

사회적 기업을 활용한 취약계층 청소년 자립지원 연구

책임연구원 김영한

N

Y

P

I

사회적기업을 활용한 취약계층 청소년 자립지원 연구

▶ 책임연구원 : 김영한(한국청소년정책연구원 · 선임연구위원)

발 간 사 ■ ■ ■

오늘날 상급학교에 진학하지 않거나 중도탈락한 청소년, 가출청소년, 빈곤청소년 등 취약계층 청소년들은 약 87만명 정도라고 합니다. 또한 후기 청소년에 해당하는 청년세대의 실업율은 8%에 달하고 있어서 우리사회의 중요한 이슈가 되고 있는 실정입니다.

그동안 고용노동부, 교육부, 여성가족부, 보건복지부 등 정부에서는 청소년을 위한 다양한 형태의 정책을 추진하고 있으나, 아직까지 다른 정부 정책에 비하여 그 중요도가 낮은 것 또한 사실일 것입니다.

이러한 취약계층에 속한 청소년과 청년들에게 있어서 가장 중요한 문제와 욕구는 진로와 경제적 자립 문제라고 할 수 있으나, 대부분의 청소년들은 아르바이트, 열정페이, 인턴직 원, 비정규직 등 사회에서 열악한 일자리에서 강도 높은 노동에 내몰리고 있습니다.

다행히 최근에 취약계층을 위한 여러 가지 지원 정책 중에 하나로 사회적기업을 활용한 일자리창출이 중요한 대안으로 제시되고 있으며, 청소년과 청년들도 주도적으로 사회적기업인으로 성장하고 있는 성공적인 모델도 조금씩 나타나고 있는 실정입니다.

이 연구는 청소년에게 경제적 자립을 지원하기 위한 방안을 사회적기업을 통해서 해결할 수 있는 대안을 찾고자 하였으며, 취약계층 청소년이 사회적기업에 대한 참여를 확대할 수 있는 정책적 과제를 제시함으로써 정부의 취약계층 청소년 자립지원의 효과적인 정책 수단으로 활용되기를 바랍니다.

이 연구를 수행하는 데는 많은 전문가와 현장지도자, 그리고 사회적기업을 운영하고 있는 대표 등의 도움을 통해서 이루어졌습니다. 바쁘신 중에도 좋은 연구결과를 만들기 위하여 함께 일해주신 분들께 감사드립니다.

2016년 12월

한국청소년정책연구원

원장 노 혁

국 문 초 록

이 연구는 사회적기업을 활용하여 취약계층 청소년의 자립을 확대하기 위한 방안을 마련하는데 있다. 이를 위하여 취약계층 청소년에 대한 논의와 사회적기업과 관련한 법·제도 및 지원 정책분석, 청소년이 주로 참여하고 있거나 청소년을 주요 대상으로 하고 있는 사회적기업에 대한 사례 분석, 그리고 청소년들의 사회적기업에 대한 인식 조사를 통하여 취약계층 청소년이 사회적기업에 대한 참여 확대 방안을 모색하였다. 구체적인 내용은 다음과 같다.

제 I 장 서론에서는 본 연구의 필요성과 목적 및 연구방법을 제시하였다.

제 II 장은 이론적 배경에 관한 내용으로, 취약계층에 대한 논의와 정책 지원 현황, 사회적기업에 대한 이론적 체계와 법·제도적 정책에 대하여 제시하였다. 이를 통해 취약계층 청소년이 사회적기업에 대한 참여의 문제점과 개선방안을 도출하였다.

제 III 장은 사회적기업의 지원체계에 관한 분석으로 현재 사회적기업의 운영현황과 지원체계를 분석하였다. 사회적기업의 운영현황은 사회적기업진흥원에서 예비인증 또는 인정 사회적기업의 현황과 실태를 분석하였고, 지원체계는 사회적기업육성기본계획과 고용노동부의 현재 추진하고 있는 청소년대상 사업과 지원체계를 제시하였다. 이 결과 청소년참여의 문제점과 제도적 보완사항을 제시하고자 하였다.

제 IV 장은 사회적기업에 대한 청소년의 인식도를 조사하였으며, 온라인 설문조사를 통하여 3,000명의 청소년을 대상으로 사회적기업에 대한 인식, 사회적기업의 업무내용에 대한 인지도, 사회적기업 지원정책에 대한 인지도, 사회적기업 제품 및 서비스에 대한 만족도 등을 분석하였다. 이 결과 연령이 높은 청소년과 가정경제가 낮은 취약계층 청소년들이 사회적기업에 대해 보다 큰 관심이 있음을 알 수 있었다.

제 V 장에서는 청소년이 참여하고 있거나 청소년을 주요 대상으로 하고 있는 6개 사회적기업에 대한 사례를 분석하였다. 이 결과 사회적기업은 청소년고용창출 및 안정적인 고용 확보 부분에서 직접적인 효과가 있음을 알 수 있었다.

제 VI 장에서는 청소년의 사회적기업 참여를 확대하기 위한 구체적인 방안을 다음과

같이 제시하였다.

첫째는 특별지원청소년 등 취약계층 청소년의 사회적기업 창업이 가능토록 제도개선안 제시. 둘째는 다양한 사회적기업에 적합한 지역단위 맞춤형 인력확보를 위한 교육제공. 셋째는 사회적기업의 재정지원 내용 중 불합리한 점 개선 제시. 넷째는 사회적기업 컨설팅 내용의 전문영역별 다양화 제시. 다섯째는 청소년을 위한 사회적기업 지원 체계 구축. 여섯째는 취약계층 청소년의 창업 및 취업 지원 방안을 제시하였다.

주제어 : 취약계층 청소년, 사회적기업, 사회적기업 인식도

연구 요약

1. 연구목적

- 이 연구의 주요 목적은 사회적기업을 활용하여 취약계층 청소년의 자립을 확대하기 위한 방안을 마련하는데 있다. 이를 위하여 사회적기업 정책에 대한 제도적 분석과 청소년 참여 사회적기업에 대한 사례분석 그리고 사회적기업에 대한 청소년의 인식도 분석을 통하여 취약계층 청소년들이 사회적기업에 대한 참여를 확대 할 수 있는 방안을 제시하였음

2. 연구방법

- (문헌연구) 취약계층청소년의 개념과 범위 및 추진 정책, 사회적기업의 법·제도적 추진 절차에 대한 선행연구를 고찰하였으며, 이를 토대로 청소년의 사회적기업 참여와 관련 법적문제점과 정책과제의 형성 등을 제시하였음
- (설문조사) 청소년의 사회적기업에 대한 인지 및 관심도를 위해 사회적기업에 대한 인식, 사회적기업의 업무에 대한 이해, 정부의 사회적기업 지원 정책에 대한 인지, 사회적기업 제품 및 서비스에 대한 이용도, 사회적기업 제품 및 서비스에 대한 만족도, 사회적기업 제품 및 서비스 구매 사유 및 비구매 사유, 구매 시 중점사항, 청소년의 사회적기업 참여를 위해 필요한 지원정책에 대하여 청소년 3,000명을 대상으로 온라인 조사를 실시하였음.
- (사례조사) 청소년이 참여하고 있거나 청소년을 주 대상으로 하는 우리청년사업단, 아트쉐어, 꿈드림키즈, 오디에스 다문화교육연구소, 장애청년꿈을잡고, 호남대랄랄라스쿨 등 6개 사회적기업에 대하여 전화인터뷰 및 면담을 통하여 기업의 운영, 취약계층 청소년참여와 관련한 사례를 분석하였음

- (전문가 자문회의) 전문가 자문은 사회적경제와 관련한 자문, 정책담당자 자문, 정책과제개발자문 등 3차례 이루어졌으며, 전문가로는 지역사회적경제전문가, 청소년시설에서 사회적기업을 운영하고 있는 실무자, 여성가족부 청소년자립담당, 청소년 참여 사회적기업 운영대표 등이 참여하여 사회적기업에 대한 청소년 참여 확대 정책을 개발하였음

3. 주요결과

1) 취약계층 청소년 및 사회적기업의 개념과 추진정책 실태

- 취약계층이란 취업활동이나 생애과정에서 나타나는 각종 사회적, 경제적 위험에 노출되어 있거나 노출될 위험성이 높아 정책적 지원과 사회적 보호가 없을 경우 빈곤층으로 떨어져 헌법에서 보장하고 있는 인간다운 삶을 누리기 어려운 계층으로 보아야함
- 여성가족부는 취약계층 청소년의 정책대상을 특별지원청소년으로 분류하고, 전체대상을 약 87만 명으로 추정하고 있으며, 이에 대한 지원은 매우 미미함

표 1 **청소년특별지원사업 지원 현황**

(단위: 천원)

연도별 총 지원 인원			연도별 예산액 대비 집행 현황								
2014	2015	2016.6	2014			2015			2016.6		
			예산액	집행액	집행률	예산액	집행액	집행률	예산액	집행액	집행률
1,482	1,410	989	1,409,000	985,827	70%	1,409,000	1,116,692	79.3%	1,409,000	455,906	32.4%

- 우리나라 사회적기업에 대한 법률적 정의는 취약계층에게 사회서비스 또는 일자리를 제공하거나 지역사회에 공헌함으로써 지역주민의 삶의 질을 높이는 등의 사회적 목적을 추구하면서 재화 및 서비스의 생산·판매 등 영업활동을 하는 기업으로서 인증 받은 기업을 말함
- 사회적기업의 육성은 ‘1차, 2차 사회적기업육성 기본계획’과 ‘사회적기업육성법령’에 따라 이루어

지며, 2007년 55개의 사회적기업이 인증되었으나, 2016년 9월 현재 1,798개의 사회적기업이 인증 받았고, 그 중 1,606개 기업이 유지되고 있어 약 29.2배가 증가함

표 2 사회적기업 현황 (2016.9)

(단위: 개)

연도	신청	인증	유지
계	3,181	1,798	1,606
2007	166	55	40
2008	285	166	125
2009	199	77	63
2010	408	216	169
2011	224	155	125
2012	317	142	133
2013	469	269	247
2014	481	265	256
2015	427	295	290
2016	205	158	158

2) 사회적기업에 대한 청소년 인식도 결과

- 사회적기업에 대한 인식 및 요구 조사는 10대 청소년과 20대 청소년을 대상으로 사회적기업에 대한 인식, 참여도 등에 대한 의견을 조사함으로써 사회적기업에 대한 청소년의 참여확대 방안을 모색함
- 사회적기업에 대한 청소년의 인식 및 요구도를 ①사회적기업에 대한 인식 ②사회적기업의 업무내용에 대한 인지도 ③사회적기업 지원 정책에 대한 인지도 ④사회적기업 제품 및 서비스에 대한 만족도 등 4개 영역을 조사하였음
- 조사결과 4개영역 모두에서 청소년대상 사회적기업 행사확대, 교육기회제공 확대, 사회적기업 창업체험 및 홍보확대, 사회적기업 전문가 연계지원, 별도의 청소년만을 지원하기 위한 사회적기업 정책개발 등의 분야에서 높은 인식도를 보였음

3) 청소년 참여 사회적기업 운영 사례 분석

- 사례조사는 취약 청소년이 참여하거나 취약청소년을 대상으로 사회서비스 제공을 목적으로 설립된 6개 사회적기업을 대상으로 운영 현황 및 취약계층 지원현황 파악하기 위하여 객관적 자료인 기업공시자료를 분석하고, 청소년 대상 사회적기업의 운영 문제점을 방문 및 전화인터뷰를 통해 파악하였음
- 사회적기업을 통한 청소년 특히 대학청소년을 대상으로 한 양질의 일자리 창출 가능성은 매우 높은 편이지만 아직까지 재정적 의존이 정부의 지원에 기대하는 바가 높고, 사업다각화 등의 사회적기업의 성장 분야가 많지 않은 편이지만, 청소년의 자립을 위한 방안으로 사회적기업 창출 가능성과 참여가능성을 볼 때 충분한 정책적 효과가 있다고 볼 수 있음

4. 정책제언

1) 청소년의 사회적기업 창업 및 청소년의 취약계층 포함 제도 개선

- 사회적기업육성법시행령 제2조 제13호에 19세미만 청소년을 모두 포괄할 수 있는 항목을 포함하는 것이 필요하며, 점차적으로 청소년의 참여를 확대추진 하더라도 최소한 19세미만 청소년 중 학업중단청소년, 가출청소년, 소년소녀가장, 조손가정 청소년, 한부모가정 청소년, 북한이탈 청소년 등 특별지원 청소년은 사회적기업 지원대상 취약계층으로 인정
- 사회적기업진흥원에 상시적으로 사회적기업 창구를 개설하여 이를 월단위로 검토하여 심의함으로써 청년 및 청소년이 지속적으로 사회적기업을 창출할 기회를 제공

2) 사회적기업의 다양성에 적합한 지역단위 맞춤형 인력확보 및 교육제공

- 사회적기업진흥원 사회적기업의 업무영역을 산업분류체계에 따라 세분화하고 해당영역에 필요한 전문가에 대한 정보를 축적을 통하여 이를 지역단위 고용센터에 전달함으로써 지역의 사회적기업이 필요한 전문인력을 쉽게 고용토록 개선

- 사회적기업진흥원에서 분야별 교육 커리큘럼을 개발하고, 이를 매뉴얼화하여 기관컨설팅차원에서 지역단위 사회적기업에 교육 및 컨설팅 과정 운영

3) 사회적기업의 재정지원 내용의 개선

- 사회적기업의 사업유형 및 업종을 고려한 임금체계 개선, 사회적기업의 특성에 맞는 인건비 지원기간 다양화 필요
- 사업인건비 항목은 취약계층 인건비와 전문인력 인건비 간에 혼용되어 사용할 수 있도록 하는 것과 사업개발비와 기타비용을 필요시 사용할 수 있도록 일정수준에서 사용범위를 탄력적으로 용인하는 것이 필요함

4) 전문영역별 컨설팅 내용과 전문인력의 다양화 필요

- 사회적기업진흥원에서는 맞춤형 컨설팅 체계를 구축할 필요가 있으며, 이에 따른 컨설팅 플랜을 세분화하여 실질적인 컨설팅 제공
- 컨설팅 전문인력을 해당 사회적기업의 유사업종이나 동종업종들의 협의체나 네트워크 구축을 통해 지역단위 컨설팅을 실시

5) 청소년 지원을 위한 사회적기업 지원체계 개선

- 지역사회에서 취약계층 고용과 지역사회문제 해결을 위해 활동하는 사회적기업의 활동을 파악하고 취약계층 청소년과 연계 매칭을 지원해 줄 수 있는 지역단위 중간지원조직의 역할이 필요
- 취약계층 청소년을 주 대상으로 교육과 사회경험과 활동을 지원하며 이들을 실제 고용하고 있는 사회적기업들에 대한 인센티브 지원 사업을 지방자치단체에서 적극적으로 모색

- 자존감이 떨어진 취약계층 청소년들을 대상으로 근로의욕의 고취와 사회적 구성원으로서 자신감 회복, 관계능력의 함양 등의 인식적 개선의 노력을 지원내용에 포함

6) 취약계층 청소년의 사회적기업 창업·취업지원 방안 마련

- 사회적기업의 청소년 창업·취업을 위한 전용 소통·오픈공간 운영 : 취약계층 청소년들이 주로 활동하는 거점에 대해 취약계층 청소년을 위한 공유 공간을 설립하고 운영하는 사회적기업에 대한 지원과 함께 공유 공간설립을 위한 유희 공간 임대 및 리모델링 등의 비용지원
- 취약계층 청소년 중심 사회적기업 설립 지원 제도화 : 청소년은 법률상 미성년자이므로 제한능력자로서 행위에 있어서 법정대리인이 요구되는 한계가 있기 때문에 협동조합 등 법인 설립과 사회적기업의 경제활동에 있어서 교육기관이나 육성기관의 적극적인 지원
- 취약계층 청소년 대상 사회적기업 취업기회 확대 : 취약계층 청소년 관련 사회적기업들 간 네트워크 활동과 연합조직 구성을 지원하고 이들 기업에 대한 인센티브 지원 등이 필요
- 지역의 사회적금융을 활용한 취약계층 청소년 창업활동 지원 : 취약계층 청소년을 지원하기 위한 복지지원정책에 있어서도 SIB의 방식은 무리한 공공재정 투입 대신에 민간의 투자금을 활용할 수 있으며 사회적 성과에 따라 보상하는 시스템인 만큼 취약계층 청소년이 보다 맞춤형의 효과적인 혜택가능

목 차

제 I 장 서 론	1
1. 연구의 필요성 및 목적	3
2. 연구내용	5
3. 연구방법	6
제 II 장 이론적 배경	9
1. 취약계층의 개념 및 정책	11
2. 사회적기업의 개념 및 정책	23
제 III 장 사회적기업 지원체계 분석	31
1. 사회적기업의 운영현황 분석	33
2. 사회적기업의 지원체계 분석	39
제 IV 장 사회적기업에 대한 청소년인식도 분석	51
1. 설문조사 개요	53
2. 청소년인식도 분석 결과	57
제 V 장 취약청소년 참여 사회적기업 사례 분석	125
1. 사례조사의 개요	127
2. 우리청년사업단	127
3. (주) 아트쉐어	131
4. (주) 콤드림키즈	135
5. (주) 오디에스 다문화교육연구소	139
6. (사) 장애청년꿈을잡고	144
7. 호남대랄랄라스쿨	148

제 VI 장 청소년을 위한 사회적기업 정책 제언	155
1. 청소년 사회적기업 창업 및 청소년 취약계층 포함 제도화	157
2. 사회적기업의 다양성에 적합한 지역단위 맞춤형 인력확보 및 교육제공 ...	158
3. 사회적기업의 재정지원 내용의 제도 개선	159
4. 전문영역별 컨설팅 내용과 전문인력의 다양화 필요	161
5. 청소년 지원을 위한 사회적기업 지원 체계	162
6. 취약계층 청소년의 사회적기업 창업·취업지원 방안	172
 참고문헌	 183
 부 록 1. 사회적기업에 대한 청소년인식 조사 설문지	 189

표 목 차

〈표 II-1〉 청소년특별지원사업 지원 현황	13
〈표 II-2〉 여성가족부 특별지원청소년 지원 예산	14
〈표 II-3〉 여성가족부 특별지원청소년 지원 내용	14
〈표 II-4〉 5개 직업전문학교 취업 성과달성도	16
〈표 II-5〉 법령에 따른 취약계층의 정의	18
〈표 III-1〉 사회적기업 현황	33
〈표 III-2〉 사회적기업 지역별 현황	34
〈표 III-3〉 사회적기업 인증유형별 현황	35
〈표 III-4〉 사회적기업 조직형태별 현황	35
〈표 III-5〉 사회적기업의 지원금 현황	36
〈표 III-6〉 사회적기업 유형별 취약계층별 참여 근로자 분포	37
〈표 III-7〉 취약계층별 평균임금 및 평균근로시간	38
〈표 III-8〉 사회적기업 재정지원사업 예산	43
〈표 IV-1〉 응답자 개인별 인구사회학적 특성	54
〈표 IV-2〉 설문항목 구성 및 항목별신뢰도	55
〈표 IV-3〉 사회적기업에 대한 관심도	57
〈표 IV-4〉 사회적기업에 대한 이해도	59
〈표 IV-5〉 사회적기업에 대해 교육 받은 경험도	60
〈표 IV-6〉 사회적기업 활동에 직접참여 경험도	62
〈표 IV-7〉 사회적기업 이용여부 정도	63
〈표 IV-8〉 사회적기업 육성법에 대한 인지도	65
〈표 IV-9〉 사회적기업 진흥원에 대한 인지도	66
〈표 IV-10〉 취약계층 일자리 제공 사회적기업에 대한 인지도	68
〈표 IV-11〉 사회적서비스에 대한 인지도	69
〈표 IV-12〉 지역사회공헌 활동에 대한 인지도	70

〈표 IV-13〉 프로보노 활동에 대한 인지도	72
〈표 IV-14〉 협동조합 활동에 대한 인지도	73
〈표 IV-15〉 사회적기업에 대한 정부의 재정 지원	75
〈표 IV-16〉 사회적기업에 대한 정부의 경영지원	76
〈표 IV-17〉 사회적기업 제품에 대한 공공기관의 우선구매	77
〈표 IV-18〉 사회적기업에 대한 정부의 금융지원 및 세제지원	79
〈표 IV-19〉 사회적기업에 대한 정부의 홍보지원	80
〈표 IV-20〉 정부의 청(소)년 대상 사회적기업 참여 지원	82
〈표 IV-21〉 청(소)년 창업지원을 위한 크라우드 펀딩 인지	83
〈표 IV-22〉 청(소)년을 위한 푸드트럭 창업 지원 인지	85
〈표 IV-23〉 사회적경제 박람회 인지	86
〈표 IV-24〉 환경관련 제품 구매 여부	88
〈표 IV-25〉 사회복지서비스 이용 여부	89
〈표 IV-26〉 문화예술관광서비스 이용 여부	91
〈표 IV-27〉 보건, 간병 및 가사지원 이용 여부	92
〈표 IV-28〉 교육서비스 이용 여부	94
〈표 IV-29〉 보육서비스 이용 여부	95
〈표 IV-30〉 구매제품 만족도	97
〈표 IV-31〉 사회서비스 만족도	98
〈표 IV-32〉 사회적기업 제품 재구매 의사	99
〈표 IV-33〉 사회서비스 계속 이용 의사	101
〈표 IV-34〉 사회적기업의 제품 및 서비스 구매 이유	103
〈표 IV-35〉 사회적기업의 제품 및 서비스 비구매 이유	105
〈표 IV-36〉 사회적기업의 제품 및 서비스 구매시 가장 중요한 요인	107
〈표 IV-37〉 사회적기업에 대한 적합한 장래 지원 정책	109

〈표 IV-38〉 청(소)년 사회적기업 참여 확대를 위한 우선 정책	111
〈표 IV-39〉 연령별 사회적기업 인지도	113
〈표 IV-40〉 성별 사회적 기업 인지도	114
〈표 IV-41〉 학력별 사회적기업 인지도	115
〈표 IV-42〉 거주지역별 사회적기업 인지도	116
〈표 IV-43〉 부모님 직업에 따른 사회적기업 인식도	117
〈표 IV-44〉 경제수준에 따른 사회적기업 인식도	118
〈표 IV-45〉 사회적기업의 제품 및 서비스 구매 시 가장 중요한 요인	120
〈표 IV-46〉 사회적기업에 대한 지원 정책 선호도	121
〈표 IV-47〉 청(소)년 사회적기업 참여 확대를 위한 우선 정책	124
〈표 V-1〉 재정현황	129
〈표 V-2〉 매출 및 손익 현황	130
〈표 V-3〉 정부지원금 지원 현황	130
〈표 V-4〉 재정현황	133
〈표 V-5〉 매출 및 손익 현황	134
〈표 V-6〉 정부지원금 지원 현황	134
〈표 V-7〉 재정현황	137
〈표 V-8〉 매출 및 손익 현황	138
〈표 V-9〉 정부지원금 지원 현황	138
〈표 V-10〉 재정현황	142
〈표 V-11〉 매출 및 손익 현황	142
〈표 V-12〉 정부지원금 지원 현황	143
〈표 V-13〉 재정현황	146
〈표 V-14〉 매출 및 손익 현황	147
〈표 V-15〉 정부지원금 지원 현황	147

〈표 V-16〉 재정현황	151
〈표 V-17〉 매출 및 손익 현황	152
〈표 V-18〉 정부지원금 지원 현황	152

그 림 목 차

[그림 II-1] 사회적기업의 가치	24
[그림 II-2] 사회적기업육성법상 사회적기업의 유형	29
[그림 III-1] 사회적기업육성정책 추진체계	41
[그림 V-1] 우리청년사업단 조직체계	129
[그림 V-2] (주) 아트쉐어 조직체계	133
[그림 V-3] (주)꿈드림키즈 조직체계	136
[그림 V-4] (주)오디에스다문화교육연구소	141
[그림 V-5] (사)장애청년 꿈을잡고	145
[그림 V-6] (주) 호남대랄랄라스쿨 조직체계	150
[그림 VI-1] 충남 학습동아리 웹포스터와 실시모습	170
[그림 VI-2] 청소년사회적기업 포롱포롱포로롱 사례	175

제 I 장

서론

1. 연구의 필요성 및 목적
2. 연구내용
3. 연구방법

제 I 장
서론

1. 연구의 필요성 및 목적

상급학교에 진학하지 않거나, ‘중도탈락청소년’ 학교 밖 청소년, 양육시설에서 자립한 청소년, 빈곤가정 및 가출청소년들에게 가장 시급하게 요구되는 것은 자립 문제라고 볼 수 있다.

윤철경 외(2015)의 연구에 따르면, 초·중·고 학령기에 학교에 있지 않는 학교 밖 청소년, 양육시설에서 자립한 ‘탈 시설’ 청소년, 빈곤가정 청소년 등 취약계층 청소년의 규모는 약 37만 명 수준으로 이를 유형별로 살펴보면, 학업형이 50.4%, 직업형이 32.4%, 무업형이 11.1%, 비행형이 6%로 나타나고 있다.

또한 후기청소년에 해당하는 청년세대의 경우 취업 취약계층으로 볼 수 있으며, 청년니트¹⁾의 규모는 2014년 18.1%로 매우 높게 나타나고 있는 실정이다(김기현, 2016).

청년 실업률은 전체실업률 2.9%보다 높은 7.5% 수준으로 매우 심각하며, 각종 사회문제를 유발하는 요인이 되고 있다(정무성 외, 2013).

따라서 취약계층 청소년의 가장 시급한 문제와 욕구는 ‘진로’와 ‘경제적 자립’의 문제라고 볼 수 있다. 그러나 취약계층 청소년들의 요구에 부합하는 사회서비스 지원은 아직까지 미흡한 실정이며, 학교 밖의 대부분 취약계층 청소년은 열악한 질 낮은 일자리에서 강도 높은 노동에 내몰리고 있는 실정이다(박창남, 2015, 2014).

1) Not in Education, Employment or Training의 줄임말이다. 보통 15~34세 사이의 취업인구 가운데 미혼으로 학교에 다니지 않으면서 가사일도 하지 않는 사람을 가리키며 무업자(無業者)라고도 한다. 1990년대 경제상황이 나빴던 영국 등 유럽에서 처음 나타났으며 일본으로 빠르게 확산되었다. 고용환경이 악화되어 취업을 포기하는 청년실업자가 늘어나면서 니트족도 증가하였고 사회불안을 유발하는 사회병리현상으로 자리매김하고 있다. 특히 장기불황을 겪은 일본의 경우 정부차원에서 대책을 마련하고 있는 것으로 알려졌다. 소득이 없는 니트족은 소비 능력도 부족하기 때문에 늘어날수록 경제의 잠재성장력을 떨어뜨리고 국내총생산도 감소시키는 등 경제에 나쁜 영향을 주는 동시에 실업문제를 비롯한 여러 가지 사회문제를 일으킬 가능성이 크다.(두산백과)

현재 학교 밖 청소년 자립지원과 관련해서는 일부 지방자치단체(서울특별시, 광주광역시)의 「학교 밖 청소년 지원센터」와 민간 비인가 대안학교에서 인턴십 프로그램의 형태로 취약계층 청소년들의 사회진출과 자립을 돕는 프로젝트가 진행되고 있기는 하나, 낮은 자존감과 사회성, 그리고 낮은 자기주도성의 특성을 갖는 취약계층 청소년들에게는 기성세대 성인들로 구성된 기존의 조직에 적응하는 것조차 어려움이 있어 실효성을 얻고 있지 못하다.

또한 고용지원에 있어서도 생계비를 벌어야 하는 청소년들에게 월20만원 안팎의 교육비만 주는 인턴십 제도는 생계비용으로는 실효성이 낮고, 보호시설이나 보육시설, 학교 등 규율 속에서만 지내다 나홀로 새로운 세상인 기업의 조직문화에 적응하는 것도 쉽지 않는 상황이라고 볼 수 있다(박진숙, 2013).

따라서 취약계층 청소년들의 자립을 지원하기 위해서는 지금까지의 보호 및 복지 차원에서의 지원정책이나 진로 및 취업지원 정책을 보완할 수 있는 새로운 자발적 자립과정을 함께 하고, 지속적으로 교육을 받을 수 있는 종합적이고 포괄적인 자립지원 정책이 요구된다고 볼 수 있다.

최근 정부의 청(소)년 취업 및 창업 지원정책으로 각광을 받고 있고, 다양한 분야로 그 영역과 대상을 확산하고 있는 정책 중 하나가 사회적기업에 대한 정책이라고 볼 수 있다. 특히 ‘푸드트럭’, ‘패션’ 등과 같은 참신한 아이디어를 중심으로 한 창업에 젊은 청(소)년들의 관심과 참여가 두드러지게 나타나고 있다.

현재 우리나라의 사회적기업은 양적 성장을 통하여 2016년 9월 기준 사회적기업 인증 현황은 1,798개이고, 이중 1,606개소가 활동 중에 있다. 대부분의 사회적기업의 특징은 일자리제공형 사회적기업(69.9%)에 집중되는 현상을 보이고 있는 반면에 사회서비스제공형(6.3%)과 지역사회공헌형(3.5%)의 사회적기업의 성장은 낮은 실정이다. 이는 정부의 사회적기업 육성정책이 일자리 제공에 맞춰진 결과이다. 또 다른 하나는 사회서비스 기업의 저성장이 경쟁에 따른 도태라고 볼 수 있는데 이 경우는 경쟁을 평가하는 정책기제라고 볼 수 있는 ‘인증제’ 제도를 개선해야 함을 의미한다(이은선, 2015; 사회적기업진흥원, 2016).

청(소)년들도 이러한 사회적기업 설치 운영과 관련하여 청(소)년이 갖는 특성들을 고려하고, 이들을 대상으로 또는 이들을 구성원으로 하여 함께 운영하는 몇 개의 청소년들의 진로와 자립을 돕는 성공적인 모델이 있다.

예를 들면, 사회적기업 (주)연금술사의 경우는 18세~24세 청소년들의 진로 역량을 강화하고 지역사회와 일을 통한 자립·자활을 모색하는 것을 목적으로 2011년 5월 마을기업으로 시작하여

2012년 서울 혁신형 사회적기업에 선정되었으며, ‘소풍가는 고양이’라는 도시락집 운영에는 비진학, 탈학교, 탈 시설 청소년들이 성인과 함께 일하고 사업체를 성공적으로 운영하고 있다. 서울 시립 청소년직업체험센터에서 인큐베이팅한 (주)오가니제이션은 요리에 뜻을 둔 청소년을 중심으로 미취업여성·결혼이주여성이 함께 모이는 공동체 구상을 목적으로 시작되었으며, 2008년 고용노동부로부터 사회적기업으로 인증 받았으며, 요리를 주제로 카페사업, 급식사업, 교육사업, 케이터링사업, 레스토랑사업을 운영하고 있다.

또한 ‘헬로(Hello)79’라는 프로젝트를 통해 만 24세 이하 청소년에게 창업에 필요한 실질적인 제과 기술을 교육하고 창업을 지원하고 있어 일정부분 성공을 하고 있다.

위와 같이 사회적기업을 통해 취약 청소년의 직·간접적인 참여를 촉진하고, 자립을 달성하려는 사회·경제적인 노력과 이에 따른 청소년의 욕구가 있음에도 불구하고, 아직까지 사회적기업의 청소년에 대한 정책은 미흡한 실정이고, 주무부처인 여성가족부의 경우도 아직까지 위기청소년보호나 특별청소년지원 등 보호나 복지 측면에서의 정책적 지원이 대부분이다.

따라서 본 연구에서는 사회적기업에 대한 제도적 분석과 청소년의 사회적기업에 대한 인식 분석 및 청소년참여 사회적기업에 대한 사례 분석 등을 통하여 취약청소년의 자립 지원정책으로서 유용한 사회적기업 활용 방안을 모색하고자 하였다.

2. 연구내용

본 연구의 목적은 사회적기업을 활용하여 취약계층 청소년의 자립을 확대하기 위한 방안을 마련하는데 있다. 이를 위하여 사회적기업 정책에 대한 제도적 분석과 청소년 참여 사회적기업에 대한 사례분석 그리고 사회적기업에 대한 청소년의 인식도 분석을 통하여 취약계층 청소년들이 사회적기업에 대한 참여를 확대 할 수 있는 방안을 제시하는데 있다.

위의 연구목적을 달성하기 위한 구체적인 연구내용은 다음과 같다.

첫째, 취약계층 청소년과 사회적기업에 대한 이론적 검토 및 국내 제도를 파악하였다. 취약계층 청소년의 개념적 논의와 정책적 대상 범위에 관해 파악하고 정리하였다.

둘째, 현재 적용되고 있는 사회적기업 제도적 지원 체계에 대한 분석을 통하여 청소년대상 사회적기업 지원의 한계점을 모색하였으며, 청소년관련 사회적기업에 대한 운영사례 분석을 통하여 운영현황 및 지원체계의 문제점을 파악하였다.

셋째, 사회적기업에 대한 청소년의 인식도 분석을 통하여 청소년의 요구 및 참여가능성을 분석하였다.

넷째, 이상의 분석을 통하여 취약계층 청소년 자립 지원 부분의 제도적 문제점을 제시하고, 청소년관련 사회적기업 운영사례 분석을 통하여 청소년의 사회적기업에 대한 참여를 확대하고, 지속가능한 성장구조를 갖기 위해 필요한 자립지원 내용과 제도적 개선 방안을 제시하고자 하였다.

3. 연구방법

1) 문헌연구

취약계층 청소년의 실태는 한국청소년정책연구원의 ‘학업중단 청소년 패널조사’, ‘취약계층 아동·청소년 종단조사’와 여성가족부의 ‘청소년백서’ 등의 자료를 분석하였고, 취약계층 청소년 정책은 고용노동부, 보건복지부, 여성가족부의 청소년지원 정책을 중심으로 조사하였다.

사회적기업 관련 자료는 주로 ‘사회적기업진흥원의 실태 및 연구자료’, ‘사회적기업연구원 자료’ 및 학회 선행연구를 검토하였다.

취약계층 지원 및 사회적기업 관련 제도로는 ‘청소년복지지원법’, ‘청년고용촉진특별법령’, ‘국민기초생활보장법’ 등 취약계층 관련법령과 ‘사회적기업육성법령’, ‘협동조합법령’, ‘사회적기업육성기본계획’ 등에 대한 자료를 검토하였다.

2) 전문가 자문

사회적기업 정책 전문가 및 청소년전문가를 대상으로 자문회를 실시하였다.

전문가 자문은 사회적경제와 관련한 자문, 정책담당자 자문, 정책과제개발자문 등 3차례 이루어졌으며, 전문가로는 지역사회적경제전문가, 청소년시설에서 사회적기업을 운영하고 있는 실무자, 여성가족부 청소년자립담당, 청소년 참여 사회적기업 운영대표 등이 참여하였다.

전문가 자문을 통해 설문 내용 및 타당성, 정책개발 부분에 대한 검토 및 논의를 통하여 사회적기업에 대한 청소년 참여 활성화 정책을 도출하였다.

3) 사례조사

질적 연구방법으로 청소년이 참여하고 있는 사회적기업을 대상으로 기업 운영절차 및 기업성장에 대해 2차 자료 및 인터뷰를 통하여 사회적기업에 대한 청소년 참여 확대 가능성 및 제도적 문제점을 분석하였다.

우리청년사업단, 아트쉐어, 꿈드림키즈, 오디에스 다문화교육연구소, 장애청년꿈을잡고, 호남 대탈탈라스쿨 등 6개 사회적기업에 대하여 기업대표 및 담당자와 전화통화 및 대면 인터뷰를 통하여 기업의 운영과 관련된 공시자료 및 조직체계, 운영체계 그리고 청소년 참여의 문제점과 확대 가능성 등을 조사하였다.

4) 설문조사

청소년의 사회적기업에 대한 인식 및 정책적 요구를 파악하기 위하여 사회적기업에 대한 인식, 사회적기업의 업무에 대한 이해, 정부의 사회적기업 지원 정책에 대한 인지, 사회적기업 제품 및 서비스에 대한 이용도, 사회적기업 제품 및 서비스에 대한 만족도, 사회적기업 제품 및 서비스 구매 사유 및 비구매 사유, 구매 시 중점사항, 청소년의 사회적기업 참여를 위해 필요한 지원정책, 우선정책에 대하여 설문조사를 실시하였다.

설문조사대상은 10대와 20대 각각 1,500명씩 총 3,000명이며, 이들을 대상으로 온라인 패널을 통한 조사를 실시하였다.

조사응답자를 대상으로 SPSS 22.0을 활용하여, 평균분석 및 교차분석을 실시하였다.

제 II 장

이론적 배경

1. 취약계층의 개념 및 정책
2. 사회적기업의 개념 및 정책

제 II 장 이론적 배경

1. 취약계층의 개념 및 정책

1) 개념 및 정책 실태

일반적으로 취약계층은 경제적 약자, 질병이나 사고 등으로 인하여 현재의 상황을 유지하기 어려운 계층을 의미한다(황진구 외, 2011). 사전적 의미는 ‘소득기준에 의해 사회서비스 구매능력이 부족한 저소득층과 노동시장 여건상 취업하기 어려운 취업취약계층을 말한다. 가구 월 평균소득이 전국 가구 월 평균소득의 100분의 60 이하이거나, 55세 이상의 고령자, 장애인, 실업기간 6개월 이상의 장기실업자, 신용불량자, 노숙자 등이 이에 속한다’라고 하고 있다(한경 경제용어사전).

OECD에서는 취약계층을 ‘불리한’ 집단으로 정의하고 사회적, 경제적으로 동일한 조건으로 경쟁하는 것이 불리하다는 것을 의미하며, 성별·연령별 사회적 편견과 차별, 장애·학력·경력 등 개인적인 배경에 따른 사회적 편견과 차별, 기타 북한이탈주민, 장기실업자, 기초생활수급자, 교도소 출소자 등등 사회적 배제 차원의 결과라고 볼 수 있다(백광호 외, 2015).

방하남 외(2012)의 연구에서는 ‘취약계층’의 범위를 사회경제적으로 약자나 경제활동상의 사고(재해 등), 생애 과정상에 발생하는 사회적 위험(노령)에 따라 현재의 경제적 상태를 유지하기 어려운 계층을 의미하며, 주로 개인의 사회적 위치(장애인, 이민자, 한부모가정 등), 예기치 않은 사고(질병, 재해, 실직 등 사회적 위험), 생애과정(학교 졸업 후 구직과정의 청년, 조기 퇴직 후 어려운 중고령층, 기혼(출산) 여성 등)으로 정의되고 있다. 즉, 우리나라의 ‘사회보장법’에서 정하고 있는 ‘사회보장이란 질병, 장애, 노령, 실업, 사망 등의 사회적 위험으로부터 모든

국민을 보호하고 빈곤을 해소하며, 국민 생활의 질을 향상시키기 위하여 제공되는 사회보험, 공공부조, 사회복지서비스 및 관련 복지제도를 모두 포함하는 측면에서 취약계층을 보고 있다(방하남, 2012).

다른 한편으로는 취약계층을 단순히 소득위주의 경제적 취약이외에도 교육, 주거, 건강 등 다른 분야의 취약성을 포함하기도 한다. 장명립 외(2009) 연구에서는 교육취약계층에 대하여 ‘인간의 기본권인 사회권, 즉 국민이 인간다운 생활을 할 수 있도록 기회를 가지지 못한 계층으로 국민의 학습권을 영위하지 못한 계층’으로 정의하고, 여기에는 경제적 취약이외에도 교육기회를 취약하게 만드는 요인을 포함하여 한부모가정, 조손가정, 농어촌가정, 다문화가정을 포함한다.

황진구 외(2011), 서정아·권해수(2010), 김기현(2016) 연구에서도 모자가정, 부자가정, 소년소녀가장, 조손가정, 다문화 가정, 학교중단청소년, 취업취약계층(청년, 니트, 근로빈곤층)을 취약계층에 포함하고 있다.

반면에 고용서비스 분야에서는 취약계층에 대해 소득측면, 인적속성, 고용속성 3가지 방식으로 정의하고 있으며, 첫째, 소득측면에서는 ‘국민기초생활보장법’에 따른 최저생계비를 수급하는 기초생활보장 수급자와 소득인정액이 100분의120이하인 차상위계층을 취약계층으로 규정하고 있으며, 이에 따르면 기초생활보장수급자, 차상위계층, 비수급 소득빈곤층이 이에 해당한다(백광호 외, 2015).

그러나 현재의 소득기준은 복지정책중심의 기준이라고 볼 때, 기타 다른 분야인 고용서비스나 정책부분에서 적합하다고 보기는 어렵다. 이는 고용분야의 경우 개인단위로 볼 수 있는 반면에 소득은 가구단위로 이루어지기 때문에 이 둘의 경우가 반드시 일치하지 않는다.

둘째, 인적속성 측면에서는 사회적 약자에 속하는 여성가장, 장애인, 고령자, 장기실업자, 비정규직, 결혼이주민, 청년 등을 취약계층으로 분류하고 있다.(백광호 외, 2015).

셋째, 고용속성 측면에서는 일을 할 의사와 능력이 있음에도 불구하고 노동구조나 사회구조 측면에서 적절한 일자리가 없을 경우 발생하는 근로빈곤층이라고 볼 수 있다. 근로빈곤층은 빈곤가구의 취업자인 취업빈곤층, 빈곤가구의 취업자와 실업자인 경찰빈곤층, 근로능력을 가진 빈곤층을 지칭하기도 한다.(백광호 외, 2015).

이와 같이 학문적 측면에서 취약계층에 대한 논의는 사회복지 등 각종 대상적 측면에서 광범위하게 논의되기 때문에 개념적으로 명확히 구분 되는 것은 아니다. 따라서 취약계층이란 취업활동이나 생애과정에서 나타나는 각종 사회적, 경제적 위험에 노출되어 있거나 노출될 위험성이 높아 정책적 지원과 사회적 보호가 없을 경우 빈곤층으로 떨어져 헌법에서 보장하고

있는 인간다움 삶을 누리기 어려운 계층이라고 보아야 할 것이다.

정책적 분야에서도 취약계층은 1997년도 외환위기와 2008년 금융위기 속에서 고용·복지 정책의 핵심 대상으로 선정되었으며, 각각의 부처에서는 공공재정을 통하여 취약계층을 보호 및 자활지원에 투자하고 있는 실정이다. 이러한 현상은 각각의 법률과 정책을 통하여 다양한 형태의 취약계층을 정의하고, 그 정책 영역도 부처마다 조금씩 다르게 나타남으로써 취약계층의 정책대상이 분명하지 않게 되고, 정책적 대상이 명확하지 않아 효율적인 정책집행과 공공재정의 효과성이 낮아지고 있다.

여성가족부에서는 취약계층 청소년의 정책대상을 특별지원청소년으로 분류하고, 여기에는 만 9세 ~ 18세 이하 청소년의 비행·일탈 예방과 생활지원, 건강지원, 학업지원 등 청소년이 최소한의 생활을 지원할 수 있도록 ‘청소년특별지원사업’을 실시하고 있다. 여성가족부는 특별지원사업 전체대상 청소년을 약 87만 명으로 추정하고 있으나, 정책적 지원 혜택을 받는 청소년은 2015년 말 기준 1,405명에 불과한 것으로 나타나 현재 특별지원청소년의 정책적 효과는 매우 미미하다고 볼 수 있다. 또한 이와 관련한 예산 집행에 있어서도 2015년 기준 지원예산 약 14억 원 중 실제 집행은 약 11억 원으로 79.3% 정도에 그쳐 정책 집행에 따른 문제도 여전히 있음을 알 수 있다(여성가족부, 2015.12)(표 II-1 참조).

표 II-1 청소년특별지원사업 지원 현황

(단위: 천원)

연도별 총 지원 인원			연도별 예산액 대비 집행 현황								
2014	2015	2016.6	2014			2015			2016.6		
			예산액	집행액	집행률	예산액	집행액	집행률	예산액	집행액	집행률
1,482	1,410	989	1,409,000	985,827	70%	1,409,000	1,116,692	79.3%	1,409,000	455,906	32.4%

*자료출처 : 여성가족부(2016)

청소년 한부모 자립 지원사업에 있어서도 2016년 지원예산이 1,970백만원으로 대부분의 지원금이 아동양육비지원(월15만원), 검정고시학습비 지원, 자립촉진수당 지원, 미혼모부자 초기지원, 한부모가족 홈페이지 운영 등으로 이루어져 청소년의 지속적인 자립지원과는 거리가 있음을 알 수 있다.

청소년사회안전망 구축내의 청소년특별지원사업에서도 대부분 생활지원, 건강지원, 학업지원, 상담지원, 법률지원, 활동지원, 기타지원과 더불어 자립지원이 포함되어 있으며, 여기에는 월 36만원이내 취업훈련비와 진로상담비용 등을 지급하고 있다(표 II-2, 표 II-3 참조).

표 II-2 여성가족부 특별지원청소년 지원 예산

(단위: 백만원)

사 업 명		'15예산 당초(A)	'16예산 (B)	증 감 (B-A)	%
청소년한부모 자립지원		2,303	1,970	△333	△14.5
청소년 사회안전망 구축	청소년특별지원	1,415	1,415	-	
	학교 밖 청소년 지원	11,316	14,920	3604	

* 출처 : 여성가족부(2015.12)

표 II-3 여성가족부 특별지원청소년 지원 내용

지원 종류	지원내용	구체적 내용	지원금액	지원 방법
생활 지원	일상적 의식주 등 기초 생계비와 숙식제공 등 지원	• 의복, 음식물, 연료비, 기타 일상생활에 필요한 기초생계비 • 숙식 제공	월 50만원 이내	매월 1회
건강 지원	신체적·정신적 건강을 위한 건강검진 및 치료 비용 지원	• 진찰, 검사 • 약제, 치료재료 지급 • 처치, 수술, 그 밖의 치료 • 예방, 재활 • 입원, 간호 • 이송 등 의료목적 달성을 위한 기타 조치사항	년 200만원 (220만원 한도)	1년 또는 매월
학업 지원	학업지속에 필요한 교육 비용, 건전육성을 위한 서비스 지원	• 초·중·고등교육법 제2조에 따른 학교의 입학금 및 수업료 ※대안학교를 포함하며 인가여부는 불문 • 교과서대 • 초·중·고등교육법시행령 제97조 제1항제1호, 제98조 제1항제1호에 따른 중학교졸업학력검정고시의 준비 등 학업을 지속하기 위하여 필요한 교육 비용 지원	월 15만원이내 (수업료, 학교운영비) 월30만원이내 (검정고시)	월1회, 분기별 1년 등

지원 종류	지원내용	구체적 내용	지원금액	지원 방법
자립 지원	취업지식·기술·기능 등 능력향상 훈련비 지 원	• 지식, 기술 및 기능 습득을 위한 비용 • 진로상담 비용(적성·흥미 검사 및 상담 비용 포함) • 직업체험 비용 • 취업 알선 및 사후지도 비용	월 36만원 이내	월1회, 분기별, 1년 등
상담 지원	건강발달 도모를 위한 심리사회적 측면의 상담 비용 및 서비스 지원	• 정신적·심리적 치료를 위한 청소년 본 인 및 가족의 상담비 및 심리검사비 • 상담관련 프로그램 * 집단상담, 특수치료 등 참가비 • 청소년상담복지센터의 상담지원비는 지 원대상이 아님.	월 20만원 이내 심리검사비(년25 만원) 별도	월1회, 분기별, 1년 등
법률 지원	폭력, 학대 등 위기상황 에 있는 청소년에 필요 한 법률상담 및 소송비 용의 지원	• 소송비용 • 법률상담비용	년350만원 이내	1회 지원
활동 지원	운영위원회가 청소년 건 강성장에 필요하다고 인 정하는 청소년활동비용 및 서비스지원	• 수련활동비 • 문화활동비 • 특기활동비 • 교류활동비 등	월 10만원 이내	월1회, 분기별, 1년 등
기타 지원	운영위원회가 예산의 범 위 안에서 필요하다고 인정한 지원	• 청소년이 수치심을 느낄 수 있는 외모 및 흉터 등의 교정 • 청소년 교복지원, 수학여행비 지원 등 * 기타지원의 금액 결정시에 유사한 지 원의 금액 상한액 참조	(위 제시 내용과 근접한 유형의 지원 상한액을 참조하여 지원규 모 결정)	월1회, 분기별, 1년 등

* 출처 : 여성가족부(2016.1)

고용노동부에서도 취약계층 청소년을 지원하기 위하여 ‘취업성공패키지지원’, ‘중소기업청년 취업인턴제’, ‘청년취업진로지원사업’, ‘취업사관학교운영지원’, ‘청년취업아카데미운영지원’, ‘국가인적자원개발컨소시엄지원’ 등 주로 취업 취약계층청소년을 대상으로 다양한 정책적 프로그램을 실시하고 있다.

‘취업성공패키지’ 프로그램의 경우를 보면 지원대상이 패키지 I 은 만 18세 ~ 64세이며, 위기청소년의 경우 만 15세 ~만 24세까지이다. 패키지 II는 만 18세 ~ 64세이다. 지원규모는 2015년 약 36만 명이다. 그러나 이 프로그램의 경우에서도 대상범위가 청소년으로 특화되기보다는 성인을 포함하고 있는 실정이라 청소년에 적합한 혜택과는 거리가 있는 정책이라 볼 수 있으며, 또한 참여수당이 15만원으로 1일당 18,000원, 월 최대지원금이 284,000원에 불과해 청소년의

취업에 실질적인 도움이 되기에 매우 부족함을 알 수 있다.²⁾

대표적인 청소년취업프로그램으로 볼 수 있는 ‘청년취업진로지원사업’의 경우에 있어서도 주로 대학에서 취업상담사와 같은 전문인력을 취업지원관으로 채용하고, 대학청소년고용센터설치에 대하여 주로 지원토록 함으로써 청소년에 대한 현실적인 지원보다는 간접적인 지원분야라고 볼 수 있다. 마찬가지로 ‘취업사관학교’의 경우에도 주요 정책목적이 취약계층 청소년을 위한 ‘맞춤형 훈련’을 통하여 성공적인 자립 지원임에도 불구하고, 사업내용을 보면 돈보스코 등 5개 직업전문학교에 불과해 그 혜택의 범위가 매우 낮다고 볼 수 있다(표 II-4 참조).

표 II-4 5개 직업전문학교 취업 성과달성도

(단위: %)

성과지표	구분	'13	'14	'15	'16	'16목표치 산출근거	측정산식 (또는 측정방법)	자료수집방법 (또는 자료출처)
훈련생 취업률	목표	82.6	82.7	80.0	80.8	'15년 목표수준 대비 1% 상향설정	수료 후 취업자 수 (조기취업포함)/수료자 수(조기취업포함)]*100	한국산업인력 공단 모니터링 통계
	실적	71.8	79.4	-	-			
	달성도	86.9	96.0	-	-			

* 출처 : 2016년 고용노동부 사업설명회 자료

법무부의 한국소년보호협회에서는 ‘소년원 출원 청소년사회복귀 지원 강화’ 프로그램을 통하여 ‘청소년자립생활권’에 대한 지원을 통하여 직업교육, 교과교육 등 사회복귀 지원 프로그램을 운영하고 있으며, 여기에서는 출원생들이 최소 6개월에서 최대 2년간 사회정착 지원 사업을 하고 있다(한국소년보호협회, www.kjpa.or.kr).

이와 유사하게 보건복지부에서도 산하 ‘아동자립지원단’을 통하여 요보호아동자립지원강화 예산을 2016년 기준 10억 원을 편성하여 보호종결 후 안정적인 자립기반을 마련할 수 있도록 초기 자립을 위한 월세, 가전제품, 생활비 등을 1인당 100만원에서 500만원 수준에서 지원하고 있다(보건복지부, www.mohw.go.kr).

이와 같이 각각의 정부부처마다 조금씩 다르지만 취약계층 청소년을 지원하는 정책은 다양하게 이루어지고 있음에도 불구하고, 위의 내용에서 본 바와 같이 대부분 청소년을 보호나 복지 차원에서 약간의 지원을 하거나, 취업훈련기관 등 중간거점에 지원하는 등 자립을 위한 예비적

2) 고용노동부 2016년도 사업설명서, 일반회계자료 재구성

성격 또는 한시적 운영 프로그램이 대부분임을 알 수 있다. 이러한 정부지원정책의 문제는 청소년이 실질적인 자립을 위한 안정적 일자리를 만들거나 경제주체로서의 참여 통로로는 매우 부족하다고 볼 수 있다.

따라서 본 연구에서는 청소년에게 안정적이고 양질의 일자리를 창출할 수 있는 청소년 자립지원 정책으로 사회적기업에의 참여와 창업가능성이 필요하다고 볼 수 있다.

2) 취약계층에 대한 제도적 기준

현재 취약계층에 대한 제도적 기준은 다양한 법령에 의하여 규정되고 해당 법률이 정하는 바에 따라 취약계층의 범위를 정하고 있다.

특히 사회적기업과 관련된 취약계층의 정의는 ‘사회적기업육성법’에서 분명하게 규정하고 있다. ‘사회적기업육성법’ 제2조에서는 정하고 있는 용어의 정의는 다음과 같다(사회적기업육성법, 2012.8.2개정).

1. “사회적기업”이란 취약계층에게 사회서비스 또는 일자리를 제공하거나 지역사회에 공헌함으로써 지역주민의 삶의 질을 높이는 등의 사회적 목적을 추구하면서 재화 및 서비스의 생산·판매 등 영업활동을 하는 기업으로서 제7조에 따라 인증 받은 자를 말한다.
2. “취약계층”이란 자신에게 필요한 사회서비스를 시장가격으로 구매하는 데에 어려움이 있거나 노동시장의 통상적인 조건에서 취업이 특히 곤란한 계층을 말하며, 그 구체적인 기준은 대통령령으로 정한다.
3. “사회서비스”란 교육, 보건, 사회복지, 환경 및 문화 분야의 서비스, 그 밖에 이에 준하는 서비스로서 대통령령으로 정하는 분야의 서비스를 말한다.
4. “연계기업”이란 특정한 사회적기업에 대하여 재정 지원, 경영 자문 등 다양한 지원을 하는 기업으로서 그 사회적기업과 인적·물적·법적으로 독립되어 있는 자를 말한다.
5. “연계지방자치단체”란 지역주민을 위한 사회서비스 확충 및 일자리 창출을 위하여 특정한 사회적기업을 행정적·재정적으로 지원하는 지방자치단체를 말한다.

취약계층에 대한 구체적인 판단기준은 ‘사회적기업육성법시행령’ 제2조에서 다음같이 제시하고 있다(사회적기업육성법시행령, 2014.8.7. 개정)(표 II-5참조)

1. 가구 월평균 소득이 전국 가구 월평균 소득의 100분의 60 이하인 사람

- 가구 월평균소득: 근로소득원천징수영수증, 수급자증명서, 복지대상자 급여신청 결과통보
서, 건강보험료 납입고지서(납부영수증), 소득금액증명(국세청) 등으로 확인되는 ‘최근
6개월간’의 월평균소득
- 전국 가구 월평균소득: 통계청에서 공표하는 “가구원수별 가구당 월평균 가계수지”에
공표된 ‘직전년도 3/4분기’의 월평균소득

표 II-5 법령에 따른 취약계층의 정의

법령	법적정의
고용 상 연령차별금지 및 고령자고용촉진에 관한 법률 제2조 제1호	“고령자”란 인구와 취업자의 구성 등을 고려하여 대통령령으로 정하는 연령 이상인 자를 말한다.
장애인고용촉진 및 직업재활법 제2조 제1호	“장애인”이란 신체 또는 정신상의 장애로 장기간에 걸쳐 직업생활에 상당한 제약을 받는 자로서 대통령령으로 정하는 기준에 해당하는 자 를 말한다.
성매매알선 등 행위의 처벌에 관한 법률 제2조 제1항 제4호	“성매매피해자”란 다음 각 목의 어느 하나에 해당하는 사람을 말한다. 가. 위계, 위력, 그 밖에 이에 준하는 방법으로 성매매를 강요당한 사람 나. 업무관계, 고용관계, 그 밖의 관계로 인하여 보호 또는 감독하는 사람에 의하여 「마약류관리에 관한 법률」 제2조에 따른 마약·향 정신성의약품 또는 대마(이하 “마약등”이라 한다)에 중독되어 성매 매를 한 사람 다. 청소년, 사물을 변별하거나 의사를 결정할 능력이 없거나 미약한 사람 또는 대통령령으로 정하는 중대한 장애가 있는 사람으로서 성매매를 하도록 알선·유인된 사람 라. 성매매 목적의 인신매매를 당한 사람
청년고용촉진 특별법 제2조 제1호	“청년”이란 취업을 원하는 사람으로서 대통령령으로 정하는 나이에 해 당하는 사람을 말한다.
경력단절여성등의 경제활동 촉진법 제2조 제1호	“경력단절여성등”이란 임신·출산·육아와 가족구성원의 돌봄 등을 이 유로 경제활동을 중단하였거나 경제활동을 한 적이 없는 여성 중에서 취업을 희망하는 여성을 말한다.
북한이탈주민의 보호 및 정착지원에 관한 법률 제2조 제1호	“북한이탈주민”이란 군사분계선 이북지역(이하 “북한”이라 한다)에 주 소, 직계가족, 배우자, 직장 등을 두고 있는 사람으로서 북한을 벗어난 후 외국 국적을 취득하지 아니한 사람을 말한다.
가정폭력방지 및 피해자보호 등에 관한 법률 제2조 제3호	“피해자”란 가정폭력으로 인하여 직접적으로 피해를 입은 자를 말한다.
한부모가족지원법 제5조 제2호	제1항에 따른 지원대상자 중 아동의 연령을 초과하는 자녀가 있는 한 부모가족의 경우 그 자녀를 제외한 나머지 가족구성원을 지원대상자 로 한다.

법령	법적정의
재한외국인 처우 기본법 제2조 제3호	“결혼이민자”란 대한민국 국민과 혼인한 적이 있거나 혼인관계에 있는 재한외국인을 말한다.
보호관찰 등에 관한 법률 제3조 제3항	갱생보호를 받을 사람(이하 “갱생보호 대상자”라 한다)은 형사처분 또는 보호처분을 받은 사람으로서 자립갱생을 위한 숙식 제공, 주거 지원, 창업 지원, 직업훈련 및 취업 지원 등 보호의 필요성이 인정되는 사람으로 한다.
범죄피해자 보호법 제16조	제16조(구조금의 지급요건) 국가는 구조대상 범죄피해를 받은 사람(이하 “구조피해자”라 한다)이 다음 각 호의 어느 하나에 해당하면 구조피해자 또는 그 유족에게 범죄피해 구조금(이하 “구조금”이라 한다)을 지급한다. 1. 구조피해자가 피해의 전부 또는 일부를 배상받지 못하는 경우 2. 자기 또는 타인의 형사사건의 수사 또는 재판에서 고소·고발 등 수사단서를 제공하거나 진술, 증언 또는 자료제출을 하다가 구조피해자가 된 경우
국가보훈 기본법 제3조 제2호	“국가보훈대상자”란 희생·공헌자와 그 유족 또는 가족으로서 국가보훈관계 법령의 적용대상자가 되어 예우 및 지원을 받는 사람을 말한다.
국민기초생활 보장법 제2조 제2호	“수급자”란 이 법에 따른 급여를 받는 사람을 말한다.
국민기초생활 보장법 제2조 제10호	“차상위계층”이란 수급권자(제14조의2에 따라 수급권자로 보는 사람을 제외한다)에 해당하지 아니하는 계층으로서 소득인정액이 대통령령으로 정하는 기준 이하인 계층을 말한다.
국민기초생활 보장법 제7조 제1항 제7호	① 수급권자에 대한 급여는 수급자의 필요에 따라 제1항제1호부터 제7호까지의 급여의 전부 또는 일부를 실시하는 것으로 한다. ② 차상위 계층에 속하는 사람(이하 “차상위자”라 한다)에 대한 급여는 보장기관이 차상위자의 가구별 생활여건을 고려하여 예산의 범위에서 제1항제2호부터 제4호까지, 제6호 및 제7호에 따른 급여의 전부 또는 일부를 실시할 수 있다. 이 경우 차상위자에 대한 급여의 기준 및 절차 등에 관하여 필요한 사항은 대통령령으로 정한다.
장애인복지법 제49조 제1항	제49조(장애수당) ① 국가와 지방자치단체는 장애인의 장애 정도와 경제적 수준을 고려하여 장애로 인한 추가적 비용을 보전(補填)하게 하기 위하여 장애수당을 지급할 수 있다. 다만, 「국민기초생활 보장법」 제7조제1항제1호에 따른 생계급여 또는 같은 항 제3호에 따른 의료급여를 받는 장애인에게는 장애수당을 반드시 지급하여야 한다.
한부모가족지원법 제5조	제5조(지원대상자의 범위) ① 이 법에 따른 지원대상자는 제4조제1호·제1호의2 및 제2호부터 제5호까지의 규정에 해당하는 자로서 여성가족부령으로 정하는 자로 한다. ② 제1항에 따른 지원대상자 중 아동의 연령을 초과하는 자녀가 있는 한부모가족의 경우 그 자녀를 제외한 나머지 가족구성원을 지원대상자로 한다.

위와 같이 각종 법령에서 정한 취약계층에 대한 각종지원에서 청소년은 지금까지 그 대상에서 제외되어 왔음을 알 수 있다.

반면에 취약계층으로 청소년을 포함하고 있는 법령으로 ‘청소년복지지원법’에서는 취약계층을 위기청소년으로 정의하고, 위기청소년에 대한 특별지원을 할 수 있도록 하고 있다.

“청소년복지지원법 제14조(위기청소년 특별지원) ① 국가 및 지방자치단체는 대통령령으로 정하는 바에 따라 위기청소년에게 필요한 사회적·경제적 지원을 할 수 있다.

② 특별지원은 생활지원, 학업지원, 의료지원, 직업훈련지원, 청소년활동지원 등 대통령령으로 정하는 내용에 따라 물품 또는 서비스의 형태로 제공한다. 다만, 위기청소년의 지원에 반드시 필요하다고 인정되는 경우에는 금전의 형태로 제공할 수 있다.

또한 특별지원 대상청소년에 대하여 청소년복지지원법시행령 제8조(특별지원 대상 청소년 선정기준)

① 법 제14조에 따른 특별지원 대상 청소년은 해당 청소년이 속한 가구의 소득이 일정 기준금액 이하인 제1조의2제2항제1호 또는 제2호에 따른 청소년 중 다음 각 호의 어느 하나에 해당하는 위기청소년 중에서 선정한다.

1. 법 제19조제1항에 따른 교육적 선도 대상자 중 비행·일탈 예방을 위하여 지원이 필요한 청소년 2. 「학교 밖 청소년 지원에 관한 법률」 제2조제2호에 따른 학교 밖 청소년 3. 보호자가 없거나 실질적으로 보호자의 보호를 받지 못하는 청소년

② 제1항에 따른 해당 청소년이 속한 가구의 소득 산정방법과 기준금액에 대해서는 가구원의 소득활동 유형, 가구원 수 및 예산사정 등을 고려하여 여성가족부장관이 정하여 고시한다.”

“위기청소년특별지원 내용에 대해서는 동법시행령 제7조에서

1. 청소년이 일상적인 의·식·주 등 기초생활을 유지하는 데에 필요한 기초생계비와 숙식 제공 등의 지원
2. 청소년이 신체적·정신적으로 건강하게 성장하기 위하여 요구되는 건강검진 및 치료 등을 위한 비용의 지원
3. 「초·중등교육법」 제2조에 따른 학교의 입학금 및 수업료, 「초·중등교육법 시행령」 제97조제1항제1호·제98조제1항제1호에 따른 중학교 졸업학력 검정고시 또는 고등학교

- 교 졸업학력 검정고시의 준비 등 학업을 지속하기 위하여 필요한 교육비용의 지원
4. 취업을 위한 지식·기술·기능 등 능력을 향상시키기 위하여 필요한 훈련비의 지원
 5. 폭력이나 학대 등 위기상황에 있는 청소년에게 필요한 법률상담 및 소송비용의 지원
 6. 그 밖에 청소년의 건전한 성장을 위하여 필요하다고 여성가족부장관이 인정하는 비용의 지원

② 제1항에 따른 지원은 「국민기초생활 보장법」, 「긴급복지지원법」, 「의료급여법」, 「사회복지사업법」, 「성폭력방지 및 피해자보호 등에 관한 법률」, 「가정폭력방지 및 피해자보호 등에 관한 법률」 등 다른 법령에 따라 동일한 내용의 지원을 받지 않는 경우만 해당하며, 지원 내용에 따른 구체적인 금액은 여성가족부장관이 정한다.

③ 제1항에 따른 지원은 그 지원기간을 1년 이내로 하되, 필요한 경우 1년의 범위에서 한 번 연장할 수 있다. 다만, 제1항제3호 및 제4호에 따른 지원은 두 번까지 연장할 수 있다.”

라고 정하고 있다.

그러나 위의 내용 어디에도 청소년특별지원 내용에 ‘사회적기업을 통한 지원’ 내용이나 방법이 제시되어 있지 않는 실정이다.

또한 동법시행령 제8조와 9조에 따른 특별지원청소년 선정기준을 보면

“제8조 ① 법 제14조에 따른 특별지원 대상 청소년(이하 “특별지원 대상 청소년”이라 한다)은 해당 청소년이 속한 가구의 소득이 일정 기준금액 이하인 제1조의2제2항제1호 또는 제2호에 따른 청소년 중 다음 각 호의 어느 하나에 해당하는 위기청소년 중에서 선정한다.

1. 법 제19조제1항에 따른 교육적 선도 대상자 중 비행·일탈 예방을 위하여 지원이 필요한 청소년
2. 「학교 밖 청소년 지원에 관한 법률」 제2조제2호에 따른 학교 밖 청소년
3. 보호자가 없거나 실질적으로 보호자의 보호를 받지 못하는 청소년

② 제1항에 따른 해당 청소년이 속한 가구의 소득 산정방법과 기준금액에 대해서는 가구원의 소득활동 유형, 가구원 수 및 예산사정 등을 고려하여 여성가족부장관이 정하여 고시한다.

제9조 ① 특별자치도지사 또는 시장·군수·구청장(자치구의 구청장을 말한다. 이하 같다)은 법 제15조제1항에 따른 선정신청을 받은 경우에는 운영위원회의 심의를 거쳐 신청일부터

30일 이내에 그 선정 여부와 제7조에 따른 지원 내용 등을 결정하여야 한다. 다만, 제8조에 따른 대상자 선정기준에 적합한지를 조사하기 위하여 필요한 경우에는 14일의 범위에서 그 기간을 연장할 수 있다.

② 특별자치도지사 또는 시장·군수·구청장은 제1항에 따라 다음 각 호의 사항을 조사하여야 한다.

1. 보호자의 유무 및 보호정도 등 보호자에 관한 사항
2. 청소년의 생계, 학업 및 건강상태 등 생활실태에 관한 사항
3. 청소년이 속한 가구의 소득 및 재산에 관한 사항
4. 「국민기초생활 보장법」 등 다른 법령에 따른 지원에 관한 사항
5. 그 밖에 지원의 내용을 결정하기 위하여 필요한 사항으로 정하고 있다.”

청소년복지지원법에 의한 특별지원청소년과 더불어 2014년 제정된 ‘학교 밖 청소년 지원에 관한 법률’ 법 제2조에 의하여 청소년기본법에 의한 9세부터 24세까지의 청소년 중에 가. 「초·중등교육법」 제2조의 초등학교·중학교 또는 이와 동일한 과정을 교육하는 학교에 입학한 후 3개월 이상 결석하거나 같은 법 제14조제1항에 따라 취학의무를 유예한 청소년 「초·중등교육법」 제2조의 고등학교 또는 이와 동일한 과정을 교육하는 학교에서 같은 법 제18조에 따른 제적·퇴학 처분을 받거나 자퇴한 청소년, 「초·중등교육법」 제2조의 고등학교 또는 이와 동일한 과정을 교육하는 학교에 진학하지 아니한 청소년을 대상으로 하고 있다. 또한 그 지원내용은 상담지원, 교육지원, 직업체험 치 취업지원, 자립지원 등을 그 주요 사항으로 하고 있다.

이러한 청소년관계법에 의한 취약계층으로 청소년이 그 대상에 포함되지만 대부분이 청소년보호 및 복지측면에서 지원되고 있는 실정이며, 청소년의 경제적 참여 지원 등과 사회적기업과 같은 청소년 스스로의 역량으로 자발적인 노력에 대한 지원은 매우 부족하다고 볼 수 있다.

이는 지금까지 청소년에 대한 국가적 차원의 인식이 각종 사회적, 경제적 문제로부터 보호하는 것과 청소년을 국가미래자원으로의 역량개발 분야인 교육에 한정되고 있음을 알 수 있다.

그럼에도 불구하고 현실적으로 학업중단청소년, 소년소녀가장, 아르바이트 청소년, 한부모가정청소년, 조손가정청소년, 북한이탈청소년, 가출청소년, 범죄청소년등 위기청소년이 있으며, 이들의 경제적 활동은 양적으로 증대하고 있으나, 질적으로는 더욱 나빠지고 있는 실정이다.

따라서 사회적기업을 통한 지원정책이 청소년에게 양질의 일자리를 창출하고, 기업창출 등 경제적 참여를 확대하는 좋은 기회가 될 수 있다고 볼 수 있기 때문에 사회적기업관련

법령 등 제도적 개선을 통하여 청소년의 자립기회를 정책적으로 확대할 필요가 있다.

2. 사회적기업의 개념 및 정책

1) 개념과 범위

사회적기업이 무엇인가에 대한 논의는 학자들 간에 명확하게 규명되어 있지 않지만 기업이 사회적 가치와 경제적 가치를 동시에 추구하는 조직체계라는 인식은 공유하고 있다(박창남, 2015). 이는 곧 국가마다 사회적기업에 대한 인식과 추진방법이 다양하며, 아직까지 개념적으로 모호하게 인식되는 부분이 많다.

OECD에서는 사회적기업을 공공의 이해를 위해 수행되고, 이윤극대화 보다 특정한 사회경제적 목표 달성을 목적으로 하는 기업이 정신 및 기업적인 전략으로 조직된다.

사회적 배제와 차별이나 실업 문제에 창의적인 해결 방안을 가진 공익을 위한 민간 활동으로 간주하고 있으나, 현재 비영리단체, 사회적 경제, 제3섹터 등의 개념과 혼용되고 있으며, 국제적으로 통용되는 정의는 없다. 특히 유럽의 경우 사회적기업의 출발이 사회적경제로부터 이루어졌으며, 그 특징을 ① 이윤보다는 구성원과 지역사회공동체의 이익을 위해 활동하고 ② 민주적인 의사결정과정을 가지며 ③ 공공부문으로부터 일정 부분 독립적인 운영을 하고 ④ 소득배분에 있어 자본보다는 인간과 노동을 고려하고 있다(OECD대표부, 2006.8).

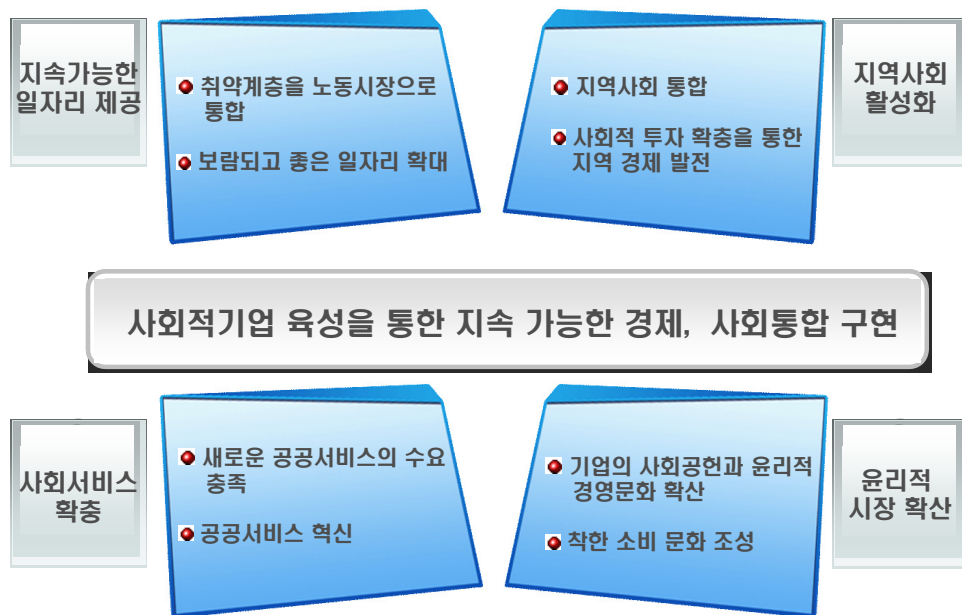
채종현(2011)의 연구에서 사회적기업은 사회적 목적을 수행함에 있어서 제한된 영리 추구를 목적으로 하며, 김혜원(2006)은 과거의 전통적인 비영리 조직들이 회비나 후원 또는 정부지원금에 의존하는 것과는 달리 생산과 판매활동을 통해 수익을 창출하고 여기에 민간기부금이나 정부지원금 등을 활용함으로써 재정적 독립을 통해 기업의 자율성을 높이고, 사회적 필요에 대응하는 새로운 서비스를 창출하는 새로운 형태의 혁신 조직으로 본다.

이론적인 측면에서 사회적기업의 특성에 대한 설명을 보면, 정책네트워크 이론은 사회적기업의 설립, 운영에 대한 영향력을 규명하고, 네트워크 관계가 특정 사회적기업의 생존에 유리한가를 확인하는 데는 유리하다. 반면에 자원의존이론의 경우는 사회적기업의 유형별 분화현상, 정부지원의 획득에 유리한 업종 등 사회적기업의 성장부분을 잘 설명할 수 있다. 또한 동형화 이론은 초기 사회적기업의 발달 측면을 설명하는데 유용하며, 조직생태학 이론은 특정한 사회적기업이 증가하는 이유를 설명할 수 있다(이은선, 2015).

우리나라의 경우 외환위기 이후 짧은 기간 동안 공공근로, 자활 등 정부재정지원에 의한 일자리가 확대되었으나, 안정적인 일자리로 연결되지 못함에 따라 정부재정지원의 효과성과 관련한 논란이 지속적으로 제기되었으며, 2000년대에 들어 고용 없는 성장의 구조화, 사회서비스 수요의 증가 등에 대한 대안으로 유럽의 사회적기업 제도 도입과 관련한 논의가 본격화되었으며, 비영리법인·단체 등 제3섹터를 활용한 안정적인 일자리창출 및 양질의 사회서비스 제공모델로서 사회적기업 도입 논의가 구체화되었다(한상일, 2013; 이지영, 2012).

법률적 정의는 사회적기업육성법 제2조에 따르면 “사회적기업”이란 취약계층에게 사회서비스 또는 일자리를 제공하거나 지역사회에 공헌함으로써 지역주민의 삶의 질을 높이는 등의 사회적 목적을 추구하면서 재화 및 서비스의 생산·판매 등 영업활동을 하는 기업으로서 제7조에 따라 인증 받은 자를 말한다(사회적기업육성법 2012.2.1.).

노동부(2008)는 사회적기업에 대해 사회적 가치와 경제적 가치를 동시에 추구하는 기업으로 지속가능한 일자리 제공, 사회적 필요 충족 및 사회서비스 확충, 지역사회 통합 및 지역경제 활성화에 기여, 윤리적 시장 확산 역할을 부여하고 있다(그림 II-1 참조).



【그림 II-1】 사회적기업의 가치

출처: 노동부(2008). 사회적기업육성기본계획

또한 우리나라의 사회적기업 발달과정에 대해 김신양(2011)은 1단계 모색단계(1998년 - 1999년)는 공공근로와 시민사회에 의한 제3섹터 일자리 창출사업, 2단계 태동단계(2000년 - 2003년)는 자활지원 사업을 통한 사회적기업의 맹아 탄생, 3단계 사회화단계(2003년 - 2006년)는 사회적 일자리 창출 사업, 4단계 제도화 단계(2006년 말 - 2010년)는 사회적기업육성법 도입 및 사회적 경제 네트워크 구성, 그리고 현재 5단계 지역화 단계(2010년 - 현재)는 사회적기업의 새로운 실험단계로 각종 지방자치단체에서 사회적기업 지원 및 육성을 위한 조례제정이 활발하게 일어나 82개 자치단체에서 조례를 제정하고 있다.

2008년 노동부의 ‘사회적기업 육성 기본계획(2008~2012)’에 따르면 취약계층을 위한 사회적기업 지원 정책은 2007년 10월 29일 36개 사회적기업 인증을 시작으로 사회적 일자리 창출사업을 사회적기업 육성을 위한 징검다리로서 하여 지역사회, 공공기관 등이 연계된 예비사회적기업 일자리 창출사업으로 전환하였다. 2009년부터는 사회적기업 자립을 목적으로 간접지원방식을 확대하기 위해 일자리 창출사업 지원은 연차별 슬라이딩 방식으로 지원을 축소함과 동시에, 사업개발비와 경영컨설팅 사업은 확대 시행하였으며, 2010년 6월 비상경제대책회의 겸 국가고용전략회의에서 지역사회에서 필요로 하는 사회적기업을 발굴 육성하기 위해 재정지원사업을 자치단체로 이관하면서 ‘지역형 예비사회적기업 지정제’를 운영하기로 결정했고 2010년 12월에는 보다 전문적이고 체계적인 지원을 위해 한국사회적기업진흥원을 설립하였다(노동부, 2008).

2011년 6월 국가고용전략회의에서 사회적기업의 지원제도 및 시장조성, 장기적인 지속가능성 강화를 위한 각종 지원정책을 논의하고 정부 각 부처와 민간이 참여할 수 있는 기반을 조성하였으며, 예비사회적기업지정 권한을 정부 각 부처로 확대시키는 것은 물론, 사회적기업을 중소기업에 포함시키고 모태펀드 운용 및 특별보증제도 신설 등 자금조달체계를 만들고 판로확보를 위한 우선구매제도도 법제화하였고, 사회적기업의 자발적 경영공시를 통해 사회적기업 가치가 확산되도록 하고 있다. 또한 사회적기업의 사회서비스 지원 분야를 제도적으로 규정함으로써 보다 구체적으로 수행할 수 있는 분야를 확대하고자 하였다(김옥희 · 배세웅, 2015; 연성진 외, 2012).

이와 같이 사회적기업의 정의나 개념에 대한 학문적 논의는 국가 간에, 학자 간에 논란의 여지가 많지만 우리나라의 경우 제도화를 통하여 논란의 여지를 최소화하였다고 볼 수 있다.

2) 사회적기업의 분류기준과 유형

사회적기업의 출발은 유럽에서 국가나 지방자치단체와 같은 공공부분과 기업과 같은 민간부분

에서 제공하지 못하는 재화나 용역을 비영리단체들이 제공함으로써 새로운 영역에서 일자리 창출 가능성과 더불어 국가재정 부담을 줄이기 위한 제도 개혁 측면에서 발달하게 되었다. 이러한 맥락에서 OECD에서는 사회적기업의 유형을 사회통합형과 노동통합형³⁾으로 구분하고 있다(OECD대표부, 2006).

또한 경제활동과 사회활동의 통합정도에 따라 일체형과 일부중첩형, 분리형으로 구분하며, 일체형은 NGO나 NPO와 같은 비영리기관이 기업활동을 수행하는 것으로 과거의 회비나 기부금을 통한 비영리기관 운영이 기업활동을 통한 수익창출로 이루어진다. 일부중첩형은 비영리기관이 전통적인 사회적 활동을 중심으로 운영하나 일부자산과 비용 공유를 통하여 원활한 운영에 필요한 경제활동을 수행한다. 분리형은 비영리기관 자체는 전통적인 사회적 활동을 수행하고, 조직 외적으로 사회적기업을 운영함으로써 비영리기관과 상호 협조적으로 경제적 지원과 역할을 수행하는 것으로 궁극적으로는 외적수익사업 등 통해 비영리기관 자체사업을 원활하게 수행하게 된다(OECD대표부, 2006).

김성기(2009)는 유럽 EMES 연구자의 PERSE 프로젝트 관점⁴⁾을 활용하여 생산성, 지속가능성, 민주성을 사회적기업의 속성으로 제시하고 있다.

사회적기업의 생산성은 재화와 서비스 등과 같은 생산 경제활동이 사회적 목적과 결합하는 것으로 이는 사회적기업의 경제활동 목적이 곧 사회적 가치추구와 결합하는 것을 말한다. 여기서 쟁점은 사회적기업의 정체성이 무엇인가에 관한 것이다(김성기, 2009).

사회적기업의 재정은 경제활동을 통한 수익이외에도 전통적인 공공지원금, 회원회비, 기부금 등이 혼합된 특성이 있다. 이것은 사회적기업의 자립이 100% 경제수익만으로 달성해야만 하는가 라는 쟁점을 발생시킨다. 민주성은 민간기업이 자본소유에 따른 의사결정구조를 갖는 반면에 사회적기업은 조합원이나 노동자, 회원, 이해당사자 등이 함께하는 민주적 의사결정 구조를 갖는다는 것이다. 이것은 일반 영리기업이 사회적기업으로 허용가능한가에 관한 쟁점을 불러일으킨다(김성기, 2009).

Kim and Defoumy(2013)는 동아시아의 사회적기업의 발전과정에 대한 분석을 통하여 사회적기

3) 사회적기업 중 노동통합형을 WISE(Work Integration Social Enterprise)로 별도 명명하기도 한다.

4) 이 관점은 유럽 노동통합사회적기업에 대해 다음 세 가지 가설을 규명하였다.

첫째, 사회적기업은 다중목적적이다.

둘째, 시장과 비시장 부분에서 다른 자원을 활용한다.

셋째, 사회정책적 맥락 내에 결합되어야 한다.

위의 가설에 대해 '생산성', '재정적 지속가능성', '의사결정구조의 민주성' 그리고 '공공정책과의 연관성' 4가지를 활용하였다.

업을 사업형NPO, 협동조합형, 공동체개발형, 노동통합형, 영리·비영리 파트너십형 5가지로 분류하였다. 이 연구에서는 사회적기업의 발전과정에 따른 조직특성을 중심으로 사회적 목적을 고려한 모델이 포함되어 있다. 이와 같이 사회적기업의 분류기준은 두 가지로 구분되어지는데 하나는 사회적기업의 발전과정에 초점을 맞춘 접근, 그리고 다른 하나는 사회적기업의 목적을 중심으로 한 접근방법으로 나누어진다고(황덕순 외, 2014 재인용).

위의 접근방법에서 황덕순 외(2014)는 사회적 목적에 중점을 두되 조직발전과정을 고려하여 한국의 사회적기업을 노동통합형 사회적기업, 사회서비스제공형 사회적기업, 지역재생형 사회적기업, 대안경제형 사회적기업으로 구분하고 있다.

우리나라는 사회적기업의 기준을 사회적기업육성법 제8조에 의한 사회적기업 인증요건 및 인증절차에 따라 구분하고 있으며, 동법시행령 제8조에 사회적기업의 조직형태를 규정하고 있다.

“사회적기업육성법 제8조에 따른 사회적기업 인증 기준⁵⁾”

1. 「민법」에 따른 법인·조합, 「상법」에 따른 회사·합자조합, 특별법에 따라 설립된 법인 또는 비영리민간단체 등 대통령령으로 정하는 조직 형태를 갖출 것
2. 유급근로자를 고용하여 재화와 서비스의 생산·판매 등 영업활동을 할 것
3. 취약계층에게 사회서비스 또는 일자리를 제공하거나 지역사회에 공헌함으로써 지역주민의 삶의 질을 높이는 등 사회적 목적의 실현을 조직의 주된 목적으로 할 것. 이 경우 그 구체적인 판단기준은 대통령령으로 정한다.
4. 서비스 수혜자, 근로자 등 이해관계자가 참여하는 의사결정 구조를 갖출 것
5. 영업활동을 통하여 얻는 수입이 대통령령으로 정하는 기준 이상일 것
6. 제9조에 따른 정관이나 규약 등을 갖출 것
7. 회계연도별로 배분 가능한 이윤이 발생한 경우에는 이윤의 3분의 2 이상을 사회적 목적을 위하여 사용할 것(「상법」에 따른 회사·합자조합인 경우만 해당한다)

5) 사회적기업육성법, 2012.4.15시행

사회적기업육성법시행령에 제8조(사회적기업의 조직 형태)

1. 「공익법인의 설립·운영에 관한 법률」 제2조에 따른 공익법인
2. 「비영리민간단체지원법」 제2조에 따른 비영리민간단체
3. 「사회복지사업법」 제2조제3호에 따른 사회복지법인
4. 「소비자생활협동조합법」 제2조에 따른 소비자생활협동조합
5. 「협동조합기본법」 제2조제1호에 따른 협동조합, 같은 조 제2호에 따른 협동조합연합회, 같은 조 제3호에 따른 사회적협동조합 및 같은 조 제4호에 따른 사회적협동조합연합회
6. 그 밖에 다른 법률에 따른 법인 또는 비영리단체”

“사회적기업육성법시행령에 제3조에서 사회서비스의 종류

1. 교육 서비스
2. 예술·관광 및 운동 서비스
3. 산림 보전 및 관리 서비스
4. 간병 및 가사 지원 서비스
5. 문화재 보존 또는 활용 관련 서비스
6. 청소 등 사업시설 관리 서비스
7. 「직업안정법」 제2조의2제9호에 따른 고용서비스
8. 그 밖에 고용노동부장관이 정책심의회의 심의를 거쳐 인정하는 서비스”

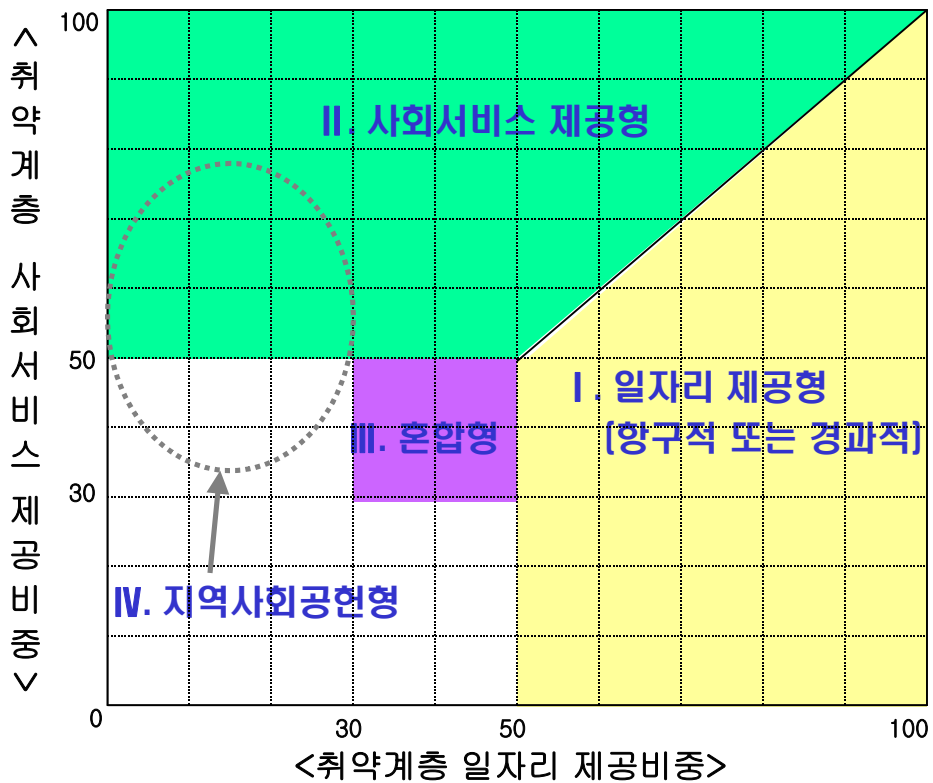
이상과 같은 사회적기업의 분류기준과 유형은 다양하게 개념화되고 있는 실정이며, 우리나라는 제도화 및 정책계획을 통해 보다 명확히 제시하고 있음에도 불구하고, 사회적기업 인증신청 기업들의 다양성이 증가함으로써 아래 4가지 유형 외에도 기타유형을 분류하고 있다.

우리나라 사회적기업육성법 상의 사회적기업의 유형은 [그림 II-2]에 나타나듯이 크게 4가지로 분류된다(노동부, 사회적기업육성기본계획)

- I 유형 - 일자리 제공형 : 취약계층의 일자리 제공을 주된 목적으로 하며, 부수적으로는 취약계층에 사회적 서비스를 제공한다.
- II 유형 - 사회서비스제공형 : 취약계층에 대한 사회서비스를 제공하는 것으로 목적으로 하며, 사회적기업육성법시행령 제3조에 이와 관련된 구체적인 서비스 종류를 제시하고 있다.

Ⅲ 유형 - 혼합형 : 일자리제공형과 사회서비스제공형과 같이 취약계층에 일자리나 사회서비스를 제공하는 것으로 목적으로 하지만 시장성이 높은 기업유형을 말한다.

Ⅳ 유형 - 지역사회공헌형



【그림 II-2】 사회적기업육성법상 사회적기업의 유형

출처: 노동부, 사회적기업육성기본계획(2008~2012)

제 III 장

사회적기업 지원체계 분석

1. 사회적기업의 운영현황 분석
2. 사회적기업의 지원체계 분석

제 III 장 사회적기업 지원체계 분석

본 장에서는 사회적기업의 현황을 정리하고, 사회적기업을 지원하는 제도와 전달체계에 대해 분석하고자 한다.

1. 사회적기업의 운영현황 분석

우리나라는 사회적기업육성법령과 노동부의 제1차 사회적기업육성 기본계획(2008~2012)과 고용노동부의 제2차 사회적기업육성기본계획(2013~2017)에 따라 사회적기업에 대해 지원한 결과 양적·질적으로 팽창하였다.

<표 III-1>에 따르면 2007년 55개의 사회적기업이 인증되었으나, 2016년 9월 현재 1,798개의 사회적기업이 인증 받았고, 그 중 1,606개 기업이 유지되고 있어 약 29.2배가 증가한 것으로 나타났다.

그 중 인증 받은 사회적기업은 2007년 55개인데 비하여 2015년 말 기준 295개로 약 5.4배정도 증가한 것으로 나타났다.

이러한 결과는 사회적기업에 대한 욕구가 지속적으로 발생하고 있으며, 사회적기업 서비스에 대한 수요자의 필요성도 더욱 다양하게 나타나고 있다고 볼 수 있다.

따라서 사회적기업 부분에 청소년의 역량을 충분히 발휘할 수 있는 새로운 서비스 분야가 충분히 가능할 것으로 여겨진다.

표 III-1 사회적기업 현황 (2016.9)

(단위: 개)

연도	신청	인증	유지
계	3,181	1,798	1,606

연도	신청	인증	유지
2007	166	55	40
2008	285	166	125
2009	199	77	63
2010	408	216	169
2011	224	155	125
2012	317	142	133
2013	469	269	247
2014	481	265	256
2015	427	295	290
2016	205	158	158

자료출처 : 사회적기업진흥원, 2016년9월 현황자료

사회적기업의 지역별 현황을 보면 전체 사회적기업에서 서울, 경기도가 각각 17.3%, 16.3%로 가장 높으며, 인천(5.6%)포함 수도권이 39.2%를 차지하는 것으로 나타났다(표 III-2 참조).

세종의 경우 타 지역에 비해 현저히 낮은 것으로 나타나고 있으나, 이는 아직까지 도시형성 과정에 있기 때문으로 판단된다.

표 III-2 사회적기업 지역별 현황 (2016.9)

(단위: 개)

서울	부산	대구	인천	광주	대전	울산	경기	강원	충북	충남	전북	전남	경북	경남	제주	세종
278	93	59	90	77	42	56	262	99	76	75	99	74	102	77	39	8

자료출처 : 사회적기업진흥원, 2016년9월 현황자료

인증유형별 현황을 보면 일자리제공형이 1,122개로 70%를 차지하고 있어 대부분의 사회적기업이 일자리창출형을 선호함을 알 수 있다(표 III-3 참조). 반면에 사회적기업 인증유형 중 기타형이 다른 유형에 비해 높게 나타난 것은 새로운 형태의 사회적기업이 나타나고 있으며, 이는 곧 새로운 사회서비스의 수요가 발생하고 있음을 알 수 있다.

표 III-3 사회적기업 인증유형별 현황 (2016.9)

(단위: 개)

일자리제공형	사회서비스제공형	지역사회공헌형	혼합형	기타형
1,122	101	57	162	164

자료출처 : 사회적기업진흥원, 2016년9월 현황자료

사회적기업의 조직형태별 현황을 보면 영리조직이 1,048개로 비영리조직 558개보다 약 1.9배 많다. 특히 영리조직 중 상법상회사가 58.4%로 가장 높게 나타난 것으로 볼 때, 현재 사회적기업 범위와 적용이 느슨하게 작용하고 있다고 볼 수 있다. 그 다음으로는 비영리조직 중에서는 민법상 법인의 비율이 15.4%로 나타났다(표 III-4 참조).

이러한 현상은 영리조직 중 사회적기업 활동으로 볼 수 있는 내용이 매우 많으며, 서비스내용도 매우 다양하게 나타나고 있다고 볼 수 있다.

표 III-4 사회적기업 조직형태별 현황 (2016.9)

(단위: 개)

비영리조직(558개)						영리조직(1,048개)		
민법상 법인	비영리 민간단체	사회복지 법인	영농조합 법인	사회적 협동조합	기타법인 및 단체	상법상 회사	농(어)업 회사법인	협동조합
248	101	86	74	46	3	938	46	64

자료출처 : 사회적기업진흥원, 2016년9월 현황자료

사회적기업의 지원금⁶⁾ 현황을 분석하면 <표 III-5>와 같이 일자리제공형이 전체 지원금의 70.5%를 차지하고 있으며, 정부지원금에서도 78.3%로 나타났다. 앞의 <표 III-3>의 인증유형에서 일자리제공형 사회적기업이 70% 수준임을 볼 때 평균수준의 지원금이라고 볼 수 있으며, 다만 정부지원금 부분이 좀 더 일자리제공형 사회적기업에 대한 지원이 높다고 볼 수 있다. 즉, 정부의 사회적기업 핵심투입이 일자리제공에 있다고 볼 수 있다.

또한 전체 지원금 대비 정부지원금의 비율이 77.5% 정도로 높게 차지하고 있는 것은 사회적기업의 정부의존도가 지나치게 높다고 볼 수 있으며, 이는 정부지원금이 없을 경우 다수의 사회적기업이 경영상의 문제가 심각하게 발생할 수 있다고 할 수 있다.⁷⁾

6) 사회적기업 지원금은 사회적기업의 영업외수익을 의미하며, 여기에는 정부지원, 기업후원, 모기관지원, 일반기부, 기타 등이 포함된다.

표 III-5 사회적기업의 지원금 현황 (2014.12기준)

(단위: 원)

구 분	전체지원금	정부지원금
총액	166,128,501	128,820,648
일자리제공형	117,170,125	100,894,309
사회서비스제공형	5,454,353	3,477,660
혼합형	14,850,988	10,614,849
기타형	26,524,619	11,953,705
지역사회공헌형	2,128,416	1,880,125

자료출처 : 사회적기업진흥원, 2014사회적기업성과분석:(기초분석) 자료 재구성

사회적기업의 전체 유급근로자는 2014년말기준 28,201명이고, 취약계층의 유급근로자는 17,009명이다(사회적기업진흥원, 2014). 총 근로자에서 취약계층이 차지하는 비율은 60.3%를 차지하고 있다. 이는 사회적기업 지원의 특성으로 볼 때 타당한 수준으로 볼 수 있다(표 III-6 참조).

취약계층 근로자에 대하여 사회적기업 유형에 따라 보면, 이 중 일자리 제공형이 79.7%로 가장 많이 차지하고 있으며, 다음으로는 혼합형이 13.1%를 차지하는 것으로 나타났다.

사회적기업 유형별 청년층과 경력단절여성 근로자 242명의 분포를 보면 일자리제공형이 157명으로 64.8%이고, 다음으로 혼합형이 66명으로 27.2%, 기타형이 13.6%로 나타났다.

이 결과는 다른 취약계층에 비하여 청년층과 경력단절여성의 경우 일자리 제공형이 낮은 반면에 혼합형과 기타형이 높게 나타난 것은 다른 취약계층에 비하여 다양한 형태의 사회적기업에 참여하는 것으로 볼 수 있으며, 이는 청년층과 경력단절여성 취약계층의 경우 단순한 취업보다는 자신의 역량을 발휘할 수 있거나 새로운 혁신적 분야에 대한 관심이 높은 것으로도 볼 수 있다.

그럼에도 불구하고 전체 취약계층 근로자 중 고령자 취약계층이 8,829명으로 51.9%로 가장 많이 차지하고 있으며, 다음으로는 장애인이 26.8%, 저소득자 13.5% 순으로 나타났다. 청년층과 경력단절여성의 경우는 0.014%로 나타나 정부의 사회적기업 육성에 따른 혜택이 거의 없다고 볼 수 있다. 즉, 정부가 청년층과 경력단절여성에게 적합한 일자리를 창출하지 못하고 있다고도 볼 수 있다.

7) 현재 사회적기업에 대한 정부지원금은 5년 범위로 한정되어 있으며, 인건비 지원의 경우 5년 기간 중 3년간 지원을 받을 수 있도록 되어 있다.

표 Ⅲ-6 사회적기업 유형별 취약계층별 참여 근로자 분포(2014기준)

(단위: 명)

구분	일자리 제공형	사회서비스 제공형	지역사회 공헌형	혼합형	기타형	전체
고령자	6,649	288	39	1,589	264	8,829
장애인	4,367	46	8	105	38	4,564
저소득자	1,629	50	34	380	211	2,304
결혼인민자	336	—	4	28	11	379
장기실업자	157	18	9	39	55	278
청년/ 경력단절여성	131	12	—	66	33	242
한부모가족 보호대상자	106	9	—	19	22	156
북한이탈주민	87	—	—	2	13	102
기타	103	19	—	8	25	155
전체	13,565	442	94	2,236	672	17,009

주 : 취약계층 근로자수는 2014년 사회적기업 보고한 기업 1,226개를 대상으로 분석함
 자료출처 : 한국노동연구원(2015.12) 2014 사회적기업 성과분석: pp.54~55. 재구성

취약계층별 평균 임금을 보면 장기실업자가 1,557천원으로 가장 높고, 다음으로 북한이탈주민, 한부모가족보호대상자 순으로 나타났다. 청년 및 경력단절여성 취약계층은 1,355천원으로 중간 정도를 차지하고 있다(표 Ⅲ-7 참조).

취약계층별 평균근로시간은 한부모가족보호대상자가 395시간이고 다음으로 북한이탈주민이 387시간으로 나타났다. 청년 및 경력단절여성은 365시간이다(표 Ⅲ-7 참조).

취약계층의 평균임금은 전반적으로 낮은 수준이고, 근로시간도 많지 않은 실정이다. 이는 현재의 사회적기업이 저임금수준의 단순한 일자리가 양산되고 있는 것으로 판단된다.

이 결과는 현재 정부의 사회적기업 육성 정책이 양적으로는 지속적으로 확대되고 있는 것에 비하여 일자의 질은 현저히 낮은 것으로 보아야 한다.

따라서 정부정책 방향이 사회적기업의 질적 부분에 있어서도 확대가 필요함을 의미하며, 특히 청년의 낮은 임금과 근로시간은 사회적기업을 회피하게 될 가능성이 높다.

표 III-7 취약계층별 평균임금 및 평균근로시간

(단위: 천원, 시간)

구분	평균임금	근로시간 평균
고령자	1,173	347
장애인	1,034	349
저소득자	1,320	365
결혼인민자	1,079	350
장기실업자	1,557	370
청년/경력단절여성	1,355	365
한부모가족보호대상자	1,410	395
북한이탈주민	1,456	387
기타	1,300	375

자료출처 : 2014년도 유급근로자 명부기준, 2014년 사회적기업성과분석 재구성

본 절의 사회적기업의 현황에 대한 분석결과를 청소년 자립 지원 측면에서 보면 다음과 같은 문제점이 있다.

첫째는 청소년의 범위가 포함되는 청년층(29세미만)의 현황을 기준으로 볼 때 사회적기업의 유형에서 타 취약근로자에 비해 혼합형과 기타형이 높게 나타나고 있는 것은 청년층의 다양한 형태의 사회적 서비스를 창출하고 있다고 볼 수 있기 때문에 현재의 사회적기업 유형을 보다 포괄적으로 확대할 필요가 있다.

둘째는 전반적으로 청년층의 사회적기업에 대한 참여가 0.014%에 불과한 것은 현재의 사회적기업에 대한 정부정책이 청년층을 유입하는 요건으로는 매우 열악한 실정으로 볼 수 있다. 또한 일자리제공형이 전반적으로 70%이상 높게 나타나고 있는 것은 현재의 사회적기업의 운영방향이 사업의 질적인 측면에 대한 고려가 부족하다고 볼 수 있다. 따라서 청년층이 사회적기업 창출의 핵심대상으로 보고 단순히 근로참여를 중심으로 운영과 지원을 할 것이 아니라 사회적기업 설립자로서 지원방안을 강구할 필요가 있다.

셋째는 사회적기업의 전반적인 임금이 낮고 근로시간이 높지 않게 나타난 것은 현재의 사회적기업이 근로자들의 안정적인 직장이 되지 못하다고 볼 수 있다. 특히 청년층의 경우 계약직 아르바이트 수준의 임금과 근로시간 수준이다. 이는 사회적기업에 대한 인식이 짧은 층에 부정적인 영향을 강화하는 것과 동시에 청년층이 사회적기업의 참여를 기피하는 효과를 가져올 수 있다. 따라서 사회적기업의 성장에 규모의 확대와 질적 강화 기준이 필요하다.

넷째는 현재 사회적기업에 대한 정부지원이 차지하는 비율은 약70%-80% 정도이며, 사회적기업은 5년 이내에 3년간 인건비를 지원받을 수 있도록 되어있다. 그러나 위에서 지적한 바와 같이 현재의 사회적기업의 역량과 수준으로는 개별 사회적기업의 퇴출도 빠르고 많이 이루어질 수 있다는 것을 예측할 수 있다. 따라서 정부재정지원의 다양화가 필요하다고 볼 수 있다. 이것은 사회적기업의 조직형태에서도 비영리법인, 상법회사, 사회복지법인, 협동조합, 영농조합, 민법상법인 등 매우 다양하며, 그 사업내용은 더더욱 다양할 것이다. 이 문제는 같은 사회적기업이라 할지라도 그 수익사업내용이 보다 공익에 가까운 사업이 있는 반면에 시장에 가까운 사업이 있다.

그러므로 사회적기업의 추구사업을 공익성과 수익성을 기준으로 하여 공익성에 가까울수록 정부재정지원금과 지원기간을 장기화하는데 정부재정지원의 탄력성을 확대하는 것이 필요하다.

2. 사회적기업의 지원체계 분석

본 절에서는 사회적기업 지원체계를 포괄적으로 제시함으로써 청소년들이 사회적기업에 대한 이해와 사회적기업 설립에 필요한 사항을 제시하고자 한다.

현재 사회적기업에 대한 지원체계는 ‘사회적기업육성법령’과 고용노동부의 ‘사회적기업육성 기본계획’을 중심으로 각 정부부처와 지방자치단체, 그리고 민간부분에서 다양한 형태로 이루어지고 있으나, 크게 보면 두 가지로 구분될 수 있다.

첫째는 사회적기업의 운영과 유지·관리 부분에 대한 지원체계이다.

둘째는 사회적기업을 설립하고 인증 받기 위한 사회적기업 인증체계이다.

1) 사회적기업 운영과 유지·관리 지원체계

사회적기업에 대한 지원체계가 중요한 이유는 사회적기업에 필요한 지원이 제대로 전달될 수 있도록 지원체계가 구축되어야만 사회적기업이 활성화되고 지속적으로 발전할 수 있기 때문이다(조상미·박규범, 2015).

우리나라의 사회적기업 지원은 ‘사회적기업육성법령’에 의하여 고용노동부가 주관하고 있으며, 사회적기업의 성장은 정부주도적으로 이루어졌으며, 중간지원조직으로는 ‘한국사회적기업

진흥원' 있으며, 현장조직으로는 지역단위 고용센터가 있다. 그 외에도 현재 사회적기업 활성화 전국네트워크가 형성되어 있으나 그 활동내용이 미흡한 실정이다.

우선 정부의 사회적기업 지원 및 전담조직 및 전달체계는 '사회적기업육성법'(2012.8.2.시행)에서 규정하고 있다. 동법 제 3조에서는 운영주체별 역할과 책무를 규정하고, 제5조에서는 사회적기업 육성기본계획의 수립, 제5조의2에서는 시도별 사회적기업 지원계획 수립, 제20조에서는 한국사회적기업진흥원 설립에 대해 규정함으로써 중앙부처와 중간조직, 그리고 지방자치단체로 이루어지는 전달체계를 구축토록하고 있다.

[그림 III-1]의 사회적기업 육성정책 추진체계를 보면 고용노동부는 사회적기업 관련 정책 추진 및 제도개선, 사회적기업육성전문위원회 운영과 사회적기업 육성기본계획수립, 사회적기업인증사업 등 사회적기업관련 사항을 전반적으로 총괄하며, 기획재정부와 행정안전부는 사회적기업에 대한 세제감면 등 제도개선 정책, 중기청과 조달청은 사회적기업 지원제도와 조달체계 관련 정책, 그리고 분야별 여건조성은 개별부처에서 추진토록 하였다.

사회적기업 지원업무의 체계적인 수행을 위하여 중간전달조직으로 한국사회적기업진흥원을 설립하여 사회적기업에 대한 교육, 홍보, 네트워크 구축, 판로개척, 사회적기업가 육성, 사회적기업 모니터링 및 평가사업, 사회적기업 통합정보시스템 구축, 사회적기업 경영컨설팅 사업, 공공구매사업 등을 지원하고 있다.



【그림 III-1】 사회적기업 육성정책 추진체계

출처 : 제2차 사회적기업 육성 기본계획(2013~2017)

사회적기업 현장 실무지원기관인 중앙 및 지방고용센터는 사회적기업 인증관리 및 취업을 지원하고 있다.

지방자치단체는 조례제정 및 시행계획 수립 등 여건조성과 지방사회적기업육성전문위원회를 통하여 지방자치단체의 사회적기업에 대해 심의토록 하였다.

다음으로 사회적기업의 운영과 유지·관리에 관한 지원방법과 관련하여 크게 4가지 측면으로 구분하고 있다(조상미·박규범, 2015).

첫째는 생산조건에 대한 지원 정책이다. 여기에는 사회적기업 운영을 위하여 인건비지원, 세제지원, 사업개발비 지원, 금융지원이 해당된다.

둘째는 수요조건에 대한 지원 정책이다. 여기에는 사회적기업 생산품과 서비스에 대하여 우선구매 지원정책과 판로개척 지원정책이 있다.

셋째는 관련 및 지원사업 정책이다. 이것은 사회적기업의 경영지원을 위하여 민간자원을 연계하고, 프로보노⁸⁾, 네트워크 구축을 지원하는 것이다.

넷째는 경쟁력 향상을 위한 경영전략지원이다. 여기에는 경영컨설팅, 인재양성, 홍보활동, 조사연구 활동을 지원한다.

우리나라는 사회적기업육성법에 따라 지원되고 있으며, 동법 제10조 경영지원에 관한 것으로 사회적기업에 필요한 경영, 기술, 세무, 노무, 회계 등의 분야에 대한 지원, 제10조의2 교육훈련 지원에 관한 것으로 전문인력육성과 근로자의 능력향상을 위한 교육훈련을 지원, 제11조 시설비 등의 지원을 통하여 부지구입비, 시설비, 국유자산 및 물품을 지원, 제12조 공공기관 우선구매에 대해 공공기관에서의 사회적기업 생산품이나 서비스 우선구매 촉진 지원, 제13조 조세감면 및 사회보험료지원에서는 사회적기업의 국세나 지방세를 관련 법령에 따라 감면토록하고, 4대 보험에 대해 국가 및 지방자치단체가 일부 지원, 제14조 사회서비스제공 사회적기업에 대한 재정 지원에서는 인건비와 운영비, 자문비를 지원할 수 있도록 하고 있다.

사회적기업에 대한 재정지원의 종류는 경영지원 및 판로지원, 사회보험료지원, 인건비지원, 사업개발비지원, 모태펀드지원, 창업지원, 기타지원으로 구분되며 고용노동부의 사회적기업에 대한 전체 지원금은 2015년 기준 146,504천원에 이른다.

재정지원의 가장 높은 분야는 인건비지원으로 56%정도를 차지하고 있으며, 다음으로 사업개발비지원과 창업지원 순으로 나타났다(표 III-8 참조).

8) 프로보노(pro bono)란 ‘공공의 이익을 위한 무료봉사’라는 뜻으로 라틴어 ‘pro bono publico’의 약자이다. 이는 각 분야의 전문가들이 사회적 약자를 돕는 활동, 전문가들이 자신의 전문성을 활용해 사회적 약자와 소외계층을 돕는 활동이다.

표 III-8 사회적기업 재정지원사업 예산

(단위: 천원)

구분	2015년 말
경영지원 및 판로지원	6,619
사회보험료지원	8,184
인건비지원	81,825
사업개발비지원	24,000
모태펀드	-
창업지원	14,082
기타지원	11,794
전체	146,504

자료출처 : 고용노동부(2015c)

현재 국가의 재정지원 분야별 지원내용은 다음과 같다(고용노동부, 2016).

① 인건비지원(고용노동부, 2016).

- 일자리인건비 지급기준 : 사회적기업이 사회적 일자리 창출사업 참여시 참여자 인건비를 지급한다. 지급수준은 최저임금기준 인건비(2016년 기준 1,377천원 한도)와 사업주부담 사회보험료를 지원하며, 약정기간은 지원개시일로부터 12개월, 지원기간은 지정기간 내 2년, 인증사회적기업의 경우는 최초지원개시일로부터 5년 내에 3년을 지원하며, 사회보험료는 4년간 지원한다. 사회보험료의 지원한도는 4년간 1인당 105천원으로 인증사회적기업의 경우 50명까지 가능하다.
- 전문인력 채용지원 지급기준 : 사회적기업이 전략기획, 회계, 마케팅 등 사업운영에 필요한 전문인력 및 대기업 퇴직 전문인력 고용 시 그 인건비를 지급하며, 지급수준은 월200만원이며, 자부담율은 1년차 20%, 2년차 30%, 3년차 50%이다.
- 지원기간은 예비인증 사회적기업은 지정일로부터 3년 이내 최대지원 2년이며, 인증사회적기업은 최초지원개시일로부터 5년 이내 최대지원은 3년이다.

② 사업개발비 지원(고용노동부, 2016).

- 사업개발비 지급기준은 사회적기업이 기술개발, R&D, 홍보 및 마케팅 등 경영능력 향상을

위한 비용이다. 재정부담은 고용노동부 70%, 지방자치단체 30%로 매칭하여 인증사회적기업은 연 1억원 내 지원, 예비인증 사회적기업은 연5천만원한도이며, 자부담은 1차년도 10%, 2차년도 20%, 3차년도 30%이다.

- 지원기간은 예비인증 사회적기업은 지정일로부터 3년 이내 최대지원 2년이며, 인증사회적기업은 최초지원개시일로부터 5년 이내 최대지원은 3년이다.

③ 세제지원(고용노동부, 2016).

- 사회적기업에 대한 세제지원은 2016년 현재 법인세와 소득세를 3년간 100% 감면하고, 그 후 2년은 50%를 감면한다.
- 사회적기업의 취득세 · 면허세 50%를 감면하고, 재산세 25%를 감면한다.
- 사회적기업에 제공하는 의료보전 및 교육 용역에 대하여 부가세를 면제한다.
- 사회적기업에 기부하는 일반법인 · 개인 · 연계기업의 기부금을 법인소득의 10% 범위 내에서 손금(損金) 산입 처리할 수 있다.

④ 금융지원(고용노동부, 2016).

- 사회적기업에 대한 금융지원은 두 가지로 나누어진다. 하나는 정책자금지원, 다른 하나는 보증지원이다
- 정책자금지원 : 미소금융과 중소기업 정책자금을 활용하여 지원하며, 미소금융은 예비사회적기업에 대해서도 지원한다.

<미소금융지원사업 내용>

- 운영기관 : 미소금융재단
- 운영형태 : 미소금융재단에서 복지사업자를 통해 사회적기업에 대한 간접지원 - 복지사업자는 열매나눔재단, (사)민생경제연구소, (재)함께일하는 재단
- 대출조건 : 1억 원범위 내 1년 거치 5년 내 상환

<중소기업 정책자금 지원 방법>

- 운영기관 : 중소기업진흥공단
- 운영형태 : 중소기업진흥공단에서 대상자를 결정한 후 직접 지원하거나 시중 금융기관에 신용 및 담보대출이 이루어진다.

- 대출조건 : 1억 원범위 내 1년 거치 5년 내 상환
- 신청방법 : 직접 접수 또는 중소기업진흥공단 홈페이지를 통한 온라인접수 가능
- 보증 지원 : 희망드림론 협약보증, 사회적기업 상시특별보증

〈사회적기업 전용 특별보증〉

- 보증기관 : 지역신용보증재단
- 지원대상 : 사회적기업 중소기업법 제2조에 의한 중소기업 및 사회적기업
- 보증한도 : 4억 원 이내(영리사회적기업 90%, 비영리사회적기업 100%) 보증
- 보증기간 : 5년 이내(1년 거치 5년 분할 상환), 기업은행을 통해 대출

〈사회적기업 나눔보증〉

- 보증기관 : 신용보증기금
- 지원대상 : 사회적기업 및 예비사회적기업으로 보증접수일 현재 보증잔액이 없어야함
- 보증한도 : 동일 기관 당 1억 원 이내
- 보증기간 : 5년 이상 협의, 시중은행을 통해 대출
- 투자지원 : 모태펀드를 고용노동부 추자 및 민간출자자 합동으로 사회적기업 투자조합을 결성(총 82억)하여 사회적 가치와 성장가능성 있는 사회적기업에 투자 시행

⑤ 판로지원(고용노동부, 2016).

- 사회적기업에 판로지원은 공공기관 우선구매 정책과 제품홍보 및 매장지원을 통한 판로개척 지원이 있다.
- 사회적기업 판로 개척 및 지원을 위해 복합매장 'store 36.5'와 온라인 상품 소개 사이트 'estore365.kr'를 오픈하여 사회적기업 제품 전시, 홍보, 체험, 구매가 가능토록 하였다.
- 사회적기업의 공공구매 확대를 위해 사회적기업 육성법 제12조(공공기관 우선구매), 시행령 제12조의2(구매계획과구매실적의통보): 고용노동부장관이 계획·실적을 종합하여 매년 4.30까지 공고하도록 하는 사회적기업 생산품에 대한 법률적 지원근거를 마련하였다.
- 보건복지부의 사회복지분야에 사회적기업이 바우처 시장 진출이 가능토록 하였다.

⑥ 관련 및 지원사업에 대한 지원(고용노동부, 2016).

- 사회적기업에 대해 민간자원을 연계하고, 프로보노, 네트워크 구축을 지원한다.
- 사회적기업에 대해 권역별 지원기관을 통합 운영하여, 사회적기업의 설립·운영, 컨설팅, 네트워크 등을 지원하는 것으로 사회적기업 유사조직(마을기업, 농어촌공동체회사 등)에 예비사회적기업 지원제도를 적용하고 시도별 지원기관을 통합 운영토록 하였다.
- 사회적기업의 활성화를 위하여 일반기업의 사회적기업 지원 방법으로 일반기업이 연계 사회적기업에 사업비·컨설팅, 제품구매, 교육 등을 지원토록 하고, 1사 1사회적기업 캠페인 등을 통해 대기업이 공생발전 및 사회공헌차원에서 직·간접적으로 지원하여 설립 및 정착을 지원한다.
- 사회적기업을 지역별, 부처별 특성화 사업 추진과 브랜드화를 추진하고, 시민단체, 종교계, 각 분야별 전문가의 참여를 통하여 민간 네트워크를 구성하여 운영한다.

⑦ 경영지원(고용노동부, 2016).

- 사회적기업에 대한 경영지원은 사회적기업진흥원 및 권역별 지원기관을 통해 경영컨설팅, 인재양성, 홍보활동, 조사연구 활동을 지원하고 있다.
- 사회적기업진흥원을 2010년 12월에 설립하여 경영컨설팅과 사회적기업가 양성, 사회적기업 인증 지원, 사회적기업 평가모니터링 사업을 추진하고 있다.
- 별도로 청년층에 대하여는 ‘청년 등 사회적기업가 육성사업’ 및 ‘소셜벤처 경연대회’를 통해 창의적 사회적기업가 발굴, 혁신적 아이디어 창업 지원을 통하여 사회적기업 창출을 지원하고 있다.

2) 사회적기업 인증 및 사업참여

사회적기업의 인증과 관련한 전반적인 사항을 ‘사회적기업육성법과 동법시행령’에서 정하고 있다.

사회적기업육성법 제7조에서는 사회적기업이 국가 인정을 받도록 하고, 제8조에서는 사회적기업의 인정 요건 및 인증 절차를 제시하고 있다.

“사회적기업의 인정요건은 다음과 같다.(사회적기업육성법, 2012.8.2.)

- ① 조직형태 : 민법상 법인, 조합, 상법상회사, 또는 비영리민간단체 등의 조직형태를 갖고 있어야 한다(동법 시행령 8조).
여기서 인정하는 비영리단체는 ‘공익법인의 설립·운영에 관한 법률’에 의한 공익법인, ‘비영리민간단체지원법’에 의한 비영리민간단체, ‘사회복지사업법’에 의한 사회복지법인, ‘소비자협동조합법’에 의한 생활협동조합, 그 밖에 다른 법률에 따른 비영리단체를 말한다.
- ② 사회적 목적 실현 : 조직의 주된 목적이 취약계층에게 일자리나 사회서비스를 제공하여 지역주민의 삶의 질을 높이는 등 사회적 목적을 실현하는 것을 말한다(동법 시행령 제9조).
 - 사회서비스제공형 : 사회서비스를 제공받는 사람 중 취약계층 비율이 100분의 50이상일 것
 - 일자리제공형 : 조직의 전체 근로자 중 취약계층의 고용비율이 100분의 50이상일 것
 - 지역사회공헌형 : 해당 조직의 전체 근로자 중 해당 조직이 있는 지역에 거주하는 취약계층의 고용비율이나 해당 조직으로부터 사회서비스를 제공받는 사람 중 지역취약계층의 비율이 100분의 20 이상일 것, 지역의 사회문제 해결의 경우 조직의 전체 수입 또는 지출의 100분의 40 이상일 것, 지역사회에 사회적 목적을 우선적으로 추구하는 조직에 대하여 컨설팅·마케팅·자금 등을 지원하는 것인 경우 해당 조직의 전체 수입 또는 지출의 100분의 40 이상일 것
 - 혼합형 : 사회서비스제공과 일자리를 제공하는 것인 경우 해당 조직의 전체 근로자 중 취약계층의 고용비율과 해당 조직으로부터 사회서비스를 제공받는 사람 중 취약계층의 비율이 각각 100분의 30 이상일 것
- ③ 유급근로자 고용 : 유급근로자를 고용하여 재화와 서비스의 생산, 판매 등 영업활동을 수행할 것(동법 제8조)
- ④ 이해관계자 의사결정구조 : 서비스 수혜자, 근로자 등이 의사결정에 참여할 수 있는 민주적 구조를 갖출 것(동법 제8조)
- ⑤ 정관이나 규약 : 조직의 목적, 사업내용, 이해관계자의 의사결정 참여, 이윤의 3분의2이상을 사회적 목적에 사용하는 규정이 정관이나 규약에 포함되어야한다(동법 제9조).
- ⑥ 사회적 목적에 이윤 사용 : 회계연도에 배분 가능한 이익이 발생한 경우에는 이윤의 3분의2이상을 사회적 목적에 사용할 것(동법 제8조)
- ⑦ 영업외활동을 통한 수입 : 사회적기업의 인증 신청일에 속한 달의 직전 6개월 동안에 영업활동을 통한 총수입이 같은 기간 동안 그 조직에서 지출되는 총 노무비의 30/100이상에 해당할 것(동법 시행령 제10조)”

사회적기업 인증 유형은 다음과 같다.

“사회적기업의 인증은 사회적 목적에 적합한가에 대한 판단을 통하여 현재 5가지 유형으로 분류하고 있다(동법 시행령 제9조).

- ① 사회서비스 제공형 : 사회서비스를 제공받는 사람 중 취약계층의 비율이 100분의 50이상일 것
- ② 일자리제공형 : 조직의 전체 근로자 중 취약계층의 고용비율이 100분의 50이상일 것
- ③ 지역사회공헌형 : 해당 조직의 전체 근로자 중 해당 조직이 있는 지역에 거주하는 취약계층(이하 “지역취약계층”이라 한다)의 고용비율이나 해당 조직으로부터 사회서비스를 제공받는 사람 중 지역취약계층의 비율이 100분의 20 이상일 것, 지역의 사회문제 해결의 경우 조직의 전체 수입 또는 지출의 100분의 40 이상일 것, 지역사회에 사회적 목적을 우선적으로 추구하는 조직에 대하여 컨설팅·마케팅·자금 등을 지원하는 것인 경우 해당 조직의 전체 수입 또는 지출의 100분의 40 이상일 것
- ④ 혼합형 : 사회서비스제공과 일자리를 제공하는 것인 경우 해당 조직의 전체 근로자 중 취약계층의 고용비율과 해당 조직으로부터 사회서비스를 제공받는 사람 중 취약계층의 비율이 각각 100분의 30 이상일 것
- ⑤ 기타형 : 사회적 목적에 적합함에도 불구하고 위의 4가지 형태에 해당하지 않을 경우 고용정책심의회를 통해 고용노동부 장관이 판단하여 분류한다.”

사회적기업의 인증은 사회적육성법 시행령 제9조 인증신청과 제10조 인증서의 발급으로 이루어지며 그 절차와 추진체계는 다음과 같다.

일반적인 사회적기업 인증 절차는 다음과 같다.

- 1단계 : 사회적기업 인증 신청 공고 - 고용노동부 본부
- 2단계 : 사회적기업 신청기관 상담 및 컨설팅 - 사회적기업진흥원
- 3단계 : 인증신청서 접수 - 사회적기업진흥원
- 4단계 : 사회적기업 기본요건 및 서류심사 - 사회적기업진흥원
- 5단계 : 현장실사 - 사회적기업진흥원
- 6단계 : 광역자치단체 추천 - 사회적기업진흥원
- 7단계 : 인증심사 소위원회 사전검토 - 사회적기업진흥원
- 8단계 : 소위원회 논의에 따른 추가 보완 검토 - 사회적기업진흥원

9단계 : 사회적기업육성 전문위원회 심의 - 고용노동부

10단계 : 사회적기업 인증 및 인증서 교부 - 고용노동부

사회적기업 일자리창출사업 추진체계는 다음과 같다.

1단계 : 예산배정 - 고용노동부는 광역자치단체에 일자리창출사업 목표인원 및 국가보조금을 배정한다.

2단계 : 일자리창출사업 수행 사회적기업 공모 - 광역자치단체

3단계 : 사업신청 및 접수 - 기초자치단체

4단계 : 수행기관 심사 및 선정 - 광역자치단체는 심의위원회를 통하여 일자리창출사업 심사하여 선정한다.

5단계 : 보조금 교부 - 광역자치단체는 기초자치단체에 일자리창출사업 보조금을 교부

6단계 : 약정체결 - 일자리창출사업 수행기관은 기초자치단체와 관련사업수행에 대한 약정을 체결한다.

7단계 : 취약계층 참여자 알선 및 선발 - 지방고용노동서비스기관을 통하여 사업수행기관에 적합한 취약계층인력에 대해 지원한다.

8단계 : 사업수행 및 지원금 신청 - 사업수행기관

9단계 : 지원금 사후관리 및 모니터링 - 기초자체는 수행기관의 사업추진과정에 대하여 전반적인 사항에 대해 관리하고 모니터링한다.

10단계 : 사업시행결과 및 사회적기업 육성현황을 보고 - 기초자치단체는 광역자치단체와 고용노동부에 관련 사업에 대한 결과를 보고해야 한다.

사회적기업의 일자리창출사업 추진방법은 다음과 같다.

1단계 : 기관 설립 후 사업시작

2단계 : (예비) 사회적기업 인증 또는 지정

3단계 : 일자리 창출사업 공모

4단계 : 추가고용 가능인원 신청 - 참여근로자의 50%이상을 취약계층으로 고용해야함

5단계 : 광역자치단체 심의

6단계 : 인원배정

사회적기업의 전문인력 지원 추진 방법은 다음과 같다.

- 1단계 : 권역별 사회적기업 지원기관(지방고용센터 또는 민간위탁센터)과 전문인력 분야, 인원 등을 사전상담
- 2단계 : 전문인력지원 신청 - 사회적기업은 기초자치단체에 전문인력 지원신청서를 제출
- 3단계 : 심사 및 선정 - 권역별 지원기관의 검토의견서를 토대로 기초자치단체에서 심사 선정
- 4단계 : 사회적기업과 기초자치단체간 지원약정체결
- 5단계 : 사회적기업은 전문인력채용 예정자 명단을 기초자치단체에 제출
- 6단계 : 전문인력채용 확정 및 승인
- 7단계 : 사회적기업의 전문인력 지원금 신청 및 지급(월 단위)

본 절에서 사회적기업 지원체계에 대한 분석결과를 청소년자립 지원측면에서 보면 다음과 같은 문제점이 있다.

첫째는 전문인력으로서 청소년의 역량을 발휘할 기회가 없다고 볼 수 있다. 이것은 현재 전문인력의 범위가 전략기획, 회계, 마케팅 등 조직운영의 일반적인 분야에 대해 한정하고 있기 때문에 이 부분의 역량이 부족한 청소년의 참여기회는 원천적으로 차단되어 있다고 볼 수 있다. 반면에 사회적기업의 종류에서 청소년의 역량이 높게 나타날 수 있는 대중문화, 정보기술 등을 필요로 하는 사회적기업이 있으며, 청소년의 그 분야의 전문가가 될 수 있다. 따라서 전문인력 채용과 관련하여 그 범위를 폭넓게 제시할 필요가 있다.

둘째는 청소년을 대상으로 이루어지는 사회적기업관련 사업은 주로 ‘청년 등 사회적기업가 육성사업’ 및 ‘소셜벤처 경연대회’ 등을 통해 발굴하고 지원하고 있다. 이 또한 대부분 청년층을 대상으로 하고 있으며, 청소년층을 대상으로는 교육훈련을 중심으로 이루어지고 있는 실정이다. 그럼에도 불구하고 청년층이나 청소년층에 대한 사업은 중앙단위에서 주로 이루어지고 있으며, 그 예산규모도 하나의 단위사업수준에 머물러 있는 실정이다.

따라서 청년층 또는 청소년층이 지역단위에서도 쉽게 접근할 수 있도록 해당사업을 광역시·도 이하에서 추진하도록 하는 것이 바람직하다. 또한 청소년층을 취약계층으로 분류함으로써 청소년들이 보다 자유롭게 사회적기업에 대해 접근이 가능토록 하는 것이 요구된다.

제 IV 장

사회적기업에 대한 청소년인식도 분석

1. 설문조사 개요
2. 청소년인식도 분석 결과

제 IV 장

사회적기업에 대한 청소년인식도 분석

1. 설문조사 개요

1) 조사 목적

사회적기업에 대한 인식 및 요구 조사는 10대 청소년과 20대 청소년을 대상으로 사회적기업에 대한 인식, 참여도 등에 대한 의견을 조사함으로써 사회적기업에 대한 청소년의 참여확대 방안을 모색하고자 하였다.

조사기간은 2016년 11월 14일부터 25일까지였으며, 온라인 조사를 실시하였다.

2) 조사대상

조사대상자의 인구학적 특성은 <표 IV-1>과 같다.

연령대별로 구성 비율을 살펴보면 10대와 20대가 각각 50%이었으며, 여성은 50.1%, 남성은 49.9%로 나타났다. 교육수준별 구성 비율을 살펴보면, 대졸이하가 전체 응답자의 42.9%로 가장 높은 비율을 보였으며, 고졸이하 35.3%, 중졸이하 19.5%, 대학원이상 2.2%의 순으로 나타났다. 응답자 부모 직업의 경우 회사원인 경우가 전체 응답자의 42.3% 가장 높은 응답비율을 보였으며, 자영업 30.3%, 공직자 13.8% 등의 순으로 조사되었다. 응답자의 거주 지역은 수도권 50.9%, 남부권 26.4%, 중부권 22.7%였으며, 응답자의 경제수준은 중 74.5%, 하 17.9%, 상 7.6%로 조사되었다.

표 IV-1 응답자 개인별 인구사회학적 특성

(단위 : 명, %)

구 분		사례 수(명)	비 율(%)
연령	10대	1500	50
	20대	1500	50
성별	여성	1504	50.1
	남성	1496	49.9
교육수준	중졸이하	585	19.5
	고졸이하	1060	35.3
	대졸이하	1288	42.9
	대학원 이상	67	2.2
부모직업	공직자	415	13.8
	회사원	1268	42.3
	일용직	175	5.8
	자영업	910	30.3
	농수축산업	83	2.8
	무직	149	5.0
거주지역	수도권	1528	50.9
	중부권	680	22.7
	남부권	792	26.4
경제수준	하	537	17.9
	중	2234	74.5
	상	229	7.6
전 체		3000	100

3) 조사항목

본 연구의 목적을 달성하기 위하여 사회적기업에 대한 청소년의 인식 및 요구도를 ①사회적기업에 대한 인식 ②사회적기업의 업무내용에 대한 인지도 ③사회적기업 지원 정책에 대한 인지도 ④사회적기업 제품 및 서비스에 대한 만족도 등 4개 영역을 조사하였다.

4개 영역별 조사항목 구성 및 각 항목별 신뢰도는 <표 IV-2>와 같다.

① 사회적기업에 대한 인식을 조사하기 위해 사회적기업에 대한 관심도, 이해도, 학습경험도, 참여경험, 이용경험, 법률이해, 지원기관 이해 7개의 문항을 활용하였으며, 조사도구의

신뢰도는 .872로 높게 나타났다.

- ② 사회적기업의 업무내용에 대한 인지도 조사를 위해 사회적기업의 핵심업무 영역으로 볼 수 있는 취약계층 일자리 제공기업, 사회서비스, 지역사회공헌활동, 프로보노활동, 협동조합활동 5개 문항이 활용되었으며, 이 문항의 신뢰도는 .870으로 높게 나타났다.
- ③ 사회적기업 지원 정책에 대한 인지도는 총 9개 문항으로 구성되었으며, 여기에는 정부의 재정지원, 경영지원, 구매지원, 금융 및 세제지원, 홍보지원, 청소년 참여지원, 창업 클라우드 펀딩, 푸드트럭 창업, 사회적경제 박람회이다. 사회적기업 지원 정책 조사 문항의 신뢰도는 .892로 높게 나타났다.
- ④ 사회적기업 제품 및 서비스에 대한 만족도 구성항목은 구매제품, 서비스, 재구매의사, 계속이용의사 4개 항목이며, 이 문항에 대한 신뢰도는 .875로 나타났다.

표 IV-2 설문항목 구성 및 항목별신뢰도

변 인	내 용	신뢰도 및 비교
사회적기업 인식	• 사회적기업에 대한 관심 • 사회적기업 업무에 대한 이해 • 사회적기업에 대한 과거의 교육경험 • 사회적기업활동의 직접참여 경험 • 사회적기업의 전반적인 이용 경험 • 사회적기업육성법에 대한 이해 • 사회적기업진흥원에 대한 이해	.872
사회적기업 업무내용 인지도	• ‘일자리 제공형’에 대한 인지도 • 사회서비스에 대한 인지도 • 지역사회공헌 활동에 대한 인지도 • 프로보노활동에 대한 인지도 • 협동조합 활동에 대한 인지도	.870
정부의 사회적기업 지원정책 인지도	• 재정지원에 대한 인지도 • 경영지원에 대한 인지도 • 생산제품의 공공기관 우선구매에 대한 인지도 • 금융지원 및 세제지원에 대한 인지도 • 홍보지원에 대한 인지도 • 청(소)년 대상 참여지원에 대한 인지도 • 청(소)년 클라우드펀딩에 대한 인지도 • 청(소)년 푸드트럭창업지원에 대한 인지도 • 사회적 경제 박람회에 대한 인지도	.892

변 인	내 용	신뢰도 및 비교
사회적기업 제품 및 서비스 이용경험	• 환경관련제품 구매 경험여부 • 사회복지서비스 이용 경험 여부 • 문화예술관광서비스 이용 경험 여부 • 보건, 간병 및 가사 지원 경험 여부 • 교육서비스 이용 경험 여부 • 보육서비스 이용 경험 여부	개별문항
사회적기업 제품 및 서비스 만족도	• 구매제품에 대한 만족도 • 사회서비스에 대한 만족도 • 제품 재구매 의사 • 사회서비스의 지속적인 이용 의사	.875
제품 및 서비스 구매 사유	• 취약계층 일자리 창출에 기여 • 환경개선에 도움 • 복지서비스의 질적인 향상 • 사회적기업 목적에 참여 • 지역사회에 도움제공	개별문항
제품 및 서비스 비구매 사유	• 제품과 서비스에 대한 낮은 신뢰도 • 제품 및 서비스의 가격 • 제품 및 서비스에 대한 이해 부족 • 타제품 및 서비스에 대한 개인적인 선호도 • 취약계층에 대한 거부감	개별문항
사회적기업 제품 및 서비스 구매 시 중점사항	• 제품 및 서비스의 품질 • 제품 및 서비스의 가격 • 제품 및 서비스의 사회적 의미 • 제품 및 서비스의 브랜드 • 제품 및 서비스의 판매지역	개별문항
필요한 장래지원정책	• 재정지원확대 • 경영지원 컨설팅 • 판로개척 • 전문가 연계지원 • 금융지원 • 세제지원 • 교육지원	개별문항
청(소)년 사회적 기업 참여확대위한 우선적인 정책	• 청(소)년 대상 사회적기업 행사 확대 • 교육기회제공 확대 • 사회적기업 창업 및 취업 홍보 확대 • 사회적기업 전문가 연계지원 • 청(소)년만을 위한 사회적기업 정책 개발	개별문항

2. 청소년인식도 분석 결과

1) 사회적기업에 대한 인식도

(1) 사회적기업에 대한 관심도

응답자의 개인특성별 사회적기업에 대한 관심도는 <표 IV-3>에 제시된 바와 같다.

연령, 교육수준, 부모직업에 따라 사회적기업에 대한 관심도는 유의한 것으로 나타났다.

구체적으로 보면 연령별로는 20대가 3.27점, 10대가 2.76점으로 나타나 20대가 10대보다 사회적기업에 대한 관심도가 높은 것으로 나타났으며, 성별로는 여성은 2.99점, 남성은 3.05점으로 성별에 따른 차이가 크지 않았다.

교육수준별로 구분하여 비교하면 대학원 이상이 3.45점으로 가장 높은 점수였으며, 대학(제)졸 3.29점, 고졸이하 2.86점, 중졸이하 2.64점의 순으로 나타났으며, 교육수준이 높을수록 사회적기업에 대한 관심도가 증가하고 있다.

응답자의 부모 직업에 따른 관심도를 보면, 부모 직업이 무직인 경우 3.19점으로 가장 높게 나타났으며, 농수축산업 3.17점, 회사원 3.03점 등의 순으로 나타났으며, 거주지역별로는 수도권 의 경우 3.02점이었으며, 중부권과 남부권 모두 3.01점이다. 경제 수준별로는 하 3.07점, 중 3.01점, 상 2.93점 등의 순으로 나타나 가정의 경제수준이 낮을수록 사회적기업에 대한 인식도가 높게 나타났다.

표 IV-3 사회적기업에 대한 관심도

(단위: %, 점)

구분		사례수	전혀 그렇지 않다	그렇지 않다	보통 이다	그렇다	매우 그렇다	평균	F값 or t값 (p-value)
연령	10대	1,500	8.9	26.9	46.3	15.1	2.8	2.76	t=15.843 (p=0.000***)
	20대	1,500	2.9	13.1	42.5	36.7	4.7	3.27	
	전체	3,000	5.9	20.0	44.4	25.9	3.8	3.02	
성별	여성	1,504	5.9	19.7	46.9	24.7	2.7	2.99	t=1.729 (p=0.084)
	남성	1,496	5.9	20.3	41.8	27.1	4.8	3.05	
	전체	3,000	5.9	20.0	44.4	25.9	3.8	3.02	

구분		사례수	전혀 그렇지 않다	그렇지 않다	보통 이다	그렇다	매우 그렇다	평균	F값 or t값 (p-value)
교육 수준	중졸이하	585	10.9	29.1	46.5	11.8	1.7	2.64	F=93.299 (p=0.000***)
	고졸이하	1,060	7.5	24.2	46.2	18.5	3.5	2.86	
	대학(재)졸	1,288	2.5	13.0	42.3	37.4	4.8	3.29	
	대학원이상	67	1.5	10.4	35.8	46.3	6.0	3.45	
	전체	3,000	5.9	20.0	44.4	25.9	3.8	3.02	
부모 직업	공직자	415	4.8	19.0	47.7	25.8	2.7	3.02	F=2.467 (p=0.031*)
	회사원	1,268	6.4	19.3	43.1	27.3	3.9	3.03	
	일용직	175	6.9	20.0	45.1	21.1	6.9	3.01	
	자영업	910	6.2	22.2	44.8	24.0	2.9	2.95	
	농수축산업	83	3.6	14.5	49.4	26.5	6.0	3.17	
	무직	149	3.4	18.8	39.6	32.2	6.0	3.19	
	전체	3,000	5.9	20.0	44.4	25.9	3.8	3.02	
거주 지역	수도권	1,528	6.9	19.6	42.7	26.0	4.8	3.02	F=0.08 (p=0.923)
	중부권	680	3.2	21.6	48.4	24.6	2.2	3.01	
	남부권	792	6.3	19.4	44.2	27.0	3.0	3.01	
	전체	3,000	5.9	20.0	44.4	25.9	3.8	3.02	
경제 수준	하	537	5.8	17.5	45.1	26.8	4.8	3.07	F=2.115 (p=0.121)
	중	2,234	5.6	20.1	45.3	25.6	3.4	3.01	
	상	229	8.7	25.8	33.6	27.5	4.4	2.93	
	전체	3,000	5.9	20.0	44.4	25.9	3.8	3.02	

- 유의도 : * <0.05, ** <0.01, *** <0.001

(2) 사회적기업에 대한 이해

사회적기업에 대한 이해도는 “나는 사회적기업이 무슨 일을 하는가에 대해 알고 있다”는 문항에 대해 5점 척도에 응답하는 방식으로 조사하였으며, 배경변인별로 구분하여 각 항목의 응답비율 및 평균값 등을 분석한 구체적인 분석 결과는 <표 IV-4>와 같다.

통계적으로 의미 있는 변인은 연령, 교육수준, 거주지역으로 나타났다.

연령별로는 20대의 경우 3.14점으로 10대(2.68점)보다 사회적기업에 대한 이해도가 높은 것으로 나타났으며, 성별로는 남성 2.92점, 여자는 2.92점으로 성별에 따른 차이는 크지 않았다.

교육수준에서는 대학원 이상의 경우 3.27점으로 가장 높은 점수를 보였으며, 대학(재)졸 이상 3.17점, 고졸이하 2.75점, 중졸이하 2.58점으로 나타나, 교육수준이 높을수록 사회적기업의 업무에

대한 이해도가 높게 나타나고 있다.

응답자 부모 직업별로 살펴보면 농수축산업의 경우 3.01점으로 가장 높은 점수를 보였으며, 공직자 2.97점, 회사원 2.93점 등의 순으로 나타났으며, 거주 지역별로는 남부권 3.00점, 중부권 2.91점, 수도권 2.87권의 순으로 나타났으며, 경제수준으로 나누어 살펴보면 상 2.93점, 중 2.92점, 하 2.87점으로 경제 수준이 높은 경우 사회적기업에 대한 이해도가 더 높은 것으로 나타났다.

표 IV-4 사회적기업에 대한 이해도

(단위: %, 점)

구분		사례수	전혀 그렇지 않다	그렇지 않다	보통 이다	그렇다	매우 그렇다	평균	F값 or t값 (p-value)
연령	10대	1,500	11.3	30.2	39.7	17.0	1.9	2.68	t=13.850 (p=0.000***)
	20대	1,500	3.3	19.6	40.3	33.3	3.6	3.14	
	전체	3,000	7.3	24.9	40.0	25.1	2.7	2.91	
성별	여성	1,504	6.1	26.4	41.0	24.5	2.1	2.90	t=0.624 (p=0.533)
	남성	1,496	8.5	23.4	38.9	25.8	3.4	2.92	
	전체	3,000	7.3	24.9	40.0	25.1	2.7	2.91	
교육 수준	중졸이하	585	13.8	32.1	36.9	15.9	1.2	2.58	F=75.014 (p=0.000***)
	고졸이하	1,060	9.7	28.5	41.0	18.5	2.3	2.75	
	대학(재)졸	1,288	2.6	19.3	40.1	34.1	3.9	3.17	
	대학원이상	67	1.5	11.9	46.3	38.8	1.5	3.27	
	전체	3,000	7.3	24.9	40.0	25.1	2.7	2.91	
부모 직업	공직자	415	5.5	21.2	45.5	26.0	1.7	2.97	F=1.068 (p=0.376)
	회사원	1,268	8.4	23.3	39.0	25.9	3.4	2.93	
	일용직	175	6.9	26.9	39.4	22.9	4.0	2.90	
	자영업	910	7.1	27.9	38.2	24.5	2.2	2.87	
	농수축산업	83	3.6	24.1	42.2	27.7	2.4	3.01	
	무직	149	5.4	28.9	42.3	21.5	2.0	2.86	
	전체	3,000	7.3	24.9	40.0	25.1	2.7	2.91	
거주 지역	수도권	1,528	9.3	24.9	38.4	24.9	2.6	2.87	F=5.123 (p=0.006**)
	중부권	680	4.9	26.3	43.7	23.1	2.1	2.91	
	남부권	792	5.4	23.7	39.9	27.4	3.5	3.00	
	전체	3,000	7.3	24.9	40.0	25.1	2.7	2.91	
경제 수준	하	537	7.3	27.0	39.7	23.5	2.6	2.87	F=0.604 (p=0.547)
	중	2,234	6.9	24.5	40.9	25.1	2.6	2.92	
	상	229	10.5	24.0	31.9	29.3	4.4	2.93	
	전체	3,000	7.3	24.9	40.0	25.1	2.7	2.91	

- 유의도 : * <0.05, ** <0.01, *** <0.001

(3) 사회적기업에 교육 경험

사회적기업에 대해 교육받은 경험도는 “나는 사회적기업에 대해 교육받은 적이 있다.”는 문항에 대해 5점 척도에 응답하는 방식으로 조사되었다.

응답결과를 5점 만점으로 환산하여 배경변인별로 구분하여 살펴보면 20대 2.55점, 10대 2.48점으로 20대의 점수가 다소 높게 나타났으며, 남성의 경우 2.58점, 여성의 경우 2.44점으로 남성이 여성보다 사회적기업에 대해 교육받은 경험이 더 많은 것으로 나타났다. 교육수준별로 살펴보면 대학(재)졸이 2.58점으로 가장 높은 점수를 보였으며, 고졸이하와 대학원 이상의 경우 각각 2.49점이었으며, 중졸이하의 경우 2.39점으로 가장 낮은 점수를 보였다. 부모직업에 따라 구분하여 살펴보면 공직자와 농수축산업의 경우 각각 2.60점으로 가장 높은 점수를 보였으며, 일용직, 2.54점, 회사원 2.50점의 순으로 조사되었다. 거주지역별로 살펴보면 남부권의 경우 2.60점으로 가장 높은 점수를 보였으며, 수도권 2.48점, 중부권 2.47점으로 나타났다. 마지막으로 경제수준별로 살펴보면 상인 경우 2.69점, 중인 경우 2.52점, 하인 경우 2.39점으로 나타나 경제적 수준이 높은 집단에서 사회적기업에 대해 교육받은 경험이 많은 것으로 조사되었다. 자세한 응답 결과는 <표 IV-5>에 제시된 바와 같다.

표 IV-5 사회적기업에 대해 교육 받은 경험도

(단위: %, 점)

구분		사례수	전혀 그렇지 않다	그렇지 않다	보통이다	그렇다	매우 그렇다	평균	F값 or t값 (p-value)
연령	10대	1,500	18.0	34.9	30.9	13.9	2.3	2.48	t=1.808 (p=0.071)
	20대	1,500	16.1	37.5	25.9	16.7	3.8	2.55	
	전체	3,000	17.1	36.2	28.4	15.3	3.1	2.51	
성별	여성	1,504	17.2	39.4	27.7	13.4	2.3	2.44	t=3.606 (p=0.000***)
	남성	1,496	17.0	32.9	29.1	17.2	3.8	2.58	
	전체	3,000	17.1	36.2	28.4	15.3	3.1	2.51	
교육 수준	중졸이하	585	21.4	33.0	31.8	12.5	1.4	2.39	F=4.768 (p=0.003**)
	고졸이하	1,060	17.5	36.3	29.0	14.1	3.1	2.49	
	대학(재)졸	1,288	14.8	37.3	26.2	17.9	3.8	2.58	
	대학원이상	67	14.9	38.8	31.3	11.9	3.0	2.49	
	전체	3,000	17.1	36.2	28.4	15.3	3.1	2.51	

구분		사례수	전혀 그렇지 않다	그렇지 않다	보통 이다	그렇다	매우 그렇다	평균	F값 or t값 (p-value)
부모 직업	공직자	415	14.5	33.7	31.8	16.9	3.1	2.60	F=1.048 (p=0.388)
	회사원	1,268	17.6	37.1	26.6	15.3	3.4	2.50	
	일용직	175	18.3	34.3	26.9	16.6	4.0	2.54	
	자영업	910	17.4	36.2	29.5	15.2	1.9	2.48	
	농수축산업	83	15.7	32.5	33.7	12.0	6.0	2.60	
	무직	149	17.4	38.9	26.2	12.8	4.7	2.48	
	전체	3,000	17.1	36.2	28.4	15.3	3.1	2.51	
거주 지역	수도권	1,528	17.9	35.5	29.6	14.3	2.7	2.48	F=4.247 (p=0.014*)
	중부권	680	16.5	39.9	26.8	14.1	2.8	2.47	
	남부권	792	15.9	34.3	27.3	18.4	4.0	2.60	
	전체	3,000	17.1	36.2	28.4	15.3	3.1	2.51	
경제 수준	하	537	19.6	38.9	26.4	13.2	1.9	2.39	F=7.401 (p=0.001***)
	중	2,234	16.7	35.9	29.0	15.2	3.2	2.52	
	상	229	14.8	31.9	27.1	21.4	4.8	2.69	
	전체	3,000	17.1	36.2	28.4	15.3	3.1	2.51	

- 유의도 : * <0.05, ** <0.01, *** <0.001

(4) 사회적기업 활동 직접 참여 경험

사회적기업 활동에 직접 참여 경험도는 “나는 사회적기업 활동에 직접 참여(고용, 봉사, 창업 등) 한 적이 있다.”는 문항에 대해 성별, 부모직업, 거주지역, 소득수준에 대해 유의미한 차이를 보였다.

분석 결과를 살펴보면 남성은 2.53점, 여성은 2.41점으로 남성이 여성보다 사회적기업 활동에 직접 참여 경험이 많은 것으로 나타났다. 교육수준별로 살펴보면 고졸이하와 대학(재)졸의 경우 각각 2.48점이었으며, 중졸이하 2.42점, 대학원이상 2.36점으로 교육수준에 따른 사회적기업 활동에 직접 참여한 경험 차이는 크지 않았으며, 부모직업별로 구분해 보면 부모가 공직자인 경우 2.67점으로 가장 높은 점수를 보였으며, 농수축산업 2.51점, 회사원 2.44점 등의 순으로 조사되었다.

거주지역별로 살펴보면 남부권의 경우 2.56점으로 가장 높은 점수를 보였으며 중부권 2.49점, 수도권 2.41점의 순으로 조사되었고, 경제수준별로 살펴보면 상의 경우 2.65점, 중 2.48점, 하 2.33점으로 나타나 경제수준이 높은 집단에서 사회적기업 활동에 직접 참여한 경험이 많은

것을 알 수 있다.

사회적기업 활동 직접 참여 경험에 대한 구체적인 결과는 <표 IV-6>과 같다.

표 IV-6 사회적기업 활동에 직접참여 경험도

(단위: %, 점)

구분		사례수	전혀 그렇지 않다	그렇지 않다	보통 이다	그렇다	매우 그렇다	평균	F값 or t값 (p-value)
연령	10대	1,500	19.7	32.5	30.2	14.5	3.1	2.49	t=0.936 (p=0.349)
	20대	1,500	20.8	35.6	25.3	14.5	3.8	2.45	
	전체	3,000	20.3	34.1	27.7	14.5	3.4	2.47	
성별	여성	1,504	20.5	36.4	26.9	14.2	2.0	2.41	t=3.046 (p=0.002**)
	남성	1,496	20.1	31.7	28.6	14.8	4.9	2.53	
	전체	3,000	20.3	34.1	27.7	14.5	3.4	2.47	
교육 수준	중졸이하	585	21.5	32.6	29.6	14.5	1.7	2.42	F=0.726 (p=0.536)
	고졸이하	1,060	19.9	32.6	30.3	13.5	3.7	2.48	
	대학(재)졸	1,288	20.0	35.4	25.1	15.5	4.0	2.48	
	대학원이상	67	19.4	43.3	22.4	11.9	3.0	2.36	
	전체	3,000	20.3	34.1	27.7	14.5	3.4	2.47	
부모 직업	공직자	415	15.7	29.4	31.1	20.5	3.4	2.67	F=3.353 (p=0.005**)
	회사원	1,268	21.3	35.2	25.6	14.4	3.5	2.44	
	일용직	175	22.9	33.7	27.4	9.7	6.3	2.43	
	자영업	910	20.3	34.7	29.0	13.4	2.5	2.43	
	농수축산업	83	16.9	34.9	33.7	9.6	4.8	2.51	
	무직	149	22.8	33.6	25.5	14.1	4.0	2.43	
	전체	3,000	20.3	34.1	27.7	14.5	3.4	2.47	
거주 지역	수도권	1,528	23.2	32.5	27.7	13.5	3.1	2.41	F=5.318 (p=0.005**)
	중부권	680	17.8	35.4	30.0	13.1	3.7	2.49	
	남부권	792	16.8	36.0	25.8	17.6	3.9	2.56	
	전체	3,000	20.3	34.1	27.7	14.5	3.4	2.47	
경제 수준	하	537	22.3	38.0	27.6	8.9	3.2	2.33	F=8.291 (p=0.000***)
	중	2,234	19.9	33.7	27.9	15.0	3.4	2.48	
	상	229	18.8	28.4	26.2	22.3	4.4	2.65	
	전체	3,000	20.3	34.1	27.7	14.5	3.4	2.47	

- 유의도 : * <0.05, ** <0.01, *** <0.001

(5) 사회적기업에 대한 이용 경험

사회적기업 이용 여부를 조사하기 위해 “나는 사회적기업을 이용한 적이 있다.”에 대해 조사하였으며, 연령, 교육, 거주지역, 경제수준에서 유의미한 차이를 보였다.

분석한 결과는 <표 IV-7>과 같이 연령별로는 20대의 경우 2.85점으로 10대 2.66점에 비해 큰 차이를 보였으며, 여성은 2.76점, 남성은 2.74점으로 성별에 따른 차이는 크지 않았다. 대학(재)졸 응답자의 경우 2.87점이었으며, 대학원 이상 2.87점, 고졸이하 2.67점, 중졸이하 2.63점의 순으로 나타나 학력수준이 높은 경우 사회적기업 이용 정도가 높은 수준인 것으로 나타났다.

응답자 부모의 직업별로 살펴보면 농수축산업의 경우 2.98점, 공직자 2.82점, 일용직 2.77점 등의 순으로 조사되었다. 거주지역별로 구분해서 보면 남부권 2.89점, 중부권 2.81점, 수도권 2.65점으로 나타나 수도권 거주 청소년들이 사회적기업 이용 경험이 타 지역 거주 청소년보다 낮은 수준인 것으로 나타났다.

경제수준으로 나누어 살펴보면 중 2.78점, 상 2.76점으로 하 2.65점 보다 높게 나타나 경제수준이 중 이상인 경우 사회적기업 이용 경험이 많은 것을 알 수 있다.

표 IV-7 사회적기업 이용여부 정도

(단위: %, 점)

구분		사례수	전혀 그렇지 않다	그렇지 않다	보통 이다	그렇다	매우 그렇다	평균	F값 or t값 (p-value)
연령	10대	1,500	14.7	29.1	35.3	17.5	3.3	2.66	t=5.142 (p=0.000***)
	20대	1,500	9.9	26.4	36.1	24.5	3.1	2.85	
	전체	3,000	12.3	27.8	35.7	21.0	3.2	2.75	
성별	여성	1,504	10.4	29.7	36.1	20.7	3.1	2.76	t=0.695 (p=0.487)
	남성	1,496	14.2	25.8	35.3	21.3	3.4	2.74	
	전체	3,000	12.3	27.8	35.7	21.0	3.2	2.75	
교육 수준	중졸이하	585	17.1	27.5	34.7	17.1	3.6	2.63	F=11.586 (p=0.000***)
	고졸이하	1,060	14.0	29.4	35.6	17.9	3.1	2.67	
	대학(재)졸	1,288	8.8	26.5	36.6	25.0	3.2	2.87	
	대학원이상	67	11.9	28.4	29.9	26.9	3.0	2.81	
	전체	3,000	12.3	27.8	35.7	21.0	3.2	2.75	

구분		사례수	전혀 그렇지 않다	그렇지 않다	보통 이다	그렇다	매우 그렇다	평균	F값 or t값 (p-value)
부모 직업	공직자	415	12.0	23.9	37.6	23.4	3.1	2.82	F=1.495 (p=0.188)
	회사원	1,268	13.6	27.1	34.5	21.3	3.5	2.74	
	일용직	175	13.1	25.7	36.0	21.1	4.0	2.77	
	자영업	910	11.0	31.4	35.8	19.2	2.5	2.71	
	농수축산업	83	7.2	24.1	38.6	24.1	6.0	2.98	
	무직	149	12.1	26.2	38.3	20.8	2.7	2.76	
	전체	3,000	12.3	27.8	35.7	21.0	3.2	2.75	
거주 지역	수도권	1,528	15.1	29.5	34.0	18.3	3.2	2.65	F=16.24 (p=0.000***)
	중부권	680	10.4	25.6	37.8	24.6	1.6	2.81	
	남부권	792	8.6	26.3	37.2	23.2	4.7	2.89	
	전체	3,000	12.3	27.8	35.7	21.0	3.2	2.75	
경제 수준	하	537	13.8	30.2	36.3	17.1	2.6	2.65	F=3.46 (p=0.032*)
	중	2,234	12.0	27.1	35.8	21.9	3.3	2.78	
	상	229	12.2	28.8	33.6	21.4	3.9	2.76	
	전체	3,000	12.3	27.8	35.7	21.0	3.2	2.75	

- 유의도 : * <0.05, ** <0.01, *** <0.001

(6) 사회적기업육성법에 대한 인지도

사회적기업육성법에 대한 인지도를 조사하기 위해 “나는 사회적기업을 지원하는 사회적기업육성법에 대해 알고 있다.”라는 문장을 제시하고 이에 동의하는 정도를 5점 척도로 조사하였으며, 조사결과를 분석한 결과는 <표 IV-8>과 같다.

10대 2.37점, 20대 2.39점으로 연령에 따른 차이는 없었으며, 남성 2.43점, 여성 2.32점으로 남성이 여성보다 사회적기업육성법에 대해 잘 인지하고 있는 것으로 판단된다.

응답자의 교육수준별로 구분하여 살펴보면 대학(재)졸 2.42점, 중졸이하 2.38점, 고졸이하 2.32점, 대학원 이상 2.28점 등의 순으로 조사되었으며, 부모직업별로 살펴보면 부모직업이 공직자인 경우 2.55점, 농수축산업 2.48점, 일용직 2.47점 등의 순으로 조사되었다.

거주 지역별로 구분해 보면 중부권 2.45점, 남부권 2.41점으로 나타나 수도권 2.33점에 비해 높은 평균값을 보였다.

경제수준별로 살펴보면 경제수준이 중인 집단의 평균점수가 2.41점으로 가장 높았으며, 상 2.38점, 하 2.25점의 순으로 분석되었다.

표 IV-8 사회적기업 육성법에 대한 인지도

(단위: %, 점)

구분		사례수	전혀 그렇지 않다	그렇지 않다	보통 이다	그렇다	매우 그렇다	평균	F값 or t값 (p-value)
연령	10대	1,500	20.5	35.7	32.3	9.6	1.9	2.37	t=0.644 (p=0.520)
	20대	1,500	17.6	40.2	29.8	10.6	1.8	2.39	
	전체	3,000	19.1	38.0	31.0	10.1	1.8	2.38	
성별	여성	1,504	19.1	40.2	31.1	8.5	1.1	2.32	t=3.092 (p=0.002**)
	남성	1,496	19.1	35.7	30.9	11.7	2.6	2.43	
	전체	3,000	19.1	38.0	31.0	10.1	1.8	2.38	
교육 수준	중졸이하	585	19.3	36.2	32.8	10.3	1.4	2.38	F=2.287 (p=0.077)
	고졸이하	1,060	22.6	35.5	30.8	9.0	2.1	2.32	
	대학(재)졸	1,288	15.8	40.8	30.5	11.0	1.9	2.42	
	대학원이상	67	22.4	38.8	28.4	9.0	1.5	2.28	
	전체	3,000	19.1	38.0	31.0	10.1	1.8	2.38	
부모 직업	공직자	415	14.7	34.2	34.0	15.2	1.9	2.55	F=4.504 (p=0.000***)
	회사원	1,268	20.2	39.4	29.3	9.3	1.9	2.33	
	일용직	175	20.6	32.6	28.6	16.0	2.3	2.47	
	자영업	910	19.7	39.0	32.0	8.1	1.2	2.32	
	농수축산업	83	16.9	34.9	34.9	9.6	3.6	2.48	
	무직	149	17.4	38.3	32.9	8.1	3.4	2.42	
	전체	3,000	19.1	38.0	31.0	10.1	1.8	2.38	
거주 지역	수도권	1,528	20.7	36.8	32.7	8.4	1.3	2.33	F=4.529 (p=0.011*)
	중부권	680	16.5	37.6	32.5	11.2	2.2	2.45	
	남부권	792	18.1	40.4	26.5	12.5	2.5	2.41	
	전체	3,000	19.1	38.0	31.0	10.1	1.8	2.38	
경제 수준	하	537	20.7	44.1	25.9	7.8	1.5	2.25	F=5.431 (p=0.004**)
	중	2,234	18.3	37.1	32.3	10.6	1.8	2.41	
	상	229	23.1	32.3	30.6	10.9	3.1	2.38	
	전체	3,000	19.1	38.0	31.0	10.1	1.8	2.38	

- 유의도 : * <0.05, ** <0.01, *** <0.001

(7) 사회적기업진흥원에 대한 인지도

사회적기업진흥원에 대한 인지도에 대한 분석 결과는 <표 IV-9>와 같다.

연령대별로는 20대 2.37점, 10대 2.35점으로 연령에 따른 차이가 크지 않았으며, 남성 2.43점,

여성 2.30점으로 남성이 여성보다 사회적기업진흥원에 대한 인지도가 높은 것으로 나타났다.

교육수준별로 구분해서 살펴보면 대학(재)졸의 경우 2.40점, 중졸이하 2.32점, 고졸이하 2.32점, 대학원이상 2.30점으로 나타나 응답자의 교육수준에 따른 사회적기업진흥원에 대한 인지도는 차이가 크지 않았다.

부모직업별로 살펴보면 농수축산업의 경우 2.67점으로 타 직업군에 비해 가장 높은 점수를 보였으며, 공직자 2.44점, 일용직 2.41점, 무직 2.39점의 순으로 조사되었다.

거주지역별로 살펴보면 남부권의 경우 2.44점, 중부권 2.40점, 수도권 2.31점의 순으로 나타났으며 경제수준별로 구분해 보면 상 2.48점, 중 2.39점, 하 2.22점으로 수도권에 거주하는 경우, 경제수준이 낮은 경우 타 집단에 비해 사회적기업진흥원에 대한 인지도가 낮은 것으로 나타났다.

표 IV-9 사회적기업 진흥원에 대한 인지도

(단위: %, 점)

구분		사례수	전혀 그렇지 않다	그렇지 않다	보통 이다	그렇다	매우 그렇다	평균	F값 or t값 (p-value)
연령	10대	1,500	21.8	35.1	31.7	8.6	2.7	2.35	t=0.529 (p=0.597)
	20대	1,500	20.1	38.6	27.1	12.1	2.0	2.37	
	전체	3,000	21.0	36.9	29.4	10.4	2.4	2.36	
성별	여성	1,504	21.0	40.0	28.6	9.1	1.3	2.30	t=3.693 (p=0.000***)
	남성	1,496	20.9	33.7	30.3	11.6	3.5	2.43	
	전체	3,000	21.0	36.9	29.4	10.4	2.4	2.36	
교육 수준	중졸이하	585	21.5	34.4	31.6	9.6	2.9	2.38	F=1.492 (p=0.215)
	고졸이하	1,060	22.9	35.9	30.4	8.2	2.5	2.32	
	대학(재)졸	1,288	18.7	39.3	27.6	12.3	2.1	2.40	
	대학원이상	67	28.4	26.9	31.3	13.4	0.0	2.30	
	전체	3,000	21.0	36.9	29.4	10.4	2.4	2.36	
부모 직업	공직자	415	18.3	34.2	34.5	11.1	1.9	2.44	F=2.721 (p=0.018*)
	회사원	1,268	22.2	36.6	28.7	10.3	2.2	2.34	
	일용직	175	23.4	31.4	28.6	13.7	2.9	2.41	
	자영업	910	20.9	39.9	27.9	9.0	2.3	2.32	
	농수축산업	83	14.5	26.5	41.0	13.3	4.8	2.67	
	무직	149	19.5	40.3	25.5	11.4	3.4	2.39	
	전체	3,000	21.0	36.9	29.4	10.4	2.4	2.36	

구분		사례수	전혀 그렇지 않다	그렇지 않다	보통 이다	그렇다	매우 그렇다	평균	F값 or t값 (p-value)
거주 지역	수도권	1,528	22.8	36.1	30.6	8.4	2.0	2.31	F=5.215 (p=0.005**)
	중부권	680	18.8	37.9	29.3	11.9	2.1	2.40	
	남부권	792	19.2	37.4	27.3	12.9	3.3	2.44	
	전체	3,000	21.0	36.9	29.4	10.4	2.4	2.36	
경제 수준	하	537	24.0	41.3	25.3	7.4	1.9	2.22	F=7.849 (p=0.000***)
	중	2,234	20.0	36.6	30.7	10.5	2.3	2.39	
	상	229	23.6	29.3	27.1	15.7	4.4	2.48	
	전체	3,000	21.0	36.9	29.4	10.4	2.4	2.36	

– 유의도 : * <0.05, ** <0.01, *** <0.001

2) 사회적기업의 특성에 대한 인지도

(1) ‘일자리 제공형’ 사회적기업에 대한 인지도

사회적기업 업무 특성 중 취약계층 일자리제공 사회적기업에 대한 인지도에 대한 조사결과는 <표 IV-10>과 같다.

연령대별로 20대의 경우 2.87점, 10대의 경우 2.66점으로 나타났으며, 남성은 2.83점, 여성은 2.70점으로 나타났다. 이러한 결과는 20대가 10대 보다, 그리고 여성보다는 남성이 취약계층에 일자리를 제공하는 사회적기업에 대한 인지도가 높은 것을 의미한다.

교육수준별로 구분해 보면 대학원 이상이 2.96점으로 가장 높은 점수를 보였으며, 대학(재)졸 2.88점, 고졸이하 2.70점, 중졸이하 2.59점 등의 순으로 조사되어 학력수준이 높은 경우 취약계층에 일자리를 제공하는 사회적기업에 대한 인지도가 높은 것으로 나타났다.

부모직업별로 구분해서 살펴보면 농수축산업의 경우 2.89점, 공직자 2.87점, 무직 2.77점의 순으로 나타났다. 거주지역별로 살펴보면 남부권의 경우 2.88점, 중부권의 경우 2.67점의 순으로 조사되었으며, 경제수준이 상인 경우 2.91점으로 가장 높은 점수를 보였으며, 중 2.78점, 하 2.64점의 순으로 나타났다. 거주지역이 수도권인 경우 취약계층에 일자리를 제공하는 사회적기업에 대한 인지도가 낮으며 경제수준이 높은 경우 취약계층에 일자리를 제공하는 사회적기업에 대한 인지도가 높게 나타났다.

표 IV-10 취약계층 일자리 제공 사회적기업에 대한 인지도

(단위: %, 점)

구분		사례수	전혀 그렇지 않다	그렇지 않다	보통 이다	그렇다	매우 그렇다	평균	F값 or t값 (p-value)
연령	10대	1,500	11.4	31.8	38.7	15.5	2.5	2.66	t=5.836 (p=0.000***)
	20대	1,500	7.5	29.9	33.7	26.5	2.4	2.87	
	전체	3,000	9.4	30.8	36.2	21.0	2.5	2.76	
성별	여성	1,504	8.8	34.2	36.8	18.9	1.3	2.70	t=3.626 (p=0.000***)
	남성	1,496	10.1	27.5	35.7	23.1	3.6	2.83	
	전체	3,000	9.4	30.8	36.2	21.0	2.5	2.76	
교육 수준	중졸이하	585	12.8	33.8	36.8	14.7	1.9	2.59	F=14.864 (p=0.000***)
	고졸이하	1,060	11.1	30.6	38.0	17.4	2.9	2.70	
	대학(재)졸	1,288	6.8	29.6	35.0	26.2	2.4	2.88	
	대학원이상	67	4.5	32.8	26.9	34.3	1.5	2.96	
	전체	3,000	9.4	30.8	36.2	21.0	2.5	2.76	
부모 직업	공직자	415	7.2	25.8	42.4	21.4	3.1	2.87	F=1.762 (p=0.117)
	회사원	1,268	11.3	31.3	32.8	22.3	2.3	2.73	
	일용직	175	10.3	29.7	39.4	17.7	2.9	2.73	
	자영업	910	8.5	32.7	36.4	20.2	2.2	2.75	
	농수축산업	83	4.8	27.7	45.8	16.9	4.8	2.89	
	무직	149	7.4	32.2	38.3	20.1	2.0	2.77	
	전체	3,000	9.4	30.8	36.2	21.0	2.5	2.76	
거주 지역	수도권	1,528	12.2	32.2	33.6	19.8	2.1	2.67	F=13.888 (p=0.000***)
	중부권	680	7.1	30.4	37.2	23.4	1.9	2.83	
	남부권	792	6.1	28.5	40.4	21.3	3.7	2.88	
	전체	3,000	9.4	30.8	36.2	21.0	2.5	2.76	
경제 수준	하	537	11.2	35.9	32.6	18.1	2.2	2.64	F=6.98 (p=0.001***)
	중	2,234	9.3	29.9	36.9	21.7	2.2	2.78	
	상	229	6.6	28.4	38.0	21.8	5.2	2.91	
	전체	3,000	9.4	30.8	36.2	21.0	2.5	2.76	

- 유의도 : * <0.05, ** <0.01, *** <0.001

(2) 사회서비스 사회적기업에 대한 인지도

사회적기업 업무 중 사회서비스에 대한 인지도 조사 결과는 <표 IV-11>과 같다.

사회서비스에 대한 인지도의 평균점수를 배경변인별로 비교해 보면 20대의 경우 2.90점, 10대의 경우 2.73점으로 20대가 10대 보다 사회서비스에 대한 인지도가 높은 것으로 나타났으며, 교육수준별로 비교해보면 대학(재)졸, 대학원이상 각각 2.93점으로 고졸이하 2.77점, 중졸이하

2.64점에 비해 높은 점수를 보였다.

부모 직업별로 살펴보면 공직자 2.98점, 농수축산업 2.95점, 일용직 2.86점 순으로 조사되었다. 거주지역별로 살펴보면 남부권 2.95점, 중부권 2.83점, 수도권 2.74점의 순으로 나타나 남부권 거주자의 사회서비스에 대한 인지도가 높은 것으로 나타났다.

경제수준별로 살펴보면 경제수준이 상인 경우 3.00점으로 중(2.83점)이나 하(2.68점)에 비해 높은 점수를 보여 경제수준이 상인 집단에서 사회서비스에 대한 인지도가 높은 것으로 판단된다.

표 IV-11 사회적서비스에 대한 인지도

(단위: %, 점)

구분		사례수	전혀 그렇지 않다	그렇지 않다	보통 이다	그렇다	매우 그렇다	평균	F값 or t값 (p-value)
연령	10대	1,500	11.9	28.1	37.5	19.9	2.6	2.73	t=4.707 (p=0.000***)
	20대	1,500	7.1	24.8	42.5	22.3	3.3	2.90	
	전체	3,000	9.5	26.4	40.0	21.1	2.9	2.81	
성별	여성	1,504	8.8	27.6	40.3	21.0	2.3	2.80	t=0.669 (p=0.504)
	남성	1,496	10.2	25.3	39.8	21.1	3.6	2.83	
	전체	3,000	9.5	26.4	40.0	21.1	2.9	2.81	
교육 수준	중졸이하	585	14.5	29.2	35.4	19.0	1.9	2.64	F=12.958 (p=0.000***)
	고졸이하	1,060	11.0	27.5	38.2	20.2	3.0	2.77	
	대학(재)졸	1,288	6.4	24.2	43.2	23.0	3.3	2.93	
	대학원이상	67	3.0	26.9	49.3	16.4	4.5	2.93	
	전체	3,000	9.5	26.4	40.0	21.1	2.9	2.81	
부모 직업	공직자	415	6.3	22.7	41.2	26.7	3.1	2.98	F=3.765 (p=0.002**)
	회사원	1,268	11.3	25.2	39.2	21.1	3.2	2.80	
	일용직	175	8.0	27.4	38.3	22.9	3.4	2.86	
	자영업	910	9.1	29.8	40.7	17.8	2.6	2.75	
	농수축산업	83	8.4	18.1	44.6	27.7	1.2	2.95	
	무직	149	8.7	30.2	39.6	18.8	2.7	2.77	
	전체	3,000	9.5	26.4	40.0	21.1	2.9	2.81	
거주 지역	수도권	1,528	11.8	26.7	40.1	18.5	2.9	2.74	F=12.445 (p=0.000***)
	중부권	680	7.6	28.4	39.9	21.6	2.5	2.83	
	남부권	792	6.7	24.2	40.0	25.6	3.4	2.95	
	전체	3,000	9.5	26.4	40.0	21.1	2.9	2.81	
경제 수준	하	537	11.4	30.4	39.7	16.0	2.6	2.68	F=9.678 (p=0.000***)
	중	2,234	9.2	26.1	40.2	21.5	2.9	2.83	
	상	229	8.3	20.1	38.9	28.4	4.4	3.00	
	전체	3,000	9.5	26.4	40.0	21.1	2.9	2.81	

- 유의도 : * <0.05, ** <0.01, *** <0.001

(3) 지역사회공헌 활동 사회적기업에 대한 인지도

사회적기업의 지역사회 공헌활동에 대한 인지도에 대한 분석은 백분율과 평균점수를 산정하였으며 구체적인 응답 결과는 <표 IV-12>와 같다.

연령별로 20대는 2.95점, 10대는 2.66점으로 나타났으며, 남성은 2.85점, 여성은 2.76점으로 조사되었다. 이러한 결과는 10대 보다는 20대가, 여성 보다는 남성이 사회적기업의 지역사회 공헌활동에 대한 인지도가 높음을 의미한다. 응답자의 교육수준에 따라 살펴보면 대학원 이상이 3.09점으로 가장 높은 점수를 보였으며, 대학(재)졸 3.00점, 고졸이하 2.67점, 중졸이하 2.59점의 순으로 조사되어 대학재학 이상의 학력수준을 갖춘 응답자의 점수가 고졸이하 학력 수준의 응답자 보다 높은 점수를 보였다.

응답자 부모 직업별로 살펴보면 공직자의 경우 2.93점으로 가장 높은 점수를 보였으며, 일용직 2.88점, 농수축산업 2.81점 등의 순으로 조사되었다.

거주지역별로는 중부권과 남부권의 평균점수가 각각 2.90점으로 수도권(2.72점)보다 높았으며, 경제수준이 상인 경우 2.90점, 중인 경우 2.83점으로 하(2.67점)보다 높게 나타나 수도권지역 거주 응답자와 경제수준이 낮은 응답자의 경우 사회적기업의 지역사회 공헌활동에 대한 인지도가 타 집단에 비해 낮은 것으로 나타났다.

표 IV-12 **지역사회공헌 활동에 대한 인지도**

(단위: %, 점)

구분		사례수	전혀 그렇지 않다	그렇지 않다	보통 이다	그렇다	매우 그렇다	평균	F값 or t값 (p-value)
연령	10대	1,500	14.4	28.7	35.9	18.1	2.9	2.66	t=7.865 (p=0.000***)
	20대	1,500	6.9	25.8	35.7	28.5	3.1	2.95	
	전체	3,000	10.7	27.3	35.8	23.3	3.0	2.81	
성별	여성	1,504	10.4	30.1	34.4	22.9	2.1	2.76	t=2.546 (p=0.011*)
	남성	1,496	10.9	24.4	37.1	23.6	4.0	2.85	
	전체	3,000	10.7	27.3	35.8	23.3	3.0	2.81	
교육 수준	중졸이하	585	18.8	26.5	34.5	17.3	2.9	2.59	F=34.072 (p=0.000***)
	고졸이하	1,060	12.9	30.5	35.7	18.2	2.7	2.67	
	대학(재)졸	1,288	5.6	25.1	36.2	29.9	3.3	3.00	
	대학원이상	67	1.5	25.4	40.3	28.4	4.5	3.09	
	전체	3,000	10.7	27.3	35.8	23.3	3.0	2.81	

구분		사례수	전혀 그렇지 않다	그렇지 않다	보통 이다	그렇다	매우 그렇다	평균	F값 or t값 (p-value)
부모 직업	공직자	415	6.7	25.5	38.3	26.7	2.7	2.93	F=1.805 (p=0.108)
	회사원	1,268	12.1	26.7	34.7	23.5	3.0	2.79	
	일용직	175	9.7	26.3	34.9	24.6	4.6	2.88	
	자영업	910	10.9	28.0	36.7	21.3	3.1	2.78	
	농수축산업	83	7.2	33.7	32.5	24.1	2.4	2.81	
	무직	149	11.4	29.5	34.9	21.5	2.7	2.74	
	전체	3,000	10.7	27.3	35.8	23.3	3.0	2.81	
거주 지역	수도권	1,528	13.4	27.9	35.3	20.6	2.9	2.72	F=12.336 (p=0.000***)
	중부권	680	8.4	25.9	36.3	26.0	3.4	2.90	
	남부권	792	7.4	27.3	36.2	26.0	3.0	2.90	
	전체	3,000	10.7	27.3	35.8	23.3	3.0	2.81	
경제 수준	하	537	12.1	31.8	35.2	18.8	2.0	2.67	F=6.635 (p=0.001**)
	중	2,234	10.4	26.6	35.7	24.2	3.2	2.83	
	상	229	10.0	23.1	38.0	24.9	3.9	2.90	
	전체	3,000	10.7	27.3	35.8	23.3	3.0	2.81	

- 유의도 : * <0.05, ** <0.01, *** <0.001

(4) 프로보노 활동 사회적기업에 대한 인지도

사회적기업의 업무 중 프로노보 활동에 대한 인지도를 분석한 결과는 <표 IV-13>과 같다.

연령대별로 평균점수를 비교해 보면 20대 2.55점으로 10대(2.46점) 보다 높은 점수를 보였으며, 남성의 경우 2.57점으로 여성(2.44점) 보다 높은 것으로 나타났다. 이러한 결과를 통해 10대보다는 20대가, 여성보다는 남성이 프로노보 활동에 대한 인지도가 높은 것으로 판단할 수 있다.

교육수준에 따라 구분하여 살펴보면 대학원이상 2.70점, 대학(재)졸 2.57점, 고졸이하 2.47점, 중졸이하 2.41점의 순으로 나타났으며, 부모 직업별로 구분해 보면 응답자의 부모직업이 공직자인 경우 2.63점, 무직 2.56점, 일용직 2.53점 등의 순으로 조사되었다.

거주지역별로 살펴보면 중부권이 2.56점으로 가장 높은 평균점수를 보였으며, 남부권 2.54, 수도권 2.46점으로 나타났다. 경제수준별로 구분하면 상인 경우 2.62점으로 가장 높은 점수이었으며, 중 2.53점, 하 2.34점의 순으로 조사되었다.

표 IV-13 프로보노 활동에 대한 인지도

(단위: %, 점)

구분		사례수	전혀 그렇지 않다	그렇지 않다	보통 이다	그렇다	매우 그렇다	평균	F값 or t값 (p-value)
연령	10대	1,500	17.9	35.9	32.2	10.9	3.1	2.46	t=2.545 (p=0.011*)
	20대	1,500	14.6	37.5	29.3	15.7	3.0	2.55	
	전체	3,000	16.2	36.7	30.7	13.3	3.1	2.50	
성별	여성	1,504	15.7	40.4	30.1	12.0	1.8	2.44	t=3.559 (p=0.000***)
	남성	1,496	16.8	32.9	31.4	14.6	4.3	2.57	
	전체	3,000	16.2	36.7	30.7	13.3	3.1	2.50	
교육 수준	중졸이하	585	20.0	34.9	31.8	10.9	2.4	2.41	F=4.706 (p=0.003**)
	고졸이하	1,060	17.6	36.0	31.8	11.1	3.4	2.47	
	대학(재)졸	1,288	13.7	37.9	29.3	16.1	3.0	2.57	
	대학원이상	67	9.0	38.8	31.3	14.9	6.0	2.70	
	전체	3,000	16.2	36.7	30.7	13.3	3.1	2.50	
부모 직업	공직자	415	14.2	30.8	35.2	17.3	2.4	2.63	F=2.109 (p=0.062)
	회사원	1,268	16.7	36.8	30.0	13.0	3.4	2.50	
	일용직	175	17.7	34.3	29.1	14.9	4.0	2.53	
	자영업	910	16.7	39.3	29.6	12.0	2.4	2.44	
	농수축산업	83	14.5	34.9	39.8	6.0	4.8	2.52	
	무직	149	14.1	38.9	28.2	14.8	4.0	2.56	
	전체	3,000	16.2	36.7	30.7	13.3	3.1	2.50	
거주 지역	수도권	1,528	18.3	35.4	30.7	13.2	2.4	2.46	F=2.94 (p=0.053)
	중부권	680	14.1	37.2	31.5	13.2	4.0	2.56	
	남부권	792	14.0	38.6	30.2	13.6	3.5	2.54	
	전체	3,000	16.2	36.7	30.7	13.3	3.1	2.50	
경제 수준	하	537	19.9	41.7	25.3	11.0	2.0	2.34	F=9.93 (p=0.000***)
	중	2,234	15.7	35.3	32.4	13.5	3.1	2.53	
	상	229	12.7	38.4	27.5	16.6	4.8	2.62	
	전체	3,000	16.2	36.7	30.7	13.3	3.1	2.50	

- 유의도 : * <0.05, ** <0.01, *** <0.001

(5) 협동조합 활동 사회적기업에 대한 인지도

협동조합 활동 사회적기업에 대한 인지도를 분석한 결과는 <표 IV-14>와 같다.

연령별로는 20대 응답자의 평균점수는 2.81점으로 10대 응답자의 평균점수 2.64점 보다 높았으

며, 남성의 평균점수는 2.81점으로 여성의 평균점수 2.63점 보다 높았다. 이러한 결과를 통해 20대가 10대보다 그리고 남성이 여성보다 협동조합 활동에 대한 인지도가 높다는 점을 알 수 있다.

교육수준별로 살펴보면 대학원 이상의 경우 2.91점으로 가장 높은 점수를 보였으며 대학(재)졸 2.84점, 고졸이하 2.64점, 중졸이하 2.59점의 순으로 나타났다.

부모의 직업별로 구분해 보면 농수축산업의 경우 2.95점으로 가장 높은 점수를 나타냈으며, 공직자 2.85점, 일용직 2.77점 등의 순으로 조사되었다. 거주지역별로 보면 남부권의 경우 2.89점으로 가장 높은 점수를 보였으며, 중부권 2.78점, 수도권 2.61점으로 나타났다.

경제 수준에 따라 비교하면 상인 경우 2.96점, 중 2.73점, 하 2.58점의 순으로 조사되어 수도권 거주자와 경제수준이 낮은 집단의 경우 협동조합 활동에 대한 인지도가 가장 낮은 것으로 조사되었다.

표 IV-14 협동조합 활동에 대한 인지도

(단위: %, 점)

구분		사례수	전혀 그렇지 않다	그렇지 않다	보통 이다	그렇다	매우 그렇다	평균	F값 or t값 (p-value)
연령	10대	1,500	14.4	31.1	36.0	13.4	5.1	2.64	t=4.486 (p=0.000***)
	20대	1,500	9.7	29.3	35.1	22.4	3.5	2.81	
	전체	3,000	12.1	30.2	35.6	17.9	4.3	2.72	
성별	여성	1,504	12.6	32.4	36.8	15.3	2.9	2.63	t=4.661 (p=0.000***)
	남성	1,496	11.5	27.9	34.4	20.5	5.7	2.81	
	전체	3,000	12.1	30.2	35.6	17.9	4.3	2.72	
교육 수준	중졸이하	585	15.7	31.3	35.0	14.0	3.9	2.59	F=11.862 (p=0.000***)
	고졸이하	1,060	14.6	31.0	35.6	13.3	5.5	2.64	
	대학(재)졸	1,288	8.5	29.2	35.6	23.2	3.5	2.84	
	대학원이상	67	7.5	25.4	40.3	22.4	4.5	2.91	
	전체	3,000	12.1	30.2	35.6	17.9	4.3	2.72	
부모 직업	공직자	415	11.1	24.8	36.6	22.7	4.8	2.85	F=3.377 (p=0.005**)
	회사원	1,268	12.7	30.8	35.1	17.0	4.4	2.70	
	일용직	175	12.6	27.4	32.6	22.9	4.6	2.79	
	자영업	910	12.4	32.9	35.4	15.6	3.7	2.65	
	농수축산업	83	9.6	21.7	41.0	19.3	8.4	2.95	
	무직	149	8.1	31.5	38.3	19.5	2.7	2.77	
	전체	3,000	12.1	30.2	35.6	17.9	4.3	2.72	

구분		사례수	전혀 그렇지 않다	그렇지 않다	보통 이다	그렇다	매우 그렇다	평균	F값 or t값 (p-value)
거주 지역	수도권	1,528	14.5	32.3	34.4	15.4	3.3	2.61	F=21.696 (p=0.000***)
	중부권	680	9.1	28.7	40.1	19.0	3.1	2.78	
	남부권	792	9.8	27.3	34.0	21.7	7.2	2.89	
	전체	3,000	12.1	30.2	35.6	17.9	4.3	2.72	
경제 수준	하	537	14.2	33.9	33.7	16.0	2.2	2.58	F=11.236 (p=0.000***)
	중	2,234	11.9	29.4	36.7	17.9	4.1	2.73	
	상	229	9.2	29.3	28.8	21.8	10.9	2.96	
	전체	3,000	12.1	30.2	35.6	17.9	4.3	2.72	

- 유의도 : * <0.05, ** <0.01, *** <0.001

3) 사회적기업에 대한 지원 정책에 대한 인지도

사회적기업 지원 정책 중 정부의 재정지원에 대한 인지도를 분석한 결과는 <표 IV-15>와 같다.

연령별로는 20대 응답자의 평균점수 2.87점으로 20대 응답자의 평균점수(2.68점) 높았으며, 남성의 경우 2.86점으로 여성(2.69점)보다 높게 나타나 10대 보다는 20대가, 여성 보다는 남성이 사회적기업에 대한 정부의 재정지원에 대한 인지도가 높은 것으로 조사되었다.

교육수준별로 구분해 보면 대학(재)졸의 경우 2.89점으로 가장 높은 수준이었으며, 대학원이상 2.87점, 고졸이하 2.72점, 중졸이하 2.62점의 순으로 조사되었다.

응답자 부모 직업별로 살펴보면 무직의 경우 2.91점, 농수축산업 2.89점, 공직자 2.86점 등의 순으로 나타났다. 응답자의 거주지역별로 구분해 보면 남부권 2.89점, 중부권 2.82점으로, 수도권 2.70점보다 높은 점수를 보였으며, 경제수준별로 구분하면 상 2.82점, 중 2.89점, 하 2.67점으로 나타나 수도권 거주자 및 경제수준이 낮은 수준인 경우 사회적기업에 대한 정부의 재정지원에 대한 인지도가 낮은 것으로 나타났다.

표 IV-15 사회적기업에 대한 정부의 재정 지원

(단위: %, 점)

구분		사례수	전혀 그렇지 않다	그렇지 않다	보통 이다	그렇다	매우 그렇다	평균	F값 or t값 (p-value)
연령	10대	1,500	10.9	28.8	43.0	15.8	1.5	2.68	t=5.444 (p=0.000***)
	20대	1,500	8.1	25.9	38.9	25.1	1.9	2.87	
	전체	3,000	9.5	27.3	41.0	20.5	1.7	2.78	
성별	여성	1,504	9.4	31.2	40.8	18.0	0.7	2.69	t=4.935 (p=0.000***)
	남성	1,496	9.6	23.5	41.2	23.0	2.8	2.86	
	전체	3,000	9.5	27.3	41.0	20.5	1.7	2.78	
교육 수준	중졸이하	585	12.6	29.1	42.9	14.7	0.7	2.62	F=13.196 (p=0.000***)
	고졸이하	1,060	10.5	28.1	42.4	16.8	2.3	2.72	
	대학(재)졸	1,288	7.4	25.9	39.1	25.9	1.8	2.89	
	대학원이상	67	7.5	26.9	38.8	25.4	1.5	2.87	
	전체	3,000	9.5	27.3	41.0	20.5	1.7	2.78	
부모 직업	공직자	415	6.3	27.5	42.4	22.2	1.7	2.86	F=1.847 (p=0.1)
	회사원	1,268	10.3	28.6	38.8	20.3	1.9	2.75	
	일용직	175	9.1	24.6	46.3	18.9	1.1	2.78	
	자영업	910	10.4	27.3	41.2	19.6	1.5	2.75	
	농수축산업	83	7.2	21.7	47.0	22.9	1.2	2.89	
	무직	149	7.4	22.8	44.3	22.8	2.7	2.91	
	전체	3,000	9.5	27.3	41.0	20.5	1.7	2.78	
거주 지역	수도권	1,528	11.4	29.5	38.6	18.8	1.6	2.70	F=11.813 (p=0.000***)
	중부권	680	9.7	23.4	43.4	22.4	1.2	2.82	
	남부권	792	5.7	26.5	43.4	22.0	2.4	2.89	
	전체	3,000	9.5	27.3	41.0	20.5	1.7	2.78	
경제 수준	하	537	11.9	29.4	38.9	18.8	0.9	2.67	F=3.925 (p=0.02*)
	중	2,234	8.9	26.9	41.6	20.8	1.7	2.80	
	상	229	10.0	26.2	39.3	21.0	3.5	2.82	
	전체	3,000	9.5	27.3	41.0	20.5	1.7	2.78	

- 유의도 : * <0.05, ** <0.01, *** <0.001

사회적기업 지원 정책 중 정부의 경영지원에 대한 인지도에 대한 분석 결과는 <표 IV-16>에 제시된 바와 같다.

성별로는 남성의 경우 2.79점, 여성의 경우 2.70점으로 남성이 여성에 비해 사회적기업에 대한 정부의 경영지원에 대한 인지도가 높은 것으로 나타났다.

교육수준별로 살펴보면 대학(재)졸의 경우 2.80점으로 가장 높은 점수를 보였으며, 고졸이하 2.72점, 대학원 이하 2.70점, 중졸이하 2.66점의 순으로 나타났다.

응답자 부모의 직업별로 살펴보면 농부축산업인 경우 3.02점으로 가장 높은 점수를 보였으며, 공직자 2.89점, 무직 2.85점 등의 순으로 조사되었다.

응답자의 거주지역별로 보면 남부권의 경우 2.92점, 중부권 2.76점, 수도권 2.65점의 순이었으며, 경제수준으로 구분하면 상 3.00점, 중 2.75점, 하 2.60점의 순으로 나타나 남부권에 거주하는 경우와 경제수준이 높은 경우 사회적기업에 대한 정부의 경영지원에 대한 인지도가 높음을 알 수 있다.

표 IV-16 사회적기업에 대한 정부의 경영지원

(단위: %, 점)

구분		사례수	전혀 그렇지 않다	그렇지 않다	보통 이다	그렇다	매우 그렇다	평균	F값 or t값 (p-value)
연령	10대	1,500	12.2	26.9	41.0	17.2	2.7	2.71	t=1.774 (p=0.076)
	20대	1,500	9.5	29.2	37.8	21.5	2.1	2.77	
	전체	3,000	10.8	28.1	39.4	19.3	2.4	2.74	
성별	여성	1,504	11.2	29.3	39.8	18.3	1.5	2.70	t=2.719 (p=0.007**)
	남성	1,496	10.5	26.8	39.0	20.4	3.3	2.79	
	전체	3,000	10.8	28.1	39.4	19.3	2.4	2.74	
교육 수준	중졸이하	585	13.7	26.7	40.9	17.4	1.4	2.66	F=3.23 (p=0.022*)
	고졸이하	1,060	12.1	27.2	40.6	17.1	3.1	2.72	
	대학(재)졸	1,288	8.5	29.3	37.8	22.2	2.2	2.80	
	대학원이상	67	10.4	31.3	38.8	16.4	3.0	2.70	
	전체	3,000	10.8	28.1	39.4	19.3	2.4	2.74	
부모 직업	공직자	415	6.0	25.8	44.8	20.2	3.1	2.89	F=4.583 (p=0.000***)
	회사원	1,268	12.2	29.5	35.7	20.1	2.4	2.71	
	일용직	175	9.7	31.4	40.6	14.9	3.4	2.71	
	자영업	910	12.3	27.7	40.7	17.7	1.6	2.69	
	농수축산업	83	6.0	24.1	36.1	28.9	4.8	3.02	
	무직	149	7.4	22.8	48.3	20.1	1.3	2.85	
	전체	3,000	10.8	28.1	39.4	19.3	2.4	2.74	

구분		사례수	전혀 그렇지 않다	그렇지 않다	보통 이다	그렇다	매우 그렇다	평균	F값 or t값 (p-value)
거주 지역	수도권	1,528	13.5	28.7	39.4	16.5	1.9	2.65	F=20.82 (p=0.000***)
	중부권	680	9.4	28.5	41.0	18.7	2.4	2.76	
	남부권	792	6.9	26.4	38.0	25.4	3.3	2.92	
	전체	3,000	10.8	28.1	39.4	19.3	2.4	2.74	
경제 수준	하	537	14.7	29.4	39.3	14.5	2.0	2.60	F=14.347 (p=0.000***)
	중	2,234	10.1	28.5	39.7	19.4	2.2	2.75	
	상	229	8.7	21.0	36.2	29.7	4.4	3.00	
	전체	3,000	10.8	28.1	39.4	19.3	2.4	2.74	

– 유의도 : * <0.05, ** <0.01, *** <0.001

사회적기업 지원 정책 중 사회적기업 제품에 대한 공공기관 우선구매 정책에 대한 인지도를 분석한 결과는 <표 IV-17>과 같다.

배경변인별로 비교해서 살펴보면 10대의 경우 2.65점, 20대의 경우 2.62점으로 연령에 따른 차이가 크지 않았으며, 남성의 평균점수는 2.72점, 여성의 평균점수는 2.55점으로 여성보다 남성이 사회적기업 제품에 대한 공공기관의 우선구매 정책에 대한 인지도가 높은 것으로 나타났다.

교육수준별로 살펴보면 고졸이하와 대학(재)졸의 경우 각각 2.65점이었으며, 중졸이하 2.60점, 대학원이상 2.39점의 순으로 조사되었다. 응답자의 부모직업에 따라 비교해 보면 농수축산업 2.75점, 공직자 2.74점, 일용직 2.73점 등의 순으로 조사되었다.

거주지역 별로는 남부권 2.77점, 중부권 2.67점, 수도권 2.55점의 순으로 나타났으며, 경제수준별로 구분해 보면 상의 경우 2.92점으로 가장 높은 점수를 보였으며, 중 2.64점, 하 2.50점 등의 순으로 조사되었다.

표 IV-17 사회적기업 제품에 대한 공공기관의 우선구매

(단위: %, 점)

구분		사례수	전혀 그렇지 않다	그렇지 않다	보통 이다	그렇다	매우 그렇다	평균	F값 or t값 (p-value)
연령	10대	1,500	12.5	29.7	41.2	13.9	2.7	2.65	t=0.686 (p=0.493)
	20대	1,500	13.3	34.1	32.8	16.8	3.1	2.62	
	전체	3,000	12.9	31.9	37.0	15.4	2.9	2.64	

구분		사례수	전혀 그렇지 않다	그렇지 않다	보통 이다	그렇다	매우 그렇다	평균	F값 or t값 (p-value)
성별	여성	1,504	13.5	34.5	37.4	13.0	1.6	2.55	t=4.949 (p=0.000***)
	남성	1,496	12.2	29.2	36.6	17.7	4.2	2.72	
	전체	3,000	12.9	31.9	37.0	15.4	2.9	2.64	
교육 수준	중졸이하	585	14.5	28.0	42.1	14.0	1.4	2.60	F=1.948 (p=0.120)
	고졸이하	1,060	12.1	31.2	39.3	14.0	3.4	2.65	
	대학(재)졸	1,288	12.3	33.9	33.2	17.2	3.3	2.65	
	대학원이상	67	20.9	35.8	28.4	13.4	1.5	2.39	
	전체	3,000	12.9	31.9	37.0	15.4	2.9	2.64	
부모 직업	공직자	415	8.2	32.8	38.8	16.9	3.4	2.74	F=2.324 (p=0.041*)
	회사원	1,268	14.9	32.2	35.4	14.5	3.0	2.59	
	일용직	175	12.6	30.3	34.3	17.1	5.7	2.73	
	자영업	910	13.0	31.1	38.7	15.4	1.9	2.62	
	농수축산업	83	10.8	27.7	41.0	16.9	3.6	2.75	
	무직	149	9.4	35.6	36.2	15.4	3.4	2.68	
	전체	3,000	12.9	31.9	37.0	15.4	2.9	2.64	
거주 지역	수도권	1,528	15.1	32.2	37.2	13.4	2.0	2.55	F=13.865 (p=0.000***)
	중부권	680	12.2	30.6	38.4	15.9	2.9	2.67	
	남부권	792	9.1	32.3	35.4	18.7	4.5	2.77	
	전체	3,000	12.9	31.9	37.0	15.4	2.9	2.64	
경제 수준	하	537	18.2	32.8	32.0	14.9	2.0	2.50	F=14.8 (p=0.000***)
	중	2,234	11.8	32.3	38.5	14.8	2.6	2.64	
	상	229	10.5	25.3	34.1	22.3	7.9	2.92	
	전체	3,000	12.9	31.9	37.0	15.4	2.9	2.64	

- 유의도 : * <0.05, ** <0.01, *** <0.001

사회적기업 지원 정책 중 정부의 금융지원 및 세제지원에 대한 인지도를 분석한 결과는 <표 IV-18>에 제시된 바와 같다.

연령대별로 20대의 경우 2.82점으로 10대 2.71점보다 높게 나타났으며, 남성은 2.87점, 여성은 2.66점으로 남성의 평균점수가 높게 나타나 10대 보다는 20대가 여성보다는 남성이 사회적기업에 대한 정부의 금융지원 및 세제지원에 대한 인지도가 높은 것으로 나타났다.

교육수준별로 살펴보면 대학(재)졸의 경우 2.86점으로 가장 높은 점수였으며, 대학원 이상

2.73점, 고졸이하 2.72점, 중졸이하 2.68점의 순으로 조사되었다.

응답자의 부모 직업별로 살펴보면 부모의 직업이 무직인 경우 2.96점으로 가장 높은 점수였으며, 농수축산업 2.93, 공직자 2.81점, 일용직 2.78점 등의 순으로 나타났다.

거주지역별로 구분하여 살펴보면 남부권의 경우 2.96점, 중부권 2.80점, 수도권 2.66점으로 수도권 거주자의 점수가 가장 낮았으며, 경제수준별로 살펴보면 상 2.99점으로 가장 높았고 중 2.78점, 하 2.62점의 순으로 조사되었다.

표 IV-18 사회적기업에 대한 정부의 금융지원 및 세제지원

(단위: %, 점)

구분		사례수	전혀 그렇지 않다	그렇지 않다	보통 이다	그렇다	매우 그렇다	평균	F값 or t값 (p-value)
연령	10대	1,500	11.9	26.5	44.5	12.9	4.3	2.71	t=3.102 (p=0.002**)
	20대	1,500	10.7	25.8	37.1	22.9	3.4	2.82	
	전체	3,000	11.3	26.1	40.8	17.9	3.8	2.77	
성별	여성	1,504	11.6	29.5	41.9	14.9	2.1	2.66	t=5.770 (p=0.000***)
	남성	1,496	11.0	22.8	39.8	20.9	5.5	2.87	
	전체	3,000	11.3	26.1	40.8	17.9	3.8	2.77	
교육 수준	중졸이하	585	13.3	26.5	43.4	12.8	3.9	2.68	F=6.033 (p=0.000***)
	고졸이하	1,060	12.3	25.9	44.1	13.4	4.3	2.72	
	대학(재)졸	1,288	9.4	26.2	37.2	23.8	3.4	2.86	
	대학원이상	67	14.9	23.9	37.3	20.9	3.0	2.73	
	전체	3,000	11.3	26.1	40.8	17.9	3.8	2.77	
부모 직업	공직자	415	7.2	29.2	41.9	18.6	3.1	2.81	F=2.252 (p=0.047*)
	회사원	1,268	12.3	27.0	37.7	18.6	4.4	2.76	
	일용직	175	10.9	24.0	45.7	15.4	4.0	2.78	
	자영업	910	12.7	25.7	42.1	16.3	3.2	2.71	
	농수축산업	83	8.4	16.9	50.6	21.7	2.4	2.93	
	무직	149	7.4	20.8	45.6	20.8	5.4	2.96	
	전체	3,000	11.3	26.1	40.8	17.9	3.8	2.77	
거주 지역	수도권	1,528	13.4	27.3	41.8	15.1	2.4	2.66	F=23.979 (p=0.000***)
	중부권	680	10.6	26.8	39.3	19.1	4.3	2.80	
	남부권	792	7.8	23.4	40.4	22.2	6.2	2.96	
	전체	3,000	11.3	26.1	40.8	17.9	3.8	2.77	
경제 수준	하	537	15.1	29.4	35.9	17.5	2.0	2.62	F=11.949 (p=0.000***)
	중	2,234	10.7	25.9	41.9	17.4	4.0	2.78	
	상	229	7.9	21.0	41.5	23.6	6.1	2.99	
	전체	3,000	11.3	26.1	40.8	17.9	3.8	2.77	

- 유의도 : * <0.05, ** <0.01, *** <0.001

사회적기업 지원 정책 중 사회적기업에 대한 정부의 홍보지원에 대한 인지도를 분석한 결과는 <표 IV-19>와 같다.

배경변인별로 살펴보면 10대의 경우 2.71점, 20대 2.58점 보다 높게 나타났으며, 남성의 경우 2.71점으로 여성 2.58점보다 높게 나타나 20대 보다는 10대가 그리고 여성보다는 남성이 사회적기업에 대한 정부의 홍보지원에 대한 인지도가 높은 것으로 조사되었다.

교육수준별로 살펴보면 중졸이하의 경우 2.71점으로 가장 높게 나타났으며, 고졸이하 2.66점, 대학(재)졸 2.61점, 대학원 이상 2.45점의 순으로 나타났다.

응답자 부모의 직업별로 살펴보면 농수축산업의 경우 2.81점으로 가장 높은 점수를 보였으며, 공직자 2.75점, 무직 2.70점 등의 순으로 조사되었다.

거주지역별로 살펴보면 남부권은 2.76점, 중부권은 2.73점으로 수도권(2.55점)보다 높게 나타나 수도권 거주 응답자의 경우 사회적기업에 대한 정부의 홍보지원에 대한 인지도가 낮은 것으로 분석된다.

경제수준별로 살펴보면 경제수준이 상인 경우 2.78점, 중인 경우 2.68점, 하인 경우 2.47점으로 나타나 경제수준이 높은 집단에서 사회적기업에 대한 정부의 홍보지원에 대한 인지도가 높은 것으로 조사되었다.

표 IV-19 사회적기업에 대한 정부의 홍보지원

(단위: %, 점)

구분		사례수	전혀 그렇지 않다	그렇지 않다	보통 이다	그렇다	매우 그렇다	평균	F값 or t값 (p-value)
연령	10대	1,500	10.3	27.1	45.9	14.5	2.2	2.71	t=3.837 (p=0.000***)
	20대	1,500	13.2	34.8	35.2	14.4	2.4	2.58	
	전체	3,000	11.8	30.9	40.5	14.5	2.3	2.65	
성별	여성	1,504	11.6	34.0	40.4	12.9	1.1	2.58	t=3.820 (p=0.000***)
	남성	1,496	12.0	27.9	40.6	16.0	3.5	2.71	
	전체	3,000	11.8	30.9	40.5	14.5	2.3	2.65	
교육 수준	중졸이하	585	9.4	28.7	44.1	16.6	1.2	2.71	F=2.722 (p=0.043*)
	고졸이하	1,060	12.5	26.6	45.8	12.4	2.7	2.66	
	대학(재)졸	1,288	11.9	35.5	34.7	15.5	2.4	2.61	
	대학원이상	67	19.4	31.3	37.3	9.0	3.0	2.45	
	전체	3,000	11.8	30.9	40.5	14.5	2.3	2.65	

구분		사례수	전혀 그렇지 않다	그렇지 않다	보통 이다	그렇다	매우 그렇다	평균	F값 or t값 (p-value)
부모 직업	공직자	415	9.4	29.4	40.7	17.8	2.7	2.75	F=2.126 (p=0.06)
	회사원	1,268	12.1	31.9	39.0	14.9	2.1	2.63	
	일용직	175	9.1	35.4	39.4	12.6	3.4	2.66	
	자영업	910	13.0	31.0	41.2	12.9	2.0	2.60	
	농수축산업	83	8.4	22.9	53.0	10.8	4.8	2.81	
	무직	149	12.8	25.5	43.6	15.4	2.7	2.70	
	전체	3,000	11.8	30.9	40.5	14.5	2.3	2.65	
거주 지역	수도권	1,528	14.3	32.3	39.3	12.0	2.1	2.55	F=15.599 (p=0.000***)
	중부권	680	9.7	28.7	42.2	17.8	1.6	2.73	
	남부권	792	8.6	30.3	41.4	16.4	3.3	2.76	
	전체	3,000	11.8	30.9	40.5	14.5	2.3	2.65	
경제 수준	하	537	15.3	36.1	37.2	9.5	1.9	2.47	F=13.366 (p=0.000***)
	중	2,234	11.1	30.1	41.0	15.4	2.3	2.68	
	상	229	9.6	26.6	43.2	17.0	3.5	2.78	
	전체	3,000	11.8	30.9	40.5	14.5	2.3	2.65	

- 유의도 : * <0.05, ** <0.01, *** <0.001

사회적기업 지원 정책 중 청(소)년을 대상으로 한 사회적기업 참여 지원 정책의 인지도를 분석한 결과는 <표 IV-20>에 제시된 바와 같다.

연령대별로 구분해서 평균점수를 살펴보면 10대 2.69점, 20대 2.67점으로 연령에 따른 차이는 크지 않았으며 남성은 2.73점, 여성은 2.63점으로 남성의 경우 여성보다 정부의 청(소)년 대상 사회적기업 참여지원 정책의 인지도가 높은 것으로 나타났다.

교육수준별로 구분해 보면 대학(재)졸 2.69점, 고졸이하 2.68점, 중졸이하 2.66점, 그리고 대학원 이상 2.58점으로 교육수준에 따른 평균점수 차이는 크지 않았다.

응답자 부모의 직업별로 살펴보면 농수축산업의 경우 2.88점으로 가장 높은 점수를 보였으며, 공직자, 일용직 각각 2.80점, 무직 2.74점 등의 순으로 나타났다.

거주지역별로 구분해 보면 남부권의 경우 2.85점으로 가장 높은 점수를 보였고, 중부권 2.68점, 수도권 2.59점 이었다. 경제수준별로 구분해보면 상의 경우 2.86점으로 가장 높은 점수를 보였으며 중 2.69점, 하 2.56점의 순으로 나타났다. 남부권인 경우 그리고 경제수준이 높은 경우 정부의 청(소)년 대상 사회적기업 참여 지원 정책에 대한 인지도가 높음을 알 수 있다.

표 IV-20 정부의 청(소)년 대상 사회적기업 참여 지원

(단위: %, 점)

구분		사례수	전혀 그렇지 않다	그렇지 않다	보통이다	그렇다	매우 그렇다	평균	F값 or t값 (p-value)
연령	10대	1,500	12.0	28.1	41.3	16.7	2.0	2.69	t=0.450 (p=0.653)
	20대	1,500	12.2	32.0	35.3	17.7	2.9	2.67	
	전체	3,000	12.1	30.0	38.3	17.2	2.4	2.68	
성별	여성	1,504	11.1	33.2	38.6	15.7	1.4	2.63	t=2.689 (p=0.007**)
	남성	1,496	13.1	26.8	38.0	18.6	3.5	2.73	
	전체	3,000	12.1	30.0	38.3	17.2	2.4	2.68	
교육 수준	중졸이하	585	11.8	28.9	43.1	14.4	1.9	2.66	F=0.443 (p=0.722)
	고졸이하	1,060	13.4	27.4	39.8	17.2	2.3	2.68	
	대학(재)졸	1,288	10.9	32.8	35.0	18.4	2.9	2.69	
	대학원이상	67	16.4	29.9	34.3	17.9	1.5	2.58	
	전체	3,000	12.1	30.0	38.3	17.2	2.4	2.68	
부모 직업	공직자	415	8.0	30.1	38.3	21.0	2.7	2.80	F=4.123 (p=0.001***)
	회사원	1,268	13.6	29.3	37.7	16.6	2.8	2.66	
	일용직	175	8.0	29.1	40.0	20.6	2.3	2.80	
	자영업	910	13.4	32.5	36.8	15.4	1.9	2.60	
	농수축산업	83	7.2	22.9	47.0	20.5	2.4	2.88	
	무직	149	10.1	26.2	45.0	16.8	2.0	2.74	
	전체	3,000	12.1	30.0	38.3	17.2	2.4	2.68	
거주 지역	수도권	1,528	15.2	29.1	39.4	14.1	2.2	2.59	F=18.982 (p=0.000***)
	중부권	680	10.3	32.6	37.8	17.8	1.5	2.68	
	남부권	792	7.6	29.7	36.5	22.6	3.7	2.85	
	전체	3,000	12.1	30.0	38.3	17.2	2.4	2.68	
경제 수준	하	537	15.1	30.2	40.0	13.2	1.5	2.56	F=8.186 (p=0.000***)
	중	2,234	11.8	30.0	38.1	17.5	2.5	2.69	
	상	229	7.9	29.7	35.4	22.7	4.4	2.86	
	전체	3,000	12.1	30.0	38.3	17.2	2.4	2.68	

- 유의도 : * <0.05, ** <0.01, *** <0.001

사회적기업 지원 정책 중 청(소)년 창업 지원을 위한 크라우드 펀딩 정책에 대한 인지도를 분석한 결과는 <표 IV-21>에 제시된 바와 같다.

평균점수를 기준으로 하여 구체적으로 살펴보면 10대 2.54점, 20대 2.72점으로 20대의 점수가 높게 나타났으며, 남성이 2.69점, 여성은 2.58점으로 여성보다 남성의 평균점수가 높은 것으로 나타났다. 이러한 결과는 10대 보다는 20대가 그리고 여성보다는 남성이 청(소)년 창업 지원을 위한 클라우드 펀딩에 대해 잘 인지하고 있음을 의미한다고 볼 수 있다.

교육수준별로 살펴보면 대학원이상의 경우 2.81점으로 가장 높은 점수를 보였으며, 대학(재)졸 2.76점, 고졸이하 2.55점, 중졸이하 2.48점 등의 순으로 나타나 교육수준이 높을수록 평균점수가 높게 나타났다.

부모직업별로 구분해서 살펴보면 응답자의 직업이 농수축산업인 경우 2.82점으로 가장 높은 점수를 나타냈으며, 공직자 2.79점, 회사원 2.64점 등의 순으로 조사되었다.

거주지역별로 살펴보면 남부권 2.65점, 중부권 2.64점, 수도권 2.62점으로 차이가 크지 않았으며, 경제수준별로 구분해 보면 상인 경우 2.86점으로 가장 높은 점수를 보였으며, 중 2.65점, 하 2.47점의 순으로 조사되어 경제수준이 높은 경우 청(소)년 창업지원을 위한 클라우드 펀딩을 잘 인지한다는 것을 알 수 있다.

표 IV-21 청(소)년 창업지원을 위한 클라우드 펀딩 인지

(단위: %, 점)

구분	사례수	전혀 그렇지 않다	그렇지 않다	보통 이다	그렇다	매우 그렇다	평균	F값 or t값 (p-value)
연령	10대	1,500	17.4	30.3	35.3	14.7	2.3	t=4.648 (p=0.000***)
	20대	1,500	15.0	28.3	30.9	21.3	4.6	
	전체	3,000	16.2	29.3	33.1	18.0	3.5	
성별	여성	1,504	16.4	31.6	32.4	17.2	2.5	t=2.897 (p=0.004**)
	남성	1,496	16.0	26.9	33.8	18.8	4.5	
	전체	3,000	16.2	29.3	33.1	18.0	3.5	
교육 수준	중졸이하	585	19.1	30.9	34.9	13.3	1.7	F=13.516 (p=0.000***)
	고졸이하	1,060	18.1	29.5	34.4	15.0	2.9	
	대학(재)졸	1,288	13.4	28.6	31.0	22.2	4.7	
	대학원이상	67	13.4	22.4	37.3	23.9	3.0	
	전체	3,000	16.2	29.3	33.1	18.0	3.5	

구분		사례수	전혀 그렇지 않다	그렇지 않다	보통 이다	그렇다	매우 그렇다	평균	F값 or t값 (p-value)
부모 직업	공직자	415	13.3	23.9	37.8	21.0	4.1	2.79	F=3.457 (p=0.004**)
	회사원	1,268	17.1	28.6	32.2	17.5	4.6	2.64	
	일용직	175	18.3	30.3	30.9	17.1	3.4	2.57	
	자영업	910	16.7	32.1	32.4	16.6	2.2	2.55	
	농수축산업	83	10.8	25.3	36.1	26.5	1.2	2.82	
	무직	149	14.1	33.6	32.9	18.1	1.3	2.59	
	전체	3,000	16.2	29.3	33.1	18.0	3.5	2.63	
거주 지역	수도권	1,528	17.5	27.6	34.2	17.0	3.8	2.62	F=0.249 (p=0.78)
	중부권	680	15.4	29.6	33.8	17.6	3.5	2.64	
	남부권	792	14.3	32.3	30.4	20.2	2.8	2.65	
	전체	3,000	16.2	29.3	33.1	18.0	3.5	2.63	
경제 수준	하	537	20.7	32.6	28.7	15.1	3.0	2.47	F=12.011 (p=0.000***)
	중	2,234	15.7	28.7	34.1	18.1	3.4	2.65	
	상	229	10.5	27.1	33.6	23.1	5.7	2.86	
	전체	3,000	16.2	29.3	33.1	18.0	3.5	2.63	

- 유의도 : * <0.05, ** <0.01, *** <0.001

사회적기업에 대한 지원정책 중 청(소)년을 위한 푸드트럭 창업지원에 대한 인지도를 분석한 결과는 <표 IV-22>와 같다.

응답자의 연령이 20대의 경우 2.93점으로 10대 2.77점 보다 높게 나타나 20대가 10대 보다 청(소)년을 위한 푸드트럭 창업 지원에 대한 인지도가 높은 것으로 나타났다.

교육수준별로 살펴보면 대학원(재)졸의 경우 2.97점으로 가장 높은 점수를 보였으며, 대학원이 상 2.87점, 고졸이하 2.79점, 중졸이하 2.68점의 순으로 조사되었다.

거주지역별로 구분해 보면 남부권이 2.97점으로 가장 높은 점수를 보였으며, 중부권 2.89점, 수도권 2.76점의 순으로 나타났으며, 경제수준별로 살펴보면 상 3.03점, 중 2.86점, 하 2.70점으로 나타나 거주지역과 경제수준에 따라서 청(소)년을 위한 푸드트럭 창업 지원에 대한 인지도에 차이가 있었다.

표 IV-22 청(소)년을 위한 푸드트럭 창업 지원 인지

(단위: %, 점)

구분		사례수	전혀 그렇지 않다	그렇지 않다	보통 이다	그렇다	매우 그렇다	평균	F값 or t값 (p-value)
연령	10대	1,500	13.9	25.3	36.5	19.1	5.3	2.77	t=4.184 (p=0.000***)
	20대	1,500	9.5	24.1	34.1	29.0	3.3	2.93	
	전체	3,000	11.7	24.7	35.3	24.1	4.3	2.85	
성별	여성	1,504	11.8	25.6	35.2	24.0	3.5	2.82	t=1.509 (p=0.131)
	남성	1,496	11.6	23.7	35.4	24.1	5.1	2.88	
	전체	3,000	11.7	24.7	35.3	24.1	4.3	2.85	
교육 수준	중졸이하	585	17.9	23.6	36.6	16.1	5.8	2.68	F=11.528 (p=0.000***)
	고졸이하	1,060	12.5	26.3	35.4	21.0	4.7	2.79	
	대학(재)졸	1,288	8.2	23.8	34.5	30.0	3.5	2.97	
	대학원이상	67	9.0	23.9	38.8	28.4	0.0	2.87	
	전체	3,000	11.7	24.7	35.3	24.1	4.3	2.85	
부모 직업	공직자	415	8.7	24.6	35.4	26.0	5.3	2.95	F=1.679 (p=0.136)
	회사원	1,268	12.4	24.1	34.2	24.4	4.9	2.85	
	일용직	175	10.9	24.6	36.0	25.7	2.9	2.85	
	자영업	910	12.6	24.8	36.5	22.5	3.5	2.79	
	농수축산업	83	7.2	24.1	37.3	26.5	4.8	2.98	
	무직	149	11.4	28.9	34.9	22.1	2.7	2.76	
	전체	3,000	11.7	24.7	35.3	24.1	4.3	2.85	
거주 지역	수도권	1,528	14.3	24.9	34.8	22.2	3.8	2.76	F=11.106 (p=0.000***)
	중부권	680	10.3	23.5	37.5	24.4	4.3	2.89	
	남부권	792	7.8	25.1	34.3	27.4	5.3	2.97	
	전체	3,000	11.7	24.7	35.3	24.1	4.3	2.85	
경제 수준	하	537	14.2	28.9	32.6	21.8	2.6	2.70	F=9.054 (p=0.000***)
	중	2,234	11.6	23.7	35.9	24.3	4.5	2.86	
	상	229	6.6	24.0	35.8	27.5	6.1	3.03	
	전체	3,000	11.7	24.7	35.3	24.1	4.3	2.85	

- 유의도 : * <0.05, ** <0.01, *** <0.001

사회적기업 지원 정책 중 사회적 경제 박람회에 대한 인지도에 대한 구체적인 분석 결과는 <표 IV-23>에 제시된 바와 같다.

연령이 20대인 경우 2.61점, 10대인 경우 2.54점으로 나타났으며, 남성 2.62점, 여성 2.53점으로 남성이 여성보다 사회적 경제 박람회에 대한 인지도가 높은 것으로 나타났다.

교육수준별로 구분해 보면 대학원 이상 2.67점, 대학(재)졸 2.64점으로 고졸이하나 중졸이하(각각 2.53점) 보다 높은 점수를 보였다.

응답자 부모의 직업별로 구분해 보면 공직자인 경우 2.70점으로 가장 높게 나타났으며, 일용직 2.65점, 무직 2.64점, 농수축산업 2.63점 등의 순으로 조사되었다.

거주지역별로 살펴보면 남부권은 2.65점, 중부권은 2.63점으로 수도권(2.52점)보다 높은 점수를 보였으며, 경제수준별로 보면 상인 경우 2.74점으로 가장 높은 점수를 보였으며, 중 2.60점, 하 2.43점으로 경제수준이 높을수록 사회적 경제 박람회에 대한 인지도가 높은 것을 알 수 있다.

표 IV-23 사회적경제 박람회 인지

(단위: %, 점)

구분		사례수	전혀 그렇지 않다	그렇지 않다	보통 이다	그렇다	매우 그렇다	평균	F값 or t값 (p-value)
연령	10대	1,500	17.4	28.6	39.3	11.8	2.9	2.54	t=1.963 (p=0.050)
	20대	1,500	14.1	32.5	34.3	16.3	2.8	2.61	
	전체	3,000	15.7	30.5	36.8	14.1	2.8	2.58	
성별	여성	1,504	15.0	33.6	36.2	13.4	1.9	2.53	t=2.337 (p=0.019*)
	남성	1,496	16.4	27.5	37.5	14.8	3.8	2.62	
	전체	3,000	15.7	30.5	36.8	14.1	2.8	2.58	
교육 수준	중졸이하	585	18.1	29.9	35.9	13.0	3.1	2.53	F=2.927 (p=0.033*)
	고졸이하	1,060	17.9	28.2	39.8	11.3	2.7	2.53	
	대학(재)졸	1,288	13.0	32.8	34.9	16.4	3.0	2.64	
	대학원이상	67	13.4	28.4	35.8	22.4	0.0	2.67	
	전체	3,000	15.7	30.5	36.8	14.1	2.8	2.58	
부모 직업	공직자	415	13.5	27.0	37.6	19.5	2.4	2.70	F=2.383 (p=0.036*)
	회사원	1,268	16.9	30.5	35.7	13.6	3.2	2.56	
	일용직	175	16.0	27.4	36.6	16.0	4.0	2.65	
	자영업	910	15.9	33.0	36.7	12.2	2.2	2.52	
	농수축산업	83	10.8	28.9	47.0	13.3	0.0	2.63	
	무직	149	13.4	30.2	39.6	12.1	4.7	2.64	
	전체	3,000	15.7	30.5	36.8	14.1	2.8	2.58	

구분		사례수	전혀 그렇지 않다	그렇지 않다	보통 이다	그렇다	매우 그렇다	평균	F값 or t값 (p-value)
거주 지역	수도권	1,528	18.5	29.3	36.5	12.9	2.7	2.52	F=5.112 (p=0.006**)
	중부권	680	13.2	30.4	39.6	14.1	2.6	2.63	
	남부권	792	12.5	33.0	35.1	16.3	3.2	2.65	
	전체	3,000	15.7	30.5	36.8	14.1	2.8	2.58	
경제 수준	하	537	19.7	32.6	34.6	11.0	2.0	2.43	F=9.269 (p=0.000***)
	중	2,234	14.7	30.8	37.5	14.3	2.7	2.60	
	상	229	16.6	23.1	35.4	19.2	5.7	2.74	
	전체	3,000	15.7	30.5	36.8	14.1	2.8	2.58	

- 유의도 : * <0.05, ** <0.01, *** <0.001

4) 사회적기업의 제품 및 서비스 이용도

사회적기업의 제품 및 서비스 이용 경험 중 사회적기업의 환경관련 제품의 구매 경험여부를 배경변인별로 구분하여 분석한 결과는 <표 IV-24>와 같다.

전체응답을 기준으로 볼 때, 사회적기업 환경관련 제품 구매 경험이 있다고 응답한 비율은 38%로 나타났다. 연령별로는 10대의 경우 환경관련 제품 구매 경험이 있는 비율이 38.2%, 20대의 응답비율은 37.7%로 나타났으며, 교육수준별로 살펴보면 고졸이하의 경우 환경관련 제품을 구매한 경험 있다는 응답이 40.1%로 다른 교육수준보다 응답 비율이 높게 나타났으며, 대학(재)졸 39.5%, 대학원 이상 35.8%, 중졸이하 30.9% 등의 순으로 나타났다.

응답자 부모 직업에 따라 살펴보면 부모의 직업이 공직자인 경우와 일용직인 경우 환경관련 제품 구매 경험이 있다는 응답이 각각 43.4%로 다른 집단의 응답보다 높은 비율을 보였으며, 자영업 37.7%, 회사원 37.3% 등의 순으로 나타났다.

거주지역별로 구분해 보면 중부권의 경우 환경제품 구매 경험이 있는 비율이 41.3%, 남부권이 41.2%로 수도권의 구매경험 비율(34.8%)보다 높은 비율을 보였으며, 응답자의 경제수준별로 살펴보면 경제수준이 상인 경우 환경제품 구매경험이 있는 비율이 42.8%, 중인 경우 38.5%, 하인 경우 33.5%로 경제수준이 높은 경우 환경관련 제품의 구매경험이 많은 것으로 조사되었다.

표 IV-24 환경관련 제품 구매 여부

(단위: %, 명)

구분		사례수	없다	있다	F값 or t값 (p-value)
연령	10대	1,500	61.8	38.2	t=0.0263 (p=0.792)
	20대	1,500	62.3	37.7	
	전체	3,000	62.0	38.0	
성별	여성	1,504	63.5	36.5	t=1.657 (p=0.098)
	남성	1,496	60.6	39.4	
	전체	3,000	62.0	38.0	
교육 수준	중졸이하	585	69.1	30.9	F=5.27 (p=0.001**)
	고졸이하	1,060	59.9	40.1	
	대학(재)졸	1,288	60.5	39.5	
	대학원이상	67	64.2	35.8	
	전체	3,000	62.0	38.0	
부모 직업	공직자	415	56.6	43.4	F=3.749 (p=0.002**)
	회사원	1,268	62.7	37.3	
	일용직	175	56.6	43.4	
	자영업	910	62.3	37.7	
	농수축산업	83	63.9	36.1	
	무직	149	75.2	24.8	
	전체	3,000	62.0	38.0	
거주 지역	수도권	1,528	65.2	34.8	F=6.584 (p=0.001**)
	중부권	680	58.7	41.3	
	남부권	792	58.8	41.2	
	전체	3,000	62.0	38.0	
경제 수준	하	537	66.5	33.5	F=3.549 (p=0.029*)
	중	2,234	61.5	38.5	
	상	229	57.2	42.8	
	전체	3,000	62.0	38.0	

- 유의도 : * <0.05, ** <0.01, *** <0.001

사회적기업의 제품 및 서비스 이용 경험 중 사회적기업의 사회복지 서비스 이용 경험여부를 배경변인별로 구분하여 분석한 결과는 <표 IV-25>와 같다.

전체 응답을 기준으로 볼 때, 사회적기업의 사회복지서비스 이용 경험이 있는 비율은 34.7%로

조사되었으며, 거주지역과 경제수준에 따라 유의미한 차이를 보이고 있다.

배경변인별로 구분해서 살펴보면 10대의 경우 사회복지서비스의 이용 경험에 있는 비율이 34.7%로 나타났으며, 20대는 34.6%로 나타났다. 또한 여성의 경우 35.8%가 사회복지 서비스 이용경험이 있다고 응답하였으며, 남성은 66.4%가 이용경험이 있다고 응답했다. 연령대와 성별에 따라서 사회복지서비스의 이용 여부에 큰 차이가 없었다.

응답자의 교육수준별로 구분하여 사회복지 서비스 이용경험이 있는 비율을 살펴보면 대학(재)졸의 경우 응답자의 36.3%가 사회복지 서비스의 이용경험이 있었으며, 고졸이하의 경우 35.3%, 중졸이하의 경우 30.9%, 대학원 이상의 경우 26.9%가 사회복지서비스 이용경험이 있는 것으로 나타났다.

응답자 부모의 직업 유형별로 구분하여 살펴보면 부모직업이 공직자인 경우 응답자의 39.8%가 사회복지서비스 이용경험이 있는 것으로 나타났으며, 회사원 35.6%, 무직 33.6% 등의 순으로 이용경험비율이 높은 것으로 조사되었다.

거주지역별로 구분해 살펴보면 남부권의 경우 응답자의 38.1%가 사회복지서비스 이용 경험에 있는 것으로 나타났으며, 수도권은 34.3%, 중부권의 경우 31.5%가 이용 경험에 있는 것으로 나타났다.

경제수준별로 구분해 보면 경제수준이 상인 경우 45%가 사회복지 서비스의 이용 경험에 있는 것으로 조사되었으며, 중인 경우 35.1%, 하인 경우 28.5%가 이용경험에 있는 것으로 나타났다.

표 IV-25 사회복지서비스 이용 여부

(단위: %, 명)

구분		사례수	없다	있다	F값 or t값 (p-value)
연령	10대	1,500	65.3	34.7	t=0.077 (p=0.939)
	20대	1,500	65.4	34.6	
	전체	3,000	65.3	34.7	
성별	여성	1,504	64.2	35.8	t=1.275 (p=0.203)
	남성	1,496	66.4	33.6	
	전체	3,000	65.3	34.7	
교육 수준	중졸이하	585	69.1	30.9	F=2.337 (p=0.072)
	고졸이하	1,060	64.7	35.3	
	대학(재)졸	1,288	63.7	36.3	
	대학원이상	67	73.1	26.9	
	전체	3,000	65.3	34.7	

구분		사례수	없다	있다	F값 or t값 (p-value)
부모 직업	공직자	415	60.2	39.8	F=1.854 (p=0.099)
	회사원	1,268	64.4	35.6	
	일용직	175	68.6	31.4	
	자영업	910	67.9	32.1	
	농수축산업	83	68.7	31.3	
	무직	149	66.4	33.6	
	전체	3,000	65.3	34.7	
거주 지역	수도권	1,528	65.7	34.3	F=3.685 (p=0.025*)
	중부권	680	68.5	31.5	
	남부권	792	61.9	38.1	
	전체	3,000	65.3	34.7	
경제 수준	하	537	71.5	28.5	F=10.043 (p=0.000***)
	중	2,234	64.9	35.1	
	상	229	55.0	45.0	
	전체	3,000	65.3	34.7	

– 유의도 : * <0.05, ** <0.01, *** <0.001

사회적기업의 제품 및 서비스 이용 경험 중 사회적기업의 문화예술관광 서비스 이용 경험여부를 조사하여 배경변인별로 구분하여 분석한 결과는 <표 IV-26>에 제시된 바와 같다.

전체 응답을 기준으로 볼 때 문화예술관광 서비스의 이용 경험이 있다는 응답이 36.9%, 이용 경험이 없다는 응답이 66.3%로 나타났다. 배경변인별 응답 차이를 자세하게 살펴보면 10대의 경우 문화예술관광 서비스 이용 경험이 있다는 응답이 전체 응답자의 40.2%였으며 20대의 경우 33.7%로 차이를 보였다.

여성의 경우 문화예술관광 서비스 이용 경험이 있다는 응답이 37.7%, 남성의 경우는 36.2%로 성별에 따른 차이는 크지 않았다. 교육수준별로 비교해 보면 고졸이하의 경우 문화예술관광 서비스 이용 경험이 있는 비율이 39.5%로 다른 교육수준 집단에 비해 가장 이용 경험이 많았으며 중졸이하 38.3%, 대학(재)졸 34.5% 대학원 이상 31.3% 등의 순으로 이용 경험이 많은 것을 알 수 있다.

부모직업별로 구분해 보면 부모직업이 공직자인 경우 응답자의 44.8%가 문화예술관광서비스의 이용경험이 있는 것으로 나타났으며, 일용직의 경우 41.1%, 농수축산업의 경우 41.0% 등으로 이용경험이 있는 것으로 나타났으며, 부모직업이 무직인 경우 응답자의 28.2%만이 이용경험이

있는 것으로 나타나 차이를 보였다.

거주지역별로 살펴보면, 남부권 거주 응답자의 경우 44.7%가 문화예술관광서비스 이용 경험에 있는 것으로 나타났으며, 중부권의 경우 34.6%, 수도권 지역의 경우 34.0%의 응답자가 이용 경험에 있는 것으로 조사되었다.

경제수준별로 살펴보면 경제수준이 상인 경우 응답자의 45.0%가 문화예술관광서비스의 이용 경험에 있는 것으로 나타났으며, 중 37.9%, 하 29.6%의 응답자가 이용 경험에 있는 것으로 나타나 경제수준별로 응답의 차이를 보였다.

표 IV-26 문화예술관광서비스 이용 여부

(단위: %,명)

구분		사례수	없다	있다	F값 or t값 (p-value)
연령	10대	1,500	59.8	40.2	t=3.715 (p=0.000***)
	20대	1,500	66.3	33.7	
	전체	3,000	63.1	36.9	
성별	여성	1,504	62.3	37.7	t=0.872 (p=0.383)
	남성	1,496	63.8	36.2	
	전체	3,000	63.1	36.9	
교육 수준	중졸이하	585	61.7	38.3	F=2.595 (p=0.051)
	고졸이하	1,060	60.5	39.5	
	대학(재)졸	1,288	65.5	34.5	
	대학원이상	67	68.7	31.3	
	전체	3,000	63.1	36.9	
부모 직업	공직자	415	55.2	44.8	F=3.963 (p=0.001**)
	회사원	1,268	64.6	35.4	
	일용직	175	58.9	41.1	
	자영업	910	64.3	35.7	
	농수축산업	83	59.0	41.0	
	무직	149	71.8	28.2	
	전체	3,000	63.1	36.9	
거주 지역	수도권	1,528	66.0	34.0	F=14.075 (p=0.000***)
	중부권	680	65.4	34.6	
	남부권	792	55.3	44.7	
	전체	3,000	63.1	36.9	
경제 수준	하	537	70.4	29.6	F=9.84 (p=0.000***)
	중	2,234	62.1	37.9	
	상	229	55.0	45.0	
	전체	3,000	63.1	36.9	

- 유의도 : * <0.05, ** <0.01, *** <0.001

사회적기업의 제품 및 서비스 이용 경험 중 사회적기업의 보건, 간병 및 가사지원 서비스 이용 경험여부를 배경변인별로 구분하여 분석한 결과는 <표 IV-27>과 같다.

전체 응답자의 15.4%가 보건, 간병 및 가사지원 서비스를 이용한 경험이 있는 것으로 나타났으며, 84.6%는 이용 경험이 없는 것으로 조사되었다.

보건, 간병 및 가사지원 서비스를 받아본 경험이 있는 응답 비율 위주로 배경변인별로 비교하면 10대의 경우 17.3%, 20대의 경우 13.5%가 보건, 간병 및 가사지원 서비스를 받아본 경험이 있는 것으로 조사되었으며, 남성의 18.1%, 여성의 12.7%가 보건, 간병 및 가사지원 서비스를 받아본 경험이 있는 것으로 나타나 연령대별, 성별로 차이를 보였다.

교육수준별로 구분해서 살펴보면 고졸이하의 경우 17.6%가 보건, 간병 및 가사지원 서비스를 받아본 경험이 있는 것으로 나타났으며, 중졸이하 15.0%, 대학(재)졸 14.1%, 대학원 이상 9.0%가 경험이 있는 것으로 나타났다.

응답자 부모의 직업별로 구분해서 살펴보면 부모의 직업이 공직자인 경우 22.4%의 응답자가 보건, 간병 및 가사지원 이용 경험이 있는 것으로 나타났으며, 일용직 19.4%, 농수축산업 16.9%, 회사원 14.4%, 자영업 13.1%, 무직 12.8%가 이용 경험이 있는 것으로 응답하였다.

거주지역별로 비교해 보면 남부권 응답자의 18.9%가 보건, 간병 및 가사지원 서비스 이용 경험이 있는 것으로 나타났으며, 수도권 15.3%, 중부권 11.5%가 이용 경험이 있는 것으로 조사되었다.

경제수준별로 구분해 보면 상인 경우 응답자의 23.1%가 보건, 간병 및 가사지원 서비스 이용 경험이 있는 것으로 나타났으며, 중 15.4%, 하 11.9%의 응답자가 이용 경험이 있다고 응답하였다.

표 IV-27 보건, 간병 및 가사지원 이용 여부

(단위: %, 명)

구분		사례수	없다	있다	F값 or t값 (p-value)
연령	10대	1,500	82.7	17.3	t=2.835 (p=0.005**)
	20대	1,500	86.5	13.5	
	전체	3,000	84.6	15.4	
성별	여성	1,504	87.3	12.7	t=4.119 (p=0.000***)
	남성	1,496	81.9	18.1	
	전체	3,000	84.6	15.4	

구분		사례수	없다	있다	F값 or t값 (p-value)
교육 수준	중졸이하	585	85.0	15.0	F=2.695 (p=0.044*)
	고졸이하	1,060	82.4	17.6	
	대학(재)졸	1,288	85.9	14.1	
	대학원이상	67	91.0	9.0	
	전체	3,000	84.6	15.4	
부모 직업	공직자	415	77.6	22.4	F=4.718 (p=0.000***)
	회사원	1,268	85.6	14.4	
	일용직	175	80.6	19.4	
	자영업	910	86.9	13.1	
	농수축산업	83	83.1	16.9	
	무직	149	87.2	12.8	
	전체	3,000	84.6	15.4	
거주 지역	수도권	1,528	84.7	15.3	F=7.875 (p=0.000***)
	중부권	680	88.5	11.5	
	남부권	792	81.1	18.9	
	전체	3,000	84.6	15.4	
경제 수준	하	537	88.1	11.9	F=7.803 (p=0.000***)
	중	2,234	84.6	15.4	
	상	229	76.9	23.1	
	전체	3,000	84.6	15.4	

- 유의도 : * <0.05, ** <0.01, *** <0.001

사회적기업의 제품 및 서비스 이용 경험 중 사회적기업의 교육서비스 이용 경험여부를 조사하여 배경변인별로 구분하여 분석한 결과는 <표 IV-28>에 제시된 바와 같다.

전체응답자의 응답비율을 보면 22.3%가 이용 경험이 있었으며, 77.7%는 이용 경험이 없는 것으로 조사되었다. 배경변인별로 구분하여 교육서비스 이용 경험이 있는 비율을 비교해 보면 10대의 경우 26.1%가 교육서비스 이용 경험이 있는 것으로 나타나 20대(18.5%)와 차이를 보였으며, 남성의 경우 이용 경험이 있는 비율이 22.6%, 여성의 경우 22.0%로 성별에 따른 차이는 거의 없었다.

응답자의 교육수준별로 살펴보면 중졸이하의 경우 응답자의 29.2%가 교육서비스의 이용 경험이 있다고 응답하여 이용 경험이 가장 많은 집단이었고, 고졸이하의 이용 경험은 23.3%, 대학(재)졸 18.9%, 대학원 이상 10.4%로 나타나 학력 수준이 낮을수록 교육서비스 이용 경험이

많은 것으로 나타났다.

응답자 부모의 직업별로 구분하여 살펴보면 부모 직업이 일용직인 경우 응답자의 34.3%가 교육서비스의 이용 경험이 있는 것으로 나타났으며, 공직자인 경우 28.2%, 농수축산업인 경우 25.3% 등의 응답분포를 보였다.

거주지역별로 구분해 보면 남부권인 경우 27.0%가 교육서비스 이용 경험이 있는 것으로 나타났으며, 중부권 21.6%, 수도권 20.2%로 조사되었으며, 경제수준별로 구분해 보면 상인 경우 27.1%가 교육서비스 이용 경험이 있는 것으로 나타났으며, 하 22.2%, 중 21.8%로 조사되었다.

표 IV-28 교육서비스 이용 여부

(단위: %, 명)

구분		사례수	없다	있다	F값 or t값 (p-value)
연령	10대	1,500	73.9	26.1	t=5.064 (p=0.000***)
	20대	1,500	81.5	18.5	
	전체	3,000	77.7	22.3	
성별	여성	1,504	78.0	22.0	t=0.385 (p=0.700)
	남성	1,496	77.4	22.6	
	전체	3,000	77.7	22.3	
교육 수준	중졸이하	585	70.8	29.2	F=10.303 (p=0.000***)
	고졸이하	1,060	76.7	23.3	
	대학(재)졸	1,288	81.1	18.9	
	대학원이상	67	89.6	10.4	
	전체	3,000	77.7	22.3	
부모 직업	공직자	415	71.8	28.2	F=5.847 (p=0.000***)
	회사원	1,268	79.7	20.3	
	일용직	175	65.7	34.3	
	자영업	910	79.7	20.3	
	농수축산업	83	74.7	25.3	
	무직	149	80.5	19.5	
	전체	3,000	77.7	22.3	
거주 지역	수도권	1,528	79.8	20.2	F=7.236 (p=0.001***)
	중부권	680	78.4	21.6	
	남부권	792	73.0	27.0	
	전체	3,000	77.7	22.3	
경제 수준	하	537	77.8	22.2	F=1.643 (p=0.194)
	중	2,234	78.2	21.8	
	상	229	72.9	27.1	
	전체	3,000	77.7	22.3	

- 유의도 : * <0.05, ** <0.01, *** <0.001

사회적기업의 제품 및 서비스 이용 경험 중 사회적기업의 보육서비스 이용 경험여부를 조사하여 그 응답 빈도를 배경변인별로 구분하여 분석한 결과는 <표 IV-29>와 같다.

전체 응답자 중 14.7%만이 사회적기업의 보육서비스를 받은 경험이 있다고 응답하였으며, 85.3%는 경험이 없다고 응답하였다.

사회적기업의 보육서비스를 받은 경험이 있다는 응답 비율을 배경변인별로 구분하여 살펴보면 10대의 경우 17.3%가 경험이 있다고 응답하였으며, 20대의 경우 12.1%가 경험이 있다고 응답하여 연령별로 차이를 보였다. 성별로 살펴보면 남성의 17.7%가 사회적기업의 보육서비스를 받은 경험이 있다고 응답하였으며, 여성의 11.7%가 경험이 있다고 응답하여 차이를 보였다.

교육수준별로 살펴보면 중졸이하의 17.3%가 보육서비스 이용 경험이 있다고 응답하였으며, 고졸이하는 16.1%, 대학원(재)졸의 경우 12.8%, 대학원 이상인 경우 6.0%가 이용 경험이 있는 것으로 나타났다.

부모 직업별로 구분해서 살펴보면 일용직의 20.0%가 보육서비스를 이용 경험이 있다고 응답하였으며, 공직자와 농수축산업 각각 19.3%, 무직 14.1%, 자영업 14.0%, 회사원 12.8%가 이용 경험이 있다고 응답하였다.

거주지역 별로 구분하여 보면 남부권 응답자의 20.1%가 보육서비스 이용 경험 있는 것으로 나타났으며, 수도권의 13.0%, 중부권의 12.4% 응답자가 이용 경험이 있다고 응답하였다.

경제수준별로 구분해 보면 상인 경우 24.0%가 이용 경험이 있다고 응답하였으며, 중인 경우 14.2%, 하인 경우 12.7%의 응답자가 이용 경험이 있는 것으로 조사되었다.

표 IV-29 **보육서비스 이용 여부**

					(단위: %,명)
구분		사례수	없다	있다	F값 or t값 (p-value)
연령	10대	1,500	82.7	17.3	t=3.979 (p=0.000***)
	20대	1,500	87.9	12.1	
	전체	3,000	85.3	14.7	
성별	여성	1,504	88.3	11.7	t=4.665 (p=0.000***)
	남성	1,496	82.3	17.7	
	전체	3,000	85.3	14.7	

구분		사례수	없다	있다	F값 or t값 (p-value)
교육 수준	중졸이하	585	82.7	17.3	F=4.193 (p=0.006**)
	고졸이하	1,060	83.9	16.1	
	대학(재)졸	1,288	87.2	12.8	
	대학원이상	67	94.0	6.0	
	전체	3,000	85.3	14.7	
부모 직업	공직자	415	80.7	19.3	F=3.297 (p=0.006**)
	회사원	1,268	87.2	12.8	
	일용직	175	80.0	20.0	
	자영업	910	86.0	14.0	
	농수축산업	83	80.7	19.3	
	무직	149	85.9	14.1	
	전체	3,000	85.3	14.7	
거주 지역	수도권	1,528	87.0	13.0	F=12.561 (p=0.000***)
	중부권	680	87.6	12.4	
	남부권	792	79.9	20.1	
	전체	3,000	85.3	14.7	
경제 수준	하	537	87.3	12.7	F=9.054 (p=0.000***)
	중	2,234	85.8	14.2	
	상	229	76.0	24.0	
	전체	3,000	85.3	14.7	

- 유의도 : * <0.05, ** <0.01, *** <0.001

5) 사회적기업의 제품 및 서비스에 대한 만족도

사회적기업의 제품 및 서비스에 대한 만족도 중 구매제품의 만족도를 분석한 결과는 <표 IV-30>과 같다.

배경변인별로 구분하여 평균점수를 비교해 보면 20대의 평균점수는 3.19점으로 10대는 3.00점으로 20대의 경우 만족도가 더 높았다.

교육수준에 따라 비교해 보면 대학(재)졸의 경우 평균점수가 3.22점으로 가장 높았으며 대학원 이상 3.15점, 고졸이하 3.01점, 중졸이하 2.98점의 순으로 나타났다.

부모직업별로 구분해 보면 응답자의 부모가 공직자인 경우 3.16점으로 가장 높은 점수를 보였으며, 농수축산업의 경우 3.14점, 무직과 회사원의 경우 각각 3.12점의 순으로 조사되었다.

거주지역별로 구분해 보면 중부권의 경우 3.17점, 남부권 3.12점, 수도권 의 경우 3.05점의 순으로 조사되었다.

경제수준별로 구분해 보면 상인 경우 3.12점, 중인 경우 3.11점으로 하인 경우 3.01점보다 높게 나타났다.

표 IV-30 구매제품 만족도

(단위: %, 점)

구분		사례수	전혀 그렇지 않다	그렇지 않다	보통 이다	그렇다	매우 그렇다	평균	F값 or t값 (p-value)
연령	10대	1,500	4.3	15.3	59.1	18.8	2.5	3.00	t=7.085 (p=0.000***)
	20대	1,500	2.4	9.2	57.3	29.0	2.1	3.19	
	전체	3,000	3.4	12.3	58.2	23.9	2.3	3.10	
성별	여성	1,504	2.7	12.4	60.4	22.7	1.9	3.09	t=0.570 (p=0.569)
	남성	1,496	4.1	12.2	55.9	25.1	2.7	3.10	
	전체	3,000	3.4	12.3	58.2	23.9	2.3	3.10	
교육 수준	중졸이하	585	3.6	16.4	61.0	16.2	2.7	2.98	F=20.091 (p=0.000***)
	고졸이하	1,060	4.8	14.4	58.3	20.0	2.5	3.01	
	대학(재)졸	1,288	2.1	8.6	57.0	30.3	2.0	3.22	
	대학원이상	67	3.0	11.9	53.7	29.9	1.5	3.15	
	전체	3,000	3.4	12.3	58.2	23.9	2.3	3.10	
부모 직업	공직자	415	2.2	10.6	58.6	26.0	2.7	3.16	F=2.305 (p=0.042*)
	회사원	1,268	3.9	11.4	56.2	26.5	2.1	3.12	
	일용직	175	3.4	12.6	62.9	20.0	1.1	3.03	
	자영업	910	3.5	14.1	59.6	20.9	2.0	3.04	
	농수축산업	83	3.6	9.6	61.4	19.3	6.0	3.14	
	무직	149	1.3	14.8	58.4	21.5	4.0	3.12	
	전체	3,000	3.4	12.3	58.2	23.9	2.3	3.10	
거주 지역	수도권	1,528	4.3	13.0	58.4	22.1	2.2	3.05	F=6.495 (p=0.002**)
	중부권	680	2.4	9.7	59.1	26.5	2.4	3.17	
	남부권	792	2.4	13.1	56.8	25.1	2.5	3.12	
	전체	3,000	3.4	12.3	58.2	23.9	2.3	3.10	
경제 수준	하	537	4.1	13.8	60.0	21.0	1.1	3.01	F=3.804 (p=0.022*)
	중	2,234	3.1	11.6	58.5	24.4	2.4	3.11	
	상	229	3.9	15.3	50.2	26.2	4.4	3.12	
	전체	3,000	3.4	12.3	58.2	23.9	2.3	3.10	

- 유의도 : * <0.05, ** <0.01, *** <0.001

사회적기업의 제품 및 서비스에 대한 만족도 중 사회적기업의 사회서비스 만족도를 분석한 결과는 <표 IV-31>에 제시된 바와 같다.

평균점수를 기준으로 배경변인에 따라 구체적으로 살펴보면 20대의 경우 3.16점, 10대 2.94점으로 20대가 10대보다 사회서비스에 대한 만족도가 높은 것으로 나타났다.

성별로 구분해 보면 여성은 3.06점, 남성은 3.05점으로 성별에 따라 큰 차이가 보이지 않았다.

교육수준별로 구분해서 평균점수를 비교하면 대학(재)졸의 경우 3.19점으로 가장 점수가 높았으며, 대학원 이상 3.01점, 고졸이하 2.95점, 중졸이하 2.94점을 순으로 나타났다.

부모의 직업별로 구분해 비교하면 농수축산업의 평균점수가 3.17점으로 가장 높게 나타났으며, 공직자 3.12점, 회사원 3.07점, 무직 3.06점 등의 순으로 나타났다.

거주지역별로 구분해서 살펴보면 남부권의 경우 3.12점으로 수도권(3.03), 중부권(3.03점)보다 높게 나타났으며, 경제수준별로 구분해서 보면 중인 경우는 3.08점, 상인 경우 3.07점으로 하(2.96점)에 비해 만족도가 높은 것으로 나타났다.

표 IV-31 사회적서비스 만족도

(단위: %, 점)

구분		사례수	전혀 그렇지 않다	그렇지 않다	보통 이다	그렇다	매우 그렇다	평균	F값 or t값 (p-value)
연령	10대	1,500	5.2	18.5	55.0	19.2	2.1	2.94	t=7.621 (p=0.000***)
	20대	1,500	2.8	11.1	55.7	27.9	2.5	3.16	
	전체	3,000	4.0	14.8	55.3	23.6	2.3	3.05	
성별	여성	1,504	3.9	13.5	57.7	23.1	1.9	3.06	t=0.151 (p=0.880)
	남성	1,496	4.1	16.1	52.9	24.1	2.7	3.05	
	전체	3,000	4.0	14.8	55.3	23.6	2.3	3.05	
교육 수준	중졸이하	585	5.5	19.1	53.5	19.3	2.6	2.94	F=22.547 (p=0.000***)
	고졸이하	1,060	4.9	18.0	55.8	19.4	1.8	2.95	
	대학(재)졸	1,288	2.7	10.1	55.4	29.2	2.6	3.19	
	대학원이상	67	1.5	16.4	62.7	17.9	1.5	3.01	
	전체	3,000	4.0	14.8	55.3	23.6	2.3	3.05	
부모 직업	공직자	415	1.9	12.8	58.8	24.6	1.9	3.12	F=2.145 (p=0.057)
	회사원	1,268	5.2	12.9	53.9	25.2	2.7	3.07	
	일용직	175	3.4	18.3	56.0	21.1	1.1	2.98	
	자영업	910	3.7	17.8	55.2	21.3	2.0	3.00	
	농수축산업	83	3.6	13.3	51.8	25.3	6.0	3.17	
	무직	149	2.0	14.8	59.7	22.1	1.3	3.06	
	전체	3,000	4.0	14.8	55.3	23.6	2.3	3.05	

구분		사례수	전혀 그렇지 않다	그렇지 않다	보통 이다	그렇다	매우 그렇다	평균	F값 or t값 (p-value)
거주 지역	수도권	1,528	4.6	13.5	58.8	20.4	2.6	3.03	F=4.183 (p=0.015*)
	중부권	680	3.4	18.1	52.2	24.9	1.5	3.03	
	남부권	792	3.3	14.4	51.4	28.5	2.4	3.12	
	전체	3,000	4.0	14.8	55.3	23.6	2.3	3.05	
경제 수준	하	537	4.8	16.8	56.8	21.0	0.6	2.96	F=4.828 (p=0.008**)
	중	2,234	3.7	13.8	56.2	23.9	2.4	3.08	
	상	229	4.8	20.1	43.7	26.2	5.2	3.07	
	전체	3,000	4.0	14.8	55.3	23.6	2.3	3.05	

– 유의도 : * <0.05, ** <0.01, *** <0.001

사회적기업의 제품 및 서비스에 대한 만족도 중 사회적기업 제품 재구매 의사를 분석한 결과는 <표 IV-32>에 제시된 바와 같다.

연령별로는 20대는 3.30점으로 10대(3.05점)보다 높게 나타났으며, 여성과 남성은 각각 3.18점으로 차이가 없었다.

교육수준별로 구분하여 비교하면 대학(재)졸의 경우 3.33점으로 가장 높은 점수를 보였으며, 대학원이상 3.31점으로 높게 나타난 반면 고졸이하는 3.07, 중졸이하는 3.02점으로 낮게 나타났다.

응답자 부모의 직업으로 구분해 살펴보면 부모 직업이 무직의 경우 3.26점으로 가장 높은 점수를 보였으며, 농수축산업과 공직자의 경우 각각 3.24점, 회사원 3.18점 등의 순으로 나타났다.

거주지역별로 구분해 보면 남부권 3.24점, 중부권 3.21점, 수도권 3.12점의 순으로 나타났으며, 경제수준별로 비교하면, 상인 경우 3.23점으로 가장 높게 나타났으며, 중 3.18점, 하 3.12점의 순으로 나타났다.

표 IV-32 사회적기업 제품 재구매 의사

(단위: %, 점)

구분		사례수	전혀 그렇지 않다	그렇지 않다	보통 이다	그렇다	매우 그렇다	평균	F값 or t값 (p-value)
연령	10대	1,500	5.7	15.6	50.2	25.1	3.5	3.05	t=7.961 (p=0.000***)
	20대	1,500	3.2	9.5	47.3	34.2	5.9	3.30	
	전체	3,000	4.4	12.5	48.7	29.6	4.7	3.18	

구분		사례수	전혀 그렇지 않다	그렇지 않다	보통 이다	그렇다	매우 그렇다	평균	F값 or t값 (p-value)
성별	여성	1,504	4.2	11.4	51.8	27.9	4.7	3.18	t=0.033 (p=0.973)
	남성	1,496	4.7	13.7	45.7	31.4	4.6	3.18	
	전체	3,000	4.4	12.5	48.7	29.6	4.7	3.18	
교육 수준	중졸이하	585	5.6	16.6	51.5	22.7	3.6	3.02	F=25.26 (p=0.000***)
	고졸이하	1,060	5.8	14.5	50.0	26.3	3.4	3.07	
	대학(재)졸	1,288	2.9	9.3	46.5	35.0	6.3	3.33	
	대학원이상	67	3.0	7.5	47.8	38.8	3.0	3.31	
	전체	3,000	4.4	12.5	48.7	29.6	4.7	3.18	
부모 직업	공직자	415	2.7	12.0	49.2	31.1	5.1	3.24	F=1.489 (p=0.19)
	회사원	1,268	4.7	12.7	47.6	29.7	5.3	3.18	
	일용직	175	4.6	12.0	52.6	24.0	6.9	3.17	
	자영업	910	5.4	12.6	49.8	28.8	3.4	3.12	
	농수축산업	83	2.4	10.8	50.6	32.5	3.6	3.24	
	무직	149	2.0	13.4	45.6	34.9	4.0	3.26	
	전체	3,000	4.4	12.5	48.7	29.6	4.7	3.18	
거주 지역	수도권	1,528	4.8	12.6	52.7	25.1	4.8	3.13	F=5.23 (p=0.005**)
	중부권	680	4.3	12.2	45.6	34.0	4.0	3.21	
	남부권	792	3.9	12.8	43.7	34.7	4.9	3.24	
	전체	3,000	4.4	12.5	48.7	29.6	4.7	3.18	
경제 수준	하	537	4.3	13.8	50.5	28.1	3.4	3.12	F=1.394 (p=0.248)
	중	2,234	4.4	12.0	49.0	30.3	4.4	3.18	
	상	229	5.2	14.8	42.4	27.1	10.5	3.23	
	전체	3,000	4.4	12.5	48.7	29.6	4.7	3.18	

- 유의도 : * <0.05, ** <0.01, *** <0.001

사회적기업의 제품 및 서비스에 대한 만족도 중 사회서비스 계속 이용 의사를 분석한 결과는 <표 IV-33>에 제시된 바와 같다.

연령대별로는 20대의 평균점수가 3.29점, 10대의 평균점수가 3.02점으로 20대가 10대보다 사회적기업의 사회서비스를 계속 이용하고 싶어 하는 것으로 나타났다.

성별로는 남성의 평균점수는 3.16점, 여성의 평균점수는 3.15점으로 성별에 따른 차이가 나타나지 않았다.

교육수준별로 구분하여 비교하면 대학(재)졸과 대학원이상의 경우 각각 3.31점으로 중졸이하(3.04점), 고졸이하(3.02점)보다 높은 점수를 보였다.

부모직업별로 살펴보면 응답자 부모의 직업이 농수축산업인 경우 3.31점으로 가장 높은 점수를 보였으며, 무직과 공직자가 각각 3.21점, 일용직이 3.17점 등의 순으로 조사되었다.

응답자의 거주지역별로 살펴보면 중부권의 평균점수가 3.25점으로 가장 높았으며 남부권 3.16점, 수도권 3.11점으로 나타났다. 마지막으로 경제수준별로 구분해보면 중인 경우 3.18점, 상인 경우 3.10점, 하인 경우 3.09점으로 조사되었다.

표 IV-33 사회서비스 계속 이용 의사

(단위: %, 점)

구분		사례수	전혀 그렇지 않다	그렇지 않다	보통 이다	그렇다	매우 그렇다	평균	F값 or t값 (p-value)
연령	10대	1,500	5.2	16.6	54.0	19.7	4.5	3.02	t=8.842 (p=0.000***)
	20대	1,500	3.3	8.5	49.5	33.3	5.4	3.29	
	전체	3,000	4.2	12.6	51.7	26.5	5.0	3.15	
성별	여성	1,504	3.9	12.4	52.7	27.0	3.9	3.15	t=0.537 (p=0.591)
	남성	1,496	4.5	12.7	50.7	26.0	6.0	3.16	
	전체	3,000	4.2	12.6	51.7	26.5	5.0	3.15	
교육 수준	중졸이하	585	4.8	16.9	53.8	18.3	6.2	3.04	F=27.814 (p=0.000***)
	고졸이하	1,060	5.7	15.6	53.7	21.5	3.6	3.02	
	대학(재)졸	1,288	2.8	8.2	49.8	33.9	5.4	3.31	
	대학원이상	67	4.5	11.9	40.3	34.3	9.0	3.31	
	전체	3,000	4.2	12.6	51.7	26.5	5.0	3.15	
부모 직업	공직자	415	3.1	10.6	53.3	27.7	5.3	3.21	F=1.742 (p=0.121)
	회사원	1,268	4.7	12.5	51.1	26.3	5.3	3.15	
	일용직	175	2.9	14.3	53.1	22.3	7.4	3.17	
	자영업	910	4.6	13.6	51.9	26.4	3.5	3.11	
	농수축산업	83	3.6	10.8	44.6	32.5	8.4	3.31	
	무직	149	2.7	10.7	54.4	26.8	5.4	3.21	
	전체	3,000	4.2	12.6	51.7	26.5	5.0	3.15	
거주 지역	수도권	1,528	4.5	12.2	55.3	23.9	4.1	3.11	F=6.245 (p=0.002**)
	중부권	680	3.2	11.8	48.8	29.3	6.9	3.25	
	남부권	792	4.5	14.0	47.3	29.2	4.9	3.16	
	전체	3,000	4.2	12.6	51.7	26.5	5.0	3.15	

구분		사례수	전혀 그렇지 않다	그렇지 않다	보통 이다	그렇다	매우 그렇다	평균	F값 or t값 (p-value)
경제 수준	하	537	5.4	13.2	51.8	26.1	3.5	3.09	F=2.635 (p=0.072)
	중	2,234	3.7	12.1	52.1	27.4	4.8	3.18	
	상	229	7.0	15.7	48.0	19.2	10.0	3.10	
	전체	3,000	4.2	12.6	51.7	26.5	5.0	3.15	

– 유의도 : * <0.05, ** <0.01, *** <0.001

6) 사회적기업의 제품 및 서비스에 대한 선택 및 구매

사회적기업 제품 및 서비스를 구매한 이유에 대한 구체적인 분석 결과는 <표 IV-34>와 같다.

전체 응답을 기준으로 사회적기업 제품 및 서비스 구매 이유를 살펴보면 ‘취약계층 일자리 창출에 도움’에 응답한 비율이 28.0%로 가장 높은 응답을 보였고, ‘사회적기업의 목적에 참여’ 20.7%, ‘복지서비스 질 향상’ 19.1%, ‘환경개선에 도움’ 17.5%, ‘지역사회에 도움’ 14.7%의 순으로 나타났다.

배경변인별로 각 항목의 응답 비율을 비교해 보면 우선 10대의 경우 ‘취약계층 일자리 창출에 도움’에 대한 응답이 25.1%로 가장 높은 비율을 보였으며, ‘환경개선에 도움’ 24.3%, ‘복지서비스 질 향상’ 20.3% 등의 순으로 나타난 반면 20대의 경우 ‘취약계층 일자리 창출에 도움’에 대한 응답이 30.9%로 가장 높은 응답 비율을 보였으며, ‘사회적기업의 목적에 참여’라는 응답이 28.1%, ‘복지서비스의 질 향상’ 18.0% 등의 순으로 나타나 차이를 보였다.

성별로 비교해 보면 여성의 경우 ‘취약계층 일자리 창출에 도움’에 대한 응답이 19.2%, ‘사회적기업의 목적에 참여’ 22.1%, ‘환경개선에 도움’ 17.4%의 순으로 나타난 반면 남성의 경우 ‘취약계층 일자리 창출에 도움’ 26.7%, ‘복지서비스 질 향상’ 21.5%, ‘사회적기업의 목적에 참여’ 19.3% 등의 순으로 나타나 성별에 따른 응답분포에 차이를 보였다.

교육수준별로 비교해보면 중졸이하와 고졸이하 그리고 대학(재)졸의 경우 ‘취약계층 일자리 창출에 도움’에 대한 응답률이 각각 25.0%, 26.7%, 30.9%로 가장 높은 응답을 보인 항목이었지만 대학원 이상의 경우 ‘사회적기업의 목적에 참여’라는 항목의 응답비율이 35.8%로 가장 응답비율이 높아 교육수준별 응답 차이를 보였다.

거주지역별로 구분해 보면 수도권의 경우 ‘취약계층 일자리 창출에 도움’에 대한 응답이 29.6%로 가장 높았으며, ‘환경개선에 도움’ 18.7%, ‘복지서비스 질 향상’ 18.6% 등의 순으로

나타났으며, 중부권의 경우 ‘사회적기업의 목적에 참여’라는 응답이 26.3%로 가장 높은 응답률을 나타냈으며 ‘취약계층 일자리 창출에 도움’ 26.2% 등의 순으로 나타났다. 남부권의 경우 ‘취약계층 일자리 창출에 도움’에 대한 응답이 26.3%로 나타났으며, ‘복지서비스 질 향상’ 21.2%, ‘사회적기업 목적에 참여’ 20.3% 등의 순으로 나타나 차이를 보였다.

부모직업과 경제수준에 따라서는 통계적으로 유의한 차이가 나타나지 않았다.

표 IV-34 사회적기업의 제품 및 서비스 구매 이유

(단위: %)

구분		사례수	취약 계층 일자리 창출에 도움	환경 개선에 도움	복지 서비스 질 향상	사회적 기업의 목적에 참여	지역 사회에 도움	χ^2 값 (p-value)
연령	10대	1,500	25.1	24.3	20.3	13.3	17.1	$\chi^2=183.185$ ($p=0.000^{***}$)
	20대	1,500	30.9	10.6	18.0	28.1	12.4	
	전체	3,000	28.0	17.5	19.1	20.7	14.7	
성별	여성	1,504	29.2	17.4	16.8	22.1	14.4	$\chi^2=13.253$ ($p=0.010^*$)
	남성	1,496	26.7	17.5	21.5	19.3	15.0	
	전체	3,000	28.0	17.5	19.1	20.7	14.7	
교육 수준	중졸이하	585	25.0	23.4	20.3	13.7	17.6	$\chi^2=177.88$ ($p=0.000^{***}$)
	고졸이하	1,060	26.7	23.4	19.9	14.0	16.0	
	대학(재)졸	1,288	30.9	10.1	18.0	28.6	12.3	
	대학원이상	67	17.9	13.4	17.9	35.8	14.9	
	전체	3,000	28.0	17.5	19.1	20.7	14.7	
부모 직업	공직자	415	28.9	18.8	20.2	18.1	14.0	$\chi^2=13.032$ ($p=0.876$)
	회사원	1,268	27.1	18.4	18.9	20.4	15.2	
	일용직	175	23.4	15.4	24.0	23.4	13.7	
	자영업	910	29.8	16.4	18.1	21.1	14.6	
	농수축산업	83	24.1	18.1	16.9	25.3	15.7	
	무직	149	29.5	14.8	19.5	22.1	14.1	
	전체	3,000	28.0	17.5	19.1	20.7	14.7	
거주 지역	수도권	1,528	29.6	18.7	18.6	18.4	14.7	$\chi^2=25.447$ ($p=0.000^{***}$)
	중부권	680	26.2	16.6	17.9	26.3	12.9	
	남부권	792	26.3	15.9	21.2	20.3	16.3	
	전체	3,000	28.0	17.5	19.1	20.7	14.7	
경제 수준	하	537	29.8	12.1	19.4	25.0	13.8	$\chi^2=1.492$ ($p=0.225$)
	중	2,234	28.2	18.5	18.8	19.6	14.9	
	상	229	21.0	20.1	22.3	21.4	15.3	
	전체	3,000	28.0	17.5	19.1	20.7	14.7	

– 유의도 : * <0.05, ** <0.01, *** <0.001

사회적기업 제품 및 서비스를 구매하지 않은 이유를 알아보기 위해 ‘①제품과 서비스를 믿기 어려워서’, ‘②가격이 싸지 않아서’, ‘③사회적기업 제품과 서비스를 잘 모르기 때문에’, ‘④개인적으로 선호하는 제품과 서비스가 있어서’, ‘⑤취약계층에 대한 거부감이 있어서’ 등 5개 항목을 제시하고 가장 적합한 항목에 표시하는 방식으로 조사하였다.

조사된 내용을 취합하여 항목의 응답비율을 분석하고 이를 배경변인별로 구분해서 비교한 결과는 <표Ⅳ-35>에 제시된 바와 같다.

전체 응답자의 41.9%가 ‘사회적기업 제품과 서비스를 잘 모르기 때문에’라고 응답하였으며, ‘개인적으로 선호하는 제품과 서비스가 있어서’ 21.9%, ‘가격이 싸지 않아서’ 17.3%, ‘제품과 서비스를 믿기 어려워서’ 15.6%, ‘취약계층에 대한 거부감이 있어서’ 3.3% 등의 순으로 조사되었다. 배경변인별로 구분해서 가장 응답이 많이 나온 2개 항목의 비율을 중심으로 비교해 보면 10대의 경우 ‘사회적기업 제품과 서비스를 잘 모르기 때문에’라는 항목의 응답이 39.0%, ‘제품과 서비스를 믿기 어려워서’ 19.2%의 순으로 나타났으며, 20대의 경우 ‘사회적기업 제품과 서비스를 잘 모르기 때문에’ 44.7%, ‘개인적으로 선호하는 제품과 서비스가 있어서’ 35.3%의 순으로 나타나 연령에 따른 응답차이가 있었다.

성별로 구분해서 살펴보면 여성의 경우 ‘사회적기업 제품과 서비스를 잘 모르기 때문에’ 44.6%, ‘개인적으로 선호하는 제품과 서비스가 있어서’ 21.7%의 순으로 나타났으며, 남성의 경우 ‘사회적기업 제품과 서비스를 잘 모르기 때문에’ 39.1%, ‘개인적으로 선호하는 제품과 서비스가 있어서’ 22.1%의 순으로 나타나 그 응답비율에 다소 차이가 있었다.

교육수준별로 비교해 보면 중졸이하의 경우 ‘사회적기업 제품과 서비스를 잘 모르기 때문에’ 36.4%, ‘제품과 서비스를 믿기 어려워서’ 21.4%의 순으로 나타났으며, 고졸이하의 경우 ‘사회적기업 제품과 서비스를 잘 모르기 때문에’ 40.8%, ‘개인적으로 선호하는 제품과 서비스가 있어서’ 20.6%의 순으로 나타났고, 대학(재)졸의 경우 ‘사회적기업 제품과 서비스를 잘 모르기 때문에’ 44.7%, ‘개인적으로 선호하는 제품과 서비스가 있어서’ 25.5%의 순으로 나타났으며, 대학원이상의 경우 ‘사회적기업 제품과 서비스를 잘 모르기 때문에’ 52.2%, ‘개인적으로 선호하는 제품과 서비스가 있어서’ 29.9%의 순으로 나타나 응답자의 교육수준에 따라 응답비율에 차이를 보였다.

거주지역별로 비교해 보면 수도권의 경우 ‘사회적기업 제품과 서비스를 잘 모르기 때문에’ 44.4%, ‘개인적으로 선호하는 제품과 서비스가 있어서’ 20.9%의 순으로 나타났으며, 중부권의 경우 ‘사회적기업 제품과 서비스를 잘 모르기 때문에’ 38.8%, ‘제품과 서비스를 믿기 어려워서’와 ‘개인적으로 선호하는 제품과 서비스가 있어서’가 각각 20.0%의 순으로 조사되었으며, 남부권의

경우 ‘사회적기업 제품과 서비스를 잘 모르기 때문에’ 39.5%, ‘개인적으로 선호하는 제품과 서비스가 있어서’ 25.4%의 순으로 나타나 응답자 거주지역별로 응답의 차이가 있었다.

경제수준에 따라 나누어 살펴보면 경제수준이 ‘하’인 경우 ‘사회적기업 제품과 서비스를 잘 모르기 때문에’ 42.8%, ‘가격이 싸지 않아서’ 20.9%의 순으로 나타났으며 ‘중’인 경우 ‘사회적기업 제품과 서비스를 잘 모르기 때문에’ 42.3%, ‘개인적으로 선호하는 제품과 서비스가 있어서’ 22.2%의 순으로 그리고 상인 경우 ‘사회적기업 제품과 서비스를 잘 모르기 때문에’ 41.9%, ‘개인적으로 선호하는 제품과 서비스가 있어서’ 21.9% 등의 순으로 나타나 경제수준에 따른 응답비율 차이가 나타났다.

표 IV-35 사회적기업의 제품 및 서비스 비구매 이유

(단위: %)

구분		사례수	제품과 서비스를 믿기 어려워서	가격이 싸지 않아서	사회적 기업 제품과 서비스를 잘 모르기 때문에	개인 적으로 선호하는 제품과 서비스가 있어서	취약 계층에 대한 거부감이 있어서	χ^2 값 (p-value)
연령	10대	1,500	19.2	18.6	39.0	18.5	4.7	$\chi^2=68.055$ (p=0.000***)
	20대	1,500	12.1	16.0	44.7	25.3	1.9	
	전체	3,000	15.6	17.3	41.9	21.9	3.3	
성별	여성	1,504	14.8	16.2	44.6	21.7	2.7	$\chi^2=12.231$ (p=0.016*)
	남성	1,496	16.5	18.4	39.1	22.1	3.9	
	전체	3,000	15.6	17.3	41.9	21.9	3.3	
교육 수준	중졸이하	585	21.4	20.2	36.4	15.4	6.7	$\chi^2=95.572$ (p=0.000***)
	고졸이하	1,060	17.5	17.9	40.8	20.6	3.3	
	대학(재)졸	1,288	11.9	16.0	44.7	25.5	1.9	
	대학원이상	67	9.0	7.5	52.2	29.9	1.5	
	전체	3,000	15.6	17.3	41.9	21.9	3.3	
부모 직업	공직자	415	15.4	17.3	41.2	21.2	4.8	$\chi^2=26.615$ (p=0.146)
	회사원	1,268	15.9	15.3	42.8	23.3	2.8	
	일용직	175	10.9	21.7	41.1	25.1	1.1	
	자영업	910	16.8	18.7	40.9	20.0	3.6	
	농수축산업	83	13.3	14.5	41.0	25.3	6.0	
	무직	149	14.1	22.1	43.0	18.1	2.7	
	전체	3,000	15.6	17.3	41.9	21.9	3.3	

구분		사례수	제품과 서비스를 믿기 어려워서	가격이 싸지 않아서	사회적 기업 제품과 서비스를 잘 모르기 때문에	개인적으로 선호하는 제품과 서비스가 있어서	취약 계층에 대한 거부감이 있어서	χ^2 값 (p-value)
거주 지역	수도권	1,528	14.6	17.5	44.4	20.9	2.5	$\chi^2=29.783$ (p=0.000***)
	중부권	680	20.0	16.5	38.8	20.0	4.7	
	남부권	792	13.9	17.6	39.5	25.4	3.7	
	전체	3,000	15.6	17.3	41.9	21.9	3.3	
경제 수준	하	537	14.2	20.9	42.8	20.7	1.5	$\chi^2=24.114$ (p=0.000***)
	중	2,234	15.8	16.4	42.3	22.2	3.4	
	상	229	17.5	17.9	35.4	22.3	7.0	
	전체	3,000	15.6	17.3	41.9	21.9	3.3	

– 유의도 : * <0.05, ** <0.01, *** <0.001

사회적기업 제품 및 서비스를 구매하는데 있어 가장 중요하게 생각하는 것을 알아보기 위해 ‘①제품 및 서비스의 품질’, ‘②제품 및 서비스의 가격’, ‘③제품 및 서비스의 사회적 의미’, ‘④제품 및 서비스의 브랜드’, ‘⑤제품 및 서비스의 판매 지역’ 등 5개 항목을 제시하고 가장 적합한 항목에 표시하는 방식으로 조사하였다. 조사된 내용을 분석한 결과는 <표 IV-36>과 같다.

전체 응답자의 39.2%가 ‘제품 및 서비스의 품질’을 가장 중요한 요인으로 꼽았으며, ‘제품 및 서비스의 사회적 의미’ 28.6%, ‘제품 및 서비스의 가격’ 22.0%, ‘제품 및 서비스의 브랜드’ 6.3%, ‘제품 및 서비스의 판매 지역’ 3.9% 등의 순으로 조사되었다.

연령별로는 10대의 경우 ‘제품 및 서비스의 품질’ 39.6%, ‘제품 및 서비스의 가격’ 25.7% 등의 순으로 조사되었지만, 20대의 경우 ‘제품 및 서비스의 품질’ 38.8%, ‘제품 및 서비스의 사회적 의미’ 34.5% 등의 순으로 나타나 연령별로 차이가 있었다.

성별로 비교해 보면 여성의 경우 ‘제품 및 서비스의 품질’ 41.5%, ‘제품 및 서비스의 사회적 의미’ 30.3% 등의 순으로 조사되었으며, 남성의 경우 ‘제품 및 서비스의 품질’ 36.9%, ‘제품 및 서비스의 사회적 의미’ 26.8% 등의 순으로 나타나 성별에 따라 응답비율의 차이가 있었다.

교육수준별로 비교해 보면 중졸이하의 경우 ‘제품 및 서비스의 품질’ 40.5%, ‘제품 및 서비스의 가격’ 25.8% 등의 순으로 나타났으며, 고졸이하의 경우 ‘제품 및 서비스의 품질’ 38.7%, ‘제품

및 서비스의 가격' 25.5% 등의 순으로, 대학(재)졸의 경우 '제품 및 서비스의 품질' 39.0%, '제품 및 서비스의 사회적 의미' 34.5% 등의 순으로, 그리고 대학원 이상의 경우 '제품 및 서비스의 사회적 의미' 41.8%, '제품 및 서비스의 품질' 40.3% 등의 순으로 나타나 차이를 보였다.

경제수준별로 살펴보면 하의 경우 '제품 및 서비스의 품질' 39.9%, '제품 및 서비스의 가격' 24.4% 등의 순으로 조사되었으며, 중의 경우 '제품 및 서비스의 품질' 39.4%, '제품 및 서비스의 가격' 28.7%의 순으로 나타났으며, 상의 경우 '제품 및 서비스의 품질' 39.2%, '제품 및 서비스의 품질'과 '제품 및 서비스의 가격'에 대한 응답비율이 각각 25.7% 등의 순으로 나타나 차이를 보였다.

부모직업과 거주지역에 따른 응답차이는 통계적으로 유의하지 않았다.

표 IV-36 **사회적기업의 제품 및 서비스 구매시 가장 중요한 요인**

(단위: %)

구분		사례수	제품 및 서비스의 품질	제품 및 서비스의 가격	제품 및 서비스의 사회적 의미	제품 및 서비스의 브랜드	제품 및 서비스의 판매 지역	χ^2 값 (p-value)
연령	10대	1,500	39.6	25.7	22.6	6.1	6.0	$\chi^2=88.972$ (p=0.000***)
	20대	1,500	38.8	18.3	34.5	6.5	1.9	
	전체	3,000	39.2	22.0	28.6	6.3	3.9	
성별	여성	1,504	41.5	19.5	30.3	5.1	3.6	$\chi^2=24.014$ (p=0.000***)
	남성	1,496	36.9	24.4	26.8	7.6	4.3	
	전체	3,000	39.2	22.0	28.6	6.3	3.9	
교육 수준	중졸이하	585	40.5	25.8	20.5	7.5	5.6	$\chi^2=96.842$ (p=0.000***)
	고졸이하	1,060	38.7	25.5	25.0	5.2	5.7	
	대학(재)졸	1,288	39.0	18.2	34.5	6.7	1.7	
	대학원이상	67	40.3	6.0	41.8	7.5	4.5	
	전체	3,000	39.2	22.0	28.6	6.3	3.9	
부모 직업	공직자	415	36.1	20.7	30.4	8.2	4.6	$\chi^2=21.178$ (p=0.387)
	회사원	1,268	40.5	20.7	28.8	6.3	3.6	
	일용직	175	36.6	25.1	26.3	8.0	4.0	
	자영업	910	40.4	22.5	27.8	4.9	4.3	
	농수축산업	83	32.5	27.7	24.1	10.8	4.8	
	무직	149	35.6	25.5	31.5	5.4	2.0	
	전체	3,000	39.2	22.0	28.6	6.3	3.9	

구분		사례수	제품 및 서비스의 품질	제품 및 서비스의 가격	제품 및 서비스의 사회적 의미	제품 및 서비스의 브랜드	제품 및 서비스의 판매 지역	χ^2 값 (p-value)
거주 지역	수도권	1,528	39.6	22.6	28.9	5.5	3.4	$\chi^2=13.352$ (p=0.100)
	중부권	680	40.9	21.3	27.2	7.4	3.2	
	남부권	792	37.0	21.3	29.0	7.1	5.6	
	전체	3,000	39.2	22.0	28.6	6.3	3.9	
경제 수준	하	537	39.9	24.4	29.2	4.8	1.7	$\chi^2=17.462$ (p=0.026*)
	중	2,234	39.4	21.0	28.7	6.5	4.3	
	상	229	35.8	25.3	25.3	8.3	5.2	
	전체	3,000	39.2	22.0	28.6	6.3	3.9	

- 유의도 : * <0.05, ** <0.01, *** <0.001

7) 청(소)년 참여확대를 위한 지원 정책

청소년의 사회적기업 참여확대를 위한 지원정책에 대해 ‘①재정지원확대’, ‘②경영지원 컨설팅’, ‘③판로개척’, ‘④전문가 연계지원’, ‘⑤금융지원’, ‘⑥세제지원’, ‘⑦교육지원’ 등 7개 항목을 조사하였으며, 조사 분석결과는 <표 IV-37>과 같다.

전체 응답자 중 28.4%가 ‘재정지원 확대’를 가장 적합한 지원 정책으로 응답하였으며, ‘경영지원 컨설팅’ 16.5%, ‘교육지원’ 15.3%, ‘전문가 연계지원’ 12.8%, ‘금융지원’ 12.4%, ‘판로개척’ 11.1%, ‘세제지원’ 3.5% 등의 순으로 나타났다.

연령별로는 10대의 경우 ‘재정지원확대’ 25.8%, ‘교육지원’ 20.2% 등의 순으로 나타났으며, 20대의 경우 ‘재정지원확대’ 31.0%, ‘전문가 연계 지원’ 16.5% 등의 순으로 나타났다.

성별로는 여성의 경우에는 ‘재정지원확대’ 31.8%, ‘교육지원’ 16.7% 등의 순으로 나타난 반면 남성의 경우 ‘재정지원확대’ 24.9%, ‘경영지원 컨설팅’ 17.8% 등의 순으로 응답비율의 차이가 나타났다.

응답자의 교육수준별로 구분해서 살펴보면 중졸이하의 경우 ‘재정지원확대’ 28.9%, ‘경영지원 컨설팅’과 ‘교육지원’이 각각 20.9%로 나타났으며, 고졸이하의 경우 ‘재정지원확대’ 24.9%, ‘경영지원 컨설팅’ 21.0%의 순으로, 대학(재)졸의 경우 ‘재정지원확대’ 31.3%, ‘전문가 연계 지원’ 16.9% 등의 순으로, 그리고 대학원이상의 경우 ‘재정지원확대’ 23.9%, ‘판로개척’ 16.4% 등의 순으로 차이를 보였다.

응답자의 거주지역별로 구분해 보면 수도권의 경우 ‘재정지원확대’ 27.5%, ‘교육지원’ 17.1% 등의 순으로 나타났으며, 중부권의 경우 ‘재정지원확대’ 32.4%, ‘경영지원 컨설팅’ 20.0%의 순으로, 그리고 남부권의 경우 ‘재정지원확대’ 26.8%, ‘교육지원’ 15.0% 등의 순으로 나타나 거주지역에 따른 응답차이가 있었다.

경제수준별로 구분해보면 하인 경우 ‘재정지원확대’ 31.5%, ‘교육지원’ 15.3% 등의 순으로 조사되었으며, 중인 경우 ‘재정지원확대’ 28.0%, ‘교육지원’ 15.4% 등의 순으로, 그리고 상인 경우 ‘재정지원확대’ 24.9%, ‘경영지원 컨설팅’ 20.5% 등의 순으로 나타나 응답 차이가 있었다.

부모직업별로 구분해 볼 때 사회적기업에 대한 적합한 지원 정책에 대한 응답차이는 통계적으로 유의하지 않았다.

표 IV-37 사회적기업에 대한 적합한 장래 지원 정책

(단위: %)

구분		사례수	재정 지원 확대	경영 지원 컨설팅	판로 개척	전문가 연계 지원	금융 지원	세제 지원	교육 지원	χ^2 값 (p-value)
연령	10대	1,500	25.8	21.6	7.5	9.1	13.8	2.0	20.2	$\chi^2=192.642$ (p=0.000***)
	20대	1,500	31.0	11.5	14.8	16.5	11.0	4.9	10.3	
	전체	3,000	28.4	16.5	11.1	12.8	12.4	3.5	15.3	
성별	여성	1,504	31.8	15.3	9.9	11.6	11.0	3.7	16.7	$\chi^2=32.619$ (p=0.000***)
	남성	1,496	24.9	17.8	12.4	14.0	13.8	3.2	13.8	
	전체	3,000	28.4	16.5	11.1	12.8	12.4	3.5	15.3	
교육 수준	중졸이하	585	28.9	20.9	5.8	8.5	12.3	2.7	20.9	$\chi^2=196.61$ (p=0.000***)
	고졸이하	1,060	24.9	21.0	8.8	10.1	14.2	2.0	19.1	
	대학(재)졸	1,288	31.3	10.9	15.2	16.9	10.9	4.9	9.8	
	대학원이상	67	23.9	14.9	16.4	13.4	13.4	6.0	11.9	
	전체	3,000	28.4	16.5	11.1	12.8	12.4	3.5	15.3	
부모 직업	공직자	415	24.1	18.8	7.5	10.8	16.1	5.3	17.3	$\chi^2=65.163$ (p=0.387)
	회사원	1,268	30.3	15.9	11.5	12.8	11.8	3.5	14.2	
	일용직	175	21.1	14.9	14.3	20.6	8.6	2.3	18.3	
	자영업	910	31.5	16.0	11.4	11.0	12.0	2.6	15.4	
	농수축산업	83	13.3	20.5	12.0	21.7	13.3	4.8	14.5	
	무직	149	22.1	18.1	12.1	15.4	14.1	3.4	14.8	
	전체	3,000	28.4	16.5	11.1	12.8	12.4	3.5	15.3	
거주 지역	수도권	1,528	27.5	16.0	10.7	13.0	11.8	3.9	17.1	$\chi^2=33.396$ (p=0.000***)
	중부권	680	32.4	20.0	9.0	12.2	12.1	2.9	11.5	
	남부권	792	26.8	14.6	13.8	13.0	13.8	3.0	15.0	
	전체	3,000	28.4	16.5	11.1	12.8	12.4	3.5	15.3	

구분		사례수	재정 지원 확대	경영 지원 컨설팅	판로 개척	전문가 연계 지원	금융 지원	세제 지원	교육 지원	χ^2 값 (p-value)
경제 수준	하	537	31.5	12.7	13.2	14.9	9.1	3.4	15.3	$\chi^2=23.949$ (p=0.021*)
	중	2,234	28.0	17.1	10.7	12.5	12.8	3.4	15.4	
	상	229	24.9	20.5	10.5	10.5	15.7	4.4	13.5	
	전체	3,000	28.4	16.5	11.1	12.8	12.4	3.5	15.3	

- 유의도 : * <0.05, ** <0.01, *** <0.001

사회적기업에 대한 청(소)년 사회적기업 참여확대를 위해 우선적으로 필요한 정책을 알아보기 위해 ‘①청(소)년 대상 사회적기업 행사 확대’, ‘②교육기회제공 확대’, ‘③사회적기업 창업 취업 홍보 확대’, ‘④사회적기업 전문가 연계지원’, ‘⑤별도의 청(소)년만을 위한 사회적기업 정책 개발’, 등에 대한 조사 결과는 <표 IV-38>에 제시된 바와 같다.

전체 응답자의 27.7%가 ‘사회적기업 창업 취업 홍보 확대’가 시급한 과제라고 응답하였으며, ‘교육기회제공 확대’ 26.2%, ‘청(소)년 대상 사회적기업 행사 확대’ 22.9%, ‘사회적기업 전문가 연계 지원’ 13.7%, ‘별도의 청(소)년 만을 위한 사회적기업 정책개발’ 9.5% 등의 순으로 나타났다.

연령별로는 10대의 경우 ‘청(소)소년 대상 사회적기업 행사 확대’ 28.8%, ‘교육기회제공 확대’ 28.5% 등의 순으로 응답하였으며, 20대의 경우 ‘사회적기업 창업 취업 홍보 확대’ 32.9%, ‘교육기회 제공 확대’ 24.9% 등의 순으로 나타나 응답자의 연령대별로 응답의 차이를 보였다.

성별로 비교해 보면 여성의 경우 ‘사회적기업 창업 취업 홍보 확대’ 28.5%, ‘교육기회제공 확대’ 25.4% 등의 순으로 조사되었으며, 남성의 경우 ‘교육기회 제공확대’ 27.1%, ‘사회적기업 창업 취업 홍보 확대’ 27.0% 등의 순으로 조사되어 성별에 따른 응답 차이가 있었다.

교육수준별로 구분해 살펴보면 중졸이하의 경우 ‘청(소)년 대상 사회적기업 행사 확대’ 30.8%, ‘교육기회제공 확대’ 27.9% 순으로 조사되었으며, 고졸이하의 경우 ‘교육기회제공 확대’ 28.0%, ‘청(소)년 대상 사회적기업 행사 확대’ 26.4% 등의 순으로, 대학(재)졸의 경우 ‘사회적기업 창업 취업 홍보 확대’ 32.6%, ‘교육기회제공 확대’ 24.1% 등의 순으로, 그리고 대학원 이상의 경우 ‘사회적기업 창업 취업 홍보 확대’ 29.9%, ‘교육기회제공 확대’ 23.9% 등의 순으로 나타나 응답자 교육수준에 따른 차이가 있었다.

응답자 부모 직업별로 구분해서 비교하면 공직자인 경우 ‘사회적기업 창업 취업 홍보 확대’ 29.2%, ‘교육기회제공 확대’ 25.5% 등의 순으로 나타났으며, 회사원의 경우 ‘사회적기업 창업 취업 홍보 확대’ 28.5%, ‘교육기회제공 확대’ 26.0% 등의 순으로 일용직의 경우 ‘사회적기업

창업 취업 홍보 확대' 32.6%, '교육기회제공 확대' 26.5% 등의 순으로, 자영업의 경우 '청(소)년 대상 사회적기업 행사 확대' 27.0%, '교육기회제공 확대' 26.5% 등의 순으로 나타났다. 농수축산업의 경우 '청(소)년 대상 사회적기업 행사 확대' 31.3%, '교육기회제공 확대' 27.7% 등의 순으로 나타났으며, 무직인 경우 '사회적기업 창업 취업 홍보 확대' 30.2%, '교육기회제공 확대' 26.8% 등의 순으로 나타나 응답자 부모의 직업에 따라 응답차이를 보였다.

경제수준별로 구분해 보면 하인 경우 '사회적기업 창업 취업 홍보 확대' 27.7%, '교육기회제공 확대' 26.2% 등의 순으로 나타났으며, 중인 경우 '사회적기업 창업 취업 홍보 확대' 28.1%, '교육기회제공 확대' 26.2% 등의 순으로 그리고 상인 경우 '교육기회제공 확대' 24.9%, '청(소)년 대상 사회적기업 행사 확대' 24.5% 등의 순으로 나타나 차이를 보였다.

응답자의 거주지역에 따른 응답차이는 통계적으로 유의하지 않았다.

표 IV-38 청(소)년 사회적기업 참여 확대를 위한 우선 정책

(단위: %)

구분		사례수	청(소)년 대상 사회적 기업 행사 확대	교육 기회제공 확대	사회적 기업 창업 취업 홍보 확대	사회적 기업 전문가 연계 지원	별도의 청(소)년 만을 위한 사회적 기업 정책 개발	χ^2 값 (p-value)
연령	10대	1,500	28.8	28.5	22.6	11.1	9.1	$\chi^2=96.08$ (p=0.000***)
	20대	1,500	16.9	24.0	32.9	16.3	9.9	
	전체	3,000	22.9	26.2	27.7	13.7	9.5	
성별	여성	1,504	24.7	25.4	28.5	11.9	9.5	$\chi^2=13.096$ (p=0.011*)
	남성	1,496	21.0	27.1	27.0	15.5	9.4	
	전체	3,000	22.9	26.2	27.7	13.7	9.5	
교육 수준	중졸이하	585	30.8	27.9	19.7	12.0	9.7	$\chi^2=93.02$ (p=0.000***)
	고졸이하	1,060	26.4	28.0	26.1	10.8	8.6	
	대학(재)졸	1,288	16.8	24.1	32.6	16.5	9.9	
	대학원이상	67	14.9	23.9	29.9	19.4	11.9	
	전체	3,000	22.9	26.2	27.7	13.7	9.5	
부모 직업	공직자	415	21.4	25.5	29.2	14.2	9.6	$\chi^2=31.75$ (p=0.046*)
	회사원	1,268	21.6	26.0	28.5	14.4	9.5	
	일용직	175	14.3	26.9	32.6	16.6	9.7	
	자영업	910	27.0	26.5	25.8	11.8	8.9	
	농수축산업	83	31.3	27.7	15.7	14.5	10.8	
	무직	149	17.4	26.8	30.2	14.1	11.4	
	전체	3,000	22.9	26.2	27.7	13.7	9.5	

구분		사례수	청(소)년 대상 사회적 기업 행사 확대	교육 기회제공 확대	사회적 기업 창업 취업 홍보 확대	사회적 기업 전문가 연계 지원	별도의 청(소)년 만을 위한 사회적 기업 정책 개발	χ^2 값 (p-value)
거주 지역	수도권	1,528	24.8	26.8	27.2	13.4	7.8	$\chi^2=3.946$ (p=0.860)
	중부권	680	21.0	24.4	29.3	13.7	11.6	
	남부권	792	20.7	26.8	27.4	14.3	10.9	
	전체	3,000	22.9	26.2	27.7	13.7	9.5	
경제 수준	하	537	21.4	26.8	27.9	13.8	10.1	$\chi^2=23.949$ (p=0.021*)
	중	2,234	23.1	26.2	28.1	13.4	9.2	
	상	229	24.5	24.9	24.0	16.2	10.5	
	전체	3,000	22.9	26.2	27.7	13.7	9.5	

- 유의도 : * <0.05, ** <0.01, *** <0.001

8) 개인특성별 사회적기업 인지수준

사회적기업 인식도, 사회적기업 업무 인식도, 사회적기업 지원정책 인식도, 사회적기업 이용경험, 사회적기업 제품 및 서비스 만족도 등 사회적기업 인지수준의 5가지 하위변인의 총점을 계산하고 이를 개인특성별로 비교분석하여 개인특성별로 사회적기업의 인지수준에 차이가 있는지 확인하였다.

사회적기업 인지수준의 5가지 하위변인의 점수를 응답자의 연령대별로 비교한 결과는 <표 IV-39>와 같다.

사회적기업 인식도의 경우 20대 평균은 19.0점, 10대 평균은 17.8점으로 20대가 10대 보다 사회적기업 인식도가 높은 것으로 나타났다.

사회적기업 업무 인식도의 경우 20대 평균점수는 14.1점, 10대 평균점수는 13.1점으로 20대의 점수가 10대 보다 높았다.

사회적기업 지원정책 인식도의 경우 20대 평균점수는 24.6점, 10대 평균점수는 24.0점으로 20대의 평균점수가 높게 나타났으며, 사회적기업 제품 및 서비스 만족도의 경우 20대 평균점수는 12.9점, 10대의 평균점수는 12.0점으로 역시 20대의 점수가 높은 것으로 나타났다.

사회적기업 이용경험에 있어서는 10대 1.7점, 20대 1.6점으로 나타나 연령대에 따른 유의한 차이가 없었다. 사회적기업 이용 경험을 제외한 모든 영역에서 20대가 10대 보다 인지수준이 높은 것으로 나타났다.

표 IV-39 **연령별 사회적기업 인지도**

(단위: 명, 점)

구분		사례 수	평균	표준편차	$t_{\text{값}}$	p
사회적기업 인식도	10대	1500	17.8	5.3	-6.5	.000
	20대	1500	19.0	5.1		
사회적기업 업무 인식도	10대	1500	13.1	4.1	-6.3	.000
	20대	1500	14.1	3.9		
사회적기업 지원정책 인식도	10대	1500	24.0	6.4	-2.5	.012
	20대	1500	24.6	6.7		
사회적기업 이용경험	10대	1500	1.7	0.5	1.2	.248
	20대	1500	1.6	0.5		
사회적기업 제품 및 서비스 만족도	10대	1500	12.0	2.9	-9.3	.000
	20대	1500	12.9	2.7		

사회적기업 인지수준의 5가지 하위변인의 점수를 응답자의 성별로 구분하여 평균점수를 비교한 결과는 <표 IV-40>에 제시된 바와 같다.

사회적기업 인식도의 경우 남성의 평균점수는 18.7점, 여성의 평균점수는 18.1점으로 나타났으며, 사회적기업 업무 인식도의 경우 남성은 13.9점, 여성은 13.3점으로 차이를 보였다.

사회적기업 지원정책 인식도의 경우 남성의 평균점수는 24.9점, 여성의 평균점수는 23.7점으로 나타났다. 이와 같은 결과를 통해 사회적기업 인식도, 사회적기업 업무 인식도, 사회적기업 지원 정책 인식도 등 사회적기업 인지수준 3가지 하위변인에서는 남성이 여성보다 사회적기업 인지수준이 높은 것으로 나타났다.

그러나 사회적기업 이용경험의 경우 남성 평균은 1.7점, 여성 평균은 1.6점으로 차이가 크지 않았으며, 사회적 제품 및 서비스 만족도의 경우 역시 남성, 여성 모두 평균점수가 12.5점으로 평균점수의 차이가 없었다.

표 IV-40 성별 사회적 기업 인지도

(단위: 명, 점)

구분		사례 수	평균	표준편차	t값	p
사회적기업 인식도	남성	1496	18.7	5.6	2.9	.004
	여성	1504	18.1	4.9		
사회적기업 업무 인식도	남성	1496	13.9	4.2	3.7	.000
	여성	1504	13.3	3.8		
사회적기업 지원정책 인식도	남성	1496	24.9	6.8	4.8	.000
	여성	1504	23.7	6.2		
사회적기업 이용경험	남성	1496	1.7	0.5	1.4	.175
	여성	1504	1.6	0.5		
사회적기업 제품 및 서비스 만족도	남성	1496	12.5	2.9	0.3	.791
	여성	1504	12.5	2.7		

사회적기업 인지수준의 5가지 하위변인 평균점수를 응답자의 학력수준별로 구분하여 평균점수를 비교한 결과는 <표 IV-41>과 같다.

사회적기업 인식도에 있어서 중졸이하의 평균점수는 17.4점, 고졸이하의 평균점수는 17.9점, 대졸이하의 평균점수는 19.2점, 대학원이상의 평균점수는 19.0점으로 나타났으며 이러한 차이가 통계적으로 유의한 것으로 나타났다.

사회적기업 업무 인식도의 경우 중졸이하 12.8점, 고졸이하 13.2점, 대졸이하 14.2점, 대학원 이상 14.6점으로 통계적으로 유의한 차이가 있었다.

사회적기업 지원정책 인지도의 경우 중졸이하의 평균점수는 23.6점, 고졸이하 24.0점, 대졸이하 24.9점, 대학원 이상 24.1점으로 나타났으며 이러한 차이는 통계적으로 유의하였다.

사회적기업 이용경험의 경우 중졸이하 1.6점, 고졸이하 1.7점, 대졸이하 1.7점, 대학원 이상 1.6점으로 나타났으며 학력수준에 따른 점수 차이가 통계적으로 유의하지 않았다.

사회적기업 제품 및 서비스 만족도의 경우 중졸이하의 평균점수는 12.0점, 고졸이하 역시 12.0점, 대졸이하는 13.0점, 대학원 이상은 12.8점으로 통계적으로 유의하였다.

표 IV-41 학력별 사회적기업 인지도

(단위: 명, 점)

구분		사회적기업 인식도	사회적기업 업무 인식도	사회적기업 지원정책 인지도	사회적기업 이용 경험	사회적기업 제품 및 서비스 만족도
중졸 이하	사례 수	585	585	585	585	585
	평균	17.4	12.8	23.6	1.6	12.0
	표준편차	5.3	4.2	6.2	0.5	2.8
고졸 이하	사례 수	1060	1060	1060	1060	1060
	평균	17.9	13.2	24.0	1.7	12.0
	표준편차	5.3	4.1	6.6	0.5	2.9
대졸 이하	사례 수	1288	1288	1288	1288	1288
	평균	19.2	14.2	24.9	1.7	13.0
	표준편차	5.0	3.8	6.6	0.5	2.6
대학원 이상	사례 수	67	67	67	67	67
	평균	19.0	14.6	24.1	1.6	12.8
	표준편차	5.0	3.6	6.2	0.5	2.6
합계	사례 수	3000	3000	3000	3000	3000
	평균	18.4	13.6	24.3	1.7	12.5
	표준편차	5.2	4.0	6.5	0.5	2.8
F_{stat} (p)		21.3 (.000)	21.4 (.000)	6.1 (.000)	1.3 (.278)	32.7 (.000)

사회적기업 인지수준의 5가지 하위변인의 점수를 응답자의 거주지역별로 구분하여 평균점수를 비교한 결과는 <표 IV-42>와 같다.

사회적기업 인지도 점수의 경우 남부권 18.9점, 중부권 18.6점, 수도권 18.1점의 순이었으며 사회적기업 업무 인식도의 경우 남부권 14.2점, 중부권 13.9점, 수도권 13.2점이었다.

사회적기업 지원정책 인지도는 남부권의 경우 평균점수가 25.4점, 중부권 24.6점, 수도권 23.6점으로 나타났으며, 사회적기업 이용경험의 경우 남부권이 1.8점, 중부권이 1.7점, 수도권 1.6점으로 차이를 보였다.

그리고 사회적기업 제품 및 서비스 만족도의 경우 중부권 12.7점, 남부권 12.6점, 수도권 12.3점으로 나타났다. 통계적 검증 결과 사회적기업 인지수준 5가지 하위영역 모두에서 응답자의 거주지역에 따른 평균점수 차이가 있는 것으로 나타났다.

표 IV-42 거주지역별 사회적기업 인지도

(단위: 명, 점)

구분		사회적기업 인식도	사회적기업 업무 인식도	사회적기업 지원정책 인지도	사회적기업 이용 경험	사회적기업 제품 및 서비스 만족도
수도권	사례 수	1528	1528	1528	1528	1528
	평균	18.1	13.2	23.6	1.6	12.3
	표준편차	5.5	4.2	6.7	0.5	2.9
중부권	사례 수	680	680	680	680	680
	평균	18.6	13.9	24.6	1.7	12.7
	표준편차	5.0	3.9	6.5	0.5	2.8
남부권	사례 수	792	792	792	792	792
	평균	18.9	14.2	25.4	1.8	12.6
	표준편차	5.0	3.8	6.0	0.4	2.6
합계	사례 수	3000	3000	3000	3000	3000
	평균	18.4	13.6	24.3	1.7	12.5
	표준편차	5.2	4.0	6.5	0.5	2.8
$F_{값}$ (p)		7.2 (.001)	17.2 (.000)	21.2 (.000)	28.6 (.000)	5.5 (.004)

사회적기업 인지수준의 5가지 하위변인의 점수를 응답자 부모님의 직업 유형별로 구분하여 평균점수 산정하여 비교한 결과는 <표 IV-43>에 제시된 바와 같다.

사회적기업 인식도의 경우 농수축산업 19.1점, 회사원 18.3점, 일용직 18.5점, 자영업 18.1점, 농수축산업 19.4점, 무직 18.5점으로 나타나 응답자 부모 직업 유형에 따른 차이가 통계적으로 유의하였다.

사회적기업 업무 인식도의 경우 부모 직업이 공직자인 집단의 평균점수는 14.3점, 회사원 13.5점, 일용직 13.8점, 자영업 13.4점, 농수축산업 14.1점, 무직 13.6점으로 통계적으로 유의하게 검증되었다.

사회적기업 지원정책 인지도에 있어서 부모직업이 공직자인 경우 평균점수는 25.3점, 회사원 24.1점, 일용직 24.5점, 자영업 23.8점, 농수축산업 25.7점, 무직 24.8점으로 부모직업에 따른 평균점수 차이가 있었으며 이러한 차이가 통계적으로 유의하였다.

사회적기업 이용 경험의 경우 부모직업이 공직자인 경우 평균점수는 1.7점, 회사원 1.6점, 일용직 1.7점, 자영업 1.7점, 농수축산업 1.7점, 무직 1.5점으로 나타났으며 통계적으로 유의한

차이로 나타났다.

마지막으로 사회적기업 제품 및 서비스 만족도의 경우 부모직업이 공직자인 집단의 평균점수는 12.7점, 회사원 12.5점, 일용직 12.3점, 자영업 12.3점, 농수축산업 12.9점, 무직 12.7점으로 통계적으로 유의한 차이로 검증되었다.

표 IV-43 부모님 직업에 따른 사회적기업 인식도

(단위: 명, 점)

구분		사회적기업 인식도	사회적기업 업무 인식도	사회적기업 지원정책 인지도	사회적기업 이용 경험	사회적기업 제품 및 서비스 만족도
공직자	사례 수	415	415	415	415	415
	평균	19.1	14.3	25.3	1.7	12.7
	표준편차	5.0	3.8	6.1	0.4	2.5
회사원	사례 수	1268	1268	1268	1268	1268
	평균	18.3	13.5	24.1	1.6	12.5
	표준편차	5.4	4.2	6.8	0.5	2.9
일용직	사례 수	175	175	175	175	175
	평균	18.5	13.8	24.5	1.7	12.3
	표준편차	5.8	4.2	6.7	0.5	2.7
자영업	사례 수	910	910	910	910	910
	평균	18.1	13.4	23.8	1.7	12.3
	표준편차	5.0	3.9	6.3	0.5	2.8
농수축 산업	사례 수	83	83	83	83	83
	평균	19.4	14.1	25.7	1.7	12.9
	표준편차	5.2	3.7	5.8	0.5	2.8
무직	사례 수	149	149	149	149	149
	평균	18.5	13.6	24.8	1.5	12.7
	표준편차	5.3	4.0	6.5	0.5	2.6
합계	사례 수	3000	3000	3000	3000	3000
	평균	18.4	13.6	24.3	1.7	12.5
	표준편차	5.2	4.0	6.5	0.5	2.8
$F_{값}$ (p)		2.8 (.015)	3.3 (.005)	4.0 (.001)	5.1 (.000)	2.3 (.041)

사회적기업 인지수준의 5가지 하위변인의 점수를 응답자 가정의 경제수준별로 구분하여 평균점수를 비교한 결과는 <표 IV-44>에 제시된 바와 같다.

사회적기업 인식도에 있어서 하인 집단의 평균점수는 17.8점, 중인 집단의 평균점수는 15.5점, 상인 집단의 평균점수는 18.8점으로 나타나 차이를 보였으며, 사회적기업 업무 인식의 평균점수는 경제수준이 하인 집단 12.9점, 중 13.7점, 상 14.4점으로 조사되었다.

사회적기업 지원정책 인지도의 평균점수는 가정경제수준이 하인 집단은 23.0점, 중인 집단은 24.4점, 상인 집단은 26.0점으로 나타났으며, 사회적기업 이용경험의 경우 가정경제수준이 하인 집단의 평균점수는 1.6점, 중 1.7점, 상 1.8점으로 나타났다.

그리고 사회적기업 제품 및 서비스 만족도의 경우 가정경제수준이 하인 집단의 평균점수는 12.2점, 중인 집단 12.5점, 상인 집단 12.5점으로 나타났다.

통계적 검증 결과 사회적기업 인지수준 5가지 하위변인 모두에서 응답자 가정의 경제수준에 따른 평균점수 차이가 통계적으로 유의하였다.

표 IV-44 경제수준에 따른 사회적기업 인식도

(단위: 명, 점)

구분		사회적기업 인식도	사회적기업 업무 인식도	사회적기업 지원정책 인지도	사회적기업 이용 경험	사회적기업 제품 및 서비스 만족도
하	사례 수	537	537	537	537	537
	평균	17.8	12.9	23.0	1.6	12.2
	표준편차	5.1	4.0	6.6	0.5	2.8
중	사례 수	2234	2234	2234	2234	2234
	평균	18.5	13.7	24.4	1.7	12.5
	표준편차	5.2	4.0	6.5	0.5	2.8
상	사례 수	229	229	229	229	229
	평균	18.8	14.4	26.0	1.8	12.5
	표준편차	5.7	4.0	6.4	0.4	3.2
합계	사례 수	3000	3000	3000	3000	3000
	평균	18.4	13.6	24.3	1.7	12.5
	표준편차	5.2	4.0	6.5	0.5	2.8
$F_{값}$ (p)		5.0 (.007)	12.9 (.000)	18.9 (.000)	9.5 (.000)	3.6 (.028)

9) 청소년의 사회적기업 인식수준에 따른 정책선호도

사회적기업 인식수준의 5가지 하위변인의 점수를 ‘사회적기업 제품 및 서비스 구매 시 중요한 요인’에 대한 선호도를 집단별로 구분하여 평균점수 산정하였으며, 이를 비교한 결과는 <표 IV-45>와 같다.

사회적기업 인식도에 있어서 사회적기업의 제품 및 서비스 구매 시 품질이 중요하다고 응답한 집단의 평균점수는 17.6점, 가격이 중요하다고 응답한 집단 18.1점, 사회적의미가 중요하다고 응답한 집단 19.2점, 브랜드가 중요하다고 응답한 집단 20.0점, 판매지역이 중요하다고 응답한 집단의 평균점수는 19.1점으로 나타났다.

사회적기업 업무 인식도에 있어서 사회적기업의 제품 및 서비스 구매 시 품질이 중요하다고 응답한 집단의 평균점수는 13.2점, 가격이 중요하다고 응답한 집단 13.2점, 사회적 의미가 중요하다고 응답한 집단 14.2점, 브랜드가 중요하다고 응답한 집단 18.8점, 판매지역이 중요하다고 응답한 집단의 평균점수는 13.9점으로 나타났다.

사회적기업 지원정책 인지도와 관련하여 사회적기업의 제품 및 서비스 구매 시 품질이 중요하다고 응답한 집단의 평균점수는 23.9점, 가격이 중요하다고 응답한 집단 24.1점, 사회적 의미가 중요하다고 응답한 집단 24.6점, 브랜드가 중요하다고 응답한 집단 26.0점, 판매지역이 중요하다고 응답한 집단의 평균점수는 25.3점으로 조사되었다.

사회적기업 이용 경험과 관련해서는 사회적기업의 제품 및 서비스 구매 시 품질이 중요하다고 응답한 집단의 평균점수는 1.6점, 가격이 중요하다고 응답한 집단 1.7점, 사회적의미가 중요하다고 응답한 집단 1.7점, 브랜드가 중요하다고 응답한 집단 1.7점, 판매지역이 중요하다고 응답한 집단의 평균점수는 1.8점으로 나타났다.

그리고 사회적기업 제품 및 서비스 만족도의 경우 사회적기업의 제품 및 서비스 구매 시 품질이 중요하다고 응답한 집단의 평균점수는 12.4점, 가격이 중요하다고 응답한 집단의 평균점수는 12.2점, 사회적 의미가 중요하다고 응답한 집단의 평균점수는 12.7점, 브랜드가 중요하다고 응답한 집단 12.4점, 판매지역이 중요하다고 응답한 집단의 평균점수는 12.4점으로 나타났다.

통계적 검증결과 사회적기업 인식수준 5가지 하위변인 모두에서 사회적기업의 제품 및 서비스 구매 시 중요하게 여기는 요인이 서로 다른 집단 간의 점수 차이가 통계적으로 유의한 것으로 나타났다.

표 IV-45 사회적기업의 제품 및 서비스 구매 시 가장 중요한 요인

(단위: 명, 점)

구분		사회적기업 인식도	사회적기업 업무 인식도	사회적기업 지원정책 인지도	사회적기업 이용 경험	사회적기업 제품 및 서비스 만족도
품질	사례 수	1176	1176	1176	1176	1176
	평균	17.6	13.2	23.9	1.6	12.4
	표준편차	5.2	4.0	6.4	0.5	2.9
가격	사례 수	659	659	659	659	659
	평균	18.1	13.2	24.1	1.7	12.2
	표준편차	5.4	4.2	6.8	0.5	2.8
사회적 의미	사례 수	857	857	857	857	857
	평균	19.2	14.2	24.6	1.7	12.7
	표준편차	5.0	3.9	6.4	0.5	2.8
브랜드	사례 수	190	190	190	190	190
	평균	20.0	14.8	26.0	1.7	12.4
	표준편차	5.5	4.0	6.8	0.4	2.9
판매지역	사례 수	118	118	118	118	118
	평균	19.1	13.9	25.3	1.8	12.4
	표준편차	5.1	3.9	6.4	0.4	2.6
합계	사례 수	3000	3000	3000	3000	3000
	평균	18.4	13.6	24.3	1.7	12.5
	표준편차	5.2	4.0	6.5	0.5	2.8
$F_{\text{값}}$ (p)		17.3 (.000)	13.9 (.000)	5.6 (.000)	4.0 (.003)	3.2 (.013)

사회적기업 인지수준의 5가지 하위변인의 점수를 사회적기업에 대한 지원정책 선호도를 집단별로 구분하여 평균점수를 산정하였으며, 이를 비교한 분석 결과는 <표 IV-46>에 제시된 바와 같다.

사회적기업 인식도에 있어서 장래 희망하는 지원정책을 재정지원확대라고 응답한 집단의 평균점수는 17.3점, 경영지원 컨설팅이라고 응답한 집단 19.1점, 판로개척이라고 응답한 집단의 평균점수는 19.0점, 전문가 연계지원이라고 응답한 집단의 평균점수는 19.0점, 금융지원이라고 응답한 집단의 평균점수는 19.0점, 세제지원이라고 응답한 집단의 평균점수는 19.2점, 교육지원이라고 응답한 집단의 평균점수는 17.9점으로 조사되었다.

사회적기업 업무에 있어서 장래 희망하는 지원정책을 재정지원확대라고 응답한 집단의 평균점수는 12.9점, 경영지원 컨설팅이라고 응답한 집단의 평균점수는 14.0점, 판로개척이라고 응답한 집단의 평균점수는 14.3점, 전문가 연계지원이라고 응답한 집단의 평균점수는 14.0점, 금융지원이라고 응답한 집단의 평균점수는 14.0점, 세제지원이라고 응답한 집단의 평균점수는 14.0점, 교육지원이라고 응답한 집단의 평균점수는 13.2점으로 나타났다.

사회적기업 지원정책 인지도에 있어서 장래 희망하는 지원정책을 재정지원확대라고 응답한 집단의 평균점수는 23.0점, 경영지원 컨설팅이라고 응답한 집단 25.1점, 판로개척이라고 응답한 집단의 평균점수는 25.2점, 전문가 연계지원이라고 응답한 집단의 평균점수는 25.1점, 금융지원이라고 응답한 집단의 평균점수는 25.0점, 세제지원이라고 응답한 집단의 평균점수는 24.9점, 교육지원이라고 응답한 집단의 평균점수는 23.8점으로 조사되었다.

사회적기업 이용경험에 있어서 장래 희망하는 지원정책을 재정지원확대라고 응답한 집단의 평균점수는 1.6점, 경영지원 컨설팅이라고 응답한 집단 1.7점, 판로개척이라고 응답한 집단의 평균점수는 1.6점, 전문가 연계지원이라고 응답한 집단의 평균점수는 1.7점, 금융지원이라고 응답한 집단의 평균점수는 1.7점, 세제지원이라고 응답한 집단의 평균점수는 1.7점, 교육지원이라고 응답한 집단의 평균점수는 1.7점으로 조사되었다.

마지막으로 사회적기업 제품 및 서비스 만족도와 관련하여 장래 희망하는 지원정책을 재정지원 확대라고 응답한 집단의 평균점수는 12.3점, 경영지원 컨설팅이라고 응답한 집단 12.5점, 판로개척이라고 응답한 집단의 평균점수는 13.1점, 전문가 연계지원이라고 응답한 집단의 평균점수는 12.5점, 금융지원이라고 응답한 집단의 평균점수는 12.5점, 세제지원이라고 응답한 집단의 평균점수는 12.9점, 교육지원이라고 응답한 집단의 평균점수는 12.2점으로 조사되었다.

각 집단별 평균점수의 차이는 사회적기업 인지도준의 5가지 하위변인 모두에서 통계적으로 유의한 것으로 나타났다.

표 IV-46 사회적기업에 대한 지원 정책 선호도

(단위: 명, 점)

구분		사회적기업 인식도	사회적기업 업무 인식도	사회적기업 지원정책 인지도	사회적기업 이용 경험	사회적기업 제품 및 서비스 만족도
재정지원 확대	사례 수	852	852	852	852	852
	평균	17.3	12.9	23.0	1.6	12.3
	표준편차	5.1	4.0	6.5	0.5	2.9

구분		사회적기업 인식도	사회적기업 업무 인식도	사회적기업 지원정책 인지도	사회적기업 이용 경험	사회적기업 제품 및 서비스 만족도
경영지원 컨설팅	사례 수	496	496	496	496	496
	평균	19.1	14.0	25.1	1.7	12.5
	표준편차	5.4	4.1	6.6	0.5	2.9
판로개척	사례 수	334	334	334	334	334
	평균	19.0	14.3	25.2	1.6	13.1
	표준편차	5.3	4.2	6.6	0.5	2.6
전문가 연계지원	사례 수	384	384	384	384	384
	평균	19.0	14.0	25.1	1.7	12.5
	표준편차	5.2	3.7	6.4	0.5	2.6
금융지원	사례 수	372	372	372	372	372
	평균	19.0	14.0	25.0	1.7	12.5
	표준편차	5.4	4.0	6.5	0.5	2.8
세제지원	사례 수	104	104	104	104	104
	평균	19.2	14.6	24.9	1.7	12.9
	표준편차	5.0	3.8	6.8	0.5	2.9
교육지원	사례 수	458	458	458	458	458
	평균	17.9	13.2	23.8	1.7	12.2
	표준편차	4.9	4.0	6.2	0.5	2.7
합계	사례 수	3000	3000	3000	3000	3000
	평균	18.4	13.6	24.3	1.7	12.5
	표준편차	5.2	4.0	6.5	0.5	2.8
F_{α}^t (p)		11.5 (.000)	9.9 (.000)	10.0 (.000)	3.9 (.001)	4.3 (.000)

청(소)년의 사회적기업 참여 확대를 위해 우선적으로 필요한 사회적기업 정책 유형에 대한 분석 결과는 <표 IV-47>과 같다.

사회적기업 인식도와 관련해서 살펴보면 청(소)년의 사회적기업 참여 확대를 위해 우선적으로 필요한 정책 유형이 청(소)년 대상 사회적기업 행사 확대라고 응답한 집단의 평균점수는 17.6점, 교육기회제공 확대라고 응답한 집단의 평균점수는 18.5점, 사회적기업 창업 취업 홍보 확대라고 응답한 집단의 평균점수는 18.5점, 사회적기업 전문가 연계지원이라고 응답한 집단의 평균점수는 19.3점, 별도의 청(소)년만을 위한 사회적기업 정책개발이라고 응답한 집단의 평균점수는 18.5점으로 나타났다.

사회적기업 업무 인식도와 관련해서 살펴보면 청(소)년의 사회적기업 참여 확대를 위해 우선적으로 필요한 정책 유형이 청(소)년 대상 사회적기업 행사 확대라고 응답한 집단의 평균점수는 12.9점, 교육기회제공 확대라고 응답한 집단의 평균점수는 13.7점, 사회적기업 창업 취업 홍보 확대라고 응답한 집단의 평균점수는 13.6점, 사회적기업 전문가 연계지원이라고 응답한 집단의 평균점수는 14.1점, 별도의 청(소)년만을 위한 사회적기업 정책개발이라고 응답한 집단의 평균점수는 14.1점으로 나타났다.

사회적기업 지원정책 인지도와 관련해서 살펴보면 청(소)년의 사회적기업 참여 확대를 위해 우선적으로 필요한 정책 유형이 청(소)년 대상 사회적기업 행사 확대라고 응답한 집단의 평균점수는 23.4점, 교육기회제공 확대라고 응답한 집단의 평균점수는 24.3점, 사회적기업 창업 취업 홍보 확대라고 응답한 집단의 평균점수는 24.4점, 사회적기업 전문가 연계지원이라고 응답한 집단의 평균점수는 25.3점, 별도의 청(소)소년 만을 위한 사회적기업 정책개발이라고 응답한 집단의 평균점수는 24.7점으로 분석되었다.

사회적기업 이용 경험과 관련해서 살펴보면 청(소)년의 사회적기업 참여 확대를 위해 우선적으로 필요한 정책 유형이 청(소)년 대상 사회적기업 행사 확대라고 응답한 집단의 평균점수는 1.6점, 교육기회제공 확대라고 응답한 집단의 평균점수는 1.6점, 사회적기업 창업 취업 홍보 확대라고 응답한 집단의 평균점수는 1.7점, 사회적기업 전문가 연계지원이라고 응답한 집단의 평균점수는 1.7점, 별도의 청(소)소년 만을 위한 사회적기업 정책개발이라고 응답한 집단의 평균점수는 1.7점으로 나타났다.

사회적기업 제품 및 서비스 만족도와 관련해서 살펴보면 청(소)년의 사회적기업 참여 확대를 위해 우선적으로 필요한 정책 유형이 청(소)년 대상 사회적기업 행사 확대라고 응답한 집단의 평균점수는 12.2점, 교육기회제공 확대라고 응답한 집단의 평균점수는 12.5점, 사회적기업 창업 취업 홍보 확대라고 응답한 집단의 평균점수는 12.5점, 사회적기업 전문가 연계지원이라고 응답한 집단의 평균점수는 12.7점, 별도의 청(소)년만을 위한 사회적기업 정책개발이라고 응답한 집단의 평균점수는 12.6점으로 나타났다.

통계적 검증결과 사회적기업인식도, 사회적기업 업무 인식도, 사회적기업 지원정책인지도, 사회적기업 이용경험 등 4개 변인의 경우 집단별 평균점수 차이는 통계적으로 유의한 차이가 있는 것으로 나타났다.

표 IV-47 청(소)년 사회적기업 참여 확대를 위한 우선 정책

(단위: 명, 점)

구분		사회적기업 인식도	사회적기업 업무 인식도	사회적기업 지원정책 인지도	사회적기업 이용 경험	사회적기업 제품 및 서비스 만족도
청(소)년 대상 사회적기업 행사 확대	사례 수	686	686	686	686	686
	평균	17.6	12.9	23.4	1.6	12.2
	표준편차	5.2	4.1	6.6	0.5	2.8
교육 기회제공 확대	사례 수	787	787	787	787	787
	평균	18.5	13.7	24.3	1.6	12.5
	표준편차	5.2	4.0	6.6	0.5	2.8
사회적기업 창업 취업 홍보 확대	사례 수	832	832	832	832	832
	평균	18.5	13.6	24.4	1.7	12.5
	표준편차	5.2	3.9	6.6	0.5	2.8
사회적 기업 전문가 연계지원	사례 수	411	411	411	411	411
	평균	19.3	14.1	25.3	1.7	12.7
	표준편차	5.1	4.0	6.2	0.4	2.8
별도의 청(소)년 만을 위한 사회적기업 정책 개발	사례 수	284	284	284	284	284
	평균	18.5	14.1	24.7	1.7	12.6
	표준편차	5.5	4.0	6.3	0.5	2.9
합계	사례 수	3000	3000	3000	3000	3000
	평균	18.4	13.6	24.3	1.7	12.5
	표준편차	5.2	4.0	6.5	0.5	2.8
$F_{\text{값}}^t$ (p)		7.0 (.000)	7.5 (.000)	5.9 (.000)	3.4 (.008)	2.3 (.060)

제 V 장

취약청소년 참여 사회적기업 사례 분석

1. 사례조사의 개요
2. 우리청년사업단
3. (주) 아트웨어
4. (주) 꿈드림키즈
5. (주) 오디에스 다문화교육연구소
6. (사) 장애청년꿈을잡고
7. 호남대랄랄라스쿨

제 V 장

취약청소년 참여 사회적기업 사례 분석

1. 사례조사의 개요

본 연구에서 사례조사는 취약 청소년이 참여하거나 취약청소년을 대상으로 사회서비스 제공을 목적으로 설립된 사회적기업을 대상으로 설립내용 및 운영 현황을 파악하기 위하여 객관적 자료인 기업공시자료를 분석하고, 청소년 대상 사회적기업의 운영 문제점을 방문 및 전화인터뷰를 통해 파악하였다.

청소년대상 참여 사회적기업의 실제적인 실태와 애로점을 파악하기 위하여 특별히 우수 사회적기업은 사례조사에서 제외하고 기업공개가 이루어진 사회적기업을 선택하였다.

인터뷰는 다음과 같은 연구문제를 중심으로 이루어졌다.

첫째는 기관의 사회적 목적과 사업내용

둘째는 기관의 조직 및 인력 구성형태

셋째는 기관의 운영 실태 전반

넷째는 청소년분야의 사회적기업으로서 성과 및 필요한 지원

2. 우리청년사업단⁹⁾

1) 기관의 사회적 목적과 사업내용

우리청년사업단은 2011년 4월에 예비사회적기업으로 인가되었으며, 2012년 12월에 고용노동부 인증 혼합형 사회적기업으로 인천광역시에 소재를 둔 청소년 및 청년사업장이다. 주요

9) 우리청년사업단에 대한 작성자료는 ‘우리청년사업단의 사회적기업 신청자료’, ‘우리청년사업단 경영공시자료’, ‘우리청년사업단홈페이지 자료’, ‘우리청년사업단 인터뷰 내용’을 기준으로 논자가 임의적으로 정리하였음

설립목적은 체육지도자 양성과 파견업으로 되어있다.

우리청년사업단 창립이전에는 인천생활체육협의회 소속으로 한국, 중국, 일본 청소년들 간의 국제교류사업과 청소년지도자교류사업, 그리고 생활체육으로 태권보급사업을 중점으로 추진하였다.

사회적기업으로서의 설립내용을 보면 예체능관련 미취업 청년들에게 일자리를 제공하는 것, 취약계층청소년에게 무료로 예체능 프로그램을 제공함으로써 운동부족으로 인한 다양한 사회문제를 해결하고자 설립하였다.

사회서비스 관련 사업내용으로는 저소득층 청소년 체육프로그램 무상 제공, 인천 지역 지역아동센터 무상 프로그램 제공, 유학생, 다문화가정에 전통체육 프로그램 제공, 인천광역시민을 비롯한 구민에 건강증진 프로그램 제공, 인천광역시 자원봉사센터 소속 전문자원 봉사 제공을 하고 있다.

구체적인 사회서비스 실적은 2016년 9월 기준 지역아동센터의 저소득아동 600명, 노인문화센터의 고령자 600명, 지적장애 및 정신질환자 장애인 960명, 일반인 대상으로 아침과 저녁광장에서 태권교육을 무료로 수행하고 있다.

2) 기관의 조직체계 및 인력 구성

우리청년사업단은 현재 총 12명의 유급근로자를 고용하고 있으며, 이중 자체고용근로자는 4명으로 취약계층 근로자 1명, 일반근로자 3명이며, 사회적일자리 참여 근로자는 8명으로 취약계층 근로자 3명, 일반근로자 5명이다.

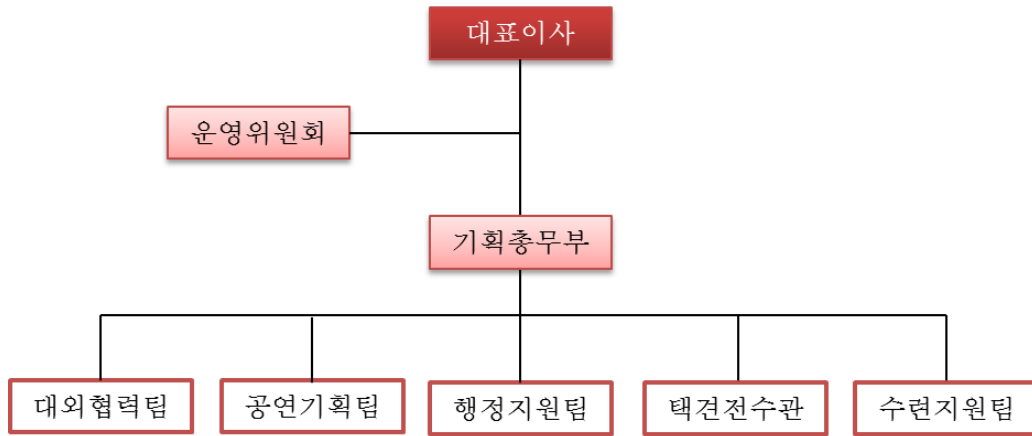
취약계층의 유형별로는 저소득 청소년 및 청년층이 3명이고 장애인층이 1명이다.

근로자에 대한 평균임금은 취약계층 근로자는 1,312천원으로 주당 35시간을 근무하고 있으며, 일반근로자는 1,536천원으로 주당 40시간 근무하고 있다.

우리청년사업단의 조직구조는 1부 5팀으로 구성되어 있는데(그림 V-1 참조) 조직구성원이 12명인 것에 비하여 조직인력에 비하여 조직계층이 복잡하다.

이것은 현실적으로 인력의 활용도가 지나치게 세분화됨으로써 소규모기업에서의 근로자 역할이 제한되는 결과를 가져올 수 있다.

따라서 소규모 기업에 맞게 불필요한 조직을 줄이고 현장 중심으로 인력운영 체계를 단순화하는 것이 필요하다.



【그림 V-1】 우리청년사업단 조직체계

3) 기관의 운영 현황

우리청년사업단의 운영현황은 다음과 같다.

재정현황에서 자산은 247,530천원으로 2012년에 비하여 1.9배 증가하였으며, 부채는 1.1배 증가하였다(표 V-1 참조).

이 결과 우리청년사업단의 자본은 135,487천원으로 2012년에 비해 4.6배 증가하는 것으로 나타나 사회적기업을 통한 기업의 건실성을 증가하는 효과가 있다.

표 V-1 재정현황

(단위: 천원)

구 분	2012	2013	2014
자 산	127,877	160,909	247,530
부 채	98,588	82,381	112,043
자 본	29,289	78,528	135,487

자료출처 : 우리청년사업단 경영공시 자료 재구성

매출 및 손익 현황에서는 매출액은 462,121천원으로 2012년의 188,177천원에 비하여 2.45배 증가한 것으로 나타났으며, 당기순이익에 있어서도 2012년의 8,774천원 비하여 2014년도는 56,959천원으로 6.5배가 증가하였다(표 V-2 참조).

이는 우리청년사업단의 경우 과거 비영리조직체계 따른 느슨한 운영체계에서 사회적기업화됨으로써 보다 체계적인 사업운영이 이루어졌다고 볼 수 있다.

또한 정부의 사회적기업 체계적인 관리 지원체계가 기업책임자로 하여금 지속적인 성장역량을 키워준 것으로도 해석할 수 있을 것이다.

표 V-2 매출 및 손익 현황

(단위: 천원)

구 분	2012	2013	2014
매출액	188,177	337,980	462,121
영업이익	-73,363	-70,541	-19,626
당기순이익	8,774	49,239	56,958

자료출처 : 우리청년사업단 경영공시 자료 재구성

우리청년사업단의 재정현황에서 정부지원금의 운영을 보면 사업초기 2012년의 경우 단순인건비와 사업개발비에 주로 지원되었으며, 2014년의 경우는 단순인건비 외에도 전문인력인건비가 높게 나타나고 있다(표 V-3 참조).

이러한 결과는 우리청년사업단의 사업내용이 초기의 사업개발을 통하여 사업내용을 다양화함으로써 3년차에 와서는 전문인력의 비중이 높아지고 있다고 볼 수 있다.

우리청년사업단과 같이 예능 및 체육 분야의 사회서비스는 일반 제조업의 단순근로제공보다는 해당분야의 전문가가 사회서비스를 제공해야만 본래의 사업목적 달성에 유용하다고 볼 수 있으며, 이는 바람직한 변화방향으로 여겨진다.

표 V-3 정부지원금 지원 현황

(단위: 천원)

구분	2012	2013	2014
인건비	59,333	62,130	60,975
전문인력비		5,588	32,179
사업개발비	24,900	37,844	
사회보험료		20,000	
기타			

자료출처 : 우리청년사업단 경영공시 자료 재구성

4) 청소년분야 사회적기업으로서의 성과 및 필요한 지원

우리청년사업단의 성과는 크게 두 가지로 나타났다.

하나는 체육서비스 분야의 열악한 취업 환경으로 인해 장기미취업 청년을 일정부분 안정적인 일자리를 창출하였다는 점은 성과일 수 있다. 또한 전통무술인 택견을 지속적으로 계승할 수 있는 토대라는 점에서는 내부적인 성과라고 볼 수 있다.

다른 하나는 사회서비스 차원에서 택견이라는 체육 분야가 다양한 취약계층에게 효과가 있는 사회서비스를 제공한 것이다. 장애인, 고령자, 그리고 지역아동센터의 청소년과 일반인들이 택견의 체육활동에 긍정적으로 참여한 것으로 볼 때 사회적기업으로서의 확대는 일정부분 효과가 있는 것으로 판단된다.

우리청년사업단의 운영 애로점은 현재 정부로부터 인건비지원이 중단되었기 때문에 자체적인 사업을 강화하고 있으나 우리청년사업단의 체육서비스 분야가 적극적인 수익창출 분야로 보기 힘들기 때문에 유료화 하는데 어려움이 많다.

특히 현재의 서비스 내용을 중심으로 수익창출방안을 강구하다보면, 취약계층에 대한 사회서비스 부분이 떨어지기 때문에 생활체육으로서의 역할 수행에 한계가 발생하고 있다.

따라서 현재의 사회적기업 지원기간을 사회서비스별로 다양화하여 비수익분야에 대해서는 정부가 지속적으로 지원하는 것이 필요하다

3. (주) 아트웨어¹⁰⁾

1) 기관의 사회적 목적과 사업내용

(주)아트웨어는 2010 청년기업가육성 프로젝트를 통해 사회적기업으로 선정되어 육성된 일자리 제공형 사회적기업이다.

아트웨어의 소재지는 대구이며, 주요 사업내용은 공연 및 공연대행업, 악기 및 교구, 교재 대여 및 판매업, 공연 및 출판 기획업, 인쇄업, 교육서비스업을 주요 사업내용으로 한다.

아트웨어의 사회적 목적은 청년예술가들의 열악한 취업 현실에 따른 일자리 창출과 지역간

10) (주)아트웨어에 대한 작성자료는 ‘(주)아트웨어의 사회적기업인증 신청자료’, ‘(주)아트웨어 경영공시자료’, ‘(주)아트웨어홈페이지 자료’, ‘(주)아트웨어 인터뷰 내용’을 기준으로 논자가 임의적으로 정리하였음

세대간 문화양극화 문제를 완화하기 위해 취약계층의 청소년에게 예술교육기회를 제공하는 것을 목적으로 하고 있으며, 장기적으로는 예술전문가들이 고정적인 수익창출을 위한 협동조합 형태로 회사를 유지하는 것으로 목표로 한다.

주요사업내용으로는 첫째, 예능전문교육 사업으로 유아교육기관, 초·중·고, 복지기관, 지역 아동센터 등의 취약계층에 주1회 장기교육 기회를 제공한다. 둘째, 음악심리연구소를 통하여 청소년의 재능을 발견하고, 분노조절 등 청소년의 심리치료 사업을 수행한다. 셋째는 공연기획사업으로 클래식분야의 음악공연, 동요제, 악기체험교실, 음악회 등의 사업을 수행한다. 넷째는 악기제작 판매사업으로 아트웨어 브랜드 ATS제품을 개발하고 오카리나, 쟈뎬, 우쿨렐레, 바이올린, 키보드, 하모니카 등을 제작 판매한다.

또한 별도의 홈페이지 운영을 통하여 아트웨어상품에 대한 지속적인 홍보를 실시하는 것으로 나타났다.

취약계층에 대한 사회서비스 제공현황을 보면 저소득자 3,696명, 장애인 584명, 한부모가족보호대상자 368명, 결혼이민자 252명, 범죄구조피해자 및 기타 44명, 일반인대상 1,444명으로 주로 악기무상대여, 우쿨렐레교육비 할인 등이 이루어졌다.

2) 기관의 조직체계 및 인력 구성

(주)아트웨어의 조직체계는 크게 3개 팀으로 구성되었고, 교육팀은 별도로 3개 팀을 구성하고 있다(그림 V-2 참조). 현재 유급인력은 총15명으로 취약계층근로자 5명과 일반인근로자 10명이다. 취약계층유형별로는 저소득자 5명을 채용하고 있다.

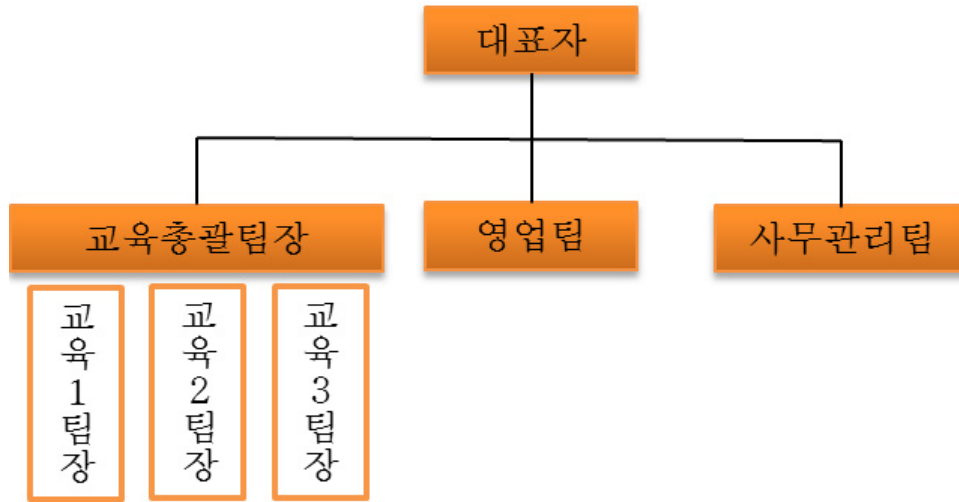
취약계층근로자의 근로시간은 주당 40시간, 평균임금은 1,015천원이다. 일반인근로자의 근로시간은 주당 평균36시간이며, 평균임금은 1,062천원이다.

고용형태별로는 정규직 4명 비정규직 11명으로 구성되어 있다.

아트웨어의 의사결정구조에의 근로자참여는 이미래 근로자대표가 이사회와 운영위원회에 참가하고 있다.

이상의 결과에서 볼 때 근로자의 임금이 최저임금수준에도 미치지 못하고 있으며, 대부분이 계약직을 유지되고 있는 것을 근로자의 안정성을 확보하는 것이 어렵다는 것을 알 수 있다.

또한 유사기관으로 볼 수 있는 음악학원이나 주변의 평생교육기관, 종합사회복지관, 청소년수련시설 등에서도 음악관련 서비스를 제공하고 있어서 중복성을 피할 수 있는 방안이 필요하다.



【그림 V-2】 (주) 아트쉐어 조직체계

3) 기관의 운영 현황

(주)아트쉐어의 운영현황에서 재정분야를 보면 자산대비 자본 부채비율에서 자본잠식 상태임을 알 수 있다(표 V-4 참조).

자산은 2012년 대비 2013년의 경우 8.8배 증가하였고, 부채는 4.3%로 증가하였다. 이 결과 자본은 2012년에 비하여 24배 감소하는 것으로 나타나 아트쉐어의 경우 뚜렷하게 운영개선 효과가 있는 것으로 보인다.

이것은 사회적기업 인력지원에 따른 사업활동 범위의 확대효과라고 볼 수 있다. 특히 아트쉐어와 같은 교육서비스업종의 경우 제조업과 같은 양산이 가능한 것이 아니라 인력투입량에 따라 사업실적이 개선되기 때문에 더욱 사업실적 개선효과가 뚜렷하다고 볼 수 있다.

표 V-4 재정현황

(단위: 천원)

구 분	2012	2013
자 산	13,925	123,768
부 채	28,696	124,376
자 본	-14,771	-607

자료출처 : (주)아트쉐어 경영공시 자료 재구성

매출 및 손익현황에서는 매출이 전년도 대비 43배 증가하였으며, 당기순이익의 감소폭이 약간 줄어든 것으로 나타났다(표 V-5 참조).

아트웨어가 2012년 사회적기업으로 인증됨에 따른 지원효과라고 볼 수 있기 때문이며, 지속적인 사업개선 효과는 현재 영업의 폭이 초기보다 확산되는 실정이기 때문에 실적 개선이 충분히 가능할 것으로 판단된다.

표 V-5 매출 및 손익 현황

(단위: 천원)

구 분	2012	2013
매출액	6,464	280,445
영업이익	-30,713	-81,323
당기순이익	-15,771	-14,164

자료출처 : (주)아트웨어 경영공시 자료 재구성

일자리창출 사회적기업인 (주)아트웨어에 대한 정부지원금의 내용을 보면 2012년 1차년도에는 인건비와 사회보험료를 지원하였으나, 2차년도에는 전문인력비와 사업개발비가 추가되었음을 알 수 있다(표 V-6 참조).

이는 일자리 창출 사회적기업의 경우 인증당해년도는 기초적인 지원과 교육을 통해 전반적인 사회적기업 운영 체계를 확립한 것이라고 볼 수 있으며, 2차년도부터는 아트웨어의 사업방향에 적합한 사업을 개발하고 이에 필요한 전문인력에 대한 지원요청이 있다고 볼 수 있다.

이러한 현상은 특히 교육서비스사업을 주요 일자리창출사업으로 하는 기업의 경우 근로자가 직접 외부사업장에 대한 방문을 통해 서비스가 이루어지기 때문에 일정수준이상의 전문인력이 필요하게 되며, 이를 통해 매출이 확대된다고 볼 수 있다.

표 V-6 정부지원금 지원 현황

(단위: 천원)

구분	2012	2013
인건비	14,449	80,710
전문인력비		2,000
사업개발비		14,500
사회보험료	1,976	18,739
기타	0	0

자료출처 : (주)아트웨어 경영공시 자료 재구성

4) 청소년분야 사회적기업으로서의 성과 및 필요한 지원

(주)아트웨어의 서비스는 대부분 현장을 찾아가는 서비스가 많다. 따라서 전문인력의 고용이 필수적인 사업이지만 사회적기업의 경우 취약계층의 범위에서 전문인력을 확보하는 것은 매우 어렵다. 따라서 이 문제를 해결하기 위해 근로자를 교육하는 것이 필요하지만 소규모 사업장이다 보니 별도의 교육시간을 만들어 내는 것도 어려운 실정이다.

사회적기업 초기 컨설팅에서 여러 가지 지원이 있지만 아트웨어의 사업내용과 관련해서는 컨설팅을 받는 것이 어려웠다. 이 부분에 있어서 국가에서 분야별 전문가를 파견하여 일정기간 지원하는 것도 필요하다. 특히 대구지역의 전문가와 연계될 경우 필요시 언제든지 컨설팅이 가능할 것이기에 지역단위의 컨설팅팀이나 네트워크를 구축해주었으면 한다.

최근 악기판매업을 확대하고 있지만 홈페이지나 교육장에서 소규모로 이루어지는 실정이다. 지역아동센터나 사회복지관, 학교에서 일정부분 참여할 수 있는 예산이 있었으면 한다.

젊은 청년기업가 육성 프로젝트를 통해 사업에 대한 확신이 있어서 추진하고 있고, 성공에 대한 자신감도 있으나, 서비스 역량이외에 사회적 관계 역량이 부족하기에 대구시나 사회적기업 진흥원에서 이 문제에 도움을 줄 수 있기를 바란다.

일정 시간이 지나면 동료나 후배들과 함께 아트웨어를 협동조합 형태로 회사를 변경할 예정인데 보다 민주적이고 안정적인 사업기반을 갖추려고 한다.

4. (주) 꿈드림키즈¹¹⁾

1) 기관의 사회적 목적과 사업내용

꿈드림키즈는 일자리제공형 사회적기업으로 2012년에 교육서비스업종으로 예비사회적기업으로 인증 받고, 2014년 고용노동부로부터 사회적기업으로 인증 받아 운영 중이며, 부산 연제구에 소재를 두고 있다.

꿈드림키즈는 지역발전의 불균형에 비롯되는 세대간 교육기회 불균형, 아동 및 청소년의 비만과 사이버일탈 등 사회문제에 대해 취약계층 청년들에게 일자리제공과 동시에 전문인력

11) (주)꿈드림키즈에 대한 작성자료는 ‘(주)꿈드림키즈의 사회적기업인증 신청자료’, ‘(주)꿈드림키즈 경영공시자료’, ‘(주)꿈드림키즈 소개블로그 자료’, ‘(주)꿈드림키즈 인터뷰 내용’을 기준으로 논자가 임의적으로 정리하였음

양성을 위하여 설립되었다.

설립목적은 취약계층과 차상위계층에 장기적인 일자리 제공과 교육전문인력 양성을 통하여 취약계층의 영유아와 청소년, 그리고 지역사회에 나눔 실천을 사회적 목적으로 한다.

사업내용은 영유아와 청소년을 대상으로 체육활동서비스와 비만체육프로그램을 제공하고 있으며, 현재 영유아 동화체육활동 프로그램인 스토리플 브랜드 런칭을 통하여 전국 이마트 문화센터 프로그램 독점계약, 홈플러스 전국문화센터 프로그램 계약, 롯데마트와 롯데백화점 문화센터 프로그램 계약, 현대백화점 문화센터 프로그램을 계약하여 운영하고 있다.

취약계층의 지속적인 일자리 유지와 서비스 이용자의 체육활동을 통한 균형적 개발을 추구한다.

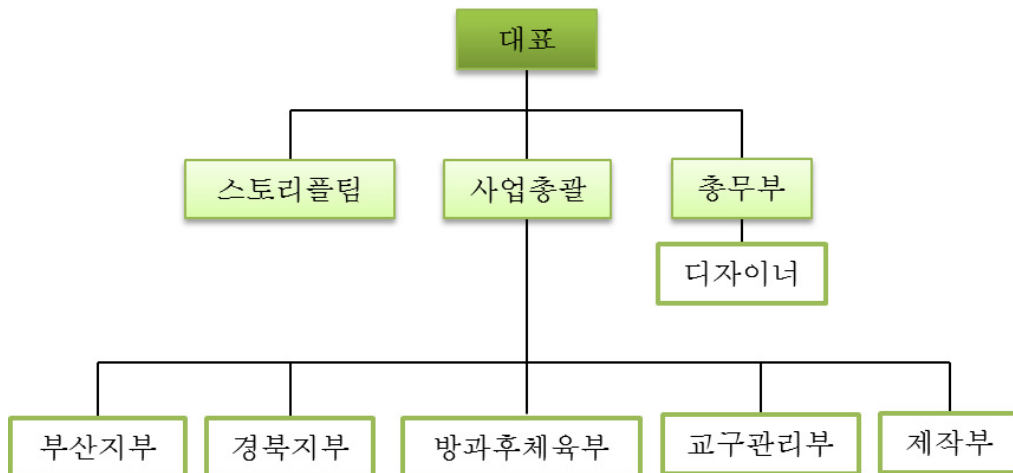
2) 기관의 조직체계 및 인력 구성

꿈드림키즈의 인력구성은 유급근로자 전체 12명으로 이중 취약계층 근로자가 8명, 일반인 근로자가 4명이다. 사회적일자리 참여 근로자수는 11명, 자체근로자 1명이다.

취약계층유형별로는 저소득자 5명, 장기실업자 3명으로 이중 청소년은 5명이다.

사업장의 운영은 내부 2명과 외부 4명으로 구성되어 전체적인 사업내용을 검토한다.

꿈드림키즈의 조직구성 체계는 5개 부서를 두고 있으며, 부산지부, 경북지부, 방과후체육부, 교구관리부, 제작부를 두고 있다(그림 V-3 참조).



【그림 V-3】 (주)꿈드림키즈 조직체계

자료출처 : (주)꿈드림키즈 공시자료 재구성

꿈드림키즈는 현재 영업영역이 전국 단위로 빠르게 진행되고 있는 상황이지만 현재의 조직규모로 추진하는 것은 문제가 있다. 또한 운영대표자를 제외한 대부분의 인력이 사회적일자리 인력으로 계약직으로만 운영되는 것은 기업의 충성도와 장래 확대에 바람직하지 못하다.

3) 기관의 운영 현황

기관운영 측면에서 (주) 꿈드림키즈의 인력현황은 12명이고 취약계층근로자 8명, 일반인근로자 4명으로 구성되어 있다.

취약계층 근로자의 평균임금은 1,4919천원이고 평균근무시간은 주당 40시간이다.

일반인 근로자의 평균임금은 1,684천원이고, 평균근무시간은 주당 40시간이다.

여기서 취약계층근로자와 일반인근로자 모두 사회적일자리 참여 근로자임에도 불구하고 급여차이가 발생하는 것은 문제가 있다. 특히 동일시간에 유사한 업무수행이기 때문에 운영대표자는 자체부담을 통하여 임금 수준을 맞추는 것이 필요하다. 이와 더불어 제도적으로도 정부의 취약계층 근로자 지원 금액을 다른 사회적일자리 참여 근로자와 비슷하게 해야 한다.

재정현황을 보면 2013년 대비 자산은 1.2배정도 증가하였고, 부채는 1.5배 증가한 것으로 나타나 전체적으로 자본 잠식상태이다(표 V-7 참조).

현재 사업영역의 확장 등으로 인해 일시적으로 부채증가는 있을 수 있으나 자산이 2014년에 비하여 줄어든 것은 운영관리에서 주의가 필요하다.

표 V-7 재정현황

(단위: 천원)

구 분	2013	2014	2015
자 산	59,315	93,998	75,156
부 채	75,479	118,105	113,698
자 본	-16,164	-24,107	-38,541

자료출처 : (주)꿈드림키즈 경영공시 자료 재구성

기업의 매출 및 손익현황에서 2014년 대비 기업의 매출은 1.3배 증가하였으며, 당기순이익은 마이너스를 보이고 있다.

이 결과는 영업확장이 이루어짐에도 불구하고 당기순이익이 더 낮아지고 있는 것은 영업을 할수록 손실을 보게 되는 구조를 갖는 것으로 보여 진다.

따라서 적절한 규모의 사업에 대한 수익구조를 창출할 필요가 있으며, 현재의 스토리플 중심의 운영구조를 다변화할 필요가 있다.

표 V-8 매출 및 손익 현황

(단위: 천원)

구 분	2013	2014	2015
매출액		258,922	347,623
영업이익		-129,990	-177,066
당기순이익		4,496	-14,434

자료출처 : ㈜꿈드림키즈 경영공시 자료 재구성

현재 ㈜꿈드림키즈는 정부지원금이외의 영업외 수익(후원금, 기부금, 지원금 등)이 전혀 발생하지 않고 있다.

기업의 정부지원금 지원 현황을 보면 인건비 위주로 지원되고 있으며, 2015년에 사업개발비가 투자되는 것으로 나타났다(표 V-9 참조).

인건비에서도 전문인력 비중이 현저히 낮은 현상을 볼 때 기업 교육서비스 내용을 수요자에게 전달하는데 부정적 영향을 미칠 수가 있다.

표 V-9 정부지원금 지원 현황

(단위: 천원)

구분	2013	2014	2015
인건비		113,879	113,818
전문인력비		21,375	23,625
사업개발비			26,240
사회보험료			
기타			

자료출처 : ㈜꿈드림키즈 경영공시 자료 재구성

4) 청소년분야 사회적기업으로서의 성과 및 필요한 지원

(주)꿈드림키즈의 사회적기업으로서의 성과는 저소득층 취약계층에 대한 체육활동서비스 422명, 장애인에 대한 성인비만체육프로그램 53명이다.

고용효과는 전체 직원 12명 중 취약계층을 8명에 대해 고용 유지하고 있다.

전반적으로 기업대표자는 기업의 활동영역에 대해 자신감을 보이고 있으며, 특히 스토리플 브랜드를 통한 매출이 50%이상 증가할 것으로 보고 있다. 특히 충청권역으로의 확장계약과 서울강남권역의 진출로 충분한 경쟁력을 갖고 있다.

그럼에도 불구하고 영업 범위가 넓어짐으로써 발생하는 추가비용과 추가인력문제를 해결하는 것이 쉽지 않다. 현재의 낮은 급여로 서울 강남권에서 전문인력을 상시적으로 운영하는 것에 부담이 있으며, 정부에서 금융보증이나 상환기간을 다양하게 탄력적으로 운영 가능하도록 지원체계가 필요하다고 보고 있다.

또한 기업의 서비스내용에 있어서는 충분히 경쟁력을 갖고 있으나, 앞의 취약계층 사회적서비스 규모에서 보여 지듯이 사회적기업으로서의 목적추구에 보다 지역네트워크를 적극적으로 활용할 필요가 있다.

5. (주) 오디에스 다문화교육연구소¹²⁾

1) 기관의 사회적 목적과 사업내용

(주) 오디에스 다문화교육연구소는 세스넷 지원 다문화 사회적기업 창업팀으로 선정되어 2012년 8월에 법인설립이 되었으며, 서적 및 출판, 교육서비스 업종으로 2013년 4월 대구광역시 예비사회적기업, 2013년 12월 고용노동부 일자리제공형 사회적기업으로 인증되어 지금까지 운영되고 있다.

기업의 주요 사회적 목적은 결혼이주여성과 취약계층의 일자리를 창출하고 방과후 강사나 창업을 통해 경제적 자립을 돕기 위한 교육전문기관이다.

기업의 주요 사업내용은 결혼이주여성의 취업과 창업을 지원하는 교육프로그램을 개설하여

12) (주)오디에스 다문화교육연구소 작성 자료는 ‘(주)오디에스 다문화교육연구소의 사회적기업인증 신청자료’, ‘(주)오디에스 다문화교육연구소 경영공시자료’, ‘(주)꿈드림키즈 인터뷰 내용’을 기준으로 논자가 임의적으로 정리하였음

운영하고, 다문화 이해과정 운영, 작은도서관 설립 및 운영지원, 교육콘텐츠 개발 및 보급 사업을 추진하고 있다.

세부사업으로는 결혼이주여성을 통한 학교에서의 다문화체험학습 운영, 다문화 북아트 개발 및 운영, 결혼이주여성과 다문화가정 청소년을 위한 한국사 북아트 교재 개발, 결혼이주 여성들이 자국의 동화를 번역하여 나온 8개국 다문화원서 동화시리즈, 세계문화지도사 양성 과정 운영, 취약지구에 작은도서관 설립 및 운영지원을 실시하고 있다.

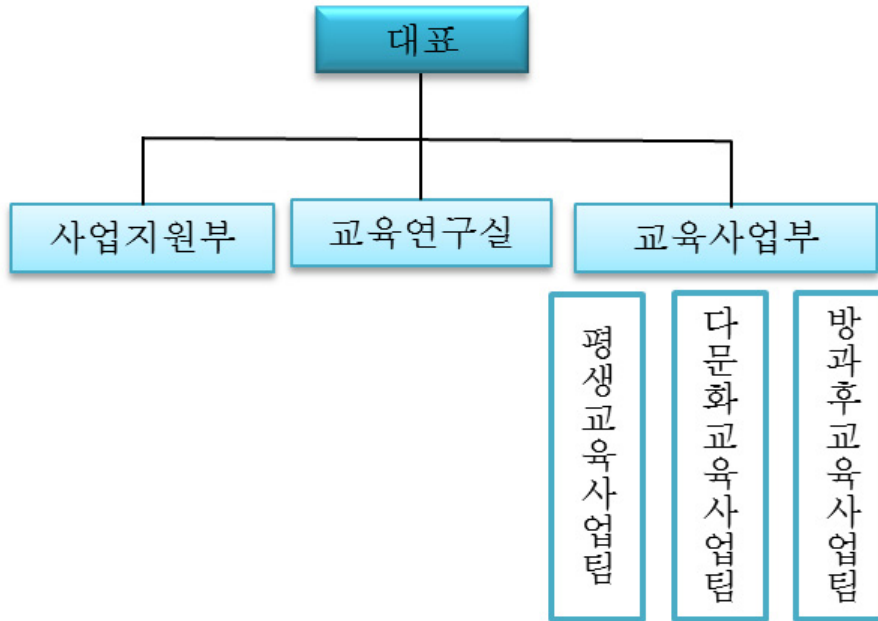
이 기업의 경우 명확한 영업대상과 영업내용의 연계가 이루어지고 있으나 최근 정책적으로 추진되고 있는 지역별다문화센터나 사회복지관의 다문화교육과정 등과 영업내용에 있어서 중복성이 불가피하다.

2) 기관의 조직체계 및 인력 구성

(주)오디에스 다문화교육연구소의 인력구성은 총 7명으로 구성되어 있으며, 이 중 취약계층 근로자 4명, 일반인 근로자 3명이다. 근로자 고용형태는 자체고용근로자가 2명, 사회적일자리 참여 근로자가 5명이며, 취약계층의 유형에서는 결혼이주여성이 4명이다.

근로자의 임금과 근로시간을 보면 취약계층 근로자 평균임금 919천원, 주 단위 평균근로시간 30시간인 반면에 일반인 근로자는 평균임금 1,277천원, 주 단위 평균근로시간 41시간이다.

기업의 조직체계를 보면 사업지원부, 교육연구실, 교육사업부(평생교육사업팀, 다문화교육사업팀, 방과후교육사업팀)로 구성되어 있다.



【그림 V-4】 (주)오디에스다문화교육연구소

자료출처 : (주)오디에스다문화교육연구소 인터뷰 및 공시자료를 중심으로 재구성

조직에서의 의사결정은 운영위원회에서 이루어지며, 여기에는 내부 3명, 외부 3명으로 기업대표, 근로자대표, 주주대표, 유관기관대표, 협력기관대표, 수혜자대표로 이해관계자가 다양하게 포함되어 있으며, 주주의 지분 구성도 다른 사회적기업의 경우 대부분 기업 대표자가 100%를 소유한 형태인데 반하여 본 기업은 대표 50%의 4명의 근로자 주주와 2명의 외부주주가 구성되어 있다.

따라서 전체적인 운영의 실제적인 결정권이 운영위원회에서 이루어진다고 볼 수 있다.

이러한 결과는 사회적기업의 바람직한 형태로서 기업의 실제적인 투명성을 확보할 수가 있다.

3) 기관의 운영 현황

기업의 사회적기업으로서 취약계층에 대한 서비스는 저소득자 75명과 북한이탈주민 21명에 대한 한국어교육 실시와 기타취약대상 2,420명에 대하여 문화활동 서비스를 제공함으로써 사회적기업으로서 지속적인 역할을 수행하고 있다.

기업의 경제적 성과는 자산의 경우 2013년도에 비하여 1.5배 증가하였고, 부채는 1.3% 증가하였다. 이 결과 현재 기업의 재정은 부채가 자산보다 많은 자본잠식 상태라고 볼 수 있다(표 V-10 참조).

그러나 위의 사업내용에서 교재개발 등이 지속적으로 이루어져 수익성이 높아질 가능성이 있으며, 현재의 다문화사업 운영구조를 수익구조 중심으로 일정수준 전환함으로써 자산의 증가가 가능할 것으로 본다.

표 V-10 재정현황

(단위: 천원)

구 분	2012	2013	2014
자 산		26,884	40,533
부 채		31,819	41,454
자 본		-4,934	-921

자료출처 : (주) 오디에스 다문화교육연구소 경영공시 자료 재구성

기업의 매출은 2013년에 비하여 1.3배 증가하고 있으며, 당기순이익이 마이너스에서 플러스로 전환되고 있다(표 V-11 참조).

이것은 사회적기업 운영 첫해에 비하여 2차 년도에는 사업영역이 넓어지고 기업에 대한 인지도가 증가함으로써 근로자의 현장파견이 지속적으로 증가하는 것으로 보여 진다.

다만 당기순이익이 증가함에도 불구하고 다문화교육 서비스분야의 영업 폭이 좁고 공공서비스 분야가 증가하고 있기 때문에 장기적으로 기업을 유지하기 위해서는 수익구조의 개편과 더불어 현재의 강사위주의 다문화교육사업 분야를 공공서비스 사업 위탁 등 영업내용을 확대할 필요가 있다.

표 V-11 매출 및 손익 현황

(단위: 천원)

구 분	2012	2013	2014
매출액		89,578	118,468
영업이익		-21,569	-80,822
당기순이익		-7,856	4,013

자료출처 : (주) 오디에스 다문화교육연구소 경영공시 자료 재구성

그리고 지자체에서 일자리창출 수단으로 사회적기업을 확산시키고 있는데, 교육서비스를 제공하고 있는 사회적기업은 운영매뉴얼이 꼭 필요하다.

6. (사) 장애청년꿈을잡고¹³⁾

1) 기관의 사회적 목적과 사업내용

‘(사) 장애청년꿈을잡고’는 2012년 모법인 ‘사단법인 장애청년꿈을잡고’를 설립하였고, 2013년 5월 경기도 일자리제공형 사회적기업으로 지정, 2013년 12월 고용노동부 사회적기업으로 인정을 받았다.

기업의 목적은 발달 장애청년들이 자립하여 살아갈 수 있도록 안정적인 일자리를 창출하는 것을 목표로 하고 있다.

기업의 주요 사업내용은 ‘나는카페’ 프랜차이즈 커피전문점을 확대하고, 발달장애청년들에게 바리스타교육을 실시한다.

세부 사업내용을 보면, 2016년 9월 현재 커피전문점 ‘나는카페’ 직영점 총 15개소를 운영 중이며, 현재 공공기관을 중심으로 커피전문점 장소를 지속적으로 확보하고자 한다.

이 기업은 발달장애에 있는 청년 및 청소년을 전문바리스타로 양성하고, 그들의 취업장소인 ‘나는카페’라는 커피전문점을 공공기관을 중심으로 지속적으로 확대함으로써 취약계층 청소년에게 양질의 일자리를 제공할 수 있다. 다만 아직까지 공공기관을 중심으로 한 카페운영과 상표에 대한 이미지가 미약하기 때문에 이 분야에 대한 적극적인 홍보가 필요하다.

2) 기관의 조직체계 및 인력 구성

기업의 인력구성은 총 45명으로, 이 중 취약계층근로자 28명과 일반인 근로자 17명으로 되어 있다.

고용형태를 보면 자체 고용근로자가 39명이고, 사회적일자리사업 참여근로자가 6명이다. 근로자의 임금과 근로시간을 보면 취약계층근로자의 경우 평균임금은 602천원, 주당 평균근무

13) (사)장애청년꿈을잡고 작성자료는 ‘(사)장애청년꿈을잡고의 사회적기업인증 신청자료’, ‘(사)장애청년꿈을잡고 경영공시자료’, ‘(사)장애청년꿈을잡고 홈페이지’, ‘(사)장애청년꿈을잡고 인터뷰 내용’을 기준으로 논자가 임의적으로 정리하였음

시간은 20시간이며, 일반근로자의 경우 평균임금은 1,412천원, 주당 평균 근무시간은 36시간이다.

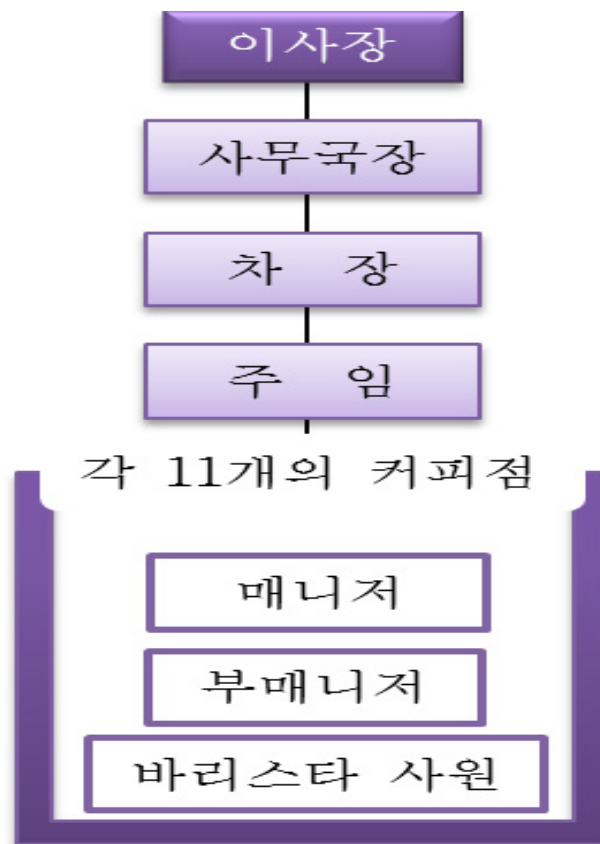
취약계층 근로자 28명은 전원 장애인이며, 취약계층 고용비율은 62.2%이다.

조직체계는 이사장 1명, 사무국장 1명, 차장 1명, 주임 1명, 11개 지점에 매니저, 부매니저, 바리스타로 구성되어 있다.

기업의 조직체계가 사업장 중심으로 편성되어 상황에 맞게 유연하게 활용할 수 있다.

그러나 전체적으로 취약계층근로자의 평균임금 수준으로 볼 때 직접적인 생활수준이 가능하다고 판단되지 않는다. 따라서 장애인의 안전과 건강 측면을 고려하더라도 최소 기초생활은 가능한 수준으로 임금체계를 수정할 필요가 있다.

조직의 의사결정구조는 이사회와 운영위원회에 이사장, 근로자대표, 외부인으로 구성되어 있으며, 기업의 주요사항을 결정함에 따라 의사결정과정이 투명하다고 판단된다.



【그림 V-5】 (사)장애청년꿈을잡고

자료출처 : (사)장애청년꿈을잡고 인터뷰 및 공시자료를 중심으로 재구성

3) 기관의 운영 현황

‘장애청년꿈을잡고’ 사회적기업의 운영에서 취약계층에 대한 사회적 서비스는 장애인취업박람회 커피제공 500명, 발달장애인바리스타 교육생 현장실습 제공 5명으로 총 505명의 장애인에 대한 사회적 서비스가 이루어졌다.

재정현황에서 자산은 2013년 456,586천원에서 2015년 524,536천원으로 1.1배정도 증가함에 따라 자본이 2013년 453,730천원에서 471,210천원으로 현상유지보다 조금 나은 수준으로 나타났다(표 V-13 참조).

따라서 이 기업의 경우는 경제적 운영형태가 안정적 형태로 운영되고 있으며, 사업의 확장이 지속적으로 이루어짐에도 불구하고 특별한 자산이나 자본이 증가하지 않는 것은 취약계층에 대한 직접적인 비용이 확대되기 때문으로 여겨진다.

표 V-13 재정현황

(단위: 천원)

구 분	2013	2014	2015
자 산	456,586	512,134	524,536
부 채	2,856	62,737	53,326
자 본	453,730	449,397	471,210

자료출처 : 사단법인 장애청년꿈을잡고 경영공시 자료 재구성

이 사회적기업의 매출 및 손익현황에서는 매출액이 직영커피점의 지속적인 증가 결과 2013년 245,967천원에서 2015년 556,952천원으로 2.2배 증가하였으며, 그 결과 당기순이익에 있어서도 2013년 마이너스 손실에서 2014년부터 지속적으로 흑자상태를 유지하는 것으로 나타났다(표 V-14 참조).

기업의 이익이 매출액에 비해 상대적으로 낮은 것은 운영주체가 비영리법인이고 사회적기업의 기본목적 중 하나가 취약계층의 일자리창출이라고 볼 때 수익의 대부분이 일자리 창출로 투입됨을 알 수 있다.

표 V-14 매출 및 손익 현황

(단위: 천원)

구 분	2013	2014	2015
매출액	245,967	417,829	556,952
영업이익	-190,367	-276,998	-326,748
당기순이익	-76,015	21,269	21,813

자료출처 : 사단법인 장애청년꿈을잡고 경영공시 자료 재구성

기업에 대한 정부지원금 현황을 보면 2014년도에는 인건비 비중이 매우 높은 반면에 2015년에는 인건비 부분은 감소한 반면에 기타지원이 매우 높게 나타났으며, 다음으로 사업개발비와 전문인력 인건비가 증가한 것으로 나타났다(표 V-15 참조).

이러한 현상은 사업주체가 취약계층의 인건비에 대해서는 자체수익사업을 통해 대부분 해결하고, 바리스타 고용 등 전문 인력과 다양한 상품개발의 필요성에서 기인한 것으로 보인다.

표 V-15 정부지원금 지원 현황

(단위: 천원)

구분	2013	2014	2015
인건비		84,320	30,498
전문인력비		29,520	35,670
사업개발비			30,000
사회보험료		2,578	18,863
기타	29,065		102,530

자료출처 : 사단법인 장애청년꿈을잡고 경영공시 자료 재구성

4) 청소년분야 사회적기업으로서의 성과 및 필요한 지원

‘장애청년꿈을잡고’는 지금까지 장애인에 대한 사회적 편견에 대한 인식을 직업현장에서 일반인과 함께 생활함으로 장애청소년스스로가 자립에 대한 용기를 갖게 하였으며, 일반근로자들도 장애인과 함께 근무를 통하여 같이 직업을 수행하는데 문제가 없다는 것을 인식할 수가 있었다.

아직까지 ‘나는카페’ 사업의 주 종목으로 발달장애인 중심으로 취업을 추진하고 있고, 현재

주로 경기도의 공공기관을 중심으로 설치가 되고 있기 때문에 이를 다른 지역의 장애인에게도 기회를 제공하기 위하여 가능한 전국단위로 확대하고자 한다.

또한 현재는 바리스타라는 종목에 한하여 장애인의 취업을 추진하고 있지만 앞으로 다양한 분야를 개발하고자 한다.

현재 이 기업이 정부로부터 필요한 지원은 1차적으로 공공기관에서 ‘나는카페’ 설치 장소를 대여하는 것에 대하여 고용노동부와 사회적기업진흥원에서 적극적인 협력이 요청되는 것과 브랜드에 대한 홍보를 할 수 있는 수단을 마련해주길 바란다.

7. 호남대랄랄라스쿨¹⁴⁾

1) 기관의 사회적 목적과 사업내용

호남대 랄랄라스쿨은 2012년 설립된 사회서비스제공형 사회적기업으로서 지역사회 아동 및 청소년을 위한 다양한 교육사회 서비스를 제공하고, 취약계층에게 안정적인 일자리와 사회서비스를 제공하고 지역사회에 공헌함을 목적으로 교육부 대학주도형 사회적기업이다.

기업의 주요 사업내용은 진로직업체험, 살아갈 수 있도록 안정적인 일자리를 창출하는 것을 목표로 하고 있다.

기업의 주요사업내용은 ‘진로직업체험’, ‘방과후학교 운영’, ‘돌봄교실’, ‘문화예술’, ‘멘토지원’ 등의 교육서비스를 제공하고 있다.

세부 사업내용을 보면 진로직업체험은 초·중·고등학교에서 학생들의 직업에 대한 상담과 직업탐색 기회를 제공, 진로설계 및 희망직업 설계, 사후 개인별 실천 활동으로 이루어진다.

돌봄교실은 방과후 초등학생 돌봄교실을 통하여 맞벌이부모나 교육소외 계층의 아동을 대상으로 부모를 대신하여 방과후 교육을 책임진다.

문화예술 분야에서는 랄랄라 극장 운영, 학교폭력 예방교육, 중국마술 및 변검술 공연 등을 통하여 청소년들의 문화예술 분야에 대한 인식확대 및 자신의 내면적 문제를 해결하고자 한다.

14) 호남대랄랄라스쿨 작성자료는 ‘호남대랄랄라스쿨의 사회적기업인증 신청자료’, ‘호남대랄랄라스쿨 경영공시자료’, ‘호남대랄랄라스쿨 홈페이지’, ‘호남대랄랄라스쿨 인터뷰 내용’을 기준으로 논자가 임의적으로 정리하였음

2) 기관의 조직체계 및 인력 구성

기업의 인력구성은 총 89명으로, 이중 취약계층근로자 31명과 일반인 근로자 58명이다. 고용형태를 보면 자체 고용근로자가 70명이고, 사회적일자리사업 참여근로자가 19명이다. 취약계층 유형은 고령자 18명, 청년/경력단절여성 7명, 저소득자 6명이다. 취약계층 근로자 고용 비율은 34.8%를 차지하고 있다.

근로자의 임금과 근로시간을 보면 취약계층근로자의 경우 평균임금은 945천원, 주당 평균근무시간은 25시간이며, 일반근로자의 경우 평균임금은 939천원, 주당 평균 근무시간은 24시간이다.

기업의 조직체계는 사업업무단위로 구성되어 있어 전문분야별로 업무를 수행토록 하고 있다 (그림 V-6 참조).

그러나 전체적으로 사회적기업의 근로시간과 임금 수준으로 볼 때 직접적인 생활수준이 가능하다고 보다는 파트타임 아르바이트 개념으로 이해된다.

조직의 의사결정구조는 총회, 이사회, 운영위원회로 이루어지며, 총회는 년 2회 개최되었고, 이사회도 년 2회 개최되었다. 특이할 사항은 총회에서 근로자대표를 선출하고 있다.



【그림 V-6】 (주) 호남대랄랄라스쿨 조직체계

자료출처 : (주)호남대랄랄라스쿨 홈페이지 및 사회적기업 신청자료 재구성

3) 기관의 운영 현황

‘호남대랄랄라스쿨’ 사회적기업의 사회적 서비스는 저소득층 취약계층 1,881명, 한부모가족보호대상자 383명, 장애인 93명에 대해 진로직업체험 서비스를 제공하였으며, 일반인 4,565명에게 유료 서비스를 제공하였다.

재정현황에서 자산은 2014년 298,266천원에서 2015년 221,248천원으로 약간 감소하였으나, 부채가 197,365천원에서 34,962천원으로 5.6배 이상 감소함으로써 자본은 오히려 0.8배 증가한 결과를 가져왔다(표 V-16 참조).

따라서 이 기업의 경우는 재정현황이 안정적이고 지속적인 발전이 가능토록 개선되고 있으며, 사업 확장도 처음 진로체험에서 문예활동, 돌봄교실 등으로 긍정적으로 확대되고 있다고 볼 수 있다.

표 V-16 재정현황

(단위: 천원)

구 분	2013	2014	2015
자 산	—	298,266	221,248
부 채	—	197,365	34,962
자 본	—	100,921	186,285

자료출처 : (주)호남대랄랄라스쿨, 경영공시 자료 재구성

이 사회적기업의 매출 및 손익현황에서는 매출액이 2014년 767,128천원에서 2015년 2,021,979천원으로 2.6배 이상 증가하였으며, 그 결과 당기순이익에 있어서도 2014년 2,832천원에서 2015년도 85,383원으로 기하급수적으로 증가한 것으로 나타났다(표 V-17 참조).

다만 기업의 영업이익이 매출액에 비해 상대적으로 낮은 것은 호남대랄랄라스쿨의 경우 일자리 창출과 구성원 성과급을 50:50으로 편성하여 지출하고, 취약계층 교육서비스 30%, 지역사회재투자 20% 등 사회적기업의 본래 목적사업에 지속적으로 투입되고 있는 것으로 확인되었다.

표 V-17 매출 및 손익 현황

(단위: 천원)

구 분	2013	2014	2015
매출액	—	767,128	2,021,979
영업이익	—	-1,070	-121,199
당기순이익	—	2,832	85,384

자료출처 : (주)호남대랄랄라스쿨, 경영공시 자료 재구성

기업에 대한 정부지원금 현황을 보면 2013년도와 2014년도에는 정부지원이 전무한 반면에 2015년에는 인건비와 사회보험료에 대한 지원이 이루어졌다(표 V-18 참조).

표 V-18 정부지원금 지원 현황

(단위: 천원)

구분	2013	2014	2015
인건비	0	0	152,857
전문인력비	0	0	
사업개발비	0	0	
사회보험료	0	0	10,777
기타		0	22,000

자료출처 : (주)호남대랄랄라스쿨, 경영공시 자료 재구성

4) 청소년분야 사회적기업으로서의 성과 및 필요한 지원

(주)호남대랄랄라스쿨 사회적기업은 대학이 주관이 되어 지원하는 형태로 전문적인 교육서비스 분야에로의 진출은 풍부한 전문가의 지원이 가능한 구조라고 할 수 있다.

특히 대학의 경우 청소년 취업 확대 가능성을 높이고, 전문분야에 대한 청소년의 진출을 보장함으로써 대학과 청소년 모두에게 이익을 가져다주는 구조라고 할 수 있다.

또한 현재까지 주로 초·중·고등학교를 대상으로 진로체험을 중심으로 한 교육서비스를 주요 사업으로 추진하였으나, 2015년에는 돌봄교실 사업 확대를 통하여 새로운 수익창출이 이루어지고 있으며, 추후 문화예술과 멘토 지원을 통하여 청소년폭력 등 취약 청소년의 성장에도 기여하는 사업을 구상 중에 있다.

지속적인 일자리 창출을 위해 수익의 20%이상을 투입하도록 하고 있으며, 더불어 취약계층 청소년을 위한 교육서비스 제공도 30% 확대할 계획을 수립하여 실천함으로써 사회적기업 본래의 목적을 지속적으로 실천하고자 하였다.

위의 6개의 청소년참여 또는 청소년 참여 중심의 사회적기업에서 보여 준 바와 같이 사회적기업을 통한 청소년 특히 대학청소년을 대상으로 한 양질의 일자리 창출 가능성은 매우 높은 편이지만 아직까지 재정적 의존이 정부의 지원에 기대하는 바가 높고, 사업다각화 등의 사회적기업의 성장 분야가 많지 않은 편이다.

그러나 여전히 청소년 참여 중심의 사회적기업의 역할과 기능에 맞는 틈새시장이 존재하고 있음을 알 수 있기 때문에, 정부에서 사회적기업 지원정책의 세분화를 정책을 통하여 청소년의 참여를 확대가 가능한 신규 사회적기업 분야의 창출이 충분히 가능하다고 볼 수 있다.

따라서 청소년의 자립을 위한 방안으로 사회적기업 창출성과 참여가능성을 볼 때 충분한 정책적 효과가 있다고 볼 수 있다.

제 VI 장

청소년을 위한 사회적기업 정책 제안

1. 청소년 사회적기업 창업 및 청소년
취약계층 포함 제도화
2. 사회적기업의 다양성에 적합한 지역
단위 맞춤형 인력확보 및 교육제공
3. 사회적기업의 재정지원 내용의 제도
개선
4. 전문영역별 컨설팅 내용과 전문인력
의 다양화 필요
5. 청소년 지원을 위한 사회적기업 지원
체계
6. 취약계층 청소년의 사회적기업 창업
· 취업 지원 방안

제 VI 장 청소년을 위한 사회적기업 정책 제언

1. 청소년 사회적기업 창업 및 청소년 취약계층 포함 제도화

1) 추진배경

현재 정부의 사회적기업육성법령과 사회적기업육성 정책은 사회적기업에 대한 전방위적인 지원이 가능하도록 하고 있다.

그러나 대부분의 정책들이 예비사회적기업이나 인증 사회적기업에 대한 지원정책에 대해 맞추어져 있다. 이러한 제도적 혜택은 사회적기업으로의 유인책이 되고 있다고 볼 수 있다.

그럼에도 불구하고 다양한 사회적기업의 특성에 맞는 특화된 형태의 운영체계나 미래 사회적기업가에 대한 교육훈련분야에 대해서는 단순한 공모제도나 교육훈련의 범위에 있다.

또한 현재의 사회적기업 제도에 따른 지원으로는 앞장의 사례에서도 보듯이 교육서비스업이나 사회서비스업종 등 보다 공익적인 사회적기업의 경우 정부의 지원이 마무리되는 시점에서는 실질적인 운영이 매우 어려운 실정이다. 또한 취약계층에 대한 의무적인 고용제도는 특수한 분야의 경우 그 분야의 전문적 역량을 가지면서 취약계층에 해당하는 사업을 구하는 것은 매우 어려운 실정이며, 또한 일정기간 교육을 통해 사업을 추진하고자 할 때에는 국가의 지원이 중지됨으로 인해 사업의 실효성이 매우 낮다.

따라서 현재의 사회적기업제도에서 인증을 통한 제도는 지속적인 공익적 사회적기업을 양성하기보다는 기존의 소규모 사업장을 사회적기업으로 전환하여 일정기간 국가지원을 받는 것이 보다 유용한 제도라고 할 수 있다.

현재 청년과 청소년 분야에서도 ‘청년 등 사회적기업가 육성사업’ 및 ‘소셜벤처 경연대회’를 사회적기업진흥원에서 추진하고 있으나 여기에 몇 가지 한계가 있다.

첫째는 권역별 위탁지원기관에서 이루어지는 창업활동의 지원에 대한 법적근거가 미흡하다.

둘째는 사회적기업 지원 및 육성대상자에 청소년을 포함하는 것이 필요하다. 이는 현재 만19세미만의 학업중단청소년이나 가출청소년들이 사회적기업가로 양성될 수 있는 기회가 필요하다.

셋째는 취약계층의 대상에서 현재 여성가족부에서 지원하고 있는 특별지원청소년이 포함되어야 한다.

2) 추진내용

① ‘사회적기업육성법시행령’ 제2조 취약계층의 기준에 청소년포함

사회적기업육성법시행령 제2조제13호에 19세미만 청소년을 모두 포괄할 수 있는 항목을 포함하는 것이 필요하며, 점차적으로 청소년의 참여를 확대추진 하더라도 최소한 19세미만 청소년 중 학업중단청소년, 가출청소년, 소년소녀가장, 조손가정 청소년, 한부모가정 청소년, 북한이탈 청소년 등 특별지원 청소년은 사회적기업 지원대상 취약계층으로 인정되어야 한다.

② 청년 및 청소년 대상 사회적기업 인턴제 시행

현재의 ‘청년 등 사회적기업가 육성사업’과 ‘소셜벤처 경연대회’를 통해 발굴되는 사업에 대해 전문멘토와 교육프로그램 제공을 통하여 유사기업이나 해외기업에서 일정기간 인턴 취업 실시

③ 청년 및 청소년 대상 상시 사회적기업 제안제 시행

사회적기업진흥원에 상시적으로 사회적기업 창구를 개설하여 이를 월단위로 검토하여 심의함으로써 청년 및 청소년이 지속적으로 사회적기업을 창출할 기회를 제공

2. 사회적기업의 다양성에 적합한 지역단위 맞춤형 인력확보 및 교육제공

1) 추진배경

사례조사에서 다문화교육이나 체육 등 예술교육 등의 보다 전문적인 서비스를 제공하는 지역 사회적기업의 경우 해당분야의 전문인력 확보 문제와 지역에서의 컨설팅 등 교육을 제공하는 것이 매우 중요하다고 본다. 특히 일자리제공형의 경우 취약계층으로 한정되기 때문에

취약계층에 해당하는 전문인력을 확보하는 것은 매우 어렵다.

이를 위해서는 사회적기업 발전 단계별 맞춤형 교육 지원과 지역단위 전문인력 강사풀 제공, 그리고 서비스내용에 대한 매뉴얼화가 요구된다.

2) 추진내용

① 전문영역별 강사진 풀 확보 및 지역단위 강사네트워크 설치

현재 사회적기업의 업무영역에 대한 전반적인 이해 자료축적은 사회적기업진흥원에서 이루어지고 있다. 사회적기업진흥원 사회적기업의 업무영역을 산업분류체계에 따라 세분화하고 해당영역에 필요한 전문가에 대한 정보를 축적을 통하여 이를 지역단위 고용센터에 전달함으로써 지역의 사회적기업이 필요한 전문인력을 쉽게 고용할 수 있다.

또한 지역단위에서도 고용센터를 중심으로 한 강사등록제 또는 강사네트워크 형성을 제도화함으로써 취업자와 고용자를 쉽게 연결할 수 있도록 한다.

② 전문교육을 위한 콘텐츠 강화

전문적인 서비스를 제공하는 사회적기업의 경우 일자리 창출 차원에서 고용된 취약계층근로자에 대한 재교육이 필요하다. 그러나 소규모 사회적기업의 경우 별도의 교육을 실시하는 것이 어려운 실정이다.

따라서 사회적기업진흥원에서 분야별 교육 커리큘럼을 개발하고, 이를 매뉴얼화하여 기관컨설팅차원에서 지역단위 사회적기업에 교육 및 컨설팅 과정 운영이 필요

3. 사회적기업의 재정지원 내용의 제도 개선

1) 추진배경

사회적기업 일반 실태와 사례조사 결과에서 정부지원은 ‘사회적기업육성법령’에 의하여 인건비 지원, 금융지원, 세제지원 등이 이루어지도록 규정하고 있으나, 실제 현장에서는 그 지원을 받지 못하거나 부족한 상황이 발생하고 있다.

따라서 재정지원항목별 지원내용의 수정이 요구된다.

2) 추진내용

① 사회적기업의 사업유형 및 업종을 고려한 임금체계 개선

현재 사회적기업에 대한 인건비 기준은 최저임금을 기준으로 동일하게 지원되고 있는 실정이다. 그러나 현장에서는 단순한 노무업종이 있는 반면에 전문적인 자격을 갖추고 서비스를 제공해야 하는 분야도 있다. 따라서 임금체계를 현장의 유사업종을 고려한 임금지원이 필요하다. 특히 현재의 임금지원 기준은 노령층 등에 적합한 반면에 청년층 등의 유입에는 절대적인 한계가 있다고 볼 수 있다.

② 사회적기업의 특성에 맞는 인건비 지원기간 다양화 필요

현재 사회적기업에 대한 인건비 지원기간은 최대 3년으로 통일되어 있다. 그러나 사회적기업은 업종에 따라 시장에 가까운 업종이 있는 반면에 공익에 가까운 업종이 있다.

예를 들면 다문화교육연구소 등의 업종은 정부차원에서 주로 실시하는 것을 민간이 참여하는 것으로 볼 수 있다.

공익적 사회적기업은 정부지원이 중지될 경우 해당 취약계층을 장기적으로 유지하는 것이 중요한 문제가 된다.

따라서 고용노동부에서는 업종과 업태를 산업표준분류에 따라 인건비 지급기간을 차등화가 필요하다.

③ 예산의 탄력적 사용 범위 확대

현재 사회적기업에 대한 예산지원 인건비, 전문인력비, 사업개발비, 사회보험료 등 사용처를 정해놓고 있다. 이러한 집행이 관리적 차원에서는 유용할 수 있으나, 현장의 사회적기업 차원에서는 보다 포괄적인 측면에서 다양하게 사용하는 것이 필요하다.

같은 영역으로 볼 수 있는 인건비 항목은 취약계층 인건비와 전문인력 인건비 간에 혼용되어 사용할 수 있도록 하는 것과 사업개발비와 기타비용을 필요 시 사용할 수 있도록 일정수준에서 사용범위를 탄력적으로 용인하는 것이 필요하다.

4. 전문영역별 컨설팅 내용과 전문인력의 다양화 필요

1) 추진배경

현재 사회적기업에 대한 경영컨설팅은 사회적기업 인증분야에 대한 것과 사회적기업 운영분야에 대해 이루어지고 있다.

특히 운영분야는 대부분 회계, 노무, 기업 등 경영분야에 대해 확일적으로 이루어지고 있으나 분야별 사회적기업 설립의 목적에 맞게 그 분야를 전문화하는데 필요한 컨설팅은 이루어지지 않고 있다.

이는 경영분야의 경우 초기단계에서는 유용하지만 그 후 발전단계에서는 오히려 사업내용에 대한 컨설팅이 더욱 필요하다고 볼 수 있다.

따라서 전문영역별 전문가에 의한 컨설팅이 가능하도록 현재의 경영컨설팅 범위와 내용을 확대할 필요가 있으며, 사회적기업의 발전단계에 맞는 컨설팅이 요구된다.

2) 추진내용

각 다양한 분야별로 설립되는 사회적기업의 경우 특히 청소년이나 청년이 중심이 되는 사회적기업의 경우는 대부분이 새롭고 혁신적인 분야가 많다. 이 경우 현재의 컨설팅 전문가와 컨설팅 영역으로는 해당 사회적기업의 사업내용을 이해하기 어렵기 때문에 컨설팅 자체가 의미가 없는 일이 된다.

- ① 사회적기업진흥원에서는 맞춤형 컨설팅 체계를 구축할 필요가 있으며, 이에 따른 컨설팅 플랜을 세분화하여 실질적인 컨설팅이 이루어지도록 해야 한다.
- ② 컨설팅 전문인력을 해당 사회적기업의 유사업종이나 동종업종들의 협의체나 네트워크 구축을 통해 지역단위 컨설팅을 실시한다.

5. 청소년 지원을 위한 사회적기업 지원 체계

1) 지역사회 취약계층 청소년의 역량강화를 위한 사회적기업의 활용

① 추진방향

본 연구에서 언급하는 취약계층 청소년은 주로 「청소년복지지원법」에 의해 규정된 ‘특별지원 청소년’, 「학교 밖 청소년 지원에 관한 법률」에 따른 청소년을 주요 범위로 규정하고 있다. 이러한 취약계층 청소년의 지원정책에 있어서 보호, 복지적 측면에서 나아가 경제활동에 참여하고 사회적으로 자립할 수 있는 스스로의 역량을 강화할 수 있는 지원 방향이 절실하다고 볼 수 있다.

이러한 지원방향 변화의 필요성에 있어서 실제 취약계층 청소년을 대상으로 사회적 목적과 가치 활동을 추구하는 사회적기업을 활용한 사회·경제적 차원의 역량강화가 매우 중요한 부분이라 할 수 있다.

실제로 사회적기업은 지역사회의 문제해결과 수요충족과 같은 사회적 가치 충족을 주요한 사업목적으로 보고 있기 때문에 지역사회의 취약계층 청소년 문제에 있어서도 시장이나 정부보다 문제의 실체에 구체적으로 접근하여 적절한 대안을 제시할 가능성이 크다.

우선 지역사회의 사회적기업은 취약계층의 청소년을 지원하는데 있어서 지역사회에서 요구하는 역량강화를 효율적으로 수행할 수 있는 주체가 될 수 있다. 특히 정규교육과정의 사각지대에 있으면서 수익창출이 아닌 사각지대의 취약계층을 대상으로 지원할 수 있는 주체는 시장과 정부의 기능으로 한계가 명확한 만큼 지역에서 활동하는 사회적기업을 활용한 역량강화를 수행하도록 정책적 지원이 필요하다고 본다.

우선 사회적기업은 지역사회 및 공동체와 밀접한 관계를 맺고 사회적 참여, 봉사, 협력과 연대에 기반한 활동을 수행하고 있다는 점에서 지역사회 및 공동체 역량을 충분히 보유하고 있는 조직이다. 또한 지역사회목적 활동을 위해 사회혁신을 추구하며 창의적 문제해결을 추구하고 다양한 지역 주체들과 함께 연대와 협력 활동을 기반으로 한다는 점에서 관계역량과 혁신역량의 조건을 보유하고 있다고 볼 수 있다. 따라서 지역에서 활동하는 사회적기업이 취약계층 청소년이 필요로 하는 역량에 기반한 활동을 수행하고 있으며 이러한 역량을 필요로 하는 대상을 위해 충분히 활용될 수 있도록 정책적인 유도과 지원방향이 필요하다.

② 추진내용

우선 첫째로는 사회적기업들이 협력하여 지역의 취약계층 청소년의 역량강화를 위한 맞춤형 아카데미 교육과정을 지속적으로 개최하도록 지역 교육기관의 적극적인 지원과 유인의 움직임이 필요하다. 각 지방자치단체에 존재하는 사회적 경제 중간지원기관 및 광역지원기관에서 각각 실시중인 사회적 경제 아카데미 및 교육관련 프로그램을 활용하여 취약계층 청소년 대상의 사회적기업가 양성과정이나 기초교육과정을 비롯한 다양한 교육프로그램을 개발하고 이에 대한 적극적인 지원과 홍보가 필요하다. 이에 대해 경기도에서는 청소년 대상 사회적기업가 아카데미를 실시하고 있으며 이수한 학생에 대해서 경기도 청소년 소셜아이디어 공모전도 개최하고 있다.

이러한 아카데미 과정을 담당한 유스바람개비 김정삼 대표는 ‘사회적기업, 협동조합 운영사례는 진로교육, 인성교육, 경제교육, 민주시민 역량을 함양하는 살아있는 교재’임을 강조하고 있는 것도 주목할 필요가 있다.¹⁵⁾ 이러한 청소년 대상의 사회적 경제 아카데미는 사회적 관계와 경제의식에 대한 기본교육, 협력과 연대의 방식에 대해 주로 강의 내용이 구성되어 있는데 취약계층 청소년 대상으로 한 맞춤형 교육프로그램도 개발될 필요가 있다.

그리고 이러한 청소년대상의 사회적 경제 교육을 체계적으로 실시하고 특히 취약계층 청소년들의 사회적기업 및 사회적 경제의 유입을 위한 맞춤형 교안과 교재의 개발도 함께 병행되어야 한다. 이러한 측면에서 충청남도도는 실제 지역의 청년 강사단이 중심이 되어 충남사회적기업협회의 교육 분과 기업들과 함께 초등학생 및 중고생 대상의 사회적 경제 교재를 만들어서 배포하고 있다. 그리고 이 교재를 기반으로 2014년 11월부터 천안여중을 비롯한 다수의 학교 학생들을 대상으로 교육을 실시하였다. 교재의 내용은 다음과 같다.

15) 분당신문(2016.11.13) <http://www.bundangnews.co.kr/news/articleView.html?idxno=14710> 참조

중·고등학생을 위한 사회적 경제 교육교재 구성

주요 키워드	내 용
윤리적 소비	- 익숙한 물건을 통해 물건이 만들어지는 과정에서 발생하는 생명·환경·아동 노동 등의 쟁점을 인식한다. - ‘우리는 합리적으로 소비하고 있을까?’ 질문을 통해 인간의 소비에 영향을 미치는 환경에 대해 이해한다. - 소비의 다양한 선택지로서 윤리적 소비의 다양한 형태들을 이해한다.
노동과 사회적 경제	- 노동은 돈과 노동력의 교환이라는 의미를 넘어 인간의 생존과 사회적 삶을 구성하는 중요한 요소임을 인지한다. - 삶에서 발생하는 다양한 노동문제들에 대해 공유하고 노동의 가치에 대해 생각해보는 시간을 갖는다. - 노동 이슈와 관련하여 협동조합이라는 사회적 경제 방식을 이해한다.
돈과 사회적 경제	- 돈이 쓰이는 다양한 방식을 논의하고 돈의 쓰임에 대한 근본적인 질문을 통해 개인의 욕구를 돈을 통하지 않고 해소할 수 있는 방법을 상상한다. - 돈이 많지 않아도 행복한 사람들의 삶을 소개하고 토론한다.
사회문제와 사회적 경제	- 개인 및 집단, 사회에서 발생할 수 있는 다양한 사회문제를 학생들에게 친숙한 ‘학교’를 배경으로 하여 스스로 진단해보는 시간을 갖는다. - 욕구와 문제해결방식을 스스로 진단하고 팀작업을 통해 협력적으로 모색함으로써 ‘협동’의 중요성을 이해한다.

자료: 김종수 외(2016)

충남의 사례는 일반 청소년을 대상으로 하고 있지만 학교 밖 청소년이나 취약계층 청소년을 대상으로도 확장할 필요가 있다. 실제 취약계층 청소년들이 일반 청소년들보다 경제관념이나 사회적 역량이 부족하거나 바로 사회생활을 접할 가능성이 큰 만큼 이에 대한 맞춤형 교육프로그램과 강의 프로그램이 시급하다 하겠다.

둘째로는 지역사회에서 취약계층 청소년의 역량강화를 위한 포괄적인 서비스를 제공하는 사회적기업들이 필요하다. 그리고 이들 사회적기업들이 지역사회에서 지속가능하게 활동하고 실제 취약계층 청소년들의 자립이 가능할 수 있도록 행·재정적 지원 및 프로그램 개발과 네트워크 등의 지속적인 지원이 요구된다. 이에 대해서는 미국의 Youth Build USA의 사례를 거론할 수 있다(박창남, 2014).

Youth Build USA 프로그램은 취약계층 청소년들이 실제 지역사회혁신을 위한 책임 있는 주체로서 성장할 수 있기 위해 기능과 함께 철학 및 인식, 혁신을 위한 사회적기업 등 다양한 방면의 교육을 실시하고 있음을 알 수 있다. 그리고 Youth Build USA 또한 재학생과 졸업생 중심으로 조직화된 목소리를 통해 관련 아젠다 형성 및 정책 이슈화에 적극적인 의견을 개진하고

재원확보를 활용하여 상호간에 긍정적 효과를 발생하고 있다. 국내에서도 이러한 Youth Build USA처럼 취약계층 청소년의 교육과 자립을 지원할 수 있도록 종합적인 교육과 실무경험을 지원하는 사회적기업의 육성이 필요하다. 그리고 하나의 거대한 조직형태가 아니라 전문분야를 갖춘 다양한 사회적기업들이 협력과 연대를 통해 지역사회 취약계층 청소년들을 위한 교육훈련을 위한 프로그램을 개발하고 공동 운영하는 거버넌스 형태의 운영이 바람직하다 하겠다.

2) 사회적기업을 활용한 지역사회와 취약계층 청소년 협력의 연계방안 마련

① 추진방향

취약계층 청소년 지원방향의 궁극적인 목적은 스스로 자립할 수 있도록 지속가능한 일자리 취업이 필수적이라 볼 수 있다. 박창남(2014)이 강조한 것처럼, 취약계층 청소년들이 요구하는 바는 복교나 진학보다는 취업을 통해 홀로서기를 희망하고 있다. 따라서 취업지원사업의 활성화는 취약계층 청소년의 자립에 있어서 필수적인 요소라 볼 수 있다. 이처럼 지역사회에서 청소년을 비롯한 취약계층의 일자리 제공과 고용에서 최근 사회적기업과 같은 제3섹터 영역들이 주목받기 시작하였다. 지역사회에서는 시장과 정부가 해결하지 못하는 사각지대의 문제와 지역사회의 수요 충족을 위한 부분들에 대해 사회적기업을 비롯한 사회적 경제 조직들이 이를 담당하고 있으며, 이러한 역할을 수행하는 주체들에 있어서 취약계층 청소년들이 수행할 수 있는 역할이 충분히 존재한다.

이러한 필요에 따라 사회적기업은 지역사회의 수요충족과 문제해결을 위해 활동할 수 있는 취약계층의 청소년들을 육성하는 동시에 이들의 일자리와 취업을 지원하며 이들 취약계층 청소년들은 사회적기업에서 역량을 강화하고 자립하여 이후 지역사회에 기여할 수 있는 역할을 기대할 수 있는 상승효과를 기대할 수 있다. 따라서 지역의 수요와 취약계층 청소년의 문제를 서로 연계하여 상호간의 욕구를 충족할 수 있는 매개체로서 사회적기업의 활용이 필요하고 역할이 요구된다 하겠다.

② 추진내용

사회적기업을 활용하여 지역사회와 취약계층 청소년의 연계방안은 현실적으로 취약계층 청소년들을 지역 공동체 안에서 함께 성장하고 도움이 될 수 있는 시너지 효과를 기대할 수 있다. 이를 위해 다음과 같은 구체적인 추진방안을 제시할 수 있다.

첫째, 지역사회에서 취약계층 고용과 지역사회문제 해결을 위해 활동하는 사회적기업의 활동을 파악하고 취약계층 청소년과 연계 매칭을 지원해 줄 수 있는 지역단위 중간지원조직의 역할이 필요하다. 전국적으로 사회적 경제의 지원기관은 광역차원을 넘어서 서울의 송파나 성북, 경기도의 수원이나 화성, 충남의 아산과 서천 등과 같이 기초지방자치단체 차원에서 설립되고 있는 추세이다. 따라서 이러한 지역차원의 중간지원기관을 통해 취약계층 청소년이 근무 가능한 사회적기업을 선별하고 지역사회의 청소년을 대상으로 인턴 및 취업의 환경을 제공할 수 있다. 그리고 구체적인 실현을 위해 지방자치단체는 청소년 및 청년 고용률 상승과 지역 사회적기업 활성화를 위한 관련 사업예산을 편성하여 중간지원조직에 관련사업 지원을 실시할 수 있다. 이에 대해 영국 PM Training처럼 취약계층 청소년의 자립을 위한 협동조합 및 사회적기업 형태의 대안교육기관의 설립과 운영을 위한 적극적인 지원이 필요하다.

PM Training은 영국의 공공주택 건설 및 보수 사업에 있어서 비진학 청소년의 교육훈련과 도제과정을 지원하는 분명한 사회적 목적을 갖고 있는 사회적기업이다. 그리고 이러한 교육의 실행을 위해 취업보조금과 같은 정부의 예산을 적절하게 활용하여 사회적 목적과 경제적 지속성을 모두 보여주고 있다. 특히 지역의 공공주택 보급과 비진학 청소년에게 일자리와 기술을 제공하는 사회적 연계방안의 사례를 성공적으로 수행하고 있다. 비단 주택 건설과 보급 사례뿐만 아니라 지역사회의 다양한 수요충족을 위한 사업을 위해 지역의 취약계층 청소년을 체계적으로 훈련시켜서 양질의 노동력으로 육성하려는 시도들이 필요하다(박창남, 2015).

이처럼 영국 PM Training의 사례는 정부가 취약계층 청소년에게 인턴십을 제공하거나 교육기회를 부여하는 사회적기업들에게 보조금을 지원하고 이를 수행하는 청소년들에게도 일정금액을 지원하는 제도가 필요하다는 것을 보여준다. 이를 위해 중간지원기관들이 취약계층 청소년을 위한 교육기관 및 보호기관과 관련된 사회적기업간 제휴의 기회를 제공하고 양해각서(MOU) 체결을 통한 실제 협력의 모습들을 창출할 수 있도록 지원해야 한다.

둘째, 지역사회에서 취약계층 청소년을 주 대상으로 교육과 사회경험과 활동을 지원하며 이들을 실제 고용하고 있는 사회적기업들에 대한 인센티브 지원 사업을 지방자치단체에서 적극적으로 모색해야 한다. 대표적으로 학교 밖 청소년을 대상으로 사회적기업을 운영하고 있는 (주)자리와 셰어하우스 우주의 연계사례는 이러한 사회적기업들이 지역사회에서 활동하고 있는 구체적인 모습을 보여주고 있으며 이러한 사례들이 지속적으로 지역에서 발견되어야 한다는 점에서 이를 위한 유인책이 필요하다 하겠다.

<사회적기업 「자리」 사례 개요>

○ 사회적기업 자리의 설립배경

- 2010년 인천 가톨릭아동청소년재단 요청으로 위기청소년 출신으로 부천에서 카페를 영업하던 신 바다 대표가 취약계층 청소년들과 함께 설립한 사회적기업 카페로 2016년에는 연매출 10억 목표로 하는 사회적기업으로 성장
- 자리의 미션은 취약계층 청소년들이 사회적으로 자립할 수 있도록 지원하는 것이며 이를 위해 커피라는 아이টে임을 활용. 현재자리는 선유도, 서울역, 신도림 등 직영점 4곳과 상암동의 위탁운영점 1곳 등 5곳에서 영업중

○ 자리의 사업내용과 성과

- 자리는 청소년의 진로탐색(꿈자리), 안정적 고용(일자리), 주거문제(실자리)를 마련하는 것이 주요한 사업. 특히 취약계층 청소년의 보금자리가 필수적이라는 방향에 따라 쉼어하우스 '우주'와 손잡고 주거공간을 청소년들에게 무료로 제공함.
- 커피 뿐 만 아니라 사회적관계형성, 인문학교육, 심리상담과 같은 다양한 교육과정을 병행하여 자존감을 끌어올리는 노력을 함께 진행하며 근무하는 청소년들에게도 시급 8,000원 이상 책정해 최소 생활을 유지하도록 지원
- 취약계층 청소년에 대한 사회적 편견 제거를 위해 청소년들의 적극적 사회 및 대외활동을 권장하며 네트워크 교류 지원

자료: 한국사회적기업진흥원 블로그 (<http://blog.naver.com/se365company?Redirect=Log&logNo=220720527723>)

3) 취약계층 청소년의 자존감과 삶의 의지 개선 역할

① 추진방향

다양한 연구결과에 따르면 청소년기 아이들은 인지·정서적으로 매우 불안정하면서 미성숙한 경향이 있어서 심리적 문제들이 빈번하게 발생하는 것이 사실이다. 특히 사회적으로 취약계층의 청소년들은 전반적으로 위험요인은 상대적으로 많이 안고 있으며 사회적 적응에 있어서 여러 가지 어려움을 겪을 가능성도 크다(강민철 외 2015). 특히 취약계층 청소년들은 자신감, 자기조절, 진로목표 및 가치 건전성, 진로목표달성 효능감 등의 영역에서 일반 청소년에 비해 유의하게 낮은 수준을 보여주고 있다는 점에서 낮은 자신감 혹은 자기 존중감의 문제를 보유하고 있음을 시사한다. 이러한 청소년의 자기존중감은 건강한 성격발달 뿐만 아니라 사회적응, 행동, 정서, 대인관계 등에 중요한 영향을 미치는 것이 사실이다(김혜영, 2001; 김희정, 2003).

따라서 취약계층 청소년들의 실질적 자립을 위해서 인턴 등의 경험과 구직의 기회를 주는 것도 중요하지만 실제 지속가능한 근로환경 제공을 위해 자기존중감과 자신감의 회복도 필수적인

문제라 하겠다. 이러한 방향에서 앞서 제시한 영국 PM Training의 교육 프로그램 내용은 참고가 될 수 있다. 박창남(2015)에 따르면 이 프로그램은 훈련과정에서 청소년들로 하여금 자신들이 지역사회에서 기여한다는 인식을 갖게 함으로써 그들의 자존감을 높인다는 특성을 보임을 강조한다. 구체적으로 취약계층 청소년들은 지역 노인들과 긍정적 관계를 가져본 적이 거의 없는 수습훈련생이다. 하지만 외롭게 거주하는 공공주택 노인들을 대상으로 집안을 보수하고 관리해주며 음식을 준비하기도 하는 행위들을 통해 지역사회의 유대감에 긍정적인 영향을 미치는 의미 있는 행위를 수행하게 된다. 이를 통해 청소년에게도 자신이 누군가를 위해 쓸모가 있다는 생각을 갖게 하며, 자신이 하고 있는 일에 대해 자부심도 갖게 한다는 점에서 인식적으로 중요한 부분이며, 사회적 가치와 목적을 추구하는 사회적기업에 있어서도 간과할 수 없는 부분이라 할 수 있다. 실제 취약계층 청소년 지원과 관련된 사회적기업의 활동에서도 이러한 인식적 자존감 회복을 중요한 가치로 보고 있는 것이 사실이다.

② 추진내용

취약계층 청소년의 자립을 지원하는 방향에는 다양한 방법들이 존재한다. 실제 취업기회나 교육을 통한 역량강화도 중요하지만 자존감이 떨어진 취약계층 청소년들을 대상으로 근로의욕의 고취와 사회적 구성원으로서 자신감 회복, 관계능력의 함양 등의 인식적 개선의 노력과 시도 또한 매우 중요한 지원방향으로 볼 수 있는 것이다. 이러한 점에서 사회적기업들의 취약계층 청소년들의 자존감 회복을 위한 사례를 통해 이러한 기업들의 발굴과 지원의 방향이 필요하다. 구체적으로는 (주)유유자적살롱의 사례를 검토할 수 있다.

<유유자적 살롱 사례 개요>

○ 유유자적살롱 설립과 프로그램

- 2010년 전문적인 인디뮤지션들이 모인 주식회사 형태의 사회적기업이며 주 업무는 밴드공연활동, 직장인의 음악교육프로그램 외에 학교 밖 청소년들을 위한 ‘집밖에서 유유자적’ 프로젝트를 진행 하고 있음.
- 본 프로젝트는 무중력 청소년(친구들과 떨어져 아무것도 하지 않고 사회적 관계가 부족한 청소년)을 대상으로 청소년들이 모여 함께 악기를 배우고 공연 경험을 통해 삶의 활력과 감각을 회복해 줌. 특히 상호간의 합주과정을 통해 소통과 사회적경험을 전달하며 악기를 배움으로써 학습과 인 내를 습득함.

○ 유유자적살롱 프로젝트의 성과와 시사점

- 프로젝트는 처음에 청소년들에게 음악을 통해 삶의 의지를 일으키며 연주과정을 통해 소통과 협력의 방법을 알려주는데 목적이 있음. 그리고 마지막으로 가족을 초청해 공연하는 과정을 거쳐 자존감 회복과 자부심을 부여하게 됨.
- 2011년에는 직원 6명으로 매출 1억을 달성했는데 주로 정부지원금과 직장인 음악교육프로그램이 주 수입이지만 주요한 활동은 취약계층 청소년 지원 프로젝트로 사회적 목적 활동임.

출처 : 이희수(2012); <http://blog.naver.com/ddablog/220427534876> 내용 참조

이와 함께 취약계층 청소년들이 중심이 되어 스스로 사회적기업과 사회적 경제에 대한 학습과정을 통해 내부적 역량을 키우고 스스로 자립의식과 자신감을 함양하는 방법도 효과적이라 하겠다. 이러한 내부적인 학습활동에 대해서는 충남사회적경제지원센터에서 실시해 온 ‘사회적경제 학습동아리’ 사업이 대표적이라 볼 수 있다(그림 IV-1 참조). 학습동아리 지원 사업은 본래의 목적이 학습욕구가 있는 자발적인 참가인원을 전제로 하지만, 취약계층 청소년의 경우 학습동아리 운영을 지원하고 지속적인 동아리 관리를 위한 멘토가 도움을 주는 것이 보다 효과적이라 하겠다. 충남의 사회적 경제 학습동아리의 사례를 보면 1차 때는 주로 사회적기업이나 사회적 경제의 기초와 주변에서 볼 수 있는 사례들의 내용을 중심으로 학습과 토론을 거치며, 2차 때는 실제 나 자신의 문제나 지역사회 욕구를 조사하여 실제 사회적기업을 활용해 해결할 수 있는 아이디어 개발과 실행의 문제에 대해 학습하는 과정을 지향한다.



【그림 VI-1】 충남 학습동아리 웹포스터와 실시모습

이러한 과정을 거치면서 취약계층 청소년들이 실제 사회적기업을 통해 취·창업을 모두 도전하기에는 한계가 있지만 이러한 일련의 과정들을 통해 사회적 자신감과 관계적 역량 및 지역사회에 근본적인 고민을 통한 삶의 의지와 필요에 대한 인식적 측면의 효과를 담보할 수 있을 것이다.

4) 취약계층 청소년의 사회적 인식개선을 위한 사회적기업의 역할 제고

① 추진방향

앞서 제시한 방향이 취약계층 청소년의 자존감을 높이는 거라면, 취약계층 청소년을 바라보는 일반 사회적 인식과 시선 또한 개선이 필요한 것이 현실이다. 일반적인 학교 밖 청소년이나 취약계층 청소년들은 소위 비행(非行) 청소년이라 인식되고 있는 것이다. 하지만 강민철 외(2015)에 의하면 취약계층 청소년들은 무기력한 모습을 보이거나 자신감이 떨어지고 대인간 상호작용에 취약한 모습을 보이는 것이 공통적이다. 물론 비행의 위험요인에 노출되는 것에 비해 보호요인

이 부족하기 때문에 비행의 위험성이 상대적으로 큰 것도 사실이긴 하다. 문제는 사회적으로 취약계층 청소년들을 비행청소년이라 인식함으로써 이들의 자립과 교육의 의지, 방법까지도 인식 차단을 통해 사회적 배제가 현실에서 발생할 수 있다는 점이다. 이러한 우려에 대해 사회적기업들이 직접 취약계층 청소년과 지역사회의 연계 및 접촉의 빈도를 늘림으로써 부정적 인식을 불식시키고 지역사회의 주체로서 자리매김하게 지원할 수 있다. 이를 위해서 물론 위에서 제시한 바처럼 취약계층 청소년의 인식과 행위에도 변화가 있어야 하지만 지역사회의 인식에도 변화가 필요하다.

② 추진내용

지역사회의 사회적기업들이 취약계층 청소년의 단순 고용에서 벗어나 이들이 지역사회의 주체이자 일꾼으로 인식될 수 있도록 긴밀한 네트워크의 장을 형성하고 자주 접촉의 기회를 만들 수 있도록 지원이 필요하다. 이는 앞서 제시한 사회적기업 「자리」의 사례처럼 취약계층 청소년들에 대한 사회적 편견을 제거하고 이들의 노력과 전문성으로 사회에서 자립할 수 있도록 사회적 인식변화의 노력들이 요구되기 때문이다. 따라서 취약계층 청소년들이 공익적 활동이나 다양한 사회적인 활동들에 참여하고 노력하는 모습을 보여줄 수 있도록 기회의 場을 마련하는 것이 필요하다. 이와 관련되어 대구 삼덕동의 마을만들기 활동 중 일부분으로 YMCA 출신 김경민씨가 추진한 내용을 보면 처음에 대구 삼덕동 지역의 학교 밖 청소년 대상으로 가출청소년 쉼터를 만들고 청소년들과 함께 마을의 담장을 가꾸고 허무는 과정을 보인 바 있다. 이러한 과정을 통해 취약계층 청소년들과 지역주민들과 마을에서 교류하는 기회와 장소를 만들어 사업 초기 가출청소년 쉼터에 대해 지역의 부정적 여론을 극복한 사례가 있다.

따라서 지역사회 복지나 문화 등 다양한 수요충족을 위해 활동하는 지역사회적기업들이 취약계층 청소년들을 교육하고 적극 활용하면서 지역주민과 접촉의 기회를 지속적으로 창출한다면 부정적인 사회적 편견과 인식의 변화가 시작될 것이다.

6. 취약계층 청소년의 사회적기업 창업·취업지원 방안

1) 사회적기업의 청소년 창업·취업을 위한 전용 소통·오픈공간 운영

① 추진방향

현재 도시재생과 사회적 경제, 공동체의 영역에서는 지역의 유휴 공간, 저유 공간을 활용해서 청년들의 아이디어를 기반으로 공유공간을 형성하고 운영하는 전략이 활발하게 진행되고 있다. 이는 지역에서 도심공동화로 인해 빈 공간이 확대되고 있는 한편 청년과 예술가들의 유입으로 인해 부동산 임대료가 상승하면서 젠트리피케이션 현상이 확장되면서 자연스럽게 도심을 중심으로 나타나고 있는 것을 볼 수 있다. 서울시에서는 지방자치단체가 주도하여 공유부지 및 유휴공간에 공동체와 주민들을 위한 공간으로 마을활력소, 문화창작소 등을 만들어서 운영하고 있고 민간차원에서 예술가 및 청년들이 주축이 되어 공방, 문화 공간, 오픈스페이스 등 다양한 목적을 위해 빈 공간을 값싼 임대료를 지급하고 리모델링하여 활용하고 있다.

하지만 이러한 유휴공간을 활용한 공간들은 대부분 청년층을 위한 공간이나 문화예술행사 및 스타트업 기업들을 위한 공간을 목적으로 형성되었다는 점에서 취약계층 청소년을 위한 다양한 형태의 공유 공간, 오픈스페이스 공간이 필요하다.

② 추진내용

취약계층 청소년을 위한 공유 공간 및 오픈스페이스는 취약계층 청소년들이 상대적으로 취·창업에 대한 정보를 공식적으로 얻기 어렵고 직업역량 뿐만 아니라 사회적 관계 및 인문학 등 다양한 형태와 내용의 교육이 필요하고 다양한 정보교류의 지원이 필요하다는 점에서 매우 필요한 지원 사업으로 볼 수 있다. 국내에서도 다양한 목적의 공유공간들이 형성되고 운영되고 있는데 사회적경제조직의 형태로 지역사회주민들을 위해 운영되는 공간으로는 천안시의 공간사가 대표적이다.

<천안시 공간사이 개요>

○ 공간사이 배경과 설립

- 공간사이는 천안시에서 지역사회 주민들끼리 함께 소통하고 사회적인 활동과 모임을 위해 만든 코워킹 스페이스 및 네트워크 공간임. 공간사이는 협동조합 우리동네에서 설립하고 운영하고 있는데 협동조합 우리동네는 지역자원과 주민의 연계와 다양한 내용과 형태의 연대 협력활동을 통해 공익성을 추구하는 목적을 지닌 조직임.
- 협동조합 우리동네는 2013년 창립하여 공간사이를 임대계약하였고 2014년 공간을 오픈하게 되었고 공간사이를 거점으로 지역주민들과 연대하며 다양한 사회적목적활동을 수행하여 2014년 충남 예비사회적기업으로 선정되었음.

○ 공간사이의 구성과 활동

- 공간사이는 사이홀(60석), 큰사이(30석), 작은사이(20석), 키친공간 등으로 구성되어 있으며 다양한 형태의 모임, 교육, 정보교류, 네트워킹 등의 활동이 가능함.
- 공간사이는 지역주민들을 위한 공유경제의 허브역할을 수행하며 지역주민들의 정보교류, 인문학 및 문화행사 개최, 지역사회문제 논의 공간, 다양한 네트워킹활동 지원 등의 활동을 수행하고 있음.

출처 : 충청남도(2014). 천안시블로그 참조(<http://blog.cheonan.go.kr/220873471492>)

공간사이는 ‘협동조합 우리동네’에서 운영하며 천안시 두정동의 지역사회주민의 욕구충족과 지역사회문제해결을 위한 사회적 가치를 추구하고 있다. 이러한 목적이 분명한 공유 공간의 설립과 운영의 사례처럼 취약계층 청소년을 위한 공유 공간을 설립하고 운영할 사회적기업이 필요하다.

취약계층 청소년 공유 공간의 구성은 내용적으로는 다음 세 가지가 필수적이다. 첫째, 취약계층 청소년들이 자유롭게 이용하고 청소년들이 필요한 네트워크를 만들며 관련된 정보를 획득할 수 있는 공간이어야 한다. 둘째, 취약계층 청소년들이 필요로 하는 다양한 분야에서 교육의 장이 펼쳐져야 한다. 취약계층 청소년들의 심리상담, 자존감을 높이기 위한 인문학 강좌, 음악 및 미술의 문화예술 활동 등 교육에서부터 바리스타, 케이터링, 사회복지사 등의 전문분야에 대한 강좌를 포함하여 종합적인 교육훈련의 장소가 되어야 한다. 셋째, 취약계층 청소년들의 취·창업을 위한 관련된 정보교류와 상담 등의 활동을 통해 자립을 지원하는 장소가 되어야 한다. 창업을 지원하기 위한 다양한 정부 및 기업의 지원제도들의 설명회나 관련된 창업관련 전문가를 초청하여 실제 도움이 될 수 있는 강연을 실시하는 등의 운영방안이 필요하다.

이러한 공간을 운영하기 위해서는 지역사회 취약계층 청소년의 자립을 목적으로 하는 사회적기업이 운영하는 것이 가장 적합하다. 공간사이의 사례처럼 이윤창출보다는 지속적으로 사회적

목적을 추구하기 위해 활동하며 목적을 달성하기 위해 다양한 주체와 연대와 협력의 네트워크 형성에 가장 효율적이다. 따라서 도시권의 경우 취약계층 청소년들이 주로 활동하는 거점에 대해 취약계층 청소년을 위한 공유 공간을 설립하고 운영하는 사회적기업에 대한 지원과 함께 공유 공간설립을 위한 유희 공간 임대 및 리모델링 등의 비용지원이 필요하다.

2) 취약계층 청소년 중심 사회적기업 설립 지원 제도화

① 추진방향

현재 사회적기업 지원정책에 있어서 주요한 목적활동에 대해 「사회적기업육성법」 제8조의 인증기준을 살펴보면, ‘취약계층에게 사회서비스 또는 일자리를 제공하거나 지역사회에 공헌함으로써 지역주민의 삶의 질을 높이는 등 사회적 목적의 실현을 조직의 주된 목적으로 할 것’을 규정하고 있다. 그리고 사회적기업의 신청 유형을 4가지로 구분하고 있는데 사업의 내용에 따라 취약계층 일자리 제공을 주된 목적으로 하는 일자리 제공형, 취약계층에 대한 사회서비스 제공을 목적으로 하는 유형, 지역사회의 문제해결을 주된 목적으로 하는 지역사회공헌형, 그리고 유형들의 성격을 혼합한 혼합형이 있다.

이러한 사회적기업의 규정과 지원제도 근거를 살펴보면 취약계층의 고용과 사회서비스가 중요한 목적임을 알 수 있는데 취약계층의 범위에 청소년에 대한 규정이 미비한 것은 사실이다. 사회적기업 대상으로서 취약계층의 판단기준에 대해서 지원법은 12가지의 세부기준을 제시하고 있지만 구체적인 청소년의 범위는 성매매피해자와 가정폭력으로 피해를 입거나 보호소년이나 보호관찰청소년 등의 특수한 경우로 한정하고 있다. 이처럼 사회적기업의 법적 기반에서 취약계층 청소년은 대상에 포함되지 못하고 청년이상의 성인에 주목하고 있는 것이 사실이다. 이러한 현재의 제도적 범위에 대해 취약계층 청소년을 포함시키고 이에 대한 적절한 지원정책이 수반되어야 한다.

② 추진내용

취약계층 청소년 지원에 관한 관련 법률에 있어서 「청소년복지지원법」, 「학교 밖 청소년 지원에 관한 법률」이 대표적으로 볼 수 있는데 우선 「청소년복지지원법」에서는 제14조에 위기청소년 특별지원으로 사회경제적 지원을 할 수 있도록 규정하고 있다. 하지만 대부분의 법률내용은 취약계층 청소년에 대한 복지지원의 차원이며 실제 이들이 사회경제적으로 자립할 수 있도록

지원하는 내용은 부족하다. 이러한 한계는 취약계층의 자립과 지원에 사업의 주요한 목적을 두는 사회적기업 지원정책도 마찬가지이다. 나아가 취약계층 청소년은 성인에 비해 경제 사회적 경험이 없고 경제활동을 위한 제약과 한계도 있는 것이 사실이다. 또한 일반 청소년에 비해 상대적으로 교육, 정보 등 많은 부분에 지원이 필요하며 사회적 편견과 배제도 경험하고 있다는 점에서 사회적기업 지원 대상으로서 취약계층의 범위에 취약계층 청소년에 대한 규정이 필요하다.

취약계층은 아니지만 청소년이 직접 사회적기업을 직접 운영하는 사례로, 경기도 교육청과 경기도가 함께 운영하는 ‘쉽표형 꿈의 학교’에서 한시적으로 진행되는 프로젝트의 일환으로 사회적기업 푸드트럭인 ‘포롱포롱포로롱’이 있다(그림 IV-2 참조). 여기에 참여하는 청소년은 의정부 경기북부교육청에 위치한 ‘꿈이룸학교’ 청소년들이 진행한 프로젝트 중에 하나로 학기 중에는 주말, 방학 중에는 매일 열리는 교육기관이다.



【그림 VI-2】 청소년사회적기업 포롱포롱포로롱 사례

한시적이고 시범적인 사업이지만 이처럼 교육청과 협력하여 취약계층 청소년들이 일정 교육 훈련 프로그램을 이수한 이후 직접 사회적기업을 창업하여 경제활동을 할 수 있도록 지원 대상에 제도적으로 포함시켜 지속가능한 경제활동을 추구할 수 있도록 해야 한다. 구체적으로 사회적기업은 공익법인, 비영리단체 및 협동조합 등의 조직형태를 제시하고 있기 때문에 취약계층 청소년들이 협동조합을 비롯하여 조직설립과 운영에 주체적으로 참여할 수 있도록 지원정책이

요구된다. 다만 청소년은 법률상 미성년자이므로 제한능력자로서 행위에 있어서 법정대리인이 요구되는 한계가 있기 때문에 협동조합 등 법인 설립과 사회적기업의 경제활동에 있어서 교육기관이나 육성기관의 적극적인 지원이 필요하다.

3) 취약계층 청소년 대상 사회적기업 취업기회 확대

① 추진방향

사회적기업은 취약계층의 고용과 같은 사회적 목적을 위해 활동하는 조직이라는 의미에서 취약계층 청소년의 고용과 취업을 적극적으로 장려할 필요가 있고 이러한 가치를 실현하는 사회적기업에 대한 지원을 고려해야 한다. 편의점 등 아르바이트와 같은 취업형태는 지속가능하지 못하고 사회경험을 쌓게 해주거나 삶의 성장에 분명한 한계가 존재하기 때문에 근본적인 취업의 대안이 될 수 없다. 이러한 단계를 넘어 실제 취약계층 청소년들이 경험해보고 싶은 일을 통해 사회적 연결망 및 신뢰의 축적, 내면의 역량강화, 자존감과 자기정체성을 깨닫게 해줄 수 있는 기회를 제공해주는 것이 필요하다.

사회적기업이 모든 취업 영역에 고루 분포되어 있는 것은 아니지만, 취약계층 청소년을 단지 저렴한 노동력으로 고용하는 도구적 활용이 아니라 지역사회나 취약계층의 복리증진을 위한 의미 있는 활동과 주요한 의사결정에 포함시켜 진정한 사회적 경험을 이끌어 낼 수 있다는 측면에서 사회적기업에 대한 취약계층 청소년고용의 적극적 장려와 지원이 매우 필요하고 적절하다 보겠다.

② 추진내용

사회적기업 중에서도 실제 취약계층 청소년이 활동하면서 상품개발과 판매과정에 적극 참여하는 사례가 있으며 직업 선택의 만족도가 높고 이들의 역량을 충분히 이끌어내어 기업차원에서도 다양한 상품 및 서비스 개발에 효과를 보이고 있다. 사회적기업이 취약계층 청소년의 취업을 지원하는 사례로 (주)트래블러스맵과 노리단을 살펴본다.

<(주)트래블러스맵과 노리단 사례>

○ (주)트래블러스맵 사업과 고용

- 트래블러스맵은 공정여행, 지역주민중심여행을 지향하는 여행부문에서는 최초의 사회적기업으로 2009년 설립되었음. 기업의 미션은 지역사회에 도움이 되고 자연에 최소 영향을 미치는 여행과 지역주민을 존중하는 여행의 가치를 지향하고 이에 관련된 여행상품을 개발, 판매하고 있음.
- 사업운영 과정에서 트래블러스맵은 대안학교 로드스콜라(Road Schola)를 운영하는데 학업 중단 청소년들에게 여행에서 경험하고 느끼는 과정을 통해 자존감과 성취감을 느끼고 삶의 경험을 제공하는 프로그램으로 운영하고 있음.
- 실제 대안학교 로드스콜라과정을 통해 취약계층 청소년의 매 기수 15명 내외 학생들이 4학기 과정을 이수하고 여행기획자를 양성되고 있으며 인턴사원제도를 거쳐 트래블러스맵의 여행기획자로 양성됨.

○ 노리단의 사업과 고용

- 노리단은 2004년 하자센터(서울시립 청소년직업센터)에서 활동하던 예술가와 청소년이 중심이 되어 조직되었고 2007년 사회적기업 인증 받음. 구체적인 사업을 폐기물의 재활용을 통해 악기를 제작하여 공연활동을 벌이고 관련 문화예술교육활동을 진행하고 있음.
- 노리단 활동 특징은 재활용의 친환경적으로 개발된 악기들과 기발한 퍼포먼스에 있으며 활동을 통해 생태환경사고를 지향하고 있으며 10대부터 다양한 연령대의 사람들이 함께 참여하여 문화, 놀이, 커뮤니티가 공생하는 공공디자인과 교육사업도 병행
- 특히 공연활동과 교육사업 진행에 있어서 학교 밖 청소년을 별도로 채용하고 있으며 이들을 중심으로 학교나 청소년 지원기관 대상으로 관련 사업을 활발하게 진행하고 있다는 점이 특징적이고 청소년들도 노리단의 활동을 통해 긍정적 사고확산과 자신감 회복의 효과를 보임.

출처 : 박창남(2014); 트래블러스맵 홈페이지(www.travelersmap.co.kr); 노리단 홈페이지(www.noridan.org) 참조.

단순작업과 지시를 통한 취약계층 청소년의 객체화 과정은 취약계층 청소년들이 기업과 자본의 수단적 측면으로 활용되는 한계를 노정하기 때문에 근본적인 해결책에 될 수는 없다. 박창남(2014)이 강조한 것처럼, 청소년발달이론 관점에서 청소년을 존중하고 권한부여(empowerment)를 하는 것은 청소년을 주체화시키는데 있어서 매우 중요한 요인이다. 따라서 이러한 청소년 주체화 과정은 적극적인 참여와 리더십 형성을 수반하며 사회적기업의 직업훈련과 고용지원 서비스 효과를 증진시킬 수 있을 것이다. 이처럼 트래블러스맵이나 노리단 사례와 같이 취약계층 청소년들에게 사업 참여의 기회를 주고 이후 직원으로 정식 채용하는 절차를 통해 사회적 경험과 취업의 길을 유도하는 것이 필요하다.

또한 사회적기업과 같은 사회적 경제조직은 연대와 협력의 힘을 기반으로 한다. 따라서 다른 NGO, NPO, 공공재단, 사회적 경제조직들과의 경쟁이 아니라 지역사회 중심의 협력 사업을 구성할 수 있도록 네트워크 형성을 촉진시키는 것이 필요하다. 협동조합의 도시로 알려진

강원도 원주는 20여개가 넘는 협동조합과 사회적기업들이 활동하고 있으며 이들은 ‘원주협동사회경제네트워크’라는 연합조직을 통해 서로 유기적인 협력활동을 영위하고 있다. 이를테면 취약계층 고령자들이 운영하는 사회적기업 식당의 경우 밝음신용협동조합에서 소액자금을 대출해주고 사무공간을 저렴한 가격에 임대해주며, 원주한살림 생활협동조합에서 유기농 질 좋은 재료를 공급해주며 원주의료생활협동조합에서 균형 잡힌 식단과 메뉴개발에 도움을 준다. 또한 공동육아 소꿉마당이나 친환경급식맞두레와 같은 아동보육관련 조직과도 함께 연계하여 활동하고 있는 등 네트워크 소속의 사회적 경제조직간의 협력활동이 일어나고 있다. 이처럼 취약계층 청소년의 취·창업을 위한 사회적기업들 간에도 다양한 분야의 사회적기업과 협동조합들간 고용정보를 공유하고 취약계층 청소년들이 원하는 직업과 경험을 지속적으로 가질 수 있도록 고용연계와 조직간 이동을 가능하게 하여 사회적기업의 생태계를 구성할 수 있도록 해야 한다.

이를 위해 취약계층 청소년 관련 사회적기업들간 네트워크 활동과 연합조직 구성을 지원하고 이들 기업에 대한 인센티브 지원 등이 필요하다. 또한 지역 교육청 및 청소년 센터 등 관련 공공기관과 사회적기업 및 네트워크 연합조직과 협력하여 취약계층 청소년의 취업 및 사회적 경험을 지원하는 연계 프로그램들을 개발하여 시행할 필요가 있다.

4) 지역의 사회적금융을 활용한 취약계층 청소년 창업활동 지원

① 추진방향

사회적기업을 비롯한 사회적경제조직은 설립과 운영 초기 자금조달에 어려움을 겪고 있는 것이 사실이다. 실제 자금조달을 위한 대출실행 등에 있어서 담보나 보증의 요구는 경제적 이익과 함께 사회적 목적과 가치를 추구하는 사회적기업들에게 부담스러운 부분이기 때문이다. 실제 사회적경제가 활성화된 해외사례에서는 사회적기업을 비롯한 사회적으로 가치 있는 활동을 하는 기업 및 조직들에게 자본을 투·융자하는 금융체계인 사회적금융이 발달되어 있는 것이 특징적이다.

사회적금융이 일반금융과 다른 특성에 대해 다음의 세 가지를 거론할 수 있다. 첫째는 사회적인 지속가능한 발전을 지향한다는 가치 지향적 특성이며, 둘째는 금융거래의 방식이 주요 주체들 간의 관계맺음과 신뢰에 기반 한다는 관계 지향적 특성이고, 셋째는 사회변화와 혁신을 추구하는 임팩트 지향적 특성이다(이준호, 2015). 이러한 사회적금융의 특성에 따르면 사회적기업은 사회적

목적과 가치의 지향성이 분명해야 하며, 목적의 달성을 위해 가치에 동의하는 주체들 간의 신뢰와 연대를 추구해야 하고 사회적 변화와 혁신적 활동을 추구하는 것이 필요하다.

이러한 사회적금융 유형은 문진수(2013)에 의하면 마이크로파이낸싱(소액자본대출), 지역개발 금융, 사회목적투자, 관계형협동금융이 있다. 직접적인 사회적기업의 긴급자금대출과 같은 경우 마이크로파이낸싱의 사회적금융의 역할이 크지만 지역사회의 사회적기업 운영목적과 방식에 따라서 다양한 사회적금융의 적용이 가능하다.

실제 우리나라에서는 협동조합들의 금융·보험업의 진출이 제한되어 있으며 사회적금융의 일부분인 신용협동조합이나 새마을금고도 실제 사회적기업과 같은 사회적 경제 목적의 금융기관이라 하기는 어려움이 있다. 따라서 아직은 많은 제약이 있는 사회적 금융분야이지만 취약계층 청소년을 지원하거나, 이들이 적극적으로 활동하는 사회적기업을 위해 자본과 금융을 지원해줄 수 있는 역할에 대해 제시를 하면 다음과 같다.

② 추진내용

취약계층 청소년을 지원하는 사회적기업 또한 사업의 주요 목적이 사회적 가치와 임팩트 지향적이기 때문에 수익성을 지속적으로 창출하거나 경제적 기반을 지속하기 어려울 가능성이 높다. 나아가 취약계층 청소년의 취업이나 창업으로 형성된 사회적기업은 미성년자라는 청소년의 특성과 관련된 경험이나 지식의 상대적 부족으로 인해 경제적으로 보다 취약할 가능성이 크다. 하지만 사회적 배제를 경험하는 약자인 취약계층 청소년들을 지원하고 이들이 주체적으로 참여하는 사회적기업이라는 점에서 혁신적 가치의 창출과 사회적 가치지향 활동의 가능성이 크다. 따라서 이와 같은 특성으로 인해 SIB(사회성과연계채권: Social Impact Bond)와 같은 투자형 임팩트금융이나 크라우드펀딩과 같은 금융방식이 취약계층 청소년을 지원하는 사회적기업 지원에 적절할 수 있다. 실제 서울시의 최초 SIB사례도 아동복지시설의 사회적 성과사업이었으며 경기도에서도 ‘탈수급 해봄 프로젝트’라 하여 18~23세 대상으로 일반수급자 400명을 대상으로 사회성과연계채권을 활용한 사업을 진행하고 있다. 프로젝트의 목적은 기초생활수급자의 삶의 질을 향상시키기 위해 탈수급의 장애요인을 제거하여 안정적인 고용과 복지를 민간재원으로 수행하는 것이다(김희연·최조순, 2015). 이러한 사회성과연계채권에 대해 서울시에서 실시하는 사례를 살펴보면 다음과 같다.

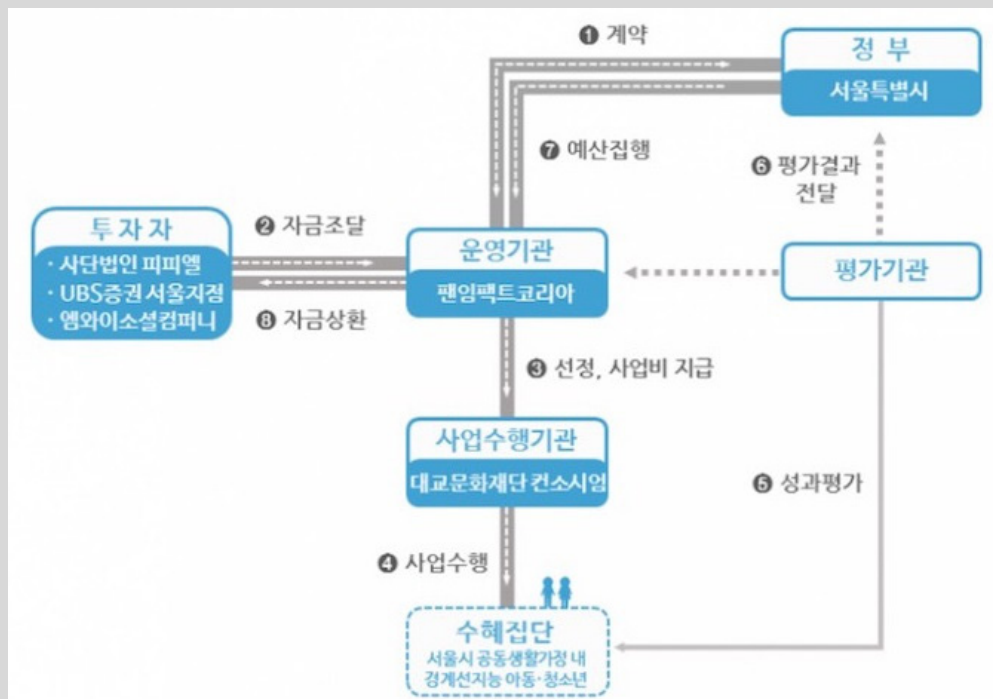
<사회성과 연계채권(Social Impact Bond) 사례>

○ 개념과 정의

- 범죄, 실업자, 빈부 격차, 오염 등 사회문제나 환경문제들을 해결하기 위한 사회적 투자의 한 형태로, 정부가 민간운영업체에 정책 과제를 위탁한 후 민간업체가 정책 수행 목표를 달성할 경우 관련 사업비에 이자를 더해 지급하고, 실패할 경우 한 푼도 지급하지 않는 성과급 투자 방식

○ 서울시 사례

- 국내에서는 2015년 서울시가 처음으로 사회성과연계채권 사업을 진행하였음. 서울시의 1호 SIB 프로젝트는 아동복지시설에 거주하는 아동의 교육에 대한 사회성과 보상사업임. 경계선지능 및 경증지적장애 아동 100여 명을 대상으로 3년간 정서치유와 사회성 향상, 학습능력 향상을 통해 자립성을 높이는 목표.
- SIB 운영은 2015년 10월 서울시와 공식적으로 운영기관 협약을 체결한 팬임팩트코리아(Pan-Impact Korea)가 담당. 팬임팩트코리아는 향후 민간투자자를 모집하고 실제 아동을 위한 프로그램을 시행할 사업수행기관을 선정하게 됨.
- 모아진 자금으로 3년간 대상 아동들에게 교육 프로그램을 제공하게 되며, 투자자는 3년간 진행사업이 최대 성과목표(42% 이상 성공)를 달성했을 때 원금과 최대 30%의 인센티브를 지급받게 된다. 성과달성이 부분적일 경우엔 성공률에 비례해 투자금을 상환받지만, 성과목표의 최저기준(10% 이하)을 달성하지 못하면 원금이 손실됨.



홍우석(2015); <http://blog.naver.com/benefitmag/220872820100> 참조

이러한 SIB를 활용한다면 각 시도 지방자치단체나 교육청은 SIB 사업을 운영할 사회적금융 관련 기관을 지정하고 실제 취약계층 청소년에게 서비스를 지원하거나 취·창업을 지원하는 사회적기업을 사업수행기관으로 선정하여 취약계층 청소년들의 창업을 지원하거나 취업을 통한 자립성을 확대하는 사회적 목표를 달성하기 위한 사업을 수행하게 된다. 그리고 이에 대해 평가기관을 지정하여 일정기간에 목표 달성한 정도에 따라서 성과에 대한 인센티브를 받는 방식으로 사업을 운영하게 된다.

따라서 취약계층 청소년을 지원하기 위한 복지지원정책에 있어서도 SIB의 방식은 무리한 공공재정 투입 대신에 민간의 투자금을 활용할 수 있으며 사회적 성과에 따라 보상하는 시스템인 만큼 취약계층 청소년이 보다 맞춤형의 효과적인 혜택을 누릴 수 있을 것이다. 또한 SIB의 핵심인 사업수행기관에 있어서도 취약계층 청소년의 사회적 성과 극대화를 위해 이에 대한 공감, 정보력, 수행의지가 충분한 취약계층 청소년을 적극 활용할 수 있고 이를 사회적 성과 평가에서 반영을 요청함으로써 이들의 적극적 사회적경제영역의 유입과 일자리 창출에 기여할 수 있을 것으로 본다.

.....

참고문헌

참 고 문 헌

- OECD대표부(2006.8). OECD 국가의 사회적기업과 시사점
- 가정폭력방지및피해자보호등에관한법률(2016.3.2. 개정)
- 강민철 · 김수임 · 이아라(2015). 취약계층 청소년을 위한 효과적인 멘토링 슈퍼비전의
요소. 아시아교육연구. 제16권 제2호. 2015. pp.1~31.
- 경력단절여성등의경제활동촉진법(2015.7.1. 시행)
- 고용노동부(2012.12). 제2차 사회적기업육성기본계획(2013~2017)
- 고용노동부(2016.1). 2016년도 예산 및 기금운영계획 사업설명자료
- 고용상연령차별금지및고령자고용촉진에관한법률(2016.1.27. 개정)
- 관계부처합동(2012.12). 제2차 사회적기업육성기본계획(2013~2017)
- 국가보훈기본법(2011.8.4. 개정)
- 국민기초생활보장법(2014.12.30. 개정)
- 김성기(2009.6). ‘사회적기업 특성에 관한 쟁점과 합의’, 사회복지정책 제36권 제2호.
pp.139~166.
- 김옥희 · 배세웅(2015). ‘사회서비스 제공형 사회적기업에 관한 사례 연구’. 사회과학연구
2015년 12월 통권 24호. 한남대학교 사회과학연구소. pp.121~155
- 김종수 · 전지훈 외(2016). 현장에서 일구는 사회적경제. 홍성: 그물코.
- 김혜영(2001). 방임 아동의 자존감 향상을 위한 현실치료 프로그램 개발 및 효과성
연구. 아동권리연구. 제5권 제2호. pp.61~80.
- 김희연 · 최조순(2015). SIB방식의 탈수급 유인 프로젝트 사업의 타당성 및 설계 연구.
경기복지재단 연구보고서.
- 김희정(2003). 저소득층 가정 청소년의 학교적응력에 영향을 주는 요인. 동덕여자대학
교 석사학위논문.

노동부(2008.11). 사회적기업 육성 기본계획(2008~2012)

문진수(2013). 금융, 따뜻한 혁명을 꿈꾸다. 서울: 북돋움.

박창남(2014). ‘학교 밖 청소년의 자립을 위한 미국의 사회적기업 Youth Build USA의 성공 요인 연구’. 청소년학연구 제21권 제8호 2014. 8. pp.513~546.

박창남(2015). ‘비진학청소년의 자립을 위한 사회적기업 성공 요인 분석: 영국의 PM Training을 중심으로’. 청소년복지연구 제17권 제3호 2015. 제17권 제3호. pp.215~237

방하남 · 강신욱(2012). 취약계층의 객관적 정의 및 고용과 복지를 위한 정책 방안. 경제사회 발전노사정위원회

백광호 · 오성욱 · 김기근(2015). 취약계층 민간위탁사업 실태조사 및 개선 방안 연구. 한국 고용정보원

범죄피해자보호법(2016.12.2. 개정)

보건복지부(www.mohw.go.kr)

보호관찰등에관한법률(2016.1.6. 시행)

북한이탈주민의보호및정착지원에관한법률(2010.3.26. 개정)

사회복지지원법(2014.5.28. 시행)

사회적기업육성법(2012.2.1. 개정, 8.2. 개정)

사회적기업육성법시행규칙(2015.7.17. 개정)

사회적기업육성법시행령(2014.8.7. 개정)

사회적기업진흥원(2015). 2014사회적기업성과분석: 기초분석자료

사회적기업진흥원. www.socialenterprise.or.kr, 2016년 9월 사회적기업인증현황(1606 개소)

서정아 · 권해수(2010). 취약계층 청소년 실질적 자립을 위한 정책방안연구: 학교중단 청소년의 취업자립을 중심으로. 한국청소년정책연구원

성매매알선등행위의처벌에관한법률(2014.7.29. 시행)

신상우(2014). ‘독일의 사회적기업 장려 정책 연구: 한국에의 시사점’, 유럽연구, 제32권 제3호(2014년 가을). pp.159~180.

여성가족부(2015.12). 2016년도 여성가족부 소관 예산 및 기금운용계획 개요

여성가족부(2016.1). 2016년도 청소년사업안내

연성진 · 최진규 · 유영재 · 장홍근(2012). 재범방지를 위한 교정보호의 선진화 방안 연구
(Ⅰ)-출소자주거 및 취업지원을 위한 사회적기업 설립 · 육성방안. 경제 · 인문사회연
구회 협동연구총서 12-28-04. 한국형사정책연구원

윤철경 · 최인재 · 유성렬 · 김강호(2015). 학업중단 청소년 패널조사 및 지원방안 연구Ⅲ.
한국청소년정책연구원

이은선(2015). ‘국내사회적기업 조직군의 특성 : 정책의 결과인가, 경쟁의 결과인가’.
한국정책학회보 제24권 제4호(2015.12): pp.617~642.

이준호(2015). 사회적금융의 법제화 방안 연구. 한국법제연구원 연구보고서.

이지영(2012). ‘사회적기업 육성을 위한 정책방안 모색’. 한국균형발전연구(2012.12) 제3권
제3호(통권59호). pp.53~71.

이희수(2012). 살맛나는 세상을 꿈꾸는 사회적기업가 21인의 세상 고쳐쓰기. 서울: 부키.

장애인고용촉진및직업재활법(2016.2.3. 개정)

장애인복지법(2016.5.29. 개정)

재한외국인처우기본법(2013.7.1. 개정)

정무성외(2013). 청년 등 사회적기업가 육성사업 성과분석 및 발전방향 모색 연구,
송실대학교 산학협력단

조상미 · 박규범(2015.9). ‘사회적기업 지원체계 및 지원방법 우선순위에 관한 연구’. 사회복
지정책 제42권 제3호, pp.323~345.

채종현(2011). 지역사회활성화를 위한 사회적기업의 활용방안 연구, 한국행정연구원
청년고용특별법(2009.10.9. 개정)

충남발전연구원 충남사회적경제지원센터(2011). 사회적경제와 사회적기업, 2011년
충남사회적경제연구회 자료집, 충남발전연구원 충남사회적경제지원센터

충청남도(2014). 충남 사회적기업 따숨. 충청남도.

학교밖청소년지원에관한법률(2015.5.29. 시행)

한경경제용어사전

한국노동연구원(2015.12). 2014 사회적기업 성과분석: 고용노동부 · 한국사회적기업진흥원
한국사회적기업진흥원(2015.12). 한국사회적기업가이드북

한국소년보호협회(www.kjpa.or.kr)

한국청소년정책연구원(2016). 제3차 청년정책포럼 ‘청년 취업취약계층 실태와 정책과제’,

- 김기현. ‘청년취약계층 실태와 정책과제-청년니트를 중심으로-’, 대통령직직속 청년위원회, 한국청소년정책연구원.
- 한부모가족지원법(2014.1.21. 개정)
- 한상일(2013). ‘사회적기업 지원 정책 사례 연구’, 2013 한국정책학회 춘계학술대회. pp.341~353.
- 홍우석(2015). 서울의 사회성과연계채권 추진 현황 및 과제. 사회성과연계채권(SIB)의 현황과 발전과제 국제세미나 자료집.
- 황덕순 · 박준식 · 장원봉 · 김신양(2014). 사회적기업의 유형별 심층사례 연구, 한국노동연구원
- 황진구 · 이해연 · 유성렬 · 박은미(2011). 취약계층 아동 · 청소년 종단조사Ⅱ: 지역아동센터, 청소년방과후아카데미, 양육시설 이용 아동 · 청소년을 중심으로. 한국청소년정책연구원
- (사)장애청년 꿈을잡고 홈페이지. <http://www.getajob.or.kr/>
- 꿈드림키즈 블로그 소개. <http://blog.naver.com/blog4074/10165277509>
- 트래블러스맵 홈페이지. <http://www.travelersmap.co.kr>
- 노리단 홈페이지. <http://www.noridan.org>
- 분당신문(2016.11.13.). <http://www.bundangnews.co.kr/news/articleView.html?idxno=14710>
- 우리청년사업단 홈페이지. <http://woori-biz.com/>
- 이희수(2012). <http://blog.naver.com/ddablog/220427534876>
- (주) 아트쉐어 홈페이지. <http://www.art-share.co.kr/>
- 한국사회적기업진흥원 블로그. <http://blog.naver.com/se365company?Redirect=Log&logNo=220720527723>
- 호남대랄랄라스쿨 홈페이지. <http://www.lalschool.co.kr/>
- 베네프 블로그. <http://blog.naver.com/benefitmag/220872820100>
- Kim, S. Y. and J. Defourny(2013). “Emerging Models of Social Enterprise in Eastern Asia: A Cross-Country Analysis” *Social Enterprise Journal* 7, pp.86~111. 황덕순 · 박준식 · 장원봉 · 김신양(2014). 사회적기업의 유형별 심층사례 연구, 한국노동연구원(재인용)

.....

부록

부 록

부록 1 사회적기업에 대한 청소년 인식 조사 설문지

문 1. 다음 질문은 사회적기업에 대한 인식에 대한 사항입니다. 귀하의 생각에 가장 적합하다고 생각되는 번호에 ○로 표시해 주십시오.

	매우 부정적	부정적	보통 이다	긍정적	매우 긍정적
1) 나는 사회적기업에서 관심이 있다	①	②	③	④	⑤
2) 나는 사회적기업이 무슨 일을 하는가에 대해 알고 있다	①	②	③	④	⑤
3) 나는 사회적기업에 대해 교육 받은 적이 있다	①	②	③	④	⑤
4) 나는 사회적기업활동에 직접참여(고용, 봉사, 창업 등)한 적이 있다.	①	②	③	④	⑤
5) 나는 사회적기업을 이용한 적이 있다	①	②	③	④	⑤
6) 나는 사회적기업을 지원하는 사회적기업육성법에 대해 알고 있다.	①	②	③	④	⑤
7) 나는 사회적기업을 지원하는 기관인 사회적기업진흥원 에 대해 알고 있다.	①	②	③	④	⑤

문 2. 다음 질문은 사회적기업의 업무내용에 대한 인지도입니다. 가장 적합하다고 생각되는 번호에 ○로 표시해 주십시오.

	매우 부정적	부정적	보통 이다	긍정적	매우 긍정적
1) 나는 취약계층에 일자리를 제공하는 사회적기업에 대해 알고 있다.	①	②	③	④	⑤
2) 나는 사회서비스에 대해 알고 있다.	①	②	③	④	⑤
3) 나는 지역사회공헌 활동에 대해 알고 있다.	①	②	③	④	⑤
4) 나는 프로보노 활동(분야별 전문가들이 공공을 위해 봉사하는 활동) 에 대해 알고 있다.	①	②	③	④	⑤
5) 나는 협동조합 활동에 대해 알고 있다.	①	②	③	④	⑤

문 3. 다음 질문은 귀하의 사회적기업에 대한 지원 정책에 대한 인지도입니다.
가장 적합하다고 생각되는 번호에 ○로 표시해 주십시오.

	전혀 그렇지 않다	그렇지 않다	보통 이다	그렇다	매우 그렇다
1) 나는 정부가 사회적기업에 인건비와 사업개발비등 재정을 지원하고 있다고 생각한다.	①	②	③	④	⑤
2) 나는 정부가 사회적기업에 경영지원을 하고 있다고 생각한다.	①	②	③	④	⑤
3) 나는 정부가 사회적기업이 생산한 제품을 공공기관에서 우선구매하고 있다고 생각한다	①	②	③	④	⑤
4) 나는 정부가 사회적기업에 대해 금융지원 및 세제 지원을 하고 있다고 생각한다	①	②	③	④	⑤
5) 나는 정부가 사회적기업이나 제품에 대해 별도의 홍보지원을 하고 있다고 생각한다	①	②	③	④	⑤
6) 나는 정부가 청(소)년을 대상으로 별도의 사회적기업 참여(창업 또는 채용)을 지원하고 있다고 생각한다.	①	②	③	④	⑤
7) 나는 청(소)년 창업지원을 위한 크라우드펀딩에 대해 알고 있다.	①	②	③	④	⑤
8) 나는 청(소)년 자립지원을 위한 푸드트럭 창업 지원에 대해 알고 있다.	①	②	③	④	⑤
9) 나는 사회적경제 박람회에 대해 알고 있다.	①	②	③	④	⑤

문 4. 다음 질문은 귀하의 사회적기업 제품 및 서비스에 대한 인지도입니다. 가장 적합하다고 생각되는 번호에 ○로 표시해 주십시오.

	없다	있다
1) 나는 사회적기업의 환경관련 제품(재생카트리지, 재활용품 등)을 구매한 적이 있다.	①	②
2) 나는 사회적기업의 사회복지서비스(도시락, 공정무역 물품 등)를 이용한 적이 있다.	①	②
3) 나는 사회적기업의 문화예술관광서비스(공연,음악, 문화유산탐방, 미술 등)를 이용한 적이 있다.	①	②
4) 나는 사회적기업의 보건, 간병 및 가사 지원을 받은 적 있다.	①	②
5) 나는 사회적기업의 교육서비스(방과후아카데미, 공부방, 지역아동센터 등)를 받은 적이 있다.	①	②
6) 나는 사회적기업의 보육서비스(가정보육, 공동보육 등)를 받은 적이 있다.	①	②

문 5. 다음 질문은 귀하의 사회적기업 제품 및 서비스에 대한 만족도입니다. 가장 적합하다고 생각되는 번호에 ○로 표시해 주십시오.

	전혀 그렇지 않다	그렇지 않다	보통 이다	그렇다	매우 그렇다
1) 나는 사회적기업의 구매제품에 대해 만족한다.	①	②	③	④	⑤
2) 나는 사회적기업의 사회서비스에 대해 만족한다.	①	②	③	④	⑤
3) 나는 사회적기업의 제품을 재구매할 의사가 있다.	①	②	③	④	⑤
4) 나는 사회적기업의 사회서비스를 계속 이용할 의사가 있다.	①	②	③	④	⑤

문 6. 다음 질문은 귀하께서 사회적기업의 제품 및 서비스 구매를 한다면 그 사유에 관한 사항입니다. 가장 적합하다고 생각되는 번호에 ○로 표시해 주십시오.

- ① 취약계층 일자리 창출에 도움 ② 환경개선에 도움 ③ 복지서비스 질 향상
④ 사회적기업의 목적에 참여 ⑤ 지역사회에 도움

문 7. 다음 질문은 귀하께서 사회적기업의 제품 및 서비스 구매를 하지 않는다면 그 사유에 관한 사항입니다. 가장 적합하다고 생각되는 번호에 ○로 표시해 주십시오.

- ① 제품과 서비스를 믿기 어려워서 ② 가격이 싸지 않아서
③ 사회적기업 제품과 서비스를 잘 모르기 때문에
④ 개인적으로 선호하는 제품과 서비스가 있어서
⑤ 취약계층(장애인, 한부모가족, 실직자 등)에 대한 거부감이 있어서

문 8. 다음 질문은 귀하께서 사회적기업의 제품 및 서비스 구매시 가장 중요시하는 것에 관한 사항입니다. 가장 적합하다고 생각되는 번호에 ○로 표시해 주십시오.

- ① 제품 및 서비스의 품질 ② 제품 및 서비스의 가격
③ 제품 및 서비스의 사회적 의미 ④ 제품 및 서비스의 브랜드
⑤ 제품 및 서비스의 판매 지역

문 9. 다음 질문은 귀하가 생각하기에 사회적기업에 대한 장래 지원 정책으로 가장 적합하다고 생각되는 번호에 ○로 표시해 주십시오.

- ① 재정지원확대 ② 경영지원 컨설팅 ③ 판로개척 ④ 전문가 연계지원
- ⑤ 금융지원 ⑥ 세제지원 ⑦ 교육지원

문 10. 다음 질문은 귀하가 생각하기에 청(소)년의 사회적기업 참여 확대를 위해 우선적으로 정책으로 가장 적합하다고 생각되는 번호에 ○로 표시해 주십시오.

- ① 청(소)년 대상 사회적기업 행사 확대 ② 교육기회제공 확대
- ③ 사회적기업 창업 취업 홍보 확대 ④ 사회적기업 전문가 연계지원
- ⑤ 별도의 청(소)년만을 위한 사회적기업 정책 개발

※ 다음은 여러분의 일반적인 신상에 관한 질문입니다.

배문 1. 귀하의 연령대는.

10대	20대
①	②

배문 2. 귀하의 성별은.

여성	남성
①	②

배문 3. 귀하의 교육경력

학교 중퇴	중학교 졸업	고등학교 졸업	대학 (재학, 휴학, 졸업)	대학원 이상
①	②	③	④	⑤

배문 4. 부모님 직업은

공무원 및 공공기관	일반기업	일용직 (알바포함)	자영업	농/수/축산업	무직
①	②	③	④	⑤	⑥

배문 5. 귀하의 거주지역은

수도권(서울 · 경기 · 인천)	중부권(강원 · 충청)	남부권(영남 · 호남 · 제주)
①	②	③

배문 6. 가정의 경제수준은

하	중	상
①	②	③

2016년 한국청소년정책연구원 간행물 안내

기관고유과제

- 16-R01 지속가능발전목표(SDGs) 달성을 위한 청소년 삶의 질 실태 및 지원방안 연구 / 황세영 · 김남수
- 16-R02 청소년정책 분석 및 평가제도 체계화 방안 연구 / 이창호 · 최용환 · 도수관
- 16-R03 탈북 청소년 지원체계화 방안 연구 - 탈북 청소년 역량 진단을 중심으로 - / 좌동훈 · 이민영
- 16-R04 중도입국 청소년 실태 및 자립지원방안 연구 / 배상률
- 16-R05 사회적 기업을 활용한 취약계층 청소년 자립지원 연구 / 김영한
- 16-R06 대학생 졸업유예 실태 및 지원 방안 연구 / 김지경 · 이상호
- 16-R07 청소년의 세대통합역량 증진을 위한 지원 방안 연구 / 황여정 · 변정현
- 16-R08 청년 사회 · 경제 실태 및 정책방안 연구 I / 김기현 · 하형석 · 신인철
- 16-R08-1 2016년 청년 사회 · 경제 실태조사 - 기초분석 보고서 - / 김기현 · 하형석 · 신인철
- 16-R09 청소년활동 참여 실태조사 연구Ⅲ / 최창욱 · 문호영 · 김정주
- 16-R09-1 청소년활동 참여 실태조사 연구Ⅲ : 기초분석보고서 / 최창욱 · 문호영 · 김정주
- 16-R10 지역사회 청소년 체험활동의 자유학기제 연계 운영방안 연구 - 청소년(수련) 시설과 학교의 협업을 중심으로 - / 임지연 · 김한별 · 한도희
- 16-R11 한국 아동 · 청소년 인권실태 연구Ⅶ : 총괄보고서 / 김영지 · 유설희 · 이민희 · 김진호
- 16-R11-1 한국 아동 · 청소년 인권실태 연구Ⅶ : 학교 인권 관련 환경이 청소년의 인권의식에 미치는 영향 분석 / 구정화
- 16-R11-2 한국 아동 · 청소년 인권실태 연구Ⅶ : 2016 아동 · 청소년 인권실태조사 통계 / 김영지 · 유설희

- 16-R12 청소년이 행복한 지역사회 지표개발 및 조성사업 연구Ⅳ : ‘청소년이 행복한 지역사회 조성 시범사업Ⅱ’ 운영과 정책화 방안 / 오해섭 · 김세광
- 16-R12-1 청소년이 행복한 지역사회 지표개발 및 조성사업 연구Ⅳ : 청소년이 행복한 지역사회 지표 개발 및 진단 / 서정아 · 김희주
- 16-R13 다문화청소년 종단조사 및 정책방안 연구Ⅳ : 총괄보고서 / 양계민 · 윤민중 · 신현옥 · 최홍일
- 16-R13-1 다문화청소년 종단조사 및 정책방안 연구Ⅳ : 기초분석보고서 / 양계민 · 윤민중 · 최홍일
- 16-R14 청소년 기업가정신 함양 및 창업 활성화 방안 연구Ⅲ / 강경균 · 이윤주 · 노성호
- 16-R14-1 청소년 기업가정신 교육 프로그램 운영 매뉴얼 / 강경균
- 16-R15 미래인재 개발 전략으로서 재외동포 청소년 지원 방안 연구Ⅱ - 재중 · 재미동포 청소년 인재 개발 방안 - / 김정준 · 정은주
- 16-R16 학교 밖 청소년 이행경로에 따른 맞춤형 대책 연구 I / 윤철경 · 성윤숙 · 유성렬 · 김강호
- 16-R16-1 학교 밖 청소년 이행경로에 따른 맞춤형 대책 연구 I : 학교 밖 청소년 이행경로별 특성에 대한 질적 분석 / 성윤숙
- 16-R17 한국 아동 · 청소년 패널조사 Ⅶ 사업보고서 / 이종원 · 모상현 · 강현철 · 정윤미 · 한지형
- 16-R17-1 한국 아동 · 청소년 패널조사 Ⅶ : 기초분석보고서 I - 청소년 비행의 실태와 추이 분석 : 현실비행과 사이버비행 / 이종원 · 이순래 · 정윤미
- 16-R17-2 한국 아동 · 청소년 패널조사 Ⅶ : 기초분석보고서 II - 청소년 매체이용 추이 및 코호트 간 비교분석 / 모상현 · 이장주 · 한지형

협동연구과제

경제 · 인문사회연구회 협동연구총서 16-40-O1 청소년 역량지수 측정 및 국제비교 연구Ⅲ
: IEA ICCS 2016 - 총괄보고서 - / 장근영 · 성은모 · 이경상 · 진성희 · 최효선 · 김균희
(자체번호 16-R18)

- 경제 · 인문사회연구회 협동연구총서 16-40-O2 청소년 역량지수 측정 및 국제비교 연구Ⅲ
: IEA ICCS 2016 - 초 · 중 · 고등학생용 기초통계분석보고서 / 장근영 · 성은모 · 이경상 ·
진성희 · 최효선 · 김균희 (자체번호 16-R18-1)
- 경제 · 인문사회연구회 협동연구총서 16-40-O3 청소년 역량지수 측정 및 국제비교 연구Ⅲ
: IEA ICCS 2016 - 대학생용 기초통계분석보고서 / 장근영 · 성은모 · 이경상 · 진성희 ·
최효선 · 김균희 (자체번호 16-R18-2)
- 경제 · 인문사회연구회 협동연구총서 16-40-O4 청소년 역량지수 측정 및 국제비교 연구Ⅲ
: IEA ICCS 2016 : 사회참여역량 측정 및 분석 연구 / 김태준 · 박인영 · 이호경 · 오민아
(자체번호 16-R18-3)
- 경제 · 인문사회연구회 협동연구총서 16-41-O1 아시아 청소년 진로체험활동 국제비교
연구 I / 김현철 · 백혜정 · 이지연 (자체번호 16-R19)

연구개발적립금

- 16-R20 청소년 차별 실태 및 개선방안 연구 / 김승경 · 최정원 · 강지명
- 16-R20-1 청소년 차별 실태 및 개선방안 연구 : 기초분석보고서 / 김승경 · 최정원
- 16-R21 청소년 참여예산제 실태 및 발전 방안 연구 / 윤민중 · 정은진 · 정건희

수 시 과 제

- 16-R22 아동학대에 대한 언론보도의 문제점 및 개선방안 / 이창호 · 정의철
- 16-R23 청소년 건강 표준모델 개발 / 하형석
- 16-R24 대학생 자살예방을 위한 정책연구 / 이윤주
- 16-R25 청소년운영위원회의 수련시설 및 프로그램 모니터링 활동화 방안 연구 /
최창욱 · 좌동훈
- 16-R26 놀이정책 수립 지원 연구 / 성은모 · 강경균
- 16-R27 청소년분야 ODA 사업 아이템 발굴 및 추진방법 마련 연구 / 황세영

- 16-R28 지방자치단체 청년정책사업 현황 및 정책방안 연구 / 조진우 · 김기현
- 16-R29 미래, 청소년, 그리고 새로운 도전 / 최정원 · 정은진 · 조혜영
- 16-R30 해외 청소년정책 추진체계 조사 · 연구 / 정은진 · 김기현

수 탁 과 제

- 16-R31 한국사회 20대 청년의 생활 · 의식 실태와 정책과제 / 이종원 · 유한구 · 채창균 · 오승근 · 김윤나 · 한영근
- 16-R32 학교 밖 청소년이 경험하는 디지털역기능을 해소할 수 있는 프로그램 개발 및 적용 II / 성윤숙 · 김경준 · 강경균
- 16-R33 청소년 매체 이용 실태조사와 유해환경 접촉 종합실태조사 통합에 따른 조사항목 등 개선 연구 / 김지경 · 황여정 · 정윤미
- 16-R34 2014 학업중단예방 및 대안교육지원센터 연간사업보고서 / 학업중단예방 및 대안교육지원센터
- 16-R35 2015 학업중단예방 및 대안교육지원센터 연간사업보고서 / 학업중단예방 및 대안교육지원센터
- 16-R36 2016년 청소년수련시설종합평가 / 김경준 · 모상현 · 정은주
- 16-R37 2015 학교 내 대안교실 우수사례집 / 학업중단예방 및 대안교육지원센터
- 16-R38 2015년 학업중단 예방 우수사례 공모전 수상작품집 / 학업중단예방 및 대안교육지원센터
- 16-R39 청소년 체험 교육 프로그램 평가 / 최창욱 · 성은모 · 정윤미
- 16-R40 가출청소년 보호 · 지원서비스 개선방안 연구 / 백혜정 · 김승경
- 16-R41 청소년수련시설을 통한 농산어촌 자유학기제 연계지원 모델 개발 연구 / 김현철
- 16-R42 2016년도 청소년쉼터 종합평가 / 김승경 · 백혜정
- 16-R43 2016행복교육 학생모니터단 운영 / 오해섭 · 최홍일
- 16-R44 아동 친화도시 조성을 위한 세종시 아동청소년 정책기본계획 수립 연구 / 김영지 · 오해섭 · 윤철경 · 김경준 · 최용환 · 유설희

- 16-R45 유엔아동권리협약 국가보고서 작성 연구 / 김영지 · 모상현 · 이운주 · 유설희
- 16-R46 학교에서 손쉽게 할 수 있는 학업중단예방프로그램 / 학업중단예방 및 대안교육 지원센터
- 16-R47 군포문화재단 청소년활동본부 중 · 장기 5개년 발전계획 수립 연구 / 김현철
- 16-R48 지역아동센터 아동패널조사 2016 / 이종원 · 모상현 · 유성렬 · 김진석 · 정윤미
- 16-R49 2016년 시립청소년시설 운영실적 평가 / 최용환 · 최창욱 · 좌동훈 · 문호영 ·정은진
- 16-R50 삼성SDS 강원도 도서벽지지역학교 “행복한 ICT 교실” 효과 및 만족도 연구 / 성윤숙
- 16-R51 실종아동 관계기관 역할 정립 방안 연구 / 좌동훈 · 문호영
- 16-R52 2016 청소년방과후아카데미 효과성 및 만족도 조사연구 / 양계민
- 16-R53 2016년 청소년 매체이용 및 유해환경 실태조사 / 황여정 · 김지경 · 이운주 · 정윤미
- 16-R54 청소년회복지원시설 운영방안 연구 / 서정아
- 16-R55 유형별 학교 밖 청소년 진로지도방안 연구 / 성윤숙 · 박선영 · 송원영
- 16-R56 멘토링코디네이터 전문성 강화를 위한 교육과정 프로그램 개발 연구 / 성은모
- 16-R57 2016 성남시 청소년 실태조사 / 최창욱 · 성은모 · 강경균
- 16-R58 제6차 청소년정책기본계획 수립을 위한 연구 / 김기현 · 장근영 · 김지경 · 하형석
- 16-R59 2016년 동작혁신교육사업 청소년 자치 참여 활성화 정책연구 / 최창욱 · 최용환
- 16-R60 학교 밖 청소년 연계관리 강화방안 연구 / 윤철경
- 16-R61 대안교육 위탁교육기관 운영 가이드북 / 학업중단예방 및 대안교육지원센터
- 16-R61-1 재적교 교사를 위한 대안교육 위탁교육기관 안내 / 학업중단예방 및 대안교육 지원센터
- 16-R62 청년 삶의 질 개선을 위한 청년 정책 방향과 과제 / 김기현 · 한지형

세미나 및 워크숍 자료집

- 16-S01 2016년 학교 내 대안교실 관리자 연수 : 1권역 (1/25)
- 16-S02 2016년 학교 내 대안교실 관리자 연수 : 2권역 (1/28)
- 16-S03 2016년 학교 내 대안교실 관리자 연수 : 3권역 (1/29)
- 16-S04 2016년 학교 내 대안교실 관리자 연수 : 4권역 (2/2)
- 16-S05 2016년 제1회 학업중단 예방 교원연수 1권역 (2/17~18)
- 16-S06 2016년 제1회 학업중단 예방 교원연수 2권역 (2/18~19)
- 16-S07 2016년 제1회 학업중단 예방 교원연수 3권역 (2/22~23)
- 16-S08 2016년 제1회 학업중단 예방 교원연수 4권역 (2/25~26)
- 16-S09 제1차 청년정책포럼 (2/22)
- 16-S10 2015년도 고유과제 연구성과 발표회(1차) (3/24)
- 16-S11 2015년도 고유과제 연구성과 발표회(2차) (4/4)
- 16-S12 청소년정책평가의 현안과 과제 (4/22)
- 16-S13 2016년 학교 내 대안교실 컨설팅 위원 워크숍 (4/19)
- 16-S14 2016년 학업중단 예방 집중지원학교 컨설팅 위원 워크숍 (5/4)
- 16-S15 2016년 학교 내 대안교실 담당자 연수 1권역 (5/9)
- 16-S16 2016년 학교 내 대안교실 담당자 연수 2권역 (5/11~12)
- 16-S17 2016년 학교 내 대안교실 담당자 연수 3권역 (5/16~17)
- 16-S18 2016년 학교 내 대안교실 담당자 연수 4권역 (5/18~19)
- 16-S19 제2차 청년정책포럼 - 지역 청년 일자리 정책 강화 방안 (5/17)
- 16-S20 한국청소년정책연구원-말레이시아 푸트라대학 사회과학연구원 간 국제
세미나 (5/17)
- 16-S21 학교 밖 청소년 지원사업 연계기관 담당자 2차 심화 워크숍 (5/18~20)
- 16-S22 2016년 청소년수련시설 종합평가 지표 (5/23)
- 16-S23 제3차 청년정책포럼 (6/28)
- 16-S24 진로체험활동에 대한 이론적 탐색 (7/15)
- 16-S25 2016년 꿈키움 멘토단 운영 담당자 연수 (7/15)
- 16-S26 학교 밖 청소년 지원사업 연계기관 담당자 교육 워크숍 (7/20)

- 16-S27 2016년 대안교육 담당교원 등 연수 (8/8~10)
- 16-S28 청소년 행복마을 조성사업 운영 및 정책화 방안 (7/22)
- 16-S29 아동학대사건보도의 문제점 및 개선방안 (8/23)
- 16-S30 네트워크 사회의 청소년정보 격차와 문화 (8/17)
- 16-S31 2016년 학업중단예방 집중지원학교 관리자 연수 : 1권역 (8/26)
- 16-S32 2016년 학업중단예방 집중지원학교 관리자 연수 : 2권역 (9/2)
- 16-S33 제4차 청년정책포럼 (8/24)
- 16-S34 청소년 현안과제 분석 및 대응을 위한 공동 정책토론회 (8/22)
- 16-S35 아시아 청소년진로교육 사회환경 국제비교 (8/25)
- 16-S36 “미래, 청소년 그리고 새로운 도전” 심포지엄 (10/11)
- 16-S37 학교 밖 청소년 디지털 역기능 예방 워크숍 (10/6~7)
- 16-S38 제5차 청년정책포럼 (10/12)
- 16-S39 제6회 한국 아동·청소년 패널 학술대회 (11/18)
- 16-S40 법의 사각지대에 놓인 청소년 차별 문제 (11/22)
- 16-S41 학교 밖 청소년 지원사업 연계기관 2차년도 사업성과발표회 (12/1)
- 16-S42 제6차 청년정책포럼 (12/7)
- 16-S43 청년 세미나-청년 기본법 제정 입법안의 이슈와 과제 (12/14)

학 술 지

- 「한국청소년연구」 제27권 제1호(통권 제80호)
- 「한국청소년연구」 제27권 제2호(통권 제81호)
- 「한국청소년연구」 제27권 제3호(통권 제82호)
- 「한국청소년연구」 제27권 제4호(통권 제83호)

기타 발간물

- NYPI 청소년정책 리포트 65호 : 청소년 국제교류 실태 및 효과성 검증
- NYPI 청소년정책 리포트 66호 : 청소년문화 활성화를 위한 소셜미디어 활용 방안 연구

NYPI 청소년정책 리포트 67호 : 아동·청소년 인권관련 국제협약 이행과제
 NYPI 청소년정책 리포트 68호 : 아동·청소년·가족 보호체계 개선과제
 NYPI 청소년정책 리포트 69호 : 20대 청년 지원 정책의 중장기 발전 전략
 NYPI 청소년정책 리포트 70호 : 청소년 아르바이트 실태조사 및 정책방안 연구Ⅱ
 NYPI 청소년정책 리포트 71호 : 학교 밖 청소년 지원 정책 체계화 방안 연구
 NYPI 청소년정책 리포트 72호 : 아동학대에 대한 언론보도의 문제점 및 개선방안 연구
 NYPI 청소년정책 리포트 73호 : 청소년 나눔활동의 실태 및 개선방안
 NYPI 청소년정책 리포트 74호 : 청소년을 위한 기업가정신 교육 활성화 방안 연구
 NYPI 청소년정책 리포트 75호 : 지역사회 청소년의 인성교육 실태와 활성화 방안 연구
 NYPI 청소년정책 리포트 76호 : 청소년이 행복한 지역사회 지표개발 및 조성사업 연구Ⅲ

NYPI 청소년 통계브리프 26호 : 다문화청소년의 다문화정체성 발달특성 분석
 NYPI 청소년 통계브리프 27호 : 청소년활동 참여 실태
 NYPI 청소년 통계브리프 28호 : 학업중단 청소년 패널조사 및 지원방안 연구Ⅲ
 NYPI 청소년 통계브리프 29호 : 청소년 역량지수 측정 및 국제비교연구Ⅱ
 NYPI 청소년 통계브리프 30호 : 초등학교 4학년 코호트(cohort) 간 휴대전화 이용실태 비교
 - KCYPS 초1 및 초4 패널 -
 NYPI 청소년 통계브리프 31호 : 청소년 팬덤활동의 종단적 변화 분석
 NYPI 청소년 통계브리프 32호 : 한국 아동·청소년 패널조사Ⅶ

청소년정책 이슈브리프 25호 : 다문화청소년 지원을 위한 정책 방안
 청소년정책 이슈브리프 26호 : 청소년분야 ODA 사업 아이템 발굴 및 추진방법 마련 연구
 청소년정책 이슈브리프 27호 : 청소년운영위원회의 수련시설 및 프로그램 모니터링 활성화
 방안 연구
 청소년정책 이슈브리프 28호 : 지방자치단체 청년정책사업 현황 및 정책방안 연구
 청소년정책 이슈브리프 29호 : 미래, 청소년 그리고 새로운 도전
 청소년정책 이슈브리프 30호 : 해외 청소년정책 추진체계 조사·연구

NYPI BLUE ZINE 창간호

연구에 도움을 주신 분들

◆ 집 필 진 ◆

전지훈 (충남연구원 사회적경제연구센터 연구원)

박정배 (교육학 박사)

◆ 자 문 위 원 ◆

김영호 (대전 유성구청소년수련관 관장)

유병준 (영컬컴퍼니 대표)

오홍석 (한국평생교육협의회 실장)

송두범 (충남연구원 사회적경제연센터장)

김경희 (여성가족부 청소년자립지원과)

◆ 감 수 · 윤 문 ◆

주동범 (부경대학교 교수)

연구보고 16-R05

사회적기업을 활용한 취약계층 청소년 자립지원 연구

인 쇄 2016년 12월 23일

발 행 2016년 12월 30일

발행처 **한국청소년정책연구원**

세종특별자치시 시청대로 370

발행인 노 혁

등 록 1993. 10. 23 제 21-500호

인쇄처 다원기획 전화 044)865-8115

사전 승인없이 보고서 내용의 무단복제를 금함.

구독문의 : (044) 415-2124(학술·정보팀)

ISBN 979-11-5654-110-3(93330)



연구보고 16-R05

사회적 기업을 활용한 취약계층 청소년 자립지원 연구

 **한국청소년정책연구원**
National Youth Policy Institute

30147 세종특별자치시 시청대로370 세종국책연구단지
사회정책동(D동) 한국청소년정책연구원 6/7층
Social Policy Building, Sejong National Research Complex,
370, Sicheong-daero, Sejong-si, 339-007, Korea
Tel. 82-44-415-2114 Fax. 82-44-415-2369 www.nypi.re.kr

