	(20)	15.0	20.0	15.0	15.0	0.0
일반협동조합	(106)	21.7	19.8	15.1	11.3	2.8
일반협동조합연합회	(4)	0.0	25.0	25.0	0.0	25.0
자활기업	(4)	0.0	0.0	25.0	25.0	0.0
마을기업	(21)	23.8	14.3	23.8	9.5	0.0

8. 문화예술분야 사회적경제조직 필요 지원 사항

문화예술분야 사회적경제조직에 필요한 지원 사항으로는 ‘사업비 지원’이 39.5%로 가장 높게 나타났으며, 다음으로 ‘인건비 지원’(22.8%), ‘운영비 지원’(12.8%), ‘시설(인프라) 지원’(9.2%), ‘기업연계 지원’(4.2%), ‘다양한 세제 지원(임팩트금융 등)’과 ‘공공기관 사업서비스 위탁 지원’(각 2.4%), ‘기업 컨설팅 지원’(2.1%) 등의 순으로 나타났다. (1순위 응답기준) 기타 응답으로는 ‘마케팅비 지원’, ‘운영자에 대한 직접 지원’, ‘차량 지원’, ‘공헌 보상 시스템 마련’ 등이 있었다.



[그림 4-22] 문화예술분야 사회적경제조직 필요 지원 사항

제2절

면접조사

문화예술분야에서 활동하고 있는 다양한 사회적경제조직이 당면하고 있는 주요 이슈들을 도출하기 위하여 면접조사를 진행하였다. 9개 조직에 대한 현장·사례조사와 17개 조직의 개별·집단 심층인터뷰, 2개 조직의 전문가 자문회의 등 총 28개 조직의 담당자를 만나 조직 경영의 애로사항과 관련 정책 및 활동 사례 등에 대하여 조사하였다.

〈표 4-13〉 문화예술분야 사회적경제조직 현장조사 및 인터뷰 대상

구 분	기업명 및 참석자	비 고
현장 사례 조사	- 모어댄 - 예술무대산 - 제리백	- 3.14(수) - 글로벌 SE 네트워크 데이
	- 언더독스 - 위누 - 컴패니 뉴 히어로즈-네덜란드	- 3.14(수) - 예술과 사회혁신비즈니스 세미나
	- 마리몬드 - 옐로우독 - SOPOONG	- 6.25(월) - 2018 아시아 청년 사회혁신가 국제포럼
심층 면담	- 문화프로덕션 도모(임순희) - 자바르떼(이동근) - 아리랑스쿨(문현우) - 최계바라(최유현)	- 4.18(수) - 예술경영지원센터판로지원팀 주최
	- 어썸스쿨(김강미, 김영광) - 천안청년들(최광운) - KOO스튜디오(김보미)	- 4.27(금)
	- 트래블러스맵(변형석)	- 5.4(금)
	- 문화인력양성소협동조합판(오석조) - 임팩트스테이션(송상훈) - 자바르떼(이동근) - 컬처앤유(박정수)	- 7.30(월)
	- 문화공작소 세움(유세움) - 비브뮤직(전창열) - 에이컴퍼니(정지연) - 재능나눔협동조합(하은영) - 필더필컴퍼니(신다혜)	- 7.31(화) - 문체부 미래문화전략팀 주최
	- 한국사회적기업진흥원(박정현)	- 9.5(수)
	- 한국사회혁신금융(이상진)	- 9.13(목)
자문 회의		

1. 문화예술 특성

가. 사회적 가치와 경제적 가치 동시 추구의 어려움

문화예술분야의 사회적경제조직은 문화예술을 통한 사회적 문제를 해결한다는 사회적 가치를 추구하는 동시에 수익창출을 포함한 경제적 가치를 동시에 추구해야 하는 미션 달성에 어려움을 나타냈다.

“사회적경제조직은 사회문제를 해결하는 동시에 수익도 창출해야 한다는 미션을 가지고 있어요. 그러나 전체 사회적경제조직을 평가할 때에는 경제적 가치 창출에 더 초점을 맞추고 있는 것 같아요. 아무래도 문화예술분야에 있는 사회적경제조직들은 이 부분에서 가장 힘들어하는 것 같아요. 문화예술을 통한 사회적 가치 실현을 더 강조할 수 있다면 경제적 가치 창출이 자연스럽게 따라올까요.”

나. 문화예술분야 특성을 반영한 지원제도 설계 부족

문화예술분야의 특성을 살려 초기 창업 지원이 가능한 맞춤형 창업 지원제도가 부족하다. 대표적인 사회적경제 창업지원사업인 한국사회적기업진흥원에서 진행하는 사회적기업가육성사업의 경우 ‘IT, 도시재생, 제조, 글로벌, 산림’ 등에 특화되어 존재하나, 문화예술분야 특화는 부재한 상황이다.

“사회적기업가 육성사업으로부터 많은 도움을 받았다. 멘토링 과정은 오투놀이학교가 추구하고자 하는 사회적 가치를 되새기게 하였고, 이를 통해 지금의 시스템을 갖출 수 있게 되었다.”

그나마 문화예술분야에 특화된 지원 프로그램은 매우 한정적이어서 경쟁률이 높아 지원받기 어려운 구조이다.

“정부 지원사업 중에서 문화예술분야에 특화된 지원사업에 수많은 시도를 했지만, 처음 진입한 기업 입장에서는 자원받기 어려운 상황이에요. 경쟁률이 어마어마하다고 들었어요.”

또한 문화예술분야에서의 인력 활용(프리랜서, 전문직 등)이나 사업 성격(프로젝트 단위 진행) 등의 특성을 반영한 지원제도가 부족하다는 의견이 많았다.

“사회적경제 안에서 인건비 및 인력지원이 핵심이라고 볼 수 있는데, 문화예술 안에서의 인력은 일반 기업에서 말하는 인력과는 다르다는 것을 인정해 주어야 해요. 인건비 지원을 받는 대상자는 기획자나 매개인력들이고, 예술가들도 보통 상근 근무를 하지 않는 프리랜서인 경우죠. …(중략)… 일정치 않은 근무시간과 프로젝트 단위로 진행되는 사업에서 인건비 지원은 받기도 어려울 뿐더러 정산의 문제가 항상 존재합니다.”

“기획자가 회사에 7명이예요. 예술가들을 밖에서 픽업해요. 픽업그룹이 많은데 우리가 이번 년도에 4대보험은 아니지만 수익을 벌게 해준다 하는데 4대보험이 안 되면 일자리 창출이 안 된다고 하더라고요. 프리랜서에 대해서 개념을 잘 해야 할 거 같아요.”

영세한 규모의 문화예술분야 사회적경제조직이 대부분이기 때문에 공공기관 입찰참여시 불리하게 적용되는 점이 많다는 의견이 있다.

“서울시 입찰을 거의 안 들어가요. …(중략)… 직원수, 자격증 관련 전문가 점수가 너무 커서 작은 기업은 직원수가 10명 이상부터 시작하지만 저희는 마이너스가 되고요. 자격증도 저는 전공이 박사(무용)까지 나왔는데 홍보,기획, 마케팅 관련한 게 있고 기술점수만 있어서 그런 것에서 입찰하면 기술점수에서 마이너스 5점부터 시작해서 못 들어가요.”

다. 문화예술에 대한 특성을 반영한 성과 지표 부재

특히 많은 기업대표들은 문화예술분야에 대한 사회적 성과를 측정하는 지표가 구체적이지 않아서 타부처나 민간 지원대상에서 경쟁력을 잃는 경우가 많았다고 밝혔다. 현재 관련 기관 및 기업들도 사회적 가치 측정에 대한 이해도가 낮은 편이며, 사회적 가치 안에서도 문화예술의 특수성을 인정받기 굉장히 어려운 상황이다. 기업 스스로 이를 증명하고, 발굴하는 적극적인 태도를 위해서 정부의 역할이 필요한 시점이라고 보여진다.

“일반적으로 통용되고 있는 사회적 가치 지표나 사회성과 인센티브제도 내에서는 문화예술에 대한 특성을 반영한 지표는 찾아보기 어려워요. 특히 사업개발, 판로 등 자원과 관련한 사회적 가치나 경제적 파급력 등의 관점에서 다른 제조업, IT분야의 기업과 경쟁한다면 문화예술분야는 거의 승산이 없다고 보면 돼요.”

2. 인식 확산 및 교육

가. 사회적경제에 대한 교육 환경 미약

기존의 경제 교육에서는 경제 영역이 이기심과 등가 교환의 원리에 의해 움직이고 공정성이나 이타심, 연대 등의 심리적 경향은 정치과정을 통해 정부영역에 의해서 발현되는 것으로 간주되어 왔다. 그렇기 때문에 공정성과 이타심이 시민활동과 기업활동 속에서 등장하는 사회적경제에 대한 내용을 초·중·고등 교육에서 찾아볼 수 없는 것이 현실이다. 이런 교육 제도 하에서는 시장과 정부라는 이분법적 구도에서 벗어나서 비경제 교과에서 배울 수 있는 다양한 가치들이 갖는 경제적 의의를 이해하기 어렵게 된다. 어찌보 면 이런 배경에서 학생들의 진로 준비가 사회적경제에 대한 고려가 없이 이루어지고 있는 것은 당연하다고 볼 수 있다.

또한 우리나라에서는 창작실기를 위주로 하는 전공에서 기업가정신, 기획, 마케팅, 유통, 창업 등과 같은 교육을 진행하는 학교가 거의 전무한 실정이다. 훌륭한 아티스트가 되기 위한 덕목 중 하나로 비즈니스마인드를 가르치는 문화예술관련 학과는 거의 드물다고 인식하는 것이 보통이다. 문화예술관련 학과를 졸업하고 해당 분야에서의 아이디어를 실현할 수 있는 실전 창업을 위해서 별도의 교육이 필요한 상황이다.

“문화예술분야 사회적경제조직 창업자가 문화예술 전공자가 아닌 경우가 많아요. 아마도 창업 혹은 비즈니스관련 수업이 부족하고, 창작 위주의 수업이 대부분인 우리나라 교육과정에서 당연한 결과일 수 있어요. 아이디어를 실현시킬 수 있는 스킬을 키우는 교육이 필요하다고 생각해요.”

“저는 사업팀을 시작한 후에 제가 무용이 베이스라서 경영 행정이나 엑셀을 전혀 만져본 적도 없고 피피티를 해본 적도 없었어요. 많이 부족하다고 느꼈고 창업을 위해 00대학교에서 사회적기업 리더과정을 1년 간 공부했어요. 그곳에서 지금의 사업 파트너들을 만나게 되었어요.”

사회적 기업가 육성사업이나, 창업지원 사업 등을 통해 사회적경제에 대한 교육을 많이 진행하고 있으나, 실질적으로 도움이 되기보다 형식적으로 이루어지고 있다는 의견이 있었다.

“창업교육은 창업에 실제적인 도움이 되는 것보다, 교육을 위한 교육진행이 많아 실질적 도움이 되지 않는 부분이 많아요..컨설팅도 마찬가지고요.”

“사회적 경제와 관련된 교육도 되게 고정된 내용이 바뀌지 않고 이어지고 있다는 생각이 들어요.”

“직원들에게 협동조합에 대한 교육은 또 다른 스트레스인 것처럼 받더라고요. 협동조합 책을 읽어보라 협동조합이 이렇다 교육을 가라. 또 하나의 업무인 거죠. 저는 그렇게 보고 있어요.”

“사회적경제조직 혹은 기업창업가와 소상공인 창업가는 준비 단계부터 성장과정까지 많은 부분에서 차이가 있다. 그러나 현재의 창업교육이나 심화과정들을 분석하다 보면, 피겨스케이팅 코치가 스피드 스케이팅 선수를 선발하고 가르치는 것 같다. 같은 빙판, 스케이팅 타지만 완전히 다름에도 불구하고 현재 청년창업 정책들이 이러한 현실들을 제대로 파악하거나 고치려고 하지 않는다는 점이 안타깝다.”

나. 사회적경제에 대한 합리적인 인식 부재

문화예술분야에서 근무하는 사람이나 예술가들 중에서도 사회적경제에 대한 개념을 정확히 알고 있는 사람이 많지 않으며, 단순히 지원사업에 접근을 용이하게 해줄 수 있는 또 하나의 자격증 혹은 면허증 같은 개념으로 이해하고 있을 만큼 행정정책 영역으로 국한되어 있다.

“우리 직원들도 여러 정책 행정 관련 토론을 해보면 사회적 경제 자체에 대해 큰 흥미를 느끼지 못해요. 그렇게 교육을 습득하는 게 사실 크게 어렵지 않은 행정적 개념으로 숙지하고 가는 것 같아요.”

실제로 본 연구의 설문조사를 진행 중에 해당기관 담당자와 연락을 취하였을 때, 현재 근무하고 있는 회사가 사회적경제조직인지 인지하지 못하고 있는 경우가 많았으며, 오히려 사회적경제조직이면 뭐가 좋은 건가요? 하고 반문하는 경우가 다수 있었다.

“문화예술 분야에서 종사하는 사람들은 사회적기업, 소셜벤처, 협동조합 같은 사회적경제에 대한 개념을 대부분 모른다. 그래서 내가 전파하고 있다.”

“제가 사회적기업 운영한 지 10년이 넘는데도 제 주변 친구들이나 가족들은 아직도 사회적기업이 어떤 기업인지 알지 못하는 것 같아요. 사회적기업에 대한 이해가 부족한 것일 수도 있겠지만, 문화예술분야에서는 특히나 그 경계가 모호한 것 같아요.”

“협동조합 전환할 때 무용하는 팀이 사회적기업이라고 하니까 갑자기 와서 00을 내놔라. 그렇게 예비회원자 취급받고요. …(중략)… 사회적 기업들한테 자부심 있게 일하게 해줘야 한다고 생각해요.”

3. 인력 운용

가. 사회적경제조직 근로자의 잦은 이직

창업을 위한 기업가정신이나 관련 교육의 부족과 더불어 사회적경제 조직에 근무하는 인력 수급의 문제도 심각한 편이다. 다수의 기업 대표가 공통적으로 지적하는 문제 중 하나가 인력 문제였다. 조직의 성장을 위해서는 능력 있는 인재 수급이 필수요소인데, 조직과 함께 성장해나갈 인재를 찾기도 어렵고, 찾는다 하더라도 이직률이 높은 편이라고 언급했다.

“현재 지속적으로 정규직 인력을 채용하고 있지만, 평균 3~6개월 정도 근무하다가 이직하는 경우가 많아요. …(중략)… 문화예술 공공기관으로 이직하기 위해 거쳐 가는 정도로 생각하는 친구들이 많다고 느껴요. 채용공고를 올리면 수많은 이력서가 도착하지만 정말로 구직을 하는 사람은 절반도 안 되는 것 같아요.”

이는 특히 문화예술분야 사회적경제조직 중에서 초기 창업 단계에서 성장단계로 진입하고 안정단계까지 올라서는 중견기업이 많이 탄생하지 않고 있는 점과 연관 지을 수 있다. 영세한 상태에서 유지되거나, 소멸하고 다시 새롭게 탄생하고를 반복하는 조직이 많기 때문에 인력을 지속적으로 유지하기 어려워지는 것이다. 이런 조직의 불안정성은 근로자의 이직으로 이어지고, 고용자는 경영 부담이 가중되는 상황이 발생한다.

“사회적경제가 뭔지도 모르고 입사하는 친구들이 많아요. 사실 이런 부분을 경영자가 교육으로 채워주고, 기업문화를 만들어 가야하는데 어렵죠. 당장 회사가 굴러가려면 해야 하는 일들이 너무 많은 거예요. 회사가 조금만 어렵다거나 다른 좋은 구직의 기회가 되면 바로 이직하는 현실이 안타깝죠.”

나. 근로자의 지속적인 성장을 위한 지원제도 부족

중견관리자급 이상의 인력들은 조직과 함께 성장하는 동안 소모되지 않고 성장할 수 있는 분야별, 단계별, 다양한 교육 프로그램에 대한 설계도

고려해야 한다고 언급했다. 창업을 위한 지원 사업에 초점을 맞춘 정책으로 진입자에게 필요한 교육과정 이외에 스스로 조직진단을 통해 당면한 과제들을 해결하고 한 단계 성장할 수 있는 역량을 키울 수 있는 지원이 필요하다고 언급했다. 단순 학습과정을 통한 교육이 아닌 조직과 조직의 구성원으로서 필요한 의사결정 및 문제해결 기술을 향상시킬 수 있는 훈련 등이 필요하다.

“처음에 창업하면 사회적경제에 대한 교육은 여러번 받았던 것 같아요. 교육이 너무 지겹다고 느끼다가, 어느 순간 오히려 교육이 고픈 시점이 오더라구요. 개념이해와 실무를 넘어서 조직을 진단하고 조직이 처한 어려움과 장애를 뛰어넘는 과정에서 많이 외로웠어요. 물론 직원들과 함께 고민하고 결정해야 하는 것이 맞겠지만...(중략)...교육을 넘어서 그 이상 뭔가가 필요한 시점이었죠..”

4. 지원정책

가. 성장단계별 맞춤 지원 정책 부재

사람 중심이고 표준화가 어려운 문화예술분야의 초기 지원사업은 사업개발비 위주로 이루어져 있다. 창업 이후 시장에 안정적으로 안착할 수 있도록 하는 광의의 유통 채널 지원체계가 미흡하며, 신규기업들이 매출을 확보하고 거래처를 만드는 과정에서 어려움을 많이 겪고 있다고 언급했다. 초기에는 운영비 확보가 어렵고, 성장기에는 민간재원을 확보하기 어려운 것은 조직 성장 단계에 따라 필요한 지원 정책이 합리적으로 설계되어 시행되고 있지 않음을 보여주고 있다.

“청년들은 취업을 준비하면서 평균 5년에서 6년이란 시간을 투자해야합니다. 그러나 창업이라는 직업을 선택하면서는 단 6개월도 준비하지 않는 경우가 많습니다. 창업에 대한 준비운동과 사전 준비 없이 창업이라는 마라톤을 완주해 나가는 쉽지 않을 것이라는 생각이 듭니다.”

나. 자원조달의 어려움

문화예술분야의 사회적경제조직은 투자, 보증, 융자 등의 자원조달에 어려움을 겪고 있다. 특히 경제적 성과를 중심으로 평가되고 이루어지는 투자의 경우는 소수의 기업/단체를 제외하면 거의 불가능한 실정이다.

또한 문화예술분야의 사회적경제조직에 대한 이해와 지원이 부족하고, 투자에 따른 효과성을 측정할 평가체계가 부재한 상황이다.

“50군데가 넘는 VC를 찾아다니고, 문체부 주관의 다양한 투자지원 프로그램에 공모하여 투자자를 만났지만 현실적으로 투자로 이어지기는 어려운 현실입니다.”

특히 비영리를 목적으로 하는 법인과 단체의 경우에는 더욱 자본접근성이 떨어지는 것으로 나타났다. 신용보증기금의 경우에는 영리를 목적으로 하는 법인과 단체만 지원가능하며, 소상공인협동조합 협업사원지원도 영리 및 수익사업만 가능하기 때문이다. 문화예술분야의 비영리 사회적경제조직은 수혜대상에서 제외되고 있다. 또한 노란우산공제⁸⁾의 경우에도 소기업·소상공인이 폐업에 대비해 사업재기 및 생활안정 자금을 마련할 수 있도록 지원해 주는 제도를 운영하고 있으나, 역시 비영리법인의 대표자는 대상에서 제외하고 있다.

협동조합의 경우 신규사업의 추진을 위해 투자계획을 가진 협동조합은 출자말고는 회사채발행이나 투자모집이 불가하기 때문에 자원조달에 어려움을 겪고 있는 상태이다.

8) 노란우산공제 가입자는 폐업, 퇴임, 노령, 사망 등 수령 사유가 발생하면 납입부금과 연복리로 불입한 이자를 합친 공제금을 지급받을 수 있다.

5. 네트워크 및 거버넌스

가. 문화예술분야 사회적경제조직간 네트워크 부재

문화예술분야 사회적경제조직간 정보 네트워크와 커뮤니케이션 채널이 부족한 상황이다. 지역의 사회적경제 중간지원조직과 지역문화재단 등을 중심으로 정보교환이나 사업진행교류 등이 이루어지고 있으나, 조직간 직접적 커뮤니케이션은 개별 조직 구성원의 인적네트워크에 전적으로 의지하고 있다.

“활동 지역에서 팀을 많이 만나는데 전국적으로 네트워킹 하면 좋는데 말이죠. 예전에 0000 페스티벌을 타 지역에서 하는데 그 지역에서 활동하는 팀을 알면 그쪽 팀과 할 건데 몰라서 다 데리고 내려왔어요. 숙박비, 이동경비 이런 걸 여기서도 사람을 다 꾸려서 내려가니까 20명 데리고 내려가면서 차량부터 숙박을 현지에서 활용할 수 있다면 물어 물어서 할 수 있을 건데 그런 게 없어서 애로사항이 있고요. 이런 자리에서 만날 때 같이 할 수 있는 게 굉장히 많을 거 같아요.”

같은 분야 혹은 유사한 사업을 진행하는 조직 간 정보공유 및 교류를 위한 네트워크가 활성화되어야 공동사업이나 공동마케팅 등의 협업을 적극적으로 추진할 수 있다.

나. 공공구매 및 공공시장 진출에의 한계

공공구매 담당자의 이해부족 및 서비스의 협소함으로 인해 문화예술 분야의 공공시장 진출에 한계가 존재한다. 수요자와 공급자를 동시에 고려해야하는 부분이다. 예술경영지원센터의 사회적경제 활성화 공모사업을 통해 기업 CSR과의 연계를 진행하는 시도가 있었지만, 실제 사례는 거의 없는 실정이다.

“선생님 말씀처럼 다른 데는 공공구매 플랫폼이 많아서 제품 프린터 제조 잉크부터 해서 A4용지까지 그런 게 쪽 있는데 그런 게 상품. 여기에서 문화예술 포함해서 교육 이런 데는 그렇게 하기 애매한 거예요.”

6. 정보 접근성

문화예술분야 사회적경제조직을 대상으로 한 지원정보가 산발적으로 흩어져있어 초기 창업조직이 접근하기 어렵다.

사회적경제조직과 관련된 필수적인 공공데이터 개방 범위 또한 매우 작아서 부처, 중간지원조직, 연구원 등 다양한 기관에서 반복적인 실태조사가 이루어지고 있는 상황이다. 사회적기업실태조사, 벤처기업실태조사 등이 이루어지고 있으나 문화예술분야 사회적경제조직에 대한 통계, 실태를 정확히 파악하는 것에는 한계가 존재한다. 특히 소셜벤처에 대한 실태 파악은 문화예술 등이 고유 분류로 집계되지 않고, 제조업 등 타 분류로 집계되기 때문에 더욱 그러하다.

“사회적경제조직이라는 타이틀을 가지면, 일년에 수차례 실태조사라는 이름으로 설문에 응해야해요. 간단한 설문조사야 쉽지만, 재무정보, 고용인원 정보까지 매우 민감한 부분까지도 물어보는 질문들이예요.. ...(중략)...피로도가 굉장히 높죠..”

제3절

소결

설문을 통한 실태조사를 통해서 문화예술분야 사회적경제조직의 현황을 파악할 수 있었다. 전체 337개의 조사 대상 조직 중 인증사회적기업이 31%, 일반협동조합이 27%로 가장 많은 비중을 차지했다. 지역형 예비사회적기업이 21%, 부처형 예비사회적기업이 8%, 사회적협동조합과 마을기업은 5%, 자활기업은 1%를 차지했다.

근로자 현황은 전체 유급 근로자 수로 비교했을 때, 남성과 여성의 비율이 비슷하거나 오히려 여성의 비율이 더 높은 경우가 많았다. 그러나 직급상태에서 관리직과 비관리직의 비중으로 분석했을 때, 남성은 관리직의 비중이 비관리직보다 높은 데 비해 여성은 비관리직의 비중이 더 높게 나타났다. 취약계층 고용에서는 사회적기업의 인건비 지원 제도가 직접적으로 영향을 미치고 있었으며, 청년들은 구직활동에 있어 사회적기업을 선호한다고 짐작해 볼 수 있었다.

설문에 응한 조직 중 13.9%만이 자원봉사자를 활용하는 것으로 나타났다. 시민사회와 협력을 통한 자원봉사 등의 추가적인 자원 확보 노력이 필요한 지점이라고 판단할 수 있었다.

대부분의 조직에 영업손실이 나타나고 있었으며, 당기순이익을 보면 영업손실을 어느 정도 보전하고 있었다. 영업손실을 보전하는 영업 외 수익 중 정부보조금의 역할이 큰 것으로 판단할 수 있으며, 특히 정부지원금이나 후원금에 비교적 많이 의존하는 비영리민간단체 혹은 사회적협동조합의 경우 영업손실이 큰 폭으로 줄어드는 것을 통해 확인할 수 있었다.

매출액 구성을 살펴보면, ‘민간시장’이 59.5%로 가장 높게 나타났으며, 다음으로 ‘공공시장’(34.7%), ‘기타’(2.1%)로 나타났다.

사회적기업이나 마을기업은 10개 조직 중 7~8개 정도의 조직이 공공이나 민간의 지원을 받은 경험이 있으나, 협동조합의 경우 절반 정도만이 공공/민간기관 지원을 받은 것으로 나타났다. 지방자치단체가 사회적경제조직과 가장 밀접한 관계에 있었으며, 지원 내용의 중 대부분은 사업개발비와 인건비지원비가 차지하고 있었다.

설문에 응한 조직의 7%만이 사회적금융 수혜 경험이 있다고 답했으며, 신용보증 75%와 대부25%를 차지하여 임팩트투자 경험은 거의 없는 것으로 나타났다.

조직의 성장단계는 사회적기업의 절반 이상이 성장 및 판로 확대 단계에 와있다고 판단하였으며, 협동조합의 경우에는 설립과 초기 정착단계에 있는 조직도 꽤 존재하는 것으로 나타났다.

조직이 운영하면서 느끼는 애로사항으로 사회적 가치와 경제적 가치를 동시에 추구해야 하는 미션을 가장 많이 꼽았다. 다음으로 문화예술분야 특성에 맞는 맞춤형 정책 지원 부재, 문화예술분야 사회적경제조직에 대한 수요자의 인식 부족과, 정보부족 등을 차례로 들었다.

면접조사는 총 28개 조직의 담당자와 전문가를 대상으로 진행하였다. 설문조사에서도 제시되었던 의견과 비슷한 내용들이 많았다. 특히 사회적 가치와 경제적 가치를 동시에 추구하는 어려움, 문화예술분야 특성을 반영한 지원제도 설계 부족, 사회적경제조직에 대한 합리적인 인식 부재, 네트워크 및 정보부족 등에 대한 내용이 주를 이루었고, 그 밖에도 자원조달과 시장진입에의 어려움, 조직 구성원의 역량 강화를 위한 지원 부족 등이 조직을 운영하면서 겪는 어려움이라고 답했다.

제5장 ●●

문화예술분야 사회적경제조직의
지속가능성 진단과 정책방안



제1절

지속가능성 진단

사회적경제조직의 지속가능성 요인은 조직의 존재 가치에서부터 찾아볼 수 있다. 본 연구 서두에 언급한 것처럼 사회적경제 조직은 사회적 미션을 지속하면서 동시에 경제적 수익창출을 장기적으로 실현하는 조직으로 더블바텀라인(Double Bottom Line)⁹⁾을 추구한다(Emerson and Twersky, 1996). 여기에서 지속가능성 요인을 더블바텀라인을 기준으로 경제적 성과와 사회적 성과로 나누어 찾아볼 수 있다. 경제적 성과는 조직의 고용성과, 임금수준, 매출액 등의 경영성과이며, 사회적 성과의 경우는 사회적경제조직의 미션과 비전 설정을 통한 구성원의 인식과 태도, 조직 구성원의 역량 및 기업가정신, 조직의 책임성과 투명성 등이다. 조직의 내부적인 존재 가치와 더불어 조직 운영의 외부적 환경요인도 중요하다고 볼 수 있다. 중앙정부의 지원, 지방정부의 지원, 중간매개조직의 역량, 시민 인식, 민간기업 혹은 대학의 지원 등이다.

경제적 성과는 지속가능에 대한 의구심이 생길 정도로 어려운 상황이고, 사회적 성과의 경우는 문화예술분야 사회적경제 영역에 대한 근본적인 인식의 한계와 사회적 가치 측정에 대한 체계의 부재로 한계를 보이고 있었다. 조직의 존재 가치 두 가지 모두 충족되지 못한 현재의 상황은 지속가능성을 담보할 수 없다고 판단해도 무리가 없을 정도이다. 특히 조직을 정확하게 들여다볼 수 있는 렌즈조차 없거나 흐려서 인식 개선의 시작을 조직에서부터 시작해야할지, 그 외의 일반국민을 포함한 이해주체들로부터 시작해야할지 어렵게 느껴질 수밖에 없는 상황이다. 사회적기업의 경우 2011년부터

9) 더블바텀라인(Double Bottom Line)은 회계장부의 가장 밑간의 재무적 수익 부분을 나타내는 바텀라인 (Bottom Line)에서 파생된 단어이다. 재무적 가치와 사회적 가치를 함께 추구하는 혼합가치(Blended Value)를 추구하는 기업의 사회적 책임, 사회책임투자, 사회적 기업이 모두 이 개념과 연계되어 있다.

사회적 목적과 경제적 목적 달성에 대한 성과를 자발적으로 공시하는 제도를 시행하고 있으나 의무사항이 아니기 때문에 참여 기업의 수는 적은 편이다. 전체 사회적기업 중에서 5개 기업 중 1개 기업은 자율경영공시에 참여하고 있으나, 문화예술분야의 경우는 전체 사회서비스유형 중 문화예술에 해당하는 사회적기업의 10개 중 단 1개만 자율경영공시에 참여하고 있는 실정이다.

다음의 10가지 문제들을 살펴보자. 이 문제들을 안고 있는 조직의 지속가능성은 과연 어떠한 것인가?

-내부적 요인(존재 가치적): 사회적기업에 대한 이해부족, 지원 정책과 입법 체계의 부족, 전문가의 비즈니스 개발 서비스와 지원 부족, 시장 접근의 어려움, 외부 재원의 금융 접근 어려움, 사회적 임팩트 측정과 제시를 위한 공통적 매커니즘 결여 등

-외부적 요인(환경적): 생존가능한 비즈니스 모델 결여, 공공부문에 대한 높은 재원 의존도, 기업가적 정신과 상업적 통찰력 부족, 사업을 확장하기 위한 시장과 조직 역량 부족 등

사실 위에서 나열한 문제들은 문화예술분야의 사회적경제조직의 문제가 아니라, 2015년 EC가 발표한 유럽 사회적 기업의 주요 문제들을 나열한 것이다. 지금까지 이 연구에서 문헌조사를 비롯해 설문조사와 면담조사를 통해 찾아낸 문제라고 주장해도 흠잡을 곳이 없을 정도로 닮아 있다.

여기서 짚고 넘어가야할 점은 현재 나타나고 있는 부정적 현상이나 문제들이 문화예술이 가지는 조직의 특성으로 인해 발생되었거나 초래된 문제라고 판단하는 것은 위험하다는 것이다. 사회적경제 분야 전체가 안고 있는 위와 같은 문제들을 하나의 마스터키 전략으로 풀어낼 수 없다는 것이 지속가능성을 위한 핵심 전제라고 이해해야 하며, 그 문제해결의 방향성을 문화예술의 특성 안에서 찾아야 한다는 것이 가장 중요하다고 강조하고 싶다. 다음의 정책방안은 앞으로 어떤 방향성을 가지고 지속가능성을 추구할 수 있을지에 대한 고민에서부터 시작되었다.

제2절

정책방안

문화예술분야 사회적경제조직의 지속가능성을 위해 조직이 사회적, 경제적 성과 모두를 달성할 수 있도록 하는 정부의 합리적인 역할은 무엇인지 고민하고, 역할에 따른 방안을 제시하고자 한다.

이를 위해서 우선 문화예술의 사회적 가치 확산을 위한 노력이 필요하다. 그리고 지원방식은 재정지원과 전략적인 정책 제공으로 진화하여야 한다. 사회적 임팩트 지표 개발을 통해 자본과 투자 접근성을 확보해줄 수 있는 방안 마련이 매우 중요한 시점이며, 이와 더불어 조직의 상황과 성장단계에 맞는 맞춤형지원제도를 설계해야 한다. 또한 문화예술분야 사회적경제조직의 과거를 통해 현재를 진단하고 미래를 계획할 수 있는 정확한 정보가 필요하며, 이를 위해서는 문화예술분야 사회적경제조직이 적극적으로 사회적 미션을 어떻게 달성하고 있는가에 대한 리포팅이 중요하다. 사회적 임팩트 리포팅을 통해 모든 이해관계자들에게 조직에 대한 이해력을 높이고, 시장활동과 재원확보활동에 힘을 실어줄 수 있도록 지원해야 한다. 마지막으로 사회적경제조직간의 네트워크를 강화시켜 협력 거버넌스를 구축하고 협업의 문화를 펼칠 수 있도록 하여 함께 성장하는 기반을 마련해야 한다.

1. 문화예술 사회적 가치 인식 확산 및 다양한 주체 간 네트워크 활성화

가. 문화예술 사회적경제 인식 제고를 위한 다양한 프로젝트 진행

문화예술분야의 사회적경제조직이 지역사회와 국가를 위해 어떤 역할을 하고 있는지에 대한 인식이 부족하다는 것은 오랜 시간 사람들 사이에서 회자되고 있었지만, 이번 설문과 면접조사를 통해서 다시 한 번 확인할

수 있었다. 일반 국민에서부터 잠재 고객, 투자자까지 다양한 주체를 대상으로 인식 제고를 위한 다양한 프로젝트 진행이 필요하며, 이를 통해 문화예술분야에서 활동하고 있는 사회적경제조직의 영향력과 잠재력을 알릴 수 있다. ‘문화예술분야 사회적경제 활동 대상’, ‘문화예술분야 사회적경제 창의적 실패상’ 시상식 문화예술분야의 다양한 사례를 발굴하고 알리는 것뿐만 아니라, 실패자산의 축적과 실패를 통한 재도약의 발판을 마련하는 중요한 과정으로 발전할 수 있다.

다음으로 ‘문화예술로 풀어내는 사회문제은행 국민캠페인(가칭)’, ‘지역의제 발굴 프로젝트(가칭)’ 등을 통하여 지역사회와 시민사회가 적극적으로 참여하도록 유도하고, 문화예술의 사회적 역할에 대하여 적극적인 탐구를 이끌 수 있다. 이를 통해 문화예술분야 사회적경제조직의 사회적 역할에 대한 인식을 제고하고, 사각지대에 놓였던 새로운 사회문제를 발굴하여 해결하는 사례로도 활용할 수 있다. 이를 통해 문화예술이 사회적경제 안에서 기여하는 역할과 가치를 함께 공감하고 후원하는 주체로서 시민사회의 양성으로 이어질 수 있다. 또한 문화예술분야 사회적경제조직의 사회적 가치 및 영향력, 조직 활동, 사례조사 등의 다양한 시각에서 고찰하고 분석하는 연구로도 이어질 수 있는 계기가 된다.

마지막으로 현장에서 근무하고 있거나 미래에 이 분야에서 근무하게 될 잠재적 인력이 관련 교육이나 활동을 통해 이해를 높일 수 있어야 한다. 첫째로 문화예술분야 학과를 전공하는 학생들이 사회적경제 관련 교과과정을 이수할 수 있거나, 관련 내용에 대한 이해를 높일 수 있는 장치들이 마련되어야 하겠다. 특히 창작을 중심으로 하는 순수예술분야 전공생들은 학부 과정에서 기업가정신이나, 사회적경제에 대한 실무적인 수업들을 들어본 경험이 거의 없는 경우가 많다. 창작을 직업으로 하는 경우에도 창작을 지원하고 매개하는 직업인 경우에도 모두 사회적경제를 이해하고, 문화예술의 사회적 가치와 역할에 대한 이해와 탐구는 필수적이다. 두 번째로 현장에서 사회적경제조직에 근무하고 있는 구성원들도 자신이

근무하고 있는 조직의 미션과 비전을 이해하고, 사회적경제에 대한 탐구가 필수적이다. 사회적경제조직을 지원하는 지원조직과 공공기관 종사자들도 마찬가지이다. 사회적경제를 통해 기업활동을 영위하는 경우에 사회적경제의 가치나 역할에 대한 탐구나 인지가 부족한 경우가 많다. 이는 형식적 혹은 수동적 교육과정의 설계보다, 조직의 지속가능성을 위해서 조직의 기업활동이 어떻게 사회적으로 역할을 하는지 고민하고 운영할 수 있는 탐구과정의 설계가 필요하다.

나. 다양한 주체 간 네트워크 활성화

개개인의 인식제고를 위해 다양한 프로그램이나 프로젝트를 진행하는 것과 더불어 포럼, 마켓, 박람회를 통하여 한자리에 모여 공감과 교류의 장을 가지는 것도 문화예술분야 사회적 가치 인식의 확산에 큰 역할을 할 수 있다. 올해 대구에서 진행되었던 2018 사회적경제 박람회에서는 국내외 사회적경제조직이 한자리에 모여 피칭, 토론, 연구 등 다양한 형태의 공감과 교류가 이루어졌다. 많은 사회적경제조직뿐만 아니라, 일반기업, 대학, 정부, 중간지원조직, 투자자, 연구자 등 다양한 주체가 함께 참여하여 교류하는 기회로 문화예술분야 사회적경제조직도 다수가 참여했다. 이런 전국적이고 국가적인 행사에서 문화예술분야 사회적경제조직이 어떤 역할을 할 수 있을지 고민하고, 적극적으로 참여할 수 있도록 해야한다.

문화예술분야에서는 예술경영지원센터가 2015년에 진행했던 ‘문화예술분야 사회적경제 마켓 & 포럼’이 대표적인 사례이다. 이와 같은 행사를 발전시켜 많은 문화예술분야 사회적경제조직이 참여할 수 있는 기회를 만들고, 서로에 대한 이해를 기반으로 네트워킹할 수 있도록 해야 한다. 문화예술의 특성을 살린 축제 형식을 따른 박람회가 진행될 수 있는 기획과 다양한 주체들이 참여할 수 있는 프로그램 구성도 필요하다. 많은 사회적경제조직이 자신의 시간과 전문성을 나누어 다른 사회적경제조직의 성

장을 도모할 수 있고, 규모나 작거나 경험이 적은 단체에게 멘토링을 제공하며, 자신들의 사업계획과 교훈을 공유하는 장으로 만들어야 한다. 전문가를 통한 멘토링이나 비즈니스 코칭도 중요하지만, 조직들이 서로 비즈니스 플랜을 공유하고 함께 점검하는 시간은 상호협력의 장으로 이어지는 큰 원동력으로 작용할 것이다. 상호협력의 장으로 이어지기 위해서 문화예술분야의 사회적경제조직이 스스로 네트워크를 형성하여 자체 공동기획 사업을 진행하거나, 상호거래를 진행하는 경우 정책적으로 지원을 해 줄 수 있는 방안에 대한 고민도 필요하다.

2. 문화예술형 사회적 임팩트 측정과 자본과 투자 접근성 확보

가. 문화예술형 사회적 임팩트 평가 및 리포팅 체계 마련

문화예술분야 사회적경제조직뿐만 아니라 사회적경제조직 전반에서 자본과 투자 접근성에 대한 한계를 언급하고 있다. 이에 정부는 2018년 2월 사회적금융 활성화 방안을 마련하여 발표했다. 그러나 문화예술분야 관계자들은 사회가치연대기금 추진, 사회적금융중개기관 육성, 민간투자자 및 금융기관 참여 확대 등 정부가 약속한 공급확대에 대해 기대감을 표현하기도 하였으나, 실질적인 체감 효과에 대해서는 의견이 분분하다. 이는 문화예술분야의 사회적경제조직이 사회적 가치를 창출하는 것을 정량적으로 증명하거나 설득할 수 있는 사회적 임팩트 평가가 부재하다는 점, 이를 통한 투자활동으로 연계될 수 있는 실질적 재원을 찾기 어렵다는 점 등이 그 원인이라고 볼 수 있다.

따라서 기존 금융 시스템에서 자금조달이 어려운 문화예술분야에서 임팩트투자가 유용한 자금조달의 원천이 될 수 있도록 다각적 방안 마련이 필요하다. 사회적 임팩트 평가와 측정은 정부, 투자자, 일반개인이 결과물에 대한 입증으로 이어지며, 이에 따라 사회적경제조직도 그 가치

를 정량화하여 보일 필요가 높아지고 있다. 현재 문화예술형 사회적 가치 혹은 사회적 임팩트를 측정할 수 있는 체계가 필요하다.

투입, 활동, 산출, 결과, 임팩트에 이르는 문화예술분야 사회적경제조직의 일련의 활동 과정에서 단계별 사회적 임팩트 측정이 필요하다. 이를 위해서는 일반적 사회적경제조직의 재정적 성과를 문화예술형으로 측정할 수 있도록 재조정이 필요하며, 비재정적 혹은 사회적 성과를 위한 측정 기준들이 새롭게 정립되어야 할 것이다. 최근 시간제 혹은 프리랜서로 근무하는 인력에게 지불되는 사례비를 사회적 목적 재투자액으로 인정하거나 자원봉사자의 근무시간을 화폐가치로 환산하여 성과로 인정하는 등의 사례를 고려해볼 수 있다.

무엇보다도 조직의 상황과 목적, 그리고 조직 규모, 생존기간(안정성) 등에 맞춤형된 가치측정과 평가 방법 모델이 필요하다. 이는 장기적으로 조직 내부에서 지속적인 조절도구 역할을 담당하는 장치로도 활용될 수 있기 때문이다. 사회적 임팩트 평가를 통하여 문화예술형 사회적 가치를 측정하고 평가하는 방법을 통해서 사회성과의 화폐가치를 환산한다면, 사회적 가치를 시장가격에 반영하기 쉬워지고 자본과 투자에 대한 접근성도 높아지길 기대할 수 있다.

GIIN 연례임팩트투자설문 보고서에 따르면, 각 조직만의 지표나 프레임워크가 있다고 답한 곳이 가장 많았으며, 정량적 정보를 추적하는 곳, IRIS와 연결된 지표를 활용하는 곳도 있다고 나타났다. 특히, 임팩트투자기관 중 4분의 3에 해당하는 수가 UN의 지속가능발전목표(SDGs)를 활용한 투자 성과를 추적하고 있다는 사실은 문화예술분야에서도 이를 적극 활용한 지표나 프레임워크를 개발해야 한다는 메시지로 받아들일 수 있다. 정부와 선도적인 기관들이 함께 사회적임팩트 보고서에 대한 가이드와 툴킷을 발간하는 파일럿 프로젝트를 진행하고, 이를 통해 공통된 프레임워크를 개발하여 많은 조직이 참여할 수 있도록 유도해야 한다.

또한 이렇게 문화예술형 사회적임팩트를 측정, 평가하는 것과 함께 중

요한 작업은 공시 등과 같은 리포팅 제도이다. 벨기에의 경우에는 사회적 목적의 기업은 비표준화된 조직의 정립된 사회적 목적 실행에 대한 연간보고서를 의무적으로 발행해야 한다(EC, 2015; 주성수, 2017 재인용)는 기준을 세우고 있다. 지속가능성 진단에서도 살펴보았듯이 현재 문화예술분야 사회적경제조직의 경영공시는 보편화되어있지 않고, 개별 조직차원에서 연차보고서(Annual Report)나 임팩트 보고서를 작성하고 공시하는 사례는 드물다. 게다가 기관 혹은 단체의 홈페이지나 홍보브로슈어에서 조직이 추구하는 비전과 미션에 대해 정확하게 명시하지 않거나, 그에 대해 유추할 수 있는 단서조차 없는 곳도 심심치 않게 발견할 수 있다. 조직의 미션을 정확히 세우고 추구하는 사회적 목적 실행의 진행 상황을 포함하는 연간보고서를 발행하는 것이 우선적으로 시작되어야 한다.

나. 기부 및 투자에 대한 세제 인센티브 제공

문화예술분야 사회적경제조직의 창업을 위한 단체에 일정금액 이상 직접 기부할 때, 기부한 기업/개인에게 세액공제를 제공하는 것이다. 현재 지정기부금단체로 지정된 경우의 고유목적사업비로 지출하는 기부금의 경우 조세감면을 받을 수 있는 제도가 있다. 사회적경제조직 중에서는 사회적협동조합 및 비영리법인형태의 사회적기업 등이 해당될 수 있다. 이번 설문조사에서도 기부금 혹은 후원금 경우는 비영리단체에서만 수혜 경험을 나타냈다. 그러나 해당 조직 중 10%미만의 소수의 조직만이 수혜 경험이 있다는 결과를 보여주고 있다. 캐나다에 위치한 도시 마니토바의 경우에는 사회적기업을 창업하기 위한 단체에 기부한 금액에 대해서 세액공제를 제공하는 사례를 참고할 수 있다. 개인 혹은 기업이어도 창업을 준비하거나, 새롭게 창업한 초기 단계에 있는 조직에게 기부할 경우, 세액공제 대상으로 인정해주는 것이다.

캐나다 마니토바 사례

- 캐나다 중부 주도 위니펙(Winnipeg)에 위치한 도시 마니토바는 Manitoba social enterprise Tax Credit을 실시하고 있음
- 새로운 사회적기업을 창업하기 위한 단체에 \$50,000이상 기부 시, 기부한 기업에 30% 세액공제를 제공

기부가 아닌 투자의 경우에도 동일하게 세제 인센티브를 제공할 수 있다. 현 정부에서도 이와 관련하여 추진하고자 하는 계획을 수립 중에 있다. 그러나 문화예술분야에서 세제 인센티브를 통한 투자 유인은 타 분야에 비해 실질적인 효과로 이어지기 어려울 수 있다는 의견을 감안할 때 기부에 대한 세제 인센티브가 비교적 합리적인 방안이 될 수 있다.

위에서 설명한 세제 인센티브는 우리나라 문화예술분야의 사회적경제조직이 창업초기에 엔젤투자 등을 직접적으로 받기 어려운 상황을 반영하여 고려해볼 수 있는 방안이다. 지정기부금 단체로 등록되어있지 않으면 사회적 이익을 위한 조직이 아니라는 편견으로 기부금 모집이 어렵고, 반대로 지정기부금 단체로 등록되어있으면 상업활동이나 투자 유치가 어려워지는 상황을 개선하는 시도가 될 수 있기 때문이다.

다. 문화예술 임팩트펀드 조성과 사회성과연계채권 도입

문화예술분야에서의 사회적경제조직에 대한 투자유인이 어려운 것은 한국에서만 일어난 일은 아니다. 2018년 GIIN(Global Impact Investing Network)의 연례임팩트투자설문(Annual Impact Investor Survey) 보고서에 따르면 임팩트투자의 대상이 되는 산업군(마이크로 파이낸싱을 비롯한 금융업, 에너지, 식품산업 및 농업, 헬스케어, 주택, 기간시설, 교육업, 수자원 및 위생, 제조업, ICT, 문화예술업 등) 중에서 0.3%가 문화예술분야 투자를 진행한 것으로 나타났다. 문화예술분야의 특성 때문에 전통적인 기관으로부터의 금융 접근이 상당히 어렵다는 점은 사실이다.

이런 이유로 영국은 문화예술 임팩트 펀드를 별도로 조성하고 이를 통해 문화예술분야 사회적경제조직에게 낮은 금리로 대출을 제공하고 있다. 민간투자자, 민간기부자, 공공투자자, 공공출연자 등 다양한 자금 공급원 주체들이 참여하여 펀드를 조성하는 문화예술 임팩트펀드를 조성하여 문화예술분야 조직에게 금융 접근을 제고하는 방안을 고려해볼 수 있다.

영국 문화예술 임팩트 펀드(Arts Impact Fund) 펀드 조성 사례

- 영국의 '사회적 임팩트투자' 국가자문위원회는 2000년대 초반부터 지금까지 임팩트투자 활성화를 위해 다양한 이니셔티브를 진행함
- 2015년 도입되었으며, 민간과 공공의 혼합기금을 바탕으로 문화예술단체들에게 낮은 금리의 대출을 제공하고 있음
- 영국 예술기관의 지속적인 활동을 지원함과 동시에 각 기관이 추구하는 예술적 가치와 사회에 미치는 긍정적 영향을 지키고자 시행됨
- 잉글랜드예술위원회(Arts Council England), Bank of America Merrill Lynch, Esmée Fairbairn Foundation, Calouste Gulbenkian Foundation의 후원으로 약 700만 파운드 상당의 기금이 마련됨(2015년 3월 기준)
- 2016년 4월 기준, 8개 문화예술기관에 약 300만 파운드 대출이 실행되었음
- 각 기관 당 15만~60만 파운드의 대출기금을 기존 상업대출의 높은 대출금리 대비 비교적 낮은 4~7% 금리¹⁰⁾로 대출을 지원하여 예술단체 재정적 부담 완화
- 등록된 자선단체이거나 사회적 기업의 한 유형인 공동체이익회(CIC: Community Interest Company)인 경우에만 수혜 대상으로 인정

그리고 임팩트투자의 일환으로 사회성과연계채권(SIB)¹¹⁾을 활용한 문화예술분야 특성 사회성과 보장사업 도입도 고려해볼 수 있다. 공공재원의 리스크를 줄여서 혁신적인 해결방안을 지원하는 정책도구로서 활용될 수 있다. 사회성과연계채권은 전통적 1년간의 성과와 더불어 다년간 혹은 장기적 관점에서 성과를 측정하고 이에 대해 수익을 제공할 수 있다는 장점을 가지고 있다. 이는 단년도 예산체계를 가지는 정부 예산 방식을

10) 영국 대출 금리의 경우 대출금액 및 거치기간에 따라 기관별로 상이하나 평균적으로 7%~8%의 금리를 기록함. Jennifer Bender, "The Average Interest Rate for Small Business Loans", <http://smallbusiness.chron.com/average-interest-rate-small-business-loans-15342.html>

11) SIB(Social Impact Bond): 민간 투자자금으로 공공사업을 수행한 뒤, 성과목표 달성 시 정부가 예산을 집행, 투자자에게 원금 및 이자를 상환하여 성과를 구매

넘어서 복수의 회계연도가 지난 후에도 예산 집행을 할 수 있는 근거와 정부의 예산지원 방식의 전환에 큰 기여를 할 것으로 기대한다. 또한 수혜 대상층에게 양질의 보다 지속가능한 결과를 제공 할 수 있게 된다.

한국의 SIB사례: 아시아최초 서울시 공동생활가정 아동교육 SIB

- 한국 SIB 1호 사업이자 아시아 최초의 SIB 사례로 ‘공동생활가정 아동교육’을 선정하고 민간 투자자를 모집해 사업을 진행함
- 아동복지시설에서 생활하는 경계선지능 및 경증지적장애아동을 정서를 치유하고 양육, 교육하여 자립을 돕는 사업임

3. 성장단계별 맞춤 지원제도 설계

가. 창업 전 준비단계, 초기 창업단계 지원

사회적경제 제도권으로 진입하는 문화예술조직은 이미 기존 시장에서 어느 정도 경험을 쌓고, 성장의 길에 있는 경우가 많다는 의견이 있었다. 아이디어만을 가지고 시장진입 가능성을 시험하는 테스트베드로서의 역할을 할 수 있는 예비사회적기업의 경우에도 어느 정도 업력이 있는 조직이 참여를 한다는 것이다. 새롭게 문화예술분야 사회적경제조직과 관련한 아이디어를 만들고 구현할 수 있는 창업 전 준비단계가 필요하다. 바로 창업으로 뛰어들게 하는 제도보다 일정 시간동안 자신을 탐색하고, 지역 사회를 탐구하면서 문화예술을 통하여 사회에 기여할 수 있는 아이디어를 도출하는 기회가 필요하다고 판단된다. 사회적경제조직이 추구하는 연대와 참여의 정신은 문화예술조직에서 가장 중요한 요소이기도 하다. 문화예술분야 사회적경제조직은 누구보다도 빠르게 시장의 흐름보다 앞서 달려나가야만 경쟁력을 찾을 수 있는 타 분야와는 다르게 긴 호흡을 가지고 사람과의 관계 속에서 문화예술을 통한 활동을 전개할 수 있는 사전준비운동이 다른 어떤 분야보다도 중요하기 때문이다. 올해 문화체육관광부가 제시한 문화비전 2030에 포함되어있는 ‘문화청년 일만시간 지원사업’

이 그 역할을 해줄 수 있을 것이라고 기대하고 있다.

본격적인 초기 창업 단계에서는 실질적인 창업으로 이어질 수 있는 지원제도가 필요하다. 먼저 문화예술분야 사회적경제조직을 대상으로 하는 정보가 산발적으로 흩어져 있어 접근이 어렵다. 기업재무정보, 산업환경, 사회적금융시장, 공공구매, 사회적 가치평가 등 여러 기관에 산재한 정보를 집중화하여 관리가 필요하며, 한국사회적기업진흥원에서 제공하고 있는 사업보고서와 자율공시정보, 지역별로 존재하는 사회적경제지원 센터의 기업 및 사업 정보, 민간 사회적 가치 평가 회사, 사회적금융기관 등의 다양한 정보를 종합적으로 확인할 수 있는 플랫폼 구축이 필요하다.

두 번째로 대표적인 사회적경제 창업지원사업인 한국사회적기업진흥원의 사회적기업가육성사업 경우 'IT, 도시재생, 제조, 글로벌, 산림 등'으로 특화가 존재하나 문화예술분야 특화는 없는 상황이다. 사회적기업가육성사업에 문화예술 트랙을 도입하여 사회적경제조직으로의 진입을 위한 맞춤형 컨설팅이나 자금지원을 진행하는 방안을 고려할 수 있다. 셋째로 부처형 예비사회적기업 인증제도를 신설하여 문화예술의 특성을 활용한 다양한 분야/산업 등과의 연계를 유도하여 다양한 차원에서의 문화예술 사회적경제 시장을 발굴할 수 있다. 현재 진행되고 있는 기존 지원정책에서 신규채용으로 회계, 마케팅 등 전문인력 인건비와 경영컨설팅 비용, 회계프로그램 및 전문 프로보노 활동 연계 지원 사업 등이 있으나, 실질적으로 개별 조직이 가지고 있는 인력풀의 한계와 전문인력 유치를 위한 기업의 매력도가 아직 형성되지 않은 신생조직들은 인건비 지원 제도를 효율적으로 활용할 수 없는 상황이다. 오히려 필수적인 세무·회계업무, 계약·행정업무 등을 지원해주는 지원단을 구성하여 지원하거나 관련 서비스 이용 및 프로그램 구입비용 등을 지원해주는 등의 프로그램이 더욱 효과적인 지원 방안이 될 수 있다.

나. 창업 이후 성장단계 지원

사회적기업과 사회적협동조합 등에 지원되는 인건비는 제도 시행 시점부터 지금까지 분야별, 산업별 특성을 고려하지 않았으며, 특히 문화예술분야에는 합리적이지 않다는 비판을 받아왔다. 일정치 않은 근무시간이 많고, 프로젝트 단위로 진행되는 사업의 성격은 인건비를 지원받기도 어려우며, 받는다고 하더라도 정산에서의 어려움이 발생하고 있다. 문화예술분야 특성에 맞게 일8시간 주40시간 기준 근무를 월단위로 변경하는 등의 방안을 반영할 수 있도록 지원해야 한다. 현재는 이와 같은 문화예술 특수성을 증명하고, 설득하는 작업을 개별 조직이 해야 하는 부담으로 작용하고 있는 것이 사실이다. 이로 인해 인건비 지원을 아예 포기하거나, 사업기획과 추진 인력이 이를 증명하고 설득하는 행정 자료를 위해 많은 자원과 시간을 투입하고 있다. 이런 손실을 줄이고, 기존의 제도를 합리적으로 활용할 수 있도록 적극적으로 지원해야 한다.

공공시장에의 접근성을 높여주는 지원이 필요하다. 첫째, 공공구매 담당자의 이해부족 및 서비스의 협소함으로 인해 문화예술분야는 공공시장 진출의 한계를 느끼고 있다. 공공시장 진출을 위해 문화체육관광분야 공공구매 우수 사례에 대한 사례집, 가이드북 등을 정기적이고 지속적으로 발간하여 공유 공공기관 구매담당자가 적극 활용할 수 있도록 독려해야 한다. 경기도는 문화예술분야 사회적경제기업 가이드북을 발간하고 온·오프라인을 통해 공유한 이후, 실제로 많은 기관들이 생각지 못한 새로운 고객층을 만나고 사업으로까지 연결되는 사례가 있었다.

2018 경기도 문화예술분야 사회적경제기업 가이드북 발간사례

- 경기도 내에 있는 166개 문화예술분야 사회적경제조직을 발굴하여, 현황을 파악하고 이를 가이드북으로 제작·배포
- 문화예술분야 사회적경제조직이 도·시·군 지역 축제 및 행사에 보다 쉽게 참여하고, 이들이 만든 문화예술작품이 활발하게 향유될 수 있도록 경기도와 경기도 따복공동체 지원센터가 진행함

둘째, 판로확대를 위해 국제적인 네트워크를 활용할 수 있는 지원이 필요하다. 국내시장에서 국제적 판로 개척을 통해 새로운 도전을 할 수 있는 장을 마련해줘야 한다. 국외 판로 개척을 위한 사전 답사, 국제 포럼 및 피칭 행사 참여 등을 지원하고, 해외문화홍보원 등 정부의 국외 네트워크를 활용한 사업지원도 고려해볼 수 있다.

다. 도약단계 지원

다양한 경험과 사업 등을 통해 어느 정도 안정단계에 들어선 조직에게 신규 사회적경제조직 기업가 대상으로 멘토역할을 할 수 있는 사업이 필요하다. 현재 진행되고 있는 컨설팅 지원 제도는 고도화된 컨설팅을 받기에는 부족한 제도라는 평가를 받고 있다. 비전문적이고 단발적인 컨설팅으로 그치는 경우가 많이 발생하고 있다. 이를 보완하기 위해서 업력이 쌓여서 경험치가 높은 조직에게 신생 조직과 함께 현안에 대한 고민을 공유하고 함께 해결할 수 있는 기회를 주는 것이 보다 훨씬 효과적일 수 있다.

조직이 안정기에서 바로 쇠퇴기로 넘어가는 것이 아니라, 한 단계 더 업그레이드 할 수 있는 도약의 기회를 마련하기 위해 협동화 지원사업은 큰 역할을 할 수 있을 것이라고 기대한다. 현재 많은 문화예술 사회적경제주체들이 영세한 수준에 그치고 있다는 것은 설문조사나 면담조사에서 모두 동일하게 제기되고 있는 문제이기도 하다. 대규모의 계약을 진행하면서 사업을 독자적으로 수행할 수 있는 능력과 실력을 키울 수 있는 기회

가 필요하다. 현재는 큰 규모의 사업을 위해 컨소시엄을 진행하려고 해도 개별 조직에 각각의 조건을 모두 충족하도록 요구하는 상황이어서 협업을 어렵게 한다는 의견이 있었다. 문화예술분야 사회적경제조직이 대규모 계약입찰에 참여하기 위해 컨소시엄을 구성할 수 있도록 돕는 입찰 플랫폼을 구축하는 방법을 고려해볼 수 있다. 규모있는 사업을 통해 새로운 도전이 가능할 수 있도록 하는 기업간 공동기획, 컨소시엄 구성, 상호거래 인센티브, 소셜 프랜차이징 등을 지원해주어야 한다.

제6장 ●●

결론 및 제언



제1절

결론 및 제언

본 연구는 사회경제조직에 대한 이해, 문화예술분야 사회적경제조직의 진단을 통하여 문화예술분야에서 창출하는 문화적 가치 및 사회적 가치가 사회에 미치는 긍정적인 역할을 다시금 재인식하는 기회로 삼는 것을 목적으로 하였다. 또한 문화예술분야의 사회적경제조직 설문을 통한 실태조사와 현장전문가 및 정책관계자들과의 면담조사를 통하여 현황과 문제점을 파악하고, 이에 따라 문화예술분야에서 활동하는 다양한 사회적경제조직이 지속가능할 수 있는 제도적, 정책적 환경 마련을 위한 과제를 도출하였다.

문화예술분야 사회적경제조직은 문화예술의 특수성을 반영한 지원제도 미흡, 사회적경제에 대한 합리적인 인식 및 교육 부족, 사회적경제조직의 성장의 핵심인 구성원의 성장을 위한 지원제도 부족, 조직의 재원조달에의 어려움, 조직간 네트워크 및 민관 신뢰기반 거버넌스가 부재한 점 등을 꼽았다.

본 연구를 통해 도출된 문화예술분야 사회적경제조직의 문제점은 다른 사회적경제조직이 안고 있는 문제점과 다르지 않다는 점에서 지속가능성에 대한 방향성을 제시하고 있다. 문제를 해결하고 지속가능하기 위해서는 문화예술의 관점으로 방향성을 제시해야한다는 점을 강조하였다.

이와 관련하여 본 연구는 문화예술의 사회적 가치 인식확산을 최우선으로 강조하였으며, 문화예술의 사회적 가치를 반영할 수 있는 사회적 임팩트 평가 및 리포팅의 체계 마련을 주장하였다. 기부나 투자에 대한 세제 인센티브와 문화예술 임팩트 펀드, 사회성과연계채권 도입을 국내외 사례와 함께 방안을 제시했다. 마지막으로 조직의 성장단계를 창업전 준

비 단계, 초기 창업단계, 창업 이후 성장단계, 도약단계로 나누어 각 단계에서 정부가 중점적으로 추진해야할 지원정책에 대하여 논하였다.

문화예술분야 사회적경제조직의 지속적인 발전과 규모 확대를 위해 정부가 촉매제이자 조력자의 역할을 수행해야하는 것은 당연하다. 그간 소극적으로 대응했던 문화예술분야 사회적경제의 발전을 위해 전방위적으로 정책적 기반을 넓혀야 한다. 이는 정부주도적 혹은 정부의존적 생태계를 만드는 것이 아닌 문화예술분야 사회적경제조직의 지속가능 생태계 조성에 있음을 다시 한 번 강조하고 싶다.

참고문헌

〈단행본 · 보고서 · 논문〉

- 고동현·이재열·문명선·한솔(2016), 사회적 경제와 사회적 가치.
- 고용노동부(2018), 2018 사회적경제 국제포럼-포용성장의 동력, 사회적경제, 2018.06.15.
- 고용노동부·한국사회적기업진흥원(2017), 2017 사회적기업 자율 경영공시 사례집. _____(2018), 사회적기업 자금조달 길라잡이.
- 기획재정부(2017), 사회적경제활성화 방안.
- 기획재정부·한국사회적기업진흥원(2018), 2018 협동조합 정책활용 길라잡이 - 전국사업.
- 기획재정부·한국사회적기업진흥원(2018), 2018 협동조합 정책활용 길라잡이 - 지역사업.
- 김정원(2017), 한국의 사회적경제 조직화 특성에 대한 분석, 경제와사회 114, pp79~121.
- 노대명(2007), 사회적경제와 한국시민사회의 과제; 한국 사회적경제(Social Economy)의 현황과 과제 - 사회적경제의 정착과정을 중심으로.
- 노시훈(2015), 프랑스의 문화예술협동조합 연구, 「프랑스학연구」 72(2015.05.15.), pp349~369.
- 류정아(2011), 문화예술분야 사회적기업 국내외 사례 조사 및 활성화 방안, 한국 문화관광연구원.
- 박명규·이재열(2018), 사회적 가치와 사회혁신, 한울.
- 박태규·정구현·김인춘·황창순(2016), 한국의 제3섹터: 국가와 시장사이에서 길을 묻다, 삼성경제연구소.
- 보건복지부(2017), 자활기업 공시자료.
- 사회적가치연구원(2018), 사회성과인센티브 활용 사례 보고서.
- 사회적경제활성화전국네트워크 외 5(2018), 제3차 사회적경제 정책포럼, 지역사회

- 회 발전 전략으로서의 사회적경제의 도전과 실험, 그리고 과제, 2018.07.04.
- 사회적기업학회(2018), 사회적경제 박람회 사회적경제 정책포럼, 2018.07.14.
- 서울문화재단(2018), 예술활동의 다변화와 사회적 실천.
- 신나는조합(2018), 사회적기업 인증설명회 자료.
- 신명호(2009), 한국의 ‘사회적경제’ 개념 정립을 위한 시론.
- 신명호 외(2016), 한국 사회적경제의 역사-이론 모색과 경험의 성찰, 한울 아카데미
- 우석훈(2017), 사회적경제는 좌우를 넘는다, 문예출판사.
- 이영수(2016), 사회적기업에 대한 정부지원이 고용창출 및 경제적 성과에 미치는
영향, 대한경영정보학회, 「경영과 정보연구」 제35권 제5호, pp123~146.
- 이환규(1985), 1920年代 韓國協同組合운동의 失態: 協同組合운동사, 咸昌協同
組合, 平安協同組合을 中心으로, 한국협동조합학회 제3권, pp119~156.
- 임팩트금융 국가자문위원회, 기획재정부(2018), 사회적 가치와 금융 국제컨퍼런
스, 2018.07.13.
- 일자리위원회·관계부처합동(2017), 사회적경제 활성화 방안.
- 예술경영지원센터(2015), 2015 문화예술분야 사회적기업 실태조사 및 공공구매
진출 사례조사.
- 장구보 외(2017), 예술인의 일자리창출을 위한 문화예술분야 사회적 경제조직
사례연구 - 무용, 연극, 국악 단체를 중심으로, 한국무용학회지 제17권
제2호 pp1~14.
- 장석인(2017), 사회연결망 분석을 통한 사회혁신기업과 사회적 경영(Social
Business) 사례 연구: 사회적기업, 사회적 협동조합 및 Community
Business를 중심으로, 기업경영리뷰 제8권 제1호, pp316~338.
- 조영복류정란(2013), 사회적 가치 창출의 평가와 측정, 사회적기업연구원/시그
마프레스.
- 주성수(2017), 사회적 경제와 사회적 임팩트, 한양대학교 출판부.
- 주성수(2018), 시민사회, 제3섹터, 비영리섹터, 사회적경제, 한양대학교 출판부.
- 원낙연(2013), ‘사회성과연계채권’이란, HERI Riview 제28호, 한겨레경제연구소.
- 임준형(2017), 사회적경제 기업과 신흥 간 연대와 상생: 광주광역시 중심으로.

- 최보연(2017), 영국 문화정책 백서 심층분석, 한국문화관광연구원.
- 한국사회적기업진흥원(2016), 소셜챌린저 39, 사회적기업가 육성사업 5기 우수사례집.
 _____(2017a), 2016 사회적기업 성과분석.
 _____(2017b), 소셜챌린저 38, 사회적기업가 육성사업 6기 우수사례집.
 _____(2017c), 한 손에 잡히는 사회적기업.
 _____(2017d), 2017 Social Enterprise Directory 사회적기업 개요집.
- 한국사회혁신금융(2017), 2017 한국사회혁신금융 연차보고서.
- 한겨레경제연구소(2013), 사회적기업을 어떻게 혁신할 것인가-경영사례집
 2013, 아르케.
- 한겨레경제사회연구원 외 2(2017), 제3차 사회적경제 정책포럼-사회적 가치 창출 평가와 측정, 2017.09.11.
- 한겨레경제사회연구원 외 5(2018), 제2차 사회적경제 정책포럼 자료집-6.13지방선거, 2018.05.11.
- 한겨레경제사회연구원 외 6(2018), 제1차 사회적경제 정책포럼 - 사회적 금융의 쟁점과 과제, 2018.06.12.
- 허은영(2012), 문화예술 분야 협동조합 제도 도입을 위한 기초 연구, 한국문화관광연구원.
- Arjo Klammer(2004). Social, Cultural and Economic Values of Cultural Goods, Cultural and Public Action, V. Rao and M. Walton, eds., Stanford University Press.
- European Commission(2013), Social economy and social entrepreneurship.
 _____(2015a), A map of social enterprises and their eco-systems in Europe.
 _____(2015b), Proposed Approaches to Social Impact Measurement.
- GIIN(2018), Annual Impact Investor Survey.
- Grace McQuilten & Anthony White(2015), Impact and sustainability in art

based social enterprises, The University of Melbourne.

Helmut Anheier and Wolfgang Seibel(2002), The Nonprofit Sector in Germany, Journal of social policy, Vol.31 No.3.

ILO(2008), 2008 Declaration on Social Justice for a Fair Globalization.

Jacques Defourny, Louis Favreau & Jean-Louis Laville(2004), Tackling Social Exclusion in Europe: The Contribution of the Social Economy, LABOUR AND INDUSTRY, Vol.14 No.3.

Jed Emerson & Fay Twersky, eds(1996), New social entrepreneurs: The success, challenge and lessons of non-profit enterprise creation. San Francisco: Roberts Foundation, Homeless Economic Development Fund.

Jude Payne & Ross Burnside(2003), The Social Economy in Scotland.

Karl Polanyi(2009), The Great Transformation: the Political and Economic Origins of Our Time, Boston.

OECD(2007), Social Economy: Building Inclusive Economics.

_____(2015), Social Impact Investment: Building the Evidence Base. Paris.

The Canadian CED Network(2015), Manitoba Social Enterprise Strategy.

Yorkshire Forward & Partners, J. McManus(2004), Definition of the Social Economy in Northern Ireland-finding a way through, Social Economy Agency.

〈홈페이지〉

고용노동부 www.moel.go.kr

기획재정부 www.mosf.go.kr

드림위드앙상블 www.dreamwith.or.kr

문화체육관광부 www.mcst.go.kr

보건복지부 www.mohw.go.kr

예술경영지원센터 www.gokams.or.kr

중소기업벤처부 www.smba.go.kr

행정안전부 www.mois.go.kr

한국사회적기업진흥원 www.socialenterprise.or.kr

Arts Impact Fund, artsimpactfund.org

Cafe Art, cafeart.org.uk

SMart Belgium, smartbe.be/en

SMart, EU smart-eu.org

Streetwise opera, www.streetwiseopera.org

〈기사 및 온라인 포스트〉

파이낸스투데이(2018.05.17.), 소셜벤처 육성 위해 1,200억 원 규모 소셜 임팩트
투자 펀드 조성

ABSTRACT

A study on the sustainability of social economic organization in the arts and culture sector

In addition to the instability of the Korean economy due to the recent global economic uncertainty, we live in a precarious time where solutions to various social problems, such as social polarization, income inequality, poverty, and youth unemployment are urgently needed. Against this background, attempts to solve the social polarization through reciprocity, solidarity, trust, and cooperation, and plans to improve the quality life of citizens through the creation of job, social service, regional redevelopment, and economic revitalization were implemented in the social economy area. The current government, as a part of the “100th National Agenda,” and “Five-year Job Policy Roadmap,” presented a plan to promote social economic activities and policy on “Social Economic Vitalization Plan,” making the social economic area hot issue for today.

The purpose of this study is to understand the social economic organization and through the diagnosis of the organization in the arts and culture sector, make it an opportunity to recognize once again the positive role of culture and arts field that play in our society. In addition, through the surveys of social economic organizations and with field experts and policymakers, sought to understand the current situation and problems, and drew up the tasks for the establishment of institutional and policy environment in which various social economic organizations in the arts and culture sector are sustainable.

The social economic organizations in the arts and culture sector pointed to the insufficient support that reflects the special characteristics of culture and arts; a rational recognition of the social economy and inadequate education; a lack of support system for the growth of core personnel that is vital to the social economic organization; and the lack of inter-organizational network and private trust-based governance.

Therefore, this study, going beyond the support policy of the direct and piecemeal funding method of the government, seek to design the customized support system for each stage of growth, and through the development of indicators for expansion of social values of culture and arts, emphasized the need to establish measures to secure access to capital and investment. Also, through the past record of social economic organization, the analysis is needed to accurately diagnose the present and plan for the future; and to do so, it is important to establish a system that can secure and utilize data on social economic organizations of the arts and culture sector. Lastly, it is important to establish cooperative governance by strengthening the network between social economic organizations and expanding the awareness about the social values of cultural arts activities, and assert that this will positively contribute to the sustainability of the social economic organization.

부 록 ●●

설문지





2018 사업실태 및 성과조사

ID				
----	--	--	--	--

안녕하십니까?

한국문화관광연구원은 한국의 문화, 관광분야 관련 연구를 통해 정책을 제시하고 문화관광산업 육성지원을 담당하는 문화체육관광부 산하 국책연구기관입니다.

한국문화관광연구원은 문화예술분야 사회적경제조직 운영 실태를 파악하여 효과적인 지원방향을 수립 시 기초자료로 활용하고자 본 조사를 실시하고자 합니다. 바쁘시고 번거로우시겠지만 잠시만 시간을 내시어 조사에 협조해 주시면 대단히 감사하겠습니다. 응답하신 내용은 통계법 제33조 및 제34조에 의해 비밀이 철저히 보장되며, 통계작성 목적으로만 사용할 것을 약속드리겠습니다.

2018. 7.

주 관 : 한국문화관광연구원
책 임 인 구 : 연수현 연구원

조 사 기 관 : (주)글로벌리서치
문 의 처 : 김현희 과장 ☎ 02-3438-1727

※ 조사 안내 사항

- ☞ 본 조사는 대표자 혹은 기관(기업) 현황을 잘 이해하고 계신 실무담당자께서 작성하여 주십시오.
- ☞ 법인(단체) 내 사업단으로 인증을 받은 경우, 사업단을 기준으로 작성해 주십시오.
- ☞ 조사지 내용에 별도로 표시가 없다면, 2017년을 기준으로 작성해 주십시오.
- ☞ 기업(기관) 사업보고서, 소개/홍보자료 및 재무제표, 근로자 명부 및 임금대장을 참고하여 작성해 주십시오.

■ 응답자 정보

응답자명	부 서 명	직 위
현 기관(기업)에서의 경력기간 ()년 ()개월	성 별	① 남성 ② 여성
연 령 만 ()세	연 령	만 ()세
응답자 전화번호	E-mail	

A. 조직 개요

A01. 기 관 명	A02. 설립연월 ()년 ()월																
A03. 사업자등록번호	A04. 인증번호																
A05. 소 재 지	① 서울 ② 부산 ③ 대구 ④ 인천 ⑤ 광주 ⑥ 대전 ⑦ 울산 ⑧ 세종 ⑨ 경기 ⑩ 강원 ⑪ 충북 ⑫ 충남 ⑬ 전북 ⑭ 전남 ⑮ 경북 ⑯ 경남 ⑰ 제주																
A06. 대표자 정보	<table border="1"> <thead> <tr> <th>No.</th> <th>성 명</th> <th>성 별</th> <th>연 령</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>1</td> <td></td> <td>① 남성 ② 여성</td> <td>① 24세 이하 ② 25~34세 ③ 35~44세 ④ 45~54세 ⑤ 55~64세 ⑥ 65세 이상</td> </tr> <tr> <td>2</td> <td></td> <td>① 남성 ② 여성</td> <td>① 24세 이하 ② 25~34세 ③ 35~44세 ④ 45~54세 ⑤ 55~64세 ⑥ 65세 이상</td> </tr> <tr> <td>3</td> <td></td> <td>① 남성 ② 여성</td> <td>① 24세 이하 ② 25~34세 ③ 35~44세 ④ 45~54세 ⑤ 55~64세 ⑥ 65세 이상</td> </tr> </tbody> </table>	No.	성 명	성 별	연 령	1		① 남성 ② 여성	① 24세 이하 ② 25~34세 ③ 35~44세 ④ 45~54세 ⑤ 55~64세 ⑥ 65세 이상	2		① 남성 ② 여성	① 24세 이하 ② 25~34세 ③ 35~44세 ④ 45~54세 ⑤ 55~64세 ⑥ 65세 이상	3		① 남성 ② 여성	① 24세 이하 ② 25~34세 ③ 35~44세 ④ 45~54세 ⑤ 55~64세 ⑥ 65세 이상
No.	성 명	성 별	연 령														
1		① 남성 ② 여성	① 24세 이하 ② 25~34세 ③ 35~44세 ④ 45~54세 ⑤ 55~64세 ⑥ 65세 이상														
2		① 남성 ② 여성	① 24세 이하 ② 25~34세 ③ 35~44세 ④ 45~54세 ⑤ 55~64세 ⑥ 65세 이상														
3		① 남성 ② 여성	① 24세 이하 ② 25~34세 ③ 35~44세 ④ 45~54세 ⑤ 55~64세 ⑥ 65세 이상														
A07. 현재 조직상태	① 상법에 따른 회사 ② 상법에 따른 합자조합 ③ 민법에 따른 법인 ④ 민법에 따른 조합 ⑤ 공익법인 ⑥ 비영리민간단체 ⑦ 사회복지법인 ⑧ 소비자생활협동조합 ⑨ 협동조합기본법에 따른 협동조합·협동조합연합회 ⑩ 협동조합기본법에 따른 '사회적'협동조합·협동조합연합회 ⑪ 그 밖에 다른 법률에 따른 법인 또는 비영리 단체 (직접기술 :)																

A08. 운영 상태	① 법인만 미등록 ④ 사업중단	② 사업자만 미등록 ⑤ 폐업	③ 법인과 사업자 모두 미등록
A09. 기관 유형 (복수응답 가능)	① 인증사회적기업 ④ 사회적협동조합 ⑦ 자활기업	② 부처형 예비사회적기업 ⑤ 일반협동조합 ⑧ 마을기업	③ 지역형 예비사회적기업 ⑥ 일반협동조합연합회
A10. 표준산업분류	A10-1. 대분류	① A. 농업, 임업 및 어업(01~03) (<i>≠ A11로 이동</i>) ② B. 광업(05~08) (<i>≠ A11로 이동</i>) ③ C. 제조업(10~34) (<i>≠ A11로 이동</i>) ④ D. 전기, 가스, 증기 및 공기 조절 공급업(35) (<i>≠ A11로 이동</i>) ⑤ E. 수도, 하수 및 폐기물 처리, 원료 재생업(36~39) (<i>≠ A11로 이동</i>) ⑥ F. 건설업(41~42) (<i>≠ A11로 이동</i>) ⑦ G. 도매 및 소매업(45~47) (<i>≠ A11로 이동</i>) ⑧ H. 운수 및 창고업(48~52) (<i>≠ A11로 이동</i>) ⑨ I. 숙박 및 음식점업(55~56) (<i>≠ A11로 이동</i>) ⑩ J. 정보통신업(58~63) (<i>≠ A11로 이동</i>) ⑪ K. 금융 및 보험업(64~66) (<i>≠ A11로 이동</i>) ⑫ L. 부동산업(68) (<i>≠ A11로 이동</i>) ⑬ M. 전문, 과학 및 기술 서비스업(70~73) (<i>≠ A11로 이동</i>) ⑭ N. 사업시설 관리, 사업 지원 및 임대 서비스업(74~76) (<i>≠ A11로 이동</i>) ⑮ O. 공공 행정, 국방 및 사회보장 행정(84) (<i>≠ A11로 이동</i>) ⑯ P. 교육 서비스업(85) (<i>≠ A11로 이동</i>) ⑰ Q. 보건업 및 사회복지 서비스업(86~87) (<i>≠ A11로 이동</i>) ⑱ R. 예술, 스포츠 및 여가관련 서비스업(90~91) (<i>≠ A10-2로 이동</i>) ⑲ S. 협회 및 단체, 수리 및 기타 개인 서비스업(94~96) (<i>≠ A11로 이동</i>) ⑳ T. 가구 내 고용활동 및 달리 분류되지 않은 자가 소비 생산활동 (<i>≠ A11로 이동</i>) ㉑ U. 국제 및 외국기관(99) (<i>≠ A11로 이동</i>)	
		① 90110. 공연시설 운영업 (<i>≠ A11로 이동</i>) ② 90121. 연극단체 (<i>≠ A11로 이동</i>) ③ 90122. 무용 및 음악단체 (<i>≠ A11로 이동</i>) ④ 90123. 기타 공연단체 (<i>≠ A11로 이동</i>) ⑤ 90191. 공연 기획업 (<i>≠ A11로 이동</i>) ⑥ 90192. 공연 및 제작관련 대리업 (<i>≠ A11로 이동</i>) ⑦ 90199. 그 외 기타 창작 및 예술관련 서비스업 (<i>≠ A10-2-1로 이동</i>)	
	A10-2-1. 가타 서비스업	① 방송 ⑤ 영화	② 시각예술 ③ 전통문화 ④ 공예 ⑥ 기타(직접기술 :)
A11. 주요 사업내용 (복수응답 가능)	① 공연/전시 ⑤ 공연/이벤트/축제기획 ⑥ 기타()	② 교육 ⑥ 연구	③ 컨설팅 ⑦ 콘텐츠제작 ④ 상품개발 및 판매 ⑧ 유통플랫폼제공(편의 등)
A12. 주요 연계사업 (복수응답 가능)	① 농업/생태(농촌체험 등) ④ 환경(재활용, 업사이클 등) ⑦ 기타(직접기술 :)	② 관광/여행 ⑤ 과학/기술	③ 공정무역 ⑥ 금융

B. 유급근로자 고용 현황(종사자 수) - 2017년말 기준

구 분		남 성		여 성	
		전 일 제	시 간 제	전 일 제	시 간 제
B01. 총 인원		()명	()명	()명	()명
B02. 연 령	B02-1. 39세 이하	()명	()명	()명	()명
	B02-2. 40-54세	()명	()명	()명	()명
	B02-3. 55세 이상	()명	()명	()명	()명
B03. 취약계층	B03-1. 저소득자	()명	()명	()명	()명
	B03-2. 고령자	()명	()명	()명	()명
	B03-3. 장애인	()명	()명	()명	()명
	B03-4. 청 년	()명	()명	()명	()명
	B03-5. 경력단절 여성	()명	()명	()명	()명
B04. 고용형태	B04-1. 정 규 직	()명	()명	()명	()명
	B04-2. 비정규직	()명	()명	()명	()명
B05. 직 급	B05-1. 관 리 직	()명	()명	()명	()명
	B05-2. 비관리직	()명	()명	()명	()명

※ 취약계층

- 저소득자 : 가구 월평균 소득이 전국 가구 월평균 소득의 100분의 60 이하인 사람
- 고령자 : 「고용상 연령차별금지 및 고령자고용촉진에 관한 법률」에 따른 고령자
- 장애인 : 「장애인고용촉진 및 직업재활법」에 따른 장애인
- 청년 및 경력단절 여성 : 「청년고용촉진 특별법」에 따른 청년 또는 「경력단절여성등의 경제활동 촉진법」에 따른 경력단절 여성 중 신규고용촉진 장려금의 지급대상이 되는 사람

※ 직 급

- 관리직 : 기업에서 관리 또는 감독의 직무를 맡아보는 직위로 지휘나 명령권, 혹은 결정권이 부여되는 직위 (예: 기업의 사장, 부사장, 전무, 상무, 부장, 과장 등)
- 비관리직 : 관리직 이외의 생산직, 판매직 등의 일반 근로자

C. 자원봉사자 현황 - 2017년 기준

C01. 자원봉사자 유무		① 있음 (= C02로 이동)	② 없음 (= D01로 이동)
자원봉사자 현황 (2017년 한 해 기준)	C02. 자원봉사자 총 인원	2017년 한 해 기준으로 총 ()명	
	C03. 자원봉사활동 시간 총합	자원봉사자 총 인원 기준으로 2017년 총 ()시간	
	C04. 여성 수	2017년 한 해 기준으로 ()명	
	C05. 대졸(4년제) 이상자 수	2017년 한 해 기준으로 ()명	
	C06. 연 령	C06-1. 30세 미만 자원봉사자 수	2017년 한 해 기준으로 ()명
		C06-2. 30-49세 자원봉사자 수	2017년 한 해 기준으로 ()명
		C06-3. 50세 이상 자원봉사자 수	2017년 한 해 기준으로 ()명

※ 자원봉사자 기준 : 유급근로자(전일제, 시간제) 인원을 제외한 자원봉사자

D. 경제적 성과 - 2017년 기준

구 분	금 액 (2017년 기준)		
	D01-1. 자 산	D01-2. 부 채	D01-3. 자 본
D01. 재정현황	()만원	()만원	()만원
D02. 매출 및 손익현황	D02-1. 매출액	D02-2. 영업이익	D02-3. 당기순이익
	()만원	()만원	()만원

D03. 매출액의 구성은 어떻게 이루어져 있습니까?

공공시장	민간시장	기타()	합 계
()%	()%	()%	100.0 %

※ 설립 이후부터 현재 시점까지 경험 여부 모두 응답[E-G]

E01. 공공/민간기관의 지원을 받은 적이 있습니까?

- ① 있다(≠ E02로 이동) ② 없다(≠ F01로 이동) ③ 모르겠다(≠ F01로 이동)

E02. (E01의 ①번 응답자만) 지원은 어느 기관에서 받았습니까? (복수응답 가능)

- ① 고용노동부 ② 문화체육관광부 ③ 기타 중앙정부 ④ 지방자치단체
 ⑤ 한국사회적기업진흥원 ⑥ 한국사회적기업진흥원 외 공공기관 및 공기업
 ⑦ 기업/민간단체 ⑧ 기타(직접기술 :)

E03. (E01의 ①번 응답자만) 어떤 지원을 받았습니까? (복수응답 가능)

E04. (E01의 ①번 응답자만) 가장 최근에 지원을 받은 것은 언제입니까? ()년

E05. (E01의 ①번 응답자만) 가장 최근에 지원받은 지원금 규모와 비중은 어떻게 됩니까?

(≠ 2017년에 지원금을 받았다면 2017년 기준으로 설문을 응답하며,

2017년 이전에 지원금을 받았다면 마지막에 받은 지원금을 기준으로 설문을 응답함)

E06. (E01의 ①번 응답자만) 받았던 지원 중에서 실질적인 도움이 되었던 지원은 어떤 것입니까?

우선순위로 3개만 선택해 주시기 바랍니다.

E07. (E01의 ①번 응답자만) 도움이 되지 않았던 지원은 어떤 것입니까? (복수응답 가능)

구 분	E03	E05		E06	E07
		총금액	비중		
1) 인건비지원	①	()만원	()%	()순위	①
2) 사업개발비	②	()만원	()%	()순위	②
3) 사회보험료	③	()만원	()%	()순위	③
4) 교육 및 컨설팅지원	④	()만원	()%	()순위	④
5) 홍보 및 마케팅 지원	⑤	()만원	()%	()순위	⑤
6) 후원금 지원	⑥	()만원	()%	()순위	⑥
7) 금융지원	⑦	()만원	()%	()순위	⑦
8) 일반기부	⑧	()만원	()%	()순위	⑧
9) 기타()	⑨	()만원	()%	()순위	⑨
합 계		()만원	100.0 %		

F01. 사회적금융을 통한 수혜 경험이 있습니까?

(※ 사회적 금융: 보조나 기부행위가 아닌 투자와 융자, 보증 등 회수를 전제로 사회적 경제 기업에 자금을 지원하는 금융활동)

- ① 있다(☞ F02로 이동) ② 없다(☞ G01로 이동) ③ 모르겠다(☞ G01로 이동)

F02. (F01의 ①번 응답자만) 자금성격이 어떠합니까? (복수응답 가능)

- ① 대부 ② 신용보증 ③ 투자 ④ 기타(직접기술 :)

F03. (F01의 ①번 응답자만) 자금지원 사업명이 무엇입니까? (복수응답 가능)

- ① 중앙-중소기업정책자금 융자 등 ② 중앙-신용보증기금, 기술보증기금 보증 등 ③ 중앙-소액자금 대출 등
④ 민간-자조금융 융자 등 ⑤ 지역-지역신용보증, 재단보증 등 ⑥ 지역-사회투자 기금 융자 등
⑦ 기타(직접기술 :)

G01. 밀접한 관계를 맺고 있는 기관(재정지원, 교육참여, 컨설팅 등 다양한 방면 모두 포함)은 어디입니까?

우선순위로 3개만 선택해 주시기 바랍니다.

1순위 2순위 3순위

- ① 고용노동부 ② 지방자치단체 ③ 한국사회적기업진흥원 ④ 문화체육관광부
⑤ 공공기관 및 공기업 ⑥ 기타(직접기술 :)

G02. 현재 조직의 성장단계는 어디라고 판단하십니까?

- ① 설립 및 초기 정착단계(Start-up) ② 성장 및 판로 확대 단계(Scale-up & Franchising)
③ 수익극대화 단계(Profit Maximization) ④ 정체/안정기(Plateau)
⑤ 개편 혹은 쇠퇴 단계(Renewal or Decline)

G03. 정부부처가 추진하고 있는 정책사업과 연계하고 있거나, 연계 진행한 경험이 있다면, 무엇입니까?

(복수응답 가능)

- ① 도시재생사업 ② 마을공동체사업 ③ 청년창업지원 사업
④ 기타(직접기술 :) ⑤ 없음

G04. 귀하의 조직의 활동 기반에 대한 질문입니다. 활동 정도에 따라 체크해주시시오.

구 분		거의 없음	매우 낮음	낮음	보통	높음	매우 높음
지역 기반	G04-1. 전국단위	①	①	②	③	④	⑤
	G04-2. 지역단위	①	①	②	③	④	⑤
서비스 대상	G04-3. 사회적 약자	①	①	②	③	④	⑤
	G04-4. 일반시민	①	①	②	③	④	⑤
서비스 분야	G04-5. 기술혁신적	①	①	②	③	④	⑤
	G04-6. 정르융합적	①	①	②	③	④	⑤
조직 운영	G04-7. 재정자립	①	①	②	③	④	⑤
	G04-8. 청년벤처	①	①	②	③	④	⑤

H01. 문화예술분야 사회적경제조직 운영에서 느끼는 애로사항이 있다면, 무엇입니까? *(복수응답 가능)*

- ① 사회적 가치와 경제적 가치를 동시에 추구해야 하는 미션
- ② 문화예술분야 특성에 맞는 맞춤형 정책 지원 부재
- ③ 기존 문화예술기관과 차별성 증명의 어려움(동종시장과의 경쟁 가중)
- ④ 문화예술 사회적경제조직에 대한 수요자의 인식 부족
- ⑤ 경제적 성과를 창출하는 것에 대한 부정적 인식 존재
- ⑥ 다른 기업과 협업을 할 수 있는 네트워크 부족
- ⑦ 사업을 펼치기 위한 시장 진입에의 어려움(정보부족 등)
- ⑧ 재무, 회계, 법률 등 기업경영에 필요한 규정 및 지식부족
- ⑨ 기타(직접기술: _____)
- ⑩ 없음

H02. 문화예술분야 사회적경제조직에 필요한 지원은 무엇이라고 생각하십니까?

우선순위대로 3개만 선택해 주시기 바랍니다.

1순위	2순위	3순위

- ① 사업비 지원
- ② 시설비(인프라) 지원
- ③ 운영비 지원
- ④ 인건비 지원
- ⑤ 다양한 세제 지원 (임팩트금융 등)
- ⑥ 기업연계 지원
- ⑦ 중차자 전문교육훈련 지원
- ⑧ 기업 컨설팅 지원
- ⑨ 공공기관 사업서비스 위탁 지원
- ⑩ 공공기관 우선구매 지원
- ⑪ 기존 지원제도(중소기업지원제도 및 소상공인지원제도 등)의 활용 확대
- ⑫ 기타(직접기술: _____)

조사에 응하여 주셔서 대단히 감사드립니다.

참여 연구진

연구책임자

연 수 현 (한국문화관광연구원 연구원)

공동연구자

윤 소 영 (한국문화관광연구원 연구위원)

조 광 호 (한국문화관광연구원 부연구위원)

문화예술분야 사회적경제조직의 지속가능성 연구

발 행 인 김 정 만

발 행 처 한국문화관광연구원

서울시 강서구 금남화로 154

전화 02-2669-9800 팩스 02-2669-9880

<http://www.kcti.re.kr>

인 쇄 일 2018년 10월 10일

발 행 일 2018년 10월 10일

인 쇄 인 (주)계문사

ISBN : 978-89-6035-730-3 93300

www.kcti.re.kr