

“

충청남도 사회적경제 실태분석 (2018)

본보고서

이홍택 / 박춘섭 / 전지훈 / 홍은일

- I. 실태조사 개요
- II. 2018 실태조사 분석결과
- III. 주요 과제 및 개선 사항

2018



2018 충청남도 사회적경제 실태 분석

- ❖ 도내 사회적경제 기업의 실정에 맞는 정책 기획-추진을 위한 '사회적경제 실태조사' 결과를 분석함

I 실태조사 개요

1 추진배경 및 범위

- (배경·목적) 도내 사회적경제 기업에 대한 면밀한 실태분석을 통해 현재의 상황을 진단하고 향후 개선해야할 사항을 도출
 - (예비)사회적기업, 마을기업, 협동조합의 경제적, 사회적, 조직적 운영 실태를 조사·분석
 - 충청남도에서 추진한 정책에 대한 만족도 평가를 실시하여 보완 및 개선사항 도출
 - 애로사항 및 정책 수요를 파악하여 향후 발전 방향 수립에 반영
- (근 거) 「충청남도 사회적경제 육성지원에 관한 조례」 제16조2
 - * 사회적경제 조직 및 지원 정책에 대한 모니터링 및 평가
- (조사범위)
 - 조사 대상 : 사회적기업, 마을기업, 협동조합
 - 지리적 범위 : 충청남도 전역
 - 시간적 범위 : 2017년~2018년
- (추진연혁)
 - 2011년 「충남형 (예비)사회적기업과 마을기업 조사」
 - 2012년 「충청남도 사회적기업 및 마을기업 실태조사 연구」
 - 2013년 「충청남도 사회적기업, 마을기업 실태조사」
 - 2014년 「충청남도 사회적기업, 마을기업 경영진단을 위한 실태조사」
 - 2016년 「충남 사회적경제의 성과 분석 및 중장기 전략」
 - 2017년 「2017 충남 사회적경제 실태분석 및 개선방안」
 - 2018년 「2018 충남 사회적경제 실태분석 및 개선방안」 추진 중

2

조사방법 및 내용

○ (조사 방법) 사전 연락 후 방문조사

- 조사 기간 : 2018년 10월 22일 ~ 12월 14일
- 조사 대상 : 대표자 또는 실무자
- 조사 방법 : 면대면 설문조사
- 조사 기관 : JB플러스

○ (조사 내용) 재무·고용, 사회적가치, 기업경영환경, 애로 및 정책수요 등

- 재무 및 고용 : 매출액, 정부지원금, 연도별 종사자 및 정규직 등
- 사회적가치 추구 : 사회적 미션, 가치지향성, 협력수준, 재투자 등
- 기업경영 및 지역환경 : 전후방연계, 기업혁신성, 지역환경 등
- 애로사항 및 정책수요 : 애로사항, 만족도, 정책수요

○ (조사 기업) 총 776개(2018년 9월 기준)

- 기업유형별 : 사회적기업(135개), 마을기업(127개), 협동조합(514개)
- 지역 별 : 천안시(151개), 아산시(108개), 논산시(61개) 순

구분	기업수
천안시	151
공주시	55
보령시	36
아산시	108
서산시	50
논산시	61
계룡시	10
당진시	39
금산군	48
부여군	23
서천군	50
청양군	19
홍성군	50
예산군	43
태안군	33
총합계	776

3

실태조사 지표 구성

구분		주요 조사내용
기업 일반 특성	대표자 특성	· 대표자 성별, 대표자 경력, 대표자 학력
	법인 특성	· 법인 유형, 법인 및 기업 설립일, 주요업종, 주사업 분야, 지역범위, 선택이유
재무 및 고용 현황	재무상황	· 2017년, 2018년 매출액, 연간 영업이익(손실)
	영업외 수익	· 정부지원금, 후원금
	고용현황	· 연도별 종사자 수, 연도별 정규직 수, 취약계층 고용
사회적 가치 추구	사회적 미션의 관리	· 사회적목적 등을 명시한 문서 여부 · 사회적 성과 평가체제 구축
	사업활동의 사회적 가치 지향성	· 사회적가치 지향성 정도, 제품/서비스 생산 및 판매 과정의 사회적가치 반영 정도, 이용자(수혜자)의 사회적 가치 실현 정도, 사회공헌지출비용
	협력 수준	· 사회적경제 조직 네트워크 활동 참여 정도, 지역사회 네트워크 활동 참여 정도
	이윤의 사회적목적 재투자	· 타 기업 대비 사회적 목적 재투자의 상대적 우위 정도, 조직 역량을 활용한 사회공헌 노력 정도, 주 사업활동의 이용자 환원 실적 정도
	참여적 의사결정 비율	· 주요 의사결정 과정에서 근로자의 참여 비율
	근로자 지향성	· 근로자 1인당 연평균 교육시간, 임금 지급 기준, 근로자 임금 수준
	조직변화	· 사업시작 후 조직형태 변화
기업 경영 및 지역 환경	전후방 연계구조	· 원재료 공급 기업과 지역, 판매 관련 기업과 지역
	기업의 혁신성	· 조직운영 과정에서 혁신 정도, 기존 시장에 제공되지 않는 제품/서비스 제공 정도, 제품 및 서비스 제공 방식의 차별성 정도, 혁신을 통한 새로운 시장 진출 노력 정도
	지역환경	· 지역공동체 문화, 중간조직, 지방자치단체 역할, 지역네트워크 활성화
	애로사항	· 조직설립, 경영활동, 판매활동 시 애로사항
애로사항 및 정책 수요	만족도	· 정책사업 수혜여부, 지원사업 참여하지 않은 이유, 시군의 사회적경제 정책 여부
	정책 수요	· 직접지원 및 간접지원사업 수요, 판로지원사업 수요, 교육사업 관련 정책수요

4

기존 실태조사 결과 요약

- 도내 사회적경제 기업은 2010년 28개에서 2018년 9월 현재 776개로 급격한 양적 성장을 달성
 - 2012년 「협동조합기본법」 제정 이후 설립 요건완화에 따라 협동조합의 급격한 증가가 양적 성장을 견인

<표> 연도별 충남 사회적경제 현황

(단위: 개)

유 형	2010년	2011년	2012년	2013년	2014년	2015년	2016년	2017년	2018년 (9월)
계	28	115	172	315	436	523	621	717	776
사회 적기 업	소계	17	88	117	132	143	134	136	135
	인증	11	19	23	38	54	66	79	84
	예비	6	69	94	94	89	73	55	43
마을기업	11	27	48	74	90	96	109	121	127
협동조합	-	-	7	101	203	303	378	460	514

자료 : 충청남도 내부자료

- 기업 수 증가와 함께 매출액과 종사자 규모도 지속적으로 성장
 - 매출액 : 2012년 265억원→2017년 1,609억원, 연평균 43.4% 성장
 - 기업당 평균 매출액 : 2012년 2억원→2017년 3.6억원, 연평균 13% 성장
 - 종사자수 : 2012년 1,213명→2017년 3,091명, 연평균 21% 성장

<표> 연도별 재무 및 고용 현황

(단위: 백만원)

구분	2012년	2013년	2014년	2015년	2016년	2017년	연평균 증가율
매출액	26,493.2	46,351.6	76,493.4	98,291.1	150,417.0	160,913.9	43.4%
평균매출액	196.25	189.97	204.53	221.38	346.58	356.00	12.6%
종사자수	1,213	1,958	2,716	3,257	3,000	3,091	20.6%

자료 : 2017 충청남도 사회적경제 실태조사 결과, 충남연구원

- 그러나 이러한 양적 성장에 비해 질적 성장은 다소 미흡
 - (낮은 기업경쟁력) 사회적경제기업의 지속가능성을 위해서는 자체적인 경영활동 역량이 매우 중요하나 동종 업계의 기업에 비해 상대적으로 낮은 수준
 - (저조한 정규직 고용) 사회적경제기업의 정규직 고용은 연평균 2.6%의 성장을 보이고 있으나, 2015년 현재 전체 고용자의 29.7%에 불과
 - (사회적가치 창출 분야의 편중) 사회적경제기업이 해결하고 있는 사회문제 분야는 대부분 공동체 활성화(39.4%), 일자리(33.4%), 좋은 먹거리(32.1%)에 집중
 - (특정 취약계층에 지원 집중) 사회적경제기업에 참여하는 취약계층은 대부분 고령자(61.7%)와 저소득가구(23.6%)로 구성

○ 또한 기업 경영에 있어서 다양한 정책적·제도적 수요가 존재

- (행정절차의 간소화에 대한 욕구 존재)
 - * 충청남도 지원정책에 참여하지 않는 이유로는 ‘신청 서류, 신청 절차 등이 복잡하여 신청 포기’ (31.6%), ‘자격요건이 되지 않아 신청 포기’ (21.1%)가 높게 나타나고 있으며, 충청남도 지원사업의 개선 요구사항으로는 사업 신청 절차 간소화 필요(21.3%), 사업 대상자 선정요건 완화 필요(20.4%), 사업 처리 기간 간소화 필요(11.8%) 등이 다수
- (기초자치단체의 적극적인 정책 추진과 관심이 필요함을 요구)
 - * 기초자치단체의 지원확대를 위해 필요한 사항으로는 시군 단위 중간지원조직 설치·운영(41.5%), 사회적경제 홍보/이벤트 강화(31.5%)가 높게 나타남
- (지속가능성 확보를 위한 지역생태계 구축을 요구)
 - * 많은 사회적경제기업이 지속가능성의 중요한 요소로 개별 기업의 경영전략이나 구성원의 역량보다 지역문화, 지역시장, 다양한 네트워크 등 지리적 환경을 강조
- (사회적경제기업은 공공기관 우선구매, 사업개발비, 금융지원 강화를 희망)
 - * 사회적경제기업은 직접지원 사업으로 공공기관 우선구매(4.23), 사업비 지원(4.19), 인건비 지원(4.15)이 비교적 높게 나타나고 있으며, 간접지원사업은 판로지원(4.17), 금융지원(4.15), 홍보지원(4.11)이 높게 나타남
- (교육은 대상별, 시기별, 내용별로 맞춤형 설계를 희망)
 - * 사회적경제기업이 바라는 교육훈련 분야는 ‘마케팅·홍보’(52.8%), ‘경영전략’(33.0%), ‘사회적경제 이해’(32.6%), ‘생산·품질 관리’(28.7%) 등이 높게 나타남

II 2018 실태조사 분석결과

1

일반 특성

□ 실태조사 설문응답 특성

- 이 실태분석은 사회적경제 기업 776개(2018.9 기준) 중 설문에 응답한 526개 기업을 중심으로 분석
 - 설문응답을 거절한 33개 기업을 제외하고는 휴·폐업 41개, 중복 50개, 조사 불가 126개로 파악
 - * 중복 : 사회적기업, 협동조합, 마을기업 리스트에서 중복되어 있는 기업
 - * 조사불가 : 주소지 불분명, 연락처 불분명 등 협동조합이 대다수를 차지

<표> 실태조사 설문응답 특성

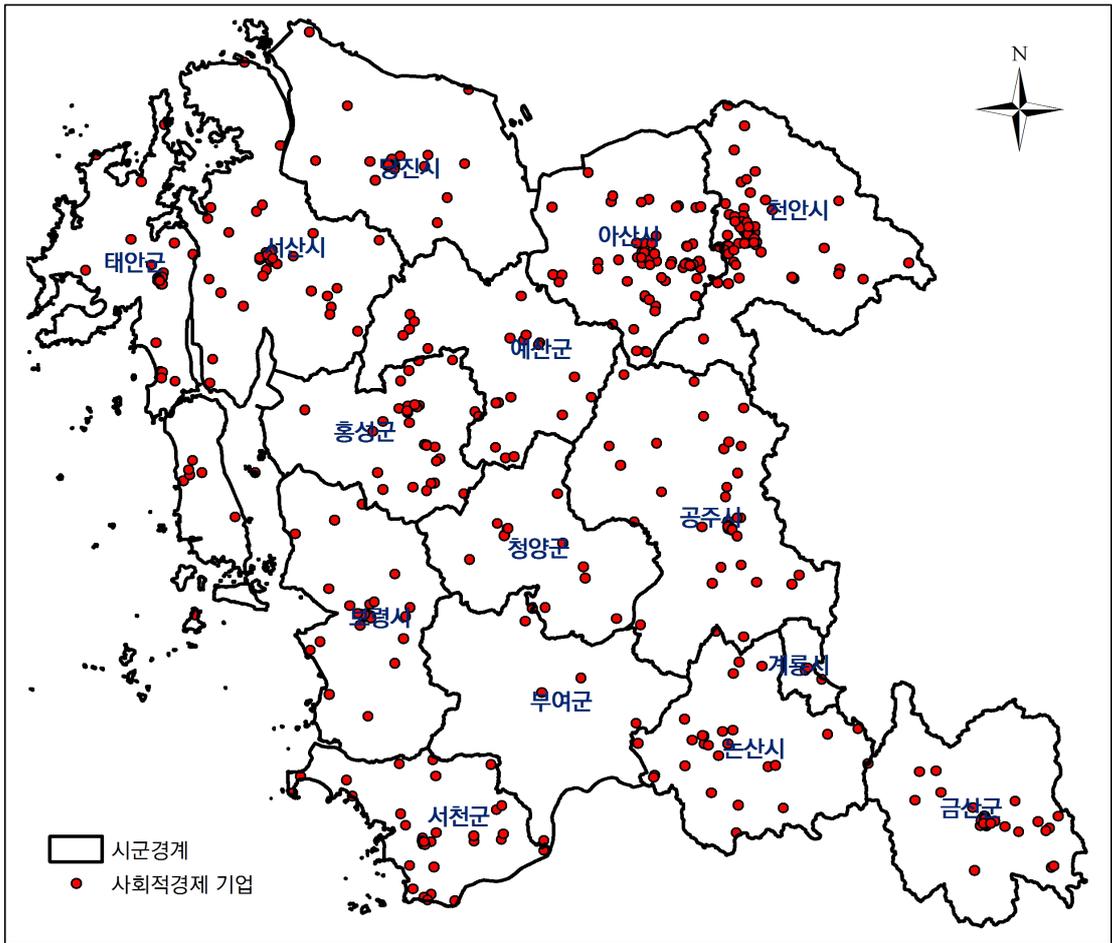
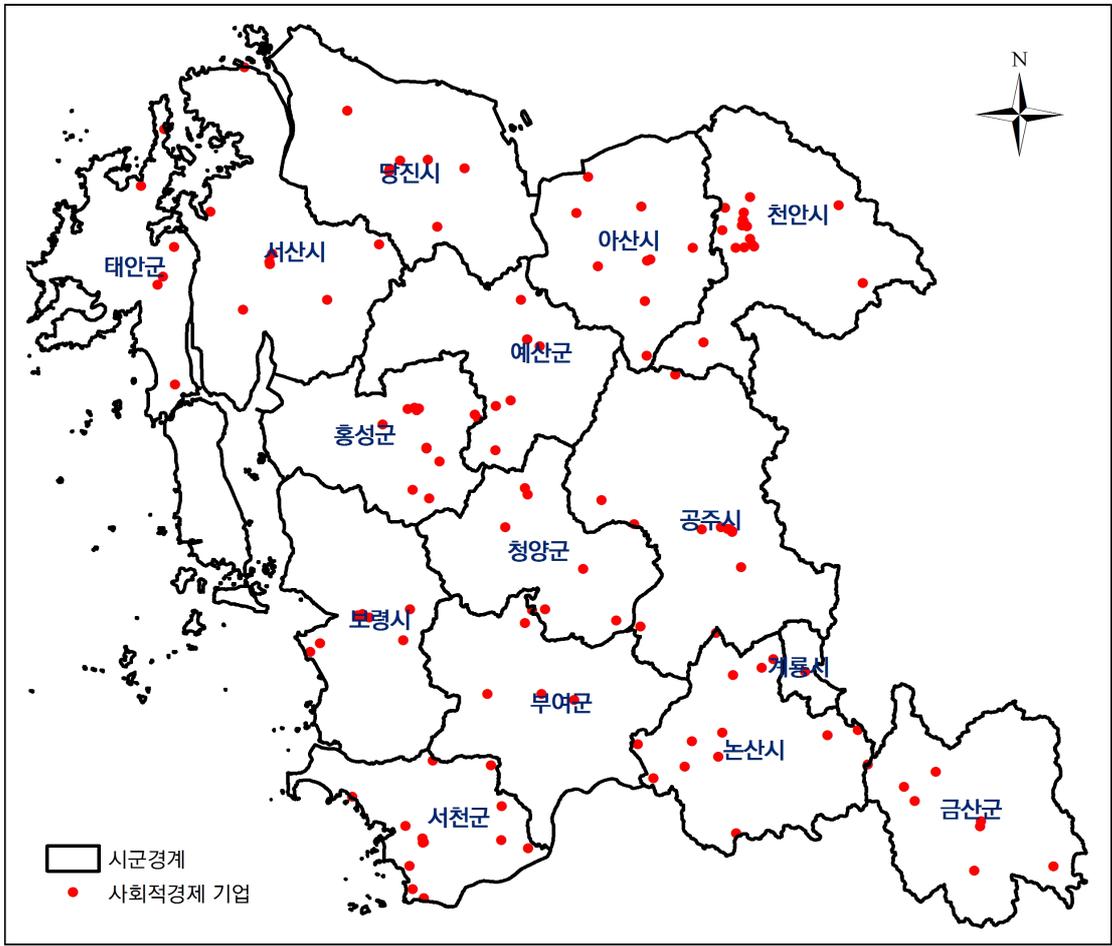
유형		설문 응답	거절	조사 불가	휴·폐업	중복 기업	총계
사회적 기업	예비사회적기업	22	0	1	1	4	28
	인증사회적기업	86	0	0	1	5	92
	부처형	12	1	0	0	2	15
	총계	120	1	1	2	11	135
마을기업		98	6	5	9	9	127
협동조합	사회적협동조합	17	1	5	0	6	29
	일반협동조합	291	25	115	30	24	485
	총계	308	26	120	30	30	514
총계		526	33	126	41	50	776

- 설문응답 기업의 지리적 분포는 천안시(104개), 아산시(69개), 논산시(49개)의 순으로 높은 비중을 차지

<설문응답 기업 지리적 분포>

북부권 : 천안시 103개, 아산시 64개, 서산시 34개, 당진시 24개

중남부권 : 공주시 35개, 보령시 26개, 논산시 49개, 계룡시 4개, 금산군 21개, 부여군 20개, 서천군 38개, 청양군 16개, 홍성군 27개, 예산군 33개, 태안군 23개



<그림> 충남 사회적경제 기업의 지리적 분포(위 2012년, 아래 2018년 기준)

□ 사회적기업가 특성

- 사회적기업가의 경력은 기업(46.0%), 영어농조합(29.1%), 사회복지기관(5.5%), 교육기관(3.6%) 등 다양한 경로를 갖고 있음
- 성별은 남성 76.8%, 여성 23.2%로 남성의 비율이 높음
- 연령은 50대 44.7%, 60대 이상 30.8%로 중장년층이 높게 나타난 반면, 39세 이하 청년층은 4.8%에 불과한 상황

<표> 사회적기업가 특성

구분		기업수(개)	비중(%)
경력	기업	242	46.0
	공공기관	14	2.7
	시민단체비영리기관	21	4.0
	사회복지기관	29	5.5
	자활기업	3	0.6
	교육기관	19	3.6
	영어농조합	153	29.1
	전업주부	12	2.3
	기타	33	6.3
성별	남성	404	76.8
	여성	122	23.2
연령	39세 이하	25	4.8
	40~49세	104	19.8
	50~59세	235	44.7
	60대 이상	162	30.8

□ 설립 기간

- 법인 설립기간은 2013년~2015년에 설립된 기업이 47.9%를 차지하고 있으며, 설립된 지 5년 이하의 기업이 81.6%를 차지
 - 2009년 이전에 설립된 10년 정도 경과된 기업은 6.1% 수준
- 사회적기업 등 인증받은 기간 또한 5년 이하의 기업이 84.9%를 차지
 - 2016년 이후 인증된 3년 이하의 기업도 35.7%를 차지

<표> 법인 설립 및 인증 현황

구분		기업수(개)	비중(%)
법인설립일	2009년 이전	32	6.1
	2010~2012년	65	12.4
	2013~2015년	252	47.9
	2016년 이후	177	33.7
최초 인증일	2009년 이전	19	3.6
	2010~2012년	60	11.4
	2013~2015년	259	49.2
	2016년 이후	188	35.7

□ 업종 및 사업범위

- 도내 사회적경제 기업의 주요 업종은 농·림·어업 35.2%, 기타 16.3%, 제조 12.4%, 교육 11.8%의 순

<표> 업종 분포

구분	기업수(개)	비중(%)
농·림·어업	185	35.2
제조	65	12.4
교육	62	11.8
보건	4	0.8
사회복지	24	4.6
환경	19	3.6
문화	19	3.6
보육	1	0.2
예술	10	1.9
관광	15	2.9
건강	16	3.0
산림보전 및 관리	4	0.8
간병가사지원	6	1.1
청소	10	1.9
기타	86	16.3
합계	526	100.0

- 사업범위는 시·군(61.2%), 전국(21.1%), 충청남도(16.0%)가 대다수를 차지

<표> 사업 범위

구분	기업수(개)	비중(%)
기업이 위치한 시·군	322	61.2
충청남도 전역	84	16.0
전국	111	21.1
전국 및 시군	8	1.5
해외	1	0.2

1 재무 실태

□ 매출액

- 도내 사회적경제기업의 총 매출액은 2018년 현재 1,607억 원으로 2012년 이후 연평균 35% 증가
 - 2012년 264.9억 원 → 2015년 982억 원 → 2018년 1,607억 원
- 2017년 대비 매출액이 소폭 감소한 원인은 위생관리 업종의 침체, 일부 기업의 휴업 등이 주요 원인
 - 청소 업종의 경우 2017년 110억 원 규모에서 2017년 68억 원 규모로 감소
 - 또한 연매출 70억 원 규모의 ‘한마음장애인복지회’ 휴업으로 인해 전체 제조업 매출액 감소
- 지역별로는 북부권(아산시, 당진시, 서산시, 천안시)의 증가가 높게 나타남

<표> 지역별 매출액 현황(백만원)

구분	2012년	2013년	2014년	2015년	2016년	2017년	2018년	연평균 증가율
총계	26,493.2	46,351.6	76,493.4	98,291.1	150,417.0	160,913.9	160,745.1	35.0%
천안시	4,493.0	6,279.6	17,431.4	21,002.7	35,337.2	36,932.8	37,951.1	42.7%
공주시	2,200.0	2,914.0	4,475.0	7,122.6	6,054.0	6,120.0	8,174.0	24.4%
보령시	1,078.0	1,251.0	1,760.5	3,318.3	2,530.0	2,775.0	9,680.0	44.2%
아산시	398.2	8,229.0	12,939.0	16,215.5	20,166.0	21,525.0	17,471.7	87.9%
서산시	676.0	1,421.0	2,768.0	3,843.0	8,378.0	9,540.0	11,227.0	59.7%
논산시	5,421.0	7,888.0	9,910.0	12,132.0	13,704.0	14,355.0	14,265.0	17.5%
계룡시	160.0	178.0	229.0	295.0	292.0	307.0	120.0	-10.9%
당진시	539.0	1,636.0	2,644.0	4,241.0	21,254.0	22,753.0	20,989.0	83.9%
금산군	881.0	1,224.0	1,716.0	3,015.0	4,617.0	4,862.0	1,769.0	12.3%
부여군	105.0	449.0	1,231.0	1,301.0	4,685.0	5,045.0	5,819.0	95.2%
서천군	2,385.0	5,198.0	5,898.0	6,770.0	9,911.0	10,582.0	10,307.0	27.6%
청양군	2,410.0	2,922.0	3,504.0	4,640.0	1,566.0	2,149.0	4,122.7	9.2%
홍성군	3,873.0	4,555.0	6,637.0	7,789.5	11,967.0	13,276.1	8,409.0	13.8%
예산군	769.0	945.0	3,573.0	4,221.0	3,508.0	3,708.0	5,593.2	39.2%
태안군	1,105.0	1,262.0	1,777.5	2,384.0	6,449.0	6,984.0	4,847.4	27.9%

- 사회적경제 기업의 평균 매출액은 2018년 3.1억 원 규모로 2012년 이후 연 평균 7.9% 증가
 - 2012년 1.9억 원 → 2015년 2.2억 원 → 2018년 3.1억 원
- 지역별로는 당진시(8.7억원), 천안시(3.6억원), 서산시(3.3억원) 등 북부권에 서 평균 매출액이 높게 나타남
 - 당진시의 경우 평균 매출액이 높은 이유는 ‘주성이앤지’ 와 같은 매출액 규모가 100억원 이상인 기업이 입지해 있어 전체적인 평균 매출액을 증가시켰기 때문임
 - 천안시의 경우 평균 매출액이 하락 한 이유는 매출액 70억원 규모의 ‘한마음장애인복지회’ 의 휴업으로 인해 전체 수치가 낮아진 것으로 판단됨

<표> 지역별 평균 매출액 현황(백만원)

구분	2012년	2013년	2014년	2015년	2016년	2017년	2018년	연평균 증가율
총계	196.3	190.0	204.5	221.4	346.6	356.0	305.6	7.9%
천안시	264.3	165.3	276.7	280.0	535.4	543.1	364.9	5.5%
공주시	169.2	153.4	186.5	245.6	195.3	197.4	233.5	6.0%
보령시	119.8	83.4	76.5	122.9	93.7	102.8	333.8	19.3%
아산시	39.8	316.5	281.3	306.0	305.5	303.2	253.2	36.2%
서산시	84.5	88.8	98.9	113.0	232.7	251.1	330.2	26.1%
논산시	417.0	375.6	300.3	337.0	571.0	598.1	291.1	-5.8%
계룡시	160.0	59.3	57.3	42.1	97.3	102.3	30.0	-25.8%
당진시	77.0	125.9	125.9	169.6	850.2	910.1	874.5	52.0%
금산군	125.9	102.0	85.8	125.6	192.4	180.1	84.2	-6.5%
부여군	21.0	56.1	123.1	108.4	780.8	840.8	291.0	56.3%
서천군	183.5	216.6	203.0	199.1	309.7	302.3	271.2	6.7%
청양군	401.7	324.7	318.6	309.3	130.5	165.3	257.7	-5.2%
홍성군	352.1	239.7	228.9	243.4	374.0	379.3	311.4	-2.0%
예산군	85.4	72.7	195.5	183.5	184.6	185.4	169.5	12.1%
태안군	184.2	157.8	118.5	132.4	208.0	240.8	210.8	2.3%

- 사회적경제 기업 유형별 매출액은 2018년 현재 사회적기업이 전체 매출액의 67.9% 차지
 - 사회적기업의 매출액은 2017년 64.3% → 2018년 67.9%로 증가
 - 반면 마을기업은 동기간 8.0% → 8.1%, 협동조합은 27.7% → 24.0%로 감소한 것으로 나타남

<표> 기업유형별 매출액 현황(백만원)

구분	총 매출액	
	2017년	2018년
전체	160,913.9 (100.0%)	160,745.1 (100.0%)
(예비)사회적기업	103,606.8 (64.3%)	109,194.9 (67.9%)
마을기업	12,804.1 (8.0%)	13,041.6 (8.1%)
협동조합	44,503.0 (27.7%)	38,508.6 (24.0%)

- 업종별로 매출액 규모는 2018년 현재 제조업 23.5%, 농·림·어업 19.1%, 기타(IT, 산림·에너지 등) 22.6%, 교육 8.4%의 순
 - 2018년 현재 전체적인 제조업 사회적경제 기업의 매출액 감소가 나타났으며, 특히 청소업종의 경우 직고용 추세에 따라 매출액 감소가 현저

<표> 업종별 매출액 현황(백만원)

구분	총 매출액	
	2017년	2018년
농·림·어업	17,963 (11.2%)	30,769.2 (19.1%)
제조	62,695 (39.0%)	37,814.6 (23.5%)
교육	15,213 (9.5%)	13,498.5 (8.4%)
보건	580 (0.4%)	66.0 (0.1%)
사회복지	2,800 (1.7%)	8,941.0 (5.6%)
환경	6,256 (3.9%)	6,938.0 (4.3%)
문화	2,310 (1.4%)	3,397.5 (2.1%)
예술	1,093 (0.7%)	1,086.0 (0.7%)
관광	4,783 (3.0%)	1,906.0 (1.2%)
간병·가사지원	1,834 (1.1%)	13,160.0 (8.2%)
청소	11,045 (6.9%)	6,828.1 (4.2%)
기타	34,342 (21.2%)	36,340.2 (22.6%)
합계	160,914 (100.0%)	160,745.1 (100.0%)

□ 평균 매출액, 공공구매 매출액, 영업이익

- 전체 기업의 평균 매출액은 3.1억이며, 이 중 (예비) 사회적기업이 9.1억 원으로 타 기업 유형에 비해 현저히 높은 수준
- 영업이익은 기업당 평균 1,120만원 수준으로 (예비) 사회적기업은 3,180만원으로 비교적 높게 나타난 반면, 마을기업과 협동조합은 400~900만원으로 낮은 수준
 - 평균 공공구매 매출액은 기업당 평균 7백만원으로 마을기업의 공공구매 매출액이 1,550만원 수준으로 가장 높게 나타남

<표> 기업유형별 평균 매출액, 공공구매 매출액, 영업이익(백만원)

구분	평균 매출액	평균 공공구매 매출액	평균 영업이익
전체	305.6	7.7	11.2
(예비)사회적기업	910.0	11.1	31.8
마을기업	133.1	15.5	9.3
협동조합	125.0	4.3	4.5

- 지역별 평균 영업이익은 당진시(5,620만원), 논산시(3,290만원)의 순으로 높게 나타난 반면, 청양군(60만원), 천안시(140만원)으로 매우 낮게 나타남
- 평균 공공구매 매출액의 경우 당진시(4,270만원), 계룡시(3,330만원)의 순

<표> 지역별 평균 매출액, 공공구매 매출액, 평균 영업이익(백만원)

구분	평균 매출액	평균 공공구매 매출액	평균 영업이익
총계	305.6	7.7	11.2
천안시	364.9	0.2	1.4
공주시	233.5	23.8	8.3
보령시	333.8	5.0	7.8
아산시	253.2	1.4	18.2
서산시	330.2	1.0	11.0
논산시	291.1	0.1	32.9
계룡시	30.0	33.3	1.7
당진시	874.5	42.7	56.2
금산군	84.2	0.8	1.6
부여군	291.0	18.4	4.2
서천군	271.2	19.3	7.2
청양군	257.7	2.3	0.6
홍성군	311.4	8.9	6.3
예산군	169.5	5.4	2.7
태안군	210.8	0.5	8.5

2 고용

- 도내 사회적경제기업의 총 종사자수는 2018년 현재 4,878명으로 2012년 1,213명 대비 연평균 26.1% 증가한 것으로 나타남
 - 이 중 정규직 종사자 수는 1,031명으로, 전체 21.1% 수준으로, 2017년과 비슷한 수준

<표> 연도별 종사자 수(명, %)

구분	2012년	2013년	2014년	2015년	2016년	2017년	2018년	연평균 성장률
총 종사자 수	1,213	1,958	2,716	3,257	3,000	4,520	4,878	26.1%
정규직 종사자 수	479	683	925	968	-	973	1,031	13.6%
비중	39.5%	34.9%	34.1%	29.7%	-	21.5%	21.1%	

- 조직 유형별 종사자수는 2018년 현재 협동조합(2,290명), (예비) 사회적기업(1,706명), 마을기업(882명)순으로 높게 나타남
 - 평균종사자는 사회적기업 14.2명, 마을기업 9.1명 협동조합 7.5명 순
 - 협동조합은 전년대비 3.9%의 순증가를 기록하고 있으나, 2012년 128명 대비 연평균 61.7%의 높은 증가율을 나타내고 있음

<표> 기업유형별 종사자 수(명)

구분	평균 종사자 수		전체 종사자 수	
	2017년	2018년	2017년	2018년
전체	8.7	9.4	4,520	4,878
(예비) 사회적기업	13.7	14.2	1,642	1,706
마을기업	8.9	9.1	865	882
협동조합	6.7	7.5	2,013	2,290

- 정규직 종사자는 2018년 현재 1,031명으로 사회적기업이 전체의 74.5%(768명)를 차지하고 있으며, 평균 정규직 일자리도 6.4명으로 나타남
 - 특히 사회적기업 종사자의 45.0%가 정규직 일자리로, 마을기업(10.7%) 및 협동조합(7.3%)과 비교하여 높은 편임

<표> 유형별 정규직 종사자 수(명)

구분	평균 정규직 수		전체 정규직 수	
	2017년	2018년	2017년	2018년
전체	2.0	2.0	973	1,031
(예비) 사회적기업	6.4	6.4	747	768
마을기업	1.1	1.0	95	95
협동조합	0.5	0.5	131	168

- 지역별 사회적경제기업의 전체 종사자수는 천안시, 아산시, 서산시 순이며, 평균 종사자 수는 서산시, 부여군, 서천군 순이었음
- 서천군의 경우 종사자 및 평균종사자 수가 높으며, 서천군 취업자 수 (2018.1월 현재 32천명)의 1.5%에 해당됨

<표> 지역별 종사자 수(명)

구분	평균 종사자 수		전체 종사자 수	
	2017년	2018년	2017년	2018년
천안시	9.0	9.7	905	1,012
공주시	10.5	11.5	367	404
보령시	6.3	4.8	175	134
아산시	6.6	7.9	449	547
서산시	12.5	13.6	424	463
논산시	5.3	5.0	262	247
계룡시	6.5	6.5	26	26
당진시	11.6	11.8	256	260
금산군	4.9	4.9	103	103
부여군	12.5	13.2	238	251
서천군	13.1	13.1	483	486
청양군	7.1	7.6	114	122
홍성군	8.5	10.1	230	272
예산군	8.3	9.5	274	314
태안군	9.3	10.3	214	237

- 사회적경제기업의 종사자는 여성(51.1%)이 남성보다 약간 많으며, 50대 이상 종사자가 전체 종사자의 65.1%를 차지하고 있음
- 이에 반해 20~30대 종사자는 11.1%로, 청년의 사회적경제기업 유입할 수 있는 전략사업 개발이 필요

- 지역별로는 20~30대 연령층이 천안시, 공주시, 아산시, 청양군, 예산군에서 많은 것으로 나타났으며, 계룡시, 당진시, 부여군, 서천군, 태안군은 50대 이상의 연령층이 85% 이상을 차지하는 것으로 분석됨

<표> 지역별 종사자 특성(%)

구분	성별		연령					3년 이상 종사자
	남성	여성	20대	30대	40대	50대	60대 이상	
전체	48.9	51.1	2.3	8.8	23.9	33.8	31.3	38.1
천안시	44.5	55.5	1.9	14.4	34.3	28.9	20.6	20.0
공주시	55.9	44.1	5.9	12.4	21.0	33.9	26.7	16.8
보령시	48.1	51.9	1.5	3.0	38.8	36.6	20.1	18.7
아산시	45.7	54.3	3.8	15.4	28.0	27.4	25.4	27.4
서산시	51.1	48.9	0.0	5.2	23.8	44.3	26.8	52.7
논산시	46.6	53.4	1.6	6.9	23.1	27.1	41.3	19.8
계룡시	42.3	57.7	3.8	0.0	0.0	23.1	73.1	73.1
당진시	56.2	43.8	1.9	3.1	11.9	48.1	35.0	62.7
금산군	64.1	35.9	1.9	9.7	20.4	43.7	24.3	25.2
부여군	30.3	69.7	6.0	1.2	15.9	35.9	41.0	57.4
서천군	44.2	55.8	0.0	3.3	16.3	32.7	47.7	62.8
청양군	45.5	54.5	7.4	10.7	26.2	26.2	29.5	42.6
홍성군	44.2	55.8	1.8	4.8	24.6	47.4	21.3	60.3
예산군	73.2	26.8	0.6	12.1	18.8	26.1	42.4	41.7
태안군	56.9	43.1	0.4	1.3	13.1	34.2	51.1	50.6

- 기업유형별로 살펴보면 (예비) 사회적기업은 여성 종사자(62.8%)가 많은 반면, 협동조합은 남성 종사자(57.8%)가 많은 것으로 분석
- 연령별로는 전반적으로 50대 이상의 연령층이 많은 것으로 나타나는 가운데 (예비) 사회적기업에서 20~30대 연령층이 21.2%로 비교적 높게 나타남
- 3년 이상 종사자의 경우 마을기업이 62.1%로 가장 높은 것으로 나타남

<표> 기업유형별 종사자 특성(%)

구분	성별		연령					3년 이상 종사자
	남성	여성	20대	30대	40대	50대	60대 이상	
전체	48.9	51.1	2.3	8.8	23.9	33.8	31.3	38.1
(예비) 사회적기업	37.2	62.8	6.0	15.2	27.0	25.3	26.6	24.1
마을기업	42.7	57.3	0.1	1.9	12.1	35.1	50.8	62.1
협동조합	57.8	42.2	0.7	7.0	25.5	38.6	28.2	39.4

- 사회적경제기업의 취약계층 종사자는 2,202명으로 고령자가 83.4%를 차지
 - 취약계층은 고령자 83.4%, 장애인 8.1%, 저소득가구 3.7% 순
- 지역별로는 천안시, 서천군, 공주시, 아산시의 순으로 취약계층 근로자수가 많은 것으로 나타남
 - 고령자가 전반적으로 높은 가운데 저소득 가구는 홍성군(14.1%), 청양군(11.5%), 금산군(10.0%), 경력단절여성은 천안시(4.0%), 결혼이민자는 태안군(8.4%)에서 높게 나타남

<표> 지역별 취약계층 고용특성(명, %)

구분	취약계층 근로자수	취약계층 특성						
		저소득 가구	고령자	장애인	청년	경력단 절여성	결혼 이민자	기타
전체	2,202	3.7	83.4	8.1	2.3	1.3	0.9	0.1
천안시	398	4.0	73.2	13.9	4.8	4.0	0.0	0.0
공주시	238	4.2	61.3	29.8	4.2	0.0	0.4	0.0
보령시	64	4.2	79.2	8.3	2.8	2.8	1.4	1.4
아산시	201	4.0	87.6	4.0	3.5	1.0	0.0	0.0
서산시	127	2.4	96.1	0.0	0.0	1.6	0.0	0.0
논산시	151	3.3	82.8	9.3	2.0	0.0	2.6	0.0
계룡시	20	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
당진시	147	6.1	93.9	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
금산군	30	10.0	90.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
부여군	117	1.7	91.5	0.9	3.4	0.9	0.0	1.7
서천군	282	1.8	90.1	7.1	0.0	1.1	0.0	0.0
청양군	61	11.5	77.0	4.9	1.6	1.6	3.3	0.0
홍성군	78	14.1	82.1	0.0	3.8	0.0	0.0	0.0
예산군	179	0.0	95.2	0.5	1.6	0.5	2.1	0.0
태안군	109	0.0	91.6	0.0	0.0	0.0	8.4	0.0

- 기업유형별로는 (예비)사회적기업이 고령자(66.1%), 장애인(18.8%), 저소득가
구(8.2%)가 많은 반면, 타 유형에서는 고령자가 매우 높은 것으로 분석

<표> 기업유형별 취약계층 고용특성(명, %)

구분	취약계층 근로자수	취약계층 특성						
		저소득 가구	고령자	장애인	청년	경력단 절여성	결혼 이민자	기타
전체	2,202	3.7	83.4	8.1	2.3	1.3	0.9	0.1
(예비) 사회적기업	807	8.2	66.1	18.8	3.8	1.2	1.5	0.4
마을기업	438	0.4	96.2	0.7	0.0	2.2	0.0	0.0
협동조합	957	1.5	92.1	2.5	2.2	0.8	0.9	0.0

3 사회적 활동

1 사회적가치 창출

□ 사회적경제 기업의 사회적 가치 창출 영역

- 도내 사회적경제 기업의 사회적가치 창출 활동은 ‘지역주민 일자리 창출’ (37.1%), ‘대안 농업’ (19.5%)에 집중
 - 유형별로는 사회적기업은 ‘취약계층 대상 사회서비스 공급(17.5%)’, 협동조합은 ‘지역주민 대상 사회서비스 제공(17.4%)’에 집중

<표> 사회적가치 창출 영역(%)

구분	취약 계층의 자활·자립	취약 계층 대상 사회 서비스	지역 주민의 일자리 창출	지역 주민 대상 사회서비스	생태 및 대안 농업 활성화	낙후된 지역·공간 인프라 개선	생태 공간 보존·자원 재활용	사회적 경제 조직 설립 및 성장지원	기타
전체	7.4	11.1	37.1	13.8	19.5	1.4	3.1	5.0	1.6
(예비) 사회적 기업	10.2	17.5	38.7	14.6	8.8	0.0	1.5	5.8	2.9
마을 기업	2.8	5.6	43.5	1.9	32.4	2.8	7.4	1.9	1.7
협동 조합	7.8	10.2	34.4	17.4	19.8	1.5	2.4	5.7	0.8

□ 사회공헌 및 재투자

- 사회적경제 기업의 사회공헌비용은 2018년 총 20억 원 규모로 기업당 평균 600만원 규모
 - 2015년 13억 원에서 2018년 20억 원으로 약 7억 원 이상 증가

<표> 연도별 사회공헌 비용(백만원)

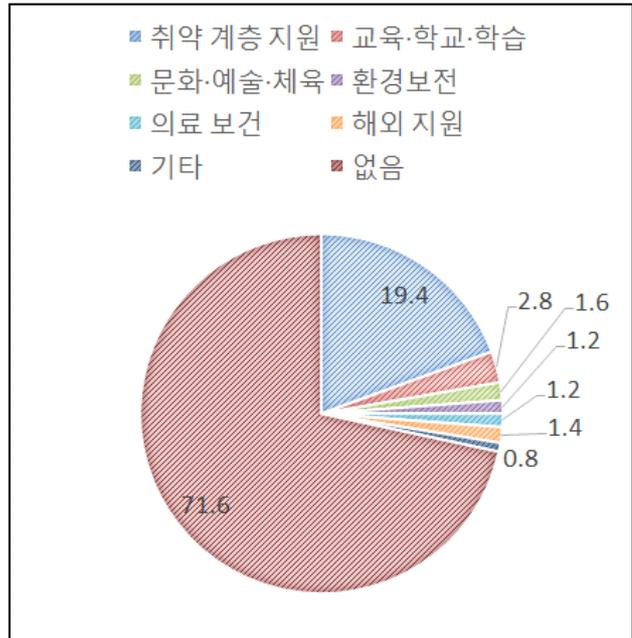
구분	2015년	2016년	2017년	2018년
총액	1,330	1,352	1,981	2,012
평균	2.96	3.01	4.2	5.9

○ 평균 매출액 대비 사회공헌비용 비중은 매출액 대비 1.9% 수준이며, 사회공헌활동 주요 분야는 취약계층 지원(19.4%)으로 나타남

<매출액 대비 사회공헌 비용>

구분	매출액 (백만원)	사회공헌 비용 (백만원)	매출액 대비 (%)
총액 기준	160,546.1	2,012	1.3
평균액 기준	310.5	5.9	1.9

<사회공헌활동 분야>



○ 이윤의 재투자 방법은 ‘유보이윤으로 적립’ (43.3%), ‘지역사회에 직접 환원’ (26.8%)이 대표적

- 사회적기업은 ‘지역사회에 직접 환원’ (41.7%)이 가장 높고, 마을기업은 ‘유보이윤으로 적립’ (41.8%), ‘해당 기업 경영에 사용’ (30.6%), 협동조합은 ‘유보이윤으로 적립’ (49.0%)이 높게 나타남

<표> 이윤의 재투자 방법(%)

구분	사회적 목적 수행하는 계열조직 에 지원	지역사회 (사회취약 계층)에 직접 환원	해당 기업 경영에 사용	유보 이윤으로 적립	직원 성과급 등 사내복지 에 이용	기타
전체	6.5	26.8	19.0	43.3	2.9	1.5
(예비) 사회적기업	9.2	41.7	12.5	30.0	6.7	0.0
마을기업	2.0	20.4	30.6	41.8	1.0	4.1
협동조합	6.8	23.1	17.9	49.0	1.9	1.3

□ 사회적가치 지향성

- 기업의 고용, 경영 등 내부운영에 있어서 사회적가치 지향 정도는 다수가 보통 수준(48.2%)으로 인식하고 있으며, 우수하다고 인식하는 경우는 42.1%에 불과한 수준
 - 마을기업의 경우 사회적가치 지향성에 대해 22.5%가 미흡하다고 인식하고 있는 반면, (예비) 사회적기업은 3.3%에 불과
 - 사회적가치 지향정도는 설립기간에 큰 차이를 보이지는 않고 있으나, 5년 정도 경과(2013~2015년)된 안착기의 기업들은 우수하다고 인식하는 경우가 비교적 낮은 것으로 분석됨

<표> 기업경영에 있어서 사회적가치 지향 정도(%)

구분		매우 미흡	미흡	보통	우수	매우 우수
전체		2.1	7.6	48.2	41.3	0.8
기업 유형	(예비) 사회적기업	0.8	2.5	48.7	46.2	1.7
	마을기업	4.1	18.4	46.9	30.6	0.0
	협동조합	1.9	6.2	48.4	42.9	0.6
설립 연도	2009년 이전	2.1	7.6	48.2	41.3	0.8
	2010~2012년	3.1	9.2	44.6	43.1	0.0
	2013~2015년	2.0	6.0	52.8	38.9	0.4
	2016년 이후	2.3	9.7	42.6	44.3	1.1

- 제품/서비스의 생산 및 판매과정에서 사회적가치 반영 정도는 모든 유형에서 보통으로 인식하고 있었으며, (예비) 사회적기업이 상대적으로 우수하다는 인식이 높은 것으로 분석됨

<표> 제품/서비스 생산 및 판매 과정에서의 사회적가치 반영 정도(%)

구분		매우 미흡	미흡	보통	우수	매우 우수
전체		1.9	7.8	50.6	39.0	0.8
기업 유형	(예비) 사회적기업	0.8	4.2	50.0	43.3	1.7
	마을기업	4.1	17.3	43.9	34.7	0.0
	협동조합	1.6	6.2	52.9	38.6	0.6
설립 연도	2009년 이전	0.0	6.3	43.8	46.9	3.1
	2010~2012년	3.1	9.2	47.7	40.0	0.0
	2013~2015년	1.6	7.1	53.2	37.7	0.4
	2016년 이후	2.3	8.5	49.2	39.0	1.1

2 민주적 운영 및 근로자 지향성

□ 민주적 의사결정

- 의사결정시 근로자의 참여는 ‘대표, 이사, 종사자 대표 참여’ (49.4%), ‘주주와 대표만이 참여’ (44.1%)가 주를 이룸
 - ‘취약계층 근로자를 포함한 전 직원이 참여’ 하는 경우는 마을기업 12.2%, 사회적기업 10.8%로 나타났으나, 협동조합은 1.9%에 불과

<표> 의사결정시 근로자 참여 범위(%)

구분	주주와 대표만이 참여	대표, 이사, 종사자 대표 참여	취약계층 근로자를 제외한 전 직원이 참여	취약계층 근로자를 포함한 전 직원이 참여	기타
전체	44.1	49.4	0.4	5.9	0.2
(예비) 사회적기업	39.2	50.0	0.0	10.8	0.0
마을기업	30.6	57.1	0.0	12.2	0.0
협동조합	50.3	46.8	0.6	1.9	0.3

- 조직운영의 민주성을 제고하기 위해 이사회 등 주요 의사결정 과정에서 근로자대표 등이 실제 참여한 비율은 61~100%가 주를 이룸
 - (예비) 사회적기업은 타 기업유형에 비해 61~100%가 60.8%로 높게 나타났으며, 마을기업은 전혀 참여하지 않는 0%의 비율이 4.1%에 달함

<표> 의사결정시 근로자 등 실제 참여 비율(%)

구분	61~100%	41~60%	21~40%	1~20%	0%
전체	56.7	27.6	10.1	4.0	1.7
(예비) 사회적기업	60.8	29.2	8.3	0.8	0.8
마을기업	50.0	24.5	16.3	5.1	4.1
협동조합	57.1	27.9	8.8	4.9	1.3

□ 근무기간 및 여건

- 사회적경제 기업의 근로자 평균 근무기간은 '3년 이상' 이 47.6%를 차지
 - 마을기업의 경우 '3년 이상' 근무하는 경우가 66.3%를 차지

<표> 근로자 평균 근무기간(%)

구분	3개월 미만	3개월 이상~6개월 미만	6개월 이상~1년 미만	1년 이상~2년 미만	2년 이상~3년 미만	3년 이상
전체	3.8	4.9	7.8	15.0	20.9	47.6
(예비) 사회적기업	1.7	1.7	9.4	12.0	30.8	44.4
마을기업	7.2	6.0	3.6	10.8	6.0	66.3
협동조합	3.7	5.9	8.4	17.6	21.2	43.2

- 취약계층 근로자의 평균근무 기간도 '3년 이상' 이 44.9% 수준
 - 마을기업의 경우 '3년 이상' 근무하는 취약계층이 61.7%를 차지

<표> 취약계층 근로자 평균 근무기간(%)

구분	3개월 미만	3개월 이상~6개월 미만	6개월 이상~1년 미만	1년 이상~2년 미만	2년 이상~3년 미만	3년 이상
전체	4.7	5.5	8.7	15.5	20.6	44.9
(예비) 사회적기업	1.7	2.6	9.5	13.8	28.4	44.0
마을기업	8.6	3.7	6.2	12.3	7.4	61.7
협동조합	4.8	7.3	9.2	17.2	21.2	40.3

- 유연근무제 도입은 '재택근무제' 44.6%, 유연 출퇴근제 14.0% 수준
 - 재택근무제는 협동조합(59.5%)과 마을기업(38.8%)에서 도입률이 높은 것으로 나타났으며, 유연출퇴근제는 사회적기업(17.5%)에서 높은 것으로 나타남
 - 그 외 일자리 공유제, 집중 근무제, 한시적 시간근무제는 매우 부족

<표> 유연근무제 도입여부(%)

구분	유연 출·퇴근제		재택근무제		일자리 공유제		집중근무제		한시적 시간근무제	
	예	아니오	예	아니오	예	아니오	예	아니오	예	아니오
전체	14.0	86.0	44.6	55.4	0.8	99.2	0.6	99.4	0.4	99.6
(예비) 사회적기업	17.5	82.5	11.7	88.3	0.0	100.0	2.5	97.5	0.8	99.2
마을기업	9.2	90.8	38.8	61.2	2.0	98.0	0.0	100.0	1.0	99.0
협동조합	14.2	85.8	59.5	40.5	0.7	99.3	0.0	100.0	0.0	100.0

- 근로자 임금지급 기준은 근로시간이 66.9%로 가장 높았으며, 업무성과 (15.8%), 직무내용과 능력기준(15.1%)의 순
 - 기업유형별로는 사회적기업은 직무내용과 능력기준이 19.5%, 마을기업은 업무성과 기준이 27.4%로 높게 나타남

<표> 근로자 임금지급 기준(%)

구분	근로시간 기준	근속년수 기준	업무성과 기준	직무내용과 능력기준	기타
전체	66.9	0.9	15.8	15.1	1.2
(예비) 사회적기업	68.1	2.7	8.0	19.5	1.8
마을기업	60.3	1.4	27.4	11.0	0.0
협동조합	68.4	0.0	16.0	14.3	1.3

□ 근로자 교육기회

- 종사자들의 교육기회는 ‘연 1~3회’ 43.9%, ‘별도의 교육기회 없음’ 41.2% 이 주를 이루는 것으로 나타남
 - 사회적기업은 연 1~3회(55.0%), 수시로 교육에 참여(15.8%)가 높게 나타났으며, 교육에 참여하는 비중이 73.8% 수준으로 높게 나타남
 - 반면, 협동조합은 별도의 교육기회 없음이 49.3%에 달하는 것으로 나타남

<표> 종사자들의 교육기회(%)

구분	수시로 교육에 참여	연 1~3회	연 4~6회	연 7~10회	별도의 교육기회 없음
전체	11.4	43.9	2.9	0.6	41.2
(예비) 사회적기업	15.8	55.0	5.0	0.0	24.2
마을기업	15.5	45.4	1.0	1.0	37.1
협동조합	8.3	39.1	2.6	0.7	49.3

- 종사자들이 받는 주요 교육활동은 ‘마케팅·홍보’ 32.4%, ‘생산품질관리’ 29.0%, ‘사회적경제 교육’ 16.5%의 순으로 나타남
 - 사회적기업은 인사조직관리, 사회문제교육, 리더십 등 비교적 다양한 교육활동을 받는 것으로 나타난 반면,
 - 마을기업, 협동조합은 마케팅·홍보, 생산품질관리, 사회적경제 교육을 중심으로 교육을 받는 것으로 나타남
- 기업의 설립연도에 따라서는 ‘2010~2012년에 설립된 기업’은 생산품질관리, ‘2009년 이전’의 기업들은 생산품질관리 및 마케팅·홍보 교육 수요가 높음
 - 반면, 2016년 이후에 설립된 초기 기업은 사회적경제 교육이 21.5%로 높게 나타남

<표> 주요 교육활동(%)

구분	사회적경제 교육	사회 문제 교육	마케 팅· 홍보	생산 품질 관리	인사 조직 관리	회계 재정 관리	사업 계획 서 작성	비즈 니스 모델 발굴	기타	
전체	16.5	5.2	32.4	29.0	2.0	1.0	1.2	0.8	11.8	
기업 유형	(예비) 사회적기업	16.1	5.8	24.8	29.2	2.9	2.2	2.9	1.5	14.6
	마을기업	8.5	1.9	33.0	39.6	0.9	0.9	0.9	0.0	14.2
	협동조합	19.1	6.0	35.1	25.7	2.0	0.6	0.6	0.9	10.1
설립 연도	2009년 이전	7.0	2.3	32.6	34.9	7.0	2.3	2.3	0.0	11.7
	2010~2012년	14.5	3.9	28.9	36.8	0.0	1.3	3.9	0.0	10.5
	2013~2015년	14.1	5.6	36.1	28.5	1.0	0.7	0.7	0.7	12.8
	2016년 이후	21.5	6.0	28.0	25.5	3.0	1.5	1.0	1.5	12

□ 사회적경제 기업의 경쟁력

- 사회적경제 기업의 대표가 인식하는 제품 및 서비스의 혁신성은 보통 이하가 62.6%로 혁신성을 높게 인식하지는 않는 것으로 나타남
 - 마을기업의 경우 71.6%가 보통 이하로 인식하고 있었으며, 사회적기업이 상대적으로 우수하다고 인식하는 비중(36.4%)이 높게 나타남
 - 다만 설립기간이 10년 이상된 기업은 혁신성이 우수하다는 인식이 93.7%로 타 유형에 비해 소폭 높은 것으로 분석됨

<표> 제품 또는 서비스의 혁신성에 대한 인식(%)

구분		매우 미흡	미흡	보통	우수	매우 우수
전체		0.8	7.2	55.1	36.7	0.2
기업유형	(예비) 사회적기업	0.8	5.0	52.5	41.7	0.0
	마을기업	0.0	12.2	60.2	27.6	0.0
	협동조합	1.0	6.5	54.5	37.7	0.3
설립연도	2009년 이전	0.0	6.3	53.1	40.6	0.0
	2010~2012년	1.5	6.2	55.4	36.9	0.0
	2013~2015년	0.0	7.9	56.7	35.3	0.0
	2016년 이후	1.7	6.8	53.1	37.9	0.6

- 판매 및 서비스 제공방식의 차별화 정도에 있어서도 보통으로 인식하는 경우가 58.9%를 차지하는 것으로 나타났으며, 우수하다고 인식하는 경우는 32.9%에 불과
 - 마을기업의 경우 혁신성이 미흡한 것으로 인식하는 경우가 12.2%에 달하는 것으로 나타난 반면, (예비) 사회적기업은 다른 기업 유형에 비해 우수하다는 인식이 40.8%로 타 유형에 비해 비교적 높게 나타남
 - 설립기간이 오래될수록 차별화 정도가 높다고 인식하고 있는 반면, 설립된 지 얼마 되지 않은 기업은 상대적으로 낮은 것으로 인식

<표> 판매 및 서비스 제공방식의 차별화 정도(%)

구분		매우 미흡	미흡	보통	우수	매우 우수
전체		0.4	7.8	58.9	32.7	0.2
기업유형	(예비) 사회적기업	0.0	4.2	55.0	40.0	0.8
	마을기업	0.0	12.2	58.2	29.6	0.0
	협동조합	0.6	7.8	60.7	30.8	0.0
설립연도	2009년 이전	0.0	6.3	50.0	43.8	0.0
	2010~2012년	0.0	7.7	55.4	36.9	0.0
	2013~2015년	0.0	8.3	60.3	31.3	0.0
	2016년 이후	1.1	7.3	59.9	31.1	0.6

- 혁신을 통한 새로운 시장 진출 경험의 경우 보통 이하가 80.7%를 차지하는 것으로 나타났으며, 우수하다고 인식하는 경우는 19.4%에 불과
- 협동조합의 경우 보통 이하가 83.4%에 달하는 반면, (예비) 사회적기업은 상대적으로 낮은 것으로 분석됨
 - 설립기간이 비교적 오래된 기업의 경우 혁신을 통한 시장진출 정도가 28.1%로 타 유형에 비해 높은 것으로 나타남

<표> 혁신을 통한 새로운 시장 진출 정도(%)

구분		매우 미흡	미흡	보통	우수	매우 우수
전체		0.4	8.4	71.9	19.0	0.4
기업유형	(예비) 사회적기업	0.0	5.0	65.8	27.5	1.7
	마을기업	0.0	14.3	67.3	18.4	0.0
	협동조합	0.6	7.8	75.6	15.9	0.0
설립연도	2009년 이전	0.0	9.4	62.5	28.1	0.0
	2010~2012년	0.0	7.7	73.8	18.5	0.0
	2013~2015년	0.0	8.3	74.2	17.1	0.4
	2016년 이후	1.1	8.5	69.5	20.3	0.6

□ 주요 유통 경로

- 사회적경제 기업이 주로 활용하는 유통경로는 업체 매장에서 직접판매(59.7%), 온라인쇼핑몰(11.8%), 지자체 및 공공기관(9.7%)의 순
 - (예비) 사회적기업은 업체매장에서 직접 판매(56.7%), 온라인쇼핑몰(15.0%), 지자체 및 공공기관(14.2%), 사회적경제조직간 상호거래(11.7%)의 순
 - 마을기업은 업체 매장에서 직접판매(69.4%), 일반사업체(17.3%), 온라인 쇼핑몰(15.3%)의 순
 - 협동조합은 업체 매장에서 직접판매(57.8%)를 제외하고는 타 유형에 비해 전반적으로 유통경로 확보가 미흡한 수준

<표> 유통경로 활용 여부(%)

구분	업체 매장에서 직접 판매		사회복지관 및 시설		일반사업체 (대기업 등)		사회적경제 조직 상호 거래		온라인 쇼핑몰		지자체 및 공공 기관	
	X	○	X	○	X	○	X	○	X	○	X	○
전체	40.3	59.7	93.9	6.1	86.5	13.5	92.6	7.4	88.2	11.8	90.3	9.7
(예비) 사회적 기업	43.3	56.7	91.7	8.3	75.0	25.0	88.3	11.7	85.0	15.0	85.8	14.2
마을 기업	30.6	69.4	96.9	3.1	82.7	17.3	95.9	4.1	84.7	15.3	88.8	11.2
협동 조합	42.2	57.8	93.8	6.2	92.2	7.8	93.2	6.8	90.6	9.4	92.5	7.5
구분	백화점 또는 대형마트		중앙부처		서울시		서울시 자치구		민간단체		기타	
	X	○	X	○	X	○	X	○	X	○	X	○
전체	96.0	4.0	99.8	0.2	99.8	0.2	95.8	4.2	97.7	2.3	94.7	5.3
(예비) 사회적 기업	96.7	3.3	100.0	0.0	100.0	0.0	96.7	3.3	97.5	2.5	97.5	2.5
마을 기업	92.9	7.1	100.0	0.0	100.0	0.0	93.9	6.1	99.0	1.0	84.7	15.3
협동 조합	96.8	3.2	99.7	0.3	99.7	0.3	96.1	3.9	97.4	2.6	96.8	3.2

- 주요 유통경로의 판매금액 비중은 평균적으로 업체 매장에서 직접 판매(84.6%), 사회적경제 조직간 상호거래(64.9%), 일반사업체(56.4%)의 순
 - (예비) 사회적기업은 업체매장에서 직접 판매(80.4%), 기타(66.3%), 사회적경제조직간 상호거래(61.6%)의 순
 - 마을기업은 업체 매장에서 직접판매(76.0%), 일반사업체(63.5%), 기타(62.3%), 온라인쇼핑몰(46.7%)의 순
 - 협동조합은 업체 매장에서 직접판매(89.6%)가 가장 많은 비중을 차지하며, 사회적경제 조직간 상호거래(71.4%)도 타 유형에 비해 비교적 높은 수준

<표> 주요 유통경로 판매금액 비중(%)

구분	업체 매장에서 직접 판매	사회복지 기관 및 시설	일반 사업체 (대기업 등)	사회적경제 조직 상호 거래	온라인 쇼핑몰	지자체 및 공공 기관
전체	84.6	48.5	56.4	64.9	42.7	35.4
(예비) 사회적기업	80.4	51.1	50.4	61.6	44.0	39.5
마을기업	76.0	43.3	63.5	42.5	46.7	24.1
협동조합	89.6	47.9	59.0	71.4	39.8	37.8
구분	백화점 또는 대형마트	중앙부처	서울시	서울시 자치구	민간단체	기타
전체	32.0	20.0	20.0	34.6	22.9	61.8
(예비) 사회적기업	27.8	0.0	0.0	43.0	33.3	66.3
마을기업	32.1	0.0	0.0	36.7	10.0	62.3
협동조합	33.5	20.0	20.0	30.8	20.6	59.5

□ 지역네트워크

○ 도내 사회적경제 기업의 87.8%가 지역사회를 기반으로 활동

- 마을기업은 92.9%가 지역사회를 기반으로 하고 있었으며, 설립연도는 지역 사회 기반 정도와 큰 관련이 없는 것으로 분석됨

<표> 지역사회 기반 정도(%)

구분		예	아니오
전체		87.8	12.2
기업유형	(예비)사회적기업	86.7	13.3
	마을기업	92.9	7.1
	협동조합	86.7	13.3
설립연도	2009년 이전	84.4	15.6
	2010~2012년	89.2	10.8
	2013~2015년	88.9	11.1
	2016년 이후	86.4	13.6

○ 다수의 기업이 지역사회와의 교류 및 협력이 중요하다고 인식(55.9%)하는 것으로 나타남

- 일부 협동조합의 경우 중요하지 않음으로 인식(3.6%)하고 있는데, 이는 사업자협동조합으로서 사업 추진을 위해 설립된 경우 지역사회를 중요하게 인식하지 않는 것으로 보이며, 협동조합의 원리에 대한 기본적인 교육 강화가 요구됨

<표> 지역사회와의 교류 및 협력의 중요성(%)

구분		전혀 중요하지 않음	중요하지 않음	보통	중요함	매우 중요함
전체		0.6	2.3	41.3	51.9	4.0
기업유형	(예비) 사회적기업	0.8	0.8	37.5	55.0	5.8
	마을기업	0.0	0.0	31.6	61.2	7.1
	협동조합	0.6	3.6	45.8	47.7	2.3
설립연도	2009년 이전	3.1	0.0	28.1	65.6	3.1
	2010~2012년	0.0	1.5	43.1	49.2	6.2
	2013~2015년	0.8	2.8	38.1	54.4	4.0
	2016년 이후	0.0	2.3	47.5	46.9	3.4

- 사회적경제 기업의 활동에 대해 지역주민은 ‘대다수가 관심 없음’ 32.7%, ‘조직활동에 대해 알고 있는 정도’ 27.6%로 대부분 관심이 없거나 알고 있는 정도로 나타남
 - 마을기업의 경우 조직활동에 대해 알고 있는 정도 31.6%, 지역주민 대다수 참여 27.6%, 총회 및 이사회에 일부의 주민이 참여 21.4%로 다른 유형에 비해 주민들의 관심과 참여가 높은 것으로 나타남
 - 협동조합의 경우 지역주민 대다수가 관심 없음이 39.6%에 달하고 있어 보다 지역주민들과의 소통 확대가 긴급

<표> 지역주민의 관심과 참여 정도(%)

구분		총회 및 이사회에 일부의 주민이 참여	지역주민 대다수 참여	조직 활동에 대해 인식	참여 지역주민 늘어나고 있음	지역주민 대다수 관심 없음	기타
전체		19.6	15.6	27.6	4.0	32.7	0.6
기업 유형	(예비) 사회적기업	21.7	10.8	28.3	7.5	31.7	0.0
	마을기업	21.4	27.6	31.6	7.1	12.2	0.0
	협동조합	18.2	13.6	26.0	1.6	39.6	1.0
설립 연도	2009년 이전	12.5	18.8	21.9	12.5	34.4	0.0
	2010~2012년	29.2	16.9	21.5	9.2	23.1	0.0
	2013~2015년	17.5	16.7	32.1	2.8	31.0	0.0
	2016년 이후	20.3	13.0	24.3	2.3	38.4	1.7

- 지역사회 주체들의 공식적 협력활동에 참여하는 정도는 2~5회 미만이 47.5%로 높게 나타났으며, 참여하지 않음도 15.0%에 달함

<표> 지역사회 주체들의 공식적 협력활동 참여정도(%)

구분		참여하지 않음	1회	2회~5회 미만	5회~10회 미만	10회 이상
전체		15.0	29.5	47.5	6.3	1.7
기업 유형	(예비) 사회적기업	10.8	23.3	49.2	12.5	4.2
	마을기업	16.3	27.6	52.0	4.1	0.0
	협동조합	16.2	32.5	45.5	4.5	1.3
설립 연도	2009년 이전	21.9	18.8	40.6	18.8	0.0
	2010~2012년	10.8	29.2	50.8	9.2	0.0
	2013~2015년	14.7	30.6	48.4	4.4	2.0
	2016년 이후	15.8	29.9	46.3	5.6	2.3

- 지역주체들과의 교류 필요성은 모두 높게 나타나는 가운데, 현재의 수준은 보통 이하인 것으로 분석됨
- 다양한 지역사회 주체 중 지역내 사회적경제조직(71.4%), 시군 사회적경제 관련 부서(66.3%), 시군 중간지원조직(65.2%)의 교류 필요성이 높음
 - 현재 교류 수준은 지역내 사회적경제 조직과의 교류가 33.7%로 가장 높았던 반면, 민간기업과의 교류는 17.5%로 가장 낮은 수준으로 나타남

<표> 지역주체들과의 교류 필요성 및 현재 수준(%)

구분	교류 필요성					현재 수준				
	매우 필요 없음	필요 없음	보통	필요	매우 필요	전혀 없음	교류 부족	보통	활발	매우 활발
시·군 사회적경제 관련 부서	0.4	4.8	28.5	49.2	17.1	4.4	21.9	43.3	30.0	0.4
시·군단위 중간지원기관	0.8	4.0	30.0	42.2	23.0	13.5	15.2	48.3	19.4	3.6
시·군단위 협회/업종 네트워크	1.0	2.3	31.7	46.0	19.0	13.1	17.5	47.7	18.6	3.0
지역내 사회적경제조직	0.8	3.2	24.5	53.0	18.4	10.6	19.2	36.5	31.2	2.5
농협·수협·축협·생협 등 협동조합	3.4	7.8	30.4	48.1	10.3	16.7	20.7	34.4	27.4	0.8
시민단체·비영리조직	1.1	4.6	37.5	47.3	9.5	15.8	17.1	44.9	21.7	0.6
민간기업	1.1	5.7	39.9	43.0	10.3	14.4	20.0	48.1	17.1	0.4
지역주민 공동체 또는 단체	0.2	3.6	34.6	57.2	4.4	14.4	15.4	48.5	21.3	0.4

5 애로사항, 정책만족도 및 정책수요

1 애로사항

- 사회적경제 기업이 사회공헌활동을 수행함에 있어 어려움을 느끼는 부분은 ‘사회공헌에 대한 내부 매뉴얼 부족’ (29.8%), ‘사회공헌 활동을 위한 예산 부족’ (24.8%)의 순
 - 지역별로는 공헌활동 예산부족은 금산군, 공헌활동기획기능 부재는 서천군, 사회공헌매뉴얼 부족은 천안시, 당진시, 담당인력 부재는 보령시의 순
 - 유형별로는 협동조합은 매뉴얼 부족(32.8%), (예비) 사회적기업은 예산부족 (27.1%), 마을기업은 담당인력 부재(20.5%)가 높게 나타남

<표> 사회공헌활동 수행시 애로사항(%)

구분	공헌 활동을 위한 예산 부족	공헌 활동 기획 기능 부재	사회 공헌에 대한 내부 매뉴얼 부족	내부 임직원 관심 부족	CEO 의지 부족	담당 인력/전담 조직 부재	공헌 활동의 방식에 대한 정보 부족	기타	
전체	24.8	10.0	29.8	10.0	0.8	17.2	6.7	0.7	
기업 소재지	천안시	25.0	6.1	35.7	16.3	0.5	14.8	1.5	0.0
	공주시	21.2	4.5	30.3	7.6	0.0	27.3	9.1	0.0
	보령시	11.1	2.2	31.1	0.0	0.0	53.3	2.2	0.0
	아산시	30.8	15.9	30.8	7.5	2.8	3.7	8.4	0.0
	서산시	21.2	13.5	17.3	13.5	0.0	17.3	11.5	5.8
	논산시	13.9	7.6	29.1	7.6	0.0	38.0	3.8	0.0
	계룡시	42.9	0.0	28.6	0.0	0.0	0.0	28.6	0.0
	당진시	30.2	2.3	34.9	4.7	0.0	23.3	4.7	0.0
	금산군	60.0	16.7	13.3	3.3	0.0	3.3	3.3	0.0
	부여군	29.7	16.2	18.9	8.1	2.7	16.2	8.1	0.0
	서천군	18.1	26.4	30.6	9.7	0.0	8.3	6.9	0.0
	청양군	22.6	16.1	32.3	6.5	0.0	12.9	9.7	0.0
	홍성군	17.4	6.5	30.4	15.2	0.0	10.9	17.4	2.2
	예산군	36.2	6.9	24.1	13.8	1.7	12.1	3.4	1.7
태안군	21.1	5.3	34.2	7.9	2.6	7.9	18.4	2.6	
사회적경제 유형	(예비) 사회적기업	27.1	12.8	25.6	10.3	0.5	16.3	6.9	0.5
	마을기업	26.3	8.2	25.1	7.6	0.6	20.5	9.9	1.8
	협동조합	23.5	9.6	32.8	10.7	0.9	16.5	5.6	0.4
법인 설립일	2009년 이전	22.2	7.4	25.9	9.3	1.9	24.1	9.3	0.0
	2010~2012년	31.2	12.8	22.0	11.9	0.0	14.7	5.5	1.8
	2013~2015년	22.7	10.0	31.1	9.3	0.9	19.3	6.3	0.5
	2016년 이후	25.9	9.6	31.3	10.5	0.6	14.1	7.3	0.6

- 조직설립과 관련한 어려움은 ‘지역사회의 욕구에 부합한 사업아이템 발굴’ 59.6%, ‘조직설립과 운영에 필요한 출자금 모금’ 58.4%의 순
- 경영활동과 관련한 어려움은 ‘조직운영에 적합한 인력 찾기’, ‘조직운영에 필요한 전문지식과 노하우’ 등의 순
- 판매 활동과 관련한 어려움은 ‘조직이 생산한 제품 및 서비스의 판로확보’가 60%로 가장 높은 것으로 나타남

<표> 운영상 애로사항(%)

구분	항목	애로수준				
		매우 어렵지 않음	어렵지 않음	보통	어려움	매우 어려움
조직 설 립	① 조직설립 취지에 대한 지역사회의 공감대 형성	0.4	5.3	40.7	49.6	4.0
	② 조직설립과 운영에 필요한 출자금 모금	0.6	4.4	36.3	44.7	14.1
	③ 지역사회 욕구에 부합한 사업아이템 발굴	0.4	4.0	35.6	48.5	11.6
	④ 적정 임대료로 구할 수 있는 사업장 확보	0.4	4.6	39.5	46.6	8.9
	⑤ 조직 설립에 필요한 행정 절차진행	0.4	4.2	41.3	45.8	8.4
	⑥ 조직 지정/인증을 받기 위한 사업계획서 작성	0.4	3.0	40.9	46.4	9.3
경 영	⑦ 조직운영에 적합한 인력 찾기	0.4	2.3	39.4	49.4	8.6
	⑧ 조직운영에 필요한 재무 인력 확보	0.2	3.4	37.8	52.9	5.7
	⑨ 조직운영에 필요한 전문지식과 노하우	0.4	4.0	36.7	54.8	4.2
판 매	⑩ 조직운영을 위한 수익창출 및 자금확보	0.2	2.7	41.6	49.0	6.5
	⑪ 판매 활동에 필요한 훈련된 인재 찾기	0.4	2.5	38.4	54.8	4.0
	⑫ 조직이 생산한 제품 및 서비스의 판로확보	0.6	2.3	37.3	57.4	2.5

2 정책 만족도

- 충청남도에서 추진하고 있는 주요 정책 중 사회적기업 일자리 사업 및 사업 개발비, 마을기업 사업의 수혜도가 높은 것으로 나타났으며, 이외 사업은 1~2% 수준의 수혜율을 보이고 있음
- 만족도는 사회적경제네트워크 육성(4.2점), 지역특화사업(4.1점) 상대적으로 높게 나타남

<표> 지원사업 수혜여부 및 만족도(%)

구분		수혜여부		만족도					만족도
		예	아니오	매우 불만족	불만족	보통	만족	매우 만족	
사회적기업	일자리 사업비	21.5	78.5	0.9	0.0	13.3	74.3	11.5	4.0
	사업개발비	13.5	86.5	1.4	0.0	9.9	80.3	8.5	3.9
마을기업 사업비		12.9	87.1	0.0	0.0	23.5	60.3	16.2	3.9
지역특화사업		2.3	97.7	0.0	0.0	8.3	75.0	16.7	4.1
사회적경제네트워크 육성		1.1	98.9	0.0	0.0	16.7	50.0	33.3	4.2

- 지원사업의 개선사항에 대해서는 신청 서류 간소화(48.6%), 신청 절차 간소화(23.8%)가 높은 비중을 차지

<표> 지원사업 개선 요구사항(개, %)

구분	기업수	비중
사회적 경제 농산물, 가공품 직거래와 문화가 결합된 행사로 확대한 행사를 위한 시범사업, 공모사업 시행	1	1.0
신청 서류 간소화	51	48.6
신청 절차 간소화	25	23.8
자격 요건 완화	7	6.7
장기적으로 계획하여 소기의 성과 가져가기	1	1.0
정책, 지원사업 등 적극적인 홍보	14	13.3
지속적인 지원	1	1.0
처리 기간 신속화	3	2.9
청년층의 지방유입에 도움이 되는 실질적지원사업의 필요성	1	1.0
현실적인 지원 강화	1	1.0

- 지원사업에 참여하지 않았던 이유로는 정책활용 필요성 부족(24.9%), 행정절차 복잡(22.5%), 지원제도에 대해 알지 못함(17.1%)의 순
 - 지역별로는 지원제도에 대해 알지 못함은 부여군, 당진시, 자격요건 미달은 금산군, 행정절차 복잡은 계룡시, 서산시, 사업의 실효성 부족은 보령시, 정책활용 필요성 부족은 천안시의 순으로 나타남
 - 유형별로는 (예비) 사회적기업은 자격요건미달(27.3%), 마을기업은 행정절차 복잡(34.9%), 협동조합은 정책활용 필요성 부족(30.2%)의 순

<표> 지원사업에 참여하지 않았던 이유(%)

구분		지원 제도에 대해 알지 못했음	자격 요건 미달	행정 절차 복잡	사업의 실효성 부족	지원 금액 및 혜택 작음	정책 활용 필요성 부족	기타
전체		17.1	15.6	22.5	9.6	6.3	24.9	4.2
기업 소재지	천안시	11.7	11.7	11.7	6.5	2.6	49.4	6.5
	공주시	21.4	28.6	14.3	0.0	7.1	28.6	0
	보령시	0.0	11.1	22.2	44.4	22.2	0.0	0
	아산시	9.7	12.9	12.9	16.1	0.0	38.7	9.7
	서산시	16.7	12.5	41.7	8.3	4.2	16.7	0
	논산시	15.0	5.0	0.0	20.0	15.0	35.0	10
	계룡시	0.0	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0	0
	당진시	38.5	15.4	38.5	7.7	0.0	0.0	0
	금산군	0.0	60.0	13.3	0.0	6.7	20.0	0
	부여군	40.0	20.0	20.0	0.0	20.0	0.0	0
	서천군	18.9	16.2	35.1	8.1	8.1	8.1	5.4
	청양군	20.0	13.3	20.0	13.3	13.3	6.7	13.3
	홍성군	12.5	31.3	50.0	0.0	6.3	0.0	0
	예산군	29.0	6.5	22.6	19.4	3.2	19.4	0
태안군	18.8	6.3	37.5	0.0	6.3	31.3	0	
사회적 경제 유형	(예비)사회적기업	19.7	27.3	18.2	7.6	10.6	16.7	0
	마을기업	16.3	4.7	34.9	14.0	16.3	9.3	4.7
	협동조합	16.4	14.2	21.3	9.3	3.1	30.2	5.3

3 정책 수요

- 직접지원사업은 사업비 지원(81.5%)을 매우 필요하다고 응답
- 간접지원사업은 홍보지원 58.7%, 판로지원 56.6%, 금융지원 50%의 순
- 판로지원은 상품경쟁력 강화 지원, 유통채널 지원이 각각 45.8%의 순
- 금융지원은 중소기업정책자금 62.7%, 소액금융지원사업 48.9%의 순

<표> 정책수요(%)

구분	항목	매우 불필요	불필요	보통	필요	매우 필요
직접 지원	사업비 지원	0.6	1.5	16.3	61.2	20.3
	연구개발(R&D) 지원	5.9	12.4	45.6	27.6	8.6
	시설비·임대비지원	0.8	4.0	46.8	38.6	9.9
	인건비 지원	0.6	2.1	42.8	41.1	13.5
	공공기관 우선구매	0.6	4.4	48.1	36.1	10.8
	공공기관 사업서비스 위탁	1.7	3.4	47.1	39.4	8.4
	다양한 세제 지원	0.2	2.5	32.7	49.4	15.2
간접 지원	판로지원	1.0	2.9	39.5	44.1	12.5
	홍보지원	1.0	2.5	37.8	47.3	11.4
	종사자 전문교육훈련 지원	1.3	3.6	48.5	39.0	7.6
	금융지원	1.1	4.0	44.9	42.2	7.8
	기술개발지원	2.9	8.6	48.9	32.7	7.0
	인력지원	1.3	7.0	50.6	35.0	6.1
	컨설팅 지원	1.3	5.3	50.2	36.9	6.3
	경영개선 지원	1.7	5.3	52.1	33.1	7.8
	사회적경제 협동화 지원	2.5	5.7	47.7	36.1	8.0
	사회적경제 클러스터 공간 조성	2.1	7.8	50.2	34.2	5.7
	민간자원 연계	3.2	7.6	53.2	30.4	5.5
	해외수출 지원	16.5	12.2	47.1	20.2	4.0
판로 지원	온라인 통합 판로지원	6.1	9.9	53.2	24.7	6.1
	시장진입 역량강화 지원	1.9	6.7	50.6	34.4	6.5
	유통채널 지원	2.3	5.3	46.6	37.8	8.0
	상품경쟁력 강화 지원	2.3	5.7	46.2	39.0	6.8
	공공기관 우선구매 지원	1.3	6.7	49.6	35.6	6.8
	상품 인지도 및 브랜드 강화 지원	1.5	5.9	47.7	38.6	6.3
금융 지원	소액금융지원사업	1.7	5.9	43.5	44.1	4.8
	중소기업정책자금	1.7	4.2	31.4	57.6	5.1
	사회적기업·사회적경제 조직보증	1.1	5.5	46.8	44.1	2.5
	사회적기업투자펀드(모태펀드)	1.1	6.7	53.2	37.8	1.1
	지방자치단체 융·투자	1.3	4.2	51.3	41.3	1.9

- 기술개발(R&D) 정책수요는 22.9%가 필요로 하고 있으나, 필요하지 않음이 53.2%에 달해 아직까지 기술개발이 필요한 수준에까지 도달하지 못한 것으로 판단됨
 - 기업유형별로는 (예비) 사회적기업이 비교적 높은 기술개발 필요성(29.1%)을 갖고 있는 반면, 협동조합은 19.5%에 불과

<표> R&D 정책수요(%)

구분	전혀 필요하지 않음	필요하지 않음	보통	필요함	매우 필요함
전체	20.3	32.9	24.0	21.9	1.0
(예비) 사회적기업	15.8	33.3	21.7	25.8	3.3
마을기업	20.4	28.6	25.5	25.5	0.0
협동조합	22.1	34.1	24.4	19.2	0.3

- 기술개발을 필요로 하는 분야는 제품공정설계(54.5%), 시장조사/분석(54.1%), 신사업영역 제품개발(49.4%)의 순
 - 기업유형별로는 (예비) 사회적기업은 제품공정설계(66.0%), 마을기업은 마케팅 전략 수립(55.6%), 협동조합은 시장조사/분석(56.5%)의 순

<표> R&D 필요 분야(%)

구분	제품개발			생산시스템			서비스		
	신사업영역 제품개발	기존사업영역 제품개발	기존제품 고도화	제품공정설계	시스템 운영	기계설비설비배치	시장조사/분석	마케팅 전략수립	실행 및 성과관리
전체	49.4	37.9	12.8	54.5	40.1	5.4	54.1	41.4	4.5
(예비) 사회적기업	55.9	22.0	22.0	66.0	28.3	5.7	59.0	32.8	8.2
마을기업	44.9	46.9	8.2	38.3	55.3	6.4	40.0	55.6	4.4
협동조합	48.0	41.7	10.2	55.7	39.3	4.9	56.5	40.6	2.9

Ⅲ 주요 과제 및 개선 방안

1

주요 과제

□ 지역적 특성을 고려한 맞춤형 지원체계 구축 필요

- 도내 사회적경제기업은 인구 밀집지역인 북부권(43.8%)에 집중되어 있는 가운데, 인구 과소지역의 사회적경제 활성화에 대한 고민 필요
 - 일부 인구 과소지역에서도 지자체의 관심이 많거나 시민활동 경험이 있는 경우 비교적 많은 기업이 입지해 있는 것은 향후 방향 설정에 매우 중요한 시사점임
 - ※ 홍성군 홍동마을의 경우 인구 과소지역임에도 불구하고 상대적으로 많은 기업이 입지해 있는데 이는 풀무학교를 중심으로 다양한 기업들이 탄생·운영되고 있기 때문
- 또한 성장률이 감소하고 있는 지역의 경우 그 원인을 파악하고 기업의 경영 안정화를 위한 정책적 지원 방향 모색이 필요

□ 기업의 성장단계 및 업종을 고려한 단계별 육성체계 구축 필요

- 도내 사회적경제기업은 5년 이하(82.8%)의 신생 기업이 대다수를 이루는 가운데, 안정기로 진입하기 위한 Post-BI 지원정책이 필요한 상황
 - 충남도에서 사회적경제기업에 대한 지원이 5년이 흐른 시점에서 성장 단계를 고속성장기로 도약시키기 위한 정책적 변화가 필요
- 업종 분포도 농업, 임업 및 어업(35.4%), 제조업(12.4%), 교육(11.8%) 등에 집중되어 있으며, 제조업의 경우에도 대부분 식료품 제조업에 국한
 - 사회적경제기업의 생태계 구축을 위해서는 보다 다양한 업종의 기업들이 진입하여 기술교류, 전후방 연계 등 실질적인 협력 활성화가 필요

□ 사회적경제기업가의 특성을 고려한 정책적 접근 시급

- 사회적경제기업 대표자의 경력도 기업가(46.6%), 영어농조합(28.4%), 사회복지기관(5.6%)이 주를 이루는 만큼, 각 기업가별 특성을 고려한 접근이 필요
- 대표자의 성별에 있어서도 남성(76.8%)이 대다수를 이루고 있는 만큼 여성의 참여를 강화하기 위한 전략 마련 필요

- 대표자의 연령도 50세 이상이 74.6%를 차지하는 만큼 청년 창업의 적극적인 유인이 필요
 - 종사자의 경우에도 청년층은 9.2%에 불과한 만큼 다양한 청년 활동 수요를 유인할 수 있는 방안 강구가 시급

□ 사회적가치 창출 활동의 다각화 필요

- 현재 사회적경제 기업들이 창출하는 사회적가치는 ‘지역주민 일자리 창출’ (37.2%), ‘대안 농업’ (19.5%)에 집중
- 4차 산업기술, 환경·에너지, 도시재생, 노후 건물 등 지역사회의 다양한 문제를 해결할 수 있는 영역으로 확장 필요

□ 사회적경제기업 대상 교육은 기업유형별, 내용별 맞춤형 설계 시급

- 사회적경제기업의 공식적인 교육기회는 연간 ‘1회~3회’ (43.4%)가 대부분을 차지하는 가운데, ‘별도의 교육기회 없음’ 이 41.8%를 차지
- 특히 협동조합의 경우 ‘별도의 교육기회 없음’ 이 49.3%로 나타나고 있는데, 협동조합의 핵심 사항인 교육 분야가 부족하다는 것은 큰 문제라 할 수 있음
- 기업 유형별로 수요에 맞는 교육체계 구축이 매우 중요한 상황임

□ 대상 맞춤형 창업 지원체계 구축·확대 긴요

- 사회적경제 기업의 조직설립에 있어 ‘지역사회의 욕구에 부합한 사업아이템 발굴’ 59.6%, ‘조직설립과 운영에 필요한 출자금 모금’ 58.4%에 어려움을 겪고 있는 것으로 나타남
- 초기 자금 확보와 아이템 개발을 집중 지원해 줄 수 있는 창업보육체계 구축이 중요한 상황

□ 직접지원체계에서 간접지원체계로의 전환 필요

- 사회적경제기업은 직접지원 사업으로 사업비 지원을 80.6%가 필요로 하고 있으나, 자생력 강화에 있어 사업비 지원은 적절한 전환이 필요
- 간접지원사업으로 홍보지원(58.4%), 판로지원(56%), 금융지원(48.8%), 사회적경제 협동화 지원(48.8)의 수요가 높은 만큼 이에 대한 체계적 지원 필요

□ 사회적경제의 낮은 정규직 수준 상향 시급

- 현재 사회적경제의 정규직 비율을 20~30% 수준으로, 비정규직을 정규직으로 전환할 수 있는 적극적인 지원 및 독려 필요
- 그러나 사회적기업이 정규직 사회적기업 종사자(46.4%)로 타 사회적경제기업보다 월등. 이는 충남의 사회적경제기업의 기업성장단계별로 넓게 분포하고 있음을 유추可
- 5년이상 사회적기업이 성장·성숙단계로 안정화되었다는 점을 고려할 때, 무리한 정규직화보다는 적극적 기업성장 지원책과 함께 독려할 필요 존재.
- 또한 지역기반한 사회적경제조직의 경우 정규직보다는 지역내 일자리로서의 특징적인 유연한 근무가 가능하다는 점에서 정규직화의 관계 재정립 필요

□ 협동조합에 대한 적극적인 컨설팅 지원 필요

- 현재 협동조합은 급성장하고 있으나, 매출과 고용창출면에서 미흡하며 조합 결성후 활동하지 않는 휴면기업도 다수 존재
- 이는 협동조합이 가지는 한계라고 볼 수 있는 동시에 적극적인 정책지원을 통해 매출과 일자리 창출로 이어지는 미 개척영역으로 볼 수 있음

□ 청년유입에 대한 적극적 대응 시급

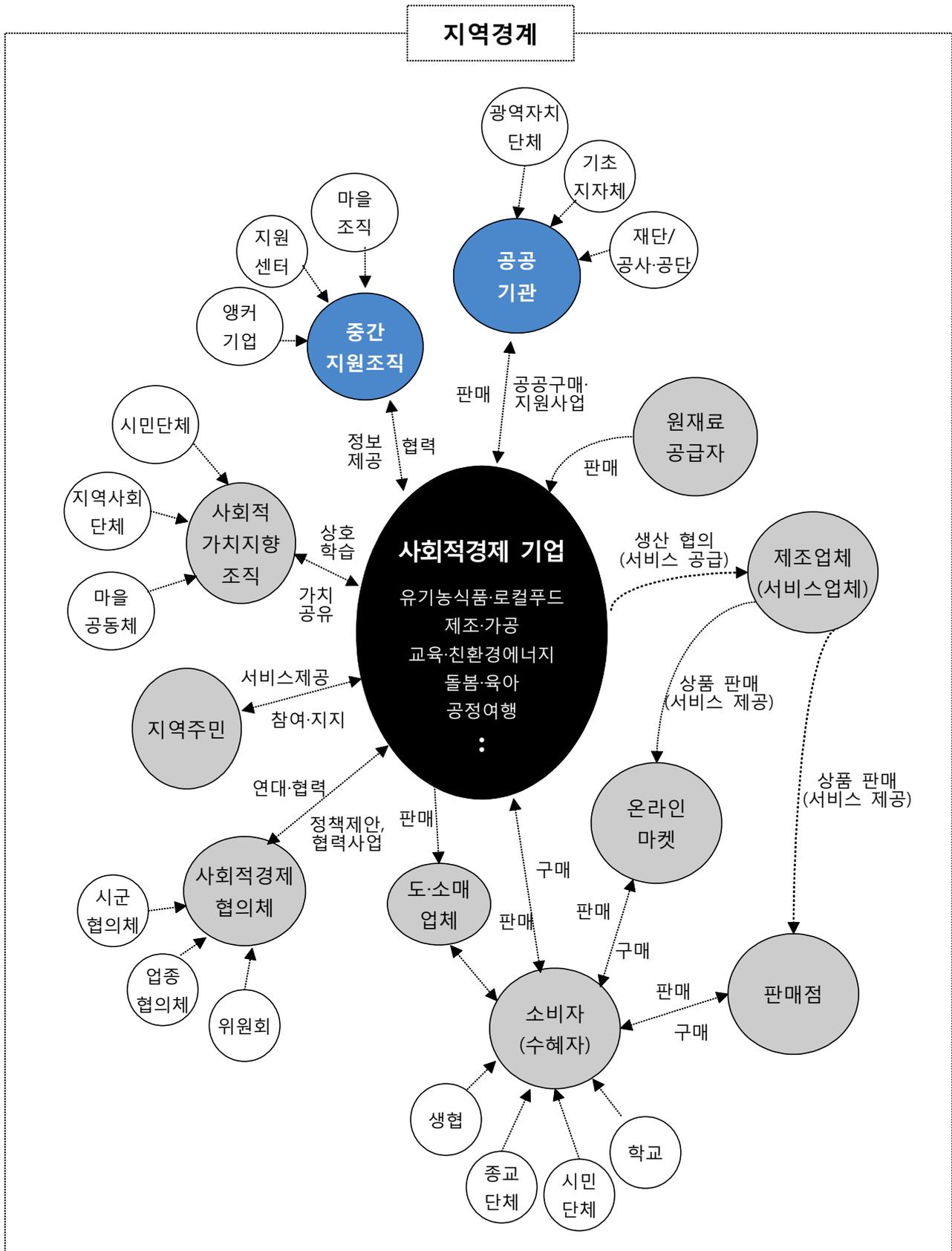
- 50대이상의 종사자가 과반이상으로 청년들을 사회적경제기업으로 유입할 수 있는 전략사업 개발 필요
- 그러나 기존 사회적경제기업의 사업내용 및 환경 등이 청년의 니즈와 맞지 않아 발생하는 미스매치의 문제라고 볼 수도 있음
- 사회적기업가로서 새로운 영역, 예를 들어 사회적문제해결에 집중하는 사회혁신기업 등을 추진하여 종사자 수 카운팅되지 않는 유입이 있음

□ 농촌지역의 중요한 일자리 창출 수단으로 적극 활용 필요

- 총 취업자 수로서는 천안시가 단연 높으나, 해당 시군의 취업자비율로 판단할 때, 서천군의 사회적경제는 지역경제에 큰 영향력을 보임
- 이와 같은 것은 사회적경제가 농촌기반 시군에 중요한 역할을 하고 있음을 보여준다고 할 수 있음

① 충남형 사회적경제 지역생태계 모델 도입·운영

- 기존의 직접지원 방식 → 간접지원 방식으로 전환을 위해서는 지역생태계 모델 도입 필요
 - 지역생태계 모델은 사회적경제 기업의 가치사슬과 사회적 네트워크, 중간지원조직, 지방정부의 유기적 상호작용 시스템임
 - 가치사슬을 중심으로 한 거래 네트워크와 사회적 가치 추구를 중심으로 한 사회적 네트워크가 핵심이며, 이러한 활동을 중간지원조직과 지방정부가 지원하는 구조임
- 지역네트워크 구축(가치사슬과 사회적 네트워크)
 - 가치사슬 구축 : 지역 내 다양한 경제주체들, 즉 중소기업 및 향토기업 등과의 적극적인 연계 추진이 필요
 - * 사회공헌사업 연계뿐만 아니라 인센티브 제도 마련을 통해 적극참여 유도
 - 사회적 네트워크 : 사회적 관계 형성을 위한 다양한 지역적 토대를 마련
 - * 학습동아리 사업을 확대 운영을 통한 사회적경제 창업 기회 확보
 - * 개방형 당사자 협의체 구성·운영 : 협의체 형성을 특정 업종, 특정 지역으로 한정하지 말고 실제 협력을 필요로 하는 주체들로 개방
- 시군 단위의 중간지원조직 구축
 - 현재의 광역 중심의 중간지원 체계는 지역별로 다양하게 나타나는 사회적경제 생태계를 고려할 수 없으며, 결국 일률적인 정책사업 전달체계의 기능밖에 수행할 수 없다.
 - 시군 단위에서는 부처별로 각기 운영되고 있는 중간지원조직들(예를 들어 마을만들기, 공익활동, 주민자치 등)을 통합하여 운영 필요
- 광역 및 기초 자치단체의 역할 강화
 - 사회적경제 기업의 공공구매 참여비중 확대, 사회적 기금 조성, 제품·서비스의 생산 및 판매 지원체계 구축 등 추진
 - 기초자치단체의 적극적인 참여와 정책 추진을 위한 제도적 기반 마련 필요



<그림 V-7> 사회적경제 기업 지역생태계의 연계구조

자료 : 이흥택(2018) 참조

□ (지역생태계 세부과제 1) 사회적경제 미니클러스터 조성

- 청년, 사회적경제조직, 어르신, 장애인 등 다양한 주체들의 공간수요 존재
 - 그러나, 현재는 개별 주체들이 각기 공간을 임대·운영하고 있는 상황에서 조직간 상호 시너지 효과를 보기 어려울 뿐만 아니라, 지속적인 공간 임대도 어려운 실정
- 지역사회 주체들의 공간수요 해결과 함께 지속가능한 지역사회 발전을 위해서는 이들이 협업 및 창업활동을 수행할 수 있는 사회적경제 미니클러스터 조성 필요
- 미니클러스터 조성은 ①시군별 사회적경제기업 공간수요 연구·조사, ② 사회적경제 미니클러스터 조성 추진단 구축운영(사업별로 설치), ③사회적경제 미니클러스터 조성 시범사업을 통해 추진
 - 시군별 사회적경제조직을 대상으로 공간수요 조사를 실시하며, 수요를 기반으로 해당 지역주체를 중심으로 한 ‘미니클러스터 조성 추진단’ 설치 후 시범사업 실시
 - ‘미니클러스터 조성 추진단’은 입주조직, 전문가, 지역주민, 공무원 등 다양한 주체들이 참여하며, 플랫폼의 공간설계, 공간 활용 계획 수립 등의 역할 수행
 - ‘시범사업’은 도·시군비의 매칭을 통해 지역의 여건에 따라 건물 신축·임대·리모델링 예산을 지원하며 맞춤형 인큐베이팅 프로그램 지원
- 사회적경제 미니클러스터 구축은 다양한 지역사회 주체들의 공간수요를 해결함으로써 지역사회의 지속가능한 발전의 기반 마련
 - 창업 및 마을활동을 보다 체계적으로 육성할 수 있는 플랫폼을 조성함으로써 기업이 성장할 수 있는 토대 마련

【사례】 다울사회적협동조합

- 다울사회적협동조합은 사회적 경제 기업의 업종별 협력체계 구축, 공동의 시장 개척, 교육수행사업을 통한 지속가능한 일자리 창출 및 사회서비스 제공을 기본 목적으로 2013년 6월 27일 창립
- 다울사회적협동조합은 유관 업종의 집적을 위해 한 건물 내에 청소, 환경, 교육 관련 사회적경제기업을 집적시켰으며 이를 통한 상호 시너지 효과를 창출

□ (지역생태계 세부과제 2) 충남형 사회적경제특구제 도입

- 사회적경제 지원정책은 개별 기업 중심의 지원정책에서 탈피해 지역의 사회적경제 생태계를 조성하는 정책으로 전환 필요
 - 사회적기업 지원, 마을기업 지원, 협동조합 지원 등 개별 주체 지원방식에서 벗어나, 지역의 여건(성장단계 등)을 고려해 생태계가 지역에 배태될 수 있도록 환경 조성 필요
- 사회적경제 생태계 구축에 있어 통합적 지원체계와 협력네트워크 구축을 통한 사회적경제 클러스터화 모색
- 이를 위해 ①충남형 사회적경제 특구제 조성전략 수립, ②사회적경제 특구 인센티브 체계 구축(공간조성, 중간지원조직 설치, 지원사업 등), ③사회적경제 특구제 심의위원회 설치·운영, ④「충청남도 사회적경제 육성지원에 관한 조례」 개정, ⑤충남형 사회적경제 특구제 시범사업 운영을 통해 추진
 - 특구제의 지리적 범위는 충청남도의 지역적 여건을 고려하여 생활권을 대상으로 함
 - 특구제 대상지는 사회적경제 관련 주체(기업, 단체 등)가 상대적으로 집적된 지역, 사회적경제 육성에 필요한 잠재적 자원을 보유하고 있는 지역 등을 선정
 - 사회적경제 특구제 심의위원회를 설치하여 지자체를 대상으로 한 시범사업을 심의하며, 효과적으로 운영할 수 있는 자문역할도 수행
- 특구제의 운영은 충청남도의 특성을 반영한 사회적경제 클러스터 구축을 통해 지속가능한 사회적경제 생태계 구축 가능
 - 중앙정부 차원의 사회적경제 특구제 지정에 대비하여 충남형 사회적경제 특구제 운용을 통한 선제적 대응 가능

〈영국 사회적기업 지구(Social Enterprise Zone)〉

- 블랙풀 사회적기업지구의 경우, 사회적경제 솔루션 프로젝트의 일환으로 2007년에 자치구 차원에서 지정·운영하는 비공식 형태의 지구
- 해당 지구에서는 사회적기업센터 운영, 아카데미, 운영지원, 보조금·대출, 컨소시엄 비딩, 프랜차이즈, 사회적 회계, 사회적기업 마크 등 지원
- 지구 내에서는 의회, 금융기관, 일자리센터 등 다양한 기관과 연대

□ (지역생태계 세부과제 3) 사회적경제형 농공단지 발굴·확대 추진

- 농공단지의 경쟁력 및 지역사회 배태성을 강화하기 위한 새로운 모델로 사회적경제의 접목이 필요한 상황
- 최근 대표적인 사회적경제 기반 농공단지인 ‘아이쿱 자연드림파크’가 성공사례로 알려지면서 학계 및 행정기관에서 많은 관심을 보이고 있음
- 지역의 사회적경제기업의 여건을 고려하여 농공단지에 참여할 수 있는 제도적 지원방안 마련 필요
- 이를 위해 ①사회적경제 기반 농공단지 조성 전략 수립, ②사회적경제형 농공단지 조성 추진위원회 구성·운영, ③사회적경제 기반 6차산업형 농공단지 조성 추진 필요
- 사회적경제기반 농공단지 조성을 위해 <Two-Track> 전략 추진
 - 사회적경제기업 기반 농공단지 조성: 생활협동조합(한살림, 아이쿱 등), 사회적기업 등 사회적경제기업의 투자유치를 통한 농공단지 조성
 - 기존 특화농공단지 6차산업화 사업: 서천 김가공 특화농공단지 등 기존 특화농공단지를 6차산업형 모델로 전환
- 사회적경제 기반의 6차산업형 농공단지를 조성함으로써 지역사회와 밀착되고 지속가능한 경쟁력 확보 가능
- 지역 자원을 활용한 생산-가공-유통-체험의 유기적 시스템 구축을 통해 지역경제의 선순환체계 구축 가능

【사례】 구례 아이쿱 자연드림파크(전남)

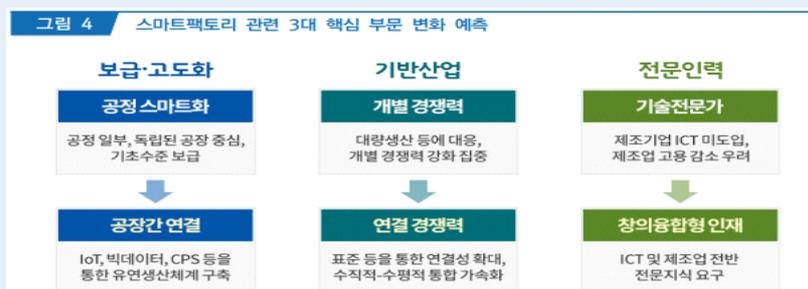
- 전남 구례 자연드림파크는 아이쿱 생협의 자회사와 사회적경제기업이 집적해 있는 농공단지로서 15개 기업과 18개 공장 및 지원센터가 입주해 있음
 - 가장 특이한 특징은 이러한 제조 공장 시설뿐만 아니라 체험 및 관광을 위한 팬션, 기숙사, 공방, 커피숍, 극장, 레스토랑, 비어락 하우스, 체험프로그램 등이 같이 조성되어 지역주민과 종사자들이 이용할 수 있도록 조성됨
- 아이쿱(ICOOP) 소비자생활협동조합 개요
 - 조직명 : iCOOP생협사업연합회
 - 매출액 : 5,520억원('16.)
 - 회원생협 : 78개소
 - 조합원 : 25만명('16.), 자연드림 매장(193개소)
 - 관계사 : 56개사(소비계열 31, 생산계열 18, 출자사 7)

② 충남형 사회적경제(SE) 공유공장 추진

- 제조업 사회적경제기업의 경우, 신상품 개발의 욕구가 존재함에도 이를 구현할 수 있는 기술·자본의 부족 존재
 - 만약 기술력이 있음에도 시제품을 상품화를 하기까지 상당한 투자가 필요하나 인적·물적자본이 부족
 - 상품화에 성공했음에도 직접투자에 어려움이 존재하여, 외주를 통해 추진하여 비용증가, 가격경쟁력이 떨어지는 한계
- 충남도의 제조업 사회적경제기업의 경우, 농가공업체가 다수 차지
 - 제조업의 80%를 농가공으로 판단됨
 - 사회적경제 생태계 구축의 측면에서 다양한 상품을 개발하는 제조업들이 존재하는 것은 중요
 - 제조업분야 사회적경제 활성화를 위한 기반시설 구축이 필요함
- 최근 스마트팩토리, 공유공장 등 4차산업혁명과 연계된 공유경제기반 제조시설에 대한 관심이 높아지고 있음
- 유휴시설이 존재하는 산업·농공단지를 활용, ‘충남형 사회적경제 공유공장’ 시범사업 추진
 - 추진방식은 충남도가 휴·폐업시설의 리모델링 및 공유 제조시설 비용지원하고, 운영(임대료 등)은 입주한 사회적경제기업이 총당
 - 입주한 사회적경제기업은 공유공장 협동조합을 구성하여 운영은 물론 노하우를 사회적경제기업에 공유하여 생태계 확장 추진
- 이러한 시설은 충남은 물론 전국적으로 예가 없어, 제조업분야 사회적경제 스타트업을 유치가능하며, 산자부 등 관심제고 가능

【사례】 스마트팩토리

- 단순 자동화 공장이 아닌 제품의 기획·설계·생산·유통·판매 등 전 과정을 ICT(정보통신기술)로 통합해 스스로 데이터를 수집하고 작업 명령을 내릴 수 있도록 설계된 ‘지능화 공장’ 의미
 - 특징점: 제조업과 ICT융합하여 산업혁명시대의 맞춤형 유연생산체제 전환 가능
 - 2017년 스마트 제조혁신 비전 전략발표, 대기업 연계협력 및 2025년까지 3만개 확산계획



자료: ICT SPOT ISSUE, ICT로 제조혁신, 스마트팩토리, 2017.11

③ 성장단계별 창업보육시스템 구축 및 운영

- 사회적경제기업 발굴 및 자립지원을 위한 체계적인 창업보육 전문기관 필요
 - 현재 관련 지원제도(보조금 중심)는 사회적경제기업의 성장에 주요한 역할을 하였으나, 인건비 및 사업비 중심으로 기업성장관점의 체계적 지원이 필요
- 사회적경제기업의 성장주기별 및 맞춤형 창업지원 시스템 구축 추진
 - 시군 새일센터, 다문화가족지원센터, 귀농귀촌지원센터 등 연계한 창업대상자 발굴
 - 성단단계별 예비단계(Pre-BI)→실행단계(BI)→성장단계(Post-BI)별 지원체계 구축
- 창업보육을 전담하는 운영기관 공모 및 운영
 - 주요사업은 창업보육관련 교육 및 자원연계 등 프로그램 운영 및 창업(스타트업)공간 운영으로 나누며, 각 사업특성에 맞는 사업 및 인력운영 추진
 - 예비창업자(팀) 대상 컨설팅·멘토링 및 자원연계한 '사회적경제 스타트업 스쿨 운영'
 - 기술부문, 경영부문, 행정부문, 자금부문 등 멘토링 및 자원연계 체계구축

【사례】 중진공 창업사관학교

- 기본기를 갖춘 도전의식과 창업정신이 높은 청년CEO 배출을 목적으로 중소기업진흥공단이 운영하는 기숙형 창업교육 및 보육프로그램으로, 현재 전국 5개교 운영이며, 현재 1,515명 졸업 등
- 신청자는 만39세이하의 예비창업자(팀)으로 신청분야는 제조업 및 지식서비스업으로 기술집약 업종
- 지원내용: 창업공간(사무실, 시제품 제작공간), 창업교육(기업가정신, 창업실무 역량), 전담코칭, 개발자금(총사업비 70%, 1억원이내 보조금), 연계지원(유통투자 마케팅 등)

④ 충청남도 사회적 기금 조성·운영

- 사회적경제조직의 지속가능한 경영을 위해서는 기업의 필요 및 시기별 자금 조달이 원활히 추진될 필요가 있음
 - 이를 위해서는 다양한 대출 투자상품 및 신용보증 등이 운용되어야 하며, 특히 풍부한 자금공급을 할 수 있는 기금구축 및 운용은 중요함
 - 기금운영의 자율성 보장 위해 공공자금보다 민간중심의 기금형성 필요
- 이를 위해서는 ①도-민간 사회적기금 조성·운영(도-민간 매칭), ②충남 지역 기업 CSR 기금 조성, ③사회적 기금 운용을 위한 전문조직 설치·운영 추진
- 도-민간 매칭(7:3)을 통한 충남 사회적 기금을 구축하며, 민간의 기금 조성을 위해 지역기업 CSR 기금, 사회적경제 자조기금 등 다양한 기금 설치
 - 다양한 민간중심의 사회적기금 출연과 모금을 위한 제도와 플랫폼 등 체계구축
 - 사회적기금의 공공자금매칭을 위한 제도개선과 부서협조
 - 사회적기금의 모금과 합목적적 활용을 위한 기금운용 민관협의체 구성
- 공공은 사회적 기금 조성·운영을 위한 전문조직을 설치하며, 중간지원조직은 민간의 자조기금 조성을 위한 제반 사항 지원
 - 도는 사회적기금 형성과 운용을 위한 전문조직 설립·운영을 지원하며, 예산 담당관실은 기금 설치 업무협조
- 이러한 사회적기금 구축을 통해 사회적 가치 지향적 투자 체계를 구축함으로써 사회적경제를 비롯한 사회혁신 추구 기업의 지속가능성 확보 가능
 - 지역사회 문제를 해결하기 위한 다양한 활동을 촉진시킬 수 있으며, 이를 통한 지역사회의 혁신역량 강화 가능

《사례》 서울 사회투자기금

- 서울시는 2013년부터 시-민간 매칭을 통해 약 700억원 규모의 기금을 조성하였으며, (재) 한국사회 투자에서 운용
 - 최근 시 직영 체계로 전환하였으며, 사회적 금융기관을 투융자 방식으로 지원함으로써 민간의 다양한 사회적 금융기관 발굴·육성
 - 공동 출자, 크라우드 펀딩 등 다양한 방식을 도입하여 민간 기금자원 확대 조성 추진 중

⑤ ‘충남사회가치창출’ 연대 추진

- 충남 사회적경제기업의 사회가치창출의 분야는 매우 제한적임
 - 대부분 공동체 활성화(39.4%), 일자리(33.4%), 좋은 먹거리(32.1%)에 집중
 - 주요한 이유는 사회적경제기업의 ‘여력없음’에 기인하나, 새로운선택지(지역문제 등 해결)가 없는 것도 한 요인임
- 4차산업기술, 환경·에너지 등 새로운 사회가치를 창출하는 지역사회 문제 해결하는 조직 부재
 - 사회적경제의 ‘상상력’이 필요하며, ‘청년’들의 참여가 절대적
 - 그러나 현재 청년참여는 매우 저조하며, 참여청년들의 활동역시 자원연계의 부족으로 성과가 미약함
- 한편 공공기관을 중심으로 사회가치창출은 중요한 CSR 화두로 대두되고 있으나, 사회적경제가 제공하는 사회적가치 한계 존재
 - 경영평가항목 가점상향 등 공공기관 및 대기업중심으로 사회가치창출을 위해 사회적경제영역과 연대를 활발히 모색
 - 그러나 사회적경제에서 제시하는 사회가치는 일정한 한계 존재
- 새로운 방향모색을 위한 사회적경제 청년그룹과 공공기관·대기업의 협력모색을 통한 ‘충남 사회가치창출연대(이하, 연대)’ 결성 추진
 - 연대의 목적은 ‘사회적경제방식을 통한 충남의 사회문제해결’로 하여 충남도정과제와 적극적 연계
 - 청년그룹은 금산·서천·논산·당진 등 사회적경제분야 다양한 목적하에 활동중인 청년그룹 대상으로,
 - 충남소재 대기업과 MOU 체결 및 공모·지원사업 추진(경제정책과 지원)
 - 지원사업은 소프트웨어(기술·경영컨설팅) 및 하드웨어(시설·공간지원)으로, 충남사회문제해결 청년스타트업 육성 및 활성화
- 중앙정부 정책사업의 응모 및 선발근거로서 활용가능
 - 연대는 거버넌스로서 높은 평가는 물론 실제 사업추진시 성공가능성을 높이는 효과

[부록] 설문지

1. 2018년 충청남도 사회적경제 설문조사

ID

안녕하세요. 충남연구원 사회적경제연구팀입니다. 저희 연구원은 충청도청 경제정책과와 함께 충남 사회적경제조직의 운영 현황 및 사회적성과 창출에 대한 실태조사를 수행하고 있습니다. 이 조사는 **매년 충남 사회적경제조직 전체를 대상으로 하는 실태조사**이며, 충남 사회적경제 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.

2018년 11월

- 주관기관 : 충남연구원 사회적경제연구팀 ■ 주무부서 : 충청남도 경제정책과(사회적경제팀)
- 조사담당 : 이흥택 전문연구원/ 연락처 : 041-840-1211 / 이메일 : lht@cni.re.kr

◎ 응답자 정보

기업명			응답자 직위	
성별	① 남	② 여	경력기간	
기업 소재지	() 시·군		() 읍·면·동	
연락처				

1. 일반 현황

① 대표자 성별	① 남성 ② 여성	② 대표자 연령(만)	() 세
③ 대표자 경력	① 기업 ② 공공기관 ③ 시민단체·비영리기관 ④ 사회복지기관 ⑤ 자활기업(단체) ⑥ 교육기관 ⑦ 영어농조합 ⑧ 전업주부 ⑨ 무직 ⑩ 기타()		
④ 대표자 학력	① 중졸 이하 ② 고졸 ③ 대졸(이공계) ④ 대졸(인문·사회·예술 등) ⑤ 대학원 이상		
④ 법인 유형	① 사단법인 ② 재단법인 ③ 영어농조합 ④ 주식회사 ⑤ 협동조합 ⑥ 개인사업자 ⑦ 기타()		
⑤ 사회적경제 유형 (최근 시점)	① 인증 사회적기업 ② 예비 사회적기업 ③ 마을기업 ④ 협동조합 ⑤ 자활기업		
⑥ 법인설립일	() 년	⑦ 최초 인증일	() 년
⑧ 주 사업분야	① 농·림·어업 ② 제조 ③ 교육 ④ 보건 ⑤ 사회복지 ⑥ 환경 ⑦ 문화 ⑧ 보육 ⑨ 예술 ⑩ 관광 ⑪ 건강 ⑫ 산림보전 및 관리 ⑬ 간병·가사지원 ⑭ 청소 ⑮ 기타()		
⑨ 주사업 지역범위	① 기업이 위치한 시·군 ② 충청남도 전역 ③ 전국 ④ 전국 및 시군 ⑤ 해외 ⑥ 기타		
⑩ 주사업 선택이유	① 이전부터 수행해온 사업 ② 보유자원 및 실무자 역량 고려 ③ 조합원 수요 ④ 동일 업종 성공사례 벤치마킹 ⑤ 사회적 유익성 ⑥ 지역사회의 서비스 요구 ⑦ 시장조사를 통한 아이템 선정 ⑧ 정부/지자체 지원가능 사업		

B. 사업활동의 사회적 가치 지향성

5. 귀사의 고용, 경영 등 내부운영에 있어서 사회가치 지향은 어느 정도라고 생각하고 있습니까?

- ① 매우 미흡 ② 미흡 ③ 보통 ④ 우수 ⑤ 매우 우수

6. 귀사의 주 사업영역의 제품/서비스를 생산, 판매하는 과정에서 사회가치를 어느 정도 반영하고 있다고 생각하십니까?

- ① 매우 미흡 ② 미흡 ③ 보통 ④ 우수 ⑤ 매우 우수

7. 귀사의 주 사업영역의 제품/서비스가 어느 정도 사회가치를 반영하고 있으며, 이용자(수혜자)의 사회적 가치를 실현하고 있다고 생각하십니까?

- ① 매우 미흡 ② 미흡 ③ 보통 ④ 우수 ⑤ 매우 우수

C. 사회적경제 협력 수준

8. 귀사는 지난 한해 사회적 가치를 지향하는 사회적 경제 조직과 상호협력을 위한 네트워크 활동에 얼마나 참여하고 있습니까?

- ① 없음 ② 1개 ③ 2개 ④ 3개 ⑤ 4개 이상

9. 귀사는 지난 한해 사회적 가치를 지향하는 지역사회내의 기관, 단체 등과 상호협력을 위한 네트워크 활동에 얼마나 참여하고 있습니까?

- ① 없음 ② 1개 ③ 2개 ④ 3개 ⑤ 4개 이상

D. 이윤의 사회적 환원 노력도

10. 귀사의 **사회공헌지출비용은 얼마입니까? (현금, 현물을 금액으로 환산)**

- ① 2018년도 사회공헌지출비용은 얼마입니까? (만원)
② 2019년도에는 사회공헌지출비용을 얼마로 예상하십니까? (만원)

<사회공헌 해당 분야>

- ① 취약계층 지원 : 취약계층의 주거, 의료, 문화 등 전반에 대해 일정 수준 이상의 생활 유지를 위한 지원, (사회복지학상의 개념), 사회복지시설에 대한 지원, 취약계층 자립을 위한 사회적기업 등
- ② 교육·학교·학술 : 장학금, 경제교실 등 등 교육 기부, 대학생 봉사단, 교육기자재 지원, 학술연구비 등
- ③ 문화·예술·체육 : 문화예술·체육계의 인재 양성 및 산업 융성, 일반 대중의 문화·예술·체육 향유를 위한 지원 (문화예술 및 체육 단체 지원·시설 건립·행사 지원, 문화재 복원 등)
- ④ 환경 보전 : 환경단체 활동 지원, 나무심기, 환경보전 캠페인, 재활용 캠페인 등
- ⑤ 의료 보건 : 병원 건립·운영 지원, 일반 국민의 의료복지 증진을 위한 사업
- ⑥ 해외 지원 : 해외 재해복구 지원, 저개발국 빈곤퇴치, 해외현지 한국학교 설립 등
- ⑦ 기타 : 1사 1촌, 전통시장 지원, 국내 재난재해 지원 등

11. 귀사는 **수익금을 어떻게 재투자** 되고 있습니까?

- ① 사회적 목적을 수행하는 계열조직에 지원
- ② 지역사회(사회취약계층)에 직접 환원
- ③ 해당 기업 경영에 사용
- ④ 유보 이윤으로 적립
- ⑤ 직원 성과급 등 사내복지에 사용
- ⑥ 기타()

12. 귀사는 조직의 **인력·자원 등을 활용하여 어떠한 사회적 기여 활동**을 하고 있습니까?

- ① 별도의 활동은 없음
- ② 구성원들과 주기적으로 자원봉사
- ③ 기업의 시설 인프라 공유
- ④ 해당 기업에서 생산한 제품/서비스의 기부·후원
- ⑤ 기업이 보유한 경영정보 및 컨설팅 제공
- ⑥ 사회적경제조직 설립시 인적·물적 지원
- ⑦ 지역공동체 형성·운영 지원
- ⑧ 기타 ()

13. 귀사는 **수익을 이용자에게 환원하는 활동**을 하고 있습니까?

- ① 별도의 활동은 없음
- ② 제품/서비스의 판매가격 인하
- ③ 이용자 대상 이벤트 개최
- ④ 주기적으로 상품/서비스에 대한 정보 제공
- ⑤ 적립금 서비스 제공
- ⑥ 이용자 대상 체험·견학 서비스 제공
- ⑦ 기타 ()

14. 귀사는 **사업활동을 통해 달성한 성과**는 무엇입니까?(복수응답 가능)

- ① 특별한 성과는 없음
- ② 지역공동체의 관계망 형성·강화
- ③ 취약계층의 안정적인 일자리 창출
- ④ 부족한 지역의 사회서비스 개선
- ⑤ 지역 내 안전한 먹거리 공급 확대
- ⑥ 친환경에너지 보급 및 에너지 효율 증대
- ⑦ 지역주민의 일자리 창출을 통한 생활여건 향상
- ⑧ 근로자의 근무여건 증대
- ⑨ 빈곤층의 사회적 안전망 구축
- ⑩ 로컬푸드 소비 확산
- ⑪ 기타()

E. 운영의 민주성

15. 귀사에서 **중요한 의사결정 시 근로자의 참여 범위**는 어느 정도입니까?

- ① 주주와 대표만이 참여
- ② 대표, 이사, 종사자 대표 참여
- ③ 취약계층 근로자를 제외한 전 직원이 참여
- ④ 취약계층 근로자를 포함한 전 직원이 참여
- ⑤ 기타 ()

16. 귀사는 **지난 한해 조직운영의 민주성을 제고하기 위해 이사회 등 주요 의사결정 과정에서 근로자대표, 사외이사 등의 실제 참여한 비율은 얼마나 됩니까?**

- ① 61~100%
- ② 41~60%
- ③ 21~40%
- ④ 1~20%
- ⑤ 0%

F. 근로자 지향성

17. 귀사의 **근로자들은 평균 근무기간이 어떻게 됩니까?**

- ① 3개월 미만 ② 3개월 이상~6개월 미만 ③ 6개월 이상~1년 미만
 ④ 1년 이상~2년 미만 ⑤ 2년 이상~3년 미만 ⑥ 3년 이상

18. 귀사의 **취약계층 근로자의 평균 근무기간이 어떻게 됩니까?**

- ① 3개월 미만 ② 3개월 이상~6개월 미만 ③ 6개월 이상~1년 미만
 ④ 1년 이상~2년 미만 ⑤ 2년 이상~3년 미만 ⑥ 3년 이상

19. 귀사의 근무여건(**유연근무제**)에 대한 질문입니다. (2018년 현재)

구분	도입 여부		활용 근로자수
유연 출·퇴근제	① 예	② 아니오	()명
재택근무제	① 예	② 아니오	()명
일자리 공유제	① 예	② 아니오	()명
집중근무제	① 예	② 아니오	()명
한시적 시간근무제	① 예	② 아니오	()명

※ 유연근무제 유형

1. 유연 출·퇴근제 : 필수 근무 시간을 빼고, 자신에게 편리한 시간에 직접 정해서 근무하는 제도
2. 재택근무제는 : 회사 출·퇴근 없이 집에서만 근무할 수 있도록 하는 제도
3. 일자리 공유제 : 한개의 일자리를 두 사람 이상의 인원이 나눠 근무
4. 집중근무제 : 하루 근무시간을 늘리는 대신 나중에 이에 보상하는 추가적인 휴일을 갖음
5. 한시적 시간근무제 : 개인이 원하는 일정한 기간의 근무 시간을 줄이는 제도

20. 귀사의 **근로자 임금 수준에 대한 질문입니다.**

구분	2018년(현재)
정규직 종사자	()만원
비정규직 종사자	()만원
생활임금 이상 근로자 수 (2018년 186만 7천원)	()명

21. 귀사는 **어떤 기준으로 임금을 지급하고 있습니까? (보편적인 기준을 선택)**

- ① 근로시간 기준 ② 근속년수 기준 ③ 업무성과 기준 ④ 직무내용과 능력 기준
 ⑤ 기타()

22. 종사자들이 매년 받을 수 있는 **공식적인 교육 기회**는 어느 정도입니까?

- ① 수시로 교육에 참여 ② 연 1회~3회 ③ 4회~6회
- ④ 7회~10회 ⑤ 11회 이상 ⑥ 별도의 교육기회 없음

23. 종사자들이 **매년 받는 교육훈련 분야**는 무엇입니까? (복수응답 가능)

- ① 사회적경제조직 관련 교육 ② 사회문제교육 ③ 마케팅·홍보
- ④ 생산·품질관리 ⑤ 인사·조직관리 ⑥ 회계·재정관리
- ⑦ 법무 및 법률 ⑧ 노무 관리 ⑨ 사업계획서 작성
- ⑩ 비즈니스모델 발굴 ⑪ 리더십 ⑫ 기술연수
- ⑬ 기타 ()

3. 재무 및 고용 현황

1. 귀사의 **재무상황**에 대한 질문입니다.

구분	2017년	2018년(잠정치)
매출액	()만원	()만원
공공구매 매출액	()만원	()만원
영업이익(손실)	()만원	()만원

2. 귀사의 **타 사회적경제조직 정부지원(기업설립이후) 활용 경험**에 대한 질문입니다.

구분	직접재원지원 및 세제지원			투자 응자(대출, 보증, 대부) 지원 지원활용여부
	지원활용여부	기간	지원총액	
1) 예비 사회적기업 지원	①예 ②아니오	()년~()년	()백만원	①예 ②아니오
2) 마을기업 지원	①예 ②아니오	()년~()년	()백만원	①예 ②아니오
3) 농(어)촌 공동체회사 지원	①예 ②아니오	()년~()년	()백만원	①예 ②아니오
4) 자활기업(자활공동체) 지원	①예 ②아니오	()년~()년	()백만원	①예 ②아니오
5) 일반·사회적 협동조합지원	①예 ②아니오	()년~()년	()백만원	①예 ②아니오

3. 귀사의 **유급근로자 현황**에 대한 질문입니다.

구분	2017년	2018년(현재)
총 종사자 수	()명	()명
정규직 수	()명	()명

4. 귀사의 **일반 근로자분들은 어떤 특성을** 지니고 계십니까?

항목	2018년(현재)	
총 종사자수	()명	
종사자 성별	① 남자 _____명	② 여자 _____명
종사자 연령별	①20대____명 ②30대____명 ③40대____명 ④50대____명 ⑤60대 이상____명	
3년 이상 종사자	()명	

5. 귀사의 **취약계층 근로자분들은 어떤 특성을** 지니고 계십니까?

항목	2018년(현재)	
취약계층 근로자 수	()명	
취약계층 유형별 수	① 저소득가구 _____명	② 고령자(55세이상) _____명
	③ 장애인 _____명	④ 청년 _____명
	⑤ 경력단절여성 _____명	⑥ 결혼이민자 _____명
	⑦ 기타 ()_____명	

4. 경영 여건 및 지역 환경

A. 경영 여건

1. 다음은 귀사의 사회적경제조직 변화에 대한 질문입니다.

1) 사업시작 이후 사회적경제조직 변화여부	① 동일	☞ 2로 이동	② 변화
2) 사업시작이후, 사회적경제조직 변화	※ 사회적경제조직은 본 문항의 <보기> 참고		
	번호	연도	조직형태(아래 보기 참고해 번호 기입)
	(예시)	2008	2 (예비 사회적기업)
		2012	1 (인증 사회적기업)
		2014	14 (사회적 협동조합)
1			
2			
3			
4			

<보기> 사회적경제 조직

① 인증 사회적기업	② 예비 사회적기업	③ 소셜벤처(사회적기업가 창업팀 등 포함)
④ 자활기업(자활공동체포함)	⑤ 마을기업	⑥ 농(어)촌공동체 회사
⑦ 고용노동부 사회적 일자리 참여단체	⑧ 보건복지부 노인일자리 참여단체	⑨ 중증장애인 생산품 시설
⑩ 장애인 직업재활시설	⑪ 기타 비영리조직 사업단	⑫ 소비자생활협동조합(개별법)
⑬ (일반)협동조합	⑭ 사회적 협동조합	⑮ 기타(직접기술: _____)

2. 귀사의 전반적인 조직운영 과정에서 혁신적인 방식 변경을 통한 혁신을 실행하고 있다고 생각하십니까?

- ① 매우 미흡 ② 미흡 ③ 보통 ④ 우수 ⑤ 매우 우수

3. 귀사의 기존 시장에 제공되지 않는 혁신적인 제품이나 서비스를 공급하고 있습니까?

- ① 매우 미흡 ② 미흡 ③ 보통 ④ 우수 ⑤ 매우 우수

4. 귀사의 제품 판매 및 서비스 제공 방식이 기존의 방식과 차별화가 있습니까?

- ① 매우 미흡 ② 미흡 ③ 보통 ④ 우수 ⑤ 매우 우수

5. 귀사의 기존 사업영역이 아닌 혁신을 통해 새로운 시장에 진출한 실적과 노력을 하고 있습니까?

- ① 매우 미흡 ② 미흡 ③ 보통 ④ 우수 ⑤ 매우 우수

6. 주요 유통경로 (해당사항만 기입)

구분	해당(√)	판매금액 비중(%)
① 업체 매장에서 직접 판매		
② 사회복지기관 및 시설		
③ 일반사업체 (대기업 포함)		
④ 사회적경제 조직간의 상호거래		
⑤ 온라인 쇼핑몰		
⑥ 지자체 및 공공기관		
⑦ 백화점 또는 대형마트		
⑧ 박람회, 장터, 각종행사 등	-중앙부처	
	-서울시	
	-자치구	
	-민간단체	
⑨ 기타 ()		
합계		100%

B. 지역 환경

7. 귀하가 소속된 **기업(조직)의 지역사회(시군 또는 읍면동)와의 협력수준**에 대한 질문입니다.

7-1. 귀하가 소속된 기업(조직)은 **기업운영 전반에 있어 지역사회를 기반**으로 하고 있습니까?

- ① 예 ② 아니오

7-2. 귀하의 기업(조직) 활동에 있어 **지역주민의 관심과 참여도**는 어느 정도입니까?

- ① 총회 및 이사회에 일부의 주민이 참여 ② 지역주민의 대다수가 참여
 ③ 지역주민이 조직 활동에 대해 알고 있는 정도임 ④ 참여하려는 지역주민이 늘어나고 있음
 ⑤ 지역주민의 대다수가 관심이 없음 ⑥ 기타 ()

7-3. 귀하가 소속된 기업(조직)은 **지역사회와의 협력 및 교류가 중요**하다고 생각하십니까?

- ① 전혀 중요하지 않음 ② 중요하지 않음 ③ 보통 ④ 중요함 ⑤ 매우 중요함

7-4. 귀하가 소속된 기업(조직)은 **지역사회의 주체들(자치단체, 공공기관, 비영리기관, 영리기관, 지역주민 등)의 공식적인 협력활동에 얼마나 참여**하고 있습니까? (연간)

- ① 참여하지 않음 ② 1회 ③ 2회~5회 미만 ④ 5회~10회 미만 ⑤ 10회 이상

7-5. 귀하가 소속된 기업(조직)은 **어떠한 지역사회 주체들과 협력활동이 필요**하며, **현재 협력수준은 어떠한 상황**입니까?

구분	교류 필요성					현재 교류 수준				
	전혀 없음	교류 부족	보통	활발	매우 활발	전혀 없음	교류 부족	보통	활발	매우 활발
① 시·군 사회적경제 관련 부서	①	②	③	④	⑤	①	②	③	④	⑤
② 시·군단위 중간지원기관	①	②	③	④	⑤	①	②	③	④	⑤
③ 시·군단위 협회/업종 네트워크	①	②	③	④	⑤	①	②	③	④	⑤
④ 지역내 사회적경제조직	①	②	③	④	⑤	①	②	③	④	⑤
⑤ 농협·수협·축협·생협 등 협동조합	①	②	③	④	⑤	①	②	③	④	⑤
⑥ 시민단체·비영리조직	①	②	③	④	⑤	①	②	③	④	⑤
⑦ 민간기업	①	②	③	④	⑤	①	②	③	④	⑤
⑧ 지역주민 공동체 또는 단체	①	②	③	④	⑤	①	②	③	④	⑤

3. 애로사항 및 정책 수요

1. 귀하가 소속된 기업(조직)의 **사회공헌 활동 수행 시 애로사항**은 무엇입니까? (우선순위 2개)

- ① 공헌활동을 위한 예산 부족 ② 공헌활동 기획기능 부재 ③ 사회공헌에 대한 내부 매뉴얼 부족
 ④ 내부 임직원 관심 부족 ⑤ CEO 의지 부족 ⑥ 담당인력/전담조직 부재
 ⑦ 공헌활동의 방식에 대한 정보 부족 ⑧ 기타()

2. 귀하가 소속된 기업(조직)의 **운영 및 판매활동 시 애로사항**은 무엇입니까?

항목	항목	애로수준				
		매우 어렵지 않음	어렵지 않음	보통	어려움	매우 어려움
조직 설 립	① 조직설립 취지에 대한 지역사회의 공감대 형성	①	②	③	④	⑤
	② 조직설립과 운영에 필요한 출자금 모금	①	②	③	④	⑤
	③ 지역사회 의욕에 부합한 사업아이템 발굴	①	②	③	④	⑤
	④ 적정 임대료로 구할 수 있는 사업장 확보	①	②	③	④	⑤
	⑤ 조직 설립에 필요한 행정 절차진행	①	②	③	④	⑤
	⑥ 조직 지정/인증을 받기 위한 사업계획서 작성	①	②	③	④	⑤
경 영	⑦ 조직운영에 적합한 인력 찾기	①	②	③	④	⑤
	⑧ 조직운영에 필요한 재무 인력 확보	①	②	③	④	⑤
	⑨ 조직운영에 필요한 전문지식과 노하우	①	②	③	④	⑤
판 매	⑩ 조직운영을 위한 수익창출 및 자금확보	①	②	③	④	⑤
	⑪ 판매 활동에 필요한 훈련된 인재 찾기	①	②	③	④	⑤
	⑫ 조직이 생산한 제품 및 서비스의 판로확보	①	②	③	④	⑤

3. 귀하가 소속된 기업(조직)은 **기술개발(R&D)**이 필요한 상황입니까?

- ① 전혀 필요하지 않음 ② 필요하지 않음 ③ 보통 ④ 필요함 ⑤ 매우 필요함

4. 기술개발(R&D)이 필요하다면 어떤 분야입니까?

- 4-1. **제품개발(서비스)** ① 신사업영역 제품개발 ② 기존사업영역 제품개발 ③ 기존제품 고도화
 4-2. **생산시스템** ① 제품(서비스) 공정설계 ② 시스템운영(계획 및 제고관리 등) ③ 기계설비 설비 배치
 4-3. **제품개발·서비스** ① 시장조사/분석 ② 마케팅 전략수립 ③ 실행 및 성과관리

5. 다음은 **충청남도에서 추진하고 있는 정책(사업)**에 대한 질문입니다.

5-1. 충청남도에서 추진하고 있는 정책(사업)에 대한 **수혜 여부 및 만족도**에 대한 질문입니다.

구분	수혜 여부	만족도				
		매우 불만족	불만족	보통	만족	매우 만족
1) 일자리사업비	① 예 ② 아니오	①	②	③	④	⑤
2) 사업개발비	① 예 ② 아니오	①	②	③	④	⑤
3) 마을기업 사업비	① 예 ② 아니오	①	②	③	④	⑤
4) 지역특화 사업	① 예 ② 아니오	①	②	③	④	⑤
5) 사회적경제 네트워크 조직 육성	① 예 ② 아니오	①	②	③	④	⑤
6) 사회적경제 아카데미 사업	① 예 ② 아니오	①	②	③	④	⑤
6-1) 기업수요 맞춤형 교육	① 예 ② 아니오	①	②	③	④	⑤
6-2) 기업 리더 과정	① 예 ② 아니오	①	②	③	④	⑤
6-3) 마케팅 과정	① 예 ② 아니오	①	②	③	④	⑤

