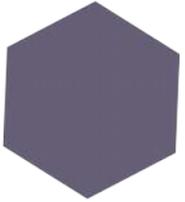


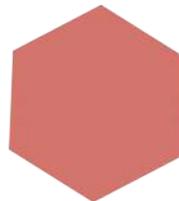
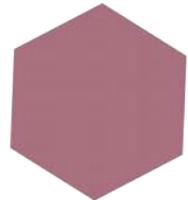
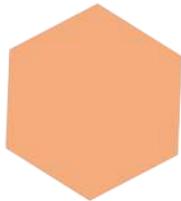
2020

거제시

사회적경제기업



실태조사



거 제 시 의 회  
(거제일자리활성화연구회)

---

제 출 문

거제시의회 일자리연구회 귀하

본 보고서를

『2020 거제시 사회적경제기업 실태조사 연구 용역』  
의 최종 성과품으로 제출합니다.

2020년 12월

DH COMPANY

책임연구원 : 신 영 규

연구 원 : 김 도 훈

연구보조원 : 최 대 윤

---

---

# 목 차

---

---

1. 서 론 -----	7
1절. 연구의 필요성 및 목적	
2절. 연구의 내용 및 방법	
2. 사회적경제 개념 -----	15
1절. 사회적경제 개념과 영역	
2절. 사회적경제 효용	
3. 지역 현황 -----	21
1절. 거제시 지역현황	
2절. 거제시 사회적경제기업 현황	
4. 실태조사 -----	35
1절. 거제시 사회적경제기업 실태조사	
2절. 사회적경제기업 시민인식 조사	

---

---

# 목 차

---

---

5. 실태조사 결과 -----	77
1절. 거제시 사회적경제기업 실태조사 결과	
2절. 사회적경제기업 시민인식 조사 결과	
6. 사회적경제 관련 정책 -----	85
1절. 정부 사회적경제 정책	
2절. 타 지자체 사회적경제 정책	
7. 거제시 사회적경제기업 활성화 방향 -----	101
1절. 거제시 사회적경제기업 가치와 비전, 목표 설정	
2절. 거제시 사회적경제기업 시스템 구축 기본방향	
3절. 거제시 사회적경제기업 홍보시스템 구축	
8. 거제시 사회적경제기업 육성을 위한 정책제안 -----	115
1절. 발전단계별 교육 체계 수립	
2절. 발전단계별 맞춤형 지원체계 및 전문인력	
3절. 사회적경제기업 육성 중간지원조직 설치	
4절. 지역의제별 지역네트워크 형성	
5절. 맞춤형 민·관 지역의제	
부 록 -----	125



---

# 제1장 서론

---

- ▶ 제 1 절 : 연구의 필요성 및 목적
- ▶ 제 2 절 : 연구의 내용 및 방법



## 제1장 서론

### 제1절 연구의 필요성 및 목적

#### 1. 연구의 필요성

- ▶ 사회적경제의 양적 성장의 지체 및 지역사회 낮은 인식
  - 거제시의 사회적 경제 조직의 양적 성장은 총68개소로((인증)사회적기업 2개, (예비)사회적기업 16개, 마을기업 6개, (예비)마을기업 1개, 사회적협동조합 3개, 협동조합 36개, 자활기업 4개). 성장하였지만, (인증)사회적기업은 2019년 2개소에 그치고 있음에 성장은 미비하다.
  - 더불어 여전히 거제시민들은 사회적경제의 인식이 여전히 낮은 수준으로, 다양한 사회적경제조직들의 활동 경험에 노출되어 있지 않음. 지역주민들의 필요에 대응하는 밀착형 사업이 아닌 생존을 위한 사업운영에 제한되어 있다.
  - 이에 사회적경제조직들이 생존을 위한 시장지향적인 사업운영으로 인해 자체적인 성장보다는 정부 및 지자체 등에 의존도를 높이고 있으며 사회적경제 조직의 성장하락에 더욱 심화시키고 있다.
- ▶ 사회적경제 조직의 운영실태 파악 및 성장 전략과 핵심적인 지역의제 발굴의 필요성 증가
  - 사회적경제 개념은 ‘경제활동을 통해 특별한 사회적 목적을 추구한다. 모든 경제적 이익을 자신이 설정한 사회적 목적에 공헌하는 방식으로 기업의 경제활동에 재투자하거나 혹은 기타의 방식으로 사용해야 하는 비영리 조직이어야 하며, 재산과 추구된 이익은 개인이 향유하게 하여서는 안되고 사회적기업의 대상인 취약계층의 공동복지나 지역의 복리를 위해 신탁의 방식으로 관리되어야 하며, 조직구조는 모든 참여자들에 대해 동등한 권리를 주는 것을 목표로 하고 또한 모든 참여자들에게 대해 협력의 기반 위에

---

서 종사하도록 장려해야 함.’ 으로 정의되기도 한다. (이준섭, (2015). 사회적 기업의 이념적 기초와 개념에 관한 연구)

- 사회적경제의 지역사회 공동의 이해와 협력이다. 지역사회의 다양한 필요를 해결하기 위해 이해와 협력을 구성하여 지역사회의 변화를 추구하며, 이는 시장지향적인 사업운영으로 지역사회 생활세계에서 야기되는 여러 분야의 문제해결을 위한 사회적 경제 조직들의 활동을 해야 한다.
- 따라서 지역의 사회적 경제 활성화 방향은 지역사회의 핵심적인 의제발굴을 통해 이들 문제를 해결 할 수 있는 사회적경제 조직의 발굴 및 생성 그리고 문제해결과 동시에 역량강화를 위한 방안을 찾아 실천하는 것이다.

## 2. 연구의 목적 및 목표

- ▶ 본 연구의 목적은 거제시의 지역 기반 사회적경제 조직들이 지역사회 문제 해결을 위한 실질적인 주체로서 활성화될 수 있도록 한다. 조직들의 운영 실태를 파악하고, 지역의제 선정과 조직들의 애로사항을 해결하기 위한 사회적경제조직의 발굴 및 실천 전략을 모색하는데 있다.
- ▶ 본 연구의 목표는 다음과 같이 요약할 수 있다.
  - 첫째. 거제시 사회적경제기업들의 운영실태 파악
  - 둘째. 사회적경제기업 활성화가 필요한 핵심적인 지역의제 선정
  - 셋째. 지역의제별 사회적 경제 활성화를 위한 실천방안 도출
  - 넷째. 지역의제별 사회적 경제 활성화를 위한 핵심과제선정

## 제2절 연구의 내용 및 방법

### 1. 연구의 대상

#### ▶ 연구 대상 설정

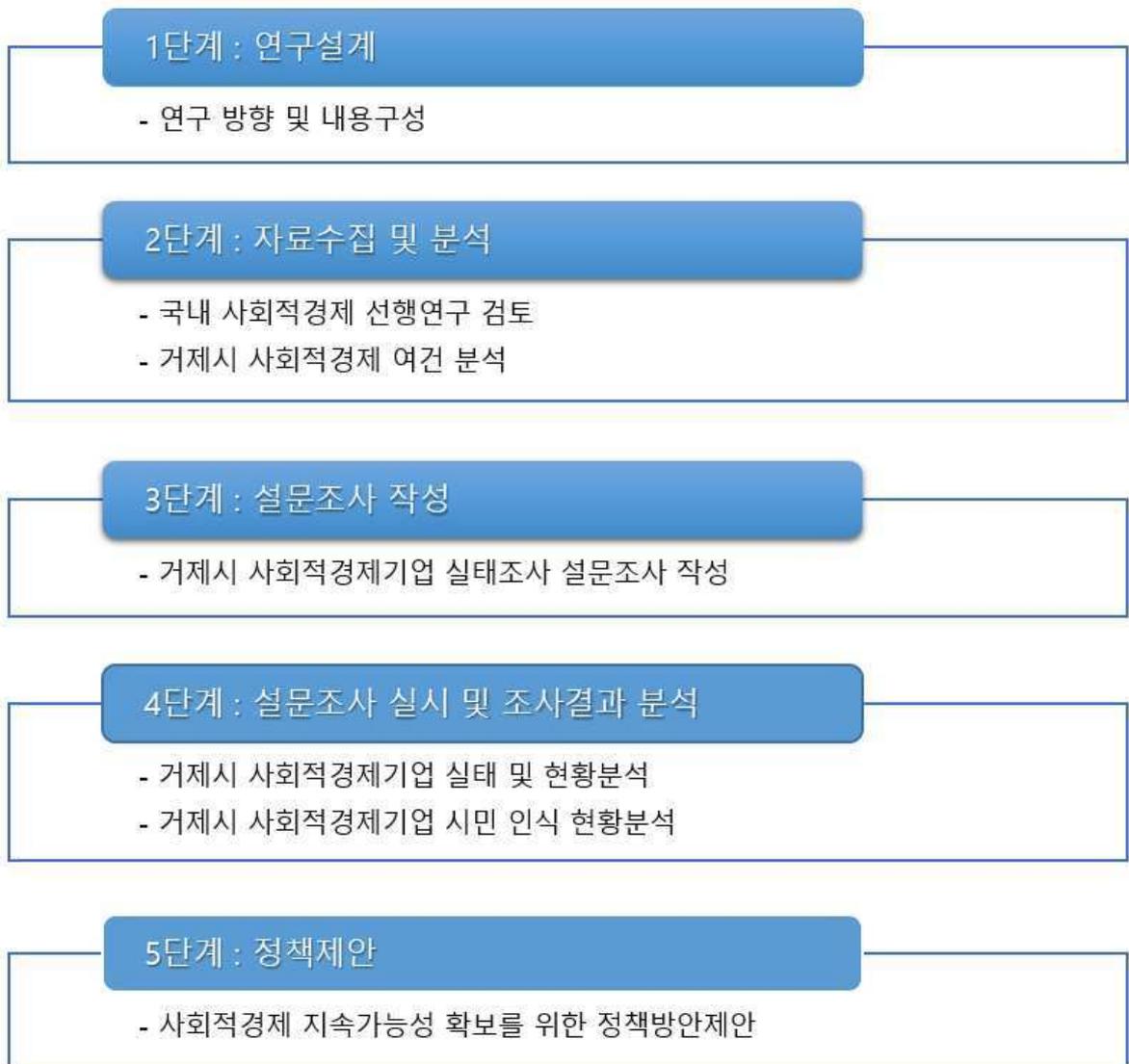
- 본 연구의 분석대상은 거제시 사회적경제조직이다. 본 연구에서 사회적경제조직으로 설정한 조직은 사회적기업(인증, 예비), 사회적협동조합, 마을기업, 자활기업으로 한정한다.
- 본 연구에서 설정한 각 조직에 대한 정의는 정책적인 합의에 의하여 설정된 기존 설명을 따를 것이다. 따라서 ‘사회적기업’은 취약계층 사회서비스 또는 일자리 제공, 지역사회에 공헌함으로써 지역주민의 삶의 질을 높이는 등의 사회적 목적을 추구하면서 재화 및 서비스의 생산·판매 등 영업활동을 하는 기업을 지칭한다(사회적기업육성법 제2조).
- ‘사회적협동조합’은 협동조합 중 지역 주민들의 권익·복리 증진과 관련된 사업을 수행하거나 취약계층에게 사회서비스 또는 일자리를 제공하는 등 영리를 목적으로 하지 않는 협동조합이다.(협동조합기본법 제2조)
- ‘마을기업’은 마을주민이 주도적으로 지역의 각종자원을 활용한 수익사업을 통해 지역공동체를 활성화하고 지역주민에게 소득 및 일자리를 제공하여 지역발전에 기여하는 마을단위의 기업이라고 정의를 내린다.(행안부, 2013년 마을기업 육성지침)
- ‘자활기업’은 2인 이상의 수급자 또는 저소득층이 상호 협력하여, 조합 또는 공동사업자의 형태로 탈빈곤을 위한 자활사업을 운영하는 기업이다. (국민생활보장법 제2조)
- 아울러 거제시민들의 사회적경제조직에 대한 인식에 대한 조사연구를 진행하기 위해 거제시민들 또한 무작위(만18세 이상) 선별하여 조사한다.

---

## 2. 연구의 내용

### ▶ 연구 내용

- 본 연구에서는 이러한 법적 정의에 근거하여 거제시에서 활동하고 있는 사회적기업(인증, 예비), 사회적협동조합, 마을기업, 자활기업을 대상으로 1)조직현황, 2)지역문제 인식과 사회적경제 조직의 강점, 3)지역사회 네트워크, 4)협력 거버넌스, 5)조직의 경제적 성과, 6)조직의 사회적 성과, 7)사회적 가치 실현에 대한 인식과 태도, 8)거제시 특화조사, 9)브랜드 수요조사를 진행한다.
- 이외에도 거제시민들의 ‘사회적경제기업’에 관한 인식을 조사하기 위해 거제시민(만18세 이상)에게 사회적경제기업에 대한 인식과 향후 ‘사회적경제기업’ 활성화에 대해 조사한다.
- 또한 현재 거제시의 취약계층 현황을 분석하여 사회적경제조직과 비교분석을 통하여 사회적경제 중요성을 분석한다.



<그림 1-1> 연구진행절차

### 3. 연구의 방법

#### ▶ 연구 방법

- 본 연구의 목적 달성을 위해 채택한 연구방법은 1)국내사례 문헌조사, 2)사회적경제기업 법률 및 조례, 3)사회적경제기업 설문조사, 4)사회적경제기업 거제시민 인식조사 방법이다.

<표 1-1> 사회적경제기업 전체 조사설계

조사대상	거제시 내 사회적경제조직
유효표본수	30개 기업
조사방법	구조화된 설문지를 통한 설문 조사
조사기간	2020년 10월 1일 ~ 11월 23일
조사기관	DH COMPANY

<표 1-2> 사회적경제기업 거제시민 인식 전체 조사 설계

조사대상	거제시민
유효표본수	500
조사방법	인식에 대한 설문지를 통한 설문 조사
조사기간	2020년 11월 16일 ~ 11월 22일
조사기관	DH COMPANY

---

## 제2장 사회적경제 개념

---

- ▶ 제 1 절 : 사회적경제 개념과 영역
- ▶ 제 2 절 : 사회적경제 효용



## 제2장 사회적경제 개념

### 제1절 사회적경제 개념과 영역

#### 1. 사회적경제의 정의

▶ 사회적경제기업의 시작

- 우리나라에 사회적기업이 본격적으로 등장하게 된 지 만 13년이 되었다.(사회적경제기업육성법 제정) 사회적경제는 구성원 간 협력 자조를 바탕으로 재화, 용역의 생산 및 판매를 통해 사회적 가치를 창출하는 민간의 모든 경제적 활동(사회적경제 활성화 방안, 2017)이다. 국가, 시대별로 사회적경제에 대한 정의는 다양하나, 공통적으로 구성원 참여를 바탕으로 국가와 시장의 경계에서 사회적 가치를 추구하는 민간의 경제활동을 의미한다.(한국사회적기업진흥원)



<그림 2-1> 사회적경제의 다양한 정의 - 한국사회적기업진흥원

---

## 2. 사회적경제의 특징

### ▶ 자율·민주

- 경제적 효율성보다 구성원의 자발적 참여, 1인 1표 등 민주적 의사결정을 통한 자율 경영을 통해 운영한다.

### ▶ 사회·통합

- 영리 추구보다 구성원 간 이익공유, 취약계층 일자리 창출, 지역사회 기여 등 사회적 가치를 우선 추구한다.

### ▶ 연대·협력

- 시민들이 사회문제 해결과 사회적 가치를 실현하기 위해 자발적 공동체를 구성하여 상호 협력한다.

### ▶ 경쟁·보안

- 일반 영리기업과 경쟁하면서, 사회문제 해결에 있어 시장과 정부의 실패를 보완하는 제3의 영역으로 기능한다.

(한국사회적기업진흥원 <http://www.socialenterprise.or.kr/>)

## 제2절 사회적경제 효용

### 1. 사회적경제 경제적 측면

#### ▶ 사회적경제의 경제적 측면으로 일자리 창출, 고용 안정, 경제활동 참여 인력 확대에 기여하도록 한다.

- 일반 법인에 비해 취업유발 효과가 높으며, 구성원이 전체 이익을 공유함에 따라 양질의 일자리 창출이 가능하다.
- 민주적 의사결정을 통해 노사관계 안정 및 불공정거래 개선에 기여하며 고용 안정으로 높은 기업 생존율을 유지한다.
- 경력단절 여성, 은퇴자, 장애인 등 취약계층의 노동시장 진입을 통해 소득

과 부가가치를 창출하고 경제활동 참여인력을 대한다.  
(한국사회적기업진흥원)

경제적 측면

일자리 창출	고용 안정	경제활동 참여인력 확대
--------	-------	--------------

<표 2-1> 사회적경제의 경제적 측면

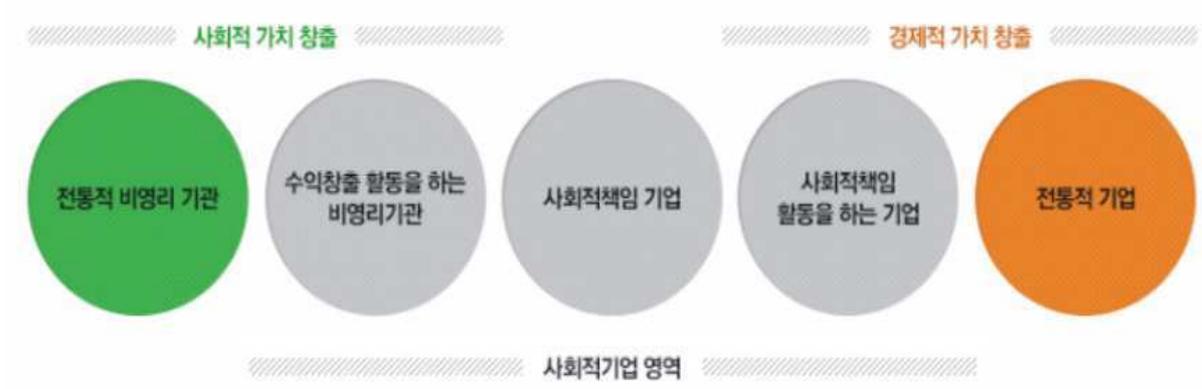
## 2. 사회적경제 사회적 측면

- ▶ 사회적경제에서 사회적 측면은 양극화 해소, 사회안전망 강화, 공동체 복원에 기여하도록 한다.
    - 취약계층 일자리 제공을 통해 소득창출 기반을 마련함으로써 계층 간 빈부격차 완화와 양극화를 해소하도록 한다.
    - 보건, 문화 등 다양한 분야에서 복지 사각지대를 해소하고, 새로운 복지 서비스 수요에 유연하고 탄력적으로 대응하여 사회안전망을 강화하도록 한다.
    - 지역주민의 직접적인 참여를 촉진하여 구성원 간의 장기적 신뢰관계를 회복함으로써 공동체 문화를 형성하도록 한다.
- (한국사회적기업진흥원)

사회적 측면

양극화 해소	사회안전망 강화	공동체 복원
--------	----------	--------

<표 2-2> 사회적경제의 사회적 측면



<그림2-2>사회적기업 영역

---

## 제3장 지역 현황

---

- ▶ 제 1 절 : 거제시 지역현황
- ▶ 제 2 절 : 거제시 사회적경제기업 현황



## 제3장 지역현황

### 제1절 거제시 지역현황

#### 1. 거제시 지역현황

##### ▶ 거제시 지역경제 특징

- 거제시는 대기업 조선소(삼성중공업, 대우조선해양)가 위치해 있으며, 지역 특성상 소득과 관련된 부분은 삼성중공업, 대우조선해양에 의존하고 있는 상황이며, 조선경제 불황으로 인하여 현재 거제시는 경제침체와 함께 현재 까지 인구감소, 기업체 감소 등의 하락세를 나타내고 있다.

##### ▶ 거제시 조선산업 침체기

- 거제시의 조선산업은 2008년 이후 침체기를 맞이했다. 조선산업은 세계 조선산업의 경기순환에 따라 침체되었으며, 2008년 세계 금융위기로 세계 경제 주요국의 경제가 둔화되었다. 2007년 이후 조선산업의 침체의 주요한 원인은 세계 조선·해운업의 불황, 중국의 수주 흡수, 국내 조선소의 설비 과잉, 해양플랜트 사업의 실패에 기인하였다. 이에 따라 기존 수주잔량이 소진된 2012년 이후 지역 내 총생산액 감소, 실업률 증가 등의 문제가 나타나고 있다.(우정석, 이승철. (2018). 거제시 조선산업에 대한 지역경제의 잠김 효과)

2020년 1분기 거제시 경제활동 인구 총괄

15세이상 인구(천명)	203.5	경제활동참가율(%)	65.7
경제활동 인구(천명)	127.6	고용률(%)	59.6
취업자(천명)	121.2	15~64세 고용률(%)	63
실업자(천명)	6.4	실업률(%)	5
비경제활동(천명)	75.9		

<표3-1> 거제시 경제활동 인구총괄 - 통계청

▶ 거제시 인구

- 2020년 10월 기준 거제시 인구는 246,133명, 세대수는 103,529세대이다. 2016년부터 현재까지 지속적으로 거제시의 인구는 하락하는 추세이다.(거제시 통계정보) 위 내용과 같이 조선업이 침체기를 맞이하면서부터 거제시의 인구 또한 감소하는 추세를 보였으며, 2016년 257,183명을 정점으로 이후 꾸준히 인구가 이탈하는 감소세를 보이고 있다.



<그림 3-1> 거제시 인구

거제시 이동자수

연도	2017년	2018년	2019년	2020년
순이동자수	-5,757	-3,764	-2,687	-1,963

<표3-2> 거제시 인구변동요인 순이동자수 - 통계청

▶ 거제시 산업별 취업자(근무지 기준)

- 거제시는 조선산업이 주요 사업인 만큼 다양한 직군이 존재하지 않는다. 기본적으로 1)농업, 임업, 및 어업, 2)광·제조업 3)건설업 4)도소매·음식숙박업 5)전기·운수·통신·금융 6)사업·개인·공공서비스 및 기타로 분류하여 본다면 광·제조업이 높은 비율을 차지하고 있다.

거제시 산업별 취업자(근무지기준) 현황

(단위 : 천명)			
농업, 임업 및 어업	5.5	광·제조업	64.4
건설업	5.1	도소매·음식숙박업	18.7
전기·운수·통신·금융	4.4	사업·개인·공공서비스 및 기타	4.4

<표3-3> 거제시 산업별 취업자 현황 - 통계청

▶ 거제시 출산율 감소

- 전국적으로 저출산 문제를 겪고 있는 상황이지만 거제시 또한 인구감소와 함께 출산율 또한 하락하고 있는 추세이다. 최근 5년 출산율을 본다면 2016년 3,233명, 2017년 2,614명, 2018년 2,030명, 2019년 1,629명, 2020년 9월 1,139명으로 현재 2020년 9월 기준은 2016년의 절반도 안 되는 출산율 현황이다.



<그림 3-2> 거제시 출산율 현황

▶ 거제시 다문화가정 현황

- 현재 거제시에는 72개 국가의 외국인 베트남(1,152명), 우즈베키스탄(897명), 한국계 중국인(478명) 등 7,182명이 거주 중(2020년 9월)이다. 그리고 5,772 가구의 다문화 가구(2019년 11월)가 성립되어 지역에서 생활을 이어 가고 있다.

(2019. 11월 기준)

구분	합계	한국인 배우자	결혼이민자 및 귀화자			자녀			기타 동거인		
			소계	결혼 이민 자	귀화 자	소계	귀화 및 외국 국적	국내 출생	소계	내 국 인	외 국 인
거제시	5,772	1,841	1,685	867	818	1,715	46	1,669	531	382	149
일운면	191	64	52	31	21	52	-	50	23	16	7
동부면	81	32	18	6	12	27	-	27	-	-	-
남부면	66	27	18	8	10	15	-	15	6	*	-
거제면	171	62	44	23	21	55	-	54	10	7	-
둔덕면	77	32	16	8	8	25	-	24	-	-	-
사등면	439	149	120	69	51	129	6	123	41	31	10
연초면	291	89	94	43	51	83	-	81	25	18	7
하청면	122	46	27	10	17	40	-	40	9	8	-
장목면	144	61	26	15	11	33	-	33	24	23	-
능포동	176	57	48	15	33	58	-	55	13	8	5
아주동	502	162	150	82	68	147	-	143	43	26	17
옥포1동	236	76	79	58	21	62	-	61	19	15	-
옥포2동	778	245	230	126	104	233	5	228	70	51	19
장평동	603	178	194	83	111	173	5	168	58	40	18
고현동	955	276	315	152	163	276	7	269	88	60	28
상문동	505	156	133	68	65	169	5	164	47	34	13
수양동	244	77	66	43	23	79	-	77	22	15	7
장승포동	191	52	55	27	28	59	-	57	25	21	-

<표3-4> 거제시 다문화가정 현황

▶ 기초생활 수급자

- 조선경기 침체로 인해 지역 내 일자리 감소, 인구 감소가 진행되는 과정에서 기초생활수급자는 거제시 전체 인구의 약 6% 정도가 기초생활수급자이며, 가구로는 전체 가구의 9.3%에 높은 비율의 기초생활 수급자 및 가구를 형성하고 있다.

기초생활 수급자 현황

연도	계		기초생계		기초의료		기초주거		기초교육	
	가구	인원	가구	인원	가구	인원	가구	인원	가구	인원
2020. 10. 기준	9,650	14,466	2,413	3,423	2,590	3,692	3,735	5,896	912	1,455

<표3-5> 거제시 기초생활수급자 현황

▶ 독거노인 현황

- 주민등록 기준, 65세 이상 1인 가구의 독거노인은 현재 거제시에 4,618명으로 이중 남성 1,213명, 여성 3,405명의 독거노인이 거주 중에 있다.

독거노인 현황

연도	남성	여성
2020. 10. 기준	1,213	3,405

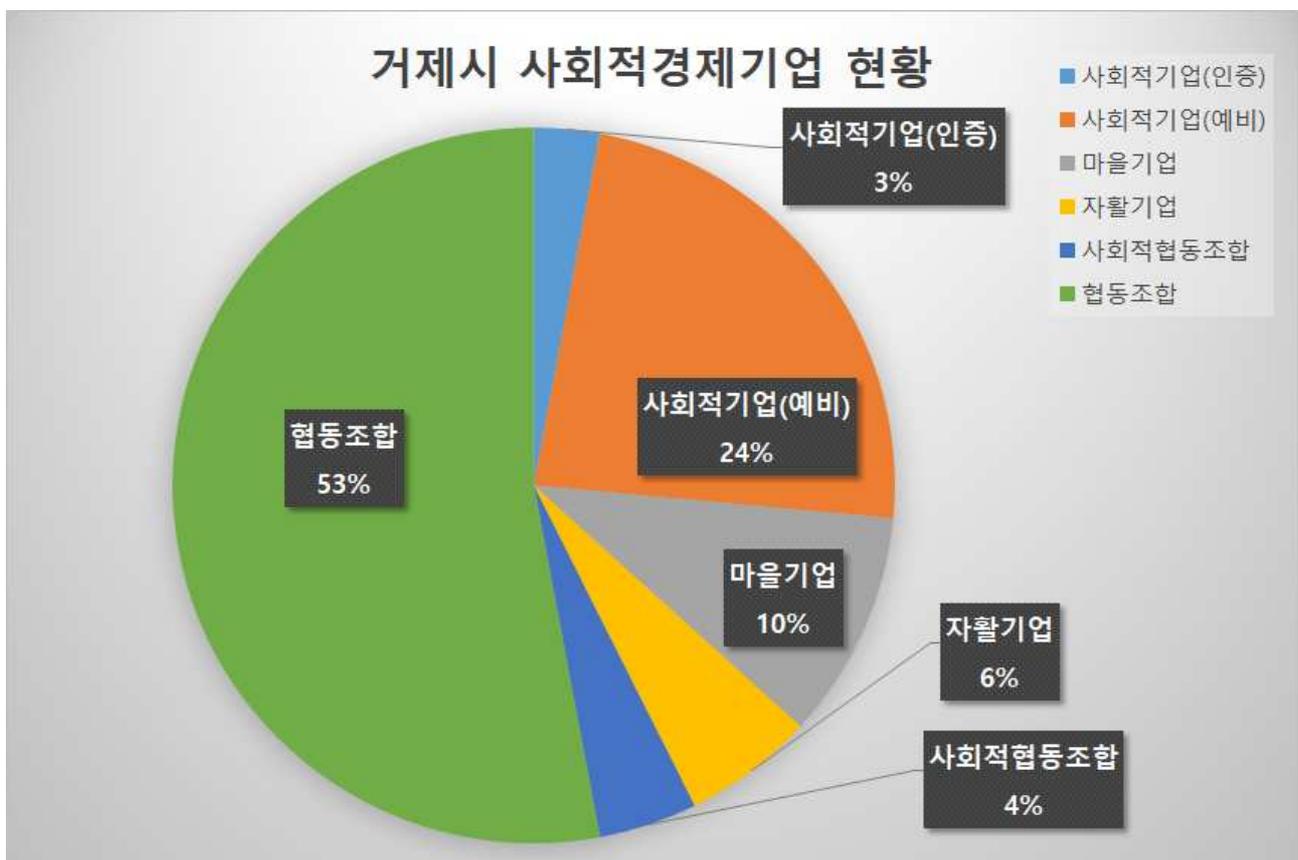
<표3-6> 거제시 독거노인 현황

## 제2절 거제시 사회적경제기업 현황

### 1. 거제시 사회적경제기업 현황

#### ▶ 거제시 사회적경제기업 등록 현황

- 2020년 09월 기준으로 거제시에 등록된 사회적경제기업(사회적기업(인증, 예비), 마을기업, 사회적협동조합, 협동조합, 자활기업)은 63개가 등록되어 있다.



<그림 3-3> 거제시 사회적경제기업 현황

#### 거제시 사회적경제기업 등록 현황

사회적기업 (인증)	사회적기업 (예비)	마을기업	자활기업	사회적협동 조합	협동조합
2	16	7	4	3	39

<표3-7> 거제시 사회적경제기업 등록현황

▶ 거제시 사회적기업(인증) 정보

No.	기관명	주요생산품 및 서비스	인,지정일
	대표명	주소	
1	연안칠백리(주)	조선소모품 제작 판매	2019.09.05
	유원관	거제시 연초면 오비3길 21-1	
2	(주)유케이아일랜드	의류 및 안전용품 제조, 유통	2019.12.31
	박주억	거제시 용소1길 41, 2층	

<표3-8> 거제시 사회적기업(인증) 정보

▶ 거제시 사회적기업(예비) 정보

No.	기관명	주요생산품 및 서비스	인,지정일
	대표명	주소	
1	(주)문화큐	문화·예술·교육 콘텐츠 제작 및 기획	2018.09.07
	최원옥	거제시 거제중앙로 1859, 3층	
2	산속농장(주)	맹종죽 생활용품 제작 및 판매, 죽순 식품 제조 및 판매	2019.04.19
	이완순	거제시 장목면 거제북로 1290-22	
3	(주)함께하는다이웃	로컬푸드를 활용한 도시락, 반찬	2019.08.21
	강민영	거제시 거제중앙로10길 9-1	
4	(주)섬도	지역의 자연·문화 콘텐츠 제작 및 서비스	2019.11.02
	김은주	거제시 동부면 구천1길 23	
5	(주)새활용공예뜰이음	버려지는 자원을 활용한 새활용 공예교육	2019.12.26
	김수건	거제시 진목1길 85, 2층	
6	케이이피(주)	편의 안전시설물 설치 보수, 선박건조기술·도장·안전지도 교육	2019.12.26
	허창봉	거제시 거제중앙로16길 17, 611호	
7	(주)꽃섬거제	지역 특산물을 활용한 친환경 도시락, 간식	2019.12.26
	권현정	거제시 옥포대첩로 98-1, 1층	

8	(주)함께지음	이동식 목조주택, 농막창고 조립 판매, 조선해양 기술 서비스	2019.12.26
	김명길	거제시 연초면 연하해안로 37	
9	슬기로운체험교실	진로체험 프로그램 및 멘토특강, 동아리지원	2020.06.02
	박봉휘	거제시 거제중앙로5길 18	
10	남쪽바다여행제작소	마을 유희자원을 활용한 섬마을리조트	2020.06.02
	서란희	거제시 하청면 칠천로 275-3	
11	주식회사 한오멜	수도 및 난방배관 세척, 부분 리모델링을 통한 주거환경개선	2020.09.4
	박용석	거제시 계룡로 6길 19-1, 1층	
12	또바기 홈 기술센터	노후 주택 수리 및 리모델링, 시설물 유지 및 보수, 취약계층 하우스 케어	2020.09.04
	박미란	거제시 신부로 45, 골든게이트 1층	
13	(주)커피소사이어티	커피 제조 및 도·소매, 교육서비스	2020.09.04
	이완순	거제시 연초면 죽도로 23, 3층 301호	
14	(사)블루시티관현악단	음악회 개최, 기업 행사 음악공연, 방과 후 악기수업	2020.09.04
	신 숙	거제시 일운면 지세포2길 10	
15	경남버스협동조합	운수업(전세버스), 여행 알선	2020.09.04
	김동엽	거제시 거제중앙로 1767, 1층	
16	(주)거제해양스포츠	수상/수중 레저, 관광 해양교육서비스	2020.09.04
	박창재	거제시 일운면 구조라로 4길 16-1	

〈표3-9〉 거제시 사회적기업(예비) 정보

▶ 거제시 자활기업 정보

No.	기관명	주요생산품 및 서비스	인,지정일
	대표명	주소	
1	깨끗한	위생관리(청소용역)	-
	김경남	거제시 사등면 두동로1길 109	
2	기부나눔마켓리본	거제시 서문로 65-1	-
	조영임	재활용품판매	
3	경남늘푸른사람들	청소, 소독 및 방역	-
	김경남	거제시 사등면 두동로 1길 109	
4	거제희망나르미	정부 양곡 배달	-
	장순두	거제시 수양로 454-28	

<표3-10> 거제시 자활기업 정보

▶ 거제시 사회적협동조합

No.	기관명	주요생산품 및 서비스	인,지정일
	대표명	주소	
1	경남늘푸른사람들	청소, 소독 및 방역	2017.09.20
	김경남	거제시 사등면 두동로 1길 109	
2	장승포 마을관리	사업시설관리 및 사업지원서비스업	2020.03.26
	김상민	거제시 신부로1길 4	
3	모닝내장건축	실내건축 창호공사 등 건설업	2020.06.01
	이구열	거제시 하청면 사환2길 13	

<표3-11> 거제시 사회적협동조합 정보

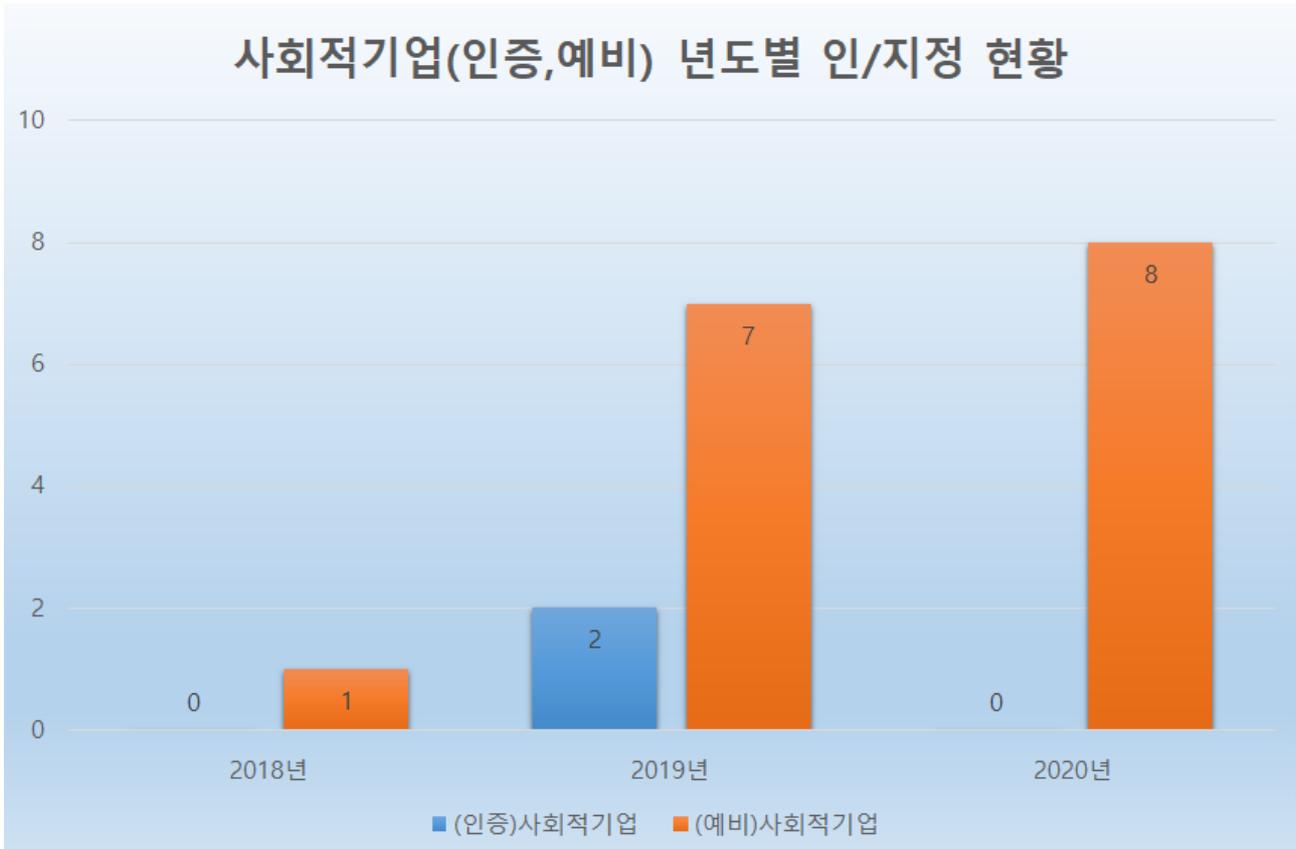
▶ 거제시 마을기업

No.	기관명	주요생산품 및 서비스	인, 지정일
	대표명	주소	
1	거제농수산물 영농조합법인	유자방 생산 판매	2010.12.29.
	남기봉	거제시 읍내로 293-5	
2	(주)다대자율관리 공동체	어촌체험프로그램	2011.05.03.
	신영재	거제시 남부면 다대5길 11	
3	(주)거제전통매주	매주·장류 생산 판매	2013.05.10.
	김금자	거제시 동부면 삼거리 1길 20	
4	함목명품마을	로드카페운영	2013.12.27.
	신영길	거제시 남부면 해금강로 17	
5	해금강동백보존회	동백 관광기념품 생산 판매	2014.06.18.
	김옥덕	거제시 남부면 해금강로 270	
6	(주)체인지메이커	(폐)목재를 활용한 아트엔 굿즈 사업 및 체험교육	2020.07.01.
	조미영	거제시 옥포로 230, 3층 401호	
7	토바기협동조합	유자막걸리 제조 및 판매, 체험교육	2020.05.18.
	최은조	거제시 신부로1길 4, 1층	

<표3-12> 거제시 마을기업 정보

※ 협동조합은 조사대상이 아니므로 기업정보에서 제외

▶ 거제시 사회적기업(인증, 예비) 지정



<그림 3-4> 거제시 사회적기업(인증, 예비) 년도별 인/지정 현황

- 거제시 사회적기업은 2019년에 2곳이 인증된 이후로 현재까지 인증된 사회적기업은 없는 상황이다. 거제시 사회적기업 도입 이후 (예비)사회적기업이 증가함에 따라 향후 (예비)사회적기업들이 (인증)사회적기업으로 인증 되도록 다양한 지원이 필요하다.
- 반면 (예비)사회적기업은 2018년 첫 인증 후 매년 꾸준히 증가하고 있는 추세이다.



---

## 제4장 실태조사

---

- ▶ 제 1 절 : 거제시 사회적경제기업 실태조사
- ▶ 제 2 절 : 사회적경제기업 시민 인식 조사



## 제4장 실태조사

### 제1절 거제시 사회적경제기업 실태조사

#### 1. 조사대상

##### ▶ 거제시 사회적경제기업

- 이번 실태조사는 거제시 관내 사회적경제기업을 대상으로 (인증)사회적기업, (예비)사회적기업, 사회적협동조합, 마을기업, 자활기업 총 32곳을 대상으로 조사가 진행되었다. 조사 방식은 [2020 거제시 사회적경제기업 실태조사 설문] <부록 1> 설문 대면조사로 진행되었다.

##### ▶ 조사기간

- 조사기간은 2020년 9월 25일 ~ 11월 23일까지 이루어졌다.

##### ▶ 조사 내용

- 조사 내용으로는 기업의 기본적인 유형, 지역 문제 인식, 지역사회 네트워크, 협력 거버넌스, 사회적경제 조직의 경제적 성과, 사회적 성과, 사회적 가치 실현에 대한 인식과 태도, 거제시 특화 조사, 브랜드 조사로 이뤄졌다.

##### ▶ 응답률

- 본 설문은 거제시 사회적경제기업들을 대상으로, 총 32곳을 대상으로 진행되었다. 총 32곳 중 응답률은 75%이며, 무응답은 휴업, 조사대상 제외, 타지역 거주, 조사 거부, 기업 내부 사정으로 인하여 8곳이 무응답이 되었다.

설문조사 응답률

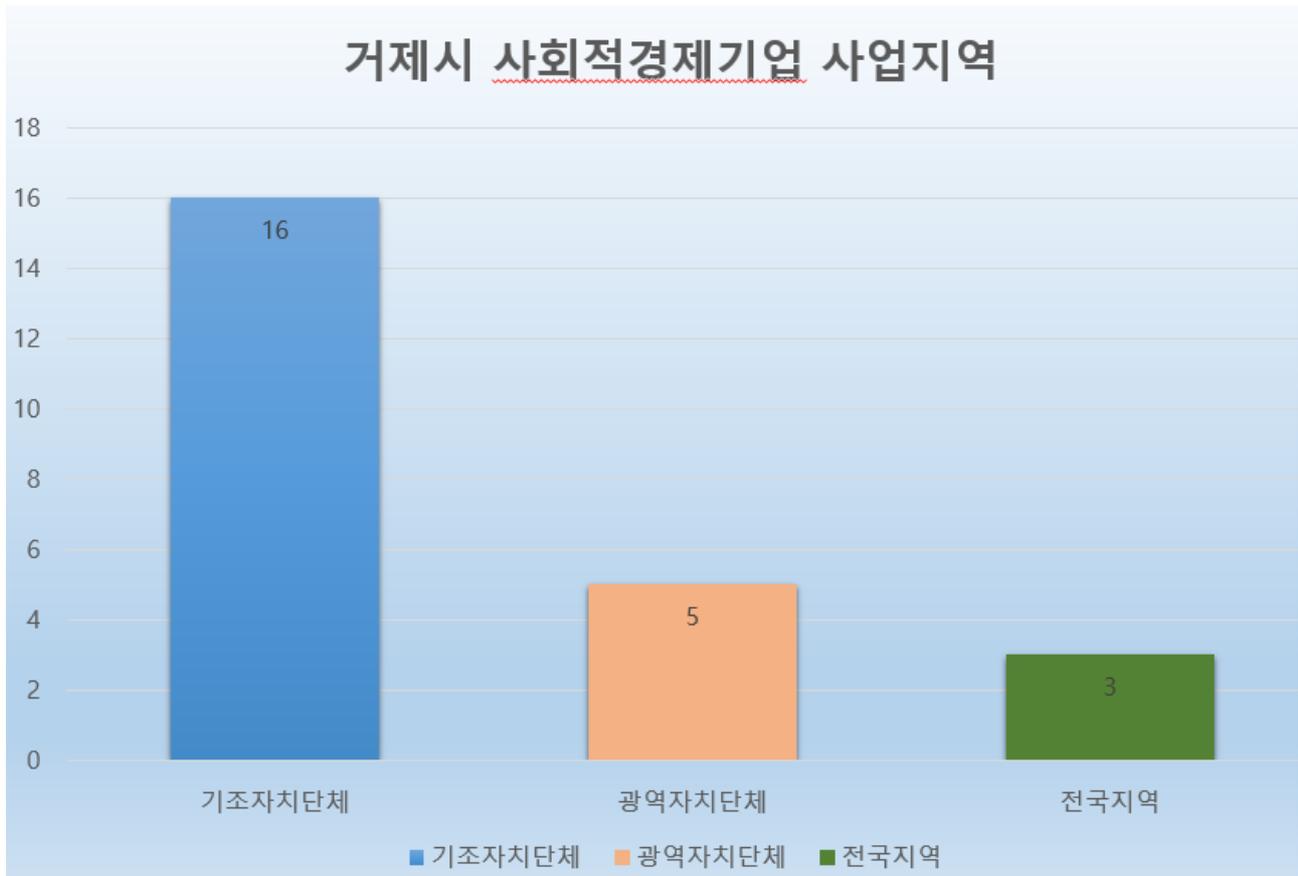
응답	무응답
24	8
75%	25%

<표4-1> 거제시 사회적경제기업 실태조사 응답률

## 2. 사회적경제조기업 일반적 특성 조사

### ▶ 주요 사업지역 분석

- 현재 거제시 관내 사회적경제기업들의 주요 사업지역을 조사하였다. 본 조사는 기초단체 내(거제시), 광역자치단체 내(경상남도 내), 전국 지역으로 분류하여 설문을 진행하였다.



<그림 4-1> 거제시 사회적경제기업 사업지역

- 거제시 사회적경제기업 67.5%가 기초자치단체(거제시)에서 사업이 이뤄지고 있으며, 광역자치단체(경상남도) 20%, 전국 지역 12.5%의 비중을 차지한다.
- 조사 결과에 따르면 거제시 사회적경제기업들은 지역 의존도가 매우 높음으로 분석된다.

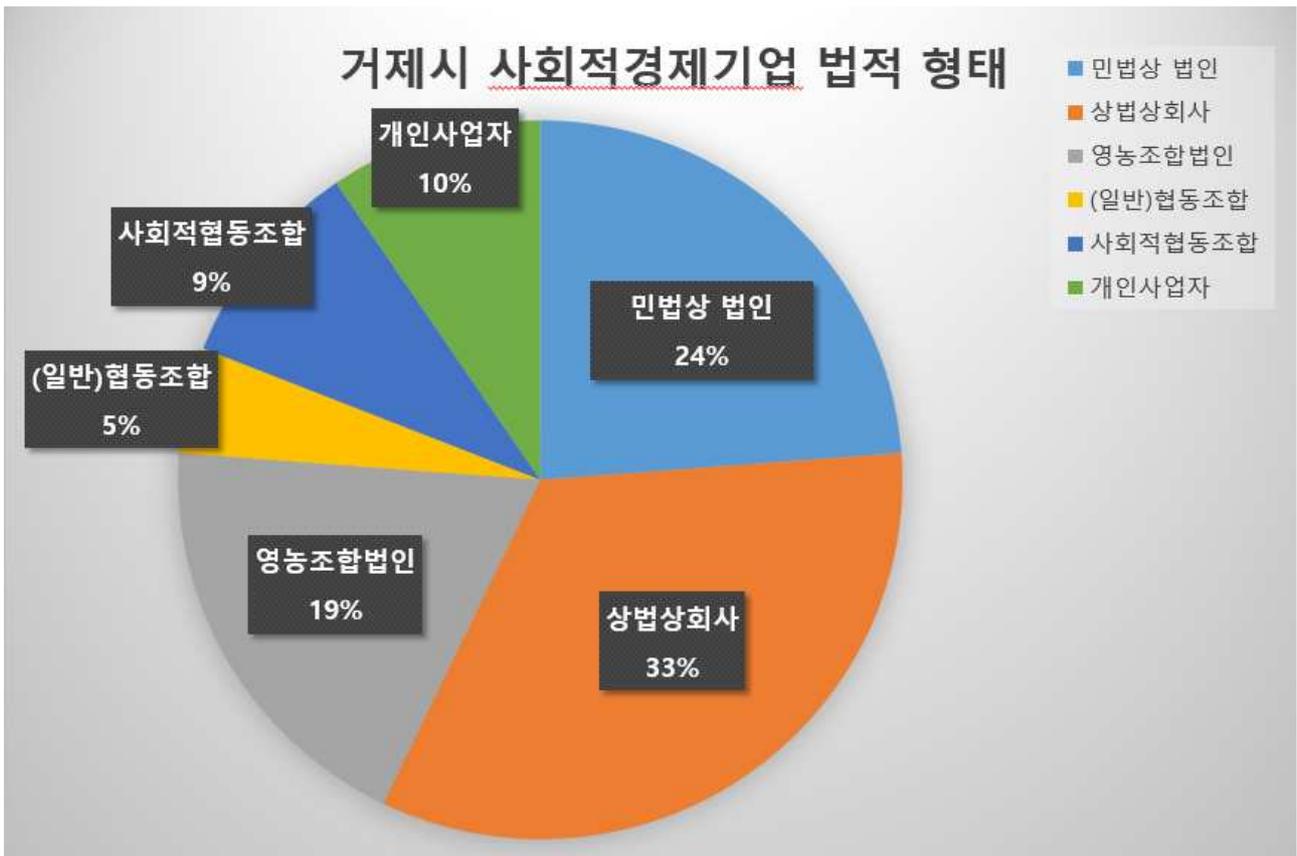
▶ 법적 형태 분석

- 거제시 사회적경제기업들의 법적 형태를 분석한다. 법적 형태로는 아래 표와 같이 11가지(표4-2, 사회적경제기업 법적 형태 분류표)로 나타내며 각 기업들의 운영 형태에 대해 파악한다.

사회적경제기업 법적 형태 분류

민법상 법인(사단·재단법인등)	사회복지법인	비영리민간단체
상법상회사(주식회사 등)	농어업회사법인	영농조합법인
(일반)협동조합	사회적협동조합	개별법상 협동조합
개인사업자	기타	

<표4-2> 사회적경제기업 법적 형태 분류표



<그림 4-2> 거제시 사회적경제기업 법적 형태

- <그림4-2>거제시 사회적경제기업 법적 형태 표와 같이 기업들은 6가지(민법상 법인, 상법상회사, 영농조합법인, (일반)협동조합, 사회적협동조합, 개인사업)로 분포되어 있었으며, 이중 상법상회사(주식회사) 7곳으로 높은 비율을 차지하고 있었다. 그 뒤를 이어 민법상회사 5곳, 영농조합법인 4곳, 사회적협동조합, 개인사업자 각 2곳, (일반)협동조합 1곳으로 운영되고 있었다.

▶ 주 업종 분석

- 기업들의 주업종(주요 업종)을 분석하였다. 분석 결과로는 농업, 임업, 어업 3곳, 제조업 3곳, 건설업 2곳, 도매 및 소매업 4곳, 운수 및 창고업 1곳, 숙박 및 음식점업 1곳, 사업시설관리, 사업 지원 및 임대 서비스업 2곳, 교육 서비스업 6곳, 예술, 스포츠 및 여가 관련 서비스업 2곳이다.

거제시 사회적경제기업 주 업종 분석

농업, 임업, 어업	3	제조업	3	건설업	2
도매 및 소매업	4	운수 및 창고업	1	숙박 및 음식점업	1
사업시설관리, 사업지원 및 임대서비스업	2	교육서비스업	6	예술, 스포츠 및 여가 관련 서비스업	2

<표4-3> 사회적경제기업 주 업종 분석표

- 위 표와 같이 거제시 사회적경제기업들은 다양한 분류로 운영되고 있지만, 큰 분류로 따지자면 교육, 제조, 도소매가 높은 비율을 차지하고 있다. 관광의 메카인 거제에서 숙박 및 음식점업은 1곳으로 저조하였으며, 분류는 다양하지만 분포는 고르지 못한 시점이다.

### 3. 지역문제 인식과 사회적경제 조직의 강점

▶ 사회적경제기업들이 생각하는 지역문제

- 본 설문은 사회적경제기업을 운영하면서 인식하고 있는 지역문제와 해결에 대한 우선순위를 조사하며, 사회적경제기업 운영자들의 사회문제에 대한 인식을 알아본다. 본 설문에는 소득, 노동, 교육, 삶의 질, 사회구조 변화, 사회통합 저해, 안전 위협, 환경오염, 자원고갈, 자연재해로 구성하였다.

사회적경제조직이 인식하는 지역문제

소득 및 주거불안(가계빚 증가, 소득양극화, 내집마련 어려움, 경기침체 등)	9	37.5%
노동 불안정(비정규직 증가, 청년일자리 부족, 재취업 어려움 등)	8	33.3%
교육 불평등(교육정책 다변성, 지역간 교육격차, 높은 사교육의존성)	1	4.2%
삶의 질 저하(보육문제, 문화생활 격차심화, 부족한 복지제도, 노인소외 문제)	2	8.3%
사회통합 저해(사회적약자 차별, 만연한 특권문제, 정부의 신뢰도 저하, 지역갈등 심화)	3	12.5%
안전 위협(먹거리불안, 전염병 확산, 재난사고, 학교폭력, 사이버범죄)	1	4.2%

<표4-4> 사회적경제조직 지역문제 인식

- 위 설문 결과에 따르면 거제시 사회적경제조직들은 현재 소득 및 주거불안, 노동 불안정이 현재 거제시의 문제점으로 가장 높았으며, 위 결과들에 대해 지역사회에서 전반적으로 해결해야 한다고 인식을 하고 있었다.

▶ 사회적경제기업들이 우선 해결하고자 하는 지역문제

- 위 설문<표4-3, 사회적경제조직 지역문제 인식>과 같은 설문으로 현재 사회적경제기업들이 우선 해결하고자 노력하는 지역의 문제를 재조사하였다.

사회적경제조직이 우선 해결하고자 하는 지역문제

소득 및 주거불안(가계빚 증가, 소득양극화, 내집마련 어려움, 경기침체 등)	3	12.5%
노동 불안정(비정규직 증가, 청년일자리 부족, 재취업 어려움 등)	12	50%
교육 불평등(교육정책 다변성, 지역간 교육격차, 높은 사교육의존성)	1	4.2%
삶의 질 저하(보육문제, 문화생활 격차심화, 부족한 복지제도, 노인소외 문제)	5	20.8%
사회통합 저해(사회적약자 차별, 만연한 특권문제, 정부의 신뢰도 저하, 지역갈등 심화)	2	8.3%
환경오염과 기후변화(온실가스증가, 환경호르몬 노출, 수질오염, 생활폐기물 증가)	1	4.2%

<표4-5> 사회적경제기업 우선 해결 지역문제

- 위 설문<표4-4, 사회적경제조직 우선 해결 지역문제>에 따르면 현재 사회적경제기업들은 <표4-3, 사회적경제조직 지역문제 인식>과 동일한 응답을 나타냈지만 우선 해결을 하고자 하는 부분은 노동 불안전을 선택하였으며, 현재 거제시 사회적경제기업들 또한 일자리 창출을 모색한다고 응답하였다.

- <표4-3, 표4-4> 결과들에 따라 거제시 사회적경제조직들의 지역문제에 대해 인식은 소득 및 주거불안과 노동 불안정에 공감대를 형성하고 있으며, 이 중 기업들은 노동 불안정을 해소하기 위해 자체적으로 일자리 창출을 위해 노력을 기하고 있다는 결론이 내려진다.

▶ 사회적경제기업의 강점

- 거제시는 다양한 사회적경제기업이 구성되어 있지만 자체적인 평가를 통해 각 기업별 조직의 강점에 대해 확인할 수 있었다. 본 설문은 6가지 항목으로 설계하였다.

사회적경제기업 자체적인 강점 평가

항 목	전혀 그렇지 않다.	그렇지 않다.	보통이다	그렇다	매우 그렇다
이윤분배의 제한으로 사회적 목적에 집중할 수 있다.	-	5	10	8	1
민주적 의사결정구조와 내재적 동기부여로 직원들이 높은 생산성을 가질 수 있다.	-	-	8	10	6
지역주민의 참여를 유도하는 사업모델을 기획할 수 있다.	-	5	6	3	10
지역사회의 신뢰에 기반한 자원봉사나 기부 등 외부자원을 동원하기에 용이하다.	-	3	8	7	6
수요자 맞춤형 서비스(제품)를 제공하기 용이하다.	-	6	7	5	6
새로운 아이디어를 실행에 옮길 수 있는 사업모델을 발굴할 수 있다.	-	5	7	5	7

<표4-6> 사회적경제기업 자체 강점 평가

- 본 설문은 자체적인 평가를 대상으로 하였다. 첫 번째 항목인 이윤 분배의 제한으로 사회적 목적에 집중할 수 있다. 평가에서는 대상 기업 절반이 보통 이상을 선택하였다. 이 부분에서는 현재 대부분의 기업들이 이윤 분배 제한이 사회적 목적에 집중하는 구조로 경영을 하고 있다. ‘그렇지 않다’고 표기한 기업들의 사유로는 현재 경영난으로 인해 경영이 어려워지는 이유로 인해 사회적경제기업임에도 ‘사회적 목적에 집중할 수 없다.’고 답하였다.

- 민주적 의사결정구조와 내재적 동기부여로 직원들이 높은 생산성을 가질 수 있다는 평가에서는 모든 기업들이 ‘보통’ 이상을 선택하였으며 모든 기업들이 운영하는 부분에서 직원들과 충분한 교류와 동기부여가 가능하다고 보인다.
- 지역주민의 참여를 유도하는 사업모델을 기획 평가는 매우 ‘그렇다’에 10개 기업이 선택하였으며 대부분의 기업들이 지역주민의 참여를 유도하기 위해 노력을 하고 있다. 반면 ‘그렇지 않다’고 표기한 기업들의 사유로는 제조업, 건설업 등이 있으며, 사회에 기여하기 위해 노력을 하지만 실수요자들은 매우 한정적으로 정해져 있다.
- 지역사회에 신뢰에 기반한 자원봉사나 기부 등 외부 자원을 동원하기에 용이하다. 이 부분에서는 자체평가가 고루 분포가 되어있다. 해당 부분은 마을기업, 자활기업, 사회적협동조합이 외부적인 자원을 많이 이용하는 부분이 있으며, 법인 및 개인사업자가 아닌 법적형태가 협동조합, 영농조합법인과 같은 조합에서 활용이 되고 있다.
- 수요자 맞춤형 서비스(제품)를 제공하기 용이하다는 6가지 설문 중 ‘그렇지 않다’가 가장 많은 부분을 차지한다. 이런 사유는 기업들의 특정 물품 판매 및 서비스가 많은 비율을 차지한다. 지역의 특성상 조선소모품 제작 판매, 의류 및 안전용품 제조, 유통 등의 특정대상을 판매하는 기업들이 있으며, 이 외에도 문화 부분 또한 특정대상으로 한정되었기에 수요자 맞춤형 서비스(제품) 제공은 특정기업에 따라 판매 및 서비스 제공이 어려운 상황으로 분석된다.
- 새로운 아이디어를 실행에 옮길 수 있는 사업모델을 발굴할 수 있다. 또한 그렇지 않다 ~ 매우 그렇다 까지 고루 분포되었다. 위 답변들과 같이 그렇지 않다는 판매 대상을 특정하는 기업인만큼 새로운 사업모델에 한정되어 있지만 이 외에 기업들은 고객의 니즈(Needs)에 맞춰 충분히 새로운 사업모델을 발굴하고 있는 상황이다.

- 본 설문은 전체적인 평가로는 대부분의 사회적경제기업들은 자신들의 운영에 대해 높은 평가를 하고 있다. 하지만 경영이 어렵거나 특정고객들 대상으로 하는 기업들 같은 경우는 사회적목적 실현이나 신사업 발굴, 서비스 제공 등이 매우 한정적이며 어려워하는 시점이다.

#### 4. 지역사회 네트워크

▶ 다른 사회적경제기업과 공동사업 등 협력을 수행한 경험

- 공동사업이란 동종 또는 이종 업종에 종사하는 사회적경제 조직 등과 공동구매, 공동판매, 자금의 공동조달 등 규모의 경제나 범위의 경제를 달성하기 위한 사업협력을 평가한다.

공동사업 수행경험

공동사업 수행경험 있음	공동사업 수행경험 없음
6	18

<표4-7> 공동사업 수행경험 여부

- 본 결과에 따르면 응답한 24개 기업 중 공동사업 수행경험이 있는 곳은 6곳, 수행경험이 없는 곳은 18곳이다. 현재 거제시 사회적경제기업들은 단독적인 기업운동을 하고 있는 상황이다.
- 공동사업 수행경험이 없는 기업들을 대상으로 수행하지 않는 이유에 대해 조사를 실시했을 때 협력할 기회는 있었지만 협력을 통해 얻는 장점보다 단점이 판단되어 협력하지 않았다. 라는 질문에서 그렇다는 3곳, 그렇지 않다는 15곳이다. 아직까지는 협력할 기회가 없었지만, 앞으로 기회가 오면 협력할 생각이다. 라는 질문에서 그렇다 16곳, 협력하지 않겠다. 2곳으로 기업들은 향후 기회가 발생한다면 언제든 공동사업을 수행할 의사가 있다고 판단된다.

- 앞서 공동사업 수행경험이 있다는 기업을 대상으로 현재 업종, 지역 또는 조직유형별 협의체(or 연합체)에 가입, 활동에 참여 여부 질문에 6곳 모두 응답하였으며, 주요 기관들은 지역기업, 거제시로 응답하였다.

▶ 신사업 기획, 아이디어 발굴 및 발전

- 기업들이 신사업을 기획하거나 아이디어 발굴 및 발전시킬 때 어디서 도움을 받는지에 대해 조사를 실시하였다.

지역주민	3
지인 및 관련 영역 전문가	6
공공기관(지자체)	3
전문 컨설팅 업체	11
동종업계 종사자	1

<표4-8> 신사업 기획 구성표

- 위 결과에 따르면 사회적경제기업 대부분은 전문 컨설팅 업체에 신사업 기획 또는 아이디어 발굴 및 발전에 도움을 받고 있다. 반대로 동종업계 종사자나 지자체 또는 지역주민의 도움은 미비한 현황이다. 현재 기업들은 외부 전문 컨설팅 업체에 의존도가 높은 편으로 분석이 된다.

## 5. 협력 거버넌스

▶ 사회적경제 조직이 소재한 지역 내 협력 거버넌스에 대한 생각

- 현재 사회적경제기업들이 공동의 목표를 달성하기 위해 거버넌스에 대한 생각에 대한 설문이다. 이 설문은 지속 협력, 협력파트너, 상호보완적에 대해 질문하였으며, 현재 기업들의 거버넌스 협력에 대해 상황을 파악해 본다.

### 지역 내 협력 거버넌스 인식

항 목	전혀 그렇지 않다.	그렇지 않다.	보통 이다	그렇다	매우 그렇다
우리지역의 사회적경제 조직 및 시민사회섹터와 행정기관은 지역발전을 위하여 지속 협력하고 있다.	8	4	7	3	1
우리지역의 행정기관은 지역공동체 조직 및 시민사회섹터를 지역발전을 위해 중요 역할을 수행하며 공동으로 노력하는 협력 파트너로 인식하고 있다.	7	8	5	3	1
우리지역의 행정기관은 지역공동체 조직 및 시민사회섹터와 상호보완적으로 돕고 있다.	10	1	8	5	-

〈표4-9〉 지역 내 협력 거버넌스 인식표

- 우리 지역의 사회적경제 조직 및 시민사회섹터와 행정기관은 지역발전을 위해 지속 협력하고 있다. 라는 질문에서는 ‘전혀 그렇지 않다’, ‘그렇지 않다’에 12곳이 응답하였으며, ‘그렇다’, ‘매우 그렇다’에 4곳이 응답, ‘보통이다’에 7곳이 응답하였다.
- 우리 지역의 행정기관은 지역공동체 조직 및 시민사회섹터를 지역발전을 위해 중요 역할을 수행하며 공동으로 노력하는 협력 파트너로 인식하고 있다. 라는 질문에서는 ‘전혀 그렇지 않다’, ‘그렇지 않다’에 15곳이 응답하였으며, ‘그렇다’, ‘매우 그렇다’에 4곳이 응답, ‘보통이다’에 5곳이 응답하였다.
- 우리 지역의 행정기관은 지역공동체 조직 및 시민사회섹터와 상호보완적으로 돕고 있다. 질문에서는 ‘전혀 그렇지 않다’, ‘그렇지 않다’에 11곳이 응답하였으며, ‘그렇다’에 5곳이 응답, ‘보통이다’에 8곳이 응답하였다.
- 위 결과에 따르면 전체 문항에서 ‘전혀 그렇지 않다’, ‘그렇지 않다’가 높은 비율을 차지하고 있으며, 특히 3번째 항목인 우리 지역의 행정기관은

지역공동체 조직 및 시민사회섹터와 상호보완적으로 돕고 있다.는 전혀 그렇지 않다.가 응답률이 매우 높았다. 결과는 대체적으로 부정적인 영향으로 응답하였다. 전체적인 결과로 ‘전혀 그렇지 않다’, ‘그렇지 않다’가 차지하는 비율로 인하여 기업들은 ‘지역 내 협력 거버넌스’에 대해 현재 기업들이 시민사회섹터, 행정기관 등과 파트너십이 부족하다고 보인다.

- ▶ 사회적경제 조직이 소재한 지역 내 사회적경제 활성화를 위한 지원환경
  - 사회적경제기업들이 거제시에서 사회적경제기업에 대해 지원환경에 대해 응답하는 설문이며 조례, 육성계획 수립, 사회적경제 영역 관계, 정책관련 사업, 기금 조성 등에 대해 조사를 진행한다.

사회적경제기업 지역 내 지원환경 인식

항 목	전혀 그렇지 않다.	그렇지 않다.	보통 이다	그렇다	매우 그렇다
내가 속한 지역은 사회적경제 관련 조례 등 지원제도가 잘 정비되어 있다.	-	9	11	4	-
내가 속한 지역은 정부의 사회적경제 활성화 의지를 반영해 다양한 사업모델과 지역에 기반한 사회적경제 기업을 발굴, 육성 하려는 계획을 수립하고 있다.	1	5	12	6	-
내가 속한 지역은 사회적경제 활성화를 위해 수립한 지원 계획에 관한 이행이 잘 이루어지고 있다.	3	6	10	4	-
내가 속한 지역은 도시재생 뉴딜 등 정책관련 사업과 사회적경제 영영과의 연계 기회가 점차 늘어나고 있다.	2	5	9	7	1
내가 속한 지역은 지역형 사회적경제 기금을 조성, 사회적경제조직들이 필요시 활용할 수 있도록 연계해주고 있다.	8	5	6	5	-

<표4-10> 지역 내 지원환경 인식 조사표

- 내가 속한 지역은 사회적경제 관련 조례 등 지원제도가 잘 정비되어 있다. 응답에는 ‘그렇지않다’ 9곳, ‘보통이다’ 11곳, ‘그렇다’ 4곳으로 응답하

---

였다. 이 결과에 대해 2020년 6월 25일 제정된 『거제시 사회적경제기업 제품 구매촉진 및 판로지원에 관한 조례』[부록 3.]로 인하여 향후 지역 내 사회적경제기업에 대한 활성화에 대한 기대감으로 ‘보통이다’, ‘그렇다’에 15곳이 응답하였고, 조례가 제 기능을 하지 못한다는 평가에서 ‘그렇지 않다’에 9곳이 응답하였다.

- 거제시는 정부의 사회적경제 활성화 의지를 반영해 다양한 사업모델과 지역에 기반한 사회적경제 기업을 발굴, 육성하려는 계획을 수립하고 있다. 질문에서는 ‘전혀 그렇지 않다’, ‘그렇지 않다’가 9곳, ‘보통이다’ 10곳, ‘그렇다’ 4곳으로 기업들은 현재 거제시 사회적경제 활성화 계획 및 관행 이행에 대해 부정적인 평가를 내렸다.
- 내가 속한 지역은 도시재생 뉴딜 등 정책관련 사업과 사회적경제 영향과의 연계 기회가 점차 늘어나고 있다. 라는 질문에서는 ‘전혀 그렇지 않다’, ‘그렇지 않다’ 7곳, ‘보통이다’ 9곳, ‘그렇다’, ‘매우 그렇다’ 8곳으로 최근 고현, 옥포, 장승포 도시재생사업으로 인하여 다양한 사회적기업들의 연계가 이뤄지고 있다는 평가이다.
- 내가 속한 지역형 사회적경제 기금을 조성, 사회적경제기업들이 필요시 활용할 수 있도록 연계해 주고 있다. 라는 질문에서는 ‘전혀 그렇지 않다’, ‘그렇지 않다’ 13곳, ‘보통이다’ 6곳, ‘그렇다’ 5곳으로 기금을 조성하거나 기금 활용에 대해 혜택을 보지 못하였거나 미흡하다고 답변하는 기업들이 다수인 상황이다.

▶ 지역기반 사회적경제 활성화를 위한 정책(사업) 지원방향 인식

- 지역기반 사회적경제 활성화를 위해 정책(사업) 지원방향에 대한 인식조사는 홍보, 발굴 및 육성, 사업모델 기획, 사업기획, 시장 활성화, 통합 지원체계 구축, 특화지구 운영 및 확대, 일자리 창출을 위한 지원 확대에 대해 인식조사를 진행하였으며, 현재 운영 중인 기업들이 필요한 정책(사업)에 대해 답변한 것이다.

## 사회적경제 활성화를 위한 정책(사업)지원방향 인식

사회적경제 인식제고 홍보(주민대상 바이소셜캠페인 추진 등)	2	8.3%
사회적경제기업 발굴 및 육성	1	4.1%
사회문제 해결을 위한 혁신형 사업모델 기획	3	12.5%
지역 공공자산을 활용한 사회적경제 활성화 사업 기획	3	12.5%
사회적경제 시장 활성화(장터운영 확대, 상품 및 서비스 판촉 플랫폼 증대 등)	8	33.3%
지자체 사회적경제 통합 지원체계 구축	-	0%
지역성을 반영한 사회적경제 특구지역 운영 및 확대	-	0%
지역 내 사회적경제 일자리 창출을 위한 지원 확대	7	29.3%

〈표4-11〉 사회적경제 활성화를 위한 정책(사업)지원방향 인식표

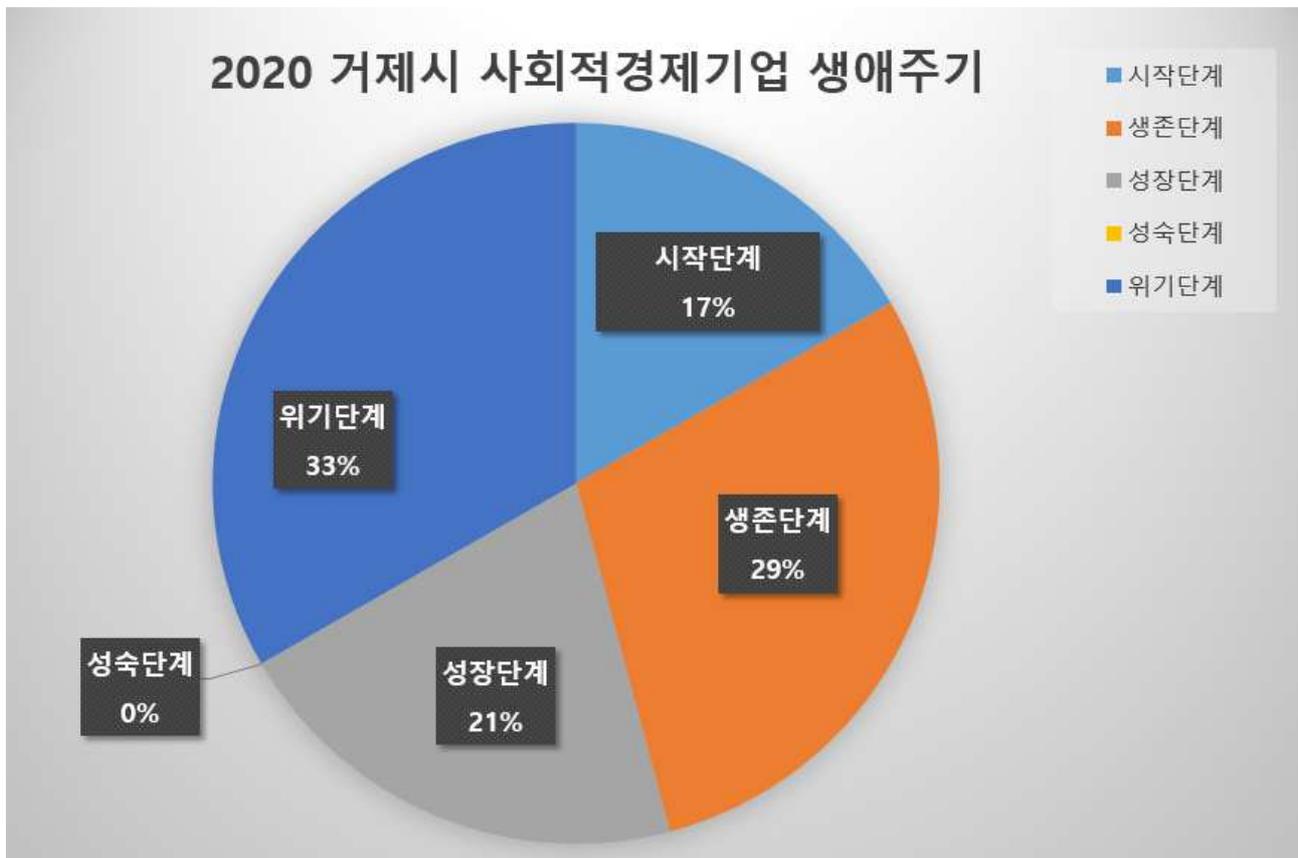
- 정책(사업)지원방향 조사에서는 사회적경제 시장활성화(장터운영 확대, 상품 및 서비스 판촉 플랫폼 증대 등)가 우선순위 1순위이며 지역 내 사회적경제 일자리 창출을 위한 지원확대가 2순위로 필요한 정책(사업)지원방향이라는 기업들이 다수 응답하였다. 이 외에도 소수이지만 사회적경제 인식제고 홍보, 발굴 및 육성, 혁신형 사업모델 기획, 사회적경제 활성화 사업 기획 또한 응답을 하였다.
- 반면 지자체 사회적경제 통합 지원체계 구축, 지역성을 반영한 사회적경제 특구지역 운영 및 확대에 대해서는 응답하지 않음에 따라 기업에서 필요로 하지 않는 정책이라 판단된다.
- 위 결과를 분석하면 현재 사회적기업들의 제품에 대해 자체적인 홍보역량이 부족하거나 거제시에서 시장판로개척 지원이 부족하다는 평가가 내려진다. 또한 기업에서 일자리 창출을 위해 많은 노력을 하지만 기업 운영이 어려움 등으로 취약계층 일자리 창출이 경제적 부담으로 작용한다는 평가이다.

## 6. 사회적경제 조직의 경제적 성과

### ▶ 거제시 사회적경제기업 운영성과적 생애주기

- 거제시 사회적경제기업의 운영성과적 측면에서 현재 각 기업이 어느 생애 주기에 위치해 있는지 2020년 기준으로 설문을 조사하였다.
- 본 설문은 5가지 기준으로 구분하였으며, 시작단계1), 생존단계2), 성장단계 3), 성숙단계4), 위기단계5) 로 구분하였다.

- 1) 시작단계 : 조직운영시작, 시장진입을 위한 노력에 많은 에너지 투입
- 2) 생존단계 : 사업계획 및 전략수정, 시장과의 상호작용을 통한 적응(변화) 요구
- 3) 성장단계 : 운영시스템 정착, 성장에 따른 효율성 증가. 시장, 상품, 서비스 확장 도전
- 4) 성숙단계 : 이익창출 모델사업 정립, 지속경쟁력 확보를 위한 새로운 투자 요구
- 5) 위기단계 : 운영지속 어려움으로 업종전환 등 압박감 증가, 휴업 나아가 폐업 고려



〈그림 4-3〉 거제시 사회적경제기업 생애주기

- 설문 결과에 따르면 시작단계 4곳, 생존단계 7곳, 성장단계 6곳, 위기단계 8곳, 현재 거제시 사회적경제기업에는 성숙단계인 이익창출 모델사업 정립, 지속경쟁력 확보를 위한 새로운 투자 요구를 하는 곳은 0곳이다.
  - 이 외에 시작단계는 4곳이지만 어려운 상황으로 인해 생존단계, 위기단계는 8곳으로 설문참여 24곳 중 61%에 해당한다.
  - 위와 같은 결과로는 현재 대부분의 사회적경제기업들이 경제적으로 매우 어려운 시점이며 위기단계 8곳은 폐업 또한 고려하고 있는 시점이다.
- ▶ 경제적 성과
- 2019년 대비 2020년(추정) 기업의 경제적 성과에 대해 분석을 위해 현재 거제시 사회적경제기업들의 경제적 능력을 조사한다.

사회적경제기업 지역 내 지원환경 인식

항 목		전혀 그렇지 않다.	그렇지 않다.	보통이다	그렇다	매우 그렇다
2019년 대비 2020년(추정) 경제적 성과	평균 매출액이 증가하였다	8	5	7	4	-
	평균 총 수입이 증가하였다	7	8	5	4	-
	총 영업이익이 증가하였다	8	8	5	3	-
	총 지출비용이 증가하였다	2	2	8	5	2
	총 자산이 증가하였다	7	8	5	4	-
	총 부채가 증가하였다	2	4	7	7	4

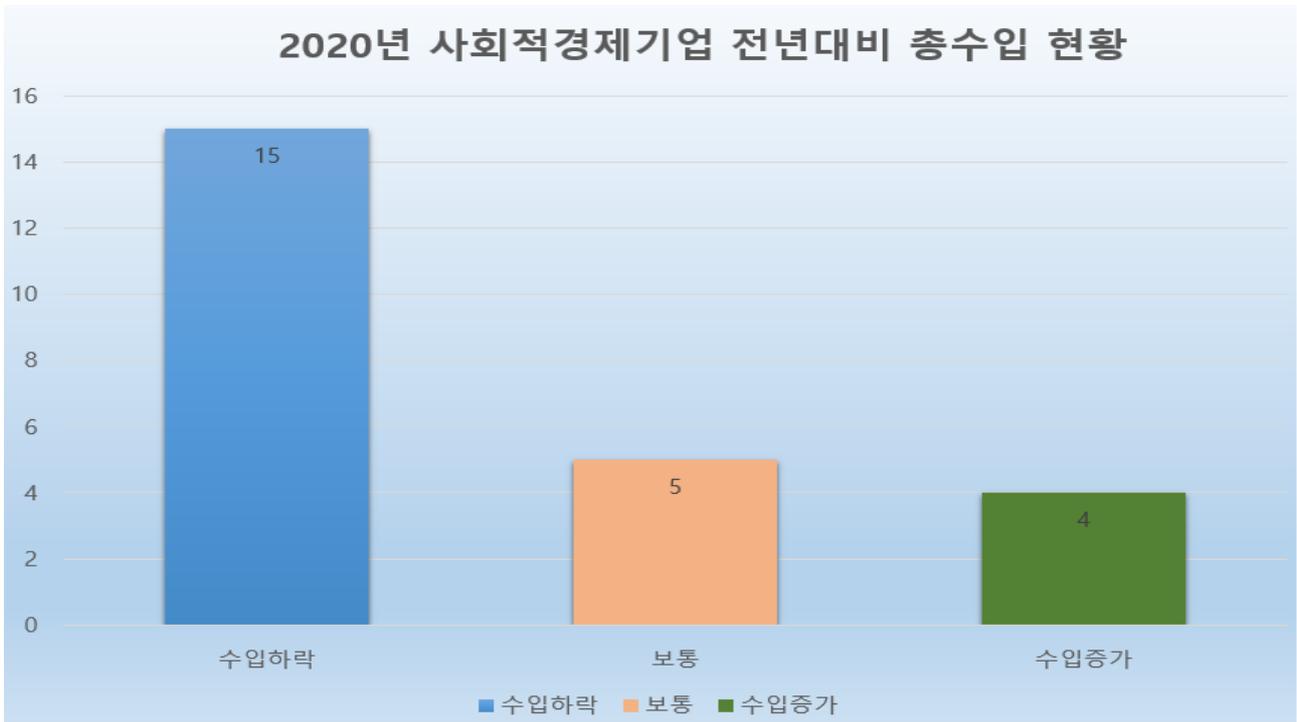
<표4-12> 기업 경제현황

- <평균매출> 2019년 대비 2020년(추정) 기업의 매출액이 감소(전혀 그렇지 않다, 그렇지 않다)한 기업이 13곳, 보통이다 7곳, 매출증가(그렇다, 매우 그렇다) 기업은 7곳으로 응답하였다.



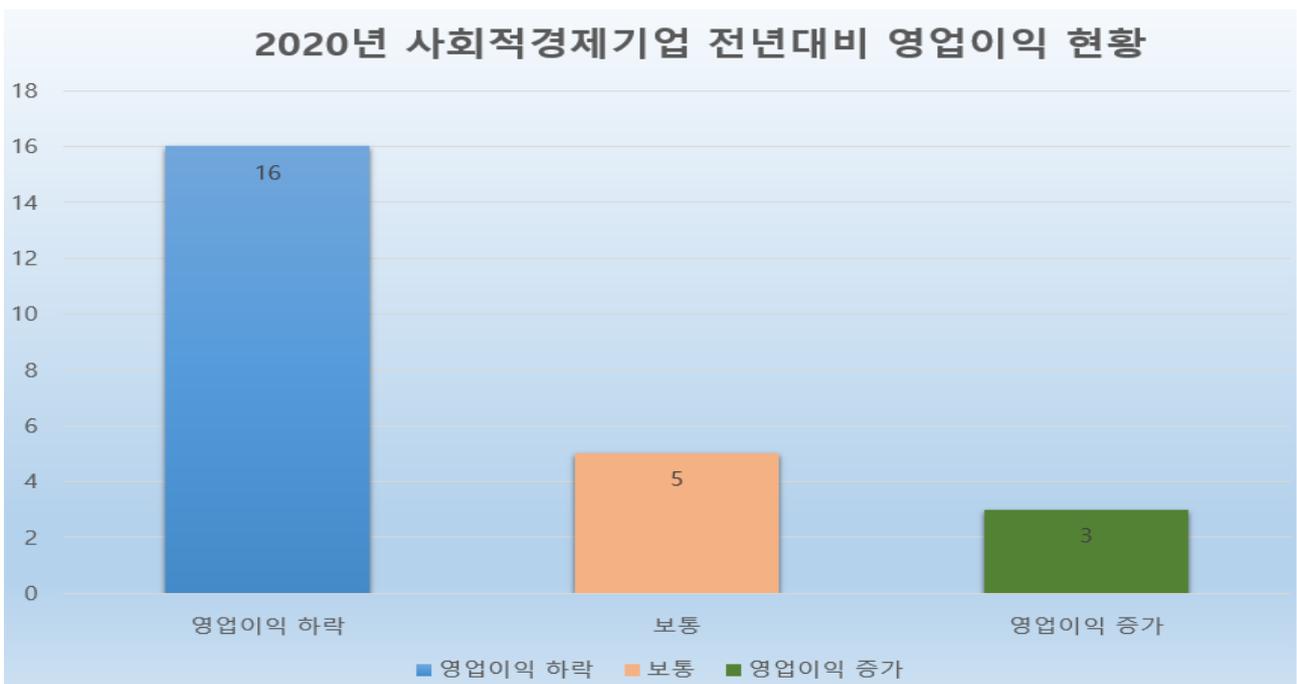
<그림 4-4> 거제시 사회적경제기업 매출현황

- <평균 총 수입> 질문에서는 수입이 증가(그렇다, 매우 그렇다) 4곳, 보통이다 5곳, 수입 감소(전혀 그렇지 않다, 그렇지 않다) 13곳으로, 2019년 대비 2020년(추정) 기업의 총수입이 대다수 감소하였다.



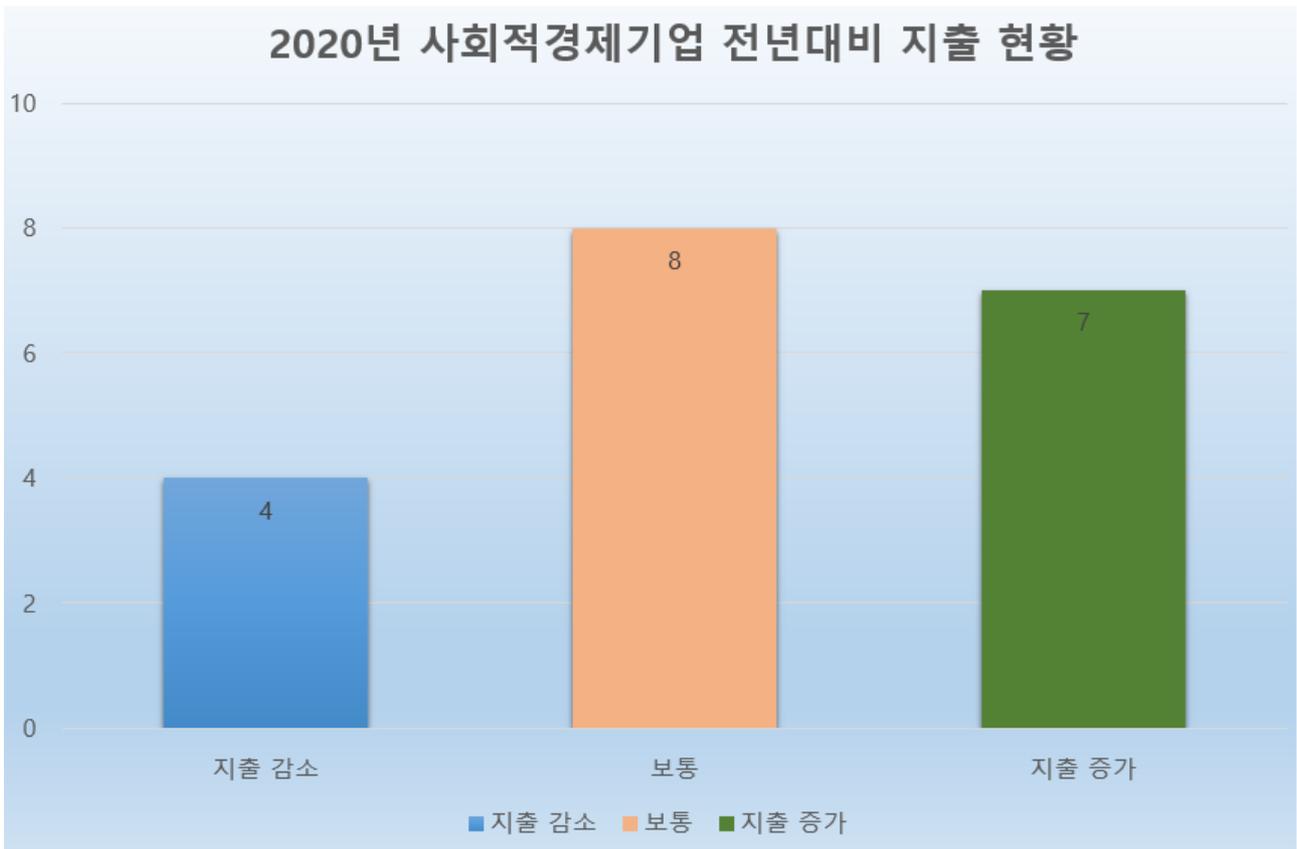
<그림 4-5> 거제시 사회적경제기업 총수입 현황

- <영업이익>에서는 영업이익 증가(그렇다, 매우 그렇다) 3곳, 보통이다 5곳, 수입 감소(전혀 그렇지 않다, 그렇지 않다) 16곳으로, 2019년 대비 2020년 (추정) 기업들의 영업이익이 대다수 감소하였다.



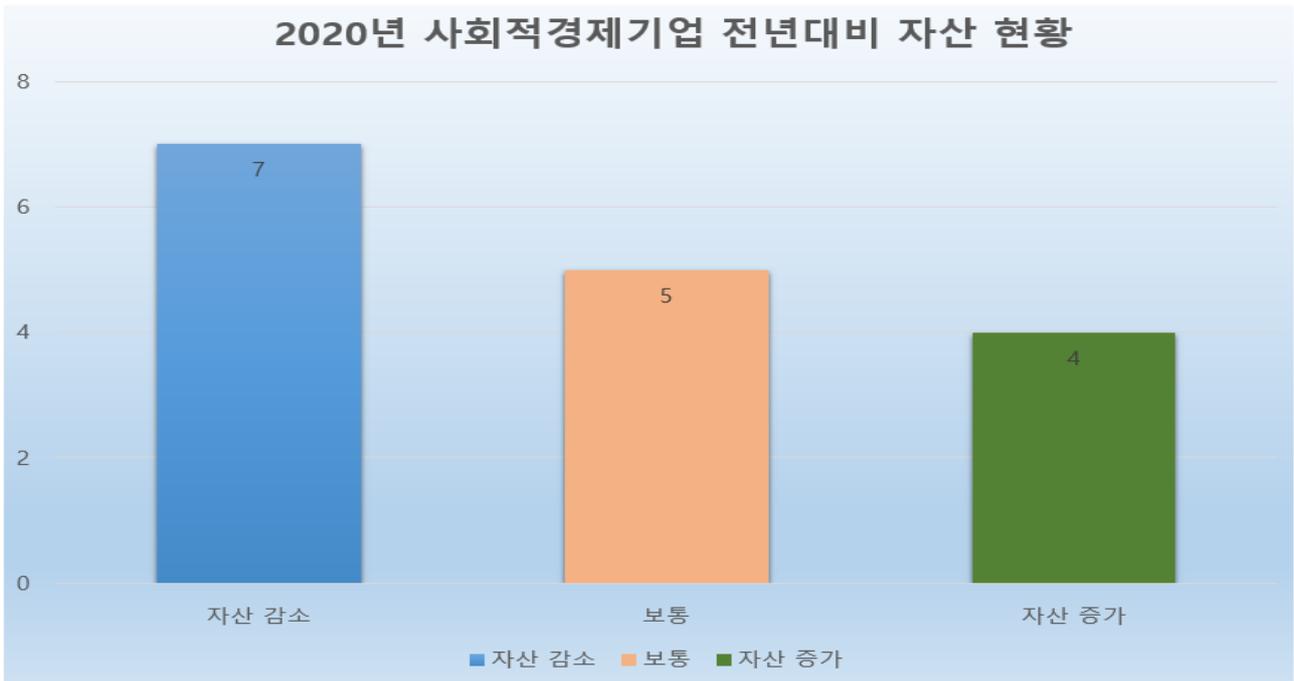
<그림 4-6> 거제시 사회적경제기업 영업이익 현황

- <평균 총 지출비용> 질문에서는 지출 증가(그렇다, 매우 그렇다) 7곳, 보통 이다 8곳, 지출 감소(전혀 그렇지 않다, 그렇지 않다) 4곳으로, 2019년 대비 2020년(추정) 대다수의 기업들의 지출이 증가하였다.



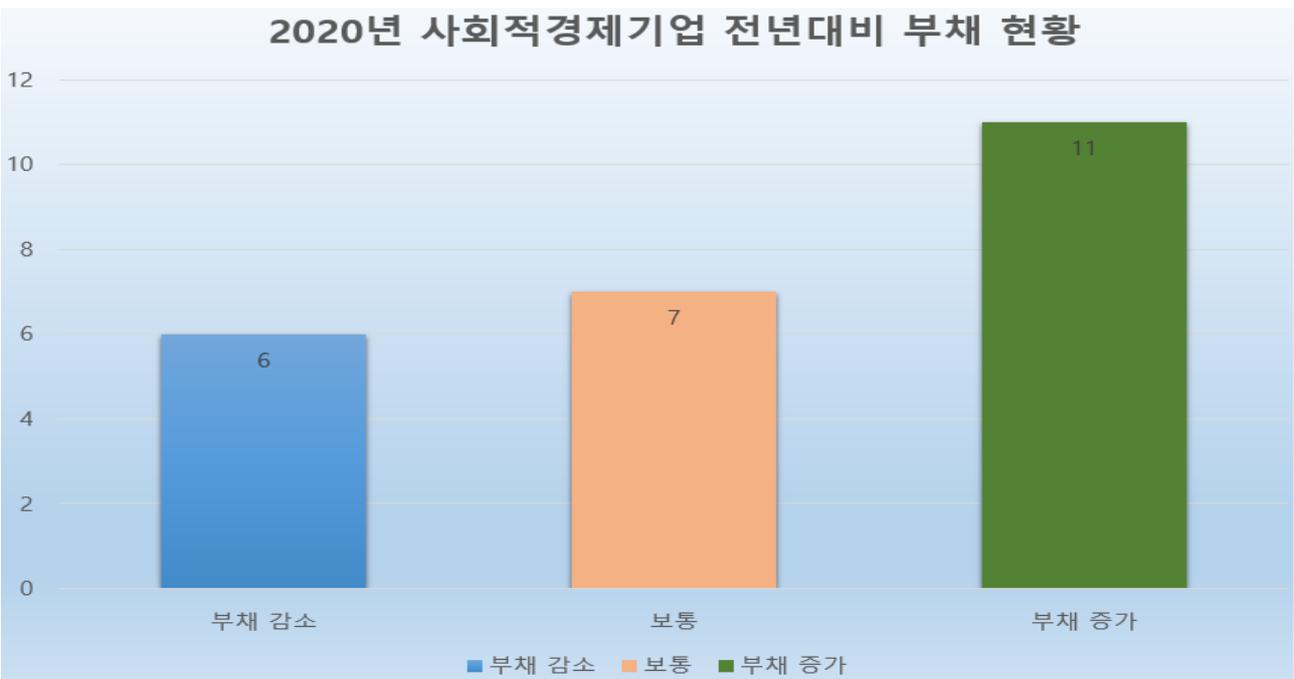
<그림 4-7> 거제시 사회적경제기업 지출 현황

- <평균 총자산현황> 질문에서는 자산 증가(그렇다, 매우 그렇다) 4곳, 보통 이다 5곳, 자산 감소(전혀 그렇지 않다, 그렇지 않다) 7곳으로, 2019년 대비 2020년(추정) 기업들의 자산은 대다수 감소하였다.



<그림 4-8> 거제시 사회적경제기업 자산 현황

- <평균 부채 현황> 질문에서는 부채 증가(그렇다, 매우 그렇다) 11곳, 보통이다 7곳, 부채 감소(전혀 그렇지 않다, 그렇지 않다) 6곳으로, 2019년 대비 2020년(추정) 기업들의 부채는 대다수 증가하였다.



<그림 4-9> 거제시 사회적경제기업 부채 현황

## 6. 사회적경제 조직의 사회적 성과

### ▶ 거제시 사회적경제기업 사회적 성과 현황

- 거제시 사회적경제기업의 사회적 성과 측면에서 현재 각 기업이 자체적인 평가를 통해 사회서비스, 지역 창업활동, 지역소득 증가, 고용창출, 지방재정, 빈곤 감소, 공동체 의식 확산으로 나눠 설문을 조사하였다.

사회적경제기업 사회적 성과

항 목	전혀 그렇지 않다.	그렇지 않다.	보통이다	그렇다	매우 그렇다
제공하는 서비스 중 사회서비스의 비중이 높은 편이다	-	5	8	8	3
지역 창업활동에 기여하는 정도가 큰 편이다	-	11	6	6	1
지역소득 증가에 기여하는 정도가 큰 편이다	-	9	8	6	1
지역사회 고용창출에 기여하는 정도가 큰 편이다	-	6	8	8	2
지방재정에 기여하는 정도가 큰 편이다	-	6	12	3	3
지역사회 빈곤을 감소에 기여하는 정도가 큰 편이다	-	8	9	4	3
지역사회 공동체 의식 확산에 기여하는 정도가 큰 편이다	-	4	11	5	4

<표4-13> 사회적경제기업 사회적 성과 평가표

- 제공하는 서비스 중 사회서비스 비중이 높은 평가에서는 ‘그렇지 않다’ 5곳, ‘보통이다’ 8곳, ‘그렇다’ 8곳, ‘매우 그렇다’ 3곳으로 대부분의 기업들이 기업의 서비스 중 사회서비스에 기여하는 비중이 높은 편으로 자체 평가 되었다.
- 지역 창업활동 기여도에서는 ‘그렇지 않다’ 11곳, ‘보통이다’ 6곳, ‘그렇다’ 6곳, ‘매우 그렇다’ 1곳으로 창업활동 기여에 대해서는 기여도가 보통으로 자체평가가 되었다.

- 지역 소득증대 기여도에서는 ‘그렇지 않다’ 9곳, ‘보통이다’ 8곳, ‘그렇다’ 6곳, ‘매우 그렇다’ 1곳으로 지역 소득증대에는 많은 기업들이 미비하였다. 앞서 조사한 [경제적 성과]와 비교하였을 때, 수입이 감소, 부채가 증가하는 기업들에게서는 지역 소득증대는 어려운 상황임을 알 수 있다.
- 지역사회 고용창출 기여도에서는 ‘그렇지 않다’ 6곳, ‘보통이다’ 8곳, ‘그렇다’ 8곳, ‘매우 그렇다’ 2곳으로 다수의 사회적경제기업이 지역 고용창출에 기여도가 높은 부분으로 평가가 된다.
- 지역사회 빈곤감소 기여도에서는 ‘그렇지 않다’ 8곳, ‘보통이다’ 9곳, ‘그렇다’ 8곳, ‘매우 그렇다’ 3곳으로 빈곤감소에 기여하는 기업은 소수이지만 현재 기업의 운영 어려움 등으로 대부분의 기업이 지역 빈곤 감소에는 기여도가 보통으로 평가가 된다.
- 공동체의식 확산 기여도에서는 ‘그렇지 않다’ 4곳, ‘보통이다’ 11곳, ‘그렇다’ 5곳, ‘매우 그렇다’ 4곳으로 공동체의식 확산에 대한 기여도는 높은 부분으로 평가가 된다.

## 7. 사회적경제 가치 실현에 대한 인식과 태도

- ▶ 사회적경제기업이 인식하는 사회적 가치 영역
  - 거제시 사회적경제기업들이 사업을 운영하는 과정에서 사회적가치 중 가장 중요하다고 생각하는 가치 영역 부분을 조사한다. 가치 영역은 인권, 건강보건, 노동, 사회통합, 환경, 안전, 시민사회, 참여, 지역경제, 지역사회, CSR (기업의 사회적 책임), 상생협력, 일자리를 나열하여 본 설문을 조사하였다.
  - 기업들이 사회적가치 영역으로 일자리 8곳, 지역경제 7곳, 상생협력, 참여 각 3곳, 인권, 건강보건, 안전 각 1곳씩 선택하였으며 사업을 운영하는 과정에서 일자리와 지역경제에 높은 가치 영역을 두고 있다.

### 사회적 가치 영역

인권	1	건강보건	1	노동	-
사회통합	-	환경	-	안전	1
시민사회	-	참여	3	지역경제	7
지역사회	-	CSR(기업의 사회적책임)	-	상생협력	3
일자리	8				

〈표4-14〉 사회적경제기업 사회적 가치 영역 평가표

▶ 사회적경제기업들이 현재 사회적가치 실현 노력을 얼마나 중요하게 고려 하고 있는지에 대한 설문을 조사함으로써 사회적가치 실현을 위해 다양한 분야에서 어떤 노력을 하는지 조사한다.

### 사회적경제기업 사회적 성과

항 목	전혀 그렇지 않다.	그렇지 않다.	보통이다	그렇다	매우 그렇다
인간의 존엄성을 유지하는 기본 권리로서 인권 보호	-	-	5	4	15
재난과 사고로부터 안전한 근로, 생활환경의 유지	-	-	8	5	11
건강한 생활이 가능한 보건복지의 제공	-	1	7	8	8
노동권의 보장과 근로조건의 향상	-	2	4	9	9
사회적 약자에 대한 기회제공과 사회통합	-	-	8	5	11
대기업 · 중소기업 간의 상생과 협력	-	1	7	4	7
품위 있는 삶을 누릴 수 있는 양질의 일자리 창출	-	-	4	12	8
지역사회 활성화와 공동체 복원	-	5	6	3	10
경제활동을 통한 이익이 지역에 순환되는 지역경제 공헌	-	6	4	4	10
윤리적 생산과 유통을 포함한 기업의 자발적인 사회적 책임 이행	-	-	6	7	11
환경의 지속가능성 보전	-	5	8	3	8
시민적 권리로서 민주적 의사결정과 참여의 실현	-	-	8	6	10
그 밖에 공동체의 이익실현과 공공성 강화	-	5	6	3	10

〈표4-15〉 사회적경제기업 사회적 성과 평가표

- 위 결과에 따르면 인간의 존엄성을 유지하는 기본 권리인 인권보호, 재난과 사고로부터 안전한 근로, 생활환경의 유지, 사회적 약자에 대한 기회제공과 사회통합, 품위 있는 삶을 누릴 수 있는 양질의 일자리 창출, 윤리적 생산과 유통을 포함한 기업의 자발적인 사회적 책임 이행, 시민적 권리로서 민주적 의사결정과 참여의 실현 부분은 모든 기업들이 ‘보통이다’, ‘그렇다’, ‘매우 그렇다’ 를 선택하였으며 이 부분들은 기업이 사회적가치 실현 노력을 얼마나 중요하게 생각하는 부분인지 인식하고 있음을 나타낸다.
- 반면 지역사회 활성화와 공동체 복원, 경제활동을 통한 이익이 지역에 순환되는 지역경제 공헌, 환경의 지속가능성 보전, 그 밖에 공동체의 이익실현과 공공성 강화 부분은 일부 기업들이 ‘그렇지 않다’ 라고 표시를 하였다.
- 본조사의 결과를 본다면 사회적가치 실현 노력에 대해 기업내부에서 실현이 가능한 것들은 지키고자 하는 반면, 지역사회 공헌, 공동체 이익실현 등 외부적으로 표현되는 부분에 대해서는 몇몇 기업들이 당장에는 사회적가치 실현 노력 부분에서 고려하지 않는 것으로 파악된다.

## 8. 거제시 특화조사

- ▶ 경제적 수익 저하를 발생시키거나, 또는 경제적 수익 추구활동이 사회적가치 추구 활동의 위축 여부
- 본 설문에 대해서는 사회적가치 추구 활동 중에 경제적 수익 저하를 발생시킨 것 또는 경제적 수익 추구 활동이 사회적가치 추구 활동을 위축시키는지에 대해 조사한다.

### 사회적가치와 경제적 가치 및 고객 일치여부 평가

항 목	매우 충돌한다	충돌한다	보통이다	충돌하지 않는다	매우 충돌하지 않는다
사회적가치와 경제가치의 충돌 여부	2	9	8	3	2
대상취약계층과 고객의 일치 여부	-	9	8	4	3

〈표4-16〉 사회적가치, 경제적 가치 및 고객 일치여부 평가표

- 사회적가치는 양극화 해소, 사회안전망 강화, 공동체 복원에 기여를 하는 것이고 경제적가치는 일자리 창출, 고용 안정, 경제활동 참여인력 확대에 기여하는 것이다. 기업을 운영하는 부분에서 충돌하지 않는 것이 사회적가치 실현에 대해 매우 좋은 방향이지만 현재 거제시 사회적경제기업들은 11곳이 매우 충돌하거나 충돌한다.로 답변하였으며, 보통이다는 8곳이 답변하였다. 현재 기업들은 두 가지 모두를 만족하는 기업운영이 어려운 상황이다.
- 기업을 운영하면서 사회적경제기업들은 사회에 공헌하기 위해 많은 노력을 한다. 따라서 현재 기업에서 제공하는 서비스 또는 판매물품이 대상취약계층 고객의 일치여부에 대해서 충돌하는 기업이 9곳, 보통이다 8곳, 충돌하지 않는다가 7곳으로 나타났다.
- 위 결과에 따르면 현재 거제시 사회적경제기업들은 사회적목적 실현을 위한 가치와 서비스 제공에 대해 충돌하는 부분들이 나타나고 있으며, 근본적인 해결이 필요하다고 보인다.

#### ▶ 거제시 사회적경제기업 조직역량 평가

- 운영 중인 기업들에 대해 각 기업에 조직역량에 대해 조사를 한다. 본 조사는 재무적 역량정도, 이해관계자(고객)와의 유기적이고 협력적인 관계정도, 내부 프로세스(조직 내부 활동의 효율성), 학습 및 성장 관점(조직차원의 지속적인 노력정도)에 대해 조사를 진행하였으며, 현재 기업들의 조직운영에 대한 조사를 실시한다.

거제시 사회적기업 조직역량 평가

항목		매우 낮음	낮음	보통	높음	매우 높음
재무적 역량정도	재정조달의 안정성(수입, 지원금, 매출 등)	7	4	11	1	1
	예산지출관리의 효율성(회계 및 재무관리)	4	4	12	3	1
	이해관계자의 재정지원 정도(정부지원 및 기부)	5	8	8	2	1
	거래수입(매출)	3	9	10	4	1
이해관계자(고객)와의 유기적이고 협력적인 관계 정도	정부(지자체)	5	7	5	5	2
	사회서비스 이용자	-	7	7	7	3
	내부 종업원	-	2	10	9	3
	지역사회	2	4	11	5	2
	공급자(협력업체)	-	4	9	6	5
내부 프로세스(조직 내부 활동의 효율성)	사회공헌활동기업	3	9	6	5	1
	외부기관과의 파트너십	4	6	8	3	3
	조직문화(조직의 고유한 가치와 문화)	-	2	10	7	5
	조직관리/조직구조(인적자원관리체계)	-	4	1	8	4
	내.외부 의사소통(내부회의 및 외부홍보)	-	3	8	3	5
학습 및 성장 관점(조직차원의 지속적인 노력 정도)	주력제품이나 서비스의 품질	-	5	6	10	3
	정보공유정도(임직원간 정보공유)	-	2	6	13	3
	교육훈련정도	-	2	10	9	3
	경영참여도(임직원의 경영참여의지)	-	2	8	9	5
	CEO나 관리자의 리더십	-	1	6	11	6
	학습문화(임직원의 성장의지)	-	2	7	10	5

<표4-17> 조직역량 평가표

- 재무적 역량정도에서는 현재 재정조달의 안정성(수입, 지원금, 매출 등)이 낮은 편으로 평가된다. 매우 낮은 기업이 7곳 낮은 기업이 4곳 보통이 11곳이며 안정적으로 높은 기업은 2곳이다. 현재 사회적경제기업들은 대체적으로 재정조달이 불안정하다. 예산지출관리 효율성(회계 및 재무관리) 또한 높은 곳은 4곳, 보통 11곳이지만 예산지출관리의 효율성 또한 낮은 곳이 8곳으로 나타났다. 또한 이해관계자의 재정지원 정도(정부지원 및 기부)도 보통

---

은 8곳, 높음은 3곳에 불과하며, 낮음과 매우 낮음이 13곳으로 기업들은 재정지원을 제대로 받지 못하거나, 부족하다고 답변하는 것이다. 현재 매출 또한 높은 기업은 5곳, 보통 10곳, 낮음 이하는 12곳으로 현재 거제시 사회적경제기업들의 재정적인 상황은 과반 이상의 기업들이 낮음으로 평가되고 있으며, 보통인 기업들 또한 성장하여 높아질 가능성도 있겠지만, 반대로 언젠든 재무적 역량이 낮아질 가능성 또한 높은 상황이다.

- 이해관계자(고객)와의 유기적이고 협력적인 관계 정도에서는 기업들은 정부(지자체)와 관계에서 높음 이상은 7곳, 보통 5곳, 낮음 12곳으로 정부(지자체)와의 관계가 낮은 편이다. 사회서비스 이용자와의 관계 정도는 낮음이 7곳이 응답하였지만 보통 7곳 높음 이상은 10곳으로 현재 사회서비스 이용자와 관계는 나쁘다고는 볼 수 없는 편이다. 내부 종업원, 공급자(협력업체)와 관계에서는 비슷한 답변이 도출되었으며, 낮음 보다 높음 응답 비율이 높았다고 응답하였으며, 지역사회관계에서는 보통이 11곳이지만 높음 이상은 7곳, 낮음 이하는 6곳으로 각 기업마다 다양한 관계가 성립되고 있다. 이 조사에서 관계와 관련하여 종합적인 판단을 본다면 기업은 직접적인 관계가 있는 내부 종업원, 공급자(협력업체)와는 관계가 좋은 반면 정부(지자체), 지역사회와는 관계가 부족한 것으로 판단된다.
- 내부 프로세스(조직 내부 활동의 효율성)는 사회공헌활동, 외부기관과의 파트너십 응답은 같은 성향으로 낮음 이하가 응답자 절반에 가까운 답변을 하였으며, 높음 이상은 낮음 이하보다 응답률이 낮았다. 반면 조직 내부와 관련된 문화, 관리, 구조, 의사소통과 관련해서는 각 기업들이 낮음에 응답한 기업이 소수이지만 대체적으로 높은 응답을 하였다. 이와 같은 경우에는 거제시 사회적경제기업들은 외부와의 협력 또는 소통이 부족하다고 판단되는 경우이다.
- 학습 및 성장 관점(조직차원의 지속적이 노력정도)에서는 주력제품이나 서비스의 품질이 낮음의 응답이 5곳이지만 대체적으로 정보공유정도, 교육훈련, 경영참여도, 관리자의 리더십, 학습 문화 등 기업 내부 문화 및 소통에 대해서는 기업들이 자체적으로 높은 평가를 하고 있다.

▶ 거제시 사회적경제기업 의사결정

- 거제시 사회적기업들의 자체적인 의사결정과 관련해 의사결정권, 소통과 관련하여 조사를 하였다.

기업내부 의사결정

항목	전혀 그렇지 않다	그렇지 않다	보통이다	그렇다	매우 그렇다
우리 기업의 의사결정은 다양한 이해관계자(직원, 수혜자, 지역주민, 조합원, 정부)를 포함한다.	-	6	6	9	3
우리 기업의 의사결정은 장기목표를 세우는데 이해관계자가 의사결정권을 행사한다.	-	5	5	9	5
우리 기업의 의사결정은 사회적 이익을 고려한 운영위원회 구성시 직원참여를 중요시 한다.	-	2	8	9	5
우리 기업의 의사결정은 주주/투자자들이 관심을 갖는다.	-	7	10	5	2
우리 기업의 의사결정은 투자자, 조합원, 지역주민의 이익(수익)을 중심으로 이루어진다.	-	5	15	2	2
우리 기업의 의사결정은 투자자, 주주, 조합원이 합법적으로 경제적 이익을 창출하기 위한 것이다	-	4	7	10	3
품우리 기업의 의사결정은 이익배분과 임금협상에 기업구성원이 참여할 수 있게 한다.	-	5	8	4	7

<표4-18> 기업내부 의사결정 평가표

- 거제시 사회적경제기업들은 기업의 의사결정에 관해서 기업경영자 단독이 아닌 이해관계자들이 의사결정에 관해 참여하고 있다. 하지만 기업의 의사결정에 투자자, 조합원, 지역주민의 이익(수익) 중심에서만 이익(수익)중심이 보통과 그렇지 않다.에 응답률이 높았다. 현재 거제시사회적경제기업들은 앞의 조사결과를 기준으로 내부적으로 재무상태가 나쁜 상황으로 회사의 생존에 우선순위를 두는 경향이 있다.

## 9. 거제시 브랜드 특화조사

### ▶ 자체브랜드 소유 현황

- 각 기업들이 자체브랜드를 소유하고 있는지, 사용이유 자체 평가 등을 대상으로 브랜드 인식에 관하여 설문 조사를 진행한다.

#### 자체브랜드 소유 여부

과거에도 현재에도 없다.	5
과거에 소유하고 있었지만, 지금은 없다.	4
현재 소유하고 있다.	15

<표4-19> 기업자체 브랜드 소유

#### 자체브랜드 사용하지 않는 이유

브랜드 홍보가 되지 않아서.	3
상품 판매에 도움이 되지 않아서.	1
브랜드 유지 및 투자비용이 부담스러워서	-
브랜드 운영 및 업그레이드가 까다로워서	-
딱히 없어도 될 것 같아서	-

<표4-20> 자체브랜드 사용하지 않는 이유

#### 자체브랜드를 만들게 된 동기

시장진입에 용이하기 위해	4
제품의 경쟁력을 높이기 위해	8
원활한 제품의 홍보를 위해	3
사회적 가치를 확산시키기 위해	2
자체브랜드를 소유하는 것이 기본이기 때문에	2

<표4-21> 기업자체 브랜드 만들게 된 이유

자체브랜드 평가

매우 미흡하다	2
미흡하다	3
보통이다	6
효과적이다	5
매우 효과적이다	3

<표4-22> 자체브랜드 평가

자체브랜드 운영 애로사항

업그레이드 할 시기를 놓침	2
브랜드를 알리기 위한 방법 및 투자	9
새로운 자사 제품과 어떻게 차별화하여 제품군을 만들어 갈 것인가	8
책임자의 역량 및 부재	-

<표4-23> 자체브랜드 운영 애로사항

- 거제시 사회적경제기업들의 자체브랜드 소유와 관련해서 과거에도 현재에도 없다.는 5곳, 과거에는 소유하고 있었지만 지금은 없다. 4곳, 현재 소유하고 있는 곳은 15곳으로 응답하였다.
- 자체브랜드를 과거에 소유하였지만 현재 없고 사용을 하지 않는 곳은 4곳이며 그 이유로는 브랜드 홍보가 되지 않아서. 3곳, 상품 판매에 도움 되지 않아서 1곳이다.
- 자체브랜드를 만들게 된 동기에 대해서는 시장진입에 용이하기 위해. 4곳, 제품의 경쟁력을 높이기 위해. 8곳, 원활한 제품의 홍보를 위해. 3곳, 사회적 가치를 확산시키기 위해. 2곳, 자체브랜드를 소유하는 것이 기본이기 때문에. 2곳으로 응답하였다.
- 자체브랜드 평가로는 매우 미흡하다. 2곳, 미흡하다. 3곳, 보통이다. 6곳, 효과적이다. 5곳, 매우 효과적이다. 3곳으로 응답하였다.

- 자체브랜드 운영에 관해 가장 힘들었던 점에 대해서는 업그레이드할 시기를 놓침. 2곳, 브랜드를 알리기 위한 방법 및 투자. 9곳, 새로운 자사 제품과 어떻게 차별화하여 제품군을 만들어 갈 것인가. 8곳이 각 응답하였다.
- 거제시 사회적기업들은 5곳을 제외하고는 자체브랜드를 소유하고 있었다. 하지만 이 중 4곳은 브랜드 홍보가 되지 않거나, 판매에 도움 되지 않아서 사용을 하지 않는 것에 대해 마케팅 역량이 부족한 것이며, 소유하고 있는 기업들에 대해 만들게 된 동기는 대다수가 시장진입 및 경쟁력 확보, 홍보를 위해 자체브랜드를 사용하고 있었다. 평가에 있어서는 미흡하다 이하가 5곳으로 마케팅 역량 부족이며, 보통 또는 효과적인 곳은 14곳으로 자체적인 마케팅을 진행하고 있는 기업들이다. 자체브랜드 애로 사항은 업그레이드시기를 놓침이 2곳, 브랜드 홍보 및 투자, 제품 신설, 차별화와 같이 마케팅 운영이 부실한 것으로 평가된다.

▶ 거제시 사회적경제기업 공동브랜드

- 최근 각 지자체들이 사회적경제기업 홍보 및 판로개척을 위해 ‘공동브랜드’를 지속적으로 출범 중에 있다. 이에 거제시 사회적경제기업들 또한 거제시를 대표로 하는 공동브랜드 인식에 대해 조사를 진행하였다.

거제시 사회적경제 공동브랜드 필요성

공동브랜드 필요함	공동브랜드 필요 없음
21	3

<표4-24> 거제시 사회적경제 공동브랜드 필요성

- 거제시 공동브랜드에서는 전체 응답자 중 21곳이 거제시 공동브랜드가 필요하다. 응답하였고 공동브랜드가 필요 없음에 3곳이 응답하였다. 자체적인 브랜드 관리, 홍보 등에 어려움이 있는 만큼 지자체 공동브랜드를 사용할 경우 참여율이 높았다.

## 공동브랜드 필요성

시장진입에 용이하기 위해	6
제품의 경쟁력을 높이기 위해	4
원활한 제품의 홍보를 위해	5
사회적 가치를 확산시키기 위해	1
더 많은 판로 개척을 위해	5

〈표4-25〉 공동브랜드 필요성

- 공동브랜드 필요성에 관하여 응답 결과는 시장진입에 용이하기 위해. 4곳, 제품의 경쟁력을 높이기 위해 6곳, 원활한 제품의 홍보를 위해. 5곳, 사회적 가치를 확산시키기 위해 1곳, 더 많은 판로 개척을 위해. 5곳으로 시장진입, 홍보, 판로 개척, 제품의 경쟁력에 주로 응답한 만큼 현재 거제시 사회적경제기업들은 새로운 판로 개척 및 홍보에 어려움을 겪는 상황을 나타낸다.

## 공동브랜드 상품 인지도 및 판매 영향

매우 영향을 미칠 것이다	15
영향을 미칠 것이다	4
보통이다	2
영향을 미치지 못할 것이다	2
매우 영향을 미치지 못할 것이다	1

〈표4-26〉 공동브랜드 상품 인지도 및 판매 영향

- 공동브랜드가 만들어진다면 상품 인지도 및 판매 영향에 대해서 전체 응답자 중 19곳이 상품 인지도 및 판매에 대해 영향이 높을 것이다.로 응답하였다. 자체브랜드 운영보단 거제시 사회적경제기업 공동브랜드에 대한 기대감이 높으며, 자체브랜드 운영에 어려운 점을 해소하고자 하는 기대감이 있다.

거제시 사회적경제 공동브랜드 참여

참여함	잘 모르겠다.	참여하지 않음
21	3	-

<표4-27> 거제시 사회적경제 공동브랜드 참여

- 공동브랜드 필요성과 인지도 및 판매영향 응답에 비례하며 거제시 사회적 경제기업 공동브랜드가 만들어질 경우 공동브랜드에 참여하겠다고 응답한 기업은 21곳이며 참여하지 않음은 응답기업이 없었다. 잘 모르겠다.에 응답한 3곳은 공동브랜드가 만들어질 경우 참여가 가능할 수도 있다 보인다.

공동브랜드 중요요소

지역 대표성	10
차별성 및 독특성	12
제품과의 연관성	-
발음 용이성	-
사회적 가치의 표현성	2

<표4-28> 공동브랜드 중요요소

- 공동브랜드에 대한 중요 요소에 대해 조사를 했을 때 지역대표성에 응답한 기업은 10곳, 차별성 및 독특성에 응답한 기업은 12곳 사회적 가치의 표현성은 2곳으로 집계되었다. 지자체 공동브랜드인 만큼 지역을 대표하거나 기업, 타지자체와 차별성 및 독특성이 중요하다. 응답하였다.

공동브랜드 특징

다양한 제품군	8
가격 경쟁력	9
일정 수준 이상의 품질기준(HACCP)	4
사회적가치	3
기타	-

<표4-29> 공동브랜드 중요요소

- 공동브랜드 특징에 대해서는 다양한 제품군 8곳, 가격경쟁력 9곳, 일정 수준 이상의 품질기준(HACCP) 4곳, 사회적가치 3곳으로 공동브랜드가 만들어진다면 기업들은 가격 및 제품의 다양성이 있어야 한다고 응답했다.

공동브랜드 관리 주체

거제시	10
중간지원조직 및 도 출자기관	4
위원회	2
마케팅 업체	8
기타	-

<표4-30> 공동브랜드 관리주체

- 공동브랜드가 만들어질 경우 관리 주체에 관해서는 거제시에 응답한 기업이 10곳, 마케팅 업체 8곳, 중간지원조직 및 도 출자기관 4곳, 위원회 2곳으로 거제시에서 직접 관리하거나 전문마케팅 업체에서 관리 주체가 되기를 바란다고 대다수 응답했다.

## 제2절 사회적경제기업 시민 인식조사

### 1. 조사 대상

- ▶ 거제시민 만 18세 이상 대상
  - 주민등록상 거제시에 거주중인 만 18세 이상 500명 시민들을 대상으로 조사를 진행했다.

### 2. 조사 내용

- ▶ 사회적경제기업에 대해 거제시민들의 인식조사
  - 거제시에 거주 중인 시민들을 대상으로 거제시 사회적경제기업에 대해 인식 여부, 홍보, 구매와 관련하여 시민들의 인식을 조사했다. [부록 2.]

### 3. 조사 방식

- ▶ 설문조사
  - 거제 관내 시민들을 대상으로 설문조사를 진행하였으며 연령 및 지역별로 분포하여 결과를 취합하였다.

### 4. 설문 조사

- ▶ 조사 연령

거제시 사회적경제기업 인식조사 연령표

만18세 이상	만30세 이상	만40세 이상	만50세 이상	만60세 이상
103	107	105	114	71
20.6%	21.4%	21%	22.8%	14.2%

<표4-31> 사회적경제기업 인식조사 연령표

- 본 설문은 만18세 이상 거제시민을 대상으로 조사하였으며, 만18세 이상 103명(20.6%), 만30세 이상 107명(21.4%), 만50세 이상 114명(22.8%), 만60세 이상 71명(14.2%)로 조사하였다.

▶ 거주지역

조사대상 거주 지역 조사		
고현동/장평동/상문동/수양동	134	26.5%
옥포1동/옥포2동/아주동	121	24.3%
연초면/하청면/장목면	87	17.5%
장승포동/능포동/일운면	84	16.9%
거제면/둔덕면/남부면/동부면	74	14.8%

<표4-32> 조사대상 거주 지역 현황표

- 본 조사의 대상들의 거주 지역은 고현동/장평동/상문동/수양동 134명(26.5%), 옥포1동/옥포2동/아주동 121명(24.3%), 연초면/하청면/장목면 87명(17.5%), 장승포동/능포동/일운면 84명(16.9%), 거제면/둔덕면/남부면/동부면 74명(14.8%)으로 각 지역별로 분포하여 조사를 진행했다.

▶ 사회적경제기업 인식여부

- 거제시민들을 대상으로 현재 사회적경제기업의 유/무에 대해 알고 있는지에 대해 인식조사를 진행했다.

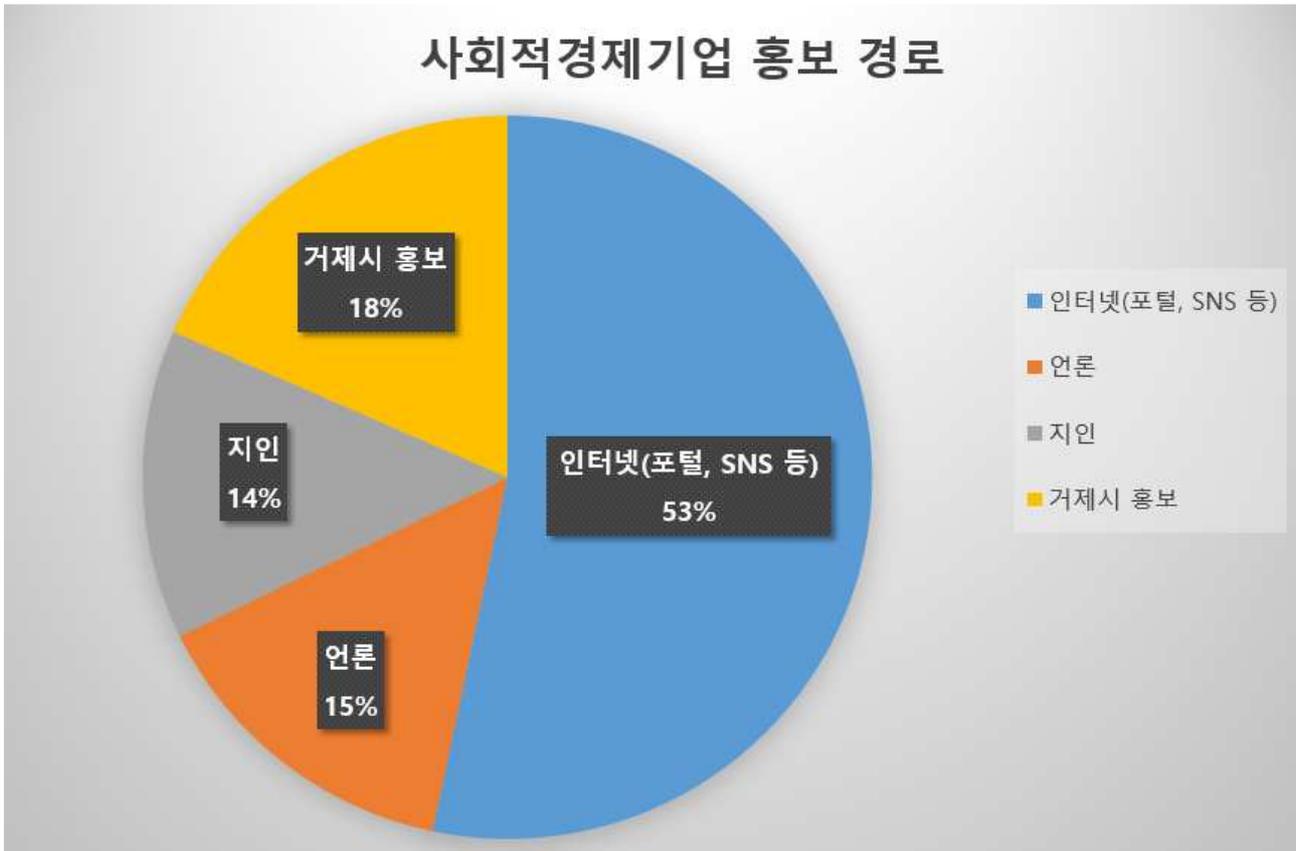
거제시 사회적경제기업 인식여부		
알고 있다	모르고 있다	들어본 적 있다
57	348	95
11.4	69.6%	19%

<표4-33> 거제시민 사회적경제기업 인식여부

- 본 조사에서는 500명의 시민을 대상으로 거제시 사회적경제기업 인식에 대해 조사를 진행한 결과 거제시 사회적경제기업에 대해 알고 있다 57명(11.4%), 모르고 있다 348명(69.6%), 들어본 적 있다 95명(19%)의 결과가 나왔으며 거제시민 조사대상 69.6%(348명)이 거제시 사회적경제기업에 대해 들어본 적 없거나 모른다고 응답하였으며, 이 결과 현재 거제시민들은 거제시 사회적경제기업에 대해 모르고 있으며, 인식이나 홍보가 부족해 보인다.

▶ 사회적경제기업 알게 된 경로

- 사회적경제기업에 대해 알고 있는 시민들을 대상으로 어떤 경로를 통해 알게 되었는지를 조사하였다.

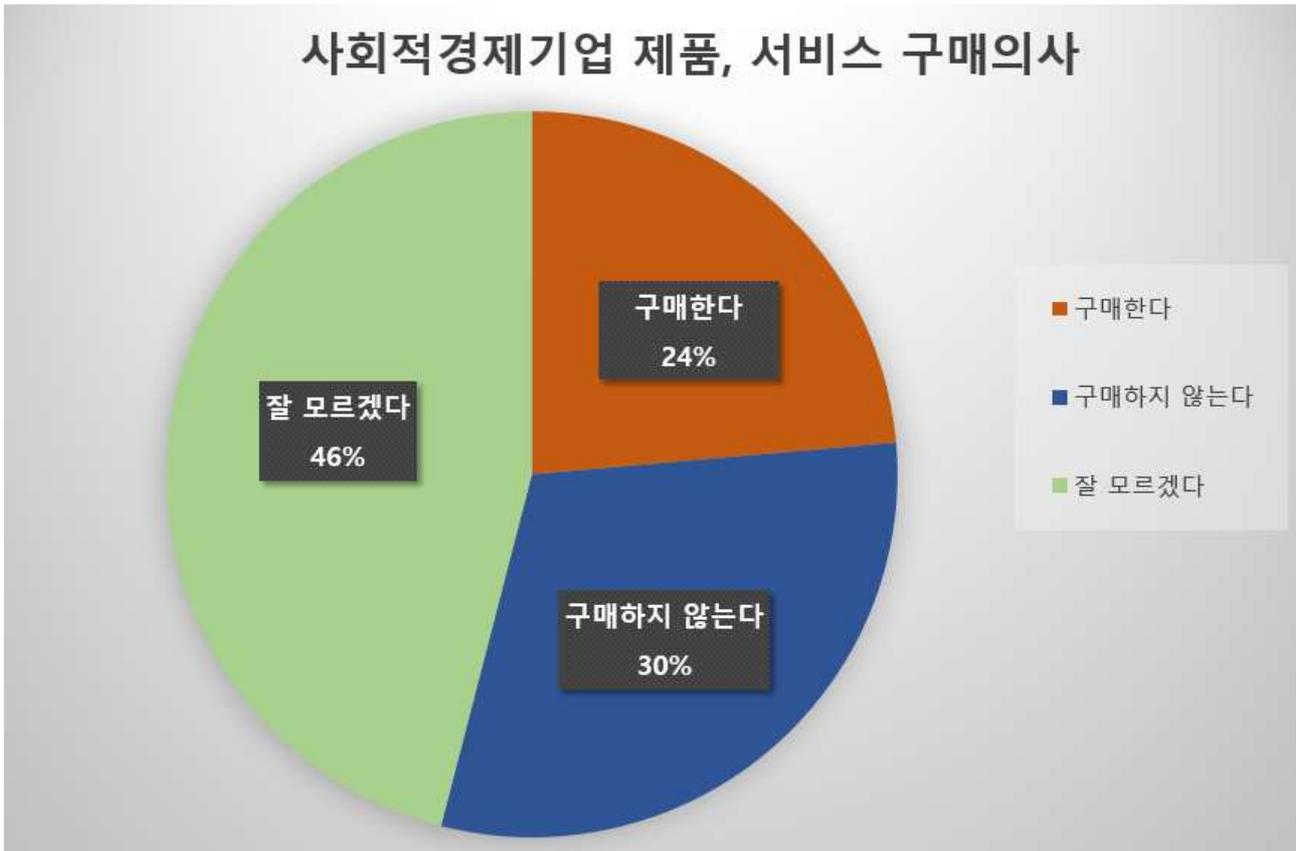


<그림4-10> 사회적경제기업 홍보 경로

- <표4-28>거제시민 사회적경제기업 인식여부 조사 결과에서 ‘알고 있다’와 ‘들어본 적 있다’에 응답한 152명에 대해 조사를 진행하였다. 사회적경제기업에 대해 알게 된 경로에 대해서 인터넷(포털, SNS 등) 81명(53%), 거제시 홍보 28명(18%), 언론 22명(15%), 지인 21명(14%)로 대부분의 응답자들이 인터넷 포털, SNS 등을 통해 알게 되었다고 응답하였다. 이 외에 거제시 홍보, 언론, 지인 등을 통해 알게 된 경우는 미비하였으며, 지역 내에서 거제시 사회적경제기업에 대해 홍보는 하고 있으나, 시민들에게 직접적으로 홍보가 될 만큼의 영향은 없는 것으로 보여진다. 거제시에서 사회적경제기업의 활성화를 위해선 다양한 홍보 및 마케팅이 필요하다.

▶ 사회적경제기업 물품 구매의사

- 거제시 사회적경제기업에서 판매 및 제공하는 서비스에 대해 구매의사가 있는지에 대해 조사하였다.

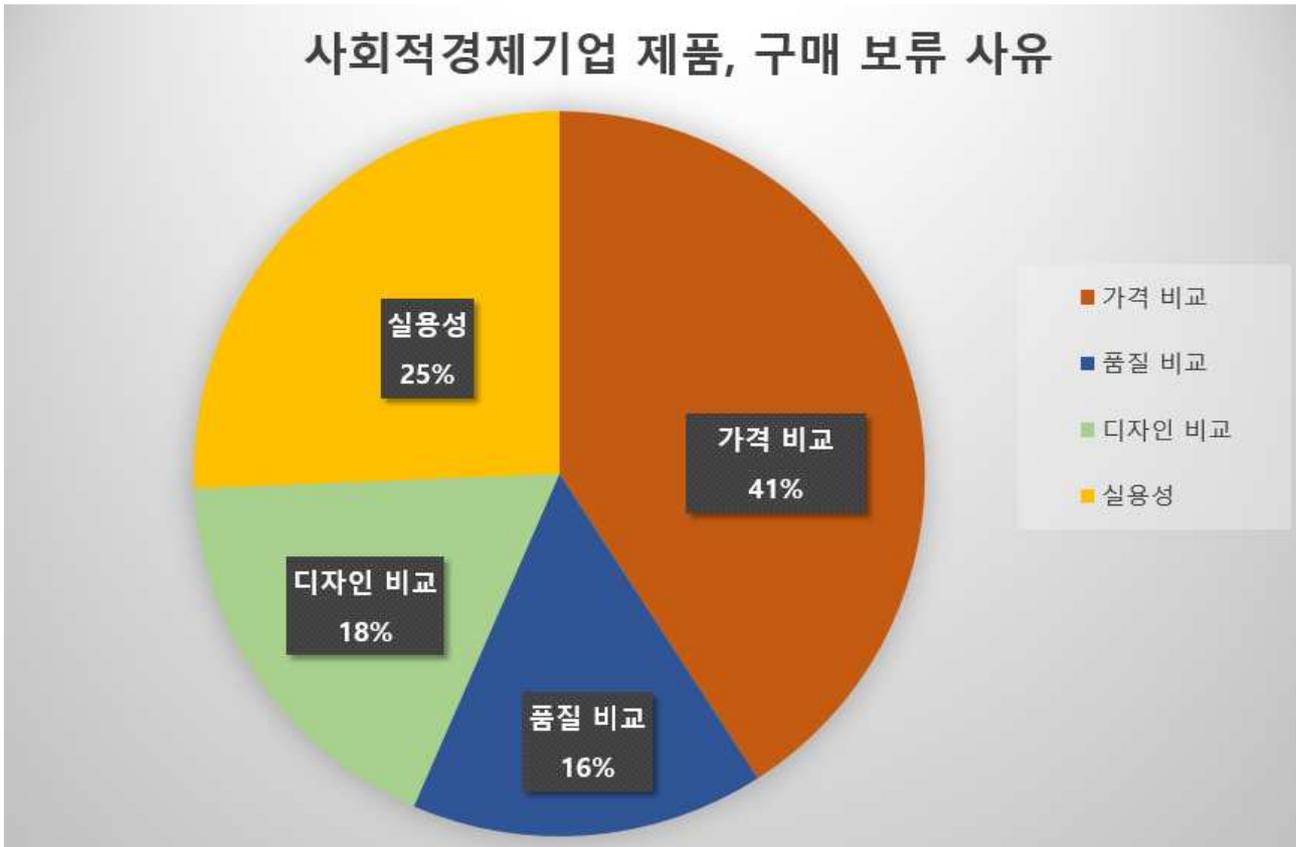


<그림4-11> 사회적경제기업 물품 구매의사

- 거제시민을 대상으로 현재 거제시에 속한 사회적경제기업들의 제품과 서비스를 구매할 의사가 있는지에 대해 ‘구매한다’ 118명(24%), ‘구매하지 않는다’ 152명(30%), ‘잘 모르겠다’ 230명(46%)의 결과가 나왔다. 이 결과에 따르면 ‘구매한다’ 는 3개의 항목 중 가장 낮은 비율이며, 아직 사회적경제기업 제품에 대한 인식과 홍보 부족으로 인해 신뢰 향상 및 검증이 필요하다고 보여진다.

▶ 사회적경제기업 물품 구매 ‘잘 모르겠다’

- <그림4-10> 사회적경제기업 물품구매의사에서 ‘잘 모르겠다’고 답한 230명에 대해 그 이유에 대해 조사했다.

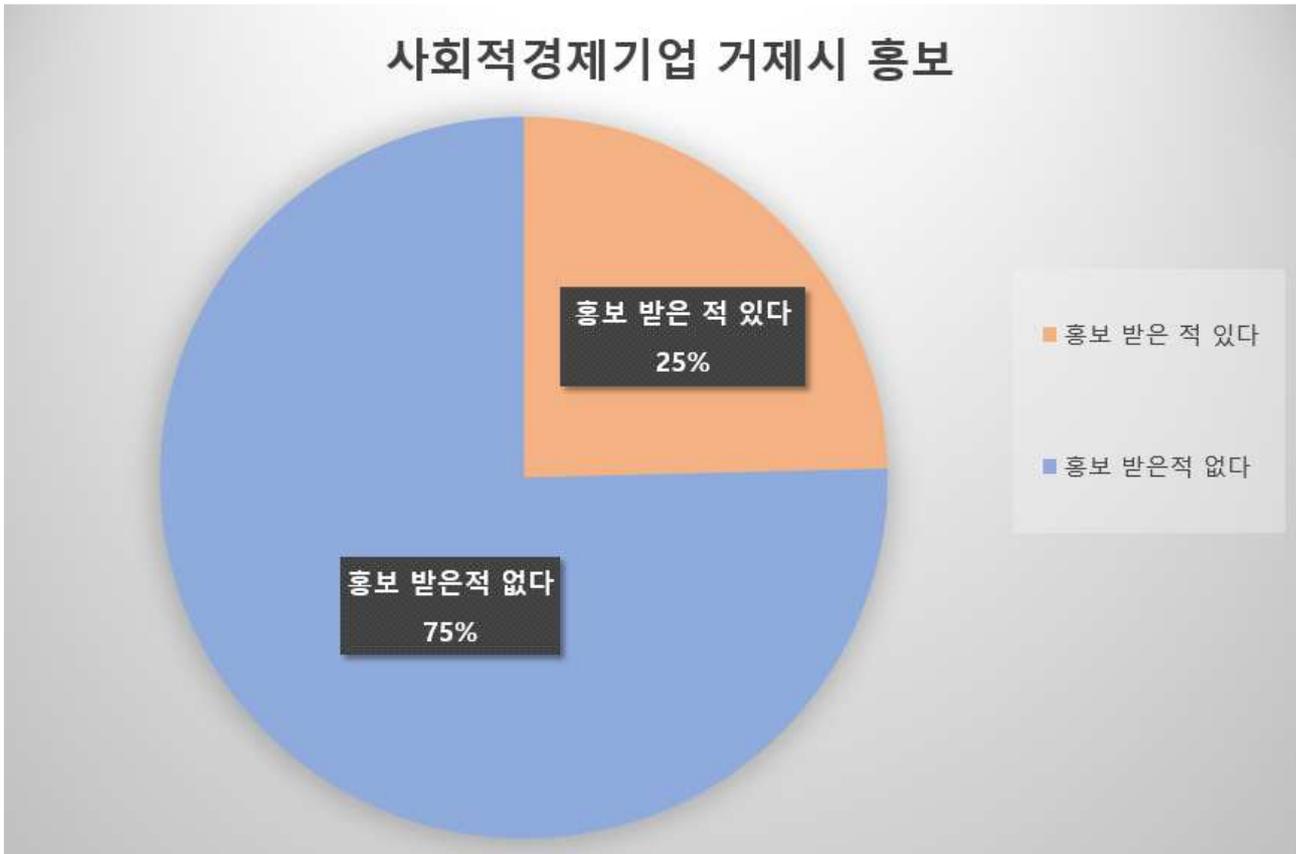


<그림4-12> 사회적경제기업 물품 구매 보류 사유

- 조사 결과에 대해 ‘가격비교’ 94명(41%), ‘실용성’ 59명(25%), ‘디자인비교’ 41명(18%), ‘품질비교’ 36명(18%)의 결과가 나왔다. 최근 가성비라는 단어가 생길만큼 고객들은 제품의 가격, 품질, 실용성 등을 비교해보고 물품을 구매하는 추세이며, 사회적경제기업이 사회에 기여하는 좋은 의도로 기업을 운영하더라도 고객들에게 필요함 물품을 제공해야하며, 품질, 가격, 디자인의 다양한 방면에서 고객들이 원하는 물품과 서비스를 제공해야 하는 상황이다.

▶ 사회적경제기업 물품 구매의사

- 거제시 사회적경제기업에서 판매 및 제공하는 서비스에 대해 구매의사가 있는지에 대해 조사하였다.

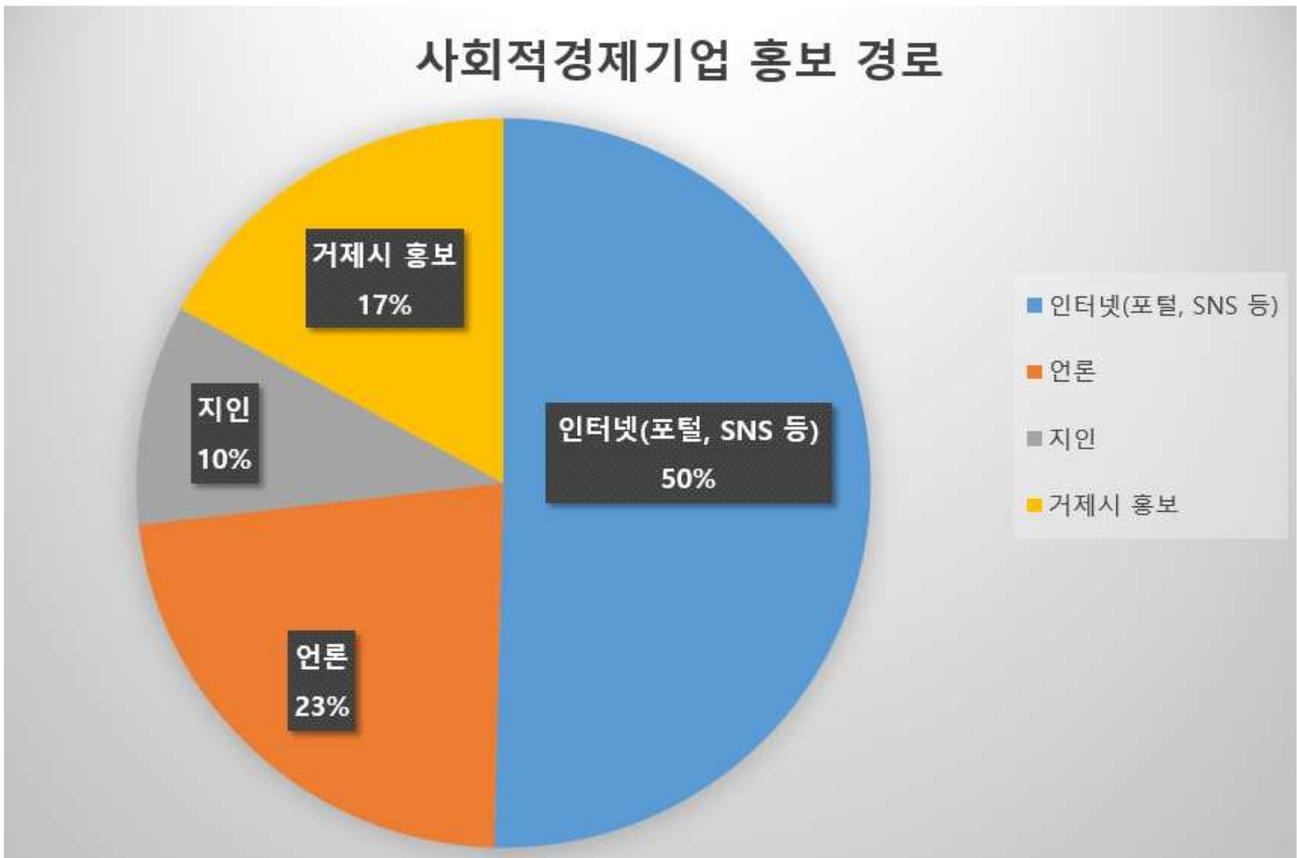


<그림4-13> 사회적경제기업, 거제시 홍보 안내현황

- 위 조사 결과에서 사회적경제기업에 대해 거제시를 통해 ‘홍보 받은 적 있다’ 123명(25%), ‘홍보 받은 적 없다’ 377명(75%)로 500명의 설문에 참여한 시민 중 거제시를 통해 거제시사회적경제기업에 대해 홍보를 대부분 받지 못하였다고 분석된다.

▶ 사회적경제기업, 거제시 홍보 경로

- <그림4-12> 사회적경제기업, 거제시 홍보 안내현황 결과 중 ‘홍보 받은 적 있다’에 답한 123명을 대상으로 거제시에서 사회적경제기업 홍보를 어느 경로를 통해 홍보 받았는지에 대해 설문을 진행했다.



<그림4-14> 사회적경제기업, 거제시 홍보 안내현황

- 결과에 따르면 ‘거제시 홍보’ 21명(17%), ‘SNS’ 62명(50%), ‘지인’ 12명(12%), ‘언론’ 28명(23%)로 현 결과는 거제시에서 홍보 방식은 다양하나 시민들에게 사회적경제기업 접근성에 대해 홍보가 부족해 보인다.

---

## 제5장 실태조사 결과

---

- ▶ 제 1 절 : 거제시 사회적경제기업 실태조사 결과
- ▶ 제 2 절 : 거제시민 사회적경제기업 인식 조사 결과



## 제5장 실태조사 결과

### 제1절 거제시 사회적경제기업 실태조사 결과

#### ▶ 사회적경제기업의 종합분석 및 시사점

- 제4장에서는 거제시 사회적경제조직의 조직역량과 경제적 성과와 사회적 성과, 기업운영, 사회적경제 인식에 관한 설문조사 결과 분석을 실시한 결과를 살펴보았다.
- 조사된 기업이 거제시의 모든 사회적경제기업을 조사한 결과를 포함한 것은 아니지만, 현재 조사 가능한 거제시 내 사회적경제기업을 대상으로 조사한 결과를 다음과 같이 정리할 수 있다.

I. ‘지역문제 인식과 사회적경제 조직의 강점’에 대해 조사를 진행했다. 거제시 사회적경제기업들은 지역문제로는 소득 및 주거불안(가계빚 증가, 소득양극화, 내집마련 어려움, 경기침체 등)과 노동 불안정(비정규직 증가, 청년일자리 부족, 재취업 어려움 등)을 가장 큰 지역문제로 인식을 하고 있었다.

이는 거제시뿐 아닌 국가 전체적인 문제라고도 인식되는 사회이슈이기도 하다. 특히 앞서 조사한 거제시 현황에서 거제시는 대기업 조선소(삼성중공업, 대우조선해양)이 위치해 있지만 조선산업에 많이 의지하는 거제시는 조선산업 침체기로 인해 지역경제가 침체되어 있다. 사회적경제기업들 또한 지역경제 침체기로 인해 지역의 문제는 경제, 노동과 관련하여 지역문제로 인식하고 있었다.

또한 기업들이 우선 해결하고자 하는 문제도 노동 불안정, 삶의 질 저하(보육 문제, 문화생활 격차심화, 부족한 복지제도, 노인소외 문제), 소득 및 주거불안을 우선으로 하였으며 기업들이 자체적으로 사회문제를 해결하기 위해 노력을 하고 있다고 보인다. 하지만, 기업들이 당장의 현실적인 문제에만 따라가려는 경향 또한 보여진다. 이는 장기적인 사회적경제기업의 목적에 한계점으로 지적이 될 수 있다.

---

II. 사회적경제기업의 강점에 대해 조사를 진행하였다. 조사는 자체적인 평가를 통해 각 기업별 조직의 강점에 대해 확인을 했다. 기업들은 이윤분배의 제한으로 사회적 목적에 집중할 수 있다.는 항목에서는 대다수의 기업들이 사회적경제기업 이윤분배 제한으로 인해 사회적 목적에 집중할 수 있다.에 높은 비율이 차지하였다. 기업들은 자체적으로 사회적경제기업 목적에 맞게 기업을 경영하기 위해 노력을 하고 있다. 민주적 의사결정구조와 내재적 동기부여로 직원들의 높은 생산성, 지역주민의 참여를 유도하는 사업모델 기획, 지역사회 신뢰에 기반한 자원봉사, 기부, 외부자원 동원, 사업모델 발굴 등에 대체적으로 높은 점수가 나왔다. 하지만 사회적경제조직 생존기반인 수요자 맞춤형 서비스(제품)를 제공하는 것에는 다소 미흡한 것으로 나타났다. 이와 같은 결과는 거제시 사회적경제기업이 활동기간이 길지 않고, 공공사업 위주의 사업 영역 또는 지역특성화 사업영역을 가지고 있다는 한계로 인하여 지역주민들의 문제와 직접 연결되어 사업 아이템을 발굴하고, 사업에 대한 평가를 지역주민들에게 받는 체계 구축이 시급히 필요함을 보인다.

III. 거제시 사회적경제기업들은 지역사회 네트워크가 매우 부족하다. 공동사업 또는 협력을 함으로써 기업 간에 부족한 부분을 보완하여 공동구매, 판매, 자금 공동조달 등 규모의 경제나 범위에 확장 가능하지만 기업들은 협력 네트워크가 아닌 단독적인 기업운영이 많은 비율을 차지한다. 이런 현상은 지역에서 기업들이 소통의 장이 부족함이 보인다. 최근 3년 사이 거제시에는 사회적경제기업들이 꾸준히 증가하여 2020년 31개(협동조합 제외)가 활동 중이지만 대다수 기업들의 소 기회가 없었다고 보인다. 현재 기업들은 향후 네트워크가 활성화 될 경우 공동사업을 수행하겠다는 의사가 있으며, 기업들이 소통하여 신사업 및 아이디어 발굴 및 발전의 공동사업을 수행할 필요성이 있다.

IV. 기업이 소재한 지역 내 협력 거버넌스 인식에 대해서 기업들은 부정적인 견해를 가지고 있다. 본 설문에서 협력 거버넌스의 대상으로 시민사회섹터, 행정기관을 대상으로 협력, 파트너십에 관하여 조사한 결과 대다수의 기업들은 지자체와 협력 또는 파트너로 인식이 부족하다. 이와 같은 이유는 행정과 기업이 생각하고 추구하는 ‘사회적경제’에 대한 인식의 차이가 있다. 거제시의 사회적경제기업 수는 지속적으로 증가하고 있지만, 기업들이 처음 사회

적경제기업에 입문할 당시의 목적과 지자체가 생각하는 사회적경제기업의 입장의 차이가 존재한다. 지자체와 기업의 지속적인 소통이 필요하다고 보인다.

V. 사회적경제기업 지원환경 인식 또한 부정적인 견해를 이룬다. 2020년 6월 25일 『거제시 사회적경제기업 제품 구매촉진 및 판로지원에 관한 조례』로 사회적경제 지원제도에 대해 기대감이 높은 것으로 보인다. 하지만 기업들은 이 외에 발굴, 육성 계획, 활성화 수립 지원계획, 기금 조성 및 연계와 관련하여 부정적인 견해를 보이고 있다. 거제시에서는 사회적경제기업 육성 및 발굴과 관련하여 다양한 정책을 내세우고 있지만 실질적으로 기업들을 육성하는 것에 필요한 부분이 무엇인지 검토의 필요성이 있다.

VI. 지역기반 사회적경제 활성화를 위한 정책(사업) 지원방향 인식에서는 홍보, 발굴 및 육성, 사업모델 기획, 사업기획, 시장 활성화, 통합 지원체계 구축, 특화지구 운영 및 확대, 일자리 창출을 위한 지원확대에 대해 조사를 진행했다. 본 조사에서 기업들은 사회적경제 시장 활성화에 대한 정책이 필요하다고 대다수가 응답하였다. 이 결과에 따르면 현재 사회적기업들은 제품에 대해 자체적인 홍보역량이 부족하다고 보인다. 시장 활성화 정책이 필요하다고 하는 경우는 기업들의 매출과 연관이 있으며, 현재 사회적경제기업으로 지정이 되고도 물품 판매 및 홍보에 큰 영향이 끼치지 않는다고 보인다. 기업들의 경영과 사회기여를 위해서는 거제시에서는 기업들에 대한 홍보 및 시장활성화에 대한 정책이 필요함을 보여준다.

VII. 사회적경제기업의 경제적 성과는 위험한 단계이다. 조사에 따르면 기업이 생존단계, 위기단계인 기업이 과반 이상을 차지하고 있다. 또한 시작단계인 기업들 또한 향후 기업운영에 따라 생존, 위기단계로 변경되거나 성장단계로 변경이 될 수 있다. 현재는 과반의 기업들이 위험한 단계이지만 향후 지역경제 및 기업운영에 따라서 더 많은 기업들이 휴업 또는 폐업을 하는 경우가 발생할 가능성이 매우 높은 상황이다.

---

VIII. 기업의 재정상황 또한 앞서 언급한 생존, 위기단계와 동일한 흐름을 가진다. 과반 이상의 기업들은 매출 및 수입이 감소하고 있는 반면 지출, 부채, 자산이 감소하고 있는 추세이다. 특정 기업들은 제외하면 대다수의 기업들이 전년도 대비 기업재무 상태가 악화되는 것으로 보인다.

IX. 사회기여도에서는 대다수의 기업들은 기업 외부에 기여하는 것은 미비한 현상이다. 반면 자체적으로 기업 내부 또는 인식개선에 기여 한다는 응답률이 높다. 이는 다양한 이유가 발생된다. 먼저 사회적가치의 방향이 외부 또는 내부 중 어느 곳에 기업이 중점을 두는지 알아봐야 한다. 현재 조사결과로는 기업은 지역사회 기여도 보다 기업내부에 기여하는 답변이 높은 것으로 봤을 때 사회기여는 기업내부에서 주로 이뤄지고 있다. 하지만, 기업 과반 이상이 생존, 위험구간인 상황에 따라 지역 기여도가 낮을 수 있다.

X. 사회적가치와 경제적가치 및 고객 일치여부에서는 과반 이상의 기업들은 사회적가치와 경제적가치가 충돌한다고 답변 하였다. 이 결과는 사회에 기여하는 방식과 경제에 기여하는 방식을 모두 만족하기에 기업의 역량이 부족해 보인다. 거제시의 사회적경제기업들이 인/지정을 받은 것은 최근 몇 년사이 급속히 증가하였다. 경기침체로 인해 기업운영 또한 어려운 만큼 사회적경제기업의 본질과 무관하게 생존을 위한 기업운영이 우선으로 보인다. 또한 지역 특성상 제조업 등이 많은 곳으로 대상취약계층과 고객 또한 일치 여부가 충돌하는 부분이다. 몇몇 기업들은 고객이 한정되어 있으며, 취약계층에 해당이 안되는 기업들이 지역특성상 등록된 기업들의 한계점이 나타난다.

XI. 사회적경제기업 브랜드 특화조사는 대다수의 기업들이 자체브랜드를 소유하고 있었다. 브랜드를 만들게 된 동기 또한 제품의 경쟁력을 높이기 위해서가 가장 많았지만 브랜드를 제대로 활용을 하지 못하고 있는 상황이다. 또한 브랜드를 운영하기 위해 브랜드 홍보 및 투자, 제품 신설, 차별화와 같이 마케팅 운영이 부족한 상황이다. 따라서 기업들은 지자체에서 공동브랜드 제작을 바라며, 거제시 또는 마케팅 업체에서 운영해주길 바라고 있다. 공동브랜드를 만들 경우 대부분의 기업들이 참여 할 의사를 밝히는 만큼, 거제시 사회적경제기업 특화브랜드 신설을 검토할 필요성이 있다.

## 제2절 거제시민 사회적경제기업 인식조사 결과

### ▶ 사회적경제기업 인식 종합분석 및 시사점

- 제4장에서는 거제시 사회적경제기업 시민 인식조사를 살펴보았다. 본 조사는 주민등록상 거제시 거주중인 만 18세 이상 성인 500명을 대상으로 무작위 설문조사를 진행하였다.
- 시민들은 거제시 사회적경제기업에 대해 알고 있는지, 어떤 방식으로 접해봤는지에 대해 결과를 기술한다.

I. 거제시 사회적경제기업이 2018년부터 인/지정이 되었지만 현재까지 대다수의 시민들은 사회적경제기업에 대해 모르고 있으며, 거제시 사회적경제기업 존재 여부에 대해서도 모르는 상황이다. 사회적경제기업에 대해 다양한 경로와 다양한 방식의 꾸준한 홍보 필요성이 있다.

II. 사회적경제기업에 대해 알고 있는 시민들을 대상으로도 과반 이상이 인터넷 포털, SNS 등을 통해 알고 있음에 응답하였으며, 거제시 또한 거제시 SNS 계정을 통해 사회적경제기업과 지역 내 사회적경제기업 홍보가 가능하다고 보인다.

III. 사회적경제기업 시장 개척 및 물품 홍보와 관련하여 거제시의 자체적인 검수를 통해 시민들에게 물품에 대해 홍보함으로써 사회적경제기업 제품의 신뢰성을 만들고 판매활성화까지 이어갈 필요성이 있다.

IV. 거제시 및 기업들의 사회적경제기업 홍보 마케팅이 부족해 보이는 상황이며, 홍보 사업분야를 추가하여 지자체와 기업의 소통을 기반으로 홍보가 가능해 보이며, 대시민 홍보와 기업들의 마케팅 및 판로개척을 동시에 해결할 수 있는 방안이 필요해 보인다.



<그림 5-1>과천시 사회적경제 인식 확산 위한 시민 교육

---

## 제6장 사회적경제 관련 정책

---

- ▶ 제 1 절 : 정부 사회적경제 정책
- ▶ 제 2 절 : 타지자체 사회적경제 정책



## 제6장 사회적경제 관련 정책

### 제1절 정부 사회적경제 정책

#### 1. 사회적기업(고용노동부) 정책

- 고용노동부는 2007년 [사회적기업육성법]이 시행되면서 사회적기업에 대한 정부 차원의 엄격한 심사를 거쳐 인증방식을 통해 선정된 예비·인증 사회적기업의 다양한 지원을 위한 정책을 실시한다.
- 고용노동부가 총괄기획 및 지원, 실질적인 사업수행과 지원사업은 수행기관인 한국사회적기업진흥원에서 실시한다.
- 각 시·도별 지정된 광역중간지원 조직들은 사회적기업의 인증과 다양한 정책지원을 수행한다.
- 사회적기업의 개념은 취약계층에게 사회서비스 또는 일자리를 제공해 삶의 질을 높이는 등의 사회적 목적을 추구하면서 재화 및 서비스의 생산·판매 등 영업활동을 수행하는 기업으로 고용노동부장관의 인증을 받은 자로 정의한다.

구분	내용
조직형태	① 민법상 법인·조합 ②상법상 회사 ③ 특별법에 따라 설립된 법인 ④ 공익법인 ⑤ 비영리 민간단체 ⑥ 사회복지법인 ⑦ 소비자생활협동조합 ⑧ 협동조합기본법 ⑨ 그 밖의 법인·비영리단체 등
영업활동	•최소 1인 이상의 유급근로자를 고용하여 재화와 서비스의 생산·판매 등 영업활동을 수행할 것 •매출액의 규모는 상관없으나, 자원봉사자는 유급 근로자로 볼 수 없음 •6개월동안 영업활동을 통한 수입 총액이 총 노무비의 30% 이상
사회적 목적 실현	① 일자리 제공형 : 조직의 주된 목적이 취약계층에게 일자리 제공 ② 사회서비스 제공형 : 조직의 주된 목적이 취약계층에게 사회서비스 제공 ③ 지역사회 공헌형 : 지역사회에 공헌하는 것이 목적 ④ 혼합형 : 조직의 주된 목적이 취약계층 일자리제공과 사회서비스 제공 ⑤ 기타형 : 사회적 목적의 실현 여부를 취약계층 고용비율과 사회서비스 제공비율 등을 판단하기 곤란한 경우(사회적기업 육성 전문위원회에서 결정)
의사결정 구조 등 기타	•정관과 규약을 갖추고, 서비스 수혜자, 근로자 등 이해 관계자가 참여하는 의사결정 구조를 갖출 것 •상법상 회사의 경우 회계연도별 배분가능한 이윤의 2/3 이상을 사회적 목적에 재투자함

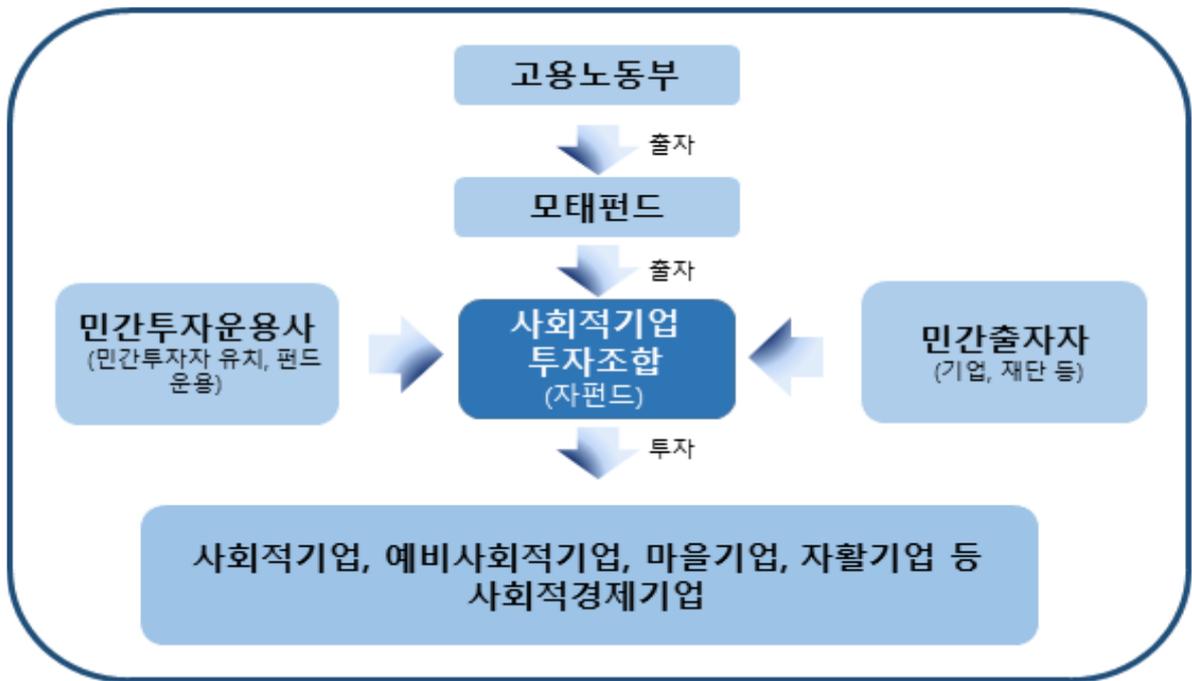
〈표 6-1〉 고용노동부 사회적기업 인증요건  
(2018. 세종특별자치시)세종시 사회적경제 육성사업 5개년 계획연구

직접 지원	재정 지원	인건비	근로자	•최저임금 수준 인건비와 사업주부담 사회보험료 차등 지원
			전문인력	•해당분야 전문인력 인건비 최대 3명 대상 3년간 차등지원 •고령자 전문인력 추가지원(1인)
		사업개발비	•지원한도 금액내 유형별(A,B,C유형), 단계별 지원	
		시설비 지원 용자	•미소금융재단과 중소기업 정책자금 용자	
	경영 지원	세제지원, 기부금	4대 보험료	•법인세 및 소득세 50%, 취득세 면허세 50%, 재산세 25%감면 •지정기부금단체로 지정된 비영리 사회적기업 기부시 혜택
			경영컨설팅	•사업주 부담 4대 사회보험료 일부 4년간 지원 •창업-성장-자립단계별 기초 및 전문 컨설팅 제공
			S/W제공	•상용 회계프로그램 보급 및 교육 •100만원 한도내에서 연간 사용료 3년간 지원
간접 지원	공공기관 우선구매	•사회적기업 생산 제품이나 서비스 공공기관 우선구매 법제화		
	홍보	•사회적기업의 대국민 홍보를 위한 사업진행		
	자원봉사	•경영, 법률, 회계 등 다양한 분야 전문가 재능기부 연계		
육성 지원	기업육성사업	•사회적기업 창업을 원하는 기업이 공모를 통해 사업비 지원		
	소셜벤처경영대회	•청소년, 일반인 소셜벤처 및 사회적기업의 관심제고 위한 경영대회 개최		
	아카데미	•사회적기업 양성과정 및 분야별 필요 교육과정 운영을 통해 사회적 기업 임직원교육		

〈표 6-2〉 국내 사회적기업의 지원정책  
(2018~2022. 충청남도)사회적경제 제2차 5개년 기본계획

▶ 2020년 11월 58억원 규모 사회적기업 정책자금 운용

- 제6호 투자조합, 지난해 청산된 제1호 투자조합의 회수 재원을 활용하여 재출자한 정부예산 40억원과 한국사회가치연대기금 및 개인투자자 등이 18억 원을 출자하여 결성되었다.
- 사회적기업 투자조합을 통해 조성된 자금의 60% 이상은 (예비)사회적기업, 마을기업, 자활기업 등 사회적경제기업에 투자, 40% 미만은 일자리 창출 및 사회적 가치 창출 등에 기여하는 중소기업이 투자된다.



<그림 6-1> 고용노동부 사회적기업 모태펀드 추진체계 및 절차-고용노동부

## 2. 협동조합(기획재정부) 정책

- 2012년에 제정된 [협동조합기본법]은 기존 경제체제 주체로 활동하기 위한 독립된 법인격을 ‘협동조합’ 이라는 이름을 부여하여 경제적 활동이 가능하게 한다.
- 협동조합 지원정책은 기획재정부에서 담당하여 3년마다 기본계획을 수립하여 정책을 추진한다.

- 일반협동조합은 신고제로 협동조합의 실태조사와 관리운영방안에 정책에 집중한다.

구 분	내 용
자금 지원	•중소기업진흥공단 등 정부정책자금 자금지원
교육컨설팅 지원	•중소기업청, 소상공인시장진흥공단 등 정부지원 정보 공유 •한국 사회적기업진흥원의 맞춤형 아카데미 및 찾아가는 임원교육, 코디네이터 및 상시 경영상담 지원
설립인가 지원	•협동조합 및 연합회 신고, 인가, 관리, 감독 등 행정업무 지원 •현장 밀착형 종합 지원체계 구축
중간지원기관 지원	•권역별 협동조합 중간지원조직의 구축 및 지역협동조합 지원체계 구축
교육 지원	•협동조합의 임직원, 조합원 대상 전문과정 교육 및 컨설팅 사업 지원
홍보 판로 지원	•사회적협동조합 제품 우선구매 등 공공시장 포함한 협동조합 상품몰, 공영 홈쇼핑 입점과 같은 시장판로 개척 •협동조합 품평회 및 해외진출 지원사업 실시
네트워크 지원	•협동조합 연합회 및 네트워크 활동 지원과 국제교류 협력 지원

〈표 6-3〉 국내 협동조합 정책현황  
(2018~2022. 충청남도)사회적경제 제2차 5개년 기본계획

### 3. 마을기업(행정안전부) 정책

- 마을기업은 현 행정안전부가 2010년 ‘마을기업육성사업’ 을 시범도입 하였으며, 2011년부터 공식적으로 ‘마을기업육성사업’ 을 추진하면서 사회적경제조직의 범주에 포함되었다.
- 마을기업은 법률에 근거한 사업이나 조직형태는 아니나, 행정안전부는 지속적으로 마을기업 육성사업을 추진하여 왔다.
- 마을기업은 5일 이상 조합원이 조직한 법인으로 출자자 70% 이상이 해당지역주민이어야 하며, 지역 내 자원을 활용하여 수익을 창출하여야 하는 특성을 가진 조직이다.
- 마을기업의 정책지원체계는 행정안전부에서 기본계획 및 제도적 기반을 마련하고 광역자치단체에서 후보자들을 추천하고 육성사업을 관리·감독하는

역할을 수행하고 중간지원기관은 이러한 제반활동을 현장에서 수행한다.

- 2016년 이후 행정안전부는 新유형 마을기업발굴, 유통형 마을기업 발굴 등 신사업을 도입·추진하고 있다.
- 마을기업 권역별 네트워크 구축으로 정보교류 및 조직학습, 협업·소통을 통해 자생력을 강화시킨다,

구분	내용
개념	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 마을주민의 주도적으로 지역의 각종 자원을 활용, 안정적 소득 및 일자리를 창출하는 마을단위의 기업</li> <li>· 마을 : 지리적으로 타 지역고가 구분된 경계를 가지면서 지역내부에 상호 이해 관계나 정서적 공감대가 형성되어 있는 곳(동, 리 및 지역마을, 마을연합 등)</li> <li>· 주민제도 : 마을주민 출자가 총 사업비의 10%이상이며, 출자한 주민이 참여는 의사결정 구조</li> <li>· 자원 : 지역의 특성화된 자연자원, 인적자원, 가공제품, 출제 등 유무형의 지원</li> </ul>
조직형태	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 민법에 따른 법인, 상법에 따른 회사 등 조직형태로 법인인 자마을회, NPO 등 지역단위의 소규모 공동체(임의조직의 경우 법인 전환 후 사업비 비원)</li> </ul>

<표 6-4> 행정안전부 마을기업의 개념과 조직 형태  
(2018~2022. 충청남도)사회적경제 제2차 5개년 기본계획

구분	사회적기업	협동조합	마을기업	자활기업
중앙부처	고용노동부	기획재정부	행정안전부	보건복지부
법률	사회적기업육성법	협동조합기본법	마을기업 육성사업 시행지침	국민기초생활보장법
분류	사회적기업 예비사회적기업(3년)	일반협동조합 사회적협동조합 협동조합연합회 사회적협동조합연합회	마을기업 예비마을기업	자활기업
조직	법인	법인	법인	법인 및 개인

<표 6-5> 사회적경제조직 분류

## 제2절 타지자체 사회적경제 정책

### 3. 타지자체 정책

#### ▶ 서울특별시 사회적경제 활성화 정책

- 2012년 서울시 사회적경제종합계획(서울 사회적경제 활성화 1.0) 발표 이후 기업 수 5배, 매출·고용 2배 이상 성장을 보였으나, 시민들의 사회적경제 인지도와 체감도가 여전히 저조했다.
- 사회적경제활성화 2.0 추진계획은 ‘사회경제가 일상에서 체감되는 도시 만들기’로 시민중심으로 추진되며, 지역 수요와 현장을 반영한 사업모델을 개발하고 확산해 사회적경제에 대한 시민 체감도를 높이고, 기존의 관주도 민관협치 방식에서 융합형 민민·민관협치를 강화하였다.

#### 사회적경제 2.0 | “사회적경제가 일상에서 체감되는 서울”



<그림 6-2> 서울시 사회적경제 2.0



구분		주요 내용
비전		사회적경제가 일상에 체감되는 서울
추진 과제	시민체감형 지역순환 경제구축	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 공동주택 같이살림 프로젝트 추진</li> <li>• 사회적경제 지역돌봄사업 구축</li> <li>• 주민기술학교 기반 지역관리기업 육성</li> </ul>
	시민자조기반 형성 지원	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 연대·협력의 시민 자조기반 조성 지원</li> <li>• 민관 거버넌스 활성화</li> </ul>
	지속가능한 생태계 기반강화	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 공공자산의 사회적경제 활용 활성화</li> <li>• 소셜벤처 등 혁신기업 육성</li> <li>• 사회투자기금 및 사회성과보상사업 확대</li> <li>• 사회가치 평가시스템 구축 및 정책 전달체계 개선</li> </ul>
	판로개척 및 시민인식 제고	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 공공구매 및 민간판로 확대</li> <li>• 사회적경제기업 자율경영공시 활성화</li> <li>• 시민 인식 개선</li> </ul>
	혁신인재 양성 및 국제협력 강화	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 사회적경제 혁신인재 양성</li> <li>• 국제 사회적경제 연대와 협력 강화</li> </ul>

<표 6-6> 서울특별시 사회적경제 활성화 2.0의 비전 및 추진과제



<그림 6-4> 서울 사회적경제 단계별 발전전략 (사회적경제 활성화 2.0 추진계획)

▶ 충청남도 사회적경제 활성화 정책

- 충남도는 ‘사람중심의 사회혁신을 통한 포용성장 실현’을 비전으로 내세우고 있어, ‘가치지향성’이 강함
- 4대 핵심가치로 1)사람 중심의 경제, 2)사회혁신을 위한 경제, 3)기속가능한 경제, 4)지역기반의 경제를 설정.



<그림 6-5> 충청남도 1기 사회적경제 계획의 비전 체계  
(2017.충청남도 사회적경제 제2차 5개년 기본계획)

- 일자리 선순환 경제 구축과 지역맞춤 사회적경제 생태계 구축을 주요 방향으로 제시.
- 일자리 선순환 경제체제 구축에서는 일자리 창출과 더불어 사회혁신형 인재 발굴·양성을 주요 목표.
- 구체적으로는 행복하고 좋은 일터를 위한 맞춤형 육성 지원체계 구축을 위

---

해 유연근무, 생활임금 도입 및 민주적 의사구조 확충 등을 제시.

- 영역간 융·복합을 통한 특화형 사회적경제 기업 발굴도 제시하고 있는데 구체적으로는 지역산업 특성을 기반으로 사회문제 해결, 4차산업 혁명 대응 등 새로운 사회적경제조직·모델 발굴 추진 계획.
- 사회혁신의 기반이 되는 사회혁신 추구형 인재 발굴·양성을 위해서는 청소년·경력단절여성·시니어 등 계층맞춤형 자기주도 학습 및 체계적 교육을 추진하는 한편, 자신이 속한 세대의 문제, 지역사회의 문제 등 해결과제를 혁신적 방식으로 대응하는 인재를 양성.
- 영역간 융·복합을 통한 특화형 사회적경제 기업 발굴도 제시하고 있는데 구체적으로는 지역산업 특성을 기반으로 사회문제 해결, 4차산업 혁명 대응 등 새로운 사회적경제조직·모델 발굴을 추진 계획.
- 지역 맞춤형 역동적 사회적경제 생태계 조성을 위해서는 사회적경제 혁신 플랫폼 구축과 충남형 열린 네트워크 구축, 그리고 사회적금융 및 제도적 기반 구축을 세부 목표로 제시.
- 사회적경제 혁신 플랫폼은 사회적경제 기업간 연대 및 공동생산 등을 촉진할 수 있는 공간·집적지를 가리키며, 지역 및 업종으로 특화가능성 높은 곳에 사회적경제 특구도 신설·운영할 계획.
- 충남형 열린 네트워크를 위해서는 민관협치를 강화하고 지역혁신 자원연계 및 주체간 협력거버넌스를 구축하는 한편, 해외선진모델 공동연구·조사 등 국제네트워크도 강화할 계획.
- 사회적경제조직의 창업·운영·시설투자에 필요한 자금조달 체계 구축하기 위해 크라우드펀딩 등 모금시스템, 사회적경제를 위한 금융상품 개발, 사회적기금 출범 및 운영 등을 추진할 계획.



<그림 6-6> 충청남도 사회적경제의 거버넌스 구조  
(2017.충청남도 사회적경제 제2차 5개년 기본계획)

- 공공, 당사자, 전문가 등 다양한 주체가 참여하는 거버넌스 구축.
- 중간지원조직과 당사자네트워크 등 풍부한 사회적경제 자원을 바탕으로 지역사회기관과 중앙정부 등이 유기적으로 결합한 충남형 협치 모델을 구축.
- 기존 충남사회적경제육성위원회 등 거버넌스 기구에 ‘사회적경제정책자문위원회’를 신설함으로써 정책 수립 단계부터 시민 참여형 협치가 구현 되도록 함.

### 제3절 거제시 사회적경제 벤치마킹

#### ▶ 거제시 사회적경제기업 정책 시사점

거제시는 서울시와 충청남도 사회적경제기업 활성화 정책들을 벤치마킹할 필요성이 있어 두 지자체에 대한 정책을 살펴보았다. 거제시는 최근 사회적경제 기업들이 지속적으로 증가하는 추세이지만 본 조사를 통해 기업들의 내실이 부족하거나 행정에 많이 의존하는 모습을 보였다.

#### - 서울 사회적경제, 양적인 확대가 아닌 내실을 다지는 방향의 정책

서울시는 이미 1기 5개년 계획을 완료하였다. 양적인 확대를 우선순위에었던 1기 정책에서 더 이상 양적 확대가 어려운 것으로 판단하여, 2기 정책은 내실을 다지기로 하였다. 이런 점에서 서울 사회적경제는 지속가능성 확보를 위해 ‘생태계구축’을 중심으로 정책을 구성하였으며, 2기 계획에서 보다 실질적이고 구체적인 방안들을 제시될 것으로 보인다.

아울러 직접 인건비 지원에서 벗어나 사회적경제기업들의 발전 단계와 업종의 특수성을 고려한 맞춤형 지원을 추구하며, 사회적 투자기금 조성 활성화 계획을 세우고 있다.

#### - 충청남도 사회적경제 양적 성장은 성공, 지역 및 업종 편중이 한계

충청남도 사회적경제도 조직수와 매출액이 4배 이상 성장하는 등 양적 성장에는 성공했다고 보인다. 하지만 지역 및 업종 편중이 뚜렷하게 나타나며 이 점은 한계로 지적이 된다.

충청남도 사회적경제 1기에서 나타난 이런 문제점들을 충청남도 스스로 사회적경제의 지역 안착이라는 과제를 가지게 되었다. 한계를 극복하기 위해 ‘사람 중심의 사회혁신을 통한 포용성장 실현’이라는 비전과 가치를 제시하였고 사회적경제의 재정립과 공감대 형성을 위해 노력을 하고 있다.

▶ 거제시 사회적경제기업 벤치마킹 방향

서울특별시와 충청남도 사회적경제 1기 계획은 양적인 확대를 하였다. 거제시 또한 현재 사회적경제기업들이 증가하는 양적인 정책성향이 보인다.

- 양적인 성장보다, 내실을 다지는 정책

거제시 사회적경제기업은 2018년부터 증가하는 추세이다. 2010년부터 마을기업이 인/지정이 되어 마을기업들이 형성되었지만 본격적인 양적 성장은 2019년부터이다. 이후 2020년인 단 3년에 (예비)사회적기업이 16곳이 지정되었다.

하지만 (인증)사회적기업은 2곳이며, 마을기업, 사회적협동조합도 인/지정이 미비한 현실이다. 지속적으로 양적인 형성에만 치우친다면 서울시, 충청남도 와 같이 자칫 ‘밑 빠진 독에 물붓기’ 로 이어질 수 있다.

양적인 성장을 넘어 내실을 다져야 한다. 주력업종을 발굴하고 성장시키며, 거제시만의 ‘사회적 생태계’ 를 구축해야 할 때이다.

- 거제시 사회적경제는 두 지역에 비해 상대적으로 취약

두 지역에 비해 거제시 사회적경제의 양적 규모와 중간지원기관의 규모, 종사 인력과 시장 등 전반적인 기반이 매우 취약하다. 또한 두 지역과 같이 ‘5개년 계획’ 과 같은 체계적인 계획 또한 제시된 바가 없다.

- 생태계조성, 인력 양성, 거버넌스 구축, 사회적자본 양성 구축 필요

거제시 사회적경제는 매우 빈약하다. 우선 시급한 부분은 생태계 조성, 인력 양성, 거버넌스 구축, 사회적자본 양성이 필요하다. 거제형 사회적경제기업을 만드는 생태계 조성이 필요하다. 또한 사회적경제 기업들의 발전 단계·업종의 특수성을 고려하여 맞춤형 지원과 협력관계를 조성하는 거버넌스 구축이 필요하다. 사회적자본 양성을 통해 사회적 투자기금 조성 활성화로 위급한 기업에 대해 지원 또는 발전가능성 높은 기업에 대해 투자가 필요하다.

---

- 다양한 분야 사회적경제기업 양성

거제시 사회적경제 영역은 매우 한정적이다. 지역 특성에 따라 제조업이 있으며, 마을기업 또한 지역의 특산물을 이용하는 등의 제한적인 사업들이 많다. 서울시와 같이 각 지역별로 네트워크를 구축하여 지역특성별로 다양한 분류의 사회적경제를 양성하는 활성화 방안이 필요하다.

---

## 제7장    거제시 사회적경제기업 활성화 방향

---

- ▶ 제 1 절 : 거제시 사회적경제기업 가치와 비전, 목표 설정
- ▶ 제 2 절 : 거제시 사회적경제기업 시스템 구축 기본방향
- ▶ 제 3 절 : 거제시 사회적경제기업 홍보시스템 구축



## 제7장 거제시 사회적경제기업 활성화 방향

### 제1절 거제시 사회적경제의 가치와 비전, 목표 설정

#### 1. 핵심가치의 설정

- ▶ 거제형사회적경제기업 핵심가치를 설정하여 목표의식 증대
  - 거제시 사회적경제의 비전설정을 위해 사회적경제에 대한 거제시민의 기대와 인식, 사회적경제의 지역에서 역할을 담아 핵심가치를 설정한다.
  - 거제시 사회적경제의 위상과 역할을 지향성을 가지고 설정한다.
- ▶ 거제 지역성을 반영한 경제모델의 사회적경제기업
  - 거제시 지역사회 문제를 사회적경제활동으로 해결하기 위한 생태계를 조성함으로써 사회적서비스, 적절한 재화공급, 일자리 창출, 일자리 창출 등을 주민 스스로 만들어가는 시민경제모델 활성화가 필요하다.
- ▶ 도농복합 혁신 사회적경제기업 육성
  - 거제시는 18개 면·동(9개 면, 9개 동)으로 지역 특성상 도시와 농촌이 공존한다. 도농복합형 도시와 농촌의 특성을 반영하고 지속적으로 노력하고 있는 도시재생, 로컬푸드, 지역공동체사업 등의 실천경험을 성공사례로 육성한다.
  - 사회적경제를 통해 지역, 세대, 도·농, 소득, 문화 등 다양한 격차를 해소해 거제시 지역균형발전에 기여해야 한다.
- ▶ 거제시 사회적경제, 공동체 형성과 발전에 기여
  - 거제형사회적경제 및 지역에 필요한 재화와 서비스를 공급하는 지역순환 사회적경제 생태계 조성이 필요하다.
  - 사회적경제의 공동체 경제활동을 통해 시민들의 지역사회 참여와 공동체형성에 도움을 주는 사회적경제 모델 육성이 필요하다.

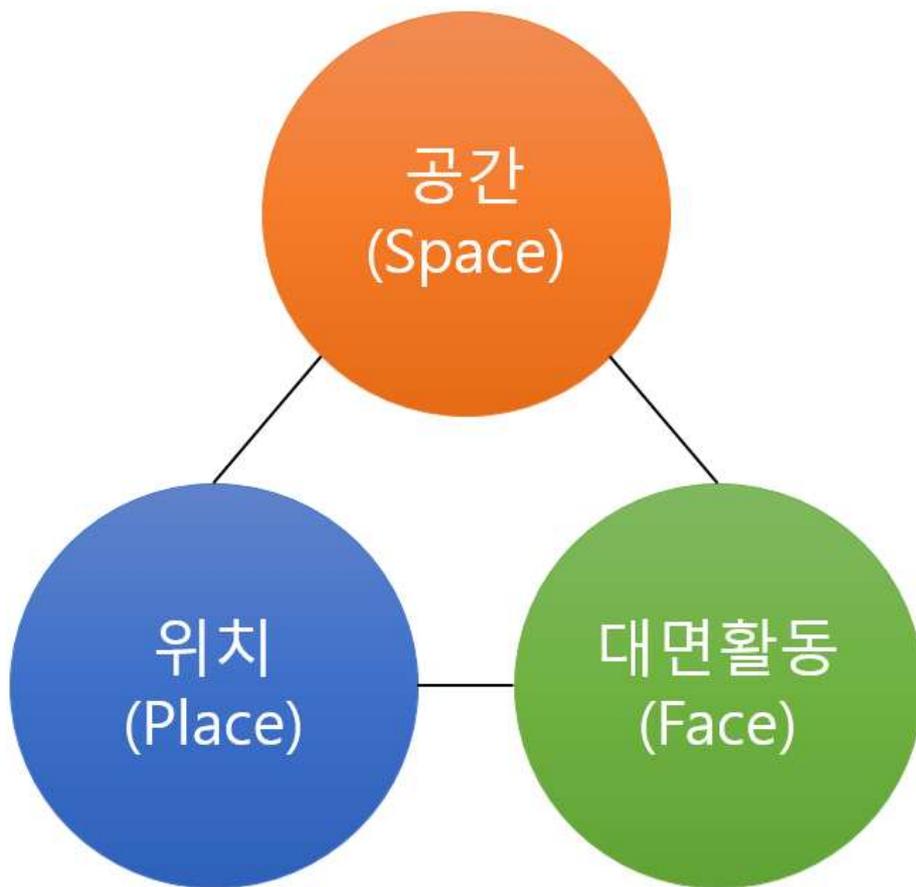
---

## 제2절 거제시 사회적경제기업 시스템 구축 기본방향

### 1. 시스템 기본방향

▶ 거제형사회적경제기업 시스템 기본방향

- 사회적경제기업은 다른 어떤 경제조직보다 지역공동체와 밀착하여 활동하는 조직의 특성으로 인하여 주목받고 있다. 설리반(1996, Sullivan)의 지역공동체 논의에 의거하여 지역공동체에 대한 이해를 한다.



<그림 7-1> 지역공동체 이해 요점

첫째. 위치(Place)는 지역공동 정부 정책이 실제로 집행되는 지역으로서 지역 주민들의 정책의 수혜와 반응이 범주화되는 지역공동체로 정의한다.

둘째. 대면활동(Face)은 지역주민들이 다양하고 중복적인 네트워크를 통해 맺 어지는 정신적, 감정적 집단의 지역공동체로 정의한다.

셋째. 공간(Space)은 지역이라는 공간 안에서 생활, 노동, 정치, 문화 부문 등 에서 개인들의 활동과 경험이 공유되는 곳이다.

- 리벤텔(2008, Leventhal)의 정의에 따라 위치(Place), 대면활동(Face), 공간 (Space)은 지역공동체 거버넌스적 측면에 순차적으로 구성된다.

첫째. 위치(Place) 영역에서 중앙정부, 지방정부의 지역공동체에 대해 정책을 점검한다. 특정지역에 거주하는 사람들의 정책적 요구에 대응하는 서비스가 알맞은 형태, 필요한 형태로 제공되고 있는지에 평가가 필요하다.

둘째. 대면활동(Face) 영역에서 위치(Place) 영역에 의거하여 지역공동체 공공 서비스가 제공하지 못하거나 제공받지 못하는 지역공동체 인적 또는 지리적 사각지대를 찾아내고 이를 대체가능한 지역공동체의 대안적 활동을 모색한다.

셋째. 공간(Space) 영역은 노동, 복지, 안전, 정치, 문화 등의 부문에서 이러한 대안적 활동이 조직화되어 지역공동체 발전 변화를 시켜야한다.

- 위 3가지(위치, 대면활동, 공간) 영역에서 사회적경제기업은 이러한 세 단계 에서 지역공동체를 변화시키는 주체 또는 촉매제 역할을 담당해야 한다.

---

## 2. 시스템 구축

### ▶ 거제형사회적경제기업 시스템 구축

- 글릭만 등(2008, Glickman&Servon)은 사회적 경제기업이 지역공동체와 상생적으로 발전하기 위한 대안을 제시하였다.

첫째. 지역공동체를 정책적으로 훈련시키고 갈등을 중재하는 능력

둘째. 지역공동체의 유·무형의 자원을 조직화하는 능력

셋째. 지역공동체의 공식적·비공식적 네트워크를 이용하여 사업능력을 향상시키는 능력

넷째. 경영능력, 재무관리, 상품의 품질 관리 등의 조직관리능력

다섯째. 지역공동체의 여건과 상황변화에 따라 인력훈련과 채용, 그리고 사업의 조정 등을 포함하는 사업유지관리 능력 등이 필요하다고 보고 있다.

(2012, 고희면)

위 논의에 따라 본문에서 제시된 설문조사 분석결과를 기반으로 한 결론은 다음과 같다. 거제시 사회적경제기업의 지속가능성을 중심으로 지역친화적인 사회적경제 발전을 도모해야 한다.

## 3. 민간, 행정 추진체계 시스템 구축

### ▶ 민간, 행정의 협력적 추진체계 확보

- 민간과 행정의 협력적 추진체계를 확보함으로써 지역의 시민사회와 지역사회의 문제를 해결하고 생태계 구축이 필요하다.

사회적경제는 중앙정부, 지자체의 정책적 노력으로 현재까지 성장해 왔다. 일자리 창출, 지역경제의 활성화, 사회서비스 전달, 상품 서비스를 스스로 공급 및 소비하는 시스템을 구축함으로써 민간의 협력적 관계의 구축은 사회적경제의 기본 원리이자 성공의 발판이 된다.

정책 지원을 하지만 자생하는 기업으로 성장하여 행정에 의존하는 시스템이 아닌 사회적경제기업이 행정과 협력하여 사회에 기여하는 기업으로 성장하는 것이 관건이다.

#### 4. 거제시 사회적경제 조례 확대

##### ▶ 거제시 사회적경제 육성위원회 출범의 필요성

- 사회적경제 지원조례를 갖춘 지자체의 경우 대부분 육성위원회를 설치 운영하도록 되어있다.

거제시는 ‘거제시 사회적경제기업 제품 구매 촉진 및 판로지원에 관한 조례’는 제정되었지만 2018년 5월 ‘거제시 사회적기업 육성에 관한 조례’를 폐지함으로써 타 지자체는 조례를 제정 및 개정할 때 역행된 경향이 있다.

‘거제시 사회적경제 육성 및 지원에 관한 조례’를 제정하여 활성화 및 비전, 전략과 ‘사회적경제위원회’ 설치를 하여 장기적인 ‘사회적경제계획안’을 구성 및 실행할 필요가 있다.

#### 5. 사회적경제 거버넌스 운영

##### ▶ 거제시 사회적경제 협치 거버넌스 활성화

- 타지자체, 실질적인 ‘민관정책협의회’, ‘협업사업추진센터’ 구성을 통한 협력사업을 추진.

서울시, 대구시는 민관정책협의회를 운영하고 있다. 충청남도 또한 사회적경제 협업사업과 산학연 협력사업을 위해 추진체 구성을 계획하고 있으며, 전주시는 민관협치를 조례에 명문화 했다. 특히 서울의 근린거버넌스는 민관협치체가 기능적 역할을 강화해 지역사회문제를 발굴 및 개발하고 있다. 거제시 또한 2020 사회적경제 정책자료집(부록4)에 따라 다양한 거버넌스 정책을 진행중에 있다.

- 협치의 중요성은 사회적경제 생태계 조성의 중심이다.

민관협치를 구현하기 위해 민관 파트너십 참여자들이 행정의 원리, 시민사회 이해, 민관 거버넌스에 대해 이해를 높이는 교육을 진행함으로써 실제 사업계획 및 예산 운영과 관련된 공동의 계획수립, 집행을 하는 시스템이 필요하다. 지역단위 정책통합과 개별기업지원으로 지역문제 해결을 위해 사회적경제 생태계 조성을 위한 필요한 과정으로 거버넌스는 생태계 조성의 기초라고 한다.



〈그림 7-2〉 광주광역시 사회적경제 민·관 거버넌스

### 제3절 거제시 사회적경제기업 홍보시스템 구축

#### 1. 사회적경제 비전 확산

##### ▶ 거제시 사회적경제 인식현황

- 거제시 시민의 사회적경제에 대한 인식정도는 알고 있다, 모르고 있다, 들어봤다.에서 대체로 ‘모르고 있다’에 응답한 만큼 사회적경제에 대한 인식 정도가 낮다고 보여진다.
- 거제시가 사회적경제 발굴 및 육성에 노력하지만 사회적경제 인식 수준이 그리 높지 못한 점이 아쉬운 대목이다.

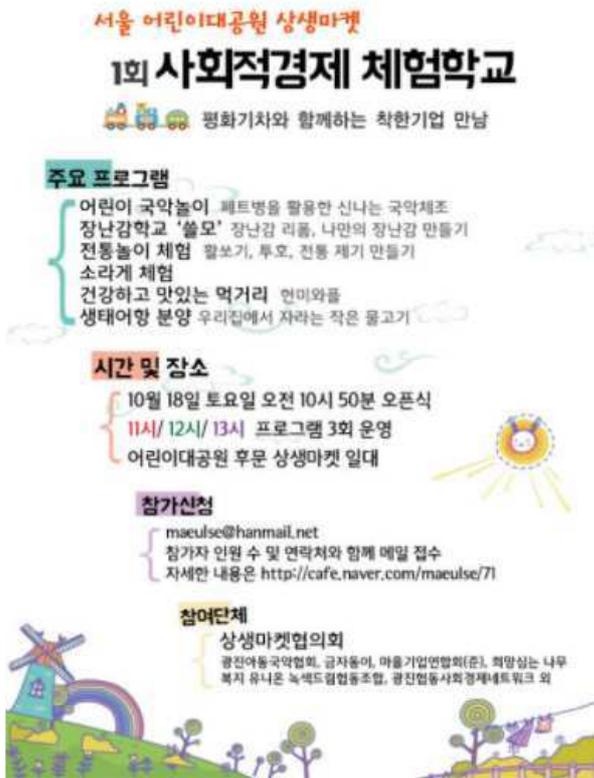
#### 2. 거제시 사회적경제 인식과 목표 재정의

##### ▶ 거제시 사회적경제 인식과 목표에 대한 새로운 정의가 필요하다.

- 거제시 사회적경제 본격화 시점은 늦은 출발이라 할 수 있다. 타 지자체에서 5년 계획을 수립하고 실천하는 동안 거제시 사회적경제의 진입은 늦은 편이다. 이러한 부정적 요소를 극복하고, 지역사회의 노력과 사회적경제의 잠재된 가능성에 새로운 의미를 부여할 필요가 있다.
- 거제시의 사회적경제는 거제시민이라면 누구나 공감하고 필요와 욕구를 해결하는 것에 초점을 맞춰야 한다.

▶ 시민이 공감하는 사업 필요

- 기존의 제도와 사회적경제 협소화에서 벗어나 ‘시민공감형’ 사회적경제를 지정 및 확산하고 참여자 네트워크를 구축해야 한다.
- 사회문제에 대해 시민의 의견수렴, 문제의 제기, 해결방법의 연구, 실천, 성과 등을 경험하여 사회적경제를 직접 체험하는 프로그램을 구축한다.
- 사회적경제 거버넌스를 만들어 시민이 참여하는 다양한 참여공간을 구성한다.



<그림 7-3>서울시 사회적경제 체험학교

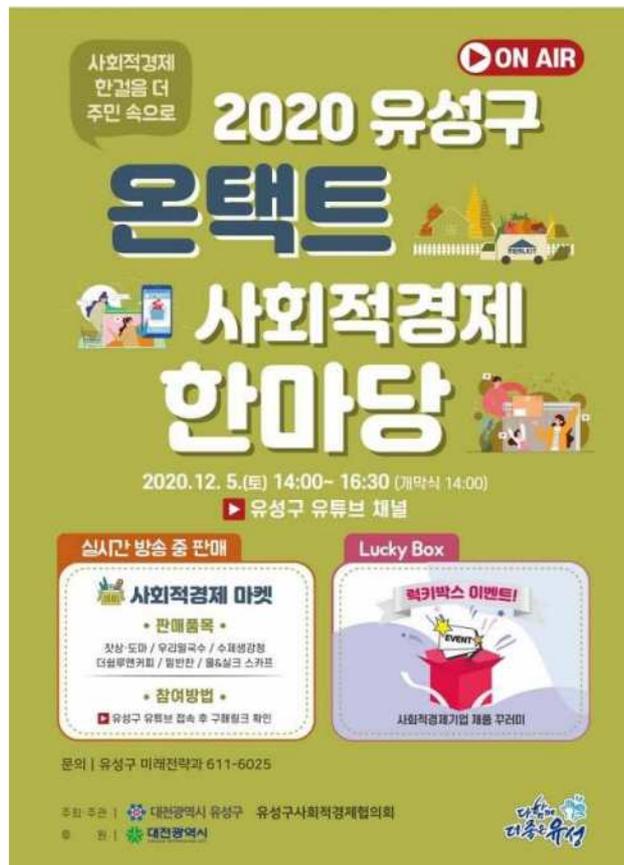


<그림 7-4>분당구 사회적경제 박람회

### 3. 사회적경제 마케팅

▶ 거제시 사회적기업 마켓 구축

- 사회적경제기업들의 제품을 판매하는 마켓 또는 판로를 개척해야 한다. 현재 기업들은 자신들의 제품에 대해 홍보 및 판매에 대해 어려움을 겪고 있으며 사회적경제라는 주제를 통해 새로운 시장 판로를 개척해야 한다.
- 거제시민들은 사회적경제기업의 제품 구매에 대해 충분히 구매할 의사가 있는 가치소비 경향을 확인했으며, 판매자들의 마케팅을 강화해 시민들에게 홍보 및 판로를 확대해야 한다.
- 거제시는 ‘사회적경제 기업장터’를 운영해 관내 기업들이 참여하도록 하고 공무원과 일반시민을 대상으로 지역 우수제품을 홍보하고 소비를 장려해야 한다.



<그림 7-5>대전 유성구 사회적경제 한마당

▶ 사회적경제 행사

- 사회적경제 기념식, 전시, 체험, 컨퍼런스, 프리마켓 등을 운영하며 사회적경제 인식과 기업들의 상품에 대해 지속적인 홍보 행사를 진행해야 한다.
- 충청남도는 2016, 2017년 사회적경제협의회 주최로 토크콘서트를 비롯해, 공공구매, 토론회 등의 행사를 개최했으며, 타지자체에서는 별도의 행사를 지속적으로 운영하고 있다.
- 거제시 또한 지역 특색에 맞는 사회적경제제품을 발굴하여 지속적인 행사와 홍보가 필요하다.



<그림 7-6>김포시 사회적경제 온라인 프리마켓



<그림 7-7>은평구 사회적경제교육 및 홍보 전시회



## 5. 사회적경제기업 일자리 창출 지원

- ▶ 사회적 가치 창출, 사회적경제 기업 및 일자리 창출 사업 중심
  - 거제시 사회적경제기업들은 조사 결과를 기반으로 사회기여 중 하나로 일자리 창출을 지목하고 있다.
  - 함께 일하는 세상(주)은 일자리 제공형으로, 현재 청소근로자를 고용하고 있는 기업들과 달리 정식 직원으로 고용하였다. 합당한 임금과 4대 보험 등의 근로 조건을 제공하고 있다. 수도권 10개 청소업종 자활공동체가 연합하여 만든 청소 전문회사이며, 함께 일하는 세상(주)은 2003년에 법인 설립하여 2007년에 정부로부터 사회적기업으로 인증 받았다.
  - 2011년 기준 전체직원 중 54.6%가 기초생활보장 수급자, 장애인, 고령자 등으로 취약계층에게 일자리를 제공하여 이들의 삶을 영위할 수 있는 기반을 만들어 주었다.(황영익(2013), 저소득층 일자리 창출을 위한 사회적기업 육성 방안)
  - 현재 함께 일하는 세상(주)은 지속적으로 매출이 상승 하고 있으며, 사회적경제기업 일자리 창출을 지원한 이후 건전한 자생기업으로 유지하고 있다.
  - 위 사례와 같이 거제시 또한 일자리 제공형 기업을 지원하여 지역 취약계층 일자리 창출 및 기업 고용창출에 중점을 뒀다.



<그림 7-10> 경기도, 사회적경제 공익적 일자리 창출 심포지엄

---

## 6. 거제시 사회적경제 통합 DB 구축

- ▶ 지속적인 DB 구축으로 자체적인 관리가 필요
  - 거제시 사회적경제기업들은 최근 몇 년 사이 지속적으로 늘어나고 있다. 기존의 사회적기업, 마을기업 등 다수의 사회적경제기업들이 다양한 유형으로 늘어남에 따라 추후 거제시 또한 사회적경제기업들이 많은 비중을 차지할 것이다. 하지만 사회적경제조직의 현황을 파악하고 이를 정책에 파악할 수 있는 통계현황이 제공되지 않고 있다.
  - 거제시 전체 사회적경제조직의 현황은 경상남도과 중앙정부의 담당 각 기관에서 분산되어 집계되고 있기 때문에 거제시 차원에서 종합적인 사회적경제 현황과 관련 정책을 수립, 관리에 어려움을 겪을 수 있다. 따라서 거제시내에서 활동하고 있는 사회적경제조직의 경영, 고용, 사회적활동 등을 지역별, 업종별, 조직유형별로 파악할 수 있도록 거제시 사회적경제기업 통합 DB를 구축해야 한다.

---

## 제8장 거제시 사회적경제기업 육성을 위한 정책제안

---

- ▶ 제 1 절 : 발전단계별 교육 체계 수립
- ▶ 제 2 절 : 발전단계별 맞춤형 지원체계 및 전문인력
- ▶ 제 3 절 : 사회적경제기업 육성 중간지원조직 설치
- ▶ 제 4 절 : 지역의제별 지역네트워크 형성
- ▶ 제 5 절 : 맞춤형 민·관 지역의제



## 제8장 거제시 사회적경제기업 육성을 위한 정책제안

### 제1절 발전단계별 교육 체계 수립

#### 1. 발전단계별 교육

##### ▶ 거제형사회적경제기업 발전단계 및 교육 체계 수립

- 거제시 사회적경제기업 육성을 위한 정책제안 첫 번째는 발전단계별 교육 체계 수립이 필요하다. 거제시에서 다양한 사회적경제기업이 육성되기 위해서는 사회적경제 기초교육, 심화교육, 창업교육, 맞춤형 컨설팅 등의 발전단계별 역량강화를 위한 교육체계를 수립하고 지속적인 교육이 이뤄질 필요성이 있다.

##### 1) 사회적경제 기초 교육

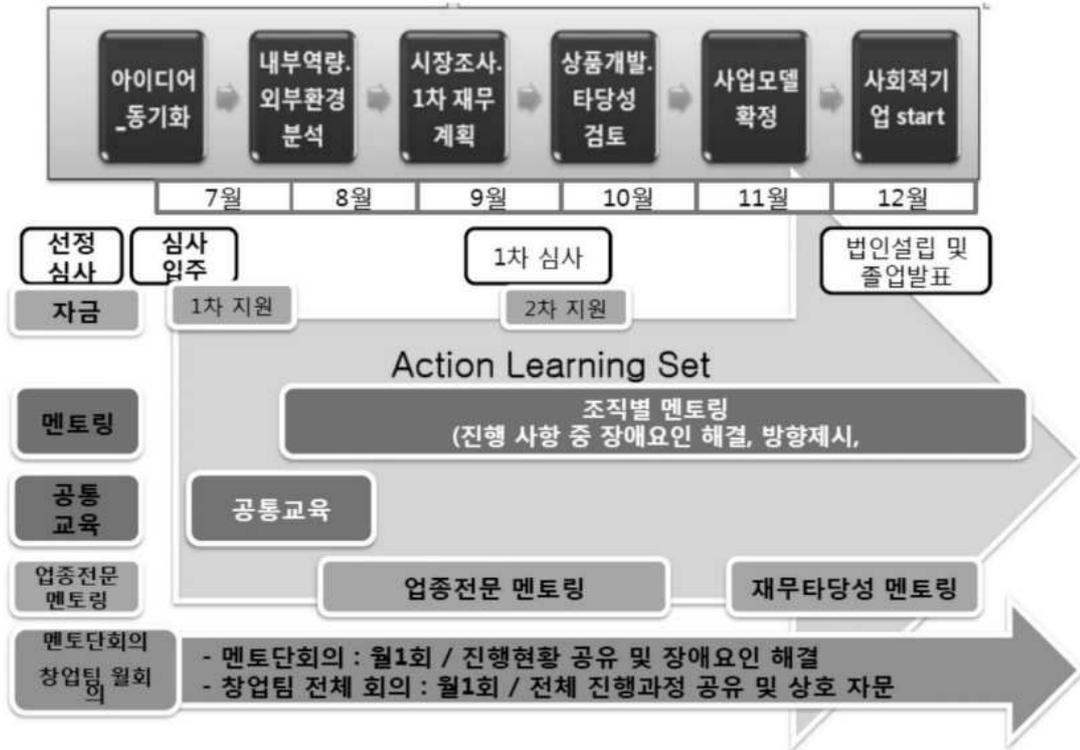
- 사회적경제에 대한 역사와 이해 증진, 사회적경제 창업과정으로 사회적경제에 관심이 있는 개인 또는 단체를 대상으로 한다.
- 사회적경제 역사, 이해, 조직의 설립과 제도, 사례로 프로그램을 구성한다.

##### 2) 사회적경제 심화 교육

- 사회적경제 설립 과정과 창업을 위한 심화 과정으로 사회적경제 기초 교육 수료자 및 창업을 계획하는 개인 또는 단체를 대상으로 한다.
- 설립을 위한 과정부터 설립 후의 운영방안 등을 교육하며 사회적경제기업 인/지정이 되기 전 경제조직 운영의 성공 사례, 사회적기업 관련법으로 프로그램을 구성한다.

##### 3) 사회적경제 창업 교육

- 사회적경제 창업을 지원하고 양성하는 프로그램이다.
- 아이디어 동기화, 내부역량, 외부환경 분석, 시장조사, 상품개발, 사업모델 확정 등의 프로그램을 개설하여 사회적경제 창업에 대해 업종별 교육, 재무 교육 멘토링 등을 통해 성공적인 안착을 위한 교육 프로그램을 구성한다.



<그림 8-1> 창업교육 프로그램(제천시 사회적경제 창업 프로그램)

## 제2절 발전단계별 맞춤형 지원체계 및 전문인력

### 1. 발전단계별 맞춤형 지원체계 구축

#### ▶ 거제형사회적경제기업 지원체계 구축

- 사회적경제기업 창업, 성장, 발전 등의 단계를 형성하여 육성에서 끝이 아닌 지원체계를 만들고 각 단계별로 기업 지원이 필요하다.

1) 사회적경제기업들의 단계를 형성한다. 시작, 성장, 성숙, 생존, 위기 단계별로 구성하여 기업이 처해있는 상황에 맞춰 맞춤형 지원을 해야 한다.

2) 구축을 위해 구체적으로 기업의 현황 조사를 하고, 구체적 어려움이 무엇인지 목록화하여 이에 대한 지원방안을 마련하는 것이 필요하다.

## 2. 전문인력 양성

### ▶ 거제형 사회적경제기업에서 요구하는 전문인력 양성

- 거제시 사회적경제기업들은 지속적으로 일자리창출을 위한 노력을 하고 있다. 이제 맞춰 기업들이 필요한 인력을 사전조사하여 직업훈련 등의 프로그램으로 지속적인 전문인력 양성이 필요하다.

1) 사회적경제기업들을 지원할 수 있는 업종별, 기능별 전문가를 구성 운영하며, 전담지원인력을 양성하여 거제시 사회적경제 인력 지원체계를 구축해야 한다.

**사회적기업 리더 인재양성 아카데미**

# 사회적기업 전문인력 양성과정

**과정특징**

사회어의 풍부한 경험과 지혜를 실어 역량 있는 사회적기업 리더 인재양성  
 사회어의 니즈와 조건에 맞는 사회적기업 맞춤형 전문인력 양성 및 취업지원  
 사회적기업 주요 업무에 대해 이해를 통해 심화 적용의 배경  
 제주중장년일자리희망센터와 제주특별자치도사회적기업·협동조합통합지원기관의 협력프로그램

**교육일정 및 신청안내**

오입기간 : 2015년 09월 10일(목)~09월 25일(금)  
 모집대상 : 제주도내 거주 사회적기업에 관심 있는 중장년층 20명(선착순 접수)  
 교육기간 : 2015년 10월 7일~28일 (1회, 14회, 21회, 28회, 제주·수요일, 총4회, 총12시간)  
 교육장소 : 여성인력개발센터 4층 강지실 (삼척로 46)  
 접수방법 : 신청서 내지않아 작성 후 이메일(jhjuen2015@daum.net)이나 팩스(064-735-4043)로 접수  
 문의처 : 제주특별자치도사회적기업·협동조합통합지원센터 (김성일 총괄담당 064-726-4643),  
 노사발전재단 제주중장년일자리희망센터(064-710-4502)

**교육프로그램**

구분	일시	교육주제	교육의 내용	강의 방식
1차시	10월 7일 (14:00~17:00)	사회적기업의 이해	사회적경제 제도와 설립절차	강의
2차시	10월 14일 (14:00~17:00)	사회적기업 리더되기 I	사회적기업 주요업무 이해 I - 지원제도 이해	강의
3차시	10월 21일 (14:00~17:00)	사회적기업 리더되기 II	사회적기업 주요업무 이해II - 사업계획서와 재무제표 이해	강의
4차시	10월 28일 (14:00~17:00)	현 장답방	선배와의 대화, 사회적기업 방문	강의 탐방

• 참가신청서는 제주특별자치도사회적기업·협동조합통합지원센터 홈페이지(www.jjeuon.org)를 통해 확인하실 수 있습니다.  
 • 일부 프로그램은 신청기간에 상황에 따라 변경될 수 있습니다.

주소 : 349- 제주특별자치도 - 제주특별자치도사회적기업·협동조합통합지원센터, 제주중장년일자리희망센터

<그림8-2> 제주 사회적기업 전문인력 양성과정

---

### 제3절 사회적경제기업 육성 중간지원조직 설치

#### 1. 사회적경제기업 육성 중간지원조직 필요성 증대

▶ 거제형사회적경제기업 체계적인 지원시스템 필요

- 사회적경제기업 종합적인 체계가 필요하며, 전문소통과 전문적인 지원인력의 필요성이 증대된다.

1) 사회적경제에 대한 인식 확대와 시민참여를 촉진하기 위한 중간지원조직의 필요가 증가함에 따라 전문적인 중간지원조직을 구축해야한다.

2) 사회적경제 육성 중간지원조직 설립을 통해 거제시 사회적경제 활성화를 통해 체계적인 사업추진이 가능하며, 사회적경제 육성을 위한 지역사회 거버넌스 구축이 가능하다.

3) 사회적경제에 대한 종합적이고 체계적인 지원시스템 부재 속에서, 사회적경제기업들의 정보소통과 전문적인 지원인력의 필요성이 증대된다.

4) 중간지원조직은 공공, 공공과 민간 지원 역할을 통해 거제형사회적경제 생태계를 조성하고 정보 제공, 자원 연계, 컨설팅, 인재 양성, 경영 지원 등 기업들이 유지할 수 있도록 역할을 시행한다.

경기연구원(2015) ‘따복공동체 개념 및 추진방향 연구’

정의	각종 서비스의 수요와 공급의 교류를 조정하는 기관, 기획력, 전문성, 마케팅 능력을 갖춘 에이전시	
목표	공공과 공공, 공공과 민간, 민간과 민관SE의 가교 및 역할을 통해 SE 지역생태계 조성을 목표	
역할	정보제공, 자원연계, 컨설팅, 인재양성, 경영지원 등	
설립유형	장 점	단 점
관 주도형 (공설-공영)	<ul style="list-style-type: none"> <li>예산의 안정성 확보</li> <li>공공성 확보</li> <li>사업 추진의 지속성 확보</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>관 중심의 운영, 지자체의 정책 방향에 좌우됨</li> <li>지역주민의 수요에 둔감(성과주의에 의한 경직성)</li> <li>사업 다양성 제한, 창조적 활동 제약(전문성 결여)</li> </ul>
민간주도형 (민설-민영)	<ul style="list-style-type: none"> <li>가업운영의 자율성과 유연성 확보</li> <li>전문성 및 사업의 다양성 확보</li> <li>주민의 주체적 참여</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>예산 확보의 제한</li> <li>여건 변화에 따른 불안정성</li> <li>공공성 &lt; 영리추구</li> </ul>
위탁형 (공설-민영)	<ul style="list-style-type: none"> <li>일정정도 행정으로부터의 독립성 (사업유연성)</li> <li>전문성 확보(전문인력, 초기 시행착오 최소화)</li> <li>예산의 인정성 확보</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>제한적 운영으로 사업 유연성 낮음</li> <li>행정의 간섭으로 인한 가시적 성과 지향 우려</li> <li>위탁기관의 능력 검증 중요</li> </ul>
민관협력형 (제3섹터방식)	<ul style="list-style-type: none"> <li>일반 주민 출자 가능</li> <li>창의력(민)과 행정력(관)의 시너지 극대화</li> <li>공익과 이익의 동시추구에 따른 사업경직성 해소</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>검증 필요</li> <li>시장 여건에 따른 운영의 유동성</li> <li>공익과 이익의 영역 모호/민관의 이해상충가능성</li> <li>과도한 기업성 추구, 공공의 개입</li> </ul>

<표 8-1> 중간지원 조직의 정의, 목표, 역할 및 유형

---

## 제4절 지역의제별 지역네트워크 형성

### 1. 사회적경제기업 지역의제 선정

▶ 지역의제 선정으로 활성화 계기 마련

- 본 연구에 따라 중간지원조직체계를 마련하고 지속적인 DB를 구축하여 사회적경제기업 현황을 파악이 필요함.

1) 중간지원조직체계를 통해 사회적경제기업 DB를 구축하여 사회적경제 인식, 기업 현황의 지속적인 파악이 필요하다.

2) 상황에 따라 바뀌는 사회적경제에 맞춰 지역의제를 선정하고 장기적인 계획을 마련하여 사회적경제의 장기적인 계획안을 만들어야 한다.

### 2. 사회적경제기업 지역네트워크 형성

▶ 지역네트워크 구성을 통해 상호간의 교류 활성화

- 본 연구 결과에 따르면 기업들 간에 교류가 부족하다. 지역네트워크를 구성하여 교류를 활성화시킬 필요가 있다.

1) 기업들 간에 상호교류를 통해 사업계획, 신사업 발굴, 공동프로젝트 진행 등의 활동으로 상생하는 시스템을 구축하여 사회적경제협의체가 활성화 되는 계기를 마련한다.

2) 지역의제별 다양한 이해관계자의 참여를 독려하여 의제별 네트워크를 구성하고 이를 통해 거제시 사회적경제 활성화 과제를 지속적으로 발굴하고 추진 가능하다.

## 천안협동사회경제네트워크 발족식 & 천안사회경제 활성화를 위한 정책 토론회

| 일정 : 2012년 10월 16일(화) 14:30  
 | 장소 : 천안NGO센터 교류실  
 | 문의 : 천안NGO센터 강운정 사무국장  
 | 연락처 : 041-562-1342 / 010-3261-2078  
 | 오시는 길 : 충청남도 천안시 서북구 두정동 655 농업경영인 다목적회관 2층

**■ 일정**

<b>14:30</b>	<b>천안협동사회경제네트워크 발족식</b>
<b>15:00</b>	<b>천안사회경제 활성화를 위한 정책 토론회</b> -사회자 : 장기수 의원 -발제 1 : 천안지역 사회경제 확산을 위한 정책제안 (충남발전연구원 사회경제지원센터 김종수 책임연구원) -발제 2 : '천안시 사회적기업 육성에 관한 조례' 개정안 제안(천안시의회 김영숙 의원) -토론 : 최재권, 정경록, 최선희, 지역경제과 일자리지원팀
<b>17:00</b>	<b>행사 마무리</b>

<그림 8-3> 천안협동사회적경제 네트워크 발족식

---

## 제5절 맞춤형 민·관 지역의제

### 1. 민·관 맞춤형 지역의제회의

▶ 지자체와 사회적경제기업들의 상호 공유

- 사회적경제 활성화에 지자체와 사회적경제기업 주체들이 상호 공유하는 공동생산의 목표를 지정한다. “지역사회에서 충족되지 못하는 다양한 사회적 필요를 해결하기 위한 혁신적인 방안을 찾아내고, 이를 효율적으로 추진하는 것(2009, 장원봉 외)”이라는 인식 공유가 필요하다.

1) 공동생산 목표를 실행하기 위해 지역사회 필요를 충족한 사회적경제기업들과 각 지자체 관련 행정부서는 교류를 통해 의제 공유와 문제해결 방안을 공동으로 인식하는 과정이 필요하다.

2) 지역사회 의제별 기업과 관련 행정부서의 맞춤형 지역의제회의를 통해 혁신방안을 수립하고, 기업의 사업방향과 관련 행정부서의 행정계획이 맞춤형으로 공유되어야 한다.

3) 공동체의식을 통해 사회적경제기업과 행정부서는 공동으로 진행하는 맞춤형 지역의제를 발굴하고 실질적으로 실현하는 방안 마련이 필요하다.

부 록



부 록 1.

안녕하세요. 거제시 사회적경제기업 실태조사 연구팀 입니다. 저희 연구팀은 거제시의 회 일자리창출 연구회와 함께 거제시사회적경제기업의 운영 현황 및 사회적성과 창출에 대한 실태조사를 수행하고 있습니다.

이 조사는 거제시 사회적경제기업 전체를 대상으로 하는 실태조사이며, 거제시 사회적경제기업 공식 통계 DB의 기초자료로 활용될 계획입니다.

조사결과는 통계목적으로만 사용되며, 응답내용 및 응답자의 정보는 통계법 제33조에 의해 철저히 비밀이 보장됩니다.

본 설문 작성을 위하여 바쁘시더라도 많은 협조를 부탁드립니다. 설문조사에 대한 문의사항이 있으시면 아래로 연락하여 주시기 바랍니다.

2020년 10월

- 주관기관 : DH COMPANY
- 조사담당 : 연구원 김도훈(010-9455-5241)

▣ 본 조사는 귀 조직의 경영현황을 잘 아시는 **경영자(대표, 이사, 총괄팀장 등)** 분이 응답해주시길 부탁드립니다.

응답자 인적사항			
응답자명		직위	① 조직대표 ② 임직원(직위: _____)
연락처		이메일	



- \_\_\_⑬ 전문,과학 및 기술 서비스업
- \_\_\_⑭ 사업시설관리, 사업지원 및 임대서비스업
- \_\_\_⑮ 교육서비스업
- \_\_\_⑯ 보건업 및 사회복지 서비스업
- \_\_\_⑰ 예술, 스포츠 및 여가 관련 서비스업
- \_\_\_⑱ 협회 및 단체, 수리 및 기타 개인서비스업
- \_\_\_⑲ 기타

## 1 지역문제 인식과 사회적경제 조직의 강점

**Q1. 귀 사회적경제 조직이 소재하고 있는 지역을 포함, 우리사회에서 전반적으로 해결해야 한다고 생각하는 지역문제는 무엇이라고 생각하십니까? 우선순위 1가지만 표시해주세요.**

- \_\_\_① 소득 및 주거불안(가계빚 증가, 소득양극화, 내집마련 어려움, 경기침체 등)
- \_\_\_② 노동 불안정(비정규직 증가, 청년일자리 부족, 재취업 어려움 등)
- \_\_\_③ 교육 불평등(교육정책 다변성, 지역간 교육격차, 높은 사교육의존성)
- \_\_\_④ 삶의 질 저하(보육문제, 문화생활 격차심화, 부족한 복지제도, 노인소외 문제)
- \_\_\_⑤ 급격한 사회구조 변화(출산율저하, 고령화, 1인가구증가, 공동체성 붕괴)
- \_\_\_⑥ 사회통합 저해(사회적약자 차별, 만연한 특권문제, 정부의 신뢰도 저하, 지역갈등 심화)
- \_\_\_⑦ 안전 위협(먹거리불안, 전염병 확산, 재난사고, 학교폭력, 사이버범죄)
- \_\_\_⑧ 환경오염과 기후변화(온실가스증가, 환경호르몬 노출, 수질오염, 생활폐기물 증가)
- \_\_\_⑨ 자원고갈(물부족, 식량부족, 전력수급 불안정, 지하자원 감소)
- \_\_\_⑩ 자연재해(지진과 쓰나미, 홍수, 산사태, 태풍, 폭염 및 한파)
- \_\_\_⑪ 기타 ( )

**Q2. 귀 사회적경제 조직이 우선 해결하고자 노력하는 지역의 문제는 어디에 해당된다고 생각하십니까? 우선순위 1가지만 표시해주세요.**

- \_\_\_① 소득 및 주거불안(가계빚 증가, 소득양극화, 내집마련 어려움, 경기침체 등)
- \_\_\_② 노동 불안정(비정규직 증가, 청년일자리 부족, 재취업 어려움 등)
- \_\_\_③ 교육 불평등(교육정책 다변성, 지역간 교육격차, 높은 사교육의존성)
- \_\_\_④ 삶의 질 저하(보육문제, 문화생활 격차심화, 부족한 복지제도, 노인소외 문제)
- \_\_\_⑤ 급격한 사회구조 변화(출산율저하, 고령화, 1인가구증가, 공동체성 붕괴)
- \_\_\_⑥ 사회통합 저해(사회적약자 차별, 만연한 특권문제, 정부의 신뢰도 저하, 지역갈등 심화)
- \_\_\_⑦ 안전 위협(먹거리불안, 전염병 확산, 재난사고, 학교폭력, 사이버범죄)
- \_\_\_⑧ 환경오염과 기후변화(온실가스증가, 환경호르몬 노출, 수질오염, 생활폐기물 증가)



**Q5. 귀 사회적경제 조직은 현재 업종, 지역 또는 조직유형별 협의체(or 연합체)에 가입, 활동에 참여하고 있습니까?**

\_\_\_① 있다 (☞ Q5-1로 이동)

\_\_\_② 없다 (☞ Q6으로 이동)

**Q5-1. 귀 사회적경제 조직이 정기적이며 적극적으로 활동하고 있는 협의체(연합회) 명을 적어 주십시오.**

1순위		2순위	
-----	--	-----	--

**Q6. 귀 사회적경제 조직은 조직운영에 있어 지역내 타 기관들과 얼마나 연계되어 있다고 생각하십니까? 각 항목별로 지역의 타 기관과의 연계정도가 매우 강하다고 생각할 경우 10점 방향으로, 연계가 매우 약하다고 생각할 경우 0점 방향으로 평가해주시오.**

구분	지역 내 기관 유형	연계정도									
		연계약함 ←		보통						→ 연계강함	
1) 지역 자치단체	시, 군, 구청	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦	⑧	⑨	⑩
2) 지역 시민단체	문화재단, 주민조직, 비영리조직 등	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦	⑧	⑨	⑩
3) 지역 공공기업	공기업, 지역공기업 등	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦	⑧	⑨	⑩
4) 지역 민간기업	대기업, 중소기업, 지역기업, 소상공인, 사회적경제기업 등	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦	⑧	⑨	⑩

**Q7. 귀 사회적경제 조직이 활동하고 있는 지역 내에서 가장 네트워크 활동을 활발하게 수행하는 사회적경제 조직은 어디입니까? 우선적으로 생각나는 조직 2개소를 말씀해주시오.**

1순위		2순위	
-----	--	-----	--

**Q8. 귀 조직은 신사업을 기획할 때 구체적인 사업 아이디어를 발굴하고 발전시키는데 어디의 도움을 가장 많이 받고 있다고 생각하십니까?**

\_\_\_① 지역주민

\_\_\_② 지인 및 관련 영역 전문가

\_\_\_③ 공공기관(지자체)

\_\_\_④ 전문 컨설팅 업체

\_\_\_⑤ 동종업계 종사자

\_\_\_⑥ 기타 ( )

**3 협력 거버넌스**

**Q9. 귀 사회적경제 조직이 소재한 지역 내 협력 거버넌스에 대한 생각은 어디에 가깝습니까?  
귀하의 생각과 가까운 곳에 √ 표시를 해주십시오.**

항목	전혀 그렇지 않다	그렇지 않다	보통 이다	그렇다	매우 그렇다
1) 우리지역의 사회적경제 조직 및 시민사회섹터와 행정기관은 지역발전을 위하여 지속 협력하고 있다.	___①	___②	___③	___④	___⑤
2) 우리지역의 행정기관은 지역공동체 조직 및 시민사회섹터를 지역발전을 위해 중요 역할을 수행하며 공동으로 노력하는 협력 파트너로 인식하고 있다.	___①	___②	___③	___④	___⑤
<b>3) 우리지역의 행정기관은 지역공동체 조직 및 시민사회섹터와 상호보완적으로 돕고 있다.</b>	___①	___②	___③	___④	___⑤

\* 시민사회섹터는 국가 및 시장영역을 제외한 모든영역(시민단체, 직능단체, 동호회, 종교단체 등)을 의미합니다.

**Q10. 귀 사회적경제 조직이 소재한 지역 내 사회적경제 활성화를 위한 지원환경에 관한 내용입니다. 해당되는 곳에 √ 표시를 해주십시오.**

항목	전혀 그렇지 않다	그렇지 않다	보통 이다	그렇다	매우 그렇다
1) 내가 속한 지역은 <u>사회적경제 관련 조례 등 지원제도가 잘 정비되어 있다.</u>	___①	___②	___③	___④	___⑤
2) 내가 속한 지역은 정부의 사회적경제 활성화 의지를 반영해 <u>다양한 사업모델과 지역에 기반한 사회적경제 기업을 발굴, 육성하려는 계획을 수립하고 있다.</u>	___①	___②	___③	___④	___⑤
3) 내가 속한 지역은 사회적경제 활성화를 위해 수립한 <u>지원계획에 관한 이행이 잘 이루어지고 있다.</u>	___①	___②	___③	___④	___⑤
4) 내가 속한 지역은 도시재생 뉴딜 등 정책관련 사업과 <u>사회적경제 영역과의 연계 기회가 점차 늘어나고 있다.</u>	___①	___②	___③	___④	___⑤
5) 내가 속한 지역은 <u>지역형 사회적경제 기금을 조성, 사회적경제 조직들이 필요시 활용할 수 있도록 연계해주고 있다.</u>	___①	___②	___③	___④	___⑤

**Q11. 귀 조직은 지역기반 사회적경제 활성화를 위해 가장 필요한 정책(사업)지원방향은 무엇이라고 생각하십니까? 우선순위 1가지만 표시해주세요.**

- ① 사회적경제 인식제고 홍보(주민대상 바이소셜캠페인 추진 등)
  - ② 사회적경제기업 발굴 및 육성
  - ③ 사회문제 해결을 위한 혁신형 사업모델 기획
  - ④ 지역 공공자산을 활용한 사회적경제 활성화 사업 기획
  - ⑤ 사회적경제 시장 활성화(장터운영 확대, 상품 및 서비스 판촉 플랫폼 증대 등)
  - ⑥ 자치구 사회적경제 통합 지원체계 구축
  - ⑦ 지역성을 반영한 사회적경제 특화지구 운영 및 확대
  - ⑧ 지역내 사회적경제 일자리 창출을 위한 지원 확대
- (☞ 2020년 설립 기업은 Q17로 이동)

\* 바이소셜(Buy Social) 캠페인은 사회적경제 인식 제고를 위한 대국민 홍보 캠페인으로, 사회적경제 기업의 제품/서비스 가치소비 등 시민이 일상에서 사회적 가치를 창출하는 방법을 제안하는 활동을 의미합니다.

#### 4 사회적경제 조직의 경제적 성과

**Q12. 귀 사회적경제 조직은 운영성과적 측면에서 어느 생애주기에 위치하고 있다고 생각하십니까? (※ 2020년 현재 기준으로 작성해주세요)**

- ① 시작단계                       ② 생존단계                       ③ 성장단계
- ④ 성숙단계                       ⑤ 위기단계

<작성을 위한 설명>

- ① 시작단계 : 조직운영시작, 시장진입을 위한 노력에 많은 에너지 투입
- ② 생존단계 : 사업계획 및 전략수정, 시장과의 상호작용을 통한 적응(변화)요구
- ③ 성장단계 : 운영시스템 정착, 성장에 따른 효율성 증가, 시장, 상품, 서비스 확장 도전
- ④ 성숙단계 : 이익창출 모델사업 정립, 지속경쟁력 확보를 위한 새로운 투자 요구
- ⑤ 위기단계 : 운영지속 어려움으로 업종전환 등 압박감 증가, 휴업 나아가 폐업 고려

**Q13. 경제적 성과와 관련, 귀 사회적경제 조직이 아래에 동의하시는 정도는 어떠합니까?**  
**(2020년(추정) 귀사의 경제적 성과는 다음 항목별로 2019년과 비교했을 때 해당되는 곳에 √ 표시를 해주십시오)**

항목		전혀 그렇지 않다	그렇지 않다	보통 이다	그렇다	매우 그렇다
우리조직은 전년대비 (20년기준, 19년과 비교했을 때)	1) 평균 매출액이 증가하였다.	___①	___②	___③	___④	___⑤
	2) 평균 총수입이 증가하였다.	___①	___②	___③	___④	___⑤
	3) 총 영업이익이 증가하였다.	___①	___②	___③	___④	___⑤
	4) 총 지출비용이 증가하였다.	___①	___②	___③	___④	___⑤
	5) 총 자산이 증가하였다.	___①	___②	___③	___④	___⑤
	6) 총 부채가 증가하였다.	___①	___②	___③	___④	___⑤

## 5 사회적경제 조직의 사회적 성과

**Q14. 귀 조직의 유급 근로자 현황(2020년 10월 기준)에 대한 내용입니다. 가능한 구체적으로 작성해주시길 부탁드립니다.**

구분	인원
1) 총 근로자수	명
2) 정규직 근로자수	명
3) 취약계층 근로자수	명
4) 전체 취약계층 근로자 중 해당지역 출신 취약계층 근로자 수	명

\* 취약계층은 장애인, 65세 이상 노인, 저소득층, 한부모가정 등 우선순위 고용 대상자를 의미합니다.

Q15. 사회적 성과와 관련, 귀 조직이 아래에 동의하시는 정도는 어떠합니까? 해당되는 곳에 √ 표시를 해주십시오.

항목		전혀 그렇지 않다	그렇지 않다	보통 이다	그렇다	매우 그렇다
우리조직은	1) 제공하는 서비스 중 사회서비스의 비중이 높은 편이다.	___①	___②	___③	___④	___⑤
	2) 지역 창업활동에 기여하는 정도가 큰 편이다.	___①	___②	___③	___④	___⑤
	3) 지역소득 증가에 기여하는 정도가 큰 편이다.	___①	___②	___③	___④	___⑤
	4) 지역사회 고용창출에 기여하는 정도가 큰 편이다.	___①	___②	___③	___④	___⑤
	5) 지방재정에 기여하는 정도가 큰 편이다.	___①	___②	___③	___④	___⑤
	6) 지역사회 빈곤을 감소에 기여하는 정도가 큰 편이다.	___①	___②	___③	___④	___⑤
	7) 지역사회 공동체 의식 확산에 기여하는 정도가 큰 편이다.	___①	___②	___③	___④	___⑤

## 6 사회적 가치 실현에 대한 인식과 태도

Q16. 귀 조직이 사업을 운영하는 과정에서 아래에 제시된 세부 사회적가치 중 가장 중요하다고 생각하는 사회적 가치 영역은 무엇입니까? (한가지만 선택)

- \_\_\_① 인권            \_\_\_② 건강·보건            \_\_\_③ 노동            \_\_\_④ 사회통합  
 \_\_\_⑤ 환경            \_\_\_⑥ 안전            \_\_\_⑦ 시민사회            \_\_\_⑧ 참여  
 \_\_\_⑨ 지역경제            \_\_\_⑩ 지역사회            \_\_\_⑪ CSR(기업의 사회적 책임)            \_\_\_⑫ 상생협력  
 \_\_\_⑬ 일자리

**Q17. 귀 조직은 사회적경제 기업으로서 아래에 제시된 사회적가치 실현 노력을 얼마나 중요하게 고려하고 계십니까?**

항목	전혀 중요치 않다	중요치 않다	보통 이다	중요 하다	매우 중요 하다
01) 인간의 존엄성을 유지하는 기본 권리로서 인권의 보호	___①	___②	___③	___④	___⑤
02) 재난과 사고로부터 안전한 근로, 생활환경의 유지	___①	___②	___③	___④	___⑤
03) 건강한 생활이 가능한 보건복지의 제공	___①	___②	___③	___④	___⑤
04) 노동권의 보장과 근로조건의 향상	___①	___②	___③	___④	___⑤
05) 사회적 약자에 대한 기회제공과 사회통합	___①	___②	___③	___④	___⑤
06) 대기업 · 중소기업 간의 상생과 협력	___①	___②	___③	___④	___⑤
07) 품위 있는 삶을 누릴 수 있는 양질의 일자리 창출	___①	___②	___③	___④	___⑤
08) 지역사회 활성화와 공동체 복원	___①	___②	___③	___④	___⑤
09) 경제활동을 통한 이익이 지역에 순환되는 지역경제 공헌	___①	___②	___③	___④	___⑤
10) 윤리적 생산과 유통을 포함한 기업의 자발적인 사회적 책임 이행	___①	___②	___③	___④	___⑤
11) 환경의 지속가능성 보전	___①	___②	___③	___④	___⑤
12) 시민적 권리로서 민주적 의사결정과 참여의 실현	___①	___②	___③	___④	___⑤
13) 그 밖에 공동체의 이익실현과 공공성 강화	___①	___②	___③	___④	___⑤

※ 사회적가치란, 사회, 경제, 환경, 문화 등 모든 영역에서 공공의 이익과 공동체 발전에 기여할 수 있는 가치를 의미합니다.

## 7 거제시 특화조사(공통)

**Q18. 귀 조직의 사회적가치 추구 활동이 경제적 수익 저하를 발생시키는지 또는 경제적 수익 추구 활동이 사회적가치 추구 활동을 위축시키는지 해당사항에 체크해주시기 바랍니다.**

구분	매우 충돌한다	충돌한다	보통이다	충돌하지 않는다	매우 충돌하지 않는다
01) 사회적가치와 경제적가치의 충돌 여부	___①	___②	___③	___④	___⑤
02) 대상취약계층과 고객의 일치 여부	___①	___②	___③	___④	___⑤

## Q19. 각 항목에 대해 귀 조직이 추구하는 내용은 무엇입니까?

구분	내용
1) 해결하고자 하는 사회적문제는 무엇입니까?	
2) 대상 취약계층은 누구입니까?	
3) 주요 생산하는 서비스품목은 무엇입니까?	
4) 주요 고객은 누구입니까?	

**Q20. 조직의 역량과 관련, 귀 조직이 동의하시는 정도는 어떠합니까? 해당되는 곳에 √ 표시를 해주십시오. (\*관련이 없거나 고려하지 않은 항목은 매우 낮음으로 선택해주세요)**

항목		매우 낮음	낮음	보통	높음	매우 높음
재무적 역량정도	1) 재정조달의 안정성(수입, 지원금, 매출 등)	__①	__②	__③	__④	__⑤
	2) 예산지출관리의 효율성(회계 및 재무관리)	__①	__②	__③	__④	__⑤
	3) 이해관계자의 재정지원 정도(정부지원 및 기부)	__①	__②	__③	__④	__⑤
	4) 거래수입(매출)	__①	__②	__③	__④	__⑤
이해관계자(고객)와의 유기적이고 협력적인 관계 정도	5) 정부(지자체)	__①	__②	__③	__④	__⑤
	6) 사회서비스 이용자	__①	__②	__③	__④	__⑤
	7) 내부 종업원	__①	__②	__③	__④	__⑤
	8) 지역사회	__①	__②	__③	__④	__⑤
	9) 공급자(협력업체)	__①	__②	__③	__④	__⑤
	10) 사회공헌활동기업	__①	__②	__③	__④	__⑤
내부 프로세스(조직 내부 활동의 효율성)	11) 외부기관과의 파트너십	__①	__②	__③	__④	__⑤
	12) 조직문화(조직의 고유한 가치와 문화)	__①	__②	__③	__④	__⑤
	13) 조직관리/조직구조(인적자원관리체계)	__①	__②	__③	__④	__⑤
	14) 내.외부 의사소통(내부회의 및 외부홍보)	__①	__②	__③	__④	__⑤
	15) 주력제품이나 서비스의 품질	__①	__②	__③	__④	__⑤
학습 및 성장 관점(조직차원의 지속적인 노력 정도)	16) 정보공유정도(임직원간 정보공유)	__①	__②	__③	__④	__⑤
	17) 교육훈련정도	__①	__②	__③	__④	__⑤
	18) 경영참여도(임직원의 경영참여의지)	__①	__②	__③	__④	__⑤
	19) CEO나 관리자의 리더십	__①	__②	__③	__④	__⑤
	20) 학습문화(임직원의 성장의지)	__①	__②	__③	__④	__⑤

※ 사회적가치란, 사회,경제, 환경,문화 등 모든 영역에서 공공의 이익과 공동체 발전에 기여할 수 있는 가치를 의미합니다.

**Q21. 귀하의 의사결정은 다음 항목별로 어떠하다고 생각하십니까? 해당되는 곳에 √ 표시를 해주십시오.**

항목	전혀 그렇지 않다	그렇지 않다	보통이다	그렇다	매우 그렇다
01) 우리 기업의 의사결정은 다양한 이해관계자(직원, 수혜자, 지역주민, 조합원, 정부)를 포함한다.	___①	___②	___③	___④	___⑤
02) 우리 기업의 의사결정은 장기목표를 세우는데 이해관계자가 의사결정권을 행사한다.	___①	___②	___③	___④	___⑤
03) 우리 기업의 의사결정은 사회적 이익을 고려한 운영위원회 구성시 직원참여를 중요시 한다.	___①	___②	___③	___④	___⑤
04) 우리 기업의 의사결정은 주주/투자자들이 관심을 갖는다.	___①	___②	___③	___④	___⑤
05) 우리 기업의 의사결정은 투자자, 조합원, 지역주민의 이익(수익)을 중심으로 이루어진다.	___①	___②	___③	___④	___⑤
06) 우리 기업의 의사결정은 투자자, 주주, 조합원이 합법적으로 경제적 이익을 창출하기 위한 것이다	___①	___②	___③	___④	___⑤
07) 품우리 기업의 의사결정은 이익배분과 임금협상에 기업구성원이 참여할 수 있게 한다	___①	___②	___③	___④	___⑤

## 8 거제시 특화조사(브랜드 수요조사)

**Q22. 귀하께서는 자체브랜드를 소유하고 계십니까?**

- \_\_\_① 과거에도 현재에도 없다
- \_\_\_② 과거에 소유하고 있었지만, 지금은 없다
- \_\_\_③ 현재 소유하고 있다

**Q22-1. 자체브랜드를 계속해서 사용하지 않는 이유는 무엇입니까?**

- \_\_\_① 브랜드 홍보가 되지 않아서
- \_\_\_② 상품 판매에 도움이 되지 않아서
- \_\_\_③ 브랜드 유지 및 투자비용이 부담스러워서
- \_\_\_④ 브랜드 운영 및 업그레이드가 까다로워서
- \_\_\_⑤ 딱히 없어도 될 것 같아서

**Q22-2. 자체브랜드를 만들게 된 동기나 이유는 무엇입니까?**

- \_\_\_① 시장진입에 용이하기 위해
- \_\_\_② 제품의 경쟁력을 높이기 위해
- \_\_\_③ 원활한 제품의 홍보를 위해
- \_\_\_④ 사회적 가치를 확산시키기 위해
- \_\_\_⑤ 자체브랜드를 소유하는 것이 기본이기 때문에

**Q22-3. 자체브랜드에 대해 어떻게 평가하고 계십니까?**

- \_\_\_① 매우 미흡하다
- \_\_\_② 미흡하다
- \_\_\_③ 보통이다
- \_\_\_④ 효과적이다
- \_\_\_⑤ 매우 효과적이다

**Q22-4. 자체브랜드를 만들고, 운영하는데 가장 힘들었던 점은 무엇입니까?**

- \_\_\_① 업그레이드 할 시기를 놓침
- \_\_\_② 브랜드를 알리기 위한 방법 및 투자
- \_\_\_③ 새로운 자사 제품과 어떻게 차별화하여 제품군을 만들어 갈 것인가
- \_\_\_④ 책임자의 역량 및 부재
- \_\_\_⑤ 기타 ( )

**Q23. 귀하께서는 거제시 사회적경제 제품을 위한 공동 브랜드가 필요하다고 생각하시나요?**

- \_\_\_① 아니오, 필요 없음 (☞ Q27로 이동)
- \_\_\_② 네, 필요함 (☞ Q24-1로 이동)

**Q23-1. 공동 브랜드가 필요하다고 생각하신 이유는 무엇입니까?**

- \_\_\_① 시장진입에 용이하기 위해
- \_\_\_② 제품의 경쟁력을 높이기 위해
- \_\_\_③ 원활한 제품의 홍보를 위해
- \_\_\_④ 사회적 가치를 확산시키기 위해
- \_\_\_⑤ 더 많은 판로 개척을 위해

**Q24. 만약 거제시 사회적경제 공동브랜드가 만들어진다면, 이로 인한 사회적경제 상품의 인지도 및 판매 향상에 어떤 영향을 주실 거라 생각하십니까?**

- ① 매우 영향을 미칠 것이다
- ② 영향을 미칠 것이다
- ③ 보통이다
- ④ 영향을 미치지 못할 것이다
- ⑤ 매우 영향을 미치지 못할 것이다

**Q25. 만약 거제시 사회적경제 공동브랜드가 만들어진다면, 귀하께서는 참여할 의향이 있으십니까?**

- ① 참여하지 않음, 그 이유는( )
- ② 참여함
- ③ 잘 모르겠다

**Q25-1. 공동브랜드에 참여한다면 참여할 귀하 조직의 제품 개수는 최대 몇 개일 것 같습니까?**

---( )개

**Q25-2. 공동브랜드에 참여하는 귀하 조직의 제품이 타제품 대비 차별성(장점)은 무엇입니까?**

※제품 개수가 많을 경우, 주력 상품 상위 3개를 기입해주시기 바랍니다.

제품명	차별성
1)	
2)	
3)	

**Q25-3. 공동 브랜드 제작에 있어 가장 중요하다고 생각되는 요소는 무엇입니까?**

- ① 지역 대표성
- ② 차별성 및 독특성
- ③ 제품과의 연관성
- ④ 발음 용이성
- ⑤ 사회적 가치의 표현성

**Q25-4. 공동 브랜드가 가지고 있어야할 가장 큰 특징은 무엇이라고 생각하십니까?**

- ① 다양한 제품군
- ② 가격 경쟁력
- ③ 일정 수준 이상의 품질 기준(HACCP 등)
- ④ 사회적가치
- ⑤ 기타( )

**Q25-5. 공동 브랜드의 품질 관리 주체는 누가 되어야 한다고 생각하십니까?**

- ① 거제시
- ② 중간지원조직 및 도 출자기관
- ③ 위원회
- ④ 마케팅 업체
- ⑤ 기타( )

**Q25-6. 각 항목에 대해 귀하의 의견과 가장 가까운 응답에 체크해주시기 바랍니다.**

항목	동의하지 않는다	잘 모르겠다	동의한다
1) 공동브랜드의 품질기준 마련이 필요하다	___①	___②	___③
2) 품질기준이 마련되면 기준에 맞춰, 일정 기준을 통과한 제품에게만 공동 브랜드 사용을 허가해야 한다.	___①	___②	___③
3) 공동브랜드를 부정하게 사용할 시 패널티(경고)를 부과해야 한다.	___①	___②	___③

**Q25-7. 공동 브랜드의 품질 관리 기준이 마련될 경우 가장 중점을 뒀야할 부분은 무엇이라고  
생각하십니까?**

항목	가장 적게	적게	보통	많이	가장 많이
01) 제품 생산 시설	___①	___②	___③	___④	___⑤
02) 제품의 위생	___①	___②	___③	___④	___⑤
03) 제품의 가격	___①	___②	___③	___④	___⑤
04) 제품의 품질	___①	___②	___③	___④	___⑤
05) 기업 또는 제품의 사회적가치 실현	___①	___②	___③	___④	___⑤

- 지금까지 설문에 응원해주셔서 감사드립니다 -

부 록 2.

**사회적경제기업 인식 설문조사**

본 설문은 거제시의회 일자리연구단체와 함께 거제시사회적경제기업 시민분들의 인식에 대한 설문조사입니다.

이 조사는 거제시사회적경제기업 인식에 대해 거제시민을 대상으로 하는 인식조사이며, 거제시 사회적 경제기업 공식 통계 DB의 기초자료로 활용될 계획입니다.

**Q1. 귀하의 연령은 어떻게 되십니까?**

- ① 만18세 이상    ② 만30세 이상    ③ 만40세 이상    ④ 만 50세 이상    ⑤ 만60세 이상

**Q2. 귀하의 거주지역은 어떻게 되십니까?**

- ① 고현동/장평동/상문동/수양동    ② 옥포1동/옥포2동/아주동    ③ 연초면/하청면/장목면  
④ 장승포동/능포동/일운면    ⑤ 거제면/둔덕면/남부면/동부면

**Q3. 귀하는 사회적경제기업을 알고계십니까?**

- ① 알고 있다(Q3-1)    ② 모르고 있다    ③ 들어본 적 있다

**Q3-1. 귀하는 사회적경제기업을 어떻게 알게 되었습니까?**

- ① 인터넷(포털, SNS 등)    ② 언론    ③ 지인    ④ 거제시 홍보

**Q4. 귀하는 사회적경제기업의 물품을 판매한다면 구매하실 것입니까?**

- ① 구매한다    ② 구매하지 않는다    ③ 잘모르겠다(Q4-1)

**Q4-1. 귀하는 '잘 모르겠다' 는 이유가 무엇입니까?**

- ① 가격비교    ② 품질비교    ③ 디자인비교    ④ 필요성

**Q5. 귀하는 거제시를 통해 사회적경제기업들에 대한 홍보를 받은적이 있으십니까?**

- ① 있다(Q5-1)    ② 없다

**Q5-1. 귀하는 거제시사회적경제기업 홍보를 어디서 받으셨습니까?**

- ① 시청홈페이지    ② SNS    ③ 캠페인    ④ 시청공보    ⑤ 언론

부 록 3.

거제시 사회적경제기업 제품 구매촉진 및 판로지원에 관한 조례

[시행 2020.06.25.]

2020.06.25 조례 제1750호

관리책임부서 : 일자리정책과

연 락 처 : 055-639-4152

제1조(목적)

이 조례는 거제시가 사회적경제기업이 생산하는 재화나 서비스의 구매를 촉진하고 판로를 지원하는데 필요한 사항을 규정함을 목적으로 한다.

제2조(정의) 이 조례에서 사용하는 용어의 뜻은 다음과 같다.

1. “사회적경제기업”이란 주된 사업소가 시에 있는 다음 각 목의 어느 하나에 해당하는 조직을 말한다.
  - 가. 「사회적기업 육성법」 제2조제1호에 따른 사회적기업 및 중앙행정기관의 장 또는 지방자치단체의 장이 정하는 예비사회적기업
  - 나. 「도시재생 활성화 및 지원에 관한 특별법」 제2조제1항제9호에 따른 마을기업 및 지방자치단체의 장이 정하는 예비마을기업
  - 다. 「협동조합기본법」 제2조에서 정의하는 협동조합, 협동조합연합회, 사회적협동조합, 사회적협동조합연합회
  - 라. 「국민기초생활 보장법」 제18조에 따른 자활기업
  - 마. 그 밖에 사회적가치 실현을 주된 목적으로 경제적 활동을 하는 기업, 비영리 법인 또는 비영리 민간단체 등
2. “사회적경제기업 제품”이란 제1호에 해당하는 사회적경제기업이 생산하는 재화나 서비스를 말한다.

제3조(시장의 책무)

시장은 사회적경제기업 제품의 구매를 촉진하고 판로를 지원하기 위한 시책을 적극적으로 추진하여야 한다.

#### 제4조(적용대상 공공기관)

이 조례의 적용을 받는 공공기관은 다음 각 호와 같다.

1. 「거제시 행정기구 설치 조례」에 따른 본청, 직속기관, 사업소, 면·동
2. 시의회사무국
3. 「지방공기업법」에 따라 시가 설립한 지방공사
4. 「지방자치단체 출자·출연기관의 운영에 관한 법률」 제2조제1항에 따라 시에서 출자 또는 출연한 기관

#### 제5조(구매촉진계획 수립)

- ① 시장은 사회적경제기업 제품 구매를 활성화하기 위한 사회적경제기업 제품 구매촉진 계획(이하 “구매계획”이라 한다)을 수립하여야 한다.
- ② 제1항의 구매계획에는 다음 각 호의 사항이 포함되어야 한다.
  1. 사회적경제기업 제품 구매촉진을 위한 기본목표 및 추진방향
  2. 사회적경제기업 제품 구매계획
  3. 사회적경제기업 제품 구매촉진을 위한 홍보 및 판로지원 계획
  4. 그 밖에 사회적경제기업 제품 구매촉진에 필요한 사항
- ③ 시장은 구매계획을 수립할 때 필요한 경우 공공기관 등에 관련 자료의 제출을 요청할 수 있다.

#### 제6조(구매실적 작성)

- ① 시장은 매년 다음 각 호의 사항이 포함된 전년도 사회적경제기업 제품 구매실적 결과를 작성하여야 한다.
  1. 총 구매금액 및 품목별 구매금액
  2. 구매계획 대비 구매실적
  3. 구매촉진을 위한 홍보 실적
  4. 그 밖에 구매실적 관리를 위해 필요한 사항

- ② 시장은 구매실적을 작성할 때 필요한 경우 공공기관 등에 관련 자료의 제출을 요청할 수 있다.

제7조(공공기관의 우선구매 등)

- ① 공공기관의 장은 재화나 서비스 등을 구매할 경우에는 사회적경제기업 제품의 우선구매를 촉진하여야 한다.
- ② 공공기관의 장이 사회적경제기업 제품을 우선 구매할 수 있는 범위는 다음 각 호와 같다.
  1. 물품 등을 제조·구매 계약하는 경우
  2. 공사·용역 등을 계약하는 경우

제8조(우선구매 예외)

공공기관의 장은 다음 각 호의 어느 하나에 해당하는 경우에는 사회적경제기업 제품을 우선구매하지 아니할 수 있다.

1. 사회적경제기업 제품의 이용자가 그 품질에 지속적으로 불만을 제기하고 이에 합당한 이유가 있다고 판단되는 경우
2. 사회적경제기업 제품의 재고 부족 등의 사유로 공급에 장기간이 소요되어 구매 목적의 달성이 어려울 경우
3. 사회적경제기업 제품의 가격이 해당 회계연도 예산으로 구매가 불가능한 경우
4. 관련 법령에 따라 수의계약의 방식으로 구매할 수 없는 경우
5. 그 밖에 공공기관의 장이 우선구매가 적절하지 아니하다고 판단하는 경우

제9조(판로지원)

- ① 시장은 시에 소재한 교육기관 및 복지시설 등에 사회적경제기업 제품의 우선구매를 요청할 수 있다.
- ② 시장은 사회적경제기업 제품의 생산 및 구매촉진을 위하여 필요한 경우 관계 기업 및 기관·단체 등과 협약을 맺을 수 있다.
- ③ 시장은 사회적경제기업이 사회적경제기업 제품의 소비 촉진을 위하여 추진하는 교육·홍보사업에 필요한 경비의 일부를 예산의 범위에서 지원할 수 있다.

제10조(제품에 관한 정보제공)

- ① 시장은 사회적경제기업 제품의 정보를 수집하여 공공기관 등에 제공할 수 있다.
- ② 시장은 필요한 경우 전문기관 등에 사회적경제기업 제품과 관련한 정보수집을 의뢰할 수 있다.

제11조(교육훈련)

시장은 사회적경제기업 제품 구매촉진을 위하여 공공기관의 구매담당자 등을 대상으로 교육훈련 계획을 수립·시행할 수 있다.

## 부 록 4.

## 2020년 사회적경제 정책자료집

(2020 사회적경제 정책자료집 2권역(부산·울산·경남))

## 1. 거제 아열대 특화자원기반 지역 활력 플랫폼 구축

## 1.1 추진 인력체계 구축, 네트워크 구축, 홍보 플랫폼 구축

## ■ 사업개요

- 목 적 : 지역개발사업 등으로 구축된 다양한 자원과 민간 조직을 활용하여 지역특화산업 고도화, 선순환 경제 육성 등 자립적 지역발전 기반 구축 계획

## ■ 사업개요

- 위 치 : 거제시 일원
- 사업기간 : 2020~2023년(4년)
- 사업비 : 70억 원(국비49, 지방비 21)
- 세부내용
  - 열대 Farm-LAND조성 : 사무공간, 교육공간, 건강측정실, 테라피실
  - 아열대 Farm 농촌 신활력플러스 추진단 조직화
  - 아열대 Farm 농촌 신활력플러스 추진체계 역량강화
  - 아열대 작물 귀농귀촌 맞춤형 정착 및 창업지원 등

## ■ 사업별 세부내용

- 맞춤형 역량 강화를 통한 추진 인력체계 구축사업
  - 신활력 플러스 사업 추진단 조직화, 추진체계 역량강화
  - 사업비 : 10억 원
  - 사업기간 : 2020 ~ 2023년(4년간)
- 지역의 사회적경제조직과 네트워크 구축 및 일자리 창출
  - 아열대 기반 구축을 위한 아카데미 운영. 귀농, 귀촌 맞춤형 정착 및 창업 교육, 일자리 창출 프로그램 운영, 농촌지역내 민박·관광농원과 연계한 농촌관광콘텐츠 개발, 관내 고등학생 대상 창업지원 프로그램 운영

- 사업비 : 19.3억 원
- 사업기간 : 2020 ~2023년(4년간)
- 거제시 지역자원 연계한 홍보 플랫폼 구축
- 농촌체험관광 시설 및 농산물의 정보 제공·홍보, 아열대 특화작물 및 농촌체험 관광 홍보 플랫폼 구축
- 사업비 : 7억 원
- 사업기간 : 2020 ~2023년(4년간)

■ 사업내용(참여)

- 교육, 컨설팅이 주된 사업이므로 세부 사업과 관련된 분야 전문성을 가진 사회적경제기업은 공모 참여 가능
- 공모에 의한 참여자 선정

■ 사업 참여시 지원내용

- 세부사업 참여 시 정해진 예산의 범위 내에서 진행

■ 참여대상(요건)

- 세부 사업과 관련된 분야의 전문성을 가진 업체

■ 신청·접수

- (시기) 농촌 신활력 플러스 사업 기본계획이 농림축산식품부의 최종 승인 이후 사업추진(2020년 10월 이후)
- (방법) 온라인/직접방문/우편 - 거제시농업기술센터 농업지원과

■ 제출서류

- 참여 하고자 하는 세부사업 추진 방향, 계획 등

■ 처리절차

신청·접수	평가 및 심사	사업 수행	결과보고
업체→사업부서	사업부서 및 추진단	업체, 추진단	업체

## 2. 학동항 어촌뉴딜 300사업

### 2.1 힐리푸드 판매장

#### ■ 사업개요

- (단위사업) 여름철 집중된 관광객이 계절과 관계없이 지속적으로 방문할 수 있도록 몽돌을 테마로 4계절 이용 가능한 공간조성 및 시설물 설치
- 사업내용 : 선착장, 힐리푸드판매장, 몽돌힐링쉼터, 몽돌테마거리, 경관조명, S/W사업 등
- 사업비 : 8,402백만 원
- 사업기간 : 2019 ~2021년(3년)
- (세부사업) 힐리푸드(몽돌어묵 등) 및 기념품 판매, 특산품 정보 제공을 통해 학동마을의 상업적 이미지를 제고할 수 있는 힐리푸드 판매장 조성
- 건물면적(연면적) : 88.25 $m^2$ (169 $m^2$ )
- 세부시설 : 힐리푸드 판매장, 기념품판매소, 사무실, 주차장

#### ■ 사업내용

- 힐리푸드 판매장 내 사회적경제기업 제품 판매부스 설치·운영

#### ■ 사업 참여시 지원내용

- 판매부스 설치 등 판로 지원(지역협의체와 협의, 임대료 할인 검토)

#### ■ 참여대상(요건)

- 사회적경제기업(단, 판매수익의 일부를 해당 지역에 환원 조건)

### 3. 1만4천 피란살이 장승포 휴먼다큐/주거지지원형(' 17년형)

#### 3.1 어촌6차 마을기업사업

##### ■ 사업개요

- (단위사업) 1만4천 피란살이 장승포 휴먼다큐
- 목적·주요내용 : 노후 지역 주거개선과 지역자산 활용한 지역공동체 회복
- 사업기간 : 2017~2021(4년)
- 공간적 범위 : 장승포동 144-4번지 일원 (97천 $m^2$ )
- 재정적 범위 : 166.7억 원 (재정보조 100억, 지방비 66.7억)

##### ■ 사업내용

- 마을기업 육성 (공동체 형성 및 운영, 컨설팅) (36백만)
- 상품개발·디자인 프로그램 운영 (66백만)
- 포장개발 및 홍보마케팅사업 (177백만)

##### ■ 참여대상(요건)

- 사회적 경제조직으로 전문지식을 갖춘 법인

##### ■ 신청·접수

- (시기) 2020년 상반기

#### 3.2 장승포 밤도깨비야시(夜市)사업 시범운영지원

##### ■ 사업개요

- (단위사업) 1만4천 피란살이 장승포 휴먼다큐
- 목적·주요내용 : 노후 지역 주거개선과 지역자산 활용한 지역공동체 회복
- 사업기간 : 2017~2021(4년)
- 공간적 범위 : 장승포동 144-4번지 일원 (97천 $m^2$ )
- 재정적 범위 : 166.7억 원 (재정보조 100억, 지방비 66.7억)
- (세부사업) 장승포 밤도깨비야시(夜市)사업 시범운영지원
- 사업목적 : 지역자산을 활용하여 특화된 야시장과 프리마켓, 문화공연 등 먹거리, 볼거리, 즐길거리를 제공하여 지역의 상권 활력 제고 및 주민의 삶의 질 향상
- 사업규모 : 420백만 원

■ 사업내용

- 지역단체간의 거버넌스 구축으로 야시(夜市)사업 추진단 결성
- 야시(夜市)사업 운영체계구축 및 시범운영
- 장승포의 문화관광 상품으로 개발하며 지역경제 활성화

■ 참여대상

- 장승포마을관리협동조합

### 3.3 맛집·명가 발굴사업

■ 사업개요

- (단위사업) 1만4천 피란살이 장승포 휴먼다큐
  - 목적·주요내용 : 노후 지역 주거개선과 지역자산 활용한 지역공동체 회복
  - 사업기간 : 2017~2021(4년)
  - 공간적 범위 : 장승포동 144-4번지 일원 (97천 $m^2$ )
  - 재정적 범위 : 166.7억 원 (재정보조 100억, 지방비 66.7억)
- (세부사업) 맛집·명가 발굴사업
  - 사업목적 : 장승포의 숨겨진 맛집과 명인·명가 발굴을 통해 지역브랜드 상품개발 및 관광활성화를 통한 외부유입 및 골목상권 활성화
  - 사업규모 : 236백만 원

■ 사업내용

- 맛집 및 명가 발굴프로그램 및 사업모니터링(36백만)
- 현판제작 및 홍보책자 제작, 인터넷 등록 및 홍보교육(66백만)
- 창업 및 예비창업자 교육지원(72백만)
- 청년창업지원, 예비창업자·재창업 등 명인명가 연계지원 및 컨설팅

■ 참여대상(요건)

- 사회적 경제조직으로 전문지식을 갖춘 법인

■ 신청·접수

- (시기) 2020년 상반기

## 4. 신(新)고현 이음으로 다시 날다/중심시가지형(' 19년 선정)

### 4.1 주민역량강화

#### ■ 사업개요

- (단위사업) 신(新)고현 이음으로 다시 날다
  - 목적·주요내용 : 상권회복 및 중심기능 강화를 통한 원도심 활력 회복
  - 사업기간 : 2020년 ~ 2024년(5년)
  - 공간적 범위 : 거제시 고현동 35-4번지 일원(A=193,140 $m^2$ )
  - 재정적 범위 : 292억원(재정보조 150, 지방비 142(기금15억 포함))
- (세부사업) 주민역량강화
  - 사업목적 : 지속적인 주민역량강화 교육을 통한 주민주도의 도시재생 사업 추진능력 배양
  - 사업비 : 400백만 원

#### ■ 사업내용

- 도시재생대학 운영, 맞춤형 인재양성교육, 도시재생신문 발간
- 장기안심상가 프로젝트 운영, 경영 및 마케팅 멘토링 프로젝트 운영
- 이음 홈페이지 구축, 장인기술 활용 프로그램 운영

#### ■ 참여대상(요건)

- 사회적 경제조직으로 전문지식을 갖춘 법인

#### ■ 신청·접수

- (시기) 2020년 상반기

## 5. 옥포의 땀! 다시 일하고 살고 싶은 푸른항구/일반근린형('19년 선정)

### 5.1 소통하는 옥뜨락(주민역량강화사업)

#### ■ 사업개요

- (단위사업) 옥포의 땀! 다시 일하고 살고 싶은 푸른항구
- 목적·주요내용 : 상권회복 및 중심기능 강화를 통한 원도심 활력 회복
- 사업기간 : 2020년 ~ 2023년(4년)
- 공간적 범위 : 거제시 옥포동 1980번지 일원(A=144,000 $m^2$ )
- 재정적 범위 : 185억 원(재정보조 105, 지방비 80)
- (세부사업) 소통하는 옥뜨락(주민역량강화사업)
- 사업목적 : 지속적인 거점 공간 운영을 위한 주민자립 기반마련
- 사업비 : 650백만 원

#### ■ 사업내용

- 마을관리협동조합 육성지원(50백만원)
- 마을소셜네트워크 구축, 홍보(200백만원)
- 도시재생대학(200백만원)
- 도시재생 거버넌스 운영(200백만원)

#### ■ 참여대상(요건)

- 사회적 경제조직으로 전문지식을 갖춘 법인

#### ■ 신청·접수

- (시기) 2020년 상반기

## 6. 장승포동 마전 삼밭마을 소규모재생사업('19년 선정)

### 6.1 주민역량 강화 및 거버넌스 운영

#### ■ 사업개요

- (단위사업) 장승포동 마전 삼밭마을 소규모재생사업
- 목적·주요내용 : 취약지역의 공동체회복을 중심으로 자생적 마을기업형성
- 사업기간 : 2019년 ~ 2020년(2년)
- 공간적 범위 : 거제시 장승포동 550-151 일원(장승포동, 마전마을)
- 재정적 범위 : 4억 원(재정보조 2, 지방비 2)
- (세부사업) 주민역량강화 및 거버넌스 운영
- 사업목적 : 지속적인 도시재생사업 추진을 위한 주민자립 기반마련
- 사업비 : 35백만 원

#### ■ 사업내용

- 공구공유센터 운영방안프로그램(5백만원)
- 지역의 특화된 메뉴개발 실습프로그램(15백만원)
- 마을기업육성(경영지원 및 컨설팅)(10백만원)
- 도시재생 거버넌스 운영(5백만원)

#### ■ 참여대상(요건)

- 사회적 경제조직으로 전문지식을 갖춘 법인

#### ■ 신청·접수

- (시기) 2020년 상반기

