

커뮤니티를 중심으로 한 사회적 경제 영역과 그 특징에 관한 연구

김성균*

본 논문의 목적은 재화와 용역이 중심인 지역경제가 아니라 나눔과 호혜의 가치에 기반 한 사회적 경제의 영역과 그 특징을 살펴보는 것이다. 사회적 경제는 외부자본에 의존한 외생적 발전양식이 아니라 지역사회의 자원을 최대한 동원하고 활용하는 내생적 발전양식에 의미를 둔다. 지역사회 단위에서 적용할 수 있는 사회적 경제는 사회적 기업, 커뮤니티비즈니스, 생활협동조합, 로컬푸드, 로컬머니로 유형화할 수 있다. 이러한 사회적 경제는 생태적 지역화를 위한 출발점으로 잊어버린 장소감 찾기, 경제공동체·지역공동체·생활공동체의 형성, 경제공동체로서의 사회적 경제 확장, 지역내 자본의 순환, 규모와 관계의 적절성 등의 특징을 지닌다.

| 주제어 |

사회적 경제, 로컬푸드, 생활협동조합, 커뮤니티비즈니스, 사회적 기업, 로컬머니

* 성결대 지역사회과학부 교수

I. 문제제기

재화와 용역을 기반으로 생산·분배·소비하는 모든 활동 그리고 이것을 기반으로 이루어지는 사회관계를 경제라고 한다. 즉 경제는 생산·분배·소비의 과정에서 재화와 용역에 기반을 둔 사회적 활동을 의미한다. 경제를 지역에 적용하면 재화와 용역을 활용하는 수단을 보다 구체적으로 알 수 있다. 생산·분배·소비의 활동 과정이 재화와 용역을 실행하기 위한 수단으로 적용되는 공간이 지역이다. 따라서 지역경제는 자원배분, 입지, 경제활동의 지리적 유형, 도시 및 지역성장의 문제에만 집중적 관심을 갖는다. 자원이용의 효율성 극대화와 공간적 입지결정을 위해 지역경제가 동원된다. 지역경제는 GDP의 성장을 위해 지역의 특화된 공간의 발전전략에 주안점을 둔 입지분석에 초점을 맞추고 있으며, 이것을 통해 이윤의 극대화와 수송비의 극소화에 근거를 둔 최적의 입지모형을 선택하는 것 외에는 별다른 관심이 없다. 결국 지역경제는 지역의 경제를 기반으로 한 외생적 경제이며, 그 교환대상도 재화에 바탕을 둔 거시경제에 초점을 두고 있는 것이다. 결국 지역경제는 화폐 중심의 경제 이외에 호혜적 관계망이 조상되는 것 등에 대해서는 큰 관심이 없다고 볼 수 있다. 지역경제분석을 위해 동원되는 입지상분석, 변화할당 분석, 지역성장 시차분석 등의 방법론 역시 지역간 경쟁력에 기반 한 지역경제분석기법을 사용한다. 이는 결국 지역이나 마을은 국가목표 실현을 위한 개발수단으로 동원되고 있는 물리적 공간, 그리고 재화와 용역의 증진을 위해 동원되는 경제적 논리와 이를 수행하는 경제주체의 경제적 이점지로 취급되는 경제적 공간의 관점 외에는 별다른 의미가 부여되지 않는 것을 알 수 있다(김성균, 2009: 275). 따라서 본 연구는 개발수단이나 경제적 거점지가 아닌 커뮤니티 중심의 사회적 경제의 영역과 그 특징을 살펴보고자 한다.

II. 사회적 경제에 대한 이론적 논의: 재화와 용역의 경제에서 나눔과 호혜 그리고 순환의 경제로

1. 일반경제와 사회적 경제의 차이

일반경제와 사회적 경제의 개념은 분명한 차이를 보인다. 일반경제가 생산과 효율을 강조하고 있다면 사회적 경제는 나눔과 호혜 그리고 순환을 강조한다. 경제를 바라보는 최종 가치 역시 일반경제에서는 경쟁을 통한 이익(자본)의 창출에 가치를 둔다면 사회적 경제는 협력을 통한 나눔과 순환의 가치 창출을 최종의 가치로 보고 있다. 이와 같이 일반경제와 사회적 경제는 기본입장, 최종가치, 운영수단, 공간적용 단위, 운영방식, 구성원과의 관계 등에서 분명한 차이를 보이고 있다. 사회적 경제는 일반적 경제와는 다른 마을 또는 지역사회를 중심으로 한 ‘나눔·호혜·순환’이 핵심컨텐츠라고 할 수 있다.

〈표 1〉 일반경제와 사회적 경제의 차이점

구분	일반경제	사회적 경제
기본입장	생산과 효율	나눔과 호혜
최종 가치	경쟁을 통한 이익(자본)의 창출	협력을 통한 나눔과 순환의 가치 창출
운영수단	재화, 용역	호혜, 순환
공간적용단위	지구적 단위	지역사회 중심
운영방식(의사결정)	주주중심(이사회)	구성원(조합원) 중심의 총회
구성원과의 관계	임노동관계	구성원 중심의 호혜적 관계
특성	자본을 기반으로 한 이익창출에 우선	인간조직에 우선

이와 같은 특징을 지니고 있는 사회적 경제는 영리목적의 사적인 이익을 추구하는 시장경제가 아닌 그 보다는 사회적 가치와 공공성을 추구하는 공익경제이다. 따라서 개인의 이익보다는 지역사회 공동체의 공

익과 연대와 통합을 최우선의 가치로 하는 공동체 자본주의 또는 나눔과 호혜의 경제라고 할 수 있다(이윤재, 2010: 79). 경제활동은 재화와 용역을 매개로 상품이나 서비스의 사용은 시장에서 거래되는 교환가치에 의해 성립되는 반면(가토 토시하루, 2006: 44) 사회적 경제는 자본주의 사회에서 비용극소화와 매출 극대화를 추구하는 과정에서 외부 요인에 의해 영향을 받아 지역의 자본이나 부가 외부로 유출되는 것을 방지하는 것으로 경제력이 지역에서 순환하는 경제민주화를 의미한다(이기욱·고철기, 2001: 132~33).

사회적 경제는 시민, 생산자, 소비자와 같은 다양한 수요에 대해 다양한 시민적 방법으로 대응하여 새로운 시장을 개척할 수 있는 시민공동체적 경제를 구축하는 것으로, 마을 단위의 지역사회가 결사체적 공동체적 관점을 가진 성숙한 시민에 의해 형성되는 것을 의미한다(양준호, 2011: 34). 이렇듯 지역사회 중심의 결사체적 공동체적 관점은 제3섹터 영역 같은 민간영역의 성숙으로부터 시작된다. 그 이유는 경제적 이익이 아닌 자발성 그리고 자본이 아닌 인간과 그 노동에 우선하는 이익분배의 특징을 지니고 있기 때문이다. 이러한 관계 도모를 위해 사회적 경제는 협동조합, 상호부조 조직, 결사체적 관계에 중점을 둔다. 따라서 사회적 경제는 시장과 정부 연대에 기초한 독자적 경제영역을 구축하는 일반경제와는 달리 가계와 지역사회에 의한 호혜의 경제의 특징을 지닌다. 지역에서 순환하는 경제민주화를 위해 진행되는 사회적 경제는 ‘개혁하는 경제(reformatory economics)’ 인 동시에 ‘시민적 연대의 경제(civil and solidarity economy|)’라고 할 수 있다(김기섭, 2012: 272~74).

2. 사회적 경제의 범위와 영역

사회적 경제가 공적경제, 가정경제, 사적 경제를 교차하면서 그 토대

는 지역사회를 토대로 형성된다. 마을 단위에서 형성할 수 있는 사회적 경제는 사회적 기업, 커뮤니티비즈니스, 생활협동조합, 로컬머니, 로컬푸드 등으로 그 범위를 구분할 수 있다.

1) 사회적 기업과 사회적 경제

사회적 기업은 공익을 위해 모험 사업가적인 전략으로 조직화되어 수익의 극대화가 아닌 경제적·사회적 목표의 실현에 조직을 목적을 두고, 사회적 소외와 실업 문제에 대하여 혁신적인 해결책을 제시할 역량 있는 기업 활동을 의미한다. 또한 특정 사회적 이슈의 옹호나 공동생산에 중심을 둔 전통적인 비영리 단체가 사회적 문제를 해결하는 실질적인 사회조직인 협동조직 형태로 가는 가교역할을 하는 기업을 사회적 기업이라고 한다.

2) 커뮤니티 비즈니스와 사회적 경제

커뮤니티 비즈니스는 기업의 사업분야의 다양화와 사회적 책임의 중요성이 사회적 이슈로 등장하면서 지역사회와 상생하는 지역사회공동체 경제 발전모델이다. 커뮤니티 비즈니스는 가능한 범위 내에서 지역 사회의 동원가능한 자원을 활용하고, 지역 주민들에 의해 수행하는 특징을 지닌다. 그리고 지역에 투입된 자금은 지역사회에서의 순환하고, 지역에 머무는 것을 원칙으로 한다.

커뮤니티 비즈니스는 지역사회가 기업이자 창의적 사업가로서 지역 주민 공통의 이익을 도모하는 지역사회경제 행위다. 지역사회의 소득향상이나 고령화 사회에 대비한 지역사회 주민 중심의 지역 내 인간관계를 바탕으로 관련된 사업을 추진하는 것으로 지역의 과제를 지역주민이 스스로 지역경제 문제를 해결하려고 노력한다.

3) 생활협동조합과 사회적 경제

생활협동조합에서는 “서로 돕는 협동정신을 바탕으로 조합원의 복지 향상과 지역사회 발전에 기여함을 목적으로 한다.” 혹은 “상부상조의 협동정신을 바탕으로 하여 회원의 생활개선과 문화적, 경제적 향상, 지역사회 발전을 도모하며 생명창조 운동에 참여함을 목적으로 한다.”를 주요 목적으로 정하고 있다. 이와 같이 생활협동조합은 ‘상부상조’, ‘지역사회’, ‘생명’이 생활협동조합이 갖는 주요 키워드라고 할 수 있다.

생활협동조합은 일상세계에서 움직이는 운동이며 일상의 영역에서 주민들이 주체가 되어 정치·사회·문화를 총괄하는 자율적·통합적인 삶의 회복운동이며 가족·이웃·지역사회에서 협동의 원리를 살려 생산과 생활과정을 적정규모로 조직화하고 그 조직을 스스로 유지 관리하며, 지역의 생태계의 건전한 사업을 영위하는 주체들이 연대하는 특징을 지닌다.

4) 로컬푸드와 사회적 경제

로컬푸드는 지역산 유기농 먹을거리를 중심으로 지역식량체계를 구축하고 지역순환농업의 생산적 기반을 다지는 운동이다. 지역에서 농민에 의해 생산된 먹을거리를 가능한 지역에서 소비하도록 하는 것으로 생산자와 소비지간에 먹을거리를 매개로 공동체가 형성되는 것이 로컬푸드이다. 로컬푸드는 지역에서의 ‘생산 → 가공 → 유통 → 소비’의 완결구조를 갖추는 것이 매우 중요하며 더 나아가서는 지역의 식량자급률을 높이는 일도 매우 중요하다. 로컬푸드는 지역사회 내에서 농민들에 의해 생산된 먹을거리를 가능한 지역 내에서 소비되는 것을 촉진시키는 것이다. 따라서 로컬푸드 활동은 생산자(농민)과 소비자 간에 먹거리를

매개로 하는 관계를 다시 맺어주는 것이 중요하다.

5) 로컬머니와 사회적 경제

로컬머니는 지역에서 통용되는 유형 또는 무형의 교환매개체를 통하여 지역주민끼리 상품과 노동을 거래할 수 있도록 하는 교환제도로서 지역의 공동체를 재건하고 상호부양의 사회적 네트워크를 발전시키며 가난한 사람과 일자리가 없는 사람을 돕고 그들에게 기회를 제공하고 새로운 전망을 갖도록 하는 특징을 지닌다. 그리고 로컬머니는 일반사회에서 지향하는 체제와는 근본적으로 다른 내용을 지닌다. 우선 공동체사회를 원칙으로 운영의 방법, 목적, 교환매개 과정, 대상과의 관계가 형성된다.

로컬머니는 화폐가 없어도 물건이나 서비스를 얼마든지 발행할 수 있으며, 지역사회에 기반을 화폐가 운영되며 그 과정에서 이용자간의 대면성이 확보되며 궁극적으로 공동체적 관계가 형성되는 특징을 지니고 있다. 그 외에도 지역내 순환을 통한 자급자족시스템을 마련할 수 있는 특징도 지니고 있다.

〈표 2〉 커뮤니티를 중심으로 한 사회적 경제의 다양한 영역들

구분	사회적 기업	커뮤니티 비즈니스	생활협동조합	로컬푸드	로컬머니
기본 입장	지역사회 관계망에 의한 지역기업 육성	마을 자원을 최대한 활용한 마을 기업 육성	경제공동체를 기반으로 한 마을공동체 형성	먹거리 순환체계에 기반 한 마을경제 공동체 구축	호혜와 대면성에 의한 호혜의 순환 경제공동체 구축
활동 단위	마을	마을	마을	마을	마을
목표	지역주민의 삶의 질 제고	마을의 창의적 사업가 발굴 및 육성	일상생활의 개혁	지역식량체계 구축	거래의 대면성 확보
연계 수단	사회적 자본	마을기업	생활공동체	지역사회지원농업 도시농업	로컬머니

이상의 사회적 기업, 커뮤니티 비즈니스, 생활협동조합, 로컬푸드, 로컬머니는 나눔과 호혜 그리고 순환을 기반으로 하고 있는 사회적 경제는 지역이 가지고 있는 다양한 자원을 활용한 커뮤니티 기반형 내생적 발전양식이라고 할 수 있다.

III. 사회적 경제 운영사례

1. 공공과 지역사회가 만나다: 성남시민기업

최근 사회적 기업이 중앙정부와 지방정부에서 적극적으로 지원정책을 내놓고 있다. 그 가운데 특히 할 만 것은 성남 시민기업사례다. 성남시는 2011년 7월 5일 성남시민기업을 출범하면서 청소대행업 나눔환경 등 3개 업체에 25명을 고용하였으나, 2012년 이를 2012년 5월 지역사회단위에서 사회적 기업과 커뮤니티비즈니스의 활동영역을 확대시킨바 있다. 그 결과 청소대행업, 폐현수막 재활용 사업, 재활용품 선별판매, 운송사업, 상수도 검침업무 등의 영역에서 17개 업체 426개로 확대되는 성과를 거둔 바 있다. 성남시의 사례는 단순 노무 중심의 사회적 기업의 한계를 극복하고 지역사회를 기반으로 하고 있는 사회적 경제 영역간의 연계와 협력 구축을 이루어낸 특징을 지닌다.

성남시는 시민기업(Corporation owned by Sengnam Citizens : 이하 COSC)을 구성하고 최소 10인 이상의 주주로 참여하여 공익 및 영리추구 목적의 공동사업 경영을 목적으로 설립한 시민기업이다. 성남시민기업의 구성원 가운데 70% 이상은 성남시민 이어야 하며, 해당 사무 실제 종사자의 70% 이상이 성남시민인 동시에 주주로 활동할 수 있는 조건과 서비스 수혜자, 취약계층 등 이해관계자가 참여하는 운영위원회를 구성

하도록 하고 있어 구성원이 최대한 적극적으로 참여할 수 있는 장치를 최대한 고려하였다.

성남시민기업의 특징은 공공의 적극적인 개입이 아니라 유기적 개입을 통하여 당사자가 최대한 참여와 활동을 할 수 있는 기회의 장을 마련했다는 점이 매우 고무적이다. 결과적으로 보면 성남시민기업은 그들이 정한 미션처럼 ‘나눔과 순환의 도시공동체 형성’이라는 방향 유지를 위해 지역사회중심의 사회적 기업을 발굴하고, 지속가능한 사회적 기업 환경 조성을 통하여 지역사회형 사회적 경제를 구축해가고 있다고 볼 수 있다. 성남시민기업은 사회적 기업형 주식회사 성남시민버스를 운영 중이며, 그 외에도 검침업무, 재활용선별장, 생활폐기물 운반 수입업 등을 민간위탁 운영하고 있다. 그러나 민간위탁 운영 과정에서 발생하는 주주중심의 경영이 아니라 지역사회 관계 구성원을 중심으로한 시민기업 형태의 사회적 기업의 특징을 보이고 있다.

2. 협동조합 퍼즐을 맞추다: 원주생활협동조합운동협의회

원주지역의 협동조합운동은 초기 운동가들의 연로와 후진양성의 미흡, 신자유주의와 제1금융권의 팽창, 정부개입의 증가, 조합원 활동의 위축, 새로운 협동조합 정책 및 이론 생산의 미흡 등 운동과 경영 양측면에서 어려움을 겪어왔다. 이러한 상황은 생협의 위기 보다는 새로운 네트워크를 형성할 수 있는 계기가 된다. 원주지역 협동조합운동 협의회와 산하 협동조직은 상호간의 긴밀한 네트워크를 형성해 간다.

고 무위당 장일순 선생과 고 지학순 주교에 의해 지역자립의 경제 기반을 만들고 주민자치의 역량을 강화할 목적으로 원주밝음신협의 창립과 함께 시작된 원주지역의 협동조합운동은 현재 생활세계 전역으로 확대되고 있다. 지역금융의 기반 마련, 친환경농업의 확대 및 유통시설 확

층, 소비자와 생산자와의 신뢰 구축을 위한 상호교류, 지역주민을 위한 보건의료시스템 구축, 빈민들의 위한 자활사업 진행, 지역 내 시민사회 단체에 대한 지원, 주민 의식 변화를 위한 출판물 발행과 교육 프로그램 진행 등이 현재 활발히 이루어지고 있다. 이러한 원주지역의 풀뿌리 시민운동은 아래와 같은 몇 가지 특징을 지니고 있다.

원주지역의 생협은 1972년 밝음신협을 시작으로 2004년에는 원주지역협동조합협의회가 조직되어 현재에 이르고 있다. 원주지역의 협동조합운동은 지난 30여년의 역사에서 지역 내 고리대금업으로부터 지역의 소상공인들을 보호하고 그들이 자립할 수 있는 기반을 마련하였으며, 친환경농업에 기초한 생협운동 모델을 만들어 전국적으로 확대하는데 기여하였다. 지역 내에서도 현재 원주지역에만 150여 농가가 유기농업에 참여하고 있으며, 농지면적으로는 50만평에 이르고 있다. 전체적으로 참여하는 회원들이 2만여 명을 넘어섰고 이들은 각 단체의 다양한 소그룹 모임을 통하여 공동체의 네트워크를 만들어 가고 있다. 또한 재정자립도가 취약한 시민사회단체를 지원하여 자립할 수 있는 조건도 마련해주고 있다. 이러한 가운데 최근 비공식적인 논의구조를 원주협동조합운동 협의회로 공식화하여 신자유주의에 대한 지역운동의 모델을 제시하고 있는 셈이다. 원주생협은 사회적 필요한 영역을 협동적 공동체를 조성하고 이를 바탕으로 네트워크 관계를 유지하고 있다. 원주지역 협동조합협의회는 원주지역의 협동조합간의 연대를 통하여 지역사회 중심의 경제체제를 유지하는 특징을 보이고 있는 곳이다.

3. 먹거리로 지역을 만나다: 로컬푸드

로컬푸드는 자원순환과 지역내 자급을 촉진하고 저비용으로 고품질의 농산물을 공급하면서 지역산 먹거리를 활성화시키는 운동시스템이

다. 국내에서는 원주의 새벽장터, 광주의 로컬푸드 매장, 횡성과 서천의 지역농산물 가공, 예천의 참무작목만 등이 로컬푸드의 성격을 지향하고 있는 곳이다. 특히 애채꾸러미 운동은 경기도 광명 도심에서 진행되고 있는 운동으로 광명의 시민사회단체가 경기도 양평의 팔당 야채작목반과 제철채소먹기 직거래를 시작하면서 진행되었으며, 2006년 하순부터 시작된 이후 매주 약 140상자의 야채꾸러미를 소비하고 있다. 그 외에도 원주는 원주 협동조합운동협의회를 로컬푸드 운동을 진행하고 있으며, 대구에서는 2006년 ‘대구경북 농업회생과 지역자치를 위한 사회연대’가 조직되면서 그 해 매주 농민장터를 진행한 바 있다. 그리고 2007년부터는 의성농민회를 중심으로 의성산 농산물을 대구 시내 초등학교에 공급하면서 로컬푸드의 새로운 판로를 개척한 바 있다. 그리고 천안시는 지산지소 운동을 전개하면서 농촌마을과 아파트 단지에 직거래 장터를 개설운영하면서 로컬푸드 운동을 전개하였으며, 종업원 100인 이상의 기업체는 지산지소 운동에 참여하도록 적극 권장하고 있다. 로컬푸드는 대형유통자본에 대응한 지역산 유기농 먹을거리를 최소의 거리 단위에서 생산하고 유통하는 사회적 경제 시스템의 한 특징을 보이고 있는 곳이다.

4. 나눔과 호혜의 경제, 은평 품앗이

1983년 캐나다 코목스 지방에서 시작된 로컬머니는 오스트레일리아, 영국, 뉴질랜드, 미국 등지에서 확산되고 있으며, 우리나라에는 미내사 클럽을 시작으로 광주 ‘나누리’, 에코붓다의 ‘두레’, 대전한밭레츠의 ‘두루’, 송파구의 ‘송파머니’, 인천로컬머니 ‘나눔’, 관악로컬머니 ‘나무’ 마포 성미산 마을의 지역화폐 등이 진행된바 있으나 그 노력에 비하여 결실은 매우 미비하거나 활동이 중단된 곳이 대부분이다. 그 중에서 2000년

2월에 결성된 대전한밭레츠의 ‘두루’을 지속하고 있다.

그러나 최근에는 지역사회에 대한 관심과 이해가 깊어지면서 시민사회단체의 영역이 아닌 주민주도로 로컬머니 운영을 도전하고 있는 곳이 증가하고 있는 추세다. 그 대표적인 사례가 은평e-품앗이(<http://poomasi.welfare.seoul.kr>)다.¹⁾ 2011년 5월에 시작한 은평 e-품앗이 회원은 현재 1,047명이며, 그 중에 공무원이 300명에 이른다. 이러한 회원조직 구조는 공공영역의 적극적인 관심과 참여를 이끌어 낼 수 있다는 점에서 의미 있는 회원구조라고 할 수 있다. 그리고 현재 거래되는 품목은 약 1,200건으로 건축, 미용 및 각종 재능을 비롯하여 일상생활에서 필요한 모든 것이 로컬머니로 활용되고 있다. 약 천 여명의 회원은 각자의 취향과 능력에 따라 약 16개의 소그룹 활동을 하고 있으며, 그 소그룹은 운영 역시 주민 스스로 구성하고 의제를 생산하고 있다. 외국의 경우처럼 실제 지역사회에서 사용가능한 화폐를 발행하는 경우는 아니지만 나눔과 호혜에 기반하여 지역경제의 한 부분을 차지하고 있다는 것이 사회적 경제의 한 특징을 보이고 있다고 할 수 있다.

IV. 사회적 경제의 의의

1. 생태적 지역화를 위한 출발점

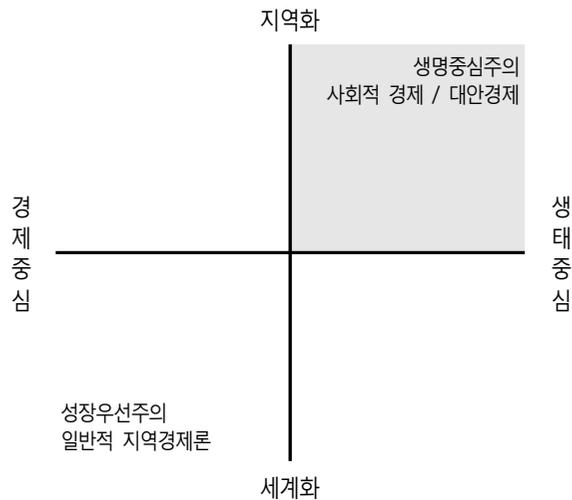
사회적 경제는 대안적 경제체제의 일환으로 생태적이면서 지역적인 것을 바탕으로 지역경제의 구축을 중심적 축으로 하고 있다. 따라서 지역의 의미가 보다 더 배태화 되어 가는 과정에서 사회적 경제의 이념적

1) 서울품앗이 포털사이트는 서울시 자치구에서 진행되고 있는 로컬머니 상황을 종합해놓은 포털사이트다.

측면이 고려되어야 한다. 이러한 이념적 정초가 구현되는 과정에는 경제 공동체의 구상이라 하더라도 생명지역의 논리, 자원순환의 논리, 상생과 협력 그리고 자치의 논리에 근거하여 생협의 지평이 확대되기 때문이다.

실례로 사회적 경제의 운동적 영역을 살펴보면 안전한 식품, 생활재 개발과 이용, 주민 주체의 의료, 교육의 조직화, 각종 주체적 모임을 통한 생활공동체 형성, 자원재생순환 이용 등을 통하여 생활세계의 자치와 협동을 이루고 내고 있으며, 지역조사, 모니터, 지역환경운동 참여, 지역축제 및 문화운동, 지역정치운동, 수돗물불소화반대운동 등을 통하여 지역사회를 중심으로 한 공동체 운동을 전개하고 있다. 또한 농촌농업살리기, 학교급식 문제 대응, GMO 반대, 환경호르몬 유해성 문제 대응 등을 통하여 사회전반에 대한 비평적 대응을 하고 있다. 그리고 대안 경제 시스템 자체를 구체적으로 논의하거나 생태적 인간형을 구상하기 위한 자주적인 노력을 통한 대안적 사회시스템을 실험하고 있기도 하

〈그림 1〉 사회적 경제 패러다임 지향성



다. 이와 같은 사회적 경제는 단순히 지역공동체 운동이 아니라 대안적 경제관계의 모색을 통하여 지역을 바꾸고 사회체제를 바꾸어 내는 사회적·지역적 재구조화 운동이 생명중심주의적 관점에서 진행되고 있는 것이라고 할 수 있다.

2. 삶의 장소로서의 공간적 정체성 회복

사회적 경제의 다양한 영역은 마을의 장소감을 찾는 중요한 의제다. 장소감을 찾는 일은 삶의 속도를 늦추고 땅 속 깊이 자신의 뿌리는 내리는 일로 자신이 살고 있는 마을에 대하여 새롭게 인식하는 것으로 공간에 대한 감각을 키우는 일련의 과정이라고 할 수 있다(헬레나 노르베리 호지, 2001: 501). 이러한 일련의 행위는 공간에 대한 감각을 키우고 삶의 장소로서 마을을 이해하는 일이라고 할 수 있다. 삶의 장소로서의 공간적 정체성 회복은 외부요인에 의하여 공간적 발전전략이 결정되거나 그 과정에서 지역사회의 구성원은 동원적 자원 또는 소모적 자원으로 취급되어지는 것이 아니라 지역사회에 대한 문제의식을 주체적으로 인식하고 지역사회가 가지고 있는 자원을 최대한 동원하여 삶의 질을 제고하려는 과정에서 자신의 정주지에 대한 공간적 정체성을 새롭게 인지해가는 것을 의미한다.

3. 경제공동체·지역공동체·생활공동체의 균형감 유지

사회적 경제는 민주성 그리고 지역공동체의 구상을 전제로 자본주의 시장경제체제에 대응한 대안적 논리의 개발로써 시장경제에 대한 생산·소비의 대면관계를 확보해 나가는 운동의 성격이 강한 생활정치적 현상이기도 하다. 따라서 상황에 따라서 주민이 스스로 주체가 되어 만들 수

있는 마을 만들기의 현상이 될 수 있다. 결국 사회적 경제는 생활공동체, 지역공동체, 경제공동체의 축의 균형을 유지하는 일이 가능하다. 사회적 경제는 분명히 경제적 이익을 일정부분 성과를 얻어내야 하는 과제를 안고 있는 것이 현실이다. 과도하게 경제공동체 부분에 집중하게 되면 사회적 경제가 가지고 있는 호혜와 나눔의 순환경제의 가치가 왜곡될 가능성이 매우 높다. 최근에 생활공동체 운동중심에서 매장중심으로 생활협동조합이 확산되면서 생활협동조합은 생산자와 소비자의 연계보다는 유통과정에 집중하게 되고 집중된 유통과정은 먹을거리를 공급하는 생산자 공동체와 그것을 소비하는 소비자 공동체 간의 공동체적 이해를 이끌어 내기 보다는 먹을거리를 수단으로 생산자와 소비자를 유통으로 통제할 가능성이 높아 질 수 있다. 사회적 경제의 한 영역인 생활협동조합은 경제공동체 뿐만 아니라 생활공동체를 기반으로 지역공동체를 형성하고 이렇게 형성된 지역공동체는 먹을거리라는 매개를 통하여 경제공동체가 형성된다는 것을 반드시 숙지할 필요가 있다.

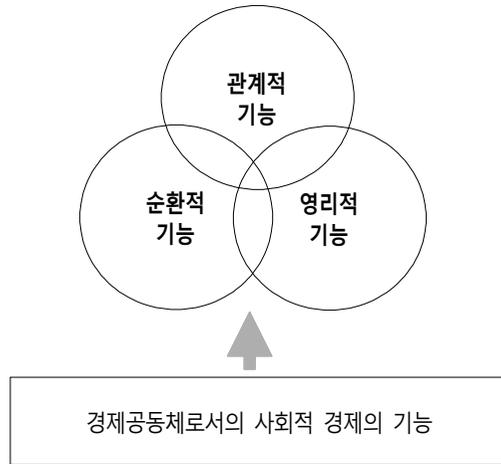
4. 경제공동체로서의 사회적 경제의 확장

사회적 경제는 일반사회에서 지향하는 체제와는 다른 의미를 지니고 있다. 우선 공동체사회를 원칙으로 운영의 방법, 목적, 교환매개 과정, 대상과의 관계의 형성을 원칙으로 하고 있다. 궁극적으로 사회적 경제는 이용자 간의 대면성을 바탕으로 공동체적 관계의 형성, 지역내 자본의 순환, 지역사회의 자급자족시스템의 구축을 의미한다.

위와 같은 특징을 지닌 사회적 경제는 첫째, 지역내 장기간의 거래를 통하여 에너지 낭비적인 요소를 줄이게 되며, 둘째, 지역내 자본의 순환은 우리의 일상생활의 모든 영역과 밀접한 관계가 있으므로 생산-유통-소비-폐기의 전 과정에 문제의식을 갖게 되고 궁극적으로 일상의 환경

문제를 심각하게 스스로 통제하는 체계에 돌입하게 된다. 셋째, 사회적 경제로 인한 지역내 자본의 순환은 화폐의 흐름을 파악할 수 있으므로 지역의 생산, 서비스를 비롯하여 지역의 산업, 공동체성의 회복, 자연에 대한 배려 등 생물지역의 원리에 근거한 마을만들기를 쉽게 운영 할 수 있는 체제를 가지고 있다. 넷째, 배타적인 도시에서 생활공간의 소속감과 정체성을 느끼게 함으로써 지역공동체의 중요성을 재인식하게 되는 특징을 지니고 있다.

〈그림 2〉 경제공동체로서의 사회적 경제의 기능



사회적 경제는 ① ‘공동으로 소유하고 민주적으로 운영하는 사업체’의 의미를 지니면서 공동체로서의 소유·운영 그리고 사업체에 대한 정의와 규정을 두고 있다. 그리고 ② ‘공통의 경제적·사회적·문화적 필요와 욕구를 충족시키고자 하는 조직’에 의미를 두고 있으며, ③ ‘자발적으로 결성한 자율적인 조직’의 의미를 지닌 경제공동체로서의 기능이 강하다. 경제공동체로서 기능은 관계적·순환적·영리적 기능으로 구분할

수 있다. 관계적 기능은 소통의 범위를 의미하는데 인간관계, 사회관계, 자연과의 관계로까지 확장된 공동체적 관점을 가지고 이해하는 것을 의미한다. 순환적 기능은 생태적 지역화를 바탕으로 이루어지는 과정을 의미한다. 따라서 적정규모에 대한 논의와 함께 자본의 지역내 순환이 주요 기능으로 작동하게 된다. 영리적 기능은 사회적 경제 영역이 궁극적으로는 운동의 지속성과 살림의 지속성을 유지하기 위해서는 영리를 바탕으로 하고 있다. 영리적 기능을 바탕으로 한 사회적 경제는 내부적으로는 경영에 필요한 지침이 마련하여야 하는 상황이다.

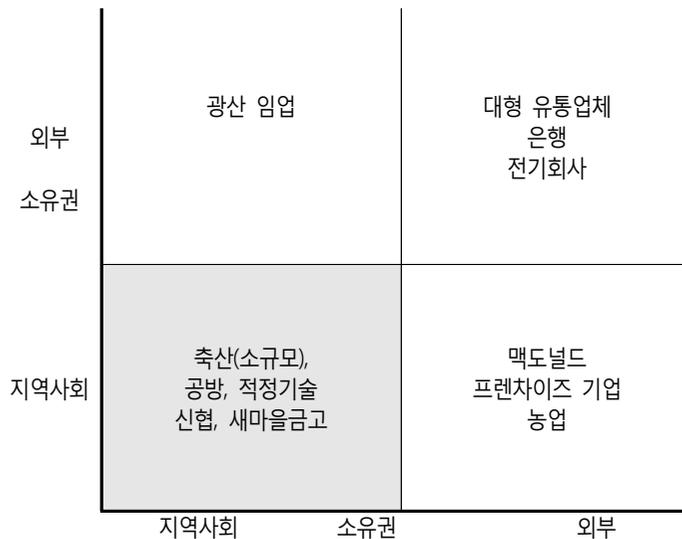
경제공동체로서의 사회적 경제는 새로운 경제적 가치의 부여로 생산이나 교환을 통하여 얻어지는 교환가치만이 아닌 하나의 생산물은 그 소비과정에서 진정한 가치를 창출하고, 소비과정을 통해 생산과 생산물이 변화할 수 있다는 사용가치의 중요성을 제시하고 있는 것이다.

5. 지역내 자본의 순환

지역내 자본은 경제공동체의 구상에 있어서 중요한 의미를 지닌다. 가령 누출경제의 구조는 프렌차이즈, 대형유통업체, 패스트 푸드점으로 부터 시작되며 지역경제 구조를 건강하게 만들지 못한다. 즉 지역내에서 일반사회가 지향하는 경제적 관점과 지역경제 시스템을 답습하는 결과를 초래하기 때문이다. 그러나 로컬머니나 생협과 같은 경제구조는 지역내 자본에 초점을 두게 된다. 가령 이웃집 아저씨의 빵가게에서 빵 구입이 그 자녀의 학업을 지속화시키고 다시 그 학원의 원장은 동네 아저씨 세탁소에 의류를 세탁하고 다시 세탁소 주인아저씨는 이웃집 아저씨 빵가게에 가서 빵을 구매하게 된다. 이 일련의 과정은 자본의 지역내에서 외부로 유출되지 않고 가급적 순환하도록 만들어 가는 시스템을 의미한다. 그러나 이웃집 아저씨의 빵의 구입 대신에 대기업의 점포의

음식을 구매하는 순간 초국적 기업에게 자본을 증여하는 꼴이 되어 지역내 자본의 순환이 아닌 누출경제가 시작되고 결과적으로 외부경제에 의존적인 지역경제구조를 지닐 수밖에 없는 형국이 된다. 경제공동체의 구상을 위해서는 누출경제 시스템이 아닌 순환경제 시스템의 도입이 요구된다. 사회적 경제는 경제공동체의 일환으로 이러한 점에서 순환경제 시스템을 지닐 수 있는 제반적인 조건을 지니고 있다.

〈그림 3〉 자본의 순환경제



6. 규모와 관계의 적절성

사회적 경제는 먹거리를 유통시키는 단체가 아니라 지역사회의 생활과 사회의 변화를 도모하는 운동체이다. 따라서 일반사회가 갖고 있는 생산, 유통, 소비의 시스템이 아닌 규모의 적절성과 관계의 적절성이 담보된 활동이 여전히 지속되어야 한다. 그 자체가 운동체로서 큰 의미를

지닌다고 본다.

규모와 관계의 적절성은 이미 사회적 경제의 운동영역을 통하여 다양한 경로를 통하여 보여주어 왔다. 먹거리의 문제가 아니라 다양한 관계를 바탕으로 한 생활세계의 문제를 논의하면서 이웃 간의 공동체성을 도모하고 주민들의 자치능력을 배양시키고 개인의 자율성과 주체성을 형성해나가고 있다. 이러한 양상은 사회적 경제 각 영역 구성원 내부의 각종모임을 통하여 가능하지만 그 가능성은 새로운 사회적 관계를 형성 시켜나간다는 점에서 중요한 의의를 지니고 있다고 볼 수 있으며, 이러한 양상은 새로운 권력의 의미, 주체성, 소통, 분권과 다중심, 생활과 지역에 대한 새로운 이해, 리더십의 원칙이 발휘되어 나타나게 된다.

또한 사회적 경제는 공간적 규모의 적절성이 갖는 의미도 중요하다고 본다. 그것은 사회적 여제 구성원간의 상호간의 대면적 관계가 가능한 범위 즉 지역사회 범위를 벗어 날 수가 없다는 것을 의미하며, 이러한 관계의 몰락은 궁극적으로 생태적 지역화가 어렵다는 것을 의미한다. 다양한 영역에서 진행되고 있는 사회적 경제의 실험과 도전이 규모와 관계의 적절성을 이야기하는 좋은 예라고 본다. 그리고 새로운 대안적 사회를 도모하는 협력과 자치를 바탕으로 이루어지는 생태적 지역화의 실험이라는 점에서 경제공동체의 구상에 중요한 시사점을 주고 있다고 본다.

V. 결론

사회적 경제를 실현하기 위한 방안은 그리 쉬운 일이 아니다. 사회적 경제의 영역 가운데 사회적 기업, 커뮤니티 비즈니스 등은 국가의존적이며 다분히 시장지향적 구조를 지향하고 있다. 국가의존적일 경우 보

조금의 지원으로부터 자유로울 수가 있는가하는 문제가 나타날 수 있으며, 시장지향적인 문제는 경제적 이해관계에 국한한 시장의 문제를 극복할 수 있는가 하는 문제가 가장 큰 당면과제라고 본다.

가토 토시하루의 『에코머니 : 환경을 살리는 위대한 돈』는 협동에 의한 지역사회의 구축을 전제로 지역사회의 성공은 재화가 아니라 사람이거나 사람의 네트워크라고 강조하고 있다. 그는 마을단위의 커뮤니티 사업이 활발한 경제와 귀족의식을 느끼는 커뮤니티가 일체화 된 경제·사회구조에서 ‘자연’과 공생하고 부담을 주지 않는 지속적인 발전의 지향을 의미한다.

특히 본 연구의 사례에서 보여준 사회적 기업의 한 유형의 성남시민기업, 협동조합의 연대의 중요성을 보여주고 있는 원주생활협동조합협의회, 지역산 유기농 먹을거리의 언급한 로컬푸드 경향, 그리고 나눔과 호혜의 순환경제의 로컬머니를 분석한 은평품앗이 등이 갖는 의미는 거시적으로는 지역, 미시적으로 지역사회 또는 마을단위의 관계망에 기초한 지역사회경제는 토건과 개발에 기인한 지역발전 양식, 신자유주의에 부응한 지역경제의 활성화가 아니라 지역사회 주민의 삶의 장소로서의 의미가 부각되는 사회적 경제의 중요성을 보여주는 사례라고 할 수 있다. 따라서 사회적 경제는 다양한 영역이 진정성 있는 마을 차원에서 전략과 운동이 전개되어야 한다. 이러한 과정은 신자유주의 전략 보다는 공동체적 이상을 거시경제학인 재화보다는 사람과 사람간의 네트워크를 우선한 요소들이 강조되어야 한다.

그를 원활하게 수행하기 위해서는 마을 단위의 거버넌스를 구축하는 방법을 체계적으로 검토할 필요가 있다. 지역사회 혹은 마을단위로 산발적으로 존재하고 있는 CBO 또는 NPO 조직의 새로운 자원발굴을 통하여 마을 거버넌스를 구축하고 이를 바탕으로 사회적 경제를 지원조직으로서의 역할이 필요하다.

참고문헌

- 가토 토시하루(2006). 『에코머니』(윤전우, 제진수 역). 서울: 이매진.
- 고철기(1997). 『자본주의의 종말』. 서울: 물병자리.
- 김기섭(2012). 『협동조합으로 기업하라』. 서울: 들녘.
- 김성균(2007). “한국생태공동체의 네트워크화.” 『한국 생태공동체의 실상과 전망』. 서울: 월인.
- _____(2009). 『에코커뮤니티』. 서울: 이매진.
- _____(2011). 『녹색커뮤니티 만들기: 녹색 커뮤니티, 커뮤니티 그 이상의 상상』. 국토연구원.
- 양준호(2011). 『지역과 세상을 바꾸는 사회적 기업』. 서울: 두남.
- 이기욱·고철기(2001). 『공동체경제를 위하여』. 대구: 녹색평론사.
- 이윤재(2010). 『사회적기업 경제』. 서울: 탐북스.
- 황유근·김영수(2010). 『커뮤니티 비즈니스』. 서울: 삼성경제연구소.

Abstract

A Study on the Social Economy in the Area of Community

SungKyun Kim
(Sungkyul University)

The aim of this paper is to look at the social economy of the area and its features based on the value of sharing and reciprocity rather than the area of goods and services-oriented economy. Exogenous developments rely on external resources to form the endogenous form of development, and mobilizing capital in the community to take advantage of the social economy means. The social economy can be divided into local food, cooperative, community business, social enterprise, local money. The social economy has the following features; 1) The starting point for ecological relocalization, 2) Restoration of localism, 3) the formation of economy community, local community, cooperative community, 4) the social economy as an economic community expansion, 5) the circulation of capital within the region., 6) adequacy of the size and the relationship.

Key Words: Social Economy, Local Food, Cooperative, Community Business, Social Enterprise,
Local Money