

# KOSBI 중소기업 포커스

## 재창업 중소기업 실태와 사회적기업 모델을 활용한 재도전

책임작성 | 김선화 연구위원 (02-707-9842, shkim@kosbi.re.kr)  
백필규 명예연구위원 (02-707-9818, pgpaik@kosbi.re.kr)

※ KOSBI 중소기업 포커스는 중소기업연구원 홈페이지([www.kosbi.re.kr](http://www.kosbi.re.kr))에서도 보실 수 있습니다.

## | 목 차

1. 서론
2. 재창업 중소기업 실태
3. 활용 가능한 사회적기업 모델
4. 결론 및 시사점

## | 요약

- 재도전을 열망하는 정직한 기업인의 재창업(취업)을 돕고, 그들이 당면한 경제적·사회적·심리적 어려움을 사회적 차원에서 풀기 위하여 사회적기업에 주목할 필요
  - 신용불량 등의 이유로 취업이 어려운 재도전 기업인의 취업을 허용하는 사회적 기업을 구축
    - 사회적기업에 취업한 동안 생계 마련, 실패의 원인을 분석, 능력부족을 보완하고 다른 사람과의 협업경험 축적 등을 통하여 준비된 재창업을 통하여 성공확률을 높일 수 있다는 점에서 중요
    - 실패기업인을 그냥 취약계층으로 간주하여 사회적 기업이 채용하는 방법도 있으나, 앞서 말한 바처럼 취업 자체가 어렵고 채용된다 해도 본인의 사업경험과는 무관한 일을 할 가능성이 크기 때문에 그동안 축적된 사업역량이 사장될 우려
  - 인력지원제도와 공공 판로지원 등 기존의 활용 가능한 사회적기업 지원제도를 유지하면서 재도전을 위한 사회적기업 지원제도를 보완하여, 재도전을 원하는 기업인에게 사업 실패 경험을 학습의 밑거름으로 삼아 다시 일을 할 수 있도록 장려하고 기회를 제공
- 사회적기업을 거점으로 하여 재도전 기업인의 생계활동 및 재기를 위한 경영능력 보완의 기회를 제공하고, 그들이 보유한 창업 경험, 혁신기술, 경영 노하우

등을 활용한다면 재도전 활성화 및 사회적기업 경쟁력 강화 등에 시너지효과를 기대할 수 있음

- 기업의 사회적 책임(CSR: Corporate Social Responsibility) 및 사회공헌 활동에 대한 관심 증가로 사회적기업이 주목되고 있으며, 정부의 정책적 지원 노력이 확대되고 있음
- 그러나 사회적기업 지원이 일자리 창출을 강조하다 보니 고용 측면에서는 기여했으나, 기업의 성장/재정 자립 등 경제적 성과와 지속가능성 문제가 제기됨
  - 사업경험 및 노하우가 있는 재도전기업인을 접목시켜 사회적기업의 경쟁력을 높일 수 있는 상생의 계기를 마련

■ 재도전 기업인들이 사회적기업을 활용하여 활발한 재창업 및 취업을 하기 위하여 우선적으로 해결해야 할 정책적 과제는 다음과 같음

- (인식제고 및 홍보) 재도전에 대한 중요성 및 성공가능성, 그 효과에 대한 긍정적 인식제고와 사회적 공감대를 형성할 필요
- (재도전 생태계 구축) 재도전 사회적기업 성공모델이 많이 나오고, 창업, 유지, 성장, 쇠퇴, 소멸, 재창업이 선순환될 수 있는 바람직한 생태계 조성 노력
- (새로운 유형의 사회적기업 모델 마련) 현행 사회적기업 유형에 재도전을 위한 '재도전 사회적기업'을 별도로 추가하여 지원하는 방안
- (법제도 개선) 사회적기업의 지원대상 범위에 취업이나 재창업에 어려움을 겪고 있는 폐업 경험 중소기업인을 포함하여 인건비 등 지원
- (효율적 정부지원 시스템 구축) 취약계층의 일자리창출 문제에만 치중하는 것에서 탈피하여 혁신형 사회적기업의 발굴, 육성, 자립, 양적·질적 성장 및 지속성장 등에 정책의 초점
  - 재도전 사회적기업의 양적확대 및 질적성장이 정책의 목표가 되어야 함
  - 관련 부처들 간에 조정과 연계를 강화하여 협조 체계를 구축하고, 일자리제공형 사회적기업, 재도전 사회적기업(가칭) 등 기업적 성격이 강한 사회적 기업의 경우, 이러한 정책사업을 가장 잘 할 수 있는 중소벤처기업부에서 관장하여 정책의 효과성 및 효율성을 제고할 필요



# 1. 서론

■ 국세청 자료에 의하면 폐업신고를 하는 사업자 수는 법인 및 개인사업자를 포함하여 최근 3년 동안 매년 약 90만 개 정도로 조사됨

- 부가가치세 신고기준 폐업자수는 2018년에 법인은 69,667개, 개인은 830,884개로 합계 900,551개
- 구체적 폐업 사유는 '사업부진'이 348,241개(38.4%)로 가장 높음
- 폐업 사유로 '기타' 응답 비율이 56.2%로 높은 것은 폐업 신고를 하지 않아 이유 확인이 어렵거나, 폐업의 구체적 속사정이 매우 다양하기 때문인 것으로 파악

〈표 1〉 부가가치세 신고기준 폐업자수 추이

(단위: 개, %)

연도(년)	법인사업자			개인사업자			총 합
	신규(A)	폐업(B)	폐업배율 (B/A)	신규(A)	폐업(B)	폐업배율 (B/A)	폐업 (법인+개인)
2012	97,196	56,305	0.58	956,409	833,195	0.87	889,500
2013	101,349	57,867	0.57	926,558	805,328	0.87	863,195
2014	111,627	54,296	0.49	1,015,619	761,328	0.75	815,624
2015	122,696	50,630	0.41	1,068,313	739,420	0.69	790,050
2016	125,717	69,600	0.55	1,100,726	839,602	0.76	909,202
2017	124,787	70,362	0.56	1,159,802	837,714	0.72	908,076
2018	130,139	69,667	0.54	1,242,756	830,884	0.67	900,551

자료 : 국세청(2019, 1차 조기공개), 「국세통계연보」 재가공

〈표 2〉 폐업사유

(단위: 개, %)

연도(년)	총계	사업 부진	행정 처분	계절 사업	법인 전환	면세 포기	양도 양수	해산 합병	기타
2015	790,050	326,066	2,854	506	4,963	314	26,335	2,677	426,335
	<b>100%</b>	<b>41.3%</b>	<b>0.4%</b>	<b>0.1%</b>	<b>0.6%</b>	<b>0%</b>	<b>3.3%</b>	<b>0.3%</b>	<b>54.0%</b>
2016	909,202	356,524	5,516	675	5,284	640	31,757	3,001	505,805
	<b>100%</b>	<b>39.2%</b>	<b>0.6%</b>	<b>0.1%</b>	<b>0.6%</b>	<b>0.1%</b>	<b>3.5%</b>	<b>0.3%</b>	<b>55.6%</b>
2017	908,078	348,271	5,550	849	5,344	430	34,394	3,080	510,158
	<b>100%</b>	<b>38.4%</b>	<b>0.6%</b>	<b>0.1%</b>	<b>0.6%</b>	<b>0%</b>	<b>3.8%</b>	<b>0.3%</b>	<b>56.2%</b>

주 : 기타는 사업자가 폐업사실을 신고하지 아니하여 구체적인 폐업사유를 알 수 없는 경우와 열거되지 아니한 기타의 사유로 폐업하는 경우

자료 : 국세청(2018), 「국세통계연보」 재가공

- 중소기업의 부도 및 폐업(corporate failure)은 기업인(CEO) 개인 뿐만 아니라 다양한 거래·이해관계자 모두에게 경제적·사회적·심리적으로 미치는 파급효과가 매우 큼
  - (경제적 손실) 경제활동 중단으로 기업인 본인과 가족 및 이해관계자 모두 심리적 위축과 함께 금전적 어려움으로 고통을 받게 됨
    - 개인의 수입 감소, 빚(채무), 높은 기회비용
    - 잠재적 성공가능성 있는 역량을 감안한다면 경제적 손실은 훨씬 더 커짐
  - (사회적 손실) 심리적 충격과 패배감으로 인하여 신용불량·노숙인·우울증세 등과 관련된 개인적·사회적 문제가 발생
    - 문화적 가치관, 파산법의 기업가친화성 여부 등 기업 실패에 대한 국가별 시각 차이가 있으나 공통적으로 사업 실패로 인한 사회적 손실이 크다고 인식<sup>1)</sup>
  - (심리적 손실) 폐업으로 인하여 기업가의 혁신 아이디어와 경영 노하우가 방치되는 것은 물론, 고통(pain), 양심의 가책(remorse), 창피(shame), 두려움(fear) 등의 심리적 피해를 입게 됨
  - 이러한 개인적 문제가 사회적 문제로 서로 연결되어 결국 정책적 대안이 요구됨
- 이에 정부는 혁신 창업 생태계의 선순환 조성을 위해 '7전8기 재도전 생태계 구축'에 관한 대책을 마련하여 추진<sup>2)</sup>
  - 2018년 정책금융기관 연대보증을 폐지하고, 재기지원펀드를 조성하는 등 재도전이 용이한 환경을 구축하기 위해 꾸준히 제도개선 및 지원을 확대
  - 재창업 관련 예산은 계속해서 증가하여 2018년에는 1,388억 원으로 2010년 15억 원 대비 약 90배나 증가
  - 이처럼 재도전에 대한 정부의 지원은 양적으로 확대되었으나, 재도전기업인이 개인적·사회적으로 당면하는 다양한 문제 때문에 여전히 재도전에 어려움을 겪고 있음

1) Ucbasaran, Shepherd & Lyon(2013)

2) 관계부처 합동(2018)

- 따라서 본 연구는 재도전을 희망하는 기업인을 위하여 사회적기업을 활용하는 새로운 정책 지원방안을 제안하고자 함
- 사회적기업(social enterprise)은 ‘취약계층의 일자리창출과 사회서비스 제공’ 등 사회적 공익에 목적을 두고 있으며 이미 전 세계적으로 활성화
  - 해외에서는 실패 기업인 및 사회적 약자 문제를 사회적 차원에서 다루고자 하며, 경제적 자립과 일자리를 지원하기 위하여 빅이슈(The Big Issue)와 같이 탄탄한 수익모델을 갖추어 지원하는 사회적기업 사례가 있음
  - 이처럼, 신용불량 등의 이유로 취업이 어려운 재도전 기업인의 취업을 허용하는 사회적 기업을 구축하여 이를 통하여 재기를 준비하도록 지원할 필요성
    - 생계 마련, 실패의 원인을 분석, 경영 능력부족을 보완하고 다른 사람과의 협업 경험 축적 등을 통하여 경제활동 기회와 동시에 안정적으로 재창업을 준비
    - 실패기업인을 그냥 취약계층으로 간주하여 사회적 기업이 채용하는 방법도 있으나, 앞서 말한 바처럼 취업 자체가 어렵고 채용된다 해도 본인의 사업경험과는 무관한 일을 할 가능성이 크기 때문에 그동안 축적된 사업역량이 사장될 우려
  - 재도전기업에 대한 지원은 성실한 실패를 사회적으로 용인한다는 취지이며, 이에 국가로부터 받은 지원 및 이윤을 다시 재도전 기업인을 위해 사용하도록 사회에 환원한다는 차원에서 재도전을 위한 사회적기업 지원은 정책적 의미가 있음

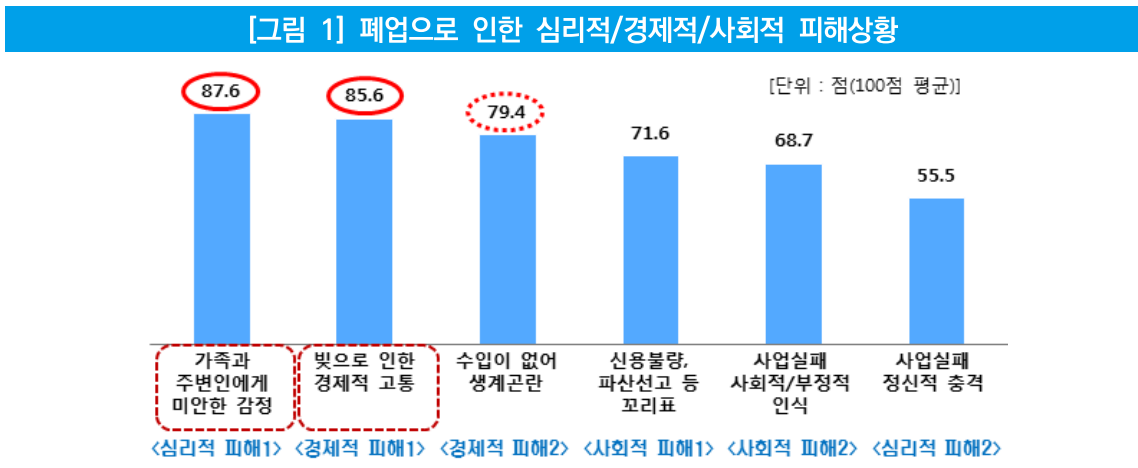
## 2. 재창업 중소기업 실태

- 재도전을 위한 정부의 관심과 다양한 수단의 재기지원 노력에도 불구하고, 사업 실패에 대한 부정적 시각(사회적 인식)과 성공 가능성에 대한 기업인 스스로의 두려움 등 때문에 재도전이 활발히 진행되고 있지 않은 상황
  - 재기가 어려운 환경에서는 기업가정신의 위축으로 경제성장과 고용창출이 저해되어 우리 경제에 커다란 손실을 가져올 수 있음(중소기업연구원, 2011)
  - 재창업 기업은 신생 창업의 생존율보다 높은 것으로 보고되고 있음에도 불구하고 재도전이 쉽지 않은 현실

- 재창업 지원기업의 5년 생존율은 50.8%로 일반 창업기업의 생존율(27.5%)에 비해 약 2배가 높음(관계부처합동, 2018)
- 재도전성공패키지 지원사업 2016년 수혜기업의 2년차 생존율은 86.7%로 파악, 이는 신생기업 2년차 생존율(50.7%)<sup>3)</sup>에 비해 높은 수치

■ 중소기업연구원 설문조사<sup>4)</sup> 결과에 의하면, 폐업으로 인하여 기업인이 겪었던 피해상황에 대하여, 경제적·사회적·심리적 피해 중 가족과 주변사람들에 대한 미안한 감정이 가장 높은 것으로 나타남

- (심리적 피해) 가족과 주변사람들에게 미안한 감정이 들었다는 응답이 87.6점으로 가장 높고, 반면 사업실패에 대한 본인의 정신적 충격은 55.5점으로 가장 낮음
- (경제적 피해) 부도로 인한 많은 빚과 신용불량 등으로 겪는 경제적 고통이 85.6점으로 높고, 현재 일을 못하므로 수입이 없어 생계가 곤란하다는 응답이 79.4점
- (사회적 피해) 신용불량 및 파산선고 등 꼬리표가 힘들었다는 응답이 71.6점, 사회적으로 사업실패에 대한 부정적 인식 때문에 힘들었다는 응답이 68.7점으로 조사됨



자료 : 중소기업연구원(2019) 설문조사 결과

3) 기업생멸행정통계(통계청, 2018): 2016년 기준 신생기업 1년 생존율 65.3%, 2년 생존율 50.7%, 3년 생존율 41.5%  
 4) 중소벤처기업부의 재도전 지원사업 수혜기업을 대상으로 2019년 6월에 설문조사를 실시하여 회수된 300부를 토대로 분석을 실시(부록 응답자특성 참조)



- 기업가정신을 고취시키는 노력은 혁신 창업을 추구하는 국가 경제 정책에서 필수 전략이며, 따라서 기업가정신의 쇠퇴는 경제 활력의 저하와 창업 자신감 상실의 주된 원인이 됨
- 중소기업연구원 설문조사 결과에 의하면, 기업가정신실태조사(통계청 국가통계)의 일반인 기업가정신 수준과 비교할 때 모든 항목에서 높은 수준으로 조사됨
  - (기업가적 특성) 재창업 기업인은 성취욕구 및 추진력이 매우 강하여 한번 시작한 일은 끝까지 하는 편이며, 평소 변화와 혁신을 중시하는 편으로 나타남
    - 기업가정신실태조사와 비교할 때, 공통적으로 성취욕구·추진력과 혁신성이 다른 요인들 보다 높고 특히 재창업 기업인이 모든 항목에서 일반인 보다 점수가 매우 높음
    - 성취욕구 및 추진력이 7점 척도에서 6.37점, 혁신성 6.34점, 업무수행에서 변화를 잘 추구하는 자율성 6.18점, 경쟁자보다 시장을 선도하는 능력 6.07점 등의 순
    - \* 성취욕구·추진력(어려움이 있어도 끝까지 성취), 혁신성(평소 변화와 혁신을 중시), 자율성(변화를 추구하는 데 익숙), 시장선도성(경쟁자보다 앞서 전략을 시작), 위험감수성(목적 달성을 위해 위험 감수), 경쟁추구성(경쟁을 즐기며 동기부여를 받음)

**〈표 3〉 기업가적 특성**

(단위: 점, 7점척도의 평균점수)

구 분	성취욕구 · 추진력	혁신성	자율성	시장 선도성	위험 감수성	경쟁 추구성	평 균
중소기업연구원설문조사	6.37	6.34	6.18	6.07	5.79	5.73	<b>6.08</b>
기업가정신실태조사	4.09	4.02	3.89	3.94	3.86	3.83	<b>3.94</b>

자료 : 중소기업연구원(2019) 설문조사 결과, 기업가정신실태조사(2018) 자료에서 동일한 항목을 추출하여 비교

- (기업가적 역량) 재창업 기업인은 창의력이 매우 강하며, 새로운 아이디어를 사업화하는 역량이 좋으며 대인관계도 원만한 편으로 나타남
  - 재창업 기업인들의 창의적 문제 해결 능력이 6.27점, 아이디어 사업화 역량이 6.21점, 사업화를 위한 대인관계적 역량이 6.01점 등 모두 6점 이상으로 높음
  - 일반인 기업가적 역량과 비교해도 모든 항목에서 높은 기업가적 역량을 보유
  - \* 창의적 인지역량(창의적으로 문제해결), 아이디어 사업화 역량(아이디어를 통한 새로운 기회 포착), 대인관계적 역량(타인에게 나의 주장을 설득)

〈표 4〉 기업가적 역량

(단위: 점, 7점척도의 평균점수)

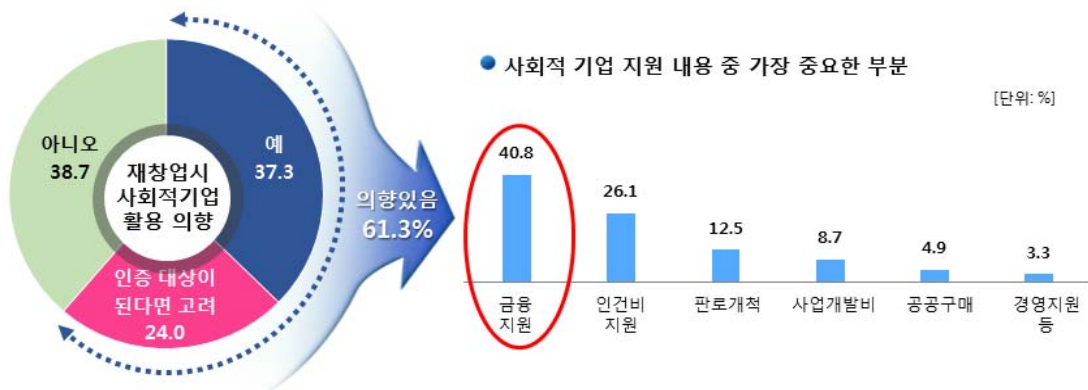
구 분	창의적 인지역량	아이디어 사업화 역량	대인관계적 역량	평 균
중소기업연구원설문조사	6.27	6.21	6.01	<b>6.16</b>
기업가정신실태조사	3.87	3.93	4.11	<b>3.97</b>

자료 : 중소기업연구원(2019) 설문조사 결과, 기업가정신실태조사(2018) 자료에서 동일한 항목을 추출하여 비교

■ 중소기업연구원 설문조사의 목적 중 하나는 재도전 지원방안으로서 사회적기업 모델 활용 가능성을 파악하고자 한 것이며, 이를 위하여 사회적기업에 대한 인지도 및 활용 의향 등을 조사하여 다음과 같은 결과를 도출

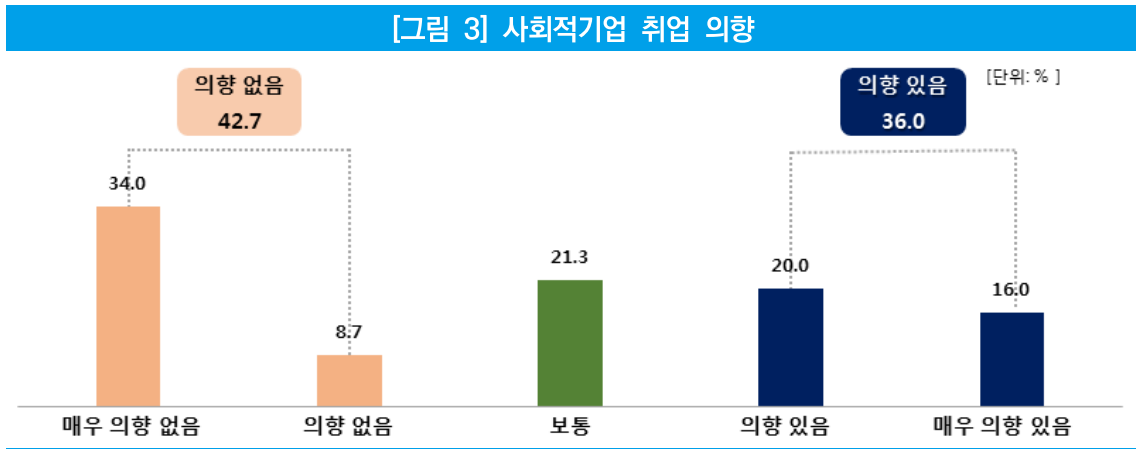
- (사회적기업 인지도) 설문조사에 응한 재도전 기업인의 86%가 사회적기업에 관하여 알고 있으며, 나머지 14%는 사회적기업을 모르고 있음
- (사회적기업 창업 의향) 재도전 기업인들은 사회적기업으로 재창업하거나 현재 운영 중인 기업을 사회적기업으로 인증받을 의향이 있다는 응답이 절반 이상
  - 재도전 기업인 전체의 61.3%가 사회적기업으로 재창업(인증) 의향이 있음
  - 의향이 있는 응답자들 중 40.8%가 현행 사회적기업 지원 사업 중에서 금융지원이 가장 중요하다고 꼽고 있으며, 다음이 인건비 지원(26.1%), 판로개척(12.5) 등의 순 (부록 사회적기업지원내용 참조)

[그림 2] 사회적기업 활용(재창업/인증) 의향



자료 : 중소기업연구원(2019) 설문조사 결과

- (사회적기업 취업 의향) 또한 사회적기업에 취업할 기회가 된다면 36%가 의향이 있음, 42.7%가 의향이 없음으로 응답



자료 : 중소기업연구원(2019) 설문조사 결과

■ 재창업 기업은 자금 문제 등으로 시행착오<sup>5)</sup>를 겪은 경험이 있어 신생기업과는 차이가 있어야 함에도 불구하고, 애로사항 및 가장 필요한 재창업 지원내용 등에서 역시 자금을 중요한 정책 지원 요소로 꼽고 있음

- 이에 정부의 재기 지원정책의 수단은 대부분 직접적 재정지원에 집중되어 있음
- 한편 재정지원 의존도가 높아짐에 따라 정부의 부담도 커질 수 있어 재도전의 특수성을 감안한 새로운 지원방안을 모색
  - 정부의 재기지원 정책에서 재정지원이 투입되는 만큼 기업의 사회적 책임(CSR, Corporate Social Responsibility)완수의 의무도 따라야 할 것임
  - 따라서 사회적기업을 통하여 기업의 사회적 책임을 이행하고, 사업유지 및 지속성장이 가능하도록 재도전 지원의 새로운 정책으로서 사회적기업 모델 활용을 제안

5) 중소기업연구원 설문조사 결과에 의하면, 기업인 스스로 분석한 이전 사업의 폐업 사유는 경영자금 부족이 63%로 가장 높으며, 협력기업문제 22%, 경기불황 21%, 경영능력 부족 18%, 영업력 문제 18%, 무리한 사업투자 확대 13% 등의 순

### 3. 활용 가능한 사회적기업 모델

- 기업가정신을 발휘할 수 있는 재창업 기반 마련 및 활용 가능한 사회적기업 모델을 제안하기 위하여 유사한 사례를 발굴

※ OECD의 **사회적기업**(社會的企業, social enterprise) 개념  
 "공공의 이해를 위해 수행되며, 이윤 극대화가 아닌 특정한 사회 경제적 목표 달성을 최종 목적으로 하는 기업"으로 정의한다. (경제협력개발기구 OECD)

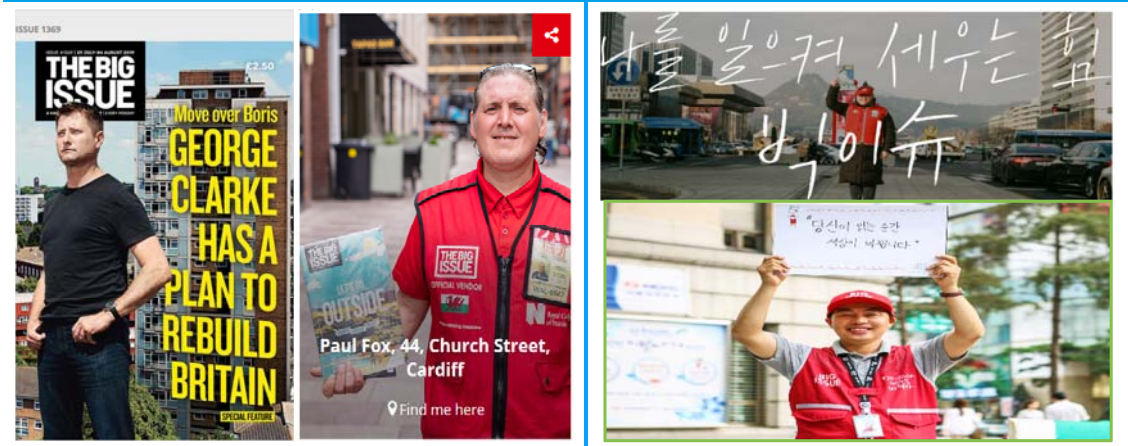
- 빅이슈(The Big Issue)는 홈리스의 경제적 자립을 돕기 위한 사회적기업으로, 한국의 재도전 지원정책을 위해 벤치마킹 가능성있는 모델임
  - (창업 배경) 홈리스(homeless)의 자립을 위한 목적으로 1991년 영국에서 더 바디샵(The Body Shop)의 공동창업자인 고든 로딕(Gordon Roddick)의 후원을 받아 노숙인 출신인 존 버드(John Bird)에 의해 창간
    - 초기부터 빅이슈는 언론의 뜨거운 관심과 지원을 받았으며, 이는 빅이슈의 홍보와 성공적인 출범에 큰 도움이 되었고 광고계와 업계에서도 큰 관심과 후원
    - 영국에서 매년 3,700명의 홈리스가 새롭게 벤더(vender, 판매원)로 등록, 현재 1,500명의 벤더들이 활동하고 있으며 한국을 비롯하여 세계 11개국에서 15종의 잡지를 발행
  - (운영 방식) 전문 저널리스트들에 의해 제작되고 데이비드 베컴, 버락 오바마, 레이디 가가, 조앤 롤링 등 유명인과 다양한 분야에서 재능 기부로 참여하고 등록된 빅이슈 벤더들에게만 잡지를 판매할 수 있는 권한을 부여
    - 한권 당 판매가 2.50파운드(약 3천6백원)짜리 잡지를 절반 금액에 공급하고, 잡지를 한 권 팔 때마다 벤더들이 나머지 절반을 가져가도록 가격을 결정
    - 빅이슈의 벤더들은 'Working, Not Begging(구걸이 아니라 일하는 중이다)'라는 문구가 새겨진 ID카드를 걸고 판매하고, 잡지 표지 위에도 'Street Trade, Not Street Aid(도움을 청하는 것이 아니라 영업을 하는 것임)'라고 새겨져 있음
    - 벤더들 중 일부를 빅이슈 본부에 취업시켜 잡지 편집이나 취재 활동을 맡기기도 하며, 다른 노숙인들에게는 기본적인 취업 교육 및 정보·기술(IT) 교육을 제공하여 자활에 성공한 노숙인들이 근로자로 잘 정착할 수 있도록 도움
  - (성공 요인) 빅이슈는 홈리스의 자립이라는 사회적 가치를 실현하기 위하여, 확실한 수익모델을 갖고 경제적 사업을 하고 있는 사회적기업의 대표적 모델

- 빅이슈 잡지 판매를 통해 홈리스들에게 경제적 자립을 지원하고, 빅이슈 벤더라는 직업을 갖도록 하여 자존감과 자신감을 회복하도록 도와줌으로써 주류사회로 재통합될 수 있는 기회를 제공

■ 빅이슈의 성공요인을 기업경영 핵심 5요소 측면에서 분석하면 다음과 같음

- (기업경영 핵심 5요소) 인력, 자금, 기술, 판로, CEO 리더십
  - (인력) 유능하고 숙련된 전문 저널리스트들로 편집진을 구성하여 콘텐츠를 차별화하며, 홈리스들에게 2주간의 교육훈련과 행위수칙 서약을 시행하여 빅이슈 벤더로서의 행위 규율 및 판매시스템 체계화
  - (자금) 출범 초기 3년 간 창간자 고든 로덕의 자금 후원, 이후 급증한 잡지 판매 부수와 광고 수주로 안정적인 자금기반 마련, 빅이슈 재단을 통한 기부금 모금으로 벤더들의 주거, 의료, 교육훈련 등의 서비스제공에 필요한 자금 충당
  - (기술) 각종 수상 경력이 보여주는 잡지 콘텐츠 및 품질의 우수성
  - (판로) 주요 언론매체의 집중적 노출, 광고대행사들의 TV, 라디오, 옥외광고, 포스터광고 무료 제작 및 홍보 지원 등으로 단기간에 전국적 인지도 확보
  - (CEO 리더십) 홈리스 경험, 인쇄출판업자로서의 전문적 지식, 시인으로서 문학적 재능을 갖춘 존 버드의 역량과 열정적 리더십
- (외부 지원요인) 기업 및 시민들의 기부금 및 후원, 자원봉사자들의 무료봉사 및 유명인들의 재능기부, 각종 홈리스 지원기관 및 자선단체들과의 네트워크 구성 및 협력, 정부의 법정 보조금 제공 등 외부환경의 적극적 지원

[그림 4] 빅이슈(The Big Issue) 잡지



자료 : <https://www.bigissue.com/>(잡지 표지, 빅이슈 벤더) 자료 : <https://bigissue.kr/>(빅이슈 코리아)

※ 한국의 사회적기업(social enterprise) 개념

취약계층에게 사회서비스 또는 일자리를 제공하거나 지역사회에 공헌함으로써 지역주민의 삶의 질을 높이는 등의 사회적 목적을 추구하면서 재화 및 서비스의 생산·판매 등 영업활동을 하는 기업을 말한다. (사회적기업 육성법 제2조의 1)

※ 사회적기업의 유형

- ① 일자리제공형: 조직의 주된 목적이 취약계층에게 일자리를 제공
- ② 사회서비스제공형: 조직의 주된 목적이 취약계층에게 사회서비스를 제공
- ③ 지역사회공헌형: 조직의 주된 목적이 지역사회에 공헌
- ④ 혼합형: 조직의 주된 목적이 취약계층 일자리 제공과 사회서비스 제공이 혼합
- ⑤ 창의·혁신형: 사회적 목적의 실현여부를 계량화하여 판단하기 곤란한 경우

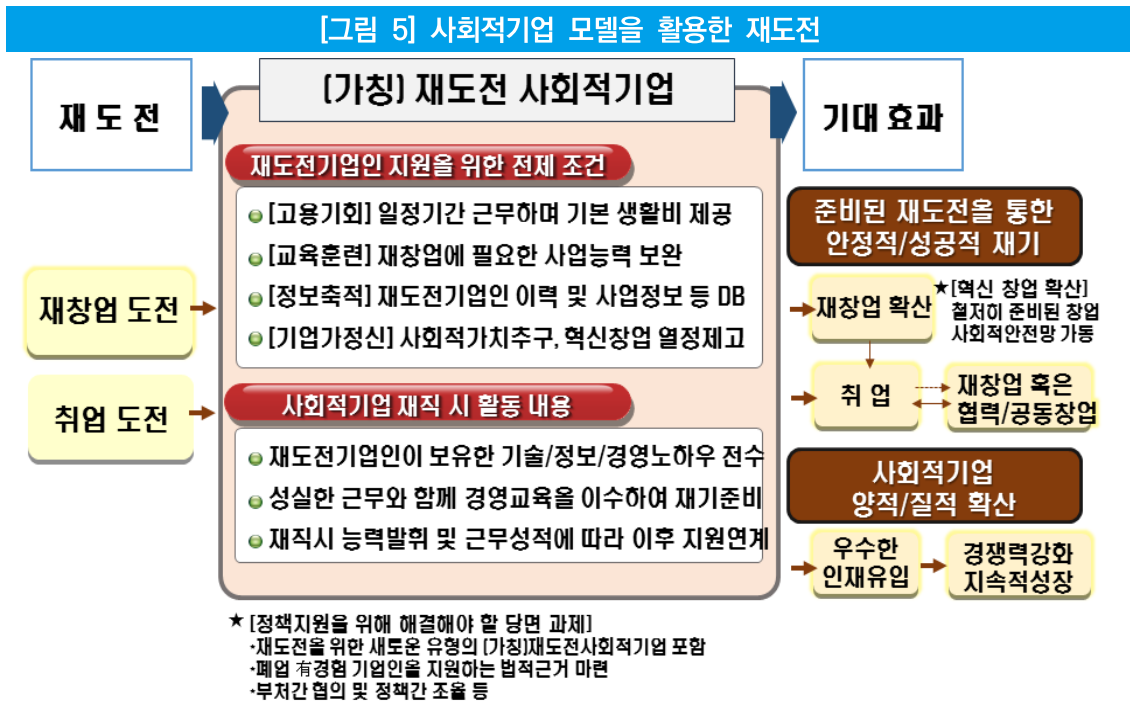
■ 한국의 사회적기업 빅이슈(빅이슈 코리아)는 2010년에 창간, 격주간지로 매호 1만~1만 5,000부를 발행하고 있으며, 창간 이후 800명 이상이 빅이슈 판매원으로 활동했으며, 매년 100여 명의 홈리스(노숙인)가 빅이슈 판매원으로 등록

- 자조(自助), 사회적 거래 그리고 비즈니스 솔루션을 통해 기회를 창출함으로써 빈곤을 해체하는 것이 빅이슈의 미션이며, 일자리제공형 사회적기업으로 인증
- 한국판 빅이슈 잡지 발간 이외에 광고 및 출판사업 등 수익모델을 창출하여 사회적기업의 자립과 지속성장을 추구하고 있음
- 2018년 기준 빅이슈 판매원 71명이 임대주택에 입주했고, 25명이 재취업 등의 활동으로 지역사회에 정착하였으며, 현재 서울, 경기, 대전, 부산의 주요 지하철역과 거리에서 60명의 빅이슈 판매원이 활동(<https://www.bigissue.kr>)
  - 빅이슈 한국판은 권당 5,000원에 판매되며, 한권 당 2,500원(50%)이 판매원에게 이익이 돌아가는 구조임
  - 처음에 10부 무료 제공→ 10부 팔아 50,000원 수입→ 25,000원 판매원 수익→ 한권 당 2,500원으로 잡지 구입→ 5,000원에 판매→ 2주간 판매하면 주거지원 및 정식 빅이슈 판매원→ 6개월 이상 근무하면 임대주택 입주 신청 자격 제공

■ 위에서 제시한 빅이슈 사례는 본 보고서의 취지에 맞는 최적의 사회적기업 모델은 아니나, 노숙인 일자리 지원을 위하여 민간 차원에서 사회적기업을 구축하고 완벽한 경제적 비즈니스 모델을 통하여 사회적 목적을 달성한다는 측면에서 다음과 같은 시사점이 있음

- 빅이슈의 판매원은 개별적인 경영 계획과 능력으로 매출을 관리하는 독립적 비즈니스이기 때문에, 취업한 동안에 경영자로서 재기 훈련 및 자기 계발의 기회가 자연스럽게 마련됨
  - 빅이슈 직원이지만 월급을 받는 것이 아니라 노력에 따라 개인 수익에 직접 영향을 미치는 구조이기 때문에, 매일 판매한 수익금으로 판매 가능한 범위에서 재구매하는 등 투자/판매 전략을 습득하며 개인 역량을 발휘할 수 있게 됨
  - 무엇보다 일을 할 기회를 제공하기 때문에 자존감을 갖게 되는 것이 가장 중요하며, 본인의 능력이 되는 부문에는 회사 내에서도 협력을 하게 하는 등 활력의 동인
  - 일정 기간이 지나면 경제적 자립을 할 수 있도록 재취업 등의 기회를 제공하고, 재능기부를 통하여 다른 노숙인들을 도울 수 있도록 역할을 부여
- 이에 재도전을 열망하는 정직한 기업인의 재창업(취업)을 돕고, 그들이 당면한 경제적·사회적·심리적 어려움을 사회적 차원에서 풀기 위하여 사회적기업에 주목할 필요성
- 재도전 사회적기업의 정확한 포지셔닝은 보호가 필요한 비영리 복지단체가 아니라, 혁신 창업을 통하여 사회적 문제를 해결하고 사회적 가치를 추구하는 기업이라는 것을 전제
    - 재도전 기업인이 보유한 기술력, 이전 사업경험 및 노하우 등 사회적 자산을 보호하고 그들의 기업가정신을 재도전 사회적기업 모델을 통하여 발휘
    - 실패의 원인을 분석, 능력부족을 보완하고 다른 사람과의 협업경험 축적 등을 통하여 준비된 재창업을 통하여 성공확률을 높일 수 있다는 점에서 중요
  - 따라서 창업 열정을 존중하면서 엄연한 기업으로서 투자 및 협력 등을 통하여 경쟁력을 강화하고 지속적으로 재도전 사회적기업이 유지·성장하는 데 정책적 관심을 둘 필요
    - 재도전 기업인들이 사회적기업 모델을 통하여 재창업·협업·취업의 시너지효과를 이루고, 성공사례를 창출하는 등 정책 패러다임 전환이 요구됨
- 신용불량 등의 이유로 취업이 어려운 재도전 기업인의 취업 및 재창업을 허용하는 재도전을 위한 사회적 기업을 민간, 협·단체 혹은 정부차원에서 구축

- 재도전 사회적기업은 기존의 사회적기업을 활용할 수도 있고, 민간이나 정부에서 별도로 설립하여 취지에 맞게 운영을 하는 방법도 있음
- 인력지원 및 공공 판로지원 등 기존의 활용 가능한 사회적기업 지원제도를 유지하면서 다양한 혜택을 동일하게 적용하고, 재도전 사회적기업 지원제도를 보완



자료 : 연구자 작성

- 사회적기업을 거점으로 하여 재도전 기업인의 생계활동 및 재기를 위한 경영능력 보완의 기회를 제공하고, 그들이 보유한 경험, 혁신기술, 경영 노하우 등을 활용하여 재도전 활성화 및 사회적기업 경쟁력 강화 등에 시너지효과를 기대
  - 기업의 사회적 책임(CSR: Corporate Social Responsibility) 및 사회공헌 활동에 대한 관심 증가로 사회적기업이 주목되고 있으며, 정부의 정책적 지원 노력이 확대되고 있음
  - 그러나 사회적기업 지원이 일자리 창출을 강조하다 보니 고용 측면에서는 기여했으나, 기업의 성장·재정 자립 등 경제적 성과와 지속가능성 문제가 제기됨
  - 사업경험 및 노하우가 있는 재도전기업인을 사회적기업과 접목시킨다면 제기되는 문제를 해소하여 사회적기업의 경쟁력을 높일 수 있는 상생의 계기를 마련



## 4. 결론 및 시사점

- 이전 사업의 실패 경험(기술 및 경영노하우)이 성공에 필요한 투자비용으로 간주되어 기업가 정신(entrepreneurship)이 제고될 수 있도록 재도전 사회적기업(가칭)으로 재도전 기회를 마련
  - 기업의 부도 및 폐업은 지불해야 할 높은 실패비용(cost of failure, 경제적·사회적·심리적 고통 등)을 포함하여 여러 가지 장애물이 존재하지만, 극복하기에 따라서 재창업에 필요한 소중한 자산으로 이용 가능성이 높음
  - 재창업은 축적된 경영 역량과 기업가의 사업 노하우로 인하여 신규 창업에 비해 생존율이 높은 조사결과가 다수 있어 시사하는 바가 매우 큼
    - 재창업 지원기업의 5년 생존율은 50.8%로 일반 창업기업의 생존율(27.5%)에 비해 약 2배가 높음(관계부처합동, 2018)
    - 과거 창업경험이 현재 기업운영에 도움이 되는 정도에 대하여 79.3%가 긍정으로 응답하였으며, 재창업 기업은 과거 창업 경험을 통해 인적 네트워크와 투자유치 등을 이미 구축하여 신진창업에 비해 자금조달 및 인력확보가 상대적으로 수월(경기연구원, 2018)
    - 재창업 유경험자의 87.9%가 최초 창업 경험이 재창업에 도움이 된다고 응답하고 있는 등 창업 경험으로 부터 실패는 미래의 성공을 위한 밑바탕이 될 수 있음(창업진흥원, 2012)
    - Harvard Business School의 창업의 성공과 실패에 관한 연구결과, 첫 번째 창업에서 실패 후 재창업의 성공률은 20%, 그러나 첫 번째 창업에서 성공하는 경우는 18%임(Gompers, 2006)
- 사회적기업 모델을 활용한 재도전 지원 설계 시, 재도전 기업인의 기본적인 경제적 문제를 비롯하여 재기를 위한 경영 능력 보완 등이 우선 전제되어야 함
  - (생활비 마련 필요성) 재도전을 준비하는 동안 기업인들의 최소한의 생계유지가 가능하도록 경제적 문제를 감안하여 일정기간 동안 고용기회를 제공
    - 사회적기업에 취업한 동안 생계유지가 해결되어 심리적 안정을 찾을 수 있으며, 본인의 능력을 발휘하여 재창업 및 정식 취업을 할 수 있는 기회로 삼을 수 있음

- 사회적기업에 재직하는 동안, 이전 사업 성공 및 실패요인을 분석·보완·향상하면 본인의 성숙도는 물론 재직하고 있는 사회적기업의 지속성장에도 기여할 가능성이 큼
- (경영능력 보완 필요성) 생계유지를 넘어 재창업(재취업)에까지 이를 수 있어야 함
  - 사업 실패의 원인은 외부환경 요인도 있으나 자신의 내적 요인도 적지 않기 때문에, 사회적기업에서 (취업)활동을 통하여 기업에 도움이 되도록 이전 경력을 발휘하면서 재도전에 필요한 능력을 보완하는 기회로 삼을 수 있음
  - 사회적기업에서 동일한 목적을 가진 다른 사람들과 협력하다 보면 인적 네트워킹도 쌓고, 상대방을 통하여 학습 기회 및 (공동)재창업 기반 마련도 가능
  - 재직한 동안 실적 및 성과를 파악하여 이후 활동계획에 대한 지원여부를 반영
- (정보 축적 필요성) 사업 실패에 대한 지원정책의 실효성이 낮은 이유는 성공가능성에 대한 개인적 정보가 부족한 요인도 있기 때문에 해당 통계 DB 구축이 절실
  - 사회적기업에 소속된 재도전 기업인에 대한 기본적인 인구통계적 특성 및 경영 역량 등에 대한 통계를 축적하여 정보파악이 실현되면 적합한 지원책 마련이 용이
  - 생계유지와 재도전(재창업·취업) 준비의 기회로 제공된 사회적기업에 재직한 동안 능력과 성과(기여도) 등을 평가하여 성공가능성에 따라 사회적기업 고용기간 종료 이후에 대하여 적극적 지원 여부를 파악
- (기업가정신 강화) 폐업의 경험으로 자신감이 약해질 수 있는 재도전기업인의 기업가정신을 확고하게 유지할 수 있도록 컨설팅 및 교육 등 제공
- 이러한 전제 하에, 재도전 기업인들이 사회적기업 모델을 활용하여 활발한 재창업 및 취업을 하기 위한 정책적 과제는 다음과 같음
- (인식제고 및 홍보) 재도전에 대한 중요성 및 성공가능성, 그 효과에 대한 긍정적 인식제고와 사회적 공감대를 형성할 필요
  - 재도전은 창업 생태계를 위하여 피할 수 없는 과정 중 하나이며 이에 대하여 부정적 시선보다는 격려와 힘을 보탬 수 있도록 교육과 홍보를 통하여 강조
  - 재도전에 대한 인식 전환을 위해 창업에 실패했더라도 그 경력을 존중해 주는 사회적 분위기를 조성하는 한편, 재기할 수 있는 제도적 장치를 강화
  - 사회적기업에 대한 인식 제고를 기반으로 하여 사회적기업 제품 품질의 신뢰도 및 이미지 업그레이드를 통하여 공공판로 및 민간부문의 판매처 확보 기회를 가져올 수 있음

- (새로운 유형의 사회적기업 지원) 현행 사회적기업 5가지 유형에 가칭 ‘재도전 사회적기업’을 별도로 추가하여 지원
  - 우수한 기술력을 바탕으로 사회적기업으로 재창업에 도전하거나, 이미 재창업한 중소기업이 인증을 원할 경우 사회적기업 자격요건을 간소화(별도의 기준 마련)하여 재도전 사회적기업으로 인증 혹은 지정
  - 현행 도시재생, 친환경, 공정무역 등 다양한 방식으로 사회적 문제를 해결하는 것을 조직의 주된 사회적 목적으로 하는 ‘창의·혁신형 사회적기업’ 유형에 재도전 사회적기업을 포함하는 것도 방법
  - (정책대상자) 폐업경험이 있고 재도전 및 취업을 희망하는 성실한 기업인
  - (정책대상기업) 위의 정책대상자를 고용하거나, 정책대상자가 사회적기업으로 재창업하는 경우에 재도전 사회적기업으로 인정, 특히 주요 업종부문은 혁신형 기술창업에 초점
  - \* 재도전 사회적기업 지정기준은 ‘사회적 목적 실현’과 ‘혁신창업을 통한 경제적 성과’를 기업 목적으로 둔
  - \* 현행 사회적기업으로 인증된 곳에도 재도전 기업인들에게 기회를 제공
  - (정책지원범위) 재도전 사회적기업에 고용노동부의 사회적기업 지원제도 및 중소벤처기업부의 중소기업 재기지원 관련된 기존의 지원을 활용할 수 있도록 하고, 사회적 비전과 업종 특성 등을 반영하여 별도의 지원내용을 보완
- (재도전 생태계 구축) 창업, 유지, 성장, 쇠퇴, 소멸, 재창업이 선순환될 수 있는 바람직한 생태계 조성 노력
  - 재도전 사회적기업 성공모델이 많이 나오고, 이러한 재도전 성공사례들의 확산
  - 지속가능한 사회적기업으로 안정적 성장을 통하여 자연스럽게 재도전 생태계가 구축된다면 궁극적으로 일자리 창출에도 기여
- (법제도 개선) 사회적기업의 지원대상 범위에 폐업 경험이 있는 중소기업인을 포함하는 방안 마련
  - 부도 및 폐업으로 신용불량상태에 있거나 파산면책을 받아 취업이나 재창업에 어려움을 겪고 있는 기업인을 정책 지원대상으로 포함하여 인건비를 지원
  - 재도전 기업인을 취약계층<sup>6)</sup>으로 간주하여 사회적 기업이 채용하는 방법도 있으나,

앞서 말한 바처럼 취업 자체가 어렵고 채용된다 해도 본인의 사업경험과는 무관한 일을 할 가능성이 크기 때문에 그동안 축적된 사업역량이 사장될 우려

- (가치평가 및 보상) 사회적기업이 창출하는 사회적 가치를 제대로 측정하고 평가하여, 인센티브 제도를 마련한다면 자생력 확보, 건강한 생태계 조성, 궁극적으로는 더 많은 사회 문제의 효율적 해결이 가능<sup>6)</sup>

- 협력사를 대상으로 사회적 성과 인센티브를 지급할 목적으로 사회적성과지표 (Social Process Credit, SPC)를 개발하여 사용하고, 이러한 가치평가 및 인센티브를 확산하여 사회적기업 참여자(창업자, 투자자, 구직자, 지원기관 등) 확대 및 생태계 활성화에 기여

- 가장 바람직한 것은 금전적·비금전적 인센티브에 동기 부여되는 것이 아니라, 사회적 소명을 스스로 수행하도록 정직한 사회적기업가를 많이 양성해야 할 것임

- (효율적 정부지원 시스템 구축) 사회적기업 지원의 본연의 목적은 취약계층의 일자리창출과 사회적 서비스 제공인 바, 이를 실현하기 위하여 사회적기업의 양적확대 및 질적성장이 정책의 목표가 되어야 함

- 단순히 취약계층의 일자리창출에 치중하는 것이 아니라, 혁신적인 사회적기업의 발굴과 육성을 통한 지속성장에 정책의 초점을 두어야 함

- 일자리제공형 사회적기업, 재도전 사회적기업(가칭) 등 기업적 성격이 강한 사회적기업의 경우, 이러한 중소기업 정책사업을 가장 잘 할 수 있는 중소벤처기업부에서 관장하여 정책의 효과성 및 효율성을 제고하는 방안

- 정부 부처들 간에 횡적인 조정과 연계를 강화하여 관련 부처들 간의 협조 체계 구축

- \* 중기부에서 성장단계별 지원(창업·유지·지속성장), 사업부문별 지원(자금·기술·인력·판로·마케팅·교육), 기업 간 네트워크 등 통합관리를 맡아서 지원

- \* 중기부 및 고용노동부에서 공공구매 확대, 인건비지원, 경영·기술지원 등 촉진

6) 취약계층이란 자신에게 필요한 사회서비스를 시장가격으로 구매하는 데에 어려움이 있거나 노동시장의 통상적인 조건에서 취업이 특히 곤란한 계층을 말하며, 그 구체적인 기준은 대통령령으로 정한다(사회적기업육성법제2조)

7) 최태원(2014), 「새로운 모색, 사회적기업」

**[부록 1] 본 보고서의 설문조사 응답자 특성**

(단위: 개, %)

구 분		사례수	비율
전체		300	100.0
성별	남	280	93.3
	여	20	6.7
결혼여부	기혼	280	93.0
	미혼	20	7.0
연령	30대	17	5.7
	40대	84	28.0
	50대	143	47.7
	60대 이상	56	18.7
학력수준	고졸	104	34.7
	대졸	157	52.3
	대학원	39	13.0
폐업경험	1회	204	68.0
	2회	71	23.7
	3회 이상	25	8.3

자료 : 중소기업연구원(2019)

**[부록 2] 사회적기업 지원내용**

지원제도	사회적기업 지원내용
인건비지원	사회적기업이 신규채용한 근로자에 대하여 최저임금 수준의 인건비 지원 및 사업주 부담 사회보험료 일부 지원(1인당 1,724,850원, 연차별 차등지원)
사회보험료	사업주 부담 사회보험료 일부 지원(1인당 월151,080원, 4년 한도)
사업개발비	브랜드·기술개발 및 홍보·마케팅 등에 필요한 사업비 지원
경영지원등	사회적기업의 설립(인증) 및 운영에 필요한 경영·세무·노무·회계 등 경영컨설팅 및 정보 제공 등 지원
판로개척	공공기관 및 일반 소비자들이 사회적기업 상품 관련 정보를 접할 수 있는 체계 구축 및 다양한 유통채널 진출 지원
금융지원	사회적기업이 필요자금을 적기에 조달받을 수 있도록 자금 지원 * 서민금융, 중소기업 정책자금, 사회적기업 전용 특별보증, 사회적기업 나눔보증, 모태펀드 등 활용
공공기관 우선구매	공공기관이 제품 구매 시 사회적기업 제품(재화 및 서비스)을 우선구매하도록 권고하고, 공공기관별 사회적기업 제품 구매실적 및 구매계획을 공고
세제지원	①법인세·소득세 3년간 100%, 이후 2년간 50% 감면 ②취득세·면허세 50% 감면, 재산세 25%감면 ③기부를 하는 연계기업에 그 기부금을 법인소득의 10% 범위 내에서 손금 산입 처리

자료 : 고용노동부(2019)

### [부록 3] 사회적기업 조직형태

- 사회서비스제공형: 조직의 주된 목적이 취약계층에게 사회서비스를 제공하는 것인 경우 해당 조직으로부터 사회서비스를 제공받는 사람 중 취약계층의 비율이 100 분의 30 이상일 것
- 일자리제공형: 조직의 주된 목적이 취약 계층에게 일자리를 제공하는 것일 경우 유급근로자를 1명 이상 고용하고 있고, 전체 근로자 중 취약계층의 고용비율이 100분의 30 이상일 것
- 지역사회공헌형: 조직의 주된 목적이 지역사회에 공헌하는 것인 경우로 지역의 인적·물적 자원을 활용하여 지역 주민의 소득과 일자리를 늘리는 것
  - 지역의 인적·물적 자원을 활용하여 지역주민의 소득과 일자리를 늘리는 것인 경우: 해당 조직의 전체 근로자 중 해당 조직이 있는 지역에 거주하는 취약계층(이하 “지역취약계층”이라 한다)의 고용비율이나 해당 조직으로부터 사회서비스를 제공받는 사람 중 지역취약계층의 비율이 100분의 20 이상일 것
  - 지역의 빈곤, 소외, 범죄 등 사회문제를 해결하는 것인 경우: 해당 조직의 주된 목적에 해당하는 부분의 수입 또는 지출이 조직의 전체 수입 또는 지출의 100분의 40 이상일 것
  - 지역사회에 사회서비스 또는 일자리를 제공하거나 지역주민의 삶의 질을 높이는 등 사회적 목적을 우선적으로 추구하는 조직에 대하여 컨설팅·마케팅·자금 등을 지원하는 것인 경우: 해당 조직의 주된 목적에 해당하는 부분의 수입 또는 지출이 조직의 전체 수입 또는 지출의 100분의 40 이상일 것
- 혼합형: 조직의 주된 목적이 취약계층에게 사회서비스나 일자리를 제공하는 경우 전체 근로자 중 취약계층의 고용비율과 전체 서비스 수혜자중 사회서비스를 제공 받는 취약계층의 비율이 각각 100분의 20이상일 것
- 창의·혁신형: 도시재생, 친환경, 공정무역 등 다양한 방식으로 사회적 문제를 해결하는 것을 조직의 주된 사회적 목적으로 하고 있으며, 사업의 특성상 취약계층 고용 또는 사회서비스 제공 비율을 계량화하기 곤란한 경우 일 것

사회적기업육성법 제8조

### [부록 4] 취약계층 범위

(사회적기업 육성법 시행령 제2조)자신에게 필요한 사회서비스를 시장가격으로 구매 하는데 어려움이 있거나 노동시장의 통상적인 조건에서 취업이 특히 곤란한 계층

1. 가구 월 평균소득이 전국 가구 월 평균 소득의 100분의 60 이하인 사람
  2. 「고용상 연령차별금지 및 고령자고용촉진에 관한 법률」 제2조제1호에 따른 고령자
  3. 「장애인고용촉진 및 직업재활법」 제2조제1호에 따른 장애인
  4. 「성매매방지 및 피해자 보호 등에 관한 법률」 제2조제1항제4호에 따른 성매매 피해자
  5. 「청년고용촉진 특별법」 제2조제1호에 따른 ‘청년’ 중 또는 「경력단절여성등의 경제활동 촉진법」 제2조 제1호에 따른 ‘경력단절여성등’ 중 「고용보험법 시행령」 제26조제1항에 따른 고용촉진장려금의 지급대상이 되는 사람
  6. 「북한이탈주민의 보호 및 정착지원에 관한 법률」 제2조제1호에 따른 북한이탈주민
  7. 「가정폭력방지 및 피해자 보호 등에 관한 법률」 제2조제3호에 따른 피해자
  8. 「한부모가족지원법」 제5조 및 제5조의2에 따른 보호대상자
  9. 「재한외국인처우지원법」 제2조제3호에 따른 결혼이민자
  10. 「보호관찰 등에 관한 법률」 제3조제3항에 따른 갱생보호대상자
  11. 다음 각 목의 어느 하나에 해당하는 사람
    - 가. 「범죄피해자 보호법」 제16조에 따른 구조피해자가 장해를 입은 경우 그 구조피해자 및 그 구조피해자와 생계를 같이 하는 배우자, 직계혈족 및 형제자매
    - 나. 「범죄피해자 보호법」 제16조에 따른 구조피해자가 사망한 경우 그 구조피해자와 생계를 같이 하던 배우자, 직계혈족 및 형제자매
  12. 그 밖에 고용노동부장관이 취업 상황 등을 고려하여 「고용정책기본법」 제10조에 따른 고용정책심의회 의 심의를 거쳐 취약계층으로 인정한 사람
    - 가. 1년 이상 장기 실직자
    - 나. 「형의 집행 및 수용자 처우 등에 관한 법률」에 따른 수형자로서 최초 고용 시 출소 후 6월이 경과되지 아니한 자(단, 노역유치자는 제외)
    - 다. 「보호 청소년 등의 처우에 관한 법률」에 따른 소년원생로서 최초 고용 시 퇴원 후 6월이 경과되지 아니 한 자
    - 라. 「보호관찰 등에 관한 법률」에 따른 보호관찰 청소년(보호관찰기간 중인 자)
    - 마. 노숙인
    - 바. 약물·알코올·도박중독자
    - 사. 선천성 또는 희귀난치병 치료자(질병관리본부·국민건강보험공단 희귀난치성 질환목록확인)
    - 아. 여성실업자 중 가족부양책임이 있는 자(여성가장)
    - 자. 난민 (난민법에 따라 난민 인정을 받은 자)
- \* 단, 사회서비스대상 취약계층은 위 취약계층 및 조손가정, 외국인근로자, 금융채무불이행자 및 저신용자, 학교폭력피해자, 학교밖 청소년, 중증질환자 등 포함

사회적기업육성법 시행령 제2조

## 참고자료

- 관계부처 합동(2018), 「7전8기 재도전 생태계 구축방안」, 경제관계장관회의 18-16.
- 국세청(2018), 『국세통계연보』.
- 배영임(2018), 「재창업 기술중소기업의 혁신특성 연구」, 경기연구원.
- 백필규(2009), 「실패 중소기업인을 위한 패자부활센터 설립방안 연구」, 중소기업연구원.
- 백필규(2011), 「재기성공요인분석을 통한 중소벤처기업의 재도전 활성화 방안 연구」, 중소기업연구원.
- 중소벤처기업부(2019), 「창업지원기업 이력·성과조사」.
- 최태원(2014), 『새로운 모색, 사회적 기업』.
- 통계청(2018), 『기업생멸행정통계』.
- 한국청년기업가정신재단(2018), 『2018 기업가정신실태조사(개인편/기업편)』.
- 한정화 외(2012), 「실패 기업인 재도전 지원체계 구축방안 연구」, 한국중소기업학회.
- D. Ucbasaran, D. A. Shepherd, A. Lockett and J. Lyon(2013), “Life after Business Failure: The Process and Consequences of Business Failure for Entrepreneurs,” *Journal of management*, Vol.39, No.1, pp.163-202.
- Gompers, Kovner, Lerner, and Scharfstein(2006), “Skill vs. Luck in entrepreneurship and venture capital: evidence from serial entrepreneurs,” working paper 12592, *national bureau of economic research*.
- Kirkwood, J(2007). “Tall poppy syndrome: Implications for entrepreneurship in New Zealand,” *Journal of Management & Organization*, Vol.13, pp.366-382.



## KOSBI 중소기업 포커스

---

발행인 : 김동열

편집인 : 전인우

발행처 : 중소기업연구원

서울시 동작구 신대방1가길 77 (신대방동 686-70) (07074)

전화: 02-707-9800, 팩스: 02-707-9894

홈페이지: <http://www.kosbi.re.kr>

인쇄처 : 사단법인 나눔복지연합회

- 
- 본지에 게재된 내용은 필자 개인(연구진)의 견해이며, 중소기업연구원의 공식 견해와 일치하지 않을 수도 있습니다.
  - 본지의 내용은 상업적으로 사용할 수 없으며, 내용을 인용할 때는 반드시 출처를 밝혀주시기 바랍니다.