8월25일(화)조간 부터 사용하여 주시기 바랍니다

노동부 Ministry of Labor

보 도 자 료

▶ 지역고용사회적기업과 마성균 과 장
박명순 서기관
▶ 전화 : 2110-7172
▶ 팩스 : 503-6267
▶ 메일 : pms540@molab.go.kr

▶ 2009. 8. 24 배포
▶ 총 2 쪽

기업의 사회공헌은 자본주의의 미래

- 사회적기업의 확대·육성에 대기업도 적극 동참해야 -

□ 노동부(이영희장관)와 대통령직속 미래기획위원회(곽승준위원장)는 8월24일 프레스센터에서「기업의 사회공헌활동과 사회적기업 구상」이라는 주제로 심포지엄을 개최하였다.

□ 이영희 노동부장관은 축사에서 "사회적기업에 대한 다양한 모델이 발굴되어 기업의 사회공헌활동과 사회적기업의 연계가 강화되기를 기대한다"면서 "정부도 사회적기업의 활성화를 위해 다양한 방안을 강구하겠다"고 밝혔다.

□ 곽승준 위원장은 모두 발언에서 "자본주의는 진화를 통하여 모든 체제와의 경쟁에서 이겼다. 진화된 자본주의의 꽃은 나눔과 기부, 배려이다. 즉 기업의 사회공헌은 자본주의의 미래다. 기업의 사회적 약자 배려를 위한 실천이 몇백억의 이미지 광고보다 소비자에게 더 가까이 다가갈 수 있다"고 지적하고

○ "사회적기업은 반자본주의적·반시장적 개념이 아니고 베푸는 쪽과 받는 쪽 모두에게 행복을 주는 효율적 수단"이라고 밝혔다.

□ 이날 발제자인 숭실대 정무성 교수는 "앞으로 기업의 사회공헌활동의 핵심은 사회적기업 육성 및 지원이 되어야 하고, 지역사회는 사회적기업의 사회적 목적의 대상이 되는 동시에 목적 실현의 장으로서 존재하게 된다"며, 영리기업이 지역사회를 중심으로 한 사회적기업에 대한 지원이 필요함을 강조하였다. 또한 정교수는 "일부 지자체의 경우 조례제정*을 통하여 사회적기업 육성을 적극 추진하고 있다"고 밝혔다.

* '09.8 현재 경기·강원, 충남·북, 전남·북, 경남·북, 서울시, 부산·대구시, 서울

용산구, 성남·광명·청주·아산·전주·군산·익산·목포·나주·양산시 등 22개

○ SKT(남영찬 부사장)는

- SK의 지원사업으로 ①행복을 나누는 도시락 운영지원 외에도 ②메자닌 아이팩·메자닌 에코원·카페 티모르·아가야 등의 사회적기업의 설립을 지원하였으며, 사회적기업 경영지원으로 ①사회적기업가 아카데미, ②사회적기업가 날개 달아주기, ③프로보노 자원봉사, ④온라인 교육제공 사업 등을 하고 있다고 밝혔다.

- 또한 기업의 사회적기업 지원참여를 촉진하기 위해서는 조세감면 등의 세제혜택 등이 강화되어야 한다고 제언하고 있다.

○ 포스코(이명호 사회공헌실장)는

- '10년까지 포항, 광양, 경인지역에 각 1개씩의 사회적기업을 직접 설립을 추진 할 계획임을 밝혔다.

▲ 포항 : 스틸하우스 제작, 시공회사 설립('09.12월)
▲ 광양 : 제철소내 신설공장 외주회사 설립('09.11월)
▲ 경기 : 글로벌 R&D 센터 건물관리회사 설립('10.3월)

○ 현대차(정진행 부사장)는

- ①현재 부산을 중심으로 지원하고 있는 (사)안심생활* 사업을 울산, 창원 등으로 확대하여 고용을 800명까지 확대하고, ②추가로 자동차 산업과 연관된 2개 기업을 설립하여 200~400명을 고용할 계획이며, ③18개 계열사 '1사 1사회적기업' 참여확대를 통해 운영지원, 제품구매, 경영자문을 지원할 계획임을 밝히고 있다.

* 안심생활은 현재 취약계층 193명을 고용하여 거동이 불편한 노인, 장애인 등에게 차량이동서비스 및 방문목욕, 방문간호 등의 서비스를 제공하고 있다.

□ 이날 심포지엄의 토론자로는 남경필·정두언·권영진 국회의원, 고려대 이진규 교수, 노동부 장의성 고용서비스정책관, 박낙원 LG전자 CSR그룹장, 김정순 한국사회적기업 대표가 참여하였으며

○ 이들은 한 목소리로 사회적기업 육성이 활성화되기 위해서는 중앙부처·지방자치단체·기업의 연계가 필요하며, 특히 중소 사회적기업에 대한 정부의 집중적인 지원과 대기업의 자발적·적극적인 참여가 필요하다는 의견을 제시하였다.

※ 참고자료 1. 행사일정 1부
2. 발제원고 1부
3. 사회적기업 설명자료 1부.

사회적기업 심포지엄 활성화 토론 자료

장의성
노동부 고용서비스정책관

정무성 교수님께서 발제하신 "기업의 지속적 사회공헌으로서의 사회적기업 구상과 전략" 방향성에 대해 전반적으로 동의합니다. 그리고 SKT, 현대차, POSCO의 좋은 사례 발표도 많은 도움이 되었습니다.

사회적기업 육성이 활성화되기 위해서는 부처별연계, 지방자치단체 연계, 영리기업연계 등 3개 부문의 연계가 필요합니다. 특히, 부처·지방자치단체·영리기업이 상호 연계되어 추진될 때 시너지 효과가 있을 것 입니다.

첫째, 노동부는 부처소관 업무 해당분야 사회적기업 육성을 위한 여건을 조성하고자 부처별 협력을 강화하고 있습니다. 1차로 지난 6월16일 노동부와 문화체육관광부는 문화예술·체육·관광분야의 사회적기업을 육성하고 일자리를 창출하기 위하여 MOU를 체결한 바 있습니다. 이 밖에도 부처별 사회적기업 모델 발굴을 위해 현재 산림청, 행안부, 농식품부 등 관계부처와 네트워크를 구축하고 산림·지역개발·로컬푸드 분야 등의 분야별 실태조사를 실시 중에 있습니다.

둘째, 지방자치단체는 지역에 필요한 사업모델을 지속적으로 개발하고 있습니다. 금년 8월 현재 경기도, 강원도 등 22개 지방자치단체가 조례제정을 통하여 지역별특성에 맞는 사회적기업 지원시책을 수립, 사회적기업 육성을 지원하고 있습니다.

셋째, 영리기업과의 연계도 중요합니다. 주요 영리기업들이 사회공헌활동을 사회적기업 지원과 연계하여 지속가능한 일자리 및 사회서비스 확충에 기여하는 사례가 나타나고 있어 매우 바람직한 일이라고 생각합니다. 정부는 기업의 사회공헌활동을 통한 사회적기업의 성공모델(Best Practice)을 확산시켜 나가도록 적극노력 하겠습니다.

정부는 향후 자치단체 연계형이든 영리기업 연계형이든 적극적인 투자와 지원으로 성공하는 사회적기업에 대해 집중적으로 지원과 홍보를 하는 방식으로 사업을 전개해 나갈 계획입니다.

<토론자료>

김 정순(한국사회적기업협의회 상임대표, 부산대학교 간호대학 교수)

21세기 한국사회는 세계화에 따른 경제성장의 양적 확대에도 불구하고 사회적 양극화의 그늘이 점차 확대되고 있습니다. 고용, 소득, 교육, 주거 등 사회 모든 측면에서 양극화가 확산되고 있으며, 특히 노동시장은 고용불안 상황이 이어지고 있고 이에 따라 더 많은 사회통합과 지속가능한 성장 동력의 중요성이 그 어느 때보다 커지고 있습니다.

이러한 시대적 요청 속에서 사회적기업은 사회서비스의 확대, 안정적이고 지속가능한 일자리의 창출, 대안 경제모델 구축 그리고 사회적 자본의 형성 등 새로운 공동체적 질서를 추구하고자 탄생되었습니다. 09년 8월 현재 252개의 인증 사회적기업이 돌봄, 교육, 문화예술, 환경, 지역개발 등 다양한 영역에서 취약계층에게 양질의 일자리를 제공하고, 우리 사회에서 반드시 필요하나 수익성 등으로 인하여 시장에서 충분히 공급되지 못하고 있는 다양한 사회서비스를 제공함으로써 지역주민의 삶의 질을 개선하기 위한 사회적 목적을 실현하고 있습니다. 사회적기업이 고용 없는 성장의 시대에서 새로운 대안 경제모델로 부각되고 있는 점과 정부의 사회적기업 육성 의지를 감안할 때 앞으로 더 많은 사회적기업이 탄생할 것으로 기대됩니다. 그러나 사회적 기업육성법에 근거한 다양한 지원제도에도 불구하고 현재 사회적기업은 여러 가지 어려움에 처해있습니다.

첫째, 재정 자립의 구조적 한계입니다. 취약계층에 대한 고용의무와 사회서비스 제공이라는 미션을 수행하면서 동시에 영리를 추구한다는 것에는 한계가 있습니다. 직업능력이 상대적으로 떨어지는 취약계층을 고용하여, 시장이 미형성 되어 있는 사회서비스 영역에서 영리활동을 한다는 것에는 구조적인 한계가 존재합니다. 따라서 사회적기업의 사회적 목적 수행 기능(역할) 부분 즉, 취약계층 고용이나 사회서비스 제공에 대한 재정지원이 반드시 필요하다고 봅니다.

둘째, 사회적기업의 생산품을 조달, 구매할 사회서비스 시장의 미형성입니다. 아직 시민사회의 사회적기업에 대한 이해가 부족하며, 사회적기업 생산품이 다양하지 못하고 질적 경쟁력이 떨어지는 점, 또한 홍보 · 마케팅 부족 등으로 사회적기업 제품(서비스)에 대한 시장이 제대로 형성되지 못하고 있습니다. 따라서 국민의 다양하고 새로운 욕구를 충족시킬 사회적기업 생산품의 다양화, 서비스 구매력을 갖춘 중산층 및 상위소득계층을 유인할 수 있는 양질의 제품(서비스)의 개발 및 조달, 또한 사회적기업 생산품의 공동브랜드 및 공동 마케팅을 통한 시장 형성이 필요하다고 봅니다. 따라서 이에 대한 정부, 기업 및 시민사회의 지원과 협력이 필요합니다.

셋째, 사회적기업가 및 참여자의 전문성 미흡입니다. 사회적기업의 최고경영자는 대부분 비영리단체에 기반을 둔 경우가 많아 영업활동에 대한 경험이 부족합니다. 시장수요에 근거한 특화된 사업아이템 발굴 및 생산, 자금 조달, 생산품에 대한 홍보·마케팅, 인사·노무·회계 관리 등 이윤 창출을 위해 필수적으로 요구되는 전문기술과 경영능력이 일반적으로 미흡하다고 볼 수 있습니다. 또한 참여자(근로자) 역시 해당 분야의 교육훈련을 받을 수 있는 기회가 적어 직업능력이 떨어집니다. 따라서 새로운 사회서비스 수요에 부응하는 전문인력 양성을 위한 교육훈련 투자가 이루어져야 할 것입니다. 사회적기업은 단순히 공공서비스 조달을 위한 대체물이 되어서는 안되며 이전의 불만족스러운 서비스나 새로운 욕구에 대응하는 새로운 서비스를 제공할 수 있어야 합니다. 즉 시장이 충족시키지 못하는 소비자 욕구를 충족시킬 수 있어야 합니다. 그러기 위해서는 사회적기업 활동가들의 능력개발, 서비스 질 보장을 위한 사회서비스 표준 제정과 더불어 이에 부응하는 새로운 자격제도도 수반되어야 할 것입니다.

넷째, 지역기반이 취약하다는 점입니다. 사회적기업의 궁극적 목적이 지역주민의 삶의 질 증진에 있으므로 바람직한 사회적기업 모델은 지역의 환경과 지역주민의 욕구에 기반한 지역밀착형이어야 합니다. 따라서 사회적기업의 성공을 위해서는 지자체, 지역기업, 지역 NGO, 주민들의 적극적인 참여가 필요합니다. 그러나 현실은 일부 지차체가 조례 재정 등을 통해 사회적기업 육성을 위한 지원방안을 마련하고 있지만 대부분 선언적 조항에 머무르고 있어 실질적인 도움이 되지 못하고 있는 상황이며, 지역기업 또한 참여가 저조한 실정입니다. 따라서 지자체의 사회적기업 생산품에 대한 우선구매, 기업의 적극적 참여, 지역 NGO와의 연대강화, 주민들의 착한 구매 활동 등 지역기반을 강화할 수 있는 구체적 실행방안이 요구됩니다.

점차 증가하고 있는 복지수요 속에서 정부재정을 통한 사회서비스 확충은 효율적 전략이 아니라는 것이 유럽과 미국 등 선진사례를 통해 이미 밝혀진 바 있습니다. 사회적기업이 사회문제 해결을 위한 주요 대안으로 떠오르고 있는 가운데 한국의 사회적기업은 현재 재정 자립이 어려운 구조적 한계 속에서 사회서비스 시장 미형성, 사회적기업가 및 참여자의 영리활동에 대한 전문성 미흡, 지역기반 취약 등 많은 어려움을 겪고 있습니다. 현 시점에서 선도기업 특히 지역기반 기업들의 사회적기업 연계 및 지원은 한국 사회적기업의 연착륙에 매우 중요한 역할을 할 것으로 기대됩니다.

사회적 기업 연구포럼 심포지엄
토론문

이진규(고려대 경영대학)

1978년 영국의 Freer Spreckley 가 처음 개발한 개념인 "사회적 기업(social enterprise)"는 시간을 거듭하며 새로운 개념으로 발전해 왔다. 또 유럽, 북미를 중심으로 그 개념 변천과 실행 및 실천 또한 다양하게 나타나고 있다. 사회적 기업 실천이 가장 활발하게 진행되고 있는 U.K의 경우, 2004년 기준 U.K에 존재하는 사회적 기업은 15,000에 달하고 있다(U.K 전체 기업의 1.2%). U.K의 사회적 기업은 약 450,000명을 고용하고 있으며 이 중 2/3가 full time 이며 그 외 자발적 지원자는 300,000명에 이른다. 이들이 창출하는 경제 가치는 년 180 억 파운드(약 37조 원)에 이른다.

사회적 기업은 여러 나라에서 민간단체, NPO, 또는 정부단체가 그 개념을 도입하여 다양한 양상으로 실천되고 있다. 우리나라도 2007년 입법 이래 노동부 주관으로 사회적 기업 운동(실천, 인증)이 활발하게 전개되고 있다.

본 토론에서는 발제자인 정무성 교수의 논문을 중심으로 우리나라 사회적 기업 구상과 전략, 더 나아가 실천 과정에서 개선할 만한 제안을 해 본다.

1. 사회적 기업(social enterprise)의 실체는 기업이다. 그럼에도 불구하고 너무 사회적(social) 측면이 강조되는 경향이 있다. 사회적 기업의 개념 정의에도 나타나듯이 세 가지 기본 전제 즉 사회적, 환경적, 재무적 목표가 성취되어야 한다. 물론 사회적 욕구/목적을 충족시키기 위해서 설립된 기업이지만 지역사회의 욕구를 충족시키고, 지역 주민을 참여시키며 더 나아가 기업으로서 고용창출을 하고 영업이익(잉여) (profit/surplus)를 창출해야한다.

물론 사회적 기업의 성과를 측정하는 데는 여러 가지 방법과 의견이 있을 수 있다. 결국 사회 목적을 달성시키기 위해 소비될 수 있고 사회적 비용과 사회적 기업의 이익(손실)이 break-even 하는 것이 바람직하다.

2. 사회적 기업(social enterprise)는 말 그대로 enterprise이다. 혁신적 기업으로서 사회적 목적을 충족시키는 조직이다. 다시 강조하지만 사회적 목적 충족 못지않게 경제적 요구를 만족시켜야 한다. 유럽에서 이야기하는 경제적 요구 민족 기준은; (1) 지속적 생산 활동, (2) 고도의 자율성, (3) 경제적 위험감수, (4) 최소한의 유급근로자 이다. 이로 인해 구체적으로 달성해

야 할 경제적 목표는 (1) 소외당한 소수자의 고용, (2) 사회, 지역사회, 환경의 발전, (3) 공정 거래 등이다.

3. 현재, 노동부 주관으로 실천되는 우리나라의 사회적 기업이 고용 중심의 사회적 기업에 치우치지 않는가 하는 느낌을 받는다. 사회적 기업의 다른 형태는 (1) 소외 계층의 교육, (2) 장애인 직업 훈련, (3) 온난화/기후 변화 등 환경문제 개선, (4) 다 민족 가족 교육/보호, (5) 동식물 보호 운동 등이 될 수 있다. 소외 계층의 고용에 중점을 두는 기업은 구미에서는 따로 social firm 이라 별개로 취급 되고 있다.

4. 사회적 기업과 기업의 사회공헌(CSR)활동은 별개이고, 구분되어야 한다. 양자에 대한 정부의 지나친 요구는 기업을 혼란하게 만들 수 있으며 준조세 성격으로 내비칠 수 있다. 기업은 사회적 공헌 활동이 일환으로 사회적 기업을 육성한다고 생각할 수 있다. 이는 개념의 혼동이고 사회적 기업 육성 외 본래의 취지에도 어긋나는 것이다. 사회 공헌 활동을 어디까지만 기업의 이익 범위에서 자발적으로 실행되어야 아름다운 기부가 될 수 있다. 유감스럽게도 한국 기업의 몇몇 사회 공헌 활동은 반 강제 성격을 띤 것도 있다.

5. 상기한 문제들을 극복하기 위해 정부 지도 식 또는 준조세 형식의 사회적 기업 활동을 요구 하는 것보다는 사회적 기업에게 착실한 경영 operation consulting, 회계지도, 사회적 기업의 특정 회계 방식 개발 및 적용 등을 통해 스스로 자치 경영 능력을 키우는 사회적 기업을 지향해야 한다.