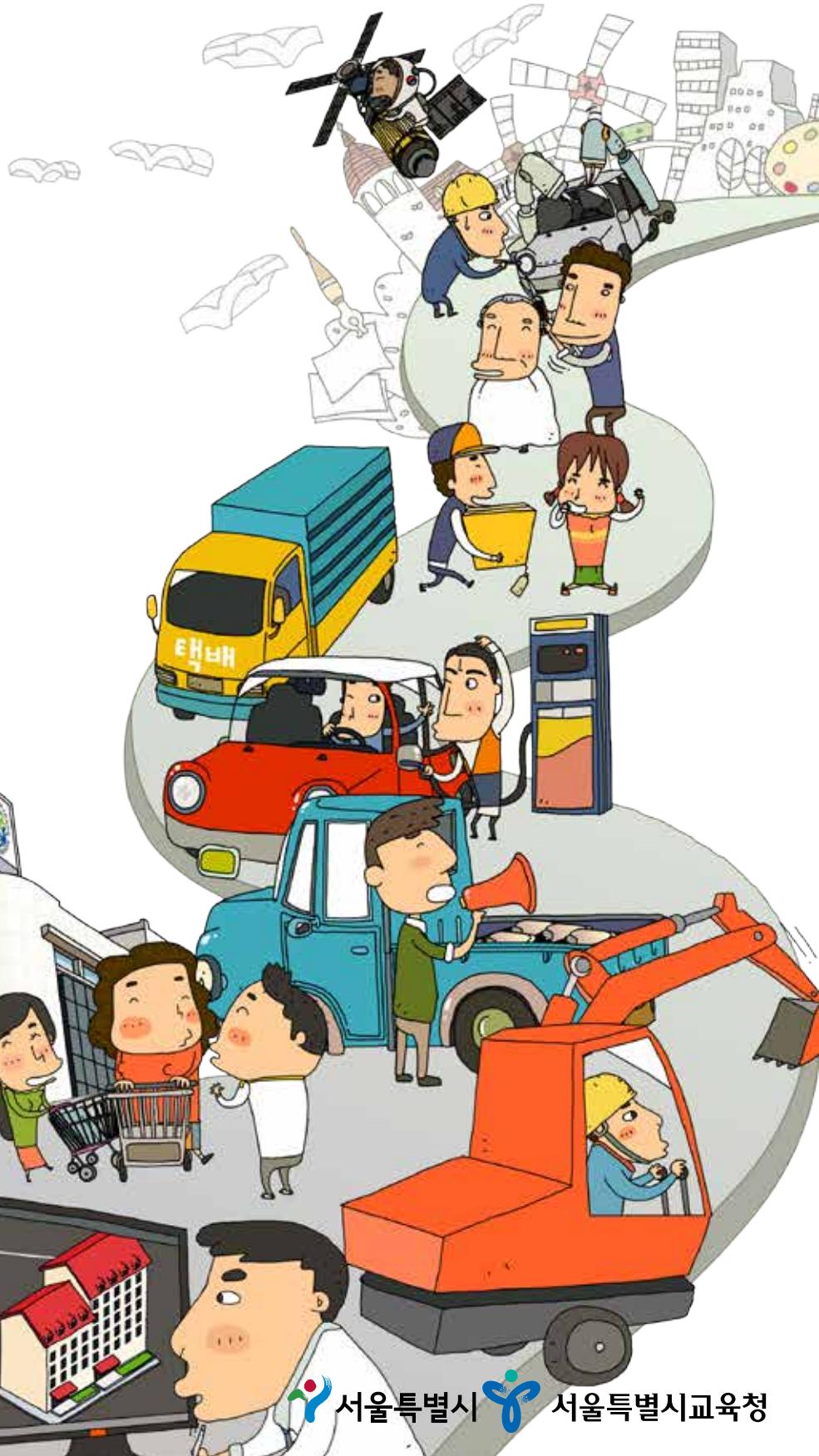


고등학교

사회적경제

워크북



서울특별시



서울특별시교육청



01 책의 활용과 구성

사회적경제 워크북은 학생들에게 더 나은 세상을 만드는 데 필요한 공감과 태도 역량을 기르게 하기 위한 활동 자료입니다. 청소년들의 창조적이고 기발한 생각과 도전들이 사회에 긍정적인 변화를 이끌어낼 수 있고, 미래 사회를 이끌어 갈 수많은 체인지메이커들이 기초 소양을 다질 수 있도록 워크북을 적극적으로 활용해 주기를 바랍니다.

이 책은 17차시를 기준으로 활동지를 구성하였으며, 다음과 같은 구조로 각 활동자료를 활용하도록 하였습니다.

- **학습목표:** 차시별 활동의 성취 목표를 제시하였습니다.

사회적경제의 등장 배경 알기

학습목표

1 시장경제와 사회적경제의 의미를 비교하여 설명할 수 있다.
2 시장경제와 사회적경제의 차이점을 설명할 수 있다.

- **Mission:** 차시에서 학습할 내용에 대한 생각을 여는 자료를 읽거나 동영상 등을 시청하며, 활동 내용에 대한 미션을 제시하였습니다.

Mission

우리학교에서 ○○고등학교와 같은 협동조합이 생긴다면 어떤 것을 할 수 있을까요?

- **학습 내용:** 학습목표를 달성하기 위한 기초적인 학습 내용을 익히고, 이를 토대로 학습 활동을 자기주도적으로 할 수 있도록 하였습니다.

1 시장경제의 의미

시장경제는 생산자와 소비자를 사이에서 자유로운 거래를 통하여 수요와 공급이 이루어지는 경제활동이다.

시장경제 안에서 이루어지는 경제활동이란 인간 생활에 필요한 재화와 서비스를 생산하고 적절하게 배분하고, 합리적인 소비를 통하여 최대한의 만족을

- **학습 활동:** 학습 내용을 토대로 학습 활동을 자기주도적으로 해결해 봅니다. 개별 활동과 모둠 활동 등을 통해 협업과 배려를 배우며, 그 과정에서 자연스럽게 차시에 제시된 미션에 대한 해결 방안을 찾을 수 있을 것입니다.

3 사회적경제의 조직 유형 조사하기

학습 활동

사회적경제 조직의 유형에 대해 A~E에서 찾아 적어 보자.

또한, 사회적경제 워크북의 각 단원은 2개의 단원으로 구조화하였습니다.

1단원 사회적경제의 주체가 되기 위한 기초 활동으로서 사회적경제의 등장 배경, 공동체와 사회적경제의 관계를 이해해 봅니다. 그리고 자신이 속한 공동체가 해결하여야 할 문제를 찾아서 공유하고 해결 방안을 모색해 보기도 합니다. 이러한 활동을 통해 자기 안에 감춰진 체인지메이커의 역량을 발견하고 확장하며, 공감 능력을 키우게 될 것입니다.

2단원 사회적경제의 활동이 만들어 내는 여러 가지 조직의 유형을 이해하고 체험해 봅니다. 사회적경제의 대표적인 조직 유형인 사회적기업, 협동조합, 마을기업, 자활기업, 공정무역에 대해 직·간접적인 활동들을 체험해 보도록 하였습니다.

부록 공감 익히기 추가 활동을 통해 융합과 창조의 공감 능력을 키우며, 창조적 기업가정신 설계하기 활동을 통해 자신의 열정이 어디에 있는지를 찾고 끌어내어 키우는 계기를 마련할 수 있도록 하였습니다.

1단원 사회적경제의 이해를 위한 기초 활동 Q

1 사회적경제의 등장 배경 알기	6
2 사회적경제와 공동체 이해하기	12
3 '공동체에서 해결해야 할 문제' 이해하기	18
4 체인지메이커의 이해	23
5~6 체인지메이커 특성	28
7~8 사회적경제의 기본 인성 – 공감 익히기	34

2단원 사회적경제의 유형 체험하기 📋

9 사회적기업 이해하기	44
10 사회적기업의 유형과 사례	48
11 협동조합의 이해	52
12 협동조합의 특징	56
13 마을기업의 이해	62
14 마을기업의 특징	67
15 자활기업의 이해	72
16 공정무역의 이해	78
17 공정무역의 특징	83



부록 공감 익히기 추가 활동 / 창조적 기업가정신 설계하기 📚

1 공감을 통한 융합과 창조	88
2 하트 브랜딩	97

1

단원

사회적경제의 이해를
위한 기초 활동



학습 내용

- 1 사회적경제의 등장 배경 알기
- 2 사회적경제와 공동체 이해하기
- 3 ‘공동체에서 해결해야 할 문제’ 이해하기
- 4 체인지메이커의 이해
- 5~6 체인지메이커 특성
- 7~8 사회적경제의 기본 인성 – 공감 익히기



1

사회적경제의 등장 배경 알기



▣ 학습목표

- 1 시장경제와 사회적경제의 의미를 비교하여 설명할 수 있다.
- 2 시장경제와 사회적경제의 차이점을 설명할 수 있다.

함께 만들어요! 학교 협동조합

지난 2014년 11월에 금천구에 있는 ○○고등학교에서 학교 축제와 더불어 학부모와 학생이 참여해 만든 협동조합 형태의 매점이 문을 열었다. 이 학교 협동조합은 이용자가 곧 운영자이기 때문에 학생들에게 건강한 친환경 먹거리를 저렴하게 판매할 수 있다는 이점이 있다. 또 수익금은 학생 장학금, 학교 시설 개선 등 학생 생활 복지를 위해 사용하고 있다.



Mission

우리학교에서 ○○고등학교와 같은 협동조합이 생긴다면 어떤 것을 할 수 있을까요?

1

시장경제의 의미

시장경제는 생산자와 소비자들 사이에서 자유로운 거래를 통하여 수요와 공급이 이루어지는 경제활동이다.

시장경제 안에서 이루어지는 경제활동이란 인간 생활에 필요한 재화와 서비스를 생산하고 적절하게 배분하고, 합리적인 소비를 통하여 최대한의 만족을 추구하는 활동을 말한다.

경제의 다양한 활동은 단지 수요와 공급에 따른 가격 결정에 의해서 모든 것이 이루어지는 것은 아니다. 경우에 따라서는 시장이 하지 못하는 부분을 정부가 개입하여 시장경제와 공공경제가 혼합된 형태로 이루어지기도 한다.

공공경제

시장이 수행하기 어려운 부분을 정부가 수행하는 경제활동

2

사회적경제의 의미

사회적경제는 시장과 정부의 경제활동에서 해결하기 어려운 부분을 시민들이 자발적으로 연대하고 서로 협력하여 이를 해결하는 과정에서 발생하는 여러 형태의 경제활동이다. 사회적경제는 사회(social)와 경제(economy)의 합성어로 말 그대로 해석을 하면 사회적 가치를 추구하는 경제활동이라고 볼 수 있다.

사회적경제는 시민사회의 구성원이 자발적으로 연대하여 이루어지는 경제로서 국가가 자원을 강제로 배분하고 경제활동을 통제하는 사회주의경제와는 본질적으로 다르다.

사회적경제의 특징은 크게 세 가지로 나타낼 수 있다.

첫째, 자발적 참여이다. 사회적경제는 우리 사회가 가지고 있는 소외 계층, 실업, 빈곤, 주거, 의료, 환경 등의 문제를 해결하기 위해 사회의 구성원들이 자발적으로 연대하여 해결한다.

둘째, 호혜적이다. 사회적경제는 사회적 가치에 관심을 두고 구성원들 서로에게 혜택이 돌아갈 수 있도록 한다.

셋째, 기여에 따른 배분이다. 사회적경제는 지분의 소유 정도에 따라 배분을 하는 것이 아니라 참여자가 경제활동을 통해 가치 창출에 기여한 정도에 따라서 배분하는 특징을 가지고 있다.

우리나라의 사회적경제 단체에는 사회적기업, 협동조합, 마을기업, 자활기업 등이 있다.

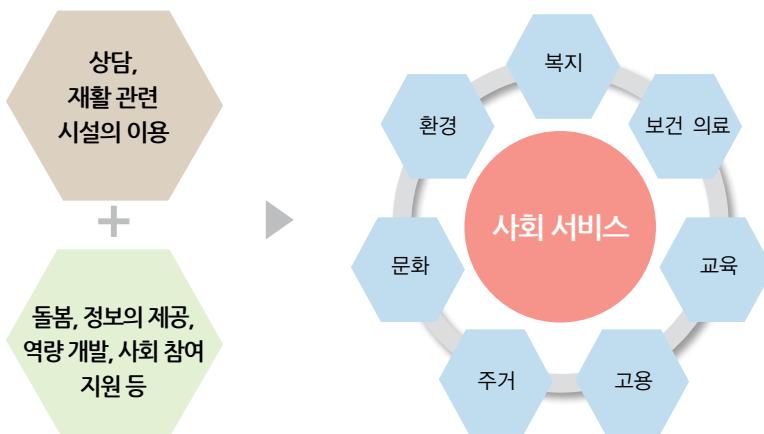
3 사회적경제의 발달 과정

① 산업혁명 초기

18세기 산업혁명이 일어나면서 열악한 노동환경이나 불평등한 분배와 같은 사회적 문제가 나타나기 시작했다. 이러한 환경에서 노동자들이 스스로를 보호하기 위해 자발적인 연대를 통하여 대응하는 과정에서 사회적경제가 출현하였다. 1844년 로치데일 협동조합이 시초이며, 노동자와 장인들의 상호부조적인 활동에서 비롯되었다.

② 1970년대

1970년대 석유 가격의 폭등으로 인하여 전 세계의 경제는 위기 상황을 맞이하게 되었다. 대규모의 노동자가 해고되고, 국가의 사회보장제도만으로는 늘어나는 실업 빈곤층을 더 이상 감당할 수 없게 되었다. 특히 유럽을 중심으로 고용 불안이나 빈곤, 실업 문제 등이 지속적으로 나타났다. 세계 경제의 위기 상황으로 국가 재정의 어려움이 계속되자 그동안 국가가 제공하던 교육, 아동, 보건, 의료, 환경, 안전 등의 사회보장제도와 관련된 서비스가 축소되고, 사회 서비스의 민영화와 시장화가 시작되었다. 이 과정에서 사회 서비스는 국가와 시민이 같이 해결해야 할 문제라는 인식이 커지게 되었으며, 이로 인해 사회적경제의 중요성이 부각되었다.



③ 2008년 세계 금융 위기

21세기를 맞이하면서 세계 경제는 다시 금융 위기를 맞이하게 된다. 2008년 세계 금융 위기가 발생하자 유럽을 비롯한 많은 국가들이 구조조정을 요구하였다. 이에 기업들의 구조조정을 통해 많은 사람이 일자리를 잃었다. 그러나 협동조합의 경우 수익을 조합 내부에 쌓아 두어 구조조정을 최소화하고 경제 위기에서도 안정적인 일자리를 확보하는 등 위기 극복 능력을 보이면서 협동조합과 같은 사회적경제에 대한 요구가 더 커지게 되었다.



1 제시된 핵심어를 중심으로 시장경제의 특징을 완성해 보자.

자유 경쟁	
선택의 자유	
자발적 동기	
능력별 보상	
생산성 증대	

2 제시된 핵심어를 중심으로 사회적경제의 특징을 완성해 보자.

가치 추구	
호혜	
양극화 개선	
사회 서비스	



각 수행 팀에서 제시한 핵심어를 중심으로 시장경제와 사회적경제를 비교해 보자.

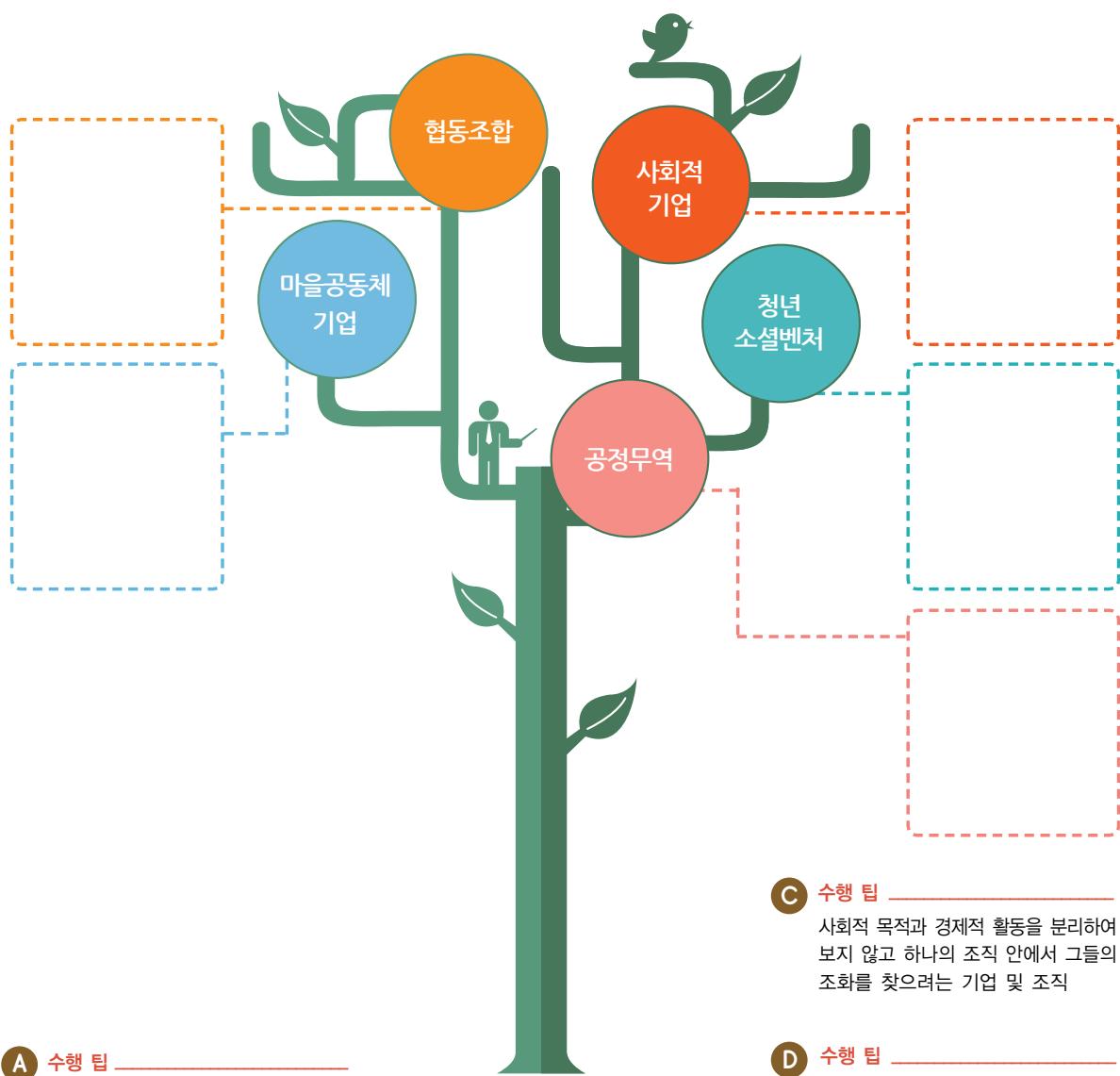


시장경제와 사회적경제의 비교 활동을 통해 느낀 사회적경제의 필요성에 대해 토의해 보자.

토의 내용을 정리해 보세요.



사회적경제의 유형에 대해 A~E에서 찾아 적어 보자.



A 수행 팁

재화 또는 용역의 구매·생산·판매·제공 등을 협동을 통해 운영함으로써 조합원의 권익을 향상시키고 지역 사회에 공헌하고자 하는 조직

B 수행 팁

지역 사회의 욕구 충족과 문제 해결을 위해 주민의 자발적인 참여와 협동으로 운영되는 마을 단위의 기업

C 수행 팁

사회적 목적과 경제적 활동을 분리하여 보지 않고 하나의 조직 안에서 그들의 조화를 찾으려는 기업 및 조직

D 수행 팁

창의성과 혁신성을 가지고 영업 활동을 통한 수익을 기반으로 사회적 문제를 해결하고 시민 삶의 질을 높이는 등 사회적 목적을 추구하는 진취적 사회적기업

E 수행 팁

경제 선진국과 개발도상국 간의 불공정한 무역으로 발생하는 구조적인 빈곤 문제를 해결하기 위해 합리적인 거래와 공급 체계를 갖춘 무역의 형태

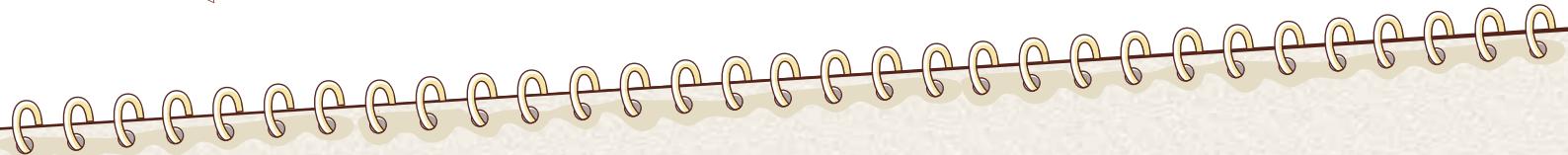
2

사회적경제와 공동체 이해하기



▣ 학습목표

- 1 공동체의 뜻을 설명할 수 있다.
- 2 공동체의 구성 요소를 설명할 수 있다.
- 3 사회적경제의 기능을 설명할 수 있다.



마을공동체는 어떤 활동을 할까요?

각 시도의 지방자치단체는 우리가 살고 있는 마을에 어떤 문제가 있는지 찾아보고 문제가 생기면 누구에게 물어봐야 할지, 해결 방법은 무엇이 있을지 등을 현장에서 직접 지원해 줄 수 있는 센터를 운영하고 있다. 서울시의 경우 마을공동체 종합지원센터(<http://www.seoul-maeul.org>)를 설립하여 운영한다.



Mission

우리 마을에는 어떤 공동체들이 있는지 한번 찾아볼까요?

1 공동체의 뜻

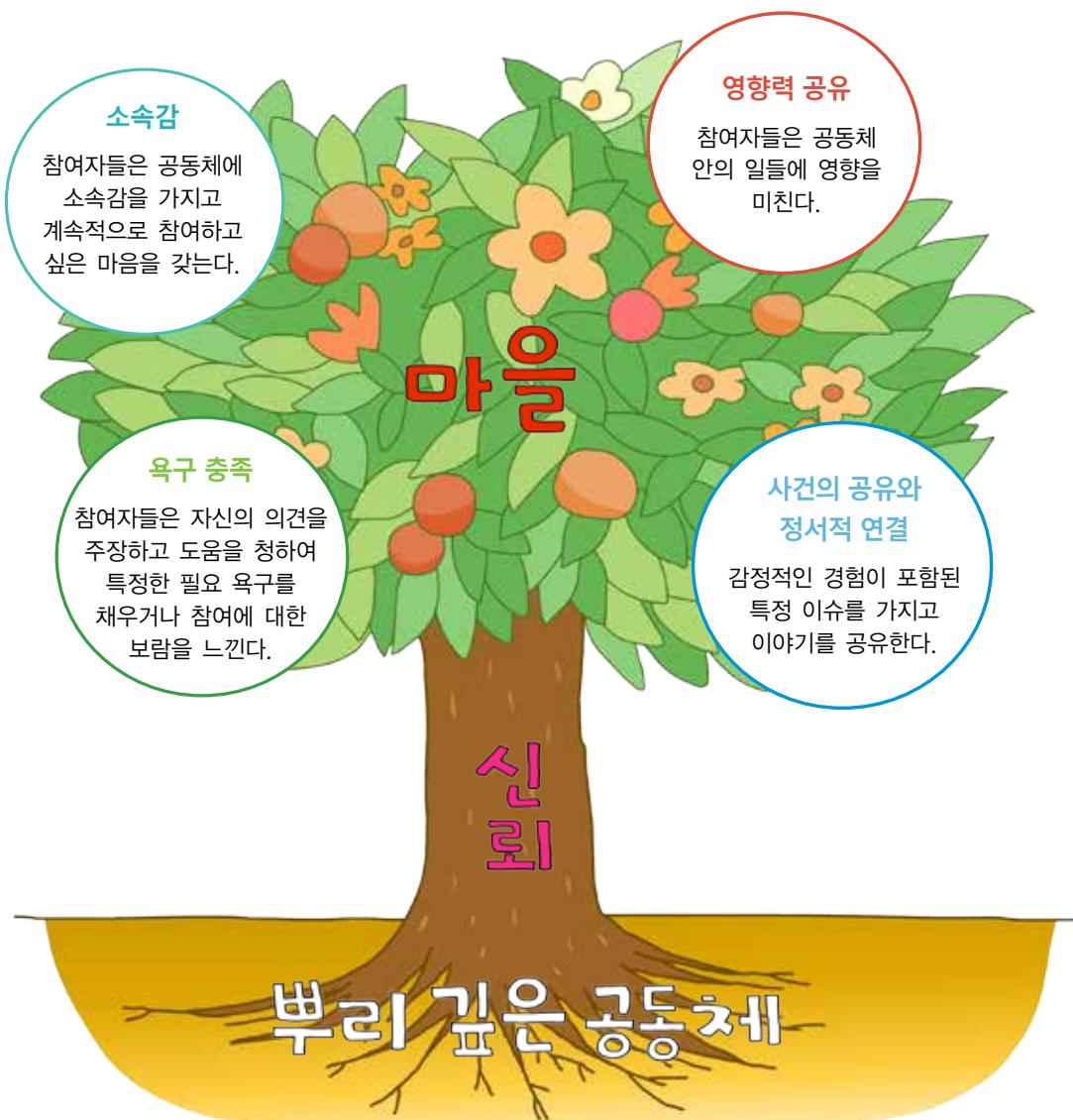
공동체란 일반적으로 같은 관심사를 가진 사람들로 구성된 집단을 말한다. 사람들이 살아가면서 믿음, 자원, 기호, 필요, 위험 등의 여러 요소들을 공유하며, 참여자의 동질성이나 결속성에 따라 영향을 받는 집단을 말한다.

커뮤니티

영어의 커뮤니티(community)는 공동체와 같은 뜻으로 사용된다. 커뮤니티의 어원은 라틴어의 *communitas*로 이는 같음을 뜻하며, 또 *communis*, 즉 '같이', '모두에게 공유되는'에서 나온 말이다.

2 공동체의 구성 요소

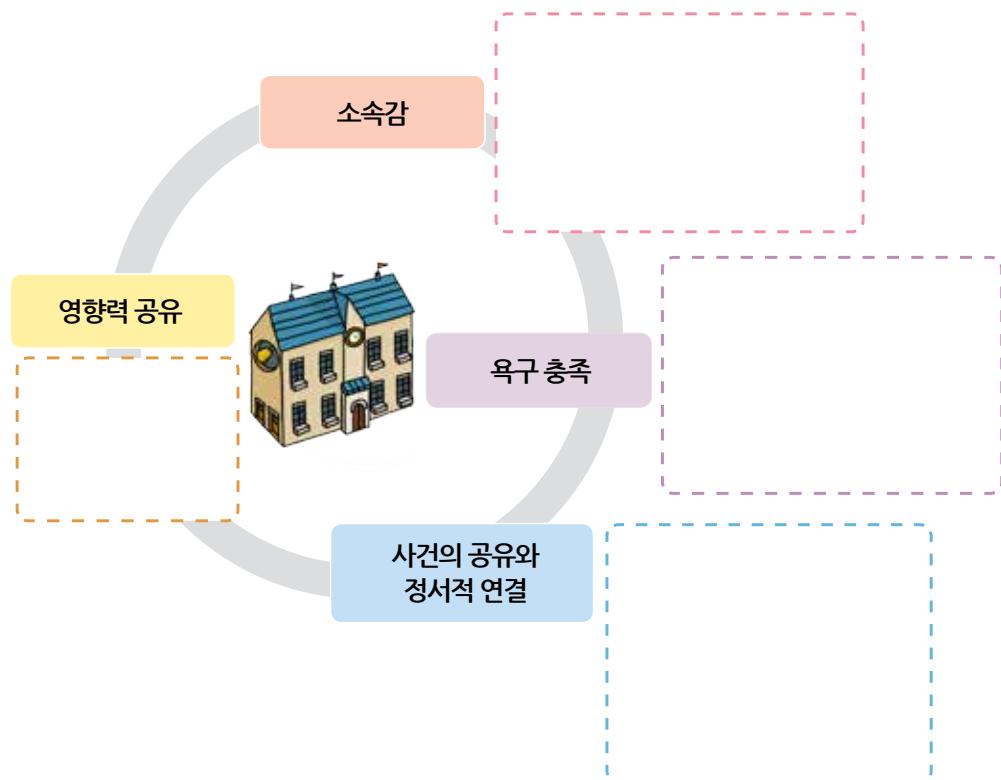
공동체는 서로에 대한 관계를 중심으로 소속감, 영향력, 욕구 충족, 사건의 공유와 정서적 연결 등의 구성 요소를 가지고 있다.





내가 속한 학교공동체에서 공동체의 구성 요소에 해당하는 사례에 대하여 수행 팀을 참고하여 적어 보자.

공동체명 : ()



수행 팀 _____

학교 행사에 개그 코너를 만드는 데 참여하고 대사를 만들어 공유하였다.

수행 팀 _____

학교 행사의 개그 프로그램에서 친구가 역할을 잘 수행해서 다른 친구들과 이야기를 나누고 추억을 만들었다.

수행 팀 _____

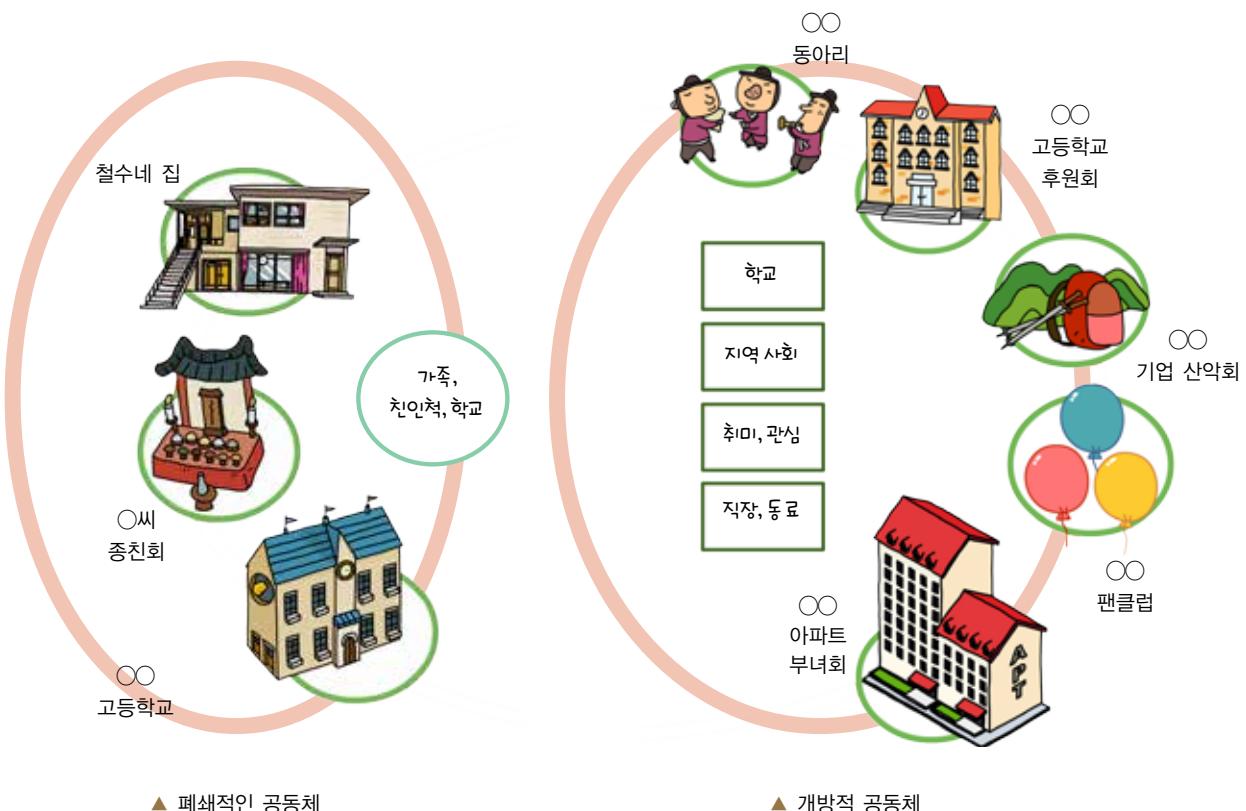
선생님으로부터 개그 프로 제작에 대한 칭찬을 들어서 매우 기분이 좋았다.

수행 팀 _____

우리 학교의 개그 동아리에 가입했을 때 기분이 좋았디.

3 공동체의 종류

공동체는 폐쇄적 공동체와 개방적 공동체로 나눌 수 있다. 폐쇄적 공동체는 전통적으로 혈연이나 지연에 기초하고 있으며, 개방적 공동체는 공동의 관심사와 목표, 이해를 토대로 구성된다.



최근에는 동일한 공동체 안에서도 폐쇄적 공동체와 개방적 공동체의 형태가 존재하기도 하며, 온·오프라인이 복합된 다양한 형태의 공동체가 존재한다.

학교

- 재학 중인 학생이나 졸업생과 함께하는 폐쇄적 공동체
- 학교에 기부나 후원을 하는 사람들이 함께하는 개방적 공동체

지역 공동체

- 과거 – 동네나 마을 단위의 공동체
- 최근 – 아파트 단지를 범위로 하는 공동체
행정구역을 단위로 하는 공동체

반면, 서로의 관심사를 가지고 모이는 공동체나 이슈 중심의 공동체는 온라인과 오프라인이 복합되어 매우 다양하게 이루어지고 있다. 예를 들면 특정 연예인이나 아이돌 그룹의 팬클럽으로 이루어진 공동체는 SNS와 오프라인에서 매우 다양한 형태로 활동하기도 한다.

4

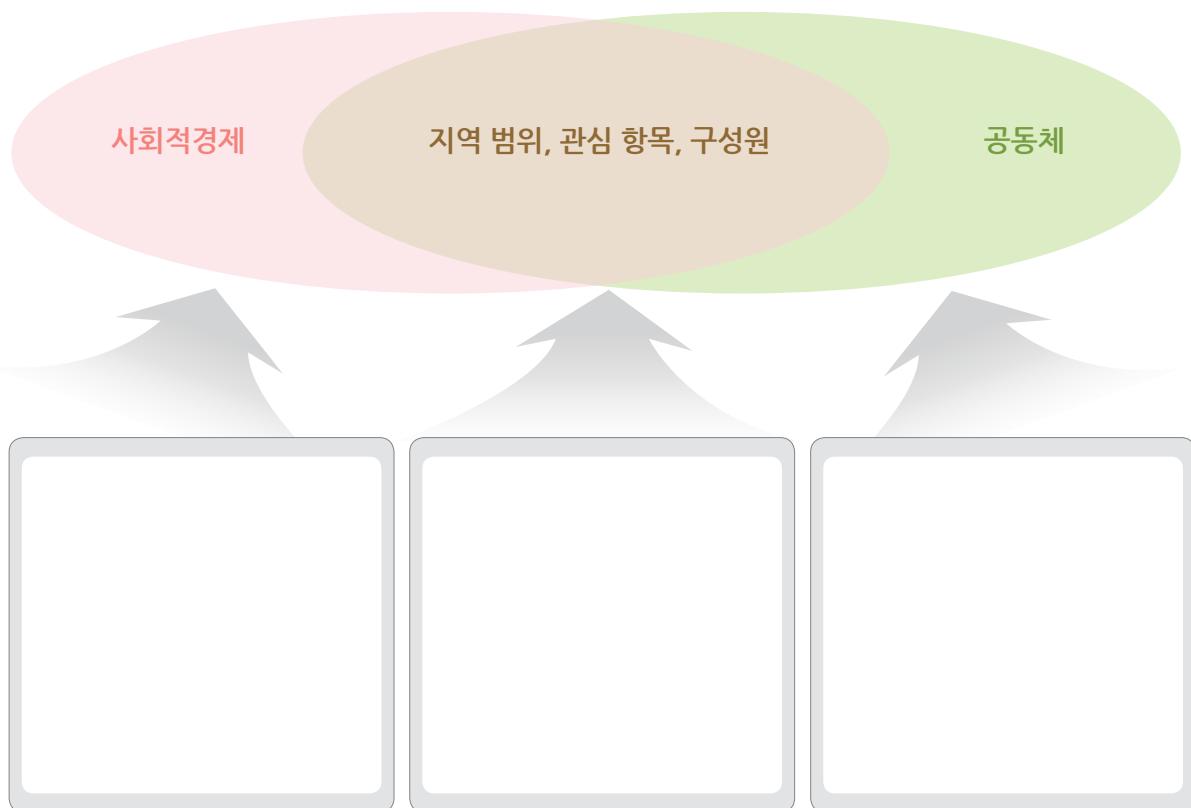
사회적경제의 기능

사회적경제는 지역을 기반으로 창출한 이윤과 혜택이 지역 사회에 돌아갈 수 있도록 함으로써 지역 경제 활성화에 지속적으로 기여한다. 또 사회적 약자들에게 일자리를 제공하고 소득 창출을 통한 자립 기반을 만들어 주며, 지역 주민들에게 경제에 참여할 수 있는 기회를 제공하고, 서로 연결하여 지역 사회의 조건에 맞는 서비스를 제공한다.

그리고 정부의 공공서비스 사업에 시민사회 조직이 직접 참여하여 운영하고, 사회적 목적 달성을 위한 양질의 공공서비스를 제공함으로써 변화와 발전을 추구한다.



공동체가 사회적경제 기능을 수행하는 사례를 조사해 보자.



수행 팁

사회적경제 중 지역협동조합이나 마을기업 등은 지역 내 문제점을 해결하기 위해 만들어지는 것으로 공동체 중 지역 중심의 공동체인 부녀회나 마을 단위별 공동체 중심의 활동을 찾아볼 수 있다.

수행 팁

공동체의 관심 항목은 공동체의 이익이나 흥미를 위해서 만들어지는 것이다. 특히 소외 계층 지원이나 독거노인 돋기와 같은 공동체의 해결 문제에 관심을 갖는 것이다.

수행 팁

사회적경제의 구성원은 제한되어 있지 않지만 공동체의 구성원은 다소 제한될 수 있다. 그러나 협동조합 형태의 마을기업 구성원의 예를 찾아보면 공통적인 예시를 찾을 수 있다.



위의 사례들을 통해 공동체가 사회적경제 기능을 수행할 수 있는 이유에 대해 토론해 보자.

토의 내용을 정리해 보세요.

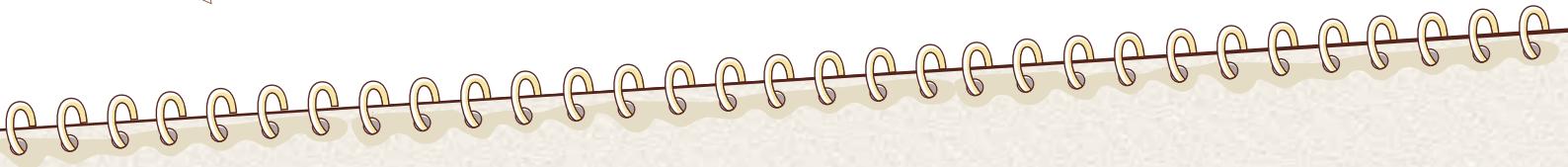
3

‘공동체에서 해결해야 할 문제’ 이해하기



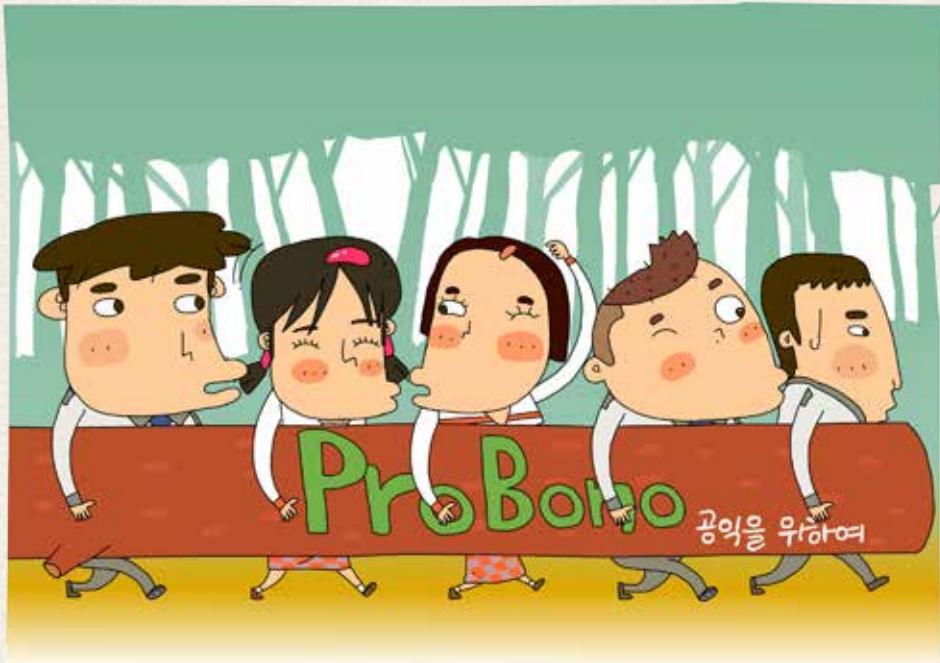
▣ 학습목표

공동체에서 해결해야 할 문제를 발견할 수 있다.



우리 주변의 문제와 프로보노

프로보노(Pro Bono)는 ‘공익을 위하여’라는 의미로 주로 대가없이 자발적으로 사회에 봉사하기 위하여 자신의 재능을 기부하는 것이다. 최근에는 개인이나 기업이 가지고 있는 전문적인 기술로 비영리단체, 사회적기업의 조직이나 업무를 개선하는 의미로도 사용되고 있다.



Mission

우리 주변에서 볼 수 있는 프로보노 활동에는 어떤 것들이 있을까요?

1 ‘공동체에서 해결해야 할 문제’란 무엇인가?

공동체에서 해결해야 할 문제는 개인이나 팀, 또는 조직에 중요한 영향을 미칠 수 있다고 인식되는 사안이다. 또한 이는 사람들이 의미를 부여하는 잠재적인 문제 혹은 기회라고 할 수 있으며, 한 사람 이상이 이러한 문제에 대해 중요성을 부여할 때 나타난다.

공동체에서 해결해야 할 문제는 공동체에 의미 있는 기회를 제공하며, 공동체 구성원들 간의 관계를 만들어 가는 중요한 매개 역할을 한다.

2 ‘공동체에서 해결해야 할 문제’의 구분

공동체에서 해결해야 할 문제의 대상이나 범위 등에는 제한이 없다. 그러나 공동체와 관련된 상황에 따라서 일상적 문제, 사건적 문제, 혁신적 문제 등으로 분류할 수 있다.

반복적이고 일상적인 과정에서 나타나는 수준의 문제

예) 버스정류장 주변에서의 흡연, 산책로에서 발견되는 애완동물의 배설물 등

일상적
문제



사건적
문제

특정한 계기나 사건에서 나타나는 비일상적이고 반응적인 문제

예) 홍수로 침수된 인도, 폭설로 주저앉은 비닐하우스



혁신적
문제

리더가 문제의식을 가지고 주변의 문제에 대하여 계획적이고 적극적으로 해결하려는 문제

예) 마을 노인회관을 건립하고자 개최하는 바자회



3

‘공동체에서 해결해야 할 문제’의 발견과 공유

공동체에서 해결해야 할 문제는 공동체의 구성원이 자신과 관련된 어떤 상황이나 인지한 문제에 대하여 중요성을 부여할 때 발견된다.

문제를 발견하는 것은 공동체 구성원 스스로 새로운 문제를 찾아내는 것에 그치지 않고 관련된 사람들과 그 문제를 공유하는 것이다.



▲ 문제에 대해 많은 학생이 동조하는 모습



공동체 구성원과의 문제 공유 활동은 구성원들에게 문제를 전달하고 공감하게 하는 것이다. 그러나 공동체의 구성원들이 문제를 대하는 태도와 관련하여 긍정적 구성원, 부정적 구성원, 무관심한 구성원의 집단으로 나누어질 수 있다. 따라서 구성원 집단별로 각각 다른 공유 전략 즉, 점검, 설득, 조정 등의 활동을 적용해야 한다.

▲ 문제에 대한 태도로 구분한 공동체 구성원 집단

공동체 구성원들과 문제를 공유하기 위해서는 다음과 같은 활동이 이루어져야 한다.

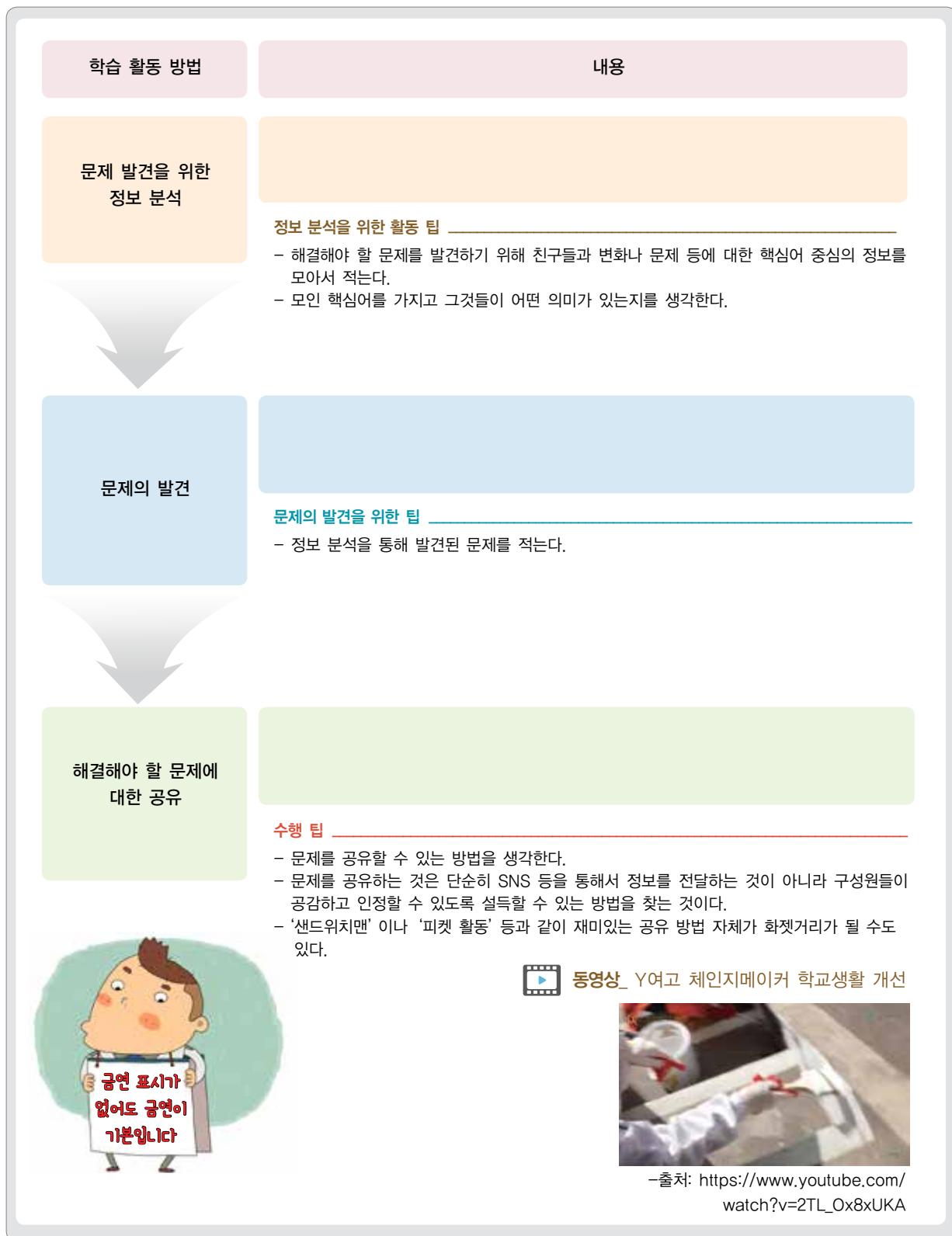
- 공동체 구성원들에게 해결해야 할 문제를 구체적으로 제시하여야 한다.
- 해결해야 할 문제가 공동체에게 어떤 의미를 갖는지 제시하여야 한다.
- 어떤 문제를 해결할 때 필요한 비용과 혜택 등에 대하여 제시하여야 한다.



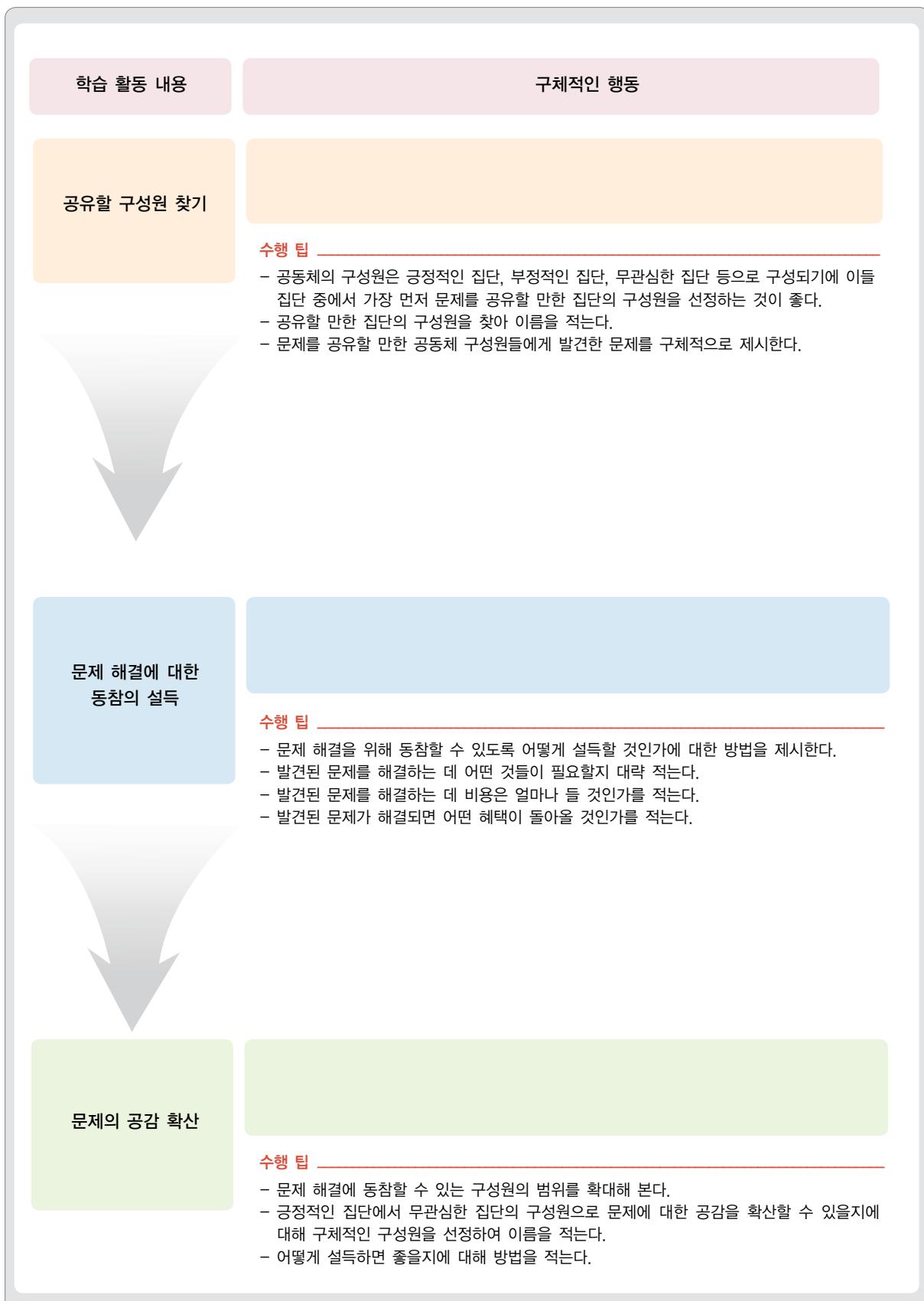
▲ 해결해야 할 문제 공유 활동



1 내가 속해 있는 학교나 동아리 안에서 해결해야 할 문제를 발견해 보자.



2 내가 속해 있는 공동체 안에서 발견한 문제를 공유해 보자.



4



체인지메이커의 이해

▣ 학습목표

- 1 기업가와 체인지메이커의 의미를 설명할 수 있다.
- 2 체인지메이커의 의미를 설명할 수 있다.

조선시대 체인지메이커 – 베풋과 나눔을 실천한 김만덕

김만덕(1739~1812)은 제주도에서 태어나 ‘기녀’라는 약점을 극복하고 끝없는 도전을 통하여 부를 모았다. 조선후기 정조 16년부터 19년까지 4년이나 흥년이 들자 제주도에 굶어 죽는 이가 속출하였다. 이에 김만덕은 자신의 전 재산을 내놓고 구휼미 500석으로 굶어가는 제주도민을 살렸다. 김만덕은 베풋과 나눔을 실천한 우리나라 최초의 자선 사업가로 칭송받는다.



Mission

우리나라 역사 속에서 사회에 영향을 끼친 기업가로 어떤 분들이 있을까요?

1 기업가

요제프 슘페터(Joseph Alois Schumpeter)



- 미국의 경제학자
- '창조적 파괴'라는 용어를 경제학에 널리 퍼뜨림.

기업가(entrepreneur)는 모험심으로 위험을 감수하겠다는 각오와 진취적 태도 등을 가지고 새로운 사업을 추진해 가는 사람을 말한다. 이러한 사람을 슘페터는 경제 발전을 이루기 위해 이 세상에 꼭 있어야 하는 '창조적 파괴자'라고 정의하였다. 즉, 기업가는 우리나라의 고정주영 회장이나 빌 게이츠 등과 같이 우리 사회의 경제 발전에 막대한 영향을 미치며 경제활동을 수행하는 사람을 말한다.

2 체인지메이커

체인지메이커는 환경, 의료, 보건, 교육, 주택, 문화·예술, 농촌, 금융 등에서 사회가 가지고 있는 다양한 문제를 해결하면서 경제적인 가치를 만들어 내는 사람을 말한다.

예를 들면, 어떤 체인지메이커는 지구의 사막화 문제를 해결하기 위한 방법으로 나무를 심는 게임 어플리케이션(앱)을 개발하였다. 이 사회적기업은 게임에서 나무를 심을 때마다 게임 안에 기업 광고를 노출시켜 기업으로부터 광고비를 받고, 이렇게 모인 광고비로 사막에 나무를 심는 아이디어로부터 출발했다. 앱이 출시된 지 불과 5년 만에 50만 그루 이상의 나무를 심었으며, 앞으로도 더 많은 나무들을 심을 예정이다.



▲ 나무 심기 앱 게임



▲ 나무 심기 앱 게임과 연결된 실제 나무 심기 활동

3 체인지메이커 활동

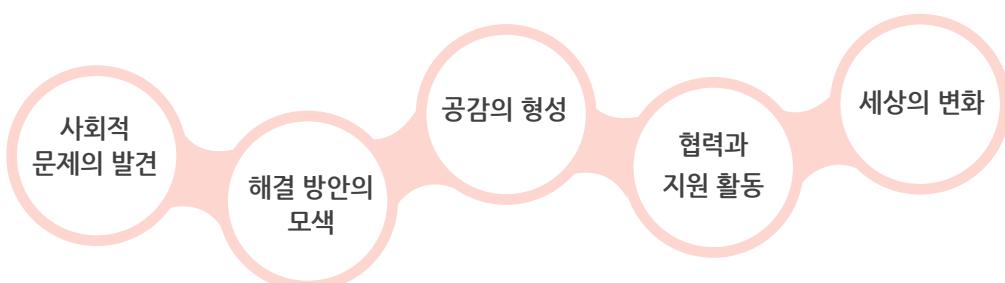
과거에는 에디슨이나 콜럼버스와 같은 몇몇 사람들이 ‘발견’과 ‘발명’으로 세상의 큰 변화를 이끌어 왔다. 하지만 요즘과 같이 끝없이 발전하고 있는 과학 기술과 경제 환경에서는 수많은 과학자와 기업가들의 주도에 의해서 세상의 변화가 만들어지고 있다. 한편, 고도화된 사회 속에서 과학 기술 또는 기업이 해결 하지 못하는 지역 사회의 문제에 대하여 나눔과 공유를 중심으로 변화를 주도 하는 사람들이 있다. 이러한 사람들을 ‘체인지메이커’라고 부른다.

체인지메이커는 사회의 문제에 대한 깊은 고민을 하고 해결하기 위해 행동하는 사람이라고 볼 수 있으며, 이러한 사고나 행동을 경제적 가치와 연결하여 활동한다.

체인지메이커는 문제 해결을 위해 노력하는 과정에서 많은 사람과 문제 해결 방안을 모색하면서 협력자를 만들어 간다.

체인지메이커는 해결해야 하는 사회적 문제를 발견하면 문제를 공감하는 협력자들과 함께 공동체의 문제를 해결하기 위한 방안을 모색하기 위해 노력 한다. 또 공동체 안에서 문제 해결을 위한 새로운 해결책을 만들어 내고, 새로운 해결책으로 성공한 모델을 널리 소개하여 공감을 형성한다. 그리고 체인지 메이커의 뜻에 공감하는 협력자들에게서 협력과 지원 활동을 받아 세상의 변화를 주도한다.

체인지메이커의 활동은 그들이 속한 가족, 직장, 이웃에게 역할 모델이 될 수 있을 것이고, 이들에게 영향을 받은 일부는 다음 세대의 체인지메이커로 성장해 간다.



▲ 체인지메이커의 활동 과정

예시 제주 올레길의 시작

주요 활동

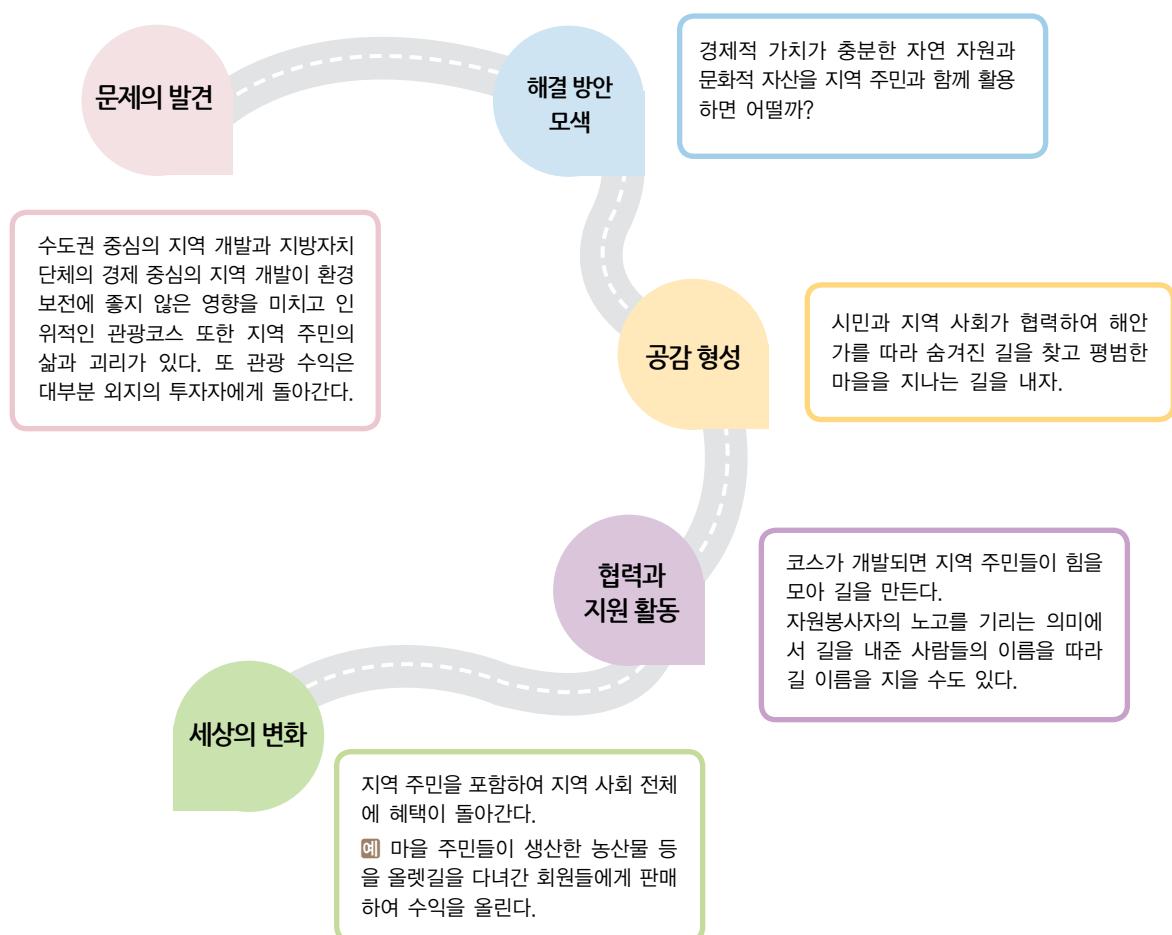
시민의 자발적 참여를 통해 대도시 이외의 지역에서 문화·경제적 변화의 기회를 만들어내고 있다. 일반 시민들의 힘을 모아 마을을 지나는 길을 만들고 지역 주민과 걷기 관광객 모두 지금까지 알려지지 않았던 자연 자원과 지역 사회를 새롭게 발견하게 하고, 단순한 관광을 넘어선 연계와 교류가 가능하게 한다. 이 체인지메이커는 시민들의 힘을 모아 걷는 길을 발굴·개척·유지하는 일을 한다. 이 과정에서 시민들은 단순히 지역 개발 정책에 주민의 의견을 반영하는 민관 협동 방식을 넘어 변화의 주체가 되어 지역의 경제와 문화, 자연 자원을 새롭게 발견한다.



제주○○ 서○숙

새로운 생각

보통 도보 여행 길들은 아름다운 자연 경관을 감상하는 데에 초점을 맞추는데 비해, 제주 올레의 모든 코스는 적어도 3개의 마을을 지나가는 것을 원칙으로 한다. 이는 여행객들이 관광지가 아닌 일반 제주 지역 사회의 일상을 최대한 자연스럽게 경험할 수 있도록 하기 위함이다.

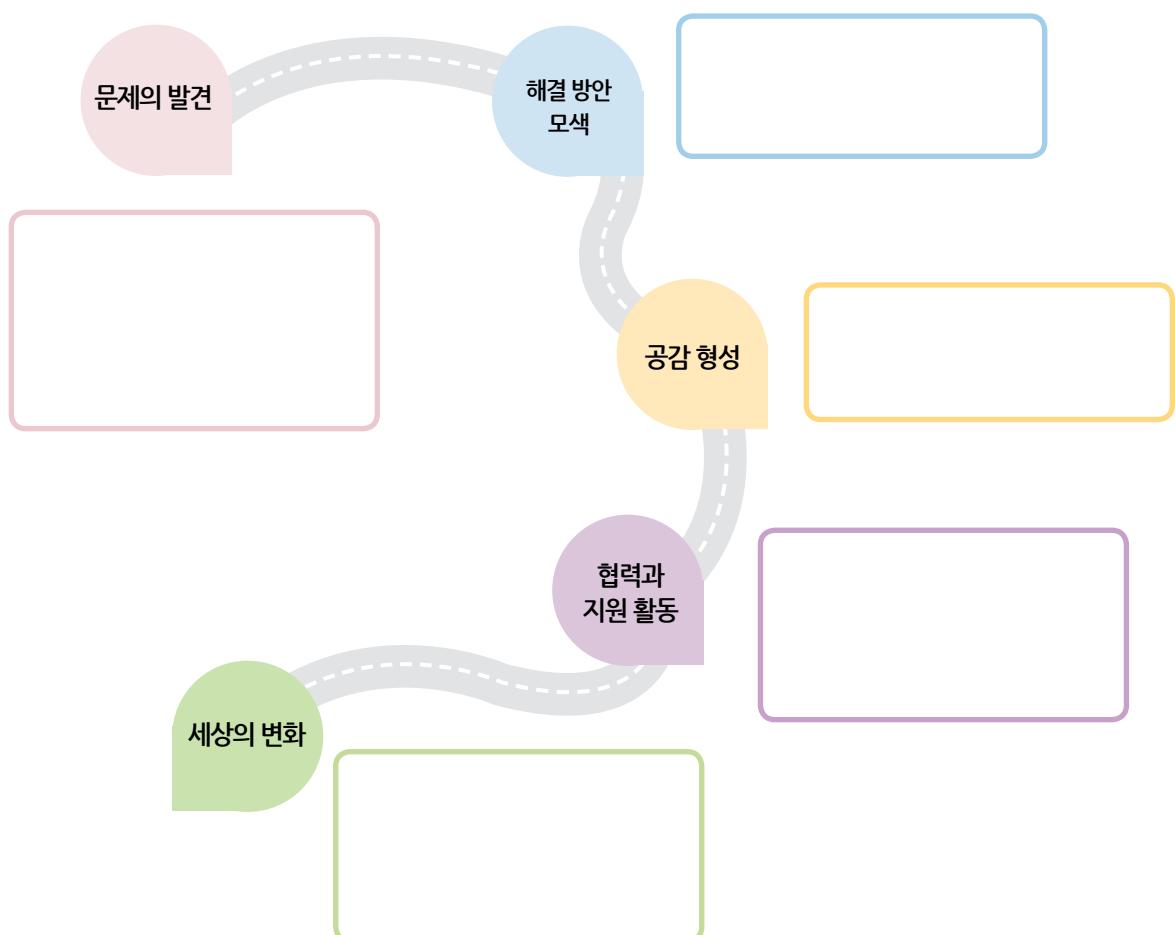




예시를 참고하여 주변에서 체인지메이커로 활동하고 있다고 생각하는 사람을 찾아보고 그 사람의 주요 활동과 생각 등을 정리해 보자.

	주요 활동을 적어주세요.
사진을 넣어주세요.	
이름을 넣어주세요.	

새로운 생각을 적어주세요.



5-6



체인지메이커의 특성

▣ 학습목표

체인지메이커의 특성을 설명할 수 있다.

체인지메이커 네트워크를 만들어 가는 아쇼카의 빌 드레이튼

빌 드레이튼은 체인지메이커를 발굴하여 이를 후원하는 세계적인 후원 그룹인 아쇼카를 설립하였다. 체인지메이커를 후원하기 위해 1981년 5만 달러로 시작한 아쇼카는 매년 3,500만 달러를 모금하는 비영리법인으로 성장하여 세계 여러 나라에서 3,000명 이상의 선도적인 체인지메이커들을 발굴하여 후원하고, 이들의 네트워크를 만들어 가고 있다.

“진정한 social entrepreneur는 자신의
비전이 사회 전체의 새로운 규범으로 자리
잡을 때까지 쉬지 않고 전진합니다.”

“What defines the true social entrepreneur
is that he or she simply cannot come to rest
in life until his or her vision has become the
new pattern in society.”

빌 드레이튼 아쇼카 설립자



Mission

우리 주변에서 지역 공동체의 문제를 해결하기 위해 노력하는 체인지메이커는 누가 있을까요?

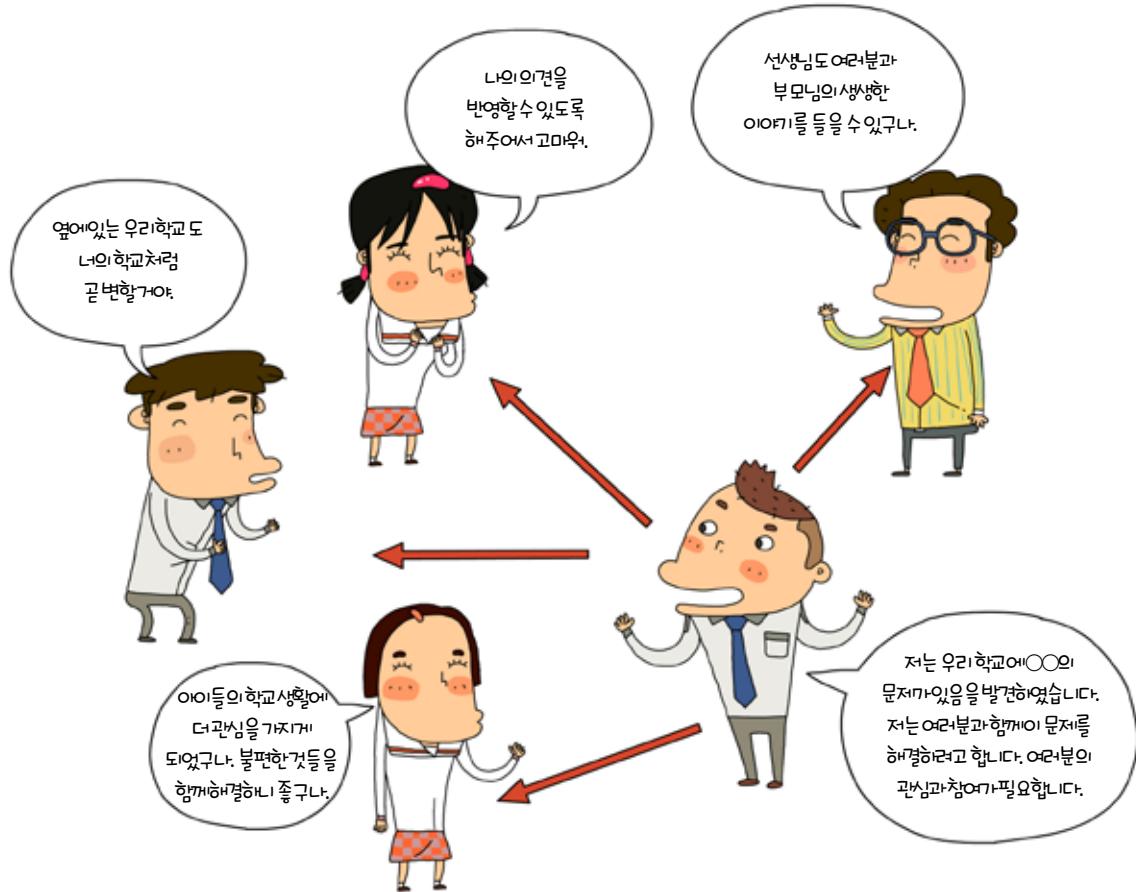
1 학교 안에서의 체인지메이커

체인지메이커는 지역 사회나 사회가 가지고 있는 문제 중 하나를 자신의 문제로 인식하고 이를 해결하기 위해서 아이디어를 내고 기업가적 방법으로 변화를 만들어 가는 사람이다. 일반적으로 이러한 일을 하는 사람들을 사회적 기업가라고 하며, 사회의 변화에 얼마나 영향을 주었는가가 이익을 창출하는 것보다 그들의 평가에 더 중요하게 작용한다.

체인지메이커들은 사회적기업을 운영할 뿐만 아니라 다양한 민간 및 공공 기관에서 일하며 사회적 또는 환경적 변화를 주도한다.

우리가 속한 학교 안의 문제를 해결하려는 체인지메이커의 경우 많은 사람에게 영향을 주면서 학교의 변화를 가져오게 한다.

- ✓ 빌 드레이튼이 말하는 '체인지메이커(change maker)'
- 자신이 발견한 사회적 문제를 해결하기 위해 중단하지 않고 헌신하는 사람
 - 자신의 비전으로 사회 전체를 새로운 패턴으로 바꾸기 위해 도전하는 사람
 - 혁신적 아이디어를 통해 시스템을 변화시키는 아이디어를 가지고 실천하는 사람



▲ 학교 안의 문제를 해결하려는 체인지메이커

2 체인지메이커의 특성

용기

- 위험을 두려워하지 않고 이를 감수하려는 열정
- 성공한 많은 사람들이 갖는 공통적인 특성 중 하나는 두려워하지 않는 용기를 가진 것이다.

끈기

- 어떠한 일이 있어도 결코 중단하지 않는 능력
- 어떤 일을 포기하지 않는다면 비록 실패를 경험할지라도 한발 물러서서 다시 일어날 수 있다.

긍정성

- 어떠한 상황을 긍정적으로 바라보는 태도
- 긍정성은 자신의 주위를 긍정적인 사람들로 둘러싸이게 하며, 긍정성 자체가 또 다른 긍정적인 것을 끌어들이기도 한다.

기회의 탐색

- 주어진 환경에 대하여 다른 사람들이 발견하지 못한 사실을 찾을 수 있는 능력
- 관련이 없는 일들이나 상황들에 대해 연결점을 찾을 수 있는 능력
- 체인지메이커로서의 중장기적인 목표를 가진 사람은 지속적으로 기회를 발견하기 위해 노력한다.

열정과 실행력

- 자신이 가치를 두고 있는 일을 실행하고자 할 때 생각만으로 머무르지 않고 실제 실행하는 것.
- 일을 실행하는 데 있어서 자신의 열정을 모두 투입하는 능력

협력

- 공동체의 힘을 합하여 서로 돋는 것.
- 체인지메이커는 어떤 문제를 해결할 때 자신과 함께 일을 하는 사람들과 협력을 하기 위해서 노력한다.
- 자신의 아이디어를 함께 일하는 사람들이 알기 쉽게 만들어서 전달하고 공유한다.
- 다른 사람의 아이디어를 받아들여 새로운 아이디어를 만들어 낸다.
- 성과에 대해 공정하게 배분하고 다른 사람들의 기여에 대해 공유하려고 노력한다.



내가 가지고 있는 여러 가지 자질에 대해 체크해 보고 자신이 좀 더 키워야 하는 역량에 대해 생각해 보자.

구성 요소	1	2	3	4	5	점수
	아주 그렇지 않다	그렇지 않다	그저 그렇다	그렇다	매우 그렇다	
1) 용기						
나는 위험을 두려워하지 않고 이를 감수하려는 열정을 가지고 있다.						
나는 실패를 두려워하지 않는다.						
2) 끈기						
나는 어떠한 일이 있어도 문제가 해결될 때까지 중단하지 않는다.						
비록 실패를 경험할지라도 다시 일어날 수 있다.						
3) 긍정성						
나는 어떠한 상황이라도 긍정적으로 바라보려고 한다.						
나의 주변은 긍정적인 사람들로 둘러싸여 있다.						
나의 긍정성이 또 다른 긍정적인 것을 끌어들인다.						
4) 기회의 탐색						
나는 주어진 환경 속에서 다른 사람들이 발견하지 못한 사실을 찾을 수 있다.						
나는 주어진 환경 속에서 기회를 발견하기 위해 항상 노력한다.						
나는 관련이 없는 일들이나 상황들에 대해 연결점을 찾을 수 있다.						
5) 열정과 실행력						
나는 가치를 두고 있는 일에 대하여 바로 실행한다.						
나는 일을 실행하는 데 있어서 열정을 모두 투입하려고 한다.						
6) 협력						
나는 어떤 문제를 해결할 때 함께 일을 하는 사람들과 협력 하려고 한다.						
나의 아이디어를 함께 일하는 사람들이 알기 쉽게 만들어서 전달하여 공유한다.						
다른 사람의 아이디어를 받아들여 새로운 아이디어를 만들어 낸다.						
성과에 대해 공정하게 배분한다.						
다른 사람들의 기여에 대해 알리려고 노력한다.						

*이 활동의 결과에 대한 점수의 높고 낮음은 중요하지 않다.
앞으로 자신의 역량을 키울 수 있는 영역을 스스로 찾아보는 데 의의가 있다.



예시 ▶ 공동체에서 문제 해결 방안을 찾는 방법

다음 예시를 통해 공동체에서 문제 해결 방안을 찾는 방법을 알아보고, 내가 체인지메이커가 되어서 학교에서 해결해야 할 문제를 찾아보자.

1 단계

문제 발견을 위한 주제 정하기

주제 설정

우리학교 매점 운영과 건강한 먹거리

수행 팁

- 주제 설정은 해당 공동체의 상황에 따라 다양하게 정할 수 있다.
- 학교를 예로 들면 학생 복지, 학생 인권, 학교 문화, 교육, 관계 등을 제시할 수 있다.

2 단계

관심 있는 주제별로 공동체 구성원끼리 모이기

모둠 설정

건강 지킴이 모임 구성, 우리 농산물 사랑하기 모임, 환경 지킴이 모임 등

수행 팁

- 관심 있는 주제에 대하여 공동체 구성원끼리 3~6명 정도가 모여 주제에 대한 불편한 점이나 불합리한 점 등에 대해 찾아본다.

3 단계

모인 구성원끼리 문제에 대하여 의견 제시하기

의견 제시

- 핵심어: 인스턴트 식품, 청소년 건강, 수입 농산물 증가, 다량의 농약 및 화석연료의 사용, 지구 환경 파괴, 생태계 위협, 식량 주권
- 견해: 그동안 얼마나 많은 첨가물을 섭취했을까?
지금까지 먹어왔지만 큰 문제는 없었음. 그렇게 따지면 먹을 게 없다.
우리나라 식량 자급률이 20%야.
우리 농산물, 제철 친환경 음식을 먹어야 해.
방부제와 색소가 섞인 가공식품을 줄여야 해.
어떻게 하면 이런 문제를 해결할 수 있을까?

수행 팁

문제에 대한 의견을 제시할 때 주제와 연관 지어 마인드맵과 같은 핵심어를 나열해 보면서 가장 많이 나타난 핵심어를 중심으로 묶어 본다.

4 단계

제시된 의견을 육하원칙에 의해서 주제와 관련된 해결 방안 제시하기

방안 제시

- 우리 스스로 주인이 되어 이번 학기부터 우리 학교에서 학교 협동조합을 만들자.
- 학교에서 판매하는 상품들을 생활협동조합과 공정무역 등을 통해 구매하여 우리의 건강도 지키고 바른 먹거리에 대한 인식도 높여야겠다.

수행 팁

제시된 문제에 대해 ‘누가, 언제, 어디서, 무엇을, 어떻게, 왜’를 반영하여 어떻게 해결할 수 있는지 방안을 정리하여 제시한다.

5 단계

해결 방안을 발표하고 의견 수렴하기

수행 팁

- 관심 주제별로 이루어진 공동체 구성원들은 정리된 문제와 해결 방안 등을 발표하고, 다른 주제별 구성원들로부터 의견을 수렴한다.



서울시 학교 협동조합 추진단의 블로그(<http://scoopstart.blog.me/>)를 방문하여 활동 내용을 살펴보고, 자신이 속한 공동체의 문제를 발견하기 위한 다음의 활동을 수행해 보자.



1 단계

문제 발견을 위한 주제 정하기

주제 설정

2 단계

관심 있는 주제별로 공동체 구성원끼리 모이기

모둠 설정

3 단계

모인 구성원끼리 문제에 대하여 의견 제시하기

의견 제시

4 단계

제시된 의견을 정리하여 해결 방안 제시하기

방안 제시

5 단계

모둠별 주제 발표하기

발표하기

7-8



사회적경제의 기본 인성-공감 익히기

▣ 학습목표

- 1 물질, 지식, 마음의 감정이 전달되는 방식의 차이를 설명할 수 있다.
- 2 개인의 생각과 감정을 뛰어넘어 서로 공감하는 방법을 설명할 수 있다.

우리 주변에서 일어나는 물질, 지식, 감정의 교환은 어떤 차이가 있을까요?

일상생활에서 우리는 흔하게 물건이나 지식, 정보 등을 주고받으며 이에 대한 감정을 표현한다. 또 나의 감정을 주변 사람들과 나누며 그 속에서 웃고 울기도 한다. 이 과정에서 나의 감정에 동조해 주면 공감이 일어나고, 공감을 통해 우리는 위로를 받는다.

공감 에너지는 상호 간에 교류하면서 생기는 것으로 자신과 사회 발전 모두를 위해 필요하다.



Mission

공감을 하면 내 안에서 어떤 변화가 일어날까요?

1

'공감'의 감정 알기

1

표현되기 전에 자신에게 먼저 만들어지는 감정 – 공감

사회가 발전할수록 우리에게 더 필요한 능력은 공감이다.

공감을 일으키는 감정은 우리의 내면에서 먼저 생겨나고 표출되는 특징이 있다. 이 특징을 이용하여 외부로 긍정적인 공감을 이끌어낼 수 있다. 특히 긍정적인 공감은 자기 자신을 행복하게 해 준다.

2

물질, 지식, 감정 전달의 차이 이해하기

물질

- 내가 가진 물질을 상대에게 주면 나에게는 물질이 없어진다.
- 일반적으로 내가 가진 물질을 남에게 주면 아까운 마음이 들게 된다.



지식

- 내가 가진 지식을 상대에게 주면 상대도 나와 동일한 지식을 가진다(복사).
- 일반적으로 지식을 줄 때 즐거운 마음이 생길 수도 있고, 아까운 마음이 생길 수도 있게 된다.



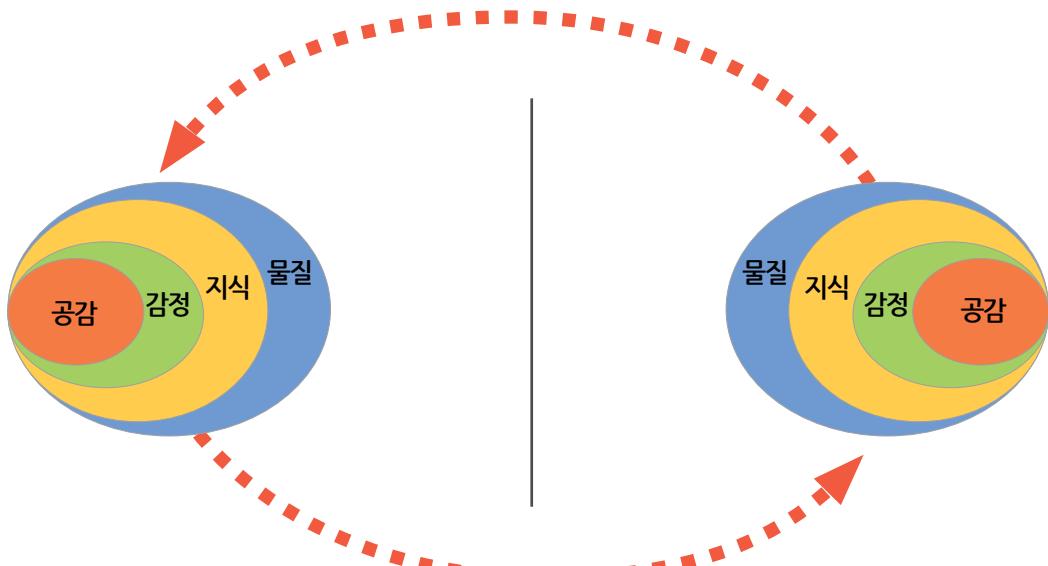
감정

- 감정은 마음속에서 불현듯 솟아나는 특징이 있다.
- 나의 좋은 감정을 상대에게 주면 내가 준 만큼 나도 기쁘고 상대방도 기뻐진다.





물질, 지식, 감정을 주고받을 때 자신의 내면에서 일어났던 변화를 생각해 보고, 그 특징을 적어보자.



물질

예) 아깝다, 내가 많아도 아깝다.

지식

예) 다른 사람에게 내가 알고 있는 것을 가르쳐 줄 수 있어서 기뻤다. 그런데 약간 아깝다.
상대방만 더 좋고 나는 그대로여서.

감정

예) 좋은 감정을 주고받으면 좋은데 나쁜 감정은 서로 상처 받을까봐 조심하게 된다.

2

공감의 능력과 체험

1

상대방의 감정에 공감하기

내가 상대방을 향해 어떤 감정을 가지게 될 때, 그 감정은 자신 안에서 먼저 생기고 상대방에게 동일한 것이 전달되는 특징이 있다. 그런데 자신에게 생기지 않은 긍정적인 감정을 과장 또는 가장하거나, 자신에게 생긴 부정적인 감정을 억지로 감추려고 하면 내적으로 많은 에너지를 소모하게 되어 힘들어지게 된다.

상대방이 슬픔이나 기쁨 등의 감정을 표시할 때 그 감정 자체에 자연스럽게 공감을 하게 되면 내 안에 상대방을 향한 긍정적인 감정이 생기게 된다. 이때 상대방 이야기의 옳고 그름을 지식적인 차원에서 판단하는 것이 아니라 상대방이 느끼는 감정 자체에 집중하고 그 감정에 공감할 필요가 있다.

✓
공감은 옳고 그름을 따지지 않고 상대방을 있는 그대로 인정하고 상대방의 감정 자체를 인정하게 될 때 생긴다.

2

서로 공감하기

한쪽만 공감하는 것이 아니라 양쪽이 서로 공감할 때 공감의 능력은 커지게 된다. 그러므로 공동체 구성원 모두가 공감하기로 약속하고 대화를 시작하면 공감하기가 편해지고 쉬워진다. 왜냐하면 내가 공감하면 상대방도 공감을 할 것이기 때문에 내가 혼자 공감해서 감정적 손해를 보는 일은 없을 것이라 생각하기 때문이다.

3

공감의 과정을 숫자로 익히기

SNS의 ‘좋아요’ 숫자가 기업 마케팅의 중요한 요소가 되어 가고 있는 것처럼 우리는 사람의 느낌과 감정의 계량화가 점점 더 중요해지는 시대에 살고 있다.

경제를 알기 위해서 재화와 서비스 그리고 그 대가를 돈의 숫자로 표현하고 그 흐름을 알아야 하는 것과 마찬가지로 공감의 크기와 방향을 숫자로 표현해 보면 감성과 공감의 흐름을 이해하고 개인과 공동체의 공감 역량을 향상시킬 수 있다.

✓
공감의 과정을 숫자로 익히는 것은 개인과 공동체의 공감 역량 극대화에 많은 도움이 된다.

4 공감의 상승 작용

공감의 상승 작용은 서로를 무조건적으로 지지하는 친구 사이 등과 같이 서로를 동질적으로 생각하고 공감하는 관계에서 쉽게 발견된다.



공감의 상승 작용에서 생기는 공감의 크기를 숫자로 표현해 보면 숫자의 크기가 커지는 상황이 폭풍처럼 일어나면서 커지는 것을 발견할 수 있다. 일반적인 상황에서는 최대치의 공감보다 작은 공감이 발생한다. 그러나 작은 공감이라 하더라도 긍정적인 공감을 하게 되면 긍정적인 공감이 서로 상승하며 증폭하는 것을 알 수 있다.

즉, 최대한 긍정적인 공감을 주고받을 수 있도록 노력하면 공감의 상승 작용이 발생하는 것을 관찰할 수 있다.

공감의 상승을 위해서는

첫째, 공감의 행복감이 자신에게 먼저 생기고 나서 상대에게 전달되어야 한다.

둘째, 서로의 이야기에 대해 호의적인 감정을 갖기로 약속해야 한다.

셋째, 논리적인 주제보다 슬픔, 기쁨 등과 같은 감정과 관련된 주제가 보다 쉽게 공감의 상승 작용을 일으킨다.

참고

※ 공감하기 쉬운 사람과 1:1 공감 대화 팁

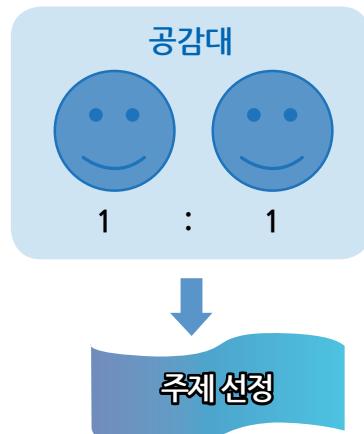
말하기

- 나에 대해서 말하기(우리와 너에 대해서 말하지 않기).
- 말할 때 다른 대상을 비판하지 않기.
- 논리가 아닌 마음의 느낌 위주로 말하기.
- 자신의 마음에 느껴지는 어려웠던 상황의 감정을 충분히 말하되, 논리적인 설명은 짧게 한다.

듣기

- 말하는 사람의 말을 중간에 끊거나 끼어들기, 비판, 조언 등을 하지 않기.
- 말하는 사람의 말이 끝나 후 호응하고 공감하는 강하고 긍정적인 짧은 말을 하기.
- 논리와 비판의 생각을 가지고 듣지 않고, 전적인 수용과 지지의 마음으로 듣기.
- 다른 사람의 말을 들을 때 내가 행복한지 체크하기.
- 들을 때 공감의 감정이 나오는지 체크하기.

1



2

1 수행 팁

공감이 극대화되기. '옳고 그른 것을 따지는 생각'을 하지 않고 발화자의 감정에 맞추어 공감하는 것이 중요하다.

2 수행 팁

숫자는 공감 에너지의 크기를 나타내며 자신이 가지고 있는 종이에 적힌 숫자의 전체 합을 최대치로 그 안에서 공감의 크기를 나타낼 수 있다.

3 수행 팁

숫자를 줄 때 긍정적인 피드백과 함께 준다. “그랬었구나.” “그렇구나.” “네 말이 맞아.” “정말 그래” 등의 맞장구, 호응 등을 하여 상대방과 공감한다는 것을 외적으로 표현하고 숫자를 준다.

말하는 사람



종이
1(숫자)

경청



종이
1(숫자)





자신과 상황이 비슷한 사람 혹은 친한 친구들과 1:1로 공감의 상승 작용을 경험해 보자.

1

서로가 공감할 수 있는 주제를 정한다. 그리고 그 주제에 대해 2번 말하고 2번 공감한다.

준비 단계

1 단계

숫자를 적을 수 있는 종이를 충분히 준비한다.

3명인 경우: 빈 카드 15장 이상



2 단계

서로 공감할 수 있는 상황이 비슷한 사람끼리 1:1로 짹을 짓는다.

3 단계

공감대를 이룰 수 있는 주제를 선택한다(기쁨, 슬픔 등 같은 감정을 주제로 선택하는 것이 좋으나 상황에 따라 감정이 아닌 주제를 선택 할 수 있음).

4 단계

두 사람은 각각 자신이 가진 종이에 1이라는 숫자를 적는다. 각자가 별명 이름을 정한다(편의상 A, B라 한다).

A =

B =

5 단계

전체 시간을 계산해서 한 사람당 2~5분 이야기할 시간을 정한다.

대화와 공감 단계

6 단계

첫 번째 대화를 시작한다. A는 정해진 시간 내에 얘기하고 B는 공감하며 경청한다.

7 단계

B는 경청 후에 자신이 가진 1이라는 숫자 범위 내에서 공감하는 감정의 크기를 2장의 종이에 같이 적는다(예를 들어 0~1 사이의 숫자가 가능하다).

A =

B = + +

8 단계

B는 적은 종이를 먼저 자신이 한 장을 가지고, 나머지 한장을 A에게 준다.

A = + (최대치)

B = + (최대치)

9 단계

이번에는 B가 이야기하고, A가 공감하며 경청한다.

10

단계

A는 경청 후에 자신이 가진 숫자의 합의 범위 내에서 공감하는 감정의 크기를 2장의 종이에 같이 적는다(예를 들어 가진 숫자의 합이 2라면 0~2 사이의 숫자가 가능하다).

$$A = \begin{array}{c} 1 + 1 + 2 + 2 \\ 1 + 1 \end{array}$$

11

단계

A는 적은 종이를 먼저 자신이 한장을 가지고, 나머지 한장을 B에게 준다.

$$A = \begin{array}{c} 1 + 1 + 2 \\ 1 + 1 \end{array} \text{ (최대치)}$$

12

단계

같은 주제로 두 번째 대화를 시작한다. A가 이야기하고, B가 공감하며 경청한다.

13

단계

B는 경청 후에 자신이 가진 숫자의 합의 범위 내에서 공감하는 감정의 크기를 2장의 종이에 같이 적는다(예를 들면 0~4사이의 숫자가 가능하다).

$$A = \begin{array}{c} 1 + 1 + 2 \\ 1 + 1 + 2 + 2 + 2 \end{array}$$

14

단계

B는 적은 종이를 먼저 자신이 한장을 가지고, A에게 나머지 한장을 준다.

$$A = \begin{array}{c} 1 + 1 + 2 + 2 \\ 1 + 1 + 2 + 2 \end{array} \text{ (최대치)}$$

15

단계

이번에는 B가 이야기하고, A가 공감하며 경청한다.

16

단계

A는 경청 후에 자신이 가진 숫자의 합의 범위 내에서 공감하는 감정의 크기를 2장의 종이에 같이 적는다(예를 들어 가진 숫자의 합이 2라면 0~2사이의 숫자가 가능하다).

$$A = \begin{array}{c} 1 + 1 + 2 + 2 + 2 + 2 \\ 1 + 1 + 2 + 2 \end{array}$$

17

단계

A는 적은 종이를 먼저 자신이 한장을 가지고, B에게 나머지 한장을 준다.

$$A = \begin{array}{c} 1 + 1 + 2 + 2 + 2 + 2 \\ 1 + 1 + 2 + 2 + 2 \end{array} \text{ (최대치)}$$

18

단계

A와 B가 서로 행복한 감정이 같은 수준으로 상승한다. 즉, 상대에게 공감하는 것이 나를 행복하게 하는 것이다.

$$A = 32 \text{ (최대치)}$$

$$B = 32 \text{ (최대치)}$$

2 발표자는 수행 후에 느낀 점을 적어 발표하고 듣는 사람은 발표 내용에 공감한다.

공감의 상승이 일어난 이유? 일어나지 않았다면 일어나지 않은 이유?	
숫자와 공감의 크기, 행복감의 크기가 일치하는지?	
공감이 마음속에서 솟아나는 현상 확인	
서로 숫자가 같지만 느끼는 공감의 행복감에서 차이가 나는 이유?	
수행 과정에서 느낀 점?	

사회적경제의

유형 체험하기

2

단원



학습 내용

- 9 사회적기업 이해하기
- 10 사회적기업의 유형과 사례
- 11 협동조합의 이해
- 12 협동조합의 특징
- 13 마을기업의 이해
- 14 마을기업의 특징
- 15 자활기업의 이해
- 16 공정무역의 이해
- 17 공정무역의 특징



9

사회적기업 이해하기



▣ 학습목표

사회적기업의 개념에 대하여 설명할 수 있다.

가난한 사람들을 위한 안경?

옥스퍼드대학교의 조슈아 실버 교수는 도수 조절이 가능한 액체 안경을 개발하였다. 이는 가난한 저시력자들에게 많은 희망을 주고 있다.

그는 왜 가난한 사람들을 위한 안경을 개발하려고 했을까?



Mission

여러분은 어떤 사회적기업을 만들고 싶은가요?

1 사회적기업의 의미

사회적기업은 이윤을 추구하는 일반 기업의 성격과 사회적 가치를 창출하는 공익적 목적을 포함한다. 이는 전통적으로 이윤을 추구하는 기업에 대한 사회적 책임 범위까지도 포함하는 것이다.

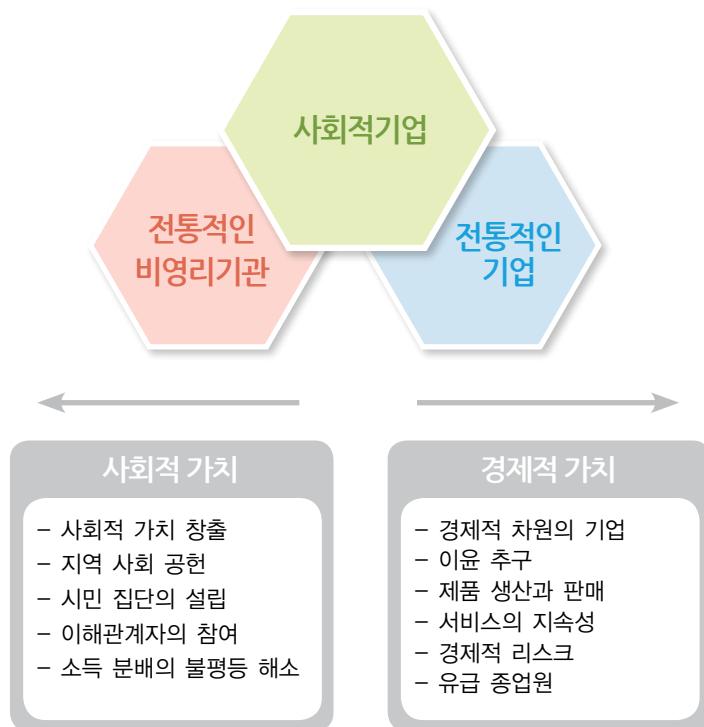
사회적기업은, 사회 문제 해결의 과정을 넘어서 함께 공존하기 위한 노력이 필요하다. 이는 세계 경제 위기 이후 크게 부각되고 있는 복지 국가의 위기, 사회적 양극화 및 실업 문제 등을 해결할 수 있는 적극적이고 구체적인 방안이자 해법이 될 수 있다.

우리나라에서는 사회적기업을 “취약 계층에게 사회적 서비스 또는 일자리를 제공하거나 지역 주민의 삶의 질을 높이는 등 사회적 목적을 추구하면서 재화 및 서비스를 생산하고 판매하는 등의 영업활동을 수행하는 기업”으로 규정하고 있다.

2 사회적기업의 역할

사회적기업에서 사회적 약자들이 직접 생산 또는 판매에 참여하는 과정을 통해서 사회적 돌봄이나 배려를 받을 수 있게 된다. 기술의 발전으로 점점 줄어드는 일자리, 그로 인한 분배의 악화, 갈수록 높아지는 빈곤율과 불투명한 노후 등의 여러 가지 사회적 문제는 사회적기업을 통해 소득의 재분배에 기여하고 양극화와 불평등의 해소에 기여하는 등의 순기능도 갖고 있다.

사회적기업의 영역과 가치는 다음과 같다.





동영상_ 수제쿠키 사회적기업–위캔쿠키



다른 나라의 사회적기업과 우리나라의 사회적기업을 조사하여 비교해 보자.



1 다른 나라의 사회적기업에 대해 조사하여 정리해 보자.

-출처: https://www.youtube.com/watch?v=-lw_EPfov5c

사회적기업명	
사회적기업이 속한 국가	
사회적기업이 주로 생산하고 있는 제품 및 서비스	
사회적기업이 주로 생산하고 있는 제품 및 서비스의 특징	
사회적기업이 추구하고 있는 사회적 가치	



동영상_ 노숙인들의 자립을 돋는 잡지–박이슈

-출처: <http://home.ebs.co.kr/jisike/main.jsp>



2 우리나라의 사회적기업에 대해 조사하여 정리해 보자.

사회적기업명	
사회적기업이 속한 국가	
사회적기업이 주로 생산하고 있는 제품 및 서비스	
사회적기업이 주로 생산하고 있는 제품 및 서비스의 특징	
사회적기업이 추구하고 있는 사회적 가치	

3 각 모둠별로 조사한 다른 나라와 우리나라의 사회적기업에 대해 서로 비교해 보고, 각기 다른 사회적 기업들이 추구하고 있는 가치에 대해 토의해 보자.



1. 오요리아시아 – “이주 여성 · 노숙인 · 취약계층도 일자리 기회 줘야”

2009년 11월 문을 연 오요리아시아는 결혼 이주 여성들에게 건강한 일자리를 제공한다는 소박한 목표를 갖고 출발해 초반의 어려움을 딛고 건실하게 수익을 내며 제자리를 잡았다. 지난 5년간 20여 명의 이주 여성들에게 일자리를 주거나 직업 교육을 했고, 다문화 요리 교육 프로그램을 만들어 지역 주민과 함께했다. 사회적기업을 준비하는 이주 여성이나 청년들에게 컨설팅도 해 주고 있다.



—출처: <http://www.yonhapnews.co.kr/economy/2014/11/05/0302000000AKR20141105126000372.HTML>

2. 사회적기업! 생산자와 소비자를 잇는 네트워크를 만들다.

‘둘러앉은 ○○’은 제대로 된 생산자를 찾고 농가가 시장에서 농산물을 판매하는 일 외에도 농가가 지속적으로 농산물을 생산할 수 있도록 끊임없이 함께하고 같이 문제를 찾고 해결하는 일을 하는 회사입니다. 농부의 땀과 노력으로 태어난 건강한 먹거리…



‘둘러앉은 ○○’은 그 탄생 과정을 전하고 싶었습니다. 직접 만나지 못하는 소비자와 농부 사이의 간극이 좁혀지길 바란 것이죠. 이런 노력들이 요즘 서서히 결실을 맺어서 생산자의 이야기를 들을 수 있는, 건강하고 정직한 먹거리를 찾는 사람들이 점점 늘어나고 있습니다.

—출처: 한국농어민신문(<http://www.agrinet.co.kr/news/articleView.html?idxno=118052>)

10

사회적기업의 유형과 사례



▣ 학습목표

사회적기업의 종류에 대하여 설명할 수 있다.

아름다운 가게

물건의 재사용과 순환, 국내외 소외계층 및 공익활동 지원, 시민의식 성장과 공동체 발전에 기여하는 아름다운 가게가 갖는 사회적 의의에는 어떤 것들이 있을까요?



Mission

(1) 아름다운 가게가 갖고 있는 장점에는 어떤 것들이 있을까요?

(2) 아름다운 가게의 제품 및 서비스 판매를 통해 얻을 수 있는 사회적 가치에는 어떤 것들이 있을까요?

1 일자리 제공형 사회적기업

기업의 주된 목적이 취약 계층에게 일자리를 제공하는 데 있다.

- 전체 근로자 중 취약 계층의 고용 비율이 50% 이상.
- 저소득자, 고령자, 장애인, 청년, 경력단절여성, 장기실업자, 새터민, 가정폭력 피해자, 한부모 자녀 등을 대상으로 함.

◆ ○○○아이팩 (새터민의 희망일터)

○○○아이팩의 근로자 대부분은 새터민(탈북자)이다. 새터민이 빈곤층으로 전락하지 않도록 돋기 위해 설립된 사회적기업으로 사회복지법인 ○○나눔재단이 ○○에너지와 협력하여 만들었다. 현재 거래처가 50여 곳이 넘는 활발한 작업 공장으로 새터민의 자립·자활에 기여하고 있다. 주요 사업으로는 박스 제조가 있다.



2 사회 서비스 제공형 사회적기업

기업의 주된 목적이 취약 계층에게 사회 서비스를 제공하는 데 있다.

- 전체 서비스 수혜자 중 취약 계층의 비율이 50% 이상.
- 사회 서비스: 개인 또는 사회 전체의 복지 증진 및 삶의 질 향상을 위해 사회적으로 제공되는 서비스.

◆ ○○케어 (지역의 돌봄 서비스를 책임지는 기업)

노인과 장애인의 이해와 요구를 우선 배려하면서도 직원의 근무 여건 개선을 위해 노력하는 조정자 역할을 수행하여 지역 사회 내 정직하고 질 좋은 사회 서비스를 제공하고 있다. 주요 사업으로는 요양기관, 복지 용구 사업, 장애인 활동 보조 지원 사업 등이 있다.



3 지역 사회 공헌형 사회적기업

기업의 주된 목적이 지역 사회에 공헌하는 데 있다.

- 지역의 인적·물적 자원을 활용, 지역 주민의 소득과 일자리를 창출.
- 지역의 빈곤, 소외, 범죄 등 사회 문제를 해결하는 유형.
- 사회적 목적을 우선적으로 추구하는 조직에 대하여 컨설팅·마케팅 자금 등을 지원하는 유형.

◆ ○○풀무나누미 영농조합법인 (지역 농업 공동체를 꿈꾸다)

○○학교와 친환경 농산물을 중심으로 형성해 온 흥동 지역의 많은 시설 기반과 인적 기반 등을 통해 친환경 농산물 소포장 및 도농 교류 사업을 추진하고 있다. 이를 통해 친환경 농산물의 품질을 높이고, 소비자의 만족도를 증진하는 한편, 농촌 여성 인력의 생산 가공 활동 참여를 통한 일자리 창출과 가정경제의 활성화를 도모하고, 도농 간의 교류를 통한 생산·소비자 공동체를 구현하였다.



4 혼합형 사회적기업

기업의 주된 목적에 취약 계층 일자리 제공과 사회 서비스 제공이 혼합되어 있다.

기업의 전체 근로자 중 취약 계층의 비율과 전체 서비스 수혜자 중 취약 계층의 비율이 각각 30% 이상이다.

◆ ○○도시락 (행복을 나누는 도시락)

○○도시락은 결식 이웃에게 무료 도시락을 만들어 배달하고 취약 계층에게는 조리와 배송 등의 과정에 참여하게 하여 일자리를 제공한다. 주요 사업으로는 결식 이웃 무료 급식, 도시락, 김치 등이 있다.



5 기타 사회적기업

- 사회적 목적의 실현 여부를 계량화하여 판단하기 곤란한 경우.
- 환경, 산림 보호, 불특정 대상 공연 등.

◆ ○○단 (버려진 것을 새롭게 살린다)

○○단은 혁신적인 공연, 창의 교육, 공동체 디자인 사업과 미디어아트 통합 브랜드 'dalog'로 사회 각 분야와 네트워킹을 통해 국내뿐 아니라 일본, 홍콩, 미국, 런던 등 글로벌 공동체를 만나며 삶의 활력을 디자인하는 문화 예술 기업이다. 주요 사업으로는 공연, 교육, 디자인, 네트워크 등이 있다.





사회적기업 사례 기사를 읽고 사회적기업의 성공 요인에 대해 생각해 보자.

사회적기업 ○○ 바이오, '공정다단계 유통회사 지○'과 동반 성장

○○ 바이오(주)는 비즈니스를 통해 사회 환경적 문제를 해결하고 사회에 긍정적인 영향을 끼치는 기업을 확대하기 위해 만들어진 'B Corp' 인증을 통해 기업의 사회 환경적 책임을 준수하며, 유해 화학제품으로 인한 사회문제 개선, 지역경제 낙후화에 따라 발생하는 사회적 약자들에게 안정된 일자리를 제공함으로써 경제적 자립 지원과 사회적기업 제품 품질 향상을 위한 연구개발 지원 등 사회적 선을 함께 추구하고 있다.

○○ 바이오는 이미 소비자들에게 신뢰받고 있는 친환경 세정제, 유아용 제품 '스노우베이비' 등을 비롯하여 체내 흡수율이 뛰어난 인삼 사포닌 건강식품 'CK밸런스H' 등을 생산하여 공정다단계 유통회사 지○(주)과 사회적기업 유통망을 통해 판매하고 있다. 제너럴바이오의 친환경 제품과 사회적기업들의 우수제품을 선별하여 판매하고 있는 지○은 전 세계적으로 급속히 변화하는 기업 환경에 대응하여 유통 선진화를 통해 고객의 행복한 삶을 만들어가기 위해 출자된 유통 전문 회사로 원료부터 완제품까지 소비자들에게 더 좋은 품질의 제품을 합리적인 가격에 제공하고 있다.



-출처: 헤럴드경제, 2015. 11.18.

(<http://news.heraldcorp.com/view.php?ud=20151118000936>)

1. 위 기사의 사례에서 알 수 있는 사회적기업의 성공 요인은 무엇인가?

2. 우리 모둠이 사회적기업을 만든다면, 어떤 분야의 사회적기업이 좋을지 의견을 모아보고, 그 이유를 적어 보자.

사회적기업의
유형

사회적기업의
유형 선택 이유

3. 모둠별로 정리한 사회적기업의 성공 요인에 대해 서로 비교해 보고, 사회적기업이 성공하기 위한 방안에 대해 토의해 보자.

11

협동조합의 이해



▣ 학습목표

- 1 협동조합의 개념을 설명할 수 있다.
- 2 협동조합의 유형을 설명할 수 있다.

협동이란 뭘까?

“Union is strength(단결이 힘이다).”라는 영어 속담이 있다. “뭉치면 살고 흩어지면 죽는다.”라는 우리나라 속담과도 일맥상통하는 내용이다. 혼자일 때보다 여럿이 모이면 더욱 큰 힘을 낼 수 있다는 것을 재미있게 풍자한 영상도 있다. 해변을 거닐던 바닷개들은 갈매기의 공격을 받게 되자 서로 뭉쳐 갈매기에 대응함으로써 위험에서 벗어나게 된다는 내용이다.



동영상 Union is strength(단결이 힘이다)



-출처: 동영상 링크 : <https://www.youtube.com/watch?v=KSQxYWExG50>

Mission

혼자서는 어렵지만 함께라면 해결할 수 있는 문제는 어떤 것들이 있을까요?

1 협동조합의 개념

협동조합은 사업을 이용하려는 사람들이 공동의 출자를 통해 조합원을 구성하고 구성된 조합원들이 필요한 사업을 수행하는 사업체이다. 조합원들은 필요에 따라 소비자, 생산자 또는 여러 분야의 다양한 사람들로 구성할 수 있다. 협동조합은 구성원의 특성과 사업 유형에 따라 여러 가지 형태로 구분된다.

2 협동조합의 목적

협동조합은 조합원 간의 상호 협력을 통해 민주적으로 운영(의사 결정 시 1인 1표)하는 것을 기본 원칙으로 조합원의 참여를 보장하며 구성원의 만족과 주인 의식을 높일 수 있다.

- 소비자: 원하는 맞춤형 물품(유기농 농산물 등), 서비스(의료, 돌봄, 보육 등)를 저렴하고 안정적으로 구매함으로써 편의 증가
- 생산자: 소비자조합 등과 연계하여 직거래 및 사전 계약 재배 등을 통해 안정적이고 높은 수익을 보장 받음
- 근로자: 협동조합 설립을 통해 고용 불안정 문제를 해결하고 임금 수준을 높임

이 밖에도 창업 활성화를 통한 일자리 확대, 유통 구조 개선을 통한 물가 안정, 경제 위기 시 경제 안정 효과 등의 경제적 효과와 취약 계층에게 일자리 및 사회 서비스를 제공하여 복지 시스템을 보완할 수 있고 ‘일을 통한 복지’에도 기여하는 사회적 효과를 기대할 수 있다.

협동조합기본법에서의 정의
협동조합이란 재화 또는 용역의 구매·생산·판매·제공 등을 협동으로 영위함으로써 조합원의 권익을 향상하고 지역 사회에 공헌하는 사업조직이다.

국제협동조합연맹(ICA)에서의 정의
공동으로 소유되고 민주적으로 운영되는 사업체를 통해 공통의 경제적, 사회적, 문화적 필요와 욕구를 충족시키고자 하는 사람들이 자발적으로 결성한 자율적인 조직



▲ 협동조합의 특징

3 협동조합의 유형

협동조합의 유형은 주된 조합원이 누구이고 이들의 어떤 필요를 충족시키기 위해 어떤 사업을 벌이는가에 따라 소비자 협동조합, 사업자 협동조합, 직원 협동조합, 다중 이해관계자 협동조합, 사회적 협동조합 등의 5가지로 나뉜다.

소비자 협동조합

- 소비자들이 소비생활의 필요를 충족하기 위해서 만든 재화를 구매하거나 서비스를 이용하는 사업을 벌이는 협동조합.
예) 한살림, FC바로셀로나 등



사업자 협동조합

- 사업자들이 자신의 사업을 더 잘 운영하기 위해서 공동 판매나 자재의 공동구매 그리고 그 밖의 공동 사업을 하기 위해 만든 협동조합(농어민들이 자신의 농어업을 더 잘하기 위해 만든 생산자 협동조합도 이에 속함).

예) 세탁소협동조합, 수제화협동조합 등



직원 협동조합

- 직원들이 안정적 일자리를 유지하기 위해 만든 협동조합.
예) 커피노동자협동조합, 한국유지보수협동조합 등



다중 이해관계자 협동조합

- 소비자(또는 구매 사업자), 직원, 자재 공급자(또는 생산자), 후원자 중 두 그룹 이상의 그룹이 함께 조합원이 되는 협동조합.
예) 이웃문화협동조합, 지구촌협동조합 등

사회적 협동조합

- 협동조합들이 조합원의 필요만이 아니라 공익적 목적에 더 우선순위를 두는 협동조합.
- 별도로 인가를 받아야 하며 기본적으로 다중 이해관계자 협동조합 성격을 가져야 한다.
- 사업의 40% 이상을 사회적 목적 수행을 위한 사업이 되게 해야 한다.

예) 의료사회적협동조합, 돌봄협동조합 등





모둠원을 구성하여 모둠별로 협동조합을 선택하여 설립 내용에 대하여 토론해 보자.

모둠 구성하기	모둠원:
협동조합 유형 선택하기	소비자 협동조합, 사업자 협동조합, 직원 협동조합, 다중 이해관계자 협동조합, 사회적 협동조합 등
협동조합 유형을 선택한 이유는?	<ul style="list-style-type: none"> - - - -
협동조합 이름짓기	
협동조합 이름의 의미는?	<ul style="list-style-type: none"> - -
협동조합 사업 아이템 정하기	우리 모둠은 어떤 사업을 할 것인가? <ul style="list-style-type: none"> - - -
우리가 만든 협동조합은 우리 이웃에 어떤 기여를 할 수 있는가?	<ul style="list-style-type: none"> - - -

12

협동조합의 특징



▣ 학습목표 협동조합의 특징을 알고 설명할 수 있다.

협동조합이 새로운 미래다

최근의 우리 사회는 개개인이 혼자서는 해결하기 어렵고 다른 사람과 같이 하지 않으면 해결 할 수 없는 여러 가지 문제들이 있다. 이러한 문제를 해결하기 위한 여러 방안 중에서 지역 경제 활성화를 위해 새롭게 주목받고 있는 것이 바로 협동조합이다.



동영상 링크_ <https://www.youtube.com/watch?v=Nj9-h4qbngo>



Mission

오늘날 협동조합이 주목 받고 있는 이유는 무엇일까요?

1 협동조합과 일반기업의 차이점

협동조합은 사업을 수행하기 위한 조직이지만 그 목적과 조직을 운영하는 방식이 일반적인 영리를 추구하는 사업 조직과는 차이가 있다.

1인 기업을 포함한 대부분의 일반적인 기업은 기업체 대표를 중심으로 의사 결정을 하게 된다. 그러나 협동조합은 여러 명의 조합원이 의사 결정 과정에서 1인 1표의 동등한 결정권을 가진다.

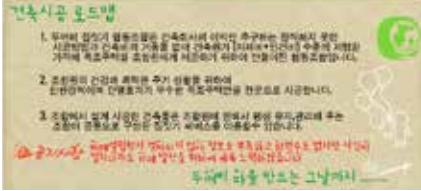
일반 기업의 목적은 경제적인 수익 창출이지만 협동조합은 수익을 추구하기 이전에 조합원이 필요로 하는 상품이나 서비스에 대한 필요를 충족시키는 것을 가장 중요한 목적으로 한다.

협동조합은 조합원들이 자신들이 원하는 바를 실현하기 위해 자발적으로 조합 운영에 참여하고 공동으로 소유하며, 민주적으로 운영한다. 따라서 경쟁보다는 협동, 개인의 이익보다는 공동의 이익을 추구하는 대표적인 사회적경제의 조직 유형이다.

주식회사

주식의 발행을 통하여 여러 사람으로부터 자본을 조달받는 회사로서 주주는 자신이 출자한 자본에 대한 책임을 부담하는 유한책임을 지며 자본과 경영이 분리되는 회사의 대표적인 형태이다.

▼ 협동조합과 주식회사의 차이점

구 분	협동조합	주식회사
최우선 가치	조합원 실익 증진	이윤 극대화
운영 방식	1인 1표	1주 1표
소유 방식	조합원 소유 (독점 소유 불가)	투자자 소유 (독점 소유 가능)
설립 인가	신고제	신고제
특징	공동 출자, 공동 소유, 이익 공유, 다수 참여, 영리 사업 가능	높은 이윤을 기대할 수 없는 사업에 대해서는 투자 의욕이 낮음.
사례	 	

2 협동조합의 7원칙

협동조합은 수많은 시행착오를 겪으면서 발전해 왔다. 그 과정에서 문제점들을 수정·보완하면서 보다 원활한 운영을 위한 협동조합의 원칙이 자발적으로 만들어졌다. 협동조합 7원칙은 조합원들에 의해 만들어진 다양한 원칙들을 국제협동조합연맹(ICA)이 정리한 것이다. 이 원칙은 전 세계적으로 가장 널리 적용되고 있다.

▼ 협동조합 7원칙

1 자발적이고 개방적인 조합원 제도

- 협동조합은 자발적이며, 모든 사람들에게 성(性)적·사회적·인종적·정치적·종교적 차별 없이 열려 있는 조직이다.

2 조합원에 의한 민주적 관리

- 조합원들은 정책 수립과 의사 결정에 활발하게 참여하고 선출된 임원들은 조합원에게 책임을 갖고 봉사한다.
- 조합원마다 동등한 투표권(1인 1표)을 가진다.
- 협동조합연합회도 민주적인 방식으로 조직·운영된다.

3 조합원의 경제적 참여

- 협동조합의 자본은 공정하게 조성되고 민주적으로 통제된다.
- 자본금의 일부는 조합의 공동 재산이며, 출자 배당이 있는 경우에 조합원은 출자액에 따라 제한된 배당금을 받는다.
- 잉여금은 ① 협동조합의 발전을 위해 일부는 배당하지 않고 유보금으로 적립, ② 사업 이용 실적에 비례한 편익 제공, ③ 여타 협동조합 활동 지원 등에 배분한다.

4 자율과 독립

- 협동조합이 다른 조직과 약정을 맺거나 외부에서 자본을 조달할 때 조합원에 의한 민주적 관리가 보장된다.
- 협동조합의 자율성이 유지되어야 한다.

5 교육, 훈련 및 정보 제공

- 조합원, 선출된 임원, 경영자, 직원들에게 교육과 훈련을 제공한다.
- 젊은 세대와 여론 지도층에게 협동의 본질과 장점에 대한 정보를 제공한다.

6 협동조합 간의 협동

- 국내외에서 공동으로 협력 사업을 전개함으로써 협동조합 운동의 힘을 강화시키고, 조합원에게 효과적으로 봉사한다.

7 지역 사회에 대한 기여

- 조합원의 동의를 토대로 조합이 속한 지역 사회의 지속 가능한 발전을 위해 노력한다.



‘로치데일’ 동영상을 보고 사람들이 왜 협동조합을 조직하여 함께하려고 하는지 생각해 보자.



– 출처: https://www.youtube.com/watch?v=V_KOvBBPZ5Y

- 1844년 로치데일 지역의 주요 산업은?
- 1844년 로치데일 지역의 노동 환경은 어떠했나요?
- 하루 노동시간은?
- 처음 노동을 시작한 나이는 몇 살인가요?
- 로치데일 협동조합이 만들어지게 된 계기는 무엇이었나요?

- 로치데일 협동조합의 첫 사업은 무엇이었나요?

- 로치데일 협동조합의 1인당 매회 지불한 출자금은 얼마였나요?

- 로치데일 협동조합원들이 스스로 만든 규칙들은 무엇이었을까요?

*영국의 로치데일 협동조합이 오늘날의 산업 현장에 미친 영향은 어떤 것이 있는지 토론해 보자.

(노동 환경의 개선, 노동자의 인권 보호, 공정한 임금 체계 등)



학교 매점 협동조합 1호 구로구 Y중학교 가 보니



서울 구로구 Y중학교 매점 '여물점'은 특별하다. 이곳에서는 친환경 재료로 만든 먹을거리만 판다. 우리밀 70%로 만든 링 모양 과자, 한우가 함유된 라면 과자, 유기농 설탕과 국내산 양파로 만든 양파 베이글, 국내산 과일로 만든 주스 등 간식의 격이 다르다.

올가나 초록마을, 해가온 등 친환경 전문매장이나 마트·백화점의 친환경 코너에서나 만날 수 있는 품목들만 취급 한다. 가격은 시중보다 30% 정도 싸다. 학생들의 주머니

사정을 감안해 지역 생활협동조합에서 특별가로 제공한다.

지난 5월 20일 여물점을 찾아갔다. 여물점 앞 벤치에서 관계자들을 만났다.

여물점에서 만난 Y중학교 학생들은 “우리 학교 매점 짱!” 하며 엄지손가락을 치켜세웠다. “특히 엄마가 좋 아하세요”라고 했다. 여물점은 7개월 전에 문을 열었다. 친환경 매점으로 바뀌기 전, Y중학교도 어느 학교 와 마찬가지로 브랜드 인지도 없는 싸구려 음식을 팔았다.

500 ~ 600원짜리 튀김과자, 1000원짜리 햄버거와 피자가 주요 메뉴였다. 친환경 먹을거리에 대한 학생들의 맛 평가는 어떨까. “밋밋하다”는 게 중평이었다. 박○○ 학생(3년)은 “예전보다 안 짜고 안 달다”, 조○○ 학생(3년)은 “처음에는 맛이 없었는데 자꾸 먹다 보니 익숙해졌다”라고 말했다. 김○○(1년) · 김○○ 학생(3년) 자매는 “먹으면서 웬지 순해지는 느낌”이라고 했다.

여물점은 ‘여유롭고 물 좋은 매점’이라는 뜻으로 공모를 통해 지었다. 나무 재질로 만든 은은한 색감의 매점 인테리어는 학부모들의 재능기부를 통해 완성됐다. 후줄근하고 쇠창살이 보이던 기존 매점과는 딴판이다. 여물점은 사회적 협동조합을 표방한 친환경 학교 매점 1호다. 운영 주체는 학부모들로, 자리가 잡히기까지 처음 3개월 동안 학부모들의 자원봉사로 운영됐다.

여물점의 판매 수익은 학생들을 위해 사용된다. 학교 발전기금으로 기탁해 장학금이나 복지기금으로 쓰인다고 한다. 홍○○ 이사는 “여물점은 다른 학교의 매점과 운영 목적이 다르다. 영리 추구가 목적이 아니다. 바람직한 먹을거리 제공과 학생들의 복지 증진이 목적”이라고 말했다.

—출처: 주간조선, chosun.com, 2013.05.27. 김민희 기자

(http://news.chosun.com/site/data/html_dir/2013/05/26/2013052600901.html)



○○ 제과점 협동조합

○○ 제과점 협동조합은 울산 지역 10개의 영세 제과점이 모여 결성했으며, 지역 먹을거리를 이용한 제품을 개발하여 동네 빵집의 활로를 모색하고 있다.

Q1. 반갑습니다. 제과점 사장님들의 모임은 오래전부터 시작된 걸로 알고 있는데, 협동조합 설립 과정에 대해 말씀해 주세요.

저희 협동조합은 'BCP(제과 제빵 기술자들의 모임)'에서 처음 출발했습니다.

1997년부터 연령대가 비슷한 울산의 제과 기술자들끼리 모였는데 처음엔 제과 기술 교류와 자원봉사 활동을 했어요. 지금도 메아리 복지원에 매달 세 번씩 돌아가면서 봉사하러 가는데요. 우리는 빵을 만들 줄 아니까 청각장애인 친구들과 함께 빵을 만드는 활동을 하는 거죠. 그리고 각자 매장 운영을 위해서 정보 교류도 했는데 한 15년 정도 계속 해 오니까 자연스럽게 가까워졌어요. 그러다가 몇 해 전부터 협동조합에 대한 교육을 받으면서 앞으로는 비전 있는 사업이 되겠다고 생각을 했어요. 대기업과 메이저급 중소기업들도 제과점 진출을 많이 하다보니까 아무래도 인력난에 많이 시달립니다. 그런 상황에서 각자 돌파구를 찾아보려고 했는데 협동조합이 좋은 계기가 된 것 같아요.

Q2. 전국 상황이 비슷하겠지만 울산의 경우 대기업과의 경쟁이 어느 정도인가요?

울산제과협회에 등록되어 있는 제과점 숫자가 120개가 채 안 됩니다. 불과 5년 전만 해도 200개가 넘었어요. 이렇게 줄어든 가장 큰 이유는 프랜차이즈 빵집 때문이죠. 개인 제과점을 운영하는 사람들은 자본도 없고 사실 이 일밖에 모르는 사람들입니다. 그나마 120여개 제과점은 어느 정도 경쟁력을 가지고 살아남은 곳이에요.

프랜차이즈에 대한 규제가 올해 풀린다고 하는데 다시 5년 전처럼 돌아갈 것 같은 느낌입니다. 상생을 근거로 거리 제한과 같은 규제들이 풀린다고 하더라고요. 2년 전부터 동네 빵집의 500미터 주변에는 프랜차이즈가 못 들어왔어요.

-출처: 협동조합 홈페이지(<http://www.coop.go.kr/COOP/introduce/dmstcCase2.do>)

❖ 위 사례에서처럼 제과점 업주들이 공동 작업장 및 공동 판매장을 통해 활동하면 어떤 이로운 점이 있을까?



13

마을기업의 이해



▣ 학습목표

- 1 마을기업의 의미를 설명할 수 있다.
- 2 마을기업의 유형을 설명할 수 있다.

내가 알고 있는 마을기업은 어떤 것들이 있을까요?

각 행정구역마다 다양한 형태의 마을기업이 운영되고 있다. 마을이 가지고 있는 여러 가지 문제들을 주민들이 직접 참여하여 해결하고 주민들 스스로가 마을을 발전시킬 수 있도록 마을기업을 지원하고 있다.



Mission

우리 마을에서 운영되는 마을기업은 어떤 것들이 있을까요?

1

마을기업의 의미

마을기업이란 정부가 추진하고 주민이 참여하여 지역의 문제와 과제를 해결 할 수 있도록 사업을 추진하는 마을 단위의 기업이다. 마을기업은 주민이 주도 적으로 지역의 각종 자원을 활용한 수익 사업을 만들어 내고 이를 통해 지역공 동체를 활성화하고, 지역 주민에게 소득을 창출하고 일자리를 제공하는 등 지역 발전에 기여한다.

마을기업은 기본적으로 협동조합의 성격을 띠고 있기 때문에 마을기업과 협동조합을 명확하게 구분하기는 어렵다. 그러나 마을기업은 지역별 특성, 주민 공동체의 요구에 기반하고 있다는 점에서 일반적인 협동조합과는 차이가 있다.

마을기업의 운영에는 다음과 같은 구성 요소가 충족되어야 한다.

지역성

주체의 구성은 지역 주민이며 지역의 자원에 기반을 둔다.

공동체의 요구에 기반

지역 사회의 문제 해결, 수요 공급의 조절 등 지역 공동체의 요구에 기반을 둔다.

운영 정체성

지역 주민의 자발적 참여와 운영 방식의 민주성, 분배의 공정성에 기반을 둔다.

지속 가능성

운영의 과정에서 지역 사회 문제 해결, 일자리 창출, 지역 산업의 발전, 지역 지원의 순환을 통해 지속가능성이 있어야 한다.

활성화 방안

이윤 추구보다 사람과 지역 공동체 사업에 대한 지원, 정부의 지역 지원 활성화와 기회의 불균형 해결을 지원한다.

생존 전략

지역 공동체가 가지고 있는 우호적인 관계망을 기반으로 지역 소상공인들과 긴밀한 이해 관계를 통해 지속적인 수익 창출 구조를 형성해야 한다.

2 마을기업의 유형

마을기업의 유형은 목적과 수단에 따라 여러 가지의 형태로 존재한다. 예를 들어 지역 특산품·자연자원 활용 사업, 전통시장·상가 활성화 사업, 공공 부문 위탁 사업, 자원 재활용 사업, 녹색 에너지 실천 사업, 기술기반형 마을기업 육성 사업 등으로 나누어 볼 수 있다.

지역특산품
자연자원
활용사업

지역 관광, 농촌 체험, 전통 공예 등 지역 자원 및 특화 브랜드를 개발 및 홍보하는 사업.



전통
시장·상가
활성화사업

침체되어 있는 구도심 혹은 전통시장 상가의 수익 사업을 개발하여 지역 상권을 복원하고 일자리를 창출하는 사업.



공공 부문
위탁사업

지역 축제, 공원 관리, 주민자치센터 프로그램, 학교 급식 등 의 사업이 지역 주민의 주도로 이루어지는 사업.



자원 재활용
사업

음식 쓰레기, 헌 옷, 폐금속, 폐식용유 또는 각종 중고 물품 등을 재활용하는 친환경 녹색 사업.



녹색 에너지
실천사업

자연 생태 관광이나 자전거 이용 활성화 등을 통하여 저탄 소 녹색 성장을 생활 속에서 실천할 수 있는 사업.



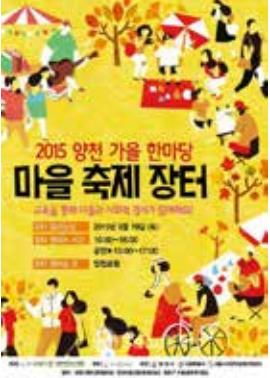
기술기반형
마을기업
육성 사업

지역 내 전통 기술 및 고부가가치 기술을 가진 인적자원을 활용한 사업.





우리 동네 마을기업을 방문하여 인터뷰를 하고 모둠별로 홍보물을 만들어 보자.

모둠 구성 하기	<p>마을기업 홍보를 위한 모둠 구성</p> <p>팀 장: 리포터:</p> <p>작 가: 디자이너:</p> <p>홍보 사원(발표자):</p>
마을기업 선정하기	<p>마을기업명:</p> <p>마을기업 대표자:</p> <p>주요 사업 내용:</p>
마을기업 인터뷰	<p>인터뷰 내용</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 마을기업 설립 동기 2. 마을기업의 목표 3. 마을기업의 주요 고객 4. 마을기업의 운영상의 어려운 점 5. 발전 전망
홍보물 만들기	<p>포스터 만들기</p> 
홍보 활동하기	<p>발표자가 마을기업의 홍보 사원이 되어 제작한 홍보물을 가지고 다른 모둠 구성원들을 대상으로 마을기업을 홍보한다.</p>



서울시는 올해 안으로 50개의 '일자리 카페'를 마련한다. 스터디 룸, 정보 검색대 등을 갖추고 면접용 정장 대여, 메이크업·헤어서비스 등의 서비스도 제공하는 공간이다. 동주민센터, 마을 카페 등에 주로 조성되며 2020년에는 300개까지 늘어난다고 발표했다.

이와 같은 일자리 창출 외에도 다양한 목적으로 서울시에 등록되어 있는 마을기업은 114개이다. 이들은 교육, 돌봄, 먹거리, 문화 예술, 서비스, 자원 순환, 제조, 카페 등의 다양한 분야에서 사업 중이다. 이러한 마을기업은 지역 경제 활성화뿐만 아니라 지역 주민들이 공유하고 있는 문제 해결에 있어서도 매우 중요한 역할을 하고 있다.



-출처: 2015 서울시 마을기업 백서

(<http://www.hankookilbo.com/v/d4277fdd5053405cb8fd99dc0ddc73cd>)

14



마을기업의 특징

▣ 학습목표

마을기업의 특징을 설명할 수 있다.

마을기업이 뜨고 있습니다.

전국적으로 지역 사회의 활성화를 위해서 마을기업이 뜨고 있다. 마을기업은 새로운 일자리를 창출하고 지역 주민의 소득을 높여 삶의 질을 향상시키고 있다.



동영상_ 마을기업이 뜬다.



-출처: <https://www.youtube.com/watch?v=ahJzy3aHkmw>

Mission

지역 사회의 문제를 해결하고 일자리 창출에 기여하는 마을기업의 특징은 무엇이 있을까요?

1 마을기업의 특징



마을기업은 마을공동체에 기반을 두고 주민의 자발적인 참여와 협동적 관계망에 기초해 운영되는 사회적경제 조직 유형이다.

마을기업은 반드시 마을에서 필요로 하는 문제나 해결 과제를 다루어야 한다. 또 사업 초기에는 정부의 지원을 받지만 안정화 이후에는 마을기업 스스로 자립할 수 있어야 한다. 그리고 사회적 가치의 실현과 공공의 이익을 지향해야 한다.

마을기업의 구성

- 마을
- 마을 주민
- 지역의 각종 자원

마을 필연성



자립 가능성



공공성



- 마을의 필요와 문제 해결을 목적으로 하는가?
- 지역 주민 및 단체와 협동적 관계망이 있는가?
- 지역의 정체성과 관련이 있는가?
- 협동조합적 운영 원리를 적용하고 있는가?
- 조합원 구성과 출자금 등 자립 기반이 있는가?
- 이용과 판매 등 사업체로서 수익 구조를 갖추었는가?
- 제품 및 서비스의 공익적 가치가 있는가?
- 지역 사회에 대한 공헌 내용은 어떠한가?

2 마을기업의 요건

마을기업이 되려면 다음과 같은 요건을 갖추어야 한다.

▼ 마을기업의 요건

구 분	세 부 내 용
마을기업 추진 주체의 지역 공동체성	<ul style="list-style-type: none">- 협동조합의 형태로서 최소 5인 이상의 지역 주민 참여- 출자자의 구성은 지역 주민이 70% 이상이어야 함.- 특정 1인과 그 특수 관계인 지분의 합이 50% 이상을 넘지 않아야 함.
마을기업의 지역성	<ul style="list-style-type: none">- 마을기업은 지역 사회 자원을 활용한 사업을 통해 수익을 창출- 수익 사업이 지역 상권과 충돌해서는 안 됨.- 고용 인력의 70% 이상 해당 지역 주민을 고용
마을기업의 공익성	<ul style="list-style-type: none">- 현행법을 준수해야 함.- 지역 주민의 분란을 조성하는 등 해당 지역 공동체를 해쳐서는 안 됨.- 마을기업 명의로 특정 정당 또는 후보를 공공연히 지지해서는 안 됨.



모둠을 구성하여 마을기업 사업 분야를 선정하고 마을기업을 설립해 보자.

모둠 구성하기	모둠원:
마을기업 사업 분야 조사하기	<p>다음 사항을 고려하여 사업 분야를 선정한다.</p> <ul style="list-style-type: none"> 지역에서 필요로 하는 문제나 해결을 요하는 문제는 무엇일까? 사회적 가치를 실현하고 공공의 이익을 만들어 낼 수 있는 서비스는 무엇일까? 마을에서 기업을 만들면 경제적으로 자립할 수 있을까? 지역 주민들이 얼마나 많이 참여할 수 있을까? 지역 자원을 활용할 수 있는 방법은 없을까? 지역의 상인들과 충돌하지 않는 수익 사업은 무엇일까?
마을기업 사업 분야 선택하기	교육, 돌봄, 먹거리, 문화 예술, 서비스, 자원 순환, 제조, 카페 등
마을기업 사업 품목	<p>사업 품목의 예)</p> <pre> graph TD A((먹거리 21개 기업)) --- B[유기농] A --- C[도시락] A --- D[밀반찬] A --- E[마을 밥집] A --- F[간식] A --- G[전통 시장] </pre>
마을기업 이름 짓기	
마을기업 홍보 방법 찾아보기	<p>우리 모둠이 마을기업을 홍보할 수 있는 방법으로 어떤 것들이 있을까?</p> <p>예 SNS에 마을기업 카페 만들고 회원 모집하기</p> <p>-</p> <p>-</p> <p>-</p>
우리가 만든 마을기업은 우리 마을에 어떤 기여를 할 수 있는가?	<p>-</p> <p>-</p> <p>-</p>



1. 협동조합성북○○

협동조합성북○○는 지역을 신나게 하는 작은 연 구소로서, 정릉동 지역 재생과 건강한 청년 일자리 생태계 조성을 위해 기획, 연구, 교육, 디자인 등의 다양한 활동을 하는 마을기업이다. 성북문화재단에 서 청년 인턴을 해 왔던 친구들과 성북 지역에서 활 동하고 있던 청년들이 모였으며, 2014년 마을기업 으로 선정되었다.



협동조합성북○○에서는 다양한 일들을 진행하고 있다. 먼저 지역 자원과 성북의 특성을 활용하여 지역밀착형 문화 기획과 연구를 진행하고, 출판이나 디자인 등의 문화 콘텐츠 제작도 함께 하고 있다. 이러한 일들은 일상적으로 진행 중이고, 성북○○의 정체성을 기반으로 한 사업은 마을 여행, 마을 학교, 마을 매체라고 할 수 있다.

성북○○는 정릉동을 기반으로 하는 마을기업이기 때문에 대부분의 사업을 정릉동을 바탕으로 만들어 가고 있다. 먼저, 마을학교는 마을에서 배운다는 관점으로 주민과 함께하는 교육 프로그램을 운영하는 활동이다. 지역의 청소년들과 동네 안에서 잘 노는 법에 대해 이야기하기도 하고, 주민이 참여하는 마을 민주주의 워크숍을 진행하기도 한다.

2. 어슬렁○○○ 마을기업

여성들의 경제적 자립은 매우 중요한 문제이다. 혼자서 삶을 꾸려가는 일은 정서적으로도 힘들지만, 경제적으로도 쉬운 일이 아니다. 그런 이유에서 ○○○ 협동조합은 여성 1인 가구의 경제적 자립을 지원하고자 시

작되었다. ○○○ 협동조합에서 운영하는 어슬렁○○○은 건강한 마실거리와 먹거리를 추구하는 카페 겸 식당 공간이다. 또 여성 1인 가구들을 포함한 세대별 여성들이 참여할 수 있는 글쓰기, 아카데미, 드로잉 등 다양한 성장 프로그램이 진행되고 있으며, 심리 검사와 상담도 가능하다.



3. 이야기가 있는 ○○○

이야기가 있는 ○○○은 □□복지관의 발달 장애 자녀 부모 모임으로 시작되었다. 성인 발달 장애 자녀들의 돌봄 지원 문제, 외벌이 부모들의 경제적 어려움 등의 문제를 공유하며, 부모와 자녀가 함께 마을에서 일하고 배우는 마을기업을 준비하였다. 마을에서 장애인과 비장애인이 함께하는 마을 카페이다.



□□종합사회복지관은 발달 장애 아이들이 학교를 졸업한 후에 취업할 곳이 없다는 현실에 아이들의 직업과 엄마들의 일을 만들어 보자는 의미로 시작되었다. 그 과정에서 카페와 내프킨 공예 공방을 구상하여 카페 운영을 주요 사업으로 하고 카페 공간의 일부는 공방으로 활용 중이다.

4. 건강한 ○○협동조합

건강한○○협동조합은 금천구의 친환경 주말농장, 도시농업지도사 교육을 수료했던 주민들이 모여 결정한 마을기업이다. 도시 농업을 통하여 농업의 가치를 지역 주민에게 알리고자 노력하고 있으며, 나눔 텃밭 보급, 자원 재활용 텃밭 보급과 토종 종자 보급 등의 활동을 통하여 지역 사회와 소통하고 있다.



건강한○○는 주로 배드 텃밭과 재활용 텃밭 상품을 판매하고 텃밭 경작 관리도 하고 있다. 도시의 자투리 공간에 텃밭을 조성해 주고 이후 경작에 필요한 농자재도 공급하고 있다. 목공소 시설과 전문 인력을 갖추고 있어 어떠한 공간이라도 그곳에 맞게 텃밭을 설계하고 설치할 수 있다. 또 조합원들이 모두 도시농업지도사, 도시농업전문가 과정을 이수하고 오랫동안 도시 농업을 함께한 사람들이기 때문에 성인 강좌부터 학교나 어린이집 등에서 생태 텃밭 교육을 진행하고 주말 농사 체험 프로그램도 진행하고 있다.



—출처: 서울시 마을기업 1056일의 기록, 2015 서울시 마을기업 백서 2015. 8. 19. 서울특별시 사회적경제과

15

자활기업의 이해



▣ 학습목표

- 1 자활기업의 의미와 범위를 설명할 수 있다.
- 2 자활 사업의 성격과 자활 근로 사업을 설명할 수 있다.

우리보다 어려운 이웃들에게 자립의 기회를 만들어 주는 자활기업!

우리 주위에 있는 어렵고 힘든 이웃들이 현재의 어려움을 극복하고 미래의 행복을 위해서 새로운 기술을 습득하고, 그 기술로 일할 수 있도록 기회를 만들어 주는 기업이 지역에 있는 자활 기업이다.



동영상_ 자활기업으로 인생 2막 도전



-출처: 서울경기케이블 TV뉴스, 2016. 3. 3.(<https://www.youtube.com/watch?v=z68wSz0vDM8>)

Mission

- (1) 자활기업이 필요한 이유는 무엇일까요?
- (2) 자활기업은 어떤 과정을 거쳐서 탄생하게 되었을까요?

1

자활기업

1

자활과 자활기업의 의미

자활이란 ‘제 힘으로 살아감’이란 의미를 가진다. 특히 사회 정책으로서의 자활은 실직 상태에 있거나 극히 불안정한 생계 수단을 가진 사람들에게 취업 또는 창업 기회를 제공하여 노동을 통한 자립으로 이어지도록 하는 과정을 의미한다.

자활기업은 근로 의욕이 있는 취약 계층이나 저소득층의 사람들이 서로 협력하여 조합이나 공동 사업자를 만들어 빈곤을 벗어나 경제적으로 독립하기 위해 자활 사업을 운영하는 기업이다. 2012년 국민기초생활보장법이 개정됨에 따라 ‘자활 공동체’를 ‘자활기업’으로 명칭을 변경하고, 설립 요건을 2인 이상의 사업자에서 1인 이상의 사업자로 완화하였다.

2

자활기업의 범위

- 1인 이상의 수급자 또는 저소득층이 상호 협력하여, 조합 또는 공동사업자의 형태로 빈곤 탈출을 위해 자활 사업을 운영하는 업체
- 국민기초생활보장법에 의한 자활기업 요건을 갖추고 보장기관으로부터 인정을 받은 인정 자활기업

자활 사업으로 시작된 기업 중에서 예비사회적기업, 사회적기업, 협동조합으로 전환한 기업들이 많고 때로는 이렇게 자활 사업에 뿌리를 둔 기업을 모두 자활기업으로 부르기도 한다.

3

자활 사업의 성격

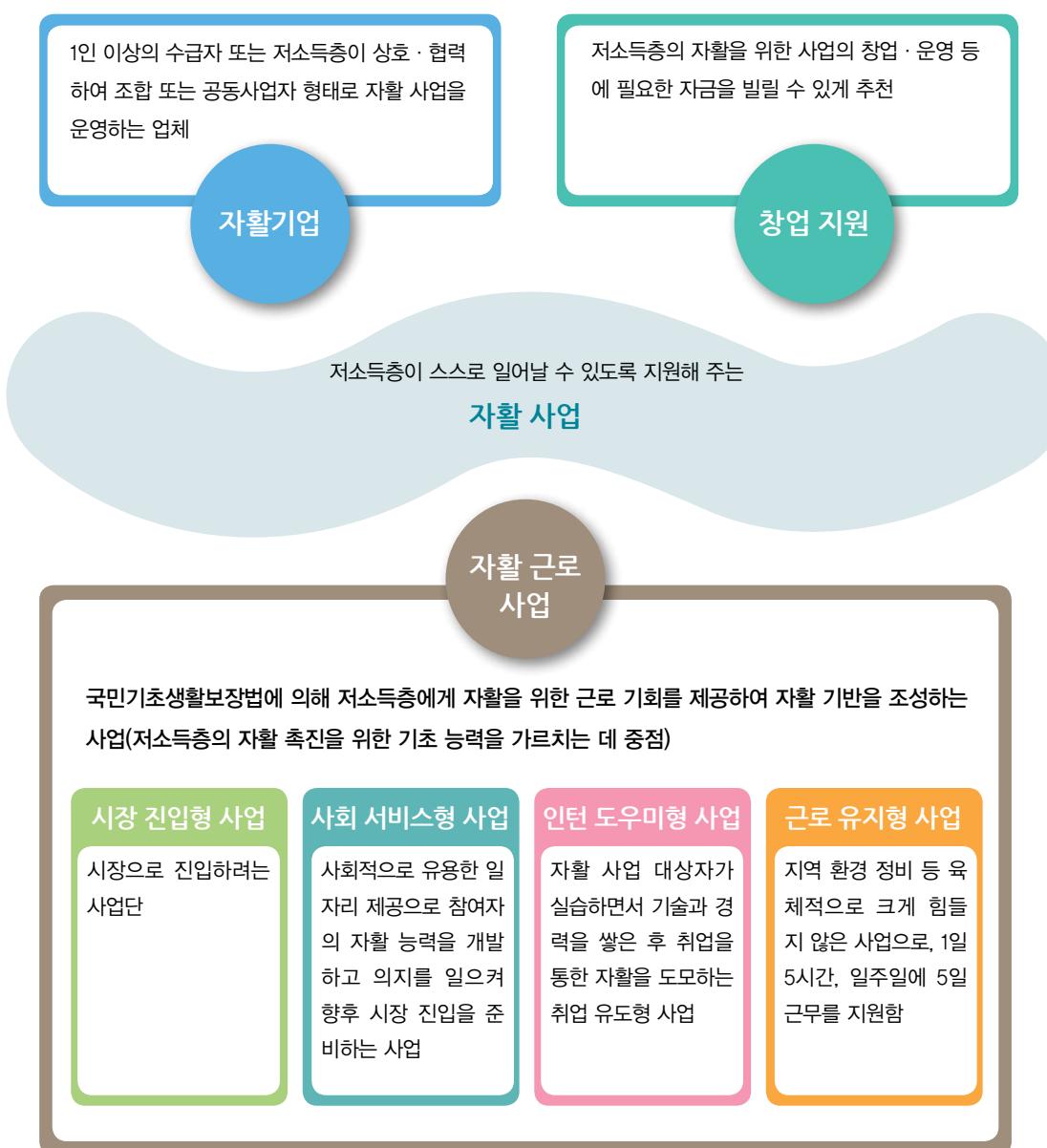
사회 · 경제적 활동에 어려움을 겪고 있는 저소득 이웃들과 함께 건강한 일자리를 만들고 그들이 스스로 살아갈 힘을 만들어 주기 위해 일정한 사업을 지원한다. 이는 지역 사회뿐만 아니라 주민과 함께 지역 내 도움이 필요한 사람에게 다양한 욕구를 충족시켜 소외 계층과 지역 주민이 더불어 살아갈 수 있도록 기회를 제공하는 것이다.

4 자활 근로 사업

자활 근로 사업은 국민기초생활보장법에 의해 저소득층에게 자활을 위한 근로의 기회를 제공하여 자활 기반을 조성하는 사업이다. 자활 근로 사업은 기존의 공공 근로 사업처럼 한시적인 일자리 제공이 아니라 저소득층의 자활 촉진을 위해 자활기업 창업 등을 위한 기초 능력 배양에 중점을 두고 있고 지속적인 일자리를 연계하는 사업이다.

자활 근로 사업은 주로 간병·집수리·청소·폐자원 재활용·음식물 재활용 사업을 5대 전국 표준화 사업으로 중점 추진하되 영농·도시락·세차·환경 정비 등 지역 실정에 맞는 특화된 사업을 적극 개발하여 추진하고 있다.

예를 들면, 정부 양곡 배송 사업, 영양 플러스, 장애 통합 교육 보조원, 사회 취약 계층 주택 개보수 사업, 저소득층 에너지 효율 개선 사업 등이 있다.



〈그림〉 자활 사업의 종류



- 서울시 성북구 자전거 재활용 사업단 ‘달리미’

- 사업단 유형 : 사회 서비스 일자리형

- 주요 사업

- 자전거 재생 및 기증 사업

성북구 및 인근 지역에 방치된 자전거를 수거하거나 기증된 자전거를 재생하여, 저소득층 주민, 복지관 및 지역아동센터 등 복지기관에 기증한다.

- 자전거 이동 수리 사업

동 주민센터, 아파트 및 자전거가 많이 필요한 곳을 직접 방문하여 수리 서비스를 제공한다.

- 자전거 전문 인력 양성 및 자전거 기초 강습

저소득층 및 재활을 꿈꾸는 사람들을 대상으로 자전거 정비 교육 일반 과정(생활자전거), 고급 과정(산악 자전거)을 통해 전문 인력을 양성하고, 자전거 이용 활성화를 위한 자전거 기초 강습을 실시한다.



—출처: 보도뉴스(http://www.bodonews.com/sub_read.html?uid=27532)



희망키움통장[Ⅰ]과 희망키움통장[Ⅱ]의 차이는 무엇인지 적어 보자.

희망키움통장[Ⅰ] 사업이란?

저소득층이 모든 마련을 통해 빈곤에서 벗어날 수 있도록 기회를 주는 적극적인 복지 정책 중 하나이다. 자활을 꿈꾸는 대상자가 근로 활동을 하면서 번 돈으로 매월 10만 원씩 36개월 동안 저축을 할 경우, 정부가 매월 30만원씩, 상황에 따라서는 최대 57만원까지 추가로 금액을 보태서 저축을 해 주는 사업이다. 만약 36개월 이내 수급자 대상에서 벗어날 경우 적립금을 전액 지급한다.



2015년 1월 1일 기준

희망키움통장[Ⅱ]는 근로빈곤층이 다시 기초수급자가 되지 않도록 방지하고, 자립을 향한 꿈을 키워갈 수 있도록 하는 복지 사업이다. 소득 인정액이 기준 중위소득 50% 이하인 주거·교육급여 수급자 및 차상위 계층이 매월 10만 원 저축을 유지하고, 3년간 통장을 유지할 경우 근로소득 장려금을 지원한다.

특징: 근로소득 장려금(정부지원금)

매월 본인 저축 납입자에 한하여 가입 요건을 충족하는 경우 본인 저축액에 1:1로 근로소득 장려금을 적립한다.

목적의 차이

지원금의 차이



자활기업 명칭	
자활기업 유형	
자활기업의 활동 사례	
새로운 자활 사업 찾아보기	

16

공정무역의 이해



▣ 학습목표

공정무역의 개념에 대하여 설명할 수 있다.

축구공으로 본 공정무역 경제학

공정한 무역을 통해 정당한 대가를 생산자에게 지불하는 공정무역이 세계적으로 주목 받고 있다. 일부 글로벌 대기업이 개발도상국들의 노동자들에게 낮은 임금으로 노동력을 착취하고 있다는 비판이 일면서 생산자에게 공정한 가격을 지불한 공정무역 상품을 소비하자는 움직임이 전 세계적으로 퍼지고 있다.



– 출처: EBS 지식채널e, 2006. 7. 3.
(<https://www.youtube.com/watch?v=bR-71exq6rQ>)

Mission

우리가 일상생활에서 사용하고 있는 상품들 중에 공정무역을 통한 상품에는 어떠한 것들이 있을까요?
생산자와 소비자 입장에서 어떠한 이득이 있을까요?

1 공정무역의 시작

공정무역은 선진국과 개발도상국 간의 불공정한 무역으로 발생하는 구조적인 빈곤 문제를 해결해 나가려는 국제사회의 시민운동이다. 공정무역은 1940년대 미국의 시민단체 주도로 시작하여 1950년대 후반 영국의 비정부조직인 옥스팜에서 본격적으로 시작되었다. 이후 네덜란드를 비롯한 유럽의 여러 국가에서 시민운동의 일환으로 공정무역 조직과 단체를 만들었다. 이 단체들은 대부분 아시아, 아프리카, 남아메리카의 빈곤한 나라의 가난한 농부와 노동자들이 스스로 조합을 만들어 환경친화적으로 농산물을 생산하도록 교육 훈련을 하고 자금을 지원하였다.

또 이들이 생산한 농산물을 공정한 값을 주고 사들여 판매하면서 공정무역은 자리 잡기 시작하였다.



2 공정무역의 의의

공정무역은 ‘생산자들이 생산원가와 생계비를 보장 받을 수 있도록 공정한 가격을 지불하는 무역’을 의미한다. 즉, 경제 발전 수준이 낮고 생활 수준이 빈곤한 개발도상국에서 생산된 농산물이나 원재료를 수입할 때 정당한 값을 지불하고 구입하자는 것이다. 또 중간 상인 이윤을 줄여 구매자 입장에서도 공정한 가격으로 구매할 수 있게 하자는 취지이기도 하다.

공정무역은 가난한 나라에 대한 무상의 원조가 아니라 상품을 사고파는 무역이다. 공정무역은 보다 투명하고 공정한 방식의 무역을 통해 개발도상국의 소규모 생산자들에게 그 이익이 돌아가게 하는 것이다. 주로, 약자인 이들에게 지속적인 생산을 보장해 주는 최저 가격을 지원하고, 해당 지역의 지속 가능한 발전을 위해 지원하는 방식이 사용된다.



3 공정무역의 목적

공정무역은 무역 거래의 공동 협력을 통하여 거래에서의 투명성을 확보하고, 생산 및 유통 종사자들을 존중하며, 국제 무역에서의 공정성을 더 확대하는 데 그 목적이 있다.

특히, 경쟁에서 뒤쳐진 생산자들과 노동자들의 권익을 보장하기 위해, 더 나은 무역 조건들을 제공함으로써 지속 가능한 발전에 기여하는 것을 목적으로 하고 있다.

〈공정무역에서 해결해야 할 과제들〉

- 경제적으로 불이익을 받는 생산자들을 위한 기회를 만들어 낼 수 있는 방법은 무엇일까?
 - 생산 지역 또는 현지 사정에 맞는 공정한 가격을 대화와 참여를 통해 합의할 수 있을까?
 - 생산원가뿐만 아니라 생산이 사회적으로 공정하고 환경적으로도 건전하게 될 수 있는 방법은 무엇일까?
 - 생산자에게 공정한 급료를 제공하며, 여성이나 남성이든 똑같은 노동에 똑같은 급료를 지불한다는 원칙을 지킬 수 있을까?
 - 생산자를 위한 안전하고 건강한 노동 환경을 지킬 수 있는 방법은 무엇일까?



4 세계공정무역기구(WFTO)의 공정무역 10원칙

경제적으로 소외된 생산자
들을 위한 기회 제공

투명성과 책무성

공정한 무역 관행

공정한 가격 지불

아동 노동과
강제 노동 금지

차별 금지, 성 평등,
결사의 자유 보장

양호한 노동 조건 보장



생산자 역량 강화 지원

공정무역 홍보

환경 존중

-출처: WFTO(World Fair Trade Organization)

1 '커피 한 잔의 이야기' 동영상을 보고 공정무역에 대한 내용을 정리해 보자.

여러분이 마시는 원두커피 한 잔!

5,000원에 가까운 원두커피 한 잔 속에 담겨 있는 생산자의 노동의 가치는 어느 정도일까?

원두커피 한 잔을 5,000원 정도 지불하고 마셨을 때, 커피를 생산하는 농가의 생산자에게 돌아가는 이익은 300원 정도로 나머지는 중간상, 가공업자, 유통업자들에게 나눠진다.

따라서 판매액 대비 중간상, 가공업자, 유통업자들의 이익을 조금 줄여 생산자가 받게 될 이익을 조금 높이기만 해도 생산자들의 삶은 달라질 수 있다.



- 출처: 자식채널 e : 커피 한 잔의 이야기, 2005. 11. 7.

(1) 전 세계에서 커피가 가장 많이 생산되는 지역은 어디인가?

(2) 전 세계에서 커피를 많이 소비하는 지역은 어디인가?

(3) 우리나라의 커피 소비량은 어느 정도일까?

(4) 어떻게 하면 커피 생산자들이 이익을 조금 더 가져갈 수 있을까?

2 각 모둠별로 정리한 공정무역의 내용에 대해 서로 비교해 보고, 공정무역이 활성화되기 위한 방안에는 어떤 것들이 있을지 토의해 보자.



1 공정무역 상품과 서비스를 나타내는 공정무역 마크의 의미를 찾아서 적어 보자.



- 디자인의 의미 :

2 현실에서 여러분이 직접적으로 참여할 수 있는 공정무역에는 어떤 것들이 있는지 적어 보자.

사례

부모님 생신 선물로 공정무역 마크가 새겨진 커피를 구입하여 선물한다.

-
-
-

3 기업이 추구하고 있는 가치와 공정무역 활성화를 위해 필요한 해결 과제는 무엇인지 토의해 보자.

토의 내용을 정리해 보세요.

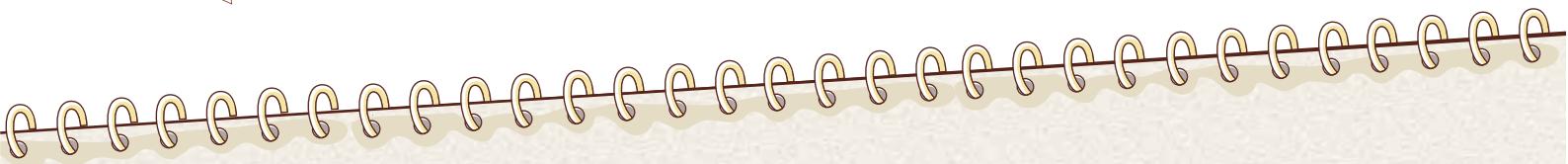
17



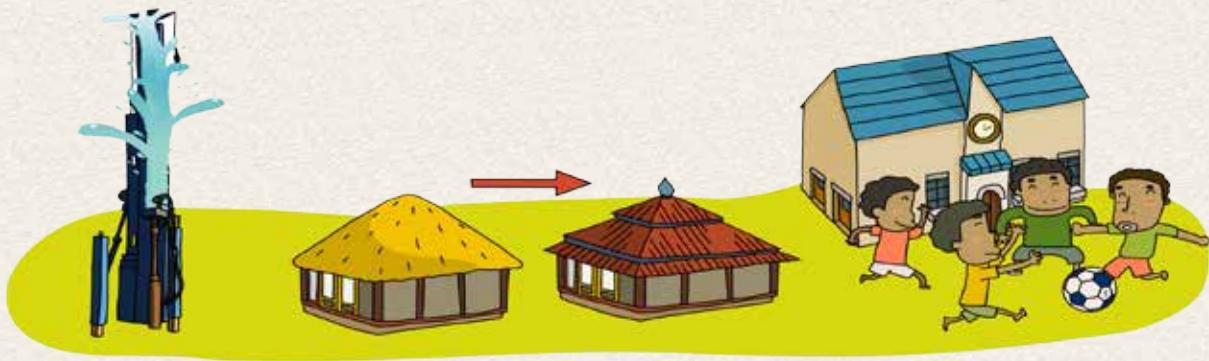
공정무역의 특징

▣ 학습목표

공정무역의 특징에 대하여 설명할 수 있다.



“깨끗한 물을 위한 펌프, 새로 수리한 지붕,
학교에 다니고 노동을 하지 않아도 되는 아이들,
단순한 변화이지만 이들에게는 매우 중요하고 커다란 일이었습니다.”



2006년부터 필리핀에 망고를 팔기 시작했는데,

그때부터 우리 아이들은 망고를 따는 시간보다

책을 읽는 시간이 더 많아졌어요.

망고를 저 가격에 팔 수 있어 아이들이

더는 일을 돋지 않아도 되거든요.

필리핀의 민족나오 섬 망고 생산 농부 주니또 씨는 공정무역을

통해 아이들에게 놀고 공부 할 시간을 만들어 주었습니다.

Mission

소득 수준이 낮은 국가의 저임금 생산자들에게 보다 높은 소득이 돌아가게 할 수 있는 방법은 무엇일까요?

1 경제적으로 불이익을 받는 생산자들을 위한 기회 창출

소득이 높은 국가와 소득이 낮은 국가 간의 교역에서는 전통적인 무역 관행으로 인하여 경제적 불이익을 당하는 경우가 많다. 공정무역은 상거래의 투명성을 확보하고 거래 당사자들 간의 존중과 신뢰를 토대로 합의함으로써 불공정한 거래로 인하여 경쟁에서 밀려난 생산자들에게 새로운 경제적 기회를 제공한다.



2 생산자의 역량 강화

참고 동영상



Fair Trade – You Can Change (공정무역 Infographic)

–출처: <https://www.youtube.com/watch?v=H7qDBgmfk2I>

공정무역은 저개발 국가나 개발도상국에 있는 저소득 생산자들에게 지역 사정에 맞는 공정한 가격을 대화와 참여를 통해 합의함으로써 더 높은 소득을 보장한다. 또 새로운 생산 기술의 교육과 생산된 물품의 유통 과정 효율화를 통하여 제품의 경쟁력을 확보한다. 공정무역은 모두에게 동일한 대우와 급료를 지불하는 등 소득 분배의 공정성을 실현하여 그 가치를 공유함으로써 생산 능력을 증대시킨다.

3 인권 보호

공정무역은 모든 남성과 여성, 아동, 노인의 노동에서 그 가치를 정당하게 평가하여 보상하는 것을 의미한다. 생산에 참여한 모든 노동자는 그들이 기여한 만큼 정당한 임금을 지불 받을 권리가 있다. 공정무역은 열악한 생산 환경으로부터 생산자의 안전을 보장하고, 건강한 노동 환경, 복지, 교육 활동 등을 제공한다.

4 환경 보호

공정무역은 지속 가능한 환경 보전을 위해 더 나은 생산 방법을 제공하고, 생산 과정에서 발생할 수 있는 환경오염 문제를 최소화한다.



공정무역의 나라별 교역 상품을 조사해 보자.

1. 공정무역에서 거래되는 상품의 주요 생산 국가와 소비 국가를 다음 지도에 표시해 보자.



-참고 사이트 : www.wfto.com

2. 공정무역에서 주로 거래되는 상품의 품목을 조사해 보자.

-

-

3. 상품이 주로 생산되는 국가(또는 지역)는 어디인가?

-

-

4. 상품이 주로 소비되는 국가(또는 지역)는 어디인가?

-

-

5. 공정무역이 이루어지는 생산 국가의 생산자와 소비 국가의 소비자가 함께 추구할 수 있는 가치에는 어떤 것들이 있을까?

-

-



영국의 국제구호기구인 옥스팜(Oxfam)은 1960년대 초에 제3세계 생산자들의 공예품을 수입하면서 공정무역을 시작했다. 옥스팜에 이어 다른 유럽 국가에서도 하나둘씩 소규모로 공정무역을 실시하기 시작했다. 1980년대 초반 들어서, 네덜란드의 프란스 판 데어 호프(Frans van der Hoff) 신부는 멕시코 농가의 빈곤을 돋다가 “우리는 거지가 아니다. 우리는 원조가 필요한 것이 아니다. 소비자들이 우리 커피에 정당한 대가를 지불한다면 삶은 나아질 것이다.”라는 멕시코 농민의 말에 공감하면서 멕시코 농가들과 손을 잡고 UCIRI라는 커피협동조합을 설립했다.

1980년대에 네덜란드의 막스 하벨라르(Max Havelaar) 재단은 커피를 비롯해 바나나, 꽃과 같은 다른 농산물에도 공정무역을 인증하는 막스 하벨라르 라벨을 부착하기 시작했다. 막스 하벨라르는 공정무역을 전문적으로 지원하는 조직으로 발전했고, 제조·유통 업체들과 연계해 대규모의 공정무역 운동을 펼쳤다.

유럽 선진국을 중심으로 전개된 공정무역을 세계적인 사회운동으로 발전시키기 위해 1997년 공정무역 인증 기구인 FLO 인터내셔널(Fairtrade Labelling Organizations International, 국제공정무역상표기구)이 설립됐다. 그전까지만 하더라도 공정무역 라벨이 서로 달라 소비자들의 눈에 띄기 어려웠는데, 이 조직이 설립되면서 통일된 라벨을 만들었고, 이는 공정무역 확산에 박차를 가했다.

이제 우리 주위 여기저기서 공정무역 라벨을 찾아볼 수 있다. 영국의 패션 기업인 막스앤스펜서 매장이나 미국의 훌푸드마켓 매장에 가면 공정무역 라벨이 붙은 상품들을 많이 발견할 수 있다. 스타벅스와 커피빈 매장의 원두커피 팩에도 공정무역 라벨이 붙여져 있다. 우리나라에서도 카페데베르 커피숍에서 공정무역 커피와 초콜릿을 볼 수 있고, 한국공정무역연합의 공정무역 가게인 울림(fairtradekorea.com)에 가면 초콜릿, 커피, 시리얼 바는 물론이고 공정무역 축구공도 살 수 있다. 초콜릿의 원료인 카카오는 전 세계 생산량의 3분의 2를 코트디부아르 같은 서아프리카 국가에서 채취하는데, 이들 국가는 아동들을 노동 인원으로 착취하는 경우가 많다. 2009년 들어 서아프리카 아동 착취에 대한 기사가 화제가 되면서 벨런타인데이에는 울림에 공정무역 초콜릿 주문이 쇄도하기도 했다. 생두 커피는 에티오피아, 케냐, 탄자니아 같은 동부 아프리카를 비롯해 중남미, 인도네시아 등지에서 많이 생산되고 있다. 이들 지역의 커피 생산 농가들이 원두 가격의 하락이나 비공정무역의 영향으로 생계를 유지할 수 없게 된다면 어떤 자구책을 마련할까? 이들은 수입이 안 되는 커피보다는 돈을 더 벌 수 있는 마약 같은 환금성 농작물을 생산해 수입을 채운다. 물론 이 마약은 우리나라를 비롯한 선진국으로 들어와 우리의 영혼과 사회를 갉아먹는다. 이는 우리가 공정무역 커피를 사야 하는 또 다른 이유가 된다.

—출처: 시장의 흐름이 보이는 경제 법칙 101/ 2011. 2. 28., 위즈덤하우스

공감 익히기 추가 활동 /
창조적 기업가정신 설계하기

부록

학습 내용

- 1 공감을 통한 융합과 창조
- 2 하트 브랜딩

1

공감 익히기 추가 활동 - 공감을 통한 융합과 창조

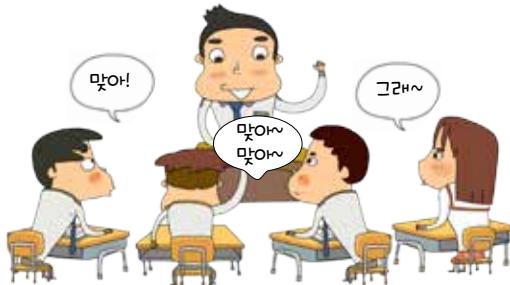
1

공감 받을 때보다 공감할 때 더 커지는 공감 능력

공동체의 크기가 커지면 커질수록 공동체 안에서 공감의 능력은 향상된다. 공감 능력이 커지려면 구성원들 간에 충분히 감정을 나누어야 하므로 공동체의 구성 인원은 3~12명 정도가 적당하다.

공동체 전체가 한 개인에 공감하며 지원하고, 지원을 받은 개인이 공동체 구성원들에 각각 공감할 때 공감의 능력은 향상된다. 구성원의 수가 증가할수록 공감을 받는 횟수보다 공감을 하는 횟수가 증가하여 공감의 능력을 더 크게 할 수 있다.

예를 들어 공동체의 구성원의 수가 10명이라면 각 개인은 9명의 공동체 구성원들로부터 1번의 공감을 받는다. 반면, 공동체 각 구성원들을 향해서는 9번의 공감을 해 주어야 한다.



공감의 능력은 공감을 받을 때보다 공감을 해 줄 때 더 커지게 된다. 공감의 능력은 사용하면 사용할수록 커지게 되고, 공감할수록 자신의 행복감과 공동체의 행복감이 모두 커지게 된다.

2

공동체(그룹) 전체로부터 공감 받을 때 더 커지는 공감 능력

공동체 전체가 한 사람이 느끼는 감정을 동일하게 느끼고 공감할 때 공감을 받는 사람은 우물물을 펴 올리기 위해 마중물을 넣는 것처럼 공감의 능력을 공동체 전체로부터 공급받는다. 그리고 마중물을 넣은 이후에 펌프질을 하면 우물물을 쉽게 펴 올릴 수 있는 것처럼 공감을 전체로부터 받고 전체와 함께 공감하게 되면 공감의 행복감과 공감의 능력이 커지게 된다.

3

공감을 통한 융합과 창조 역량 기르기

공감의 능력이 커질수록 공동체는 자신이 속한 사회의 문제를 자신의 것으로 인식하게 된다. 그리고 그 문제를 창조적으로 해결하려고 노력한다. 자유롭게 발생한 아이디어들은 서로 다른 아이디어들과 충돌하며 문제의 해결을 위한 창조적인 아이디어를 발생시킬 수 있다. 서로 다른 아이디어들이 충돌할 때 함께 발생되는 감정 충돌의 문제를 잘 극복하고 아이디어들을 융합할 수 있는 힘이 있다면 사회 문제 해결을 위한 창조적인 아이디어를 도출할 수 있을 것이다. 공동체가 속한 사회의 문제에 대한 인식뿐 아니라 문제를 해결해 나가는 과정에서 발생되는 아이디어의 충돌과 융합의 과정에서도 공감의 능력은 반드시 필요하다.



1 그룹이 공감할 수 있는 주제를 선택한다.

준비 단계

1 단계

숫자를 적을 수 있는 종이를 충분히 준비한다.

3명인 경우: 빈 카드 15장 이상



2 단계

모인 사람들을 3~12명의 범위에서 원하는 숫자의 구성원 수를 정하고 둑어 몇 개의 그룹으로 나눈다(아래의 예시는 3명으로 한다).

3 단계

공감대를 형성할 수 있는 주제를 선택한다. 기쁨, 슬픔 등 같은 감정을 주제로 선택하는 것이 좋으나 상황에 따라 감정이 아닌 주제를 선택할 수 있다. 팀 내에서 소통하기 위한 멤버들의 별명을 정하고 팀원들끼리 자신의 별명을 소개하며 간단히 인사한다.

4 단계

참가자 A, B, C는 준비된 종이에 숫자 1을 적고 대화를 시작한다.

5 단계

전체 시간을 계산해서 한 사람당 2~5분 이야기할 시간을 정한다.

A =
B =
C =

대화와 공감 단계

6 단계

A가 대화를 시작한다. A는 정해진 시간 내에 얘기하고 B와 C는 공감하며 경청한다.

7 단계

B와 C는 경청 후에 자신이 가진 1이라는 숫자 범위에서 공감하는 감정의 크기를 2장의 종이에 같이 적는다. (예를 들면 0~1사이의 숫자가 가능하다)

A =
B =
C =

8 단계

B와 C는 적은 종이를 먼저 자신이 한 장을 가지고, 나머지 한장을 A에게 준다. 그래서 A는 2장을 받게 된다.

A =
B =
C =

9 단계

이번에는 B가 이야기하고, A와 C가 공감하며 경청한다.

A =

대화와 공감 단계

10

단계

A와 C는 경청 후에 자신이 가진 숫자의 합의 범위 내에서 공감하는 감정의 크기를 2장의 종이에 같이 적는다(예를 들어 A가 가진 숫자의 합이 3이라면 0~3 사이의 숫자가 가능하고, C가 가진 숫자의 합이 2라면 0~2사이의 숫자가 가능하다).

$$B = \boxed{1} + \boxed{1}$$
$$C = \boxed{1} + \boxed{1} + \boxed{2} + \boxed{2}$$

11

단계

A와 C는 적은 종이를 먼저 자신이 한 장을 가지고, B에게 나머지 한장을 준다. 그래서 B는 2장을 받게 된다.

$$A = \boxed{1} + \boxed{1} + \boxed{1} + \boxed{3}$$
$$B = \boxed{1} + \boxed{1} + \boxed{2} + \boxed{3}$$
$$C = \boxed{1} + \boxed{1} + \boxed{2}$$

12

단계

이번에는 C가 이야기하고, A와 B가 공감하며 경청한다.

13

단계

A와 B는 경청 후에 자신이 가진 숫자의 합의 범위 내에서 공감하는 감정의 크기를 2장의 종이에 같이 적는다. (예를 들어 A가 가진 숫자의 합이 6이라면 0~6 사이의 숫자가 가능하고, B가 가진 숫자의 합이 7이라면 0~7 사이의 숫자가 가능하다).

$$A = \boxed{1} + \boxed{1} + \boxed{1} + \boxed{3} + \boxed{6} + \boxed{6}$$
$$B = \boxed{1} + \boxed{1} + \boxed{2} + \boxed{3} + \boxed{7} + \boxed{7}$$
$$C = \boxed{1} + \boxed{1} + \boxed{2}$$

14

단계

A와 B는 적은 종이를 먼저 자신이 한장을 가지고, C에게 나머지 한장을 준다. 그래서 C는 2장을 받게 된다.

$$A = \boxed{1} + \boxed{1} + \boxed{1} + \boxed{3} + \boxed{6}$$
$$B = \boxed{1} + \boxed{1} + \boxed{2} + \boxed{3} + \boxed{7}$$
$$C = \boxed{1} + \boxed{1} + \boxed{2} + \boxed{6} + \boxed{7}$$

15

단계

그룹의 숫자가 많아지면 많아질수록 받는 숫자가 커지고 자신이 주는 숫자가 커진다.

$$A = 12 \text{ (최대치)}$$
$$B = 14 \text{ (최대치)}$$
$$C = 17 \text{ (최대치)}$$

2 발표자는 수행 후에 느낀 점을 적어 발표하고, 듣는 사람은 발표 내용에 공감한다.

전체로부터 공감을 받을 때 공감 능력이 커지는 부분을 확인하고 느낀 점은?	
팀 멤버들에 공감하는 것을 반복할 때 공감 능력이 커진다는 것을 확인하고 느낀 점은?	
공감을 계량화하면서 알게 되는 공감의 경제에 대해 느낀 점은?	



- 1** 그룹의 지지를 받으며 문제를 해결하기 위한 아이디어를 자유롭게 말하며 창조적으로 아이디어를 융합해 보자.

준비 단계

1 단계	<p>숫자를 적을 수 있는 종이를 충분히 준비한다.</p>	빈 카드 15장 이상
2 단계	<ul style="list-style-type: none"> ① 팀 단위로 하나의 충분히 논쟁적인 주제에 대해 다양한 의견을 융합하기 위한 브레인스토밍 주제를 정한다. ② 가능한 한 성향과 의견이 다른 사람을 3~12명 단위의 팀으로 구성한다. ③ 원하는 숫자의 구성원 수를 정하고 둑어 몇 개의 그룹으로 나눈다 (아래의 예시는 3명으로 한다). 	
3 단계	<ul style="list-style-type: none"> ① 공감대를 형성할 수 있는 주제를 선택한다(기쁨, 슬픔 등 같은 감정을 주제로 선택하는 것이 좋으나 상황에 따라 감정이 아닌 주제를 선택할 수 있음.) ② 별명을 정하고 팀원들끼리 자신의 별명을 소개하며 간단히 인사한다. 	
4 단계	<p>참가자들이 준비된 종이에 숫자 1을 적어 가진다.</p>	A = B = C =
5 단계	<ul style="list-style-type: none"> ① 전체 시간을 계산해서 한 사람당 2~5분 이야기할 시간을 정한다. ② 돌아가면서 자신의 주장을 말해도 되고 먼저 하고 싶은 사람이 해도 되지만 동일 시간 동안 주장할 수 있다. 	

토론과 공감 단계

6 단계	<p>A가 B, C와 자신의 의견을 토론한다. A는 정해진 시간 내에 얘기하고 B와 C는 공감하며 경청한다.</p>	
7 단계	<p>1차적 공감 단계: 경청자 B와 C는 A의 주장에 대해 자신의 옳고 그름으로 판단하는 것이 아니라 무조건적으로 긍정적인 공감을 하면서 듣는다. 그리고 자신의 생각과 다른 주장을 하더라도 자신의 마음에 공감의 행복이 창조되는지 확인한다. 이 단계가 공정하게 진행되기 위해서는 모든 참여자가 약속을 지키고 A의 주장이 자신의 생각과 다르더라도 공감해야 한다.</p>	

8

단계

2차적인 공감 단계: 1차적 공감을 확인한 경청자 B와 C는 2차적인 공감 단계에 들어간다. 2차적인 공감 단계는 감정의 단계를 넘어 지성적으로 아이디어를 융합하는 단계이다.

공감에 의해 창조된 긍정적인 에너지를 바탕으로 토론자의 생각과 자신의 생각을 융합하는 것을 시도한다. 긍정적인 반응이 4가지 경우 중에 어느 하나에 해당하는지 확인한다.

- ① B와 C는 자신의 아이디어와 토론자 A의 아이디어가 융합되는 창조적인 방안이 떠오르며 공감하는 마음을 유지한다.
- ② 토론을 듣고 나서 자신의 생각보다 토론자 A의 의견이 더 옳다는 것을 확인하고 공감하는 마음을 유지한다.
- ③ 토론자의 의견이 틀렸다고 생각하지만 서로 다른 의견을 인정하며 공감하는 마음을 유지한다.
- ④ 토론자와 의견이 같아서 공감하는 마음을 유지한다.

9

단계

경청자 B와 C는 자신의 반응을 8단계에서 확인하고 수치화한다.

8-①번처럼 융합적인 아이디어가 떠오르는 경우에는 자신이 가진 숫자들을 합친 숫자의 3배의 범위 안에서 공감하는 감정의 크기를 숫자로 정한다.

8-②번과 8-③번의 경우는 2배의 범위 안에서 공감하는 감정의 크기를 숫자로 정한다.

8-④번의 경우는 1배의 범위 안에서 공감하는 감정의 크기를 숫자로 정한다.

그리고 경청자는 그 숫자를 2장의 종이에 적는다.

경청자 중 8단계의 8-①번처럼 융합적인 아이디어가 떠오른 경청자는 그 아이디어가 무엇인지 짧게 말하고 나머지는 적극적으로 긍정적이고 짧은 피드백을 한다.

* B는 A의 토론을 듣고 공감해서 8-①의 경우, 즉 융합적인 아이디어가 떠올랐다.

B = 원래 B는 1이므로 그것의 3배, 최대치 30(2개 생성됨)

* C는 A의 토론을 듣고 공감해서 2)의 경우, 즉 자신의 생각을 바꾸었다.

C = 원래 C는 1이므로 그것의 3배, 최대치 30(2개 생성됨)

10

단계

B와 C는 경청 후에 자신이 적은 종이를 먼저 자신이 한장을 가지고, A에게 나머지 한장을 준다. 그래서 A는 2장을 받게 된다.

$$A = \boxed{1} + \boxed{3} + \boxed{2}$$

$$B = \boxed{1} + \boxed{3}$$

$$C = \boxed{1} + \boxed{2}$$

11

단계

이번에는 B가 토론하고, A와 C가 공감하며 경청한다.

12

단계

경청자 A와 C는 B의 주장을 대해 1차적 공감 단계에서 자신의 옳고 그름으로 판단하는 것이 아니라 무조건적으로 긍정적인 공감을 하면서 듣는다. 그리고 자신의 생각과 다른 주장을 하더라도 자신의 마음에 공감의 행복이 창조되는지 확인한다.

13 단계

1차적 공감을 확인한 경청자 A와 C는 2차적인 공감 단계에 들어간다. 2차적인 공감단계는 감정의 단계를 넘어 지성적으로 아이디어를 융합하는 단계이다.

공감에 의해 창조된 긍정적인 에너지를 바탕으로 토론자의 생각과 자신의 생각을 융합하는 것을 시도한다. 긍정적인 반응이 아래 4가지 경우 중에 어느 하나에 해당하는지 확인한다.

- ① A와 C는 자신의 아이디어와 토론자 B의 아이디어가 융합되는 창조적인 방안이 떠오르며 공감하는 마음을 유지한다.
- ② 토론을 듣고 나서 자신의 생각보다 토론자 B의 의견이 더 옳다는 것을 확인하고 공감하는 마음을 유지한다.
- ③ 토론자의 의견이 틀렸다고 생각하지만 서로 다른 것을 인정하며 공감하는 마음을 유지한다.
- ④ 토론자와 의견이 같아서 공감하는 마음을 유지한다.

14 단계

경청자 A와 C는 경청 후에 자신의 반응이 13단계에서 어느 하나에 해당하는지 확인하고 수치화한다.

13-①번처럼 융합적인 아이디어가 떠오르는 경우에는 자신이 가진 숫자들을 합친 숫자의 3배의 범위 안에서 공감하는 감정의 크기를 숫자로 정한다.

13-②번과 13-③번의 경우는 2배의 범위 안에서 공감하는 감정의 크기를 숫자로 정한다.

13-④번의 경우는 1배의 범위 안에서 공감하는 감정의 크기를 숫자로 정한다.

그리고 경청자는 그 숫자를 2장의 종이에 적는다.

경청자 중 13-①번처럼 융합적인 아이디어가 떠오른 경청자는 그 아이디어가 무엇인지 짧게 말하고 나머지는 적극적으로 긍정적이고 짧은 피드백을 한다.

* C는 B의 토론을 듣고 공감해서 13-①의 경우, 즉 융합적인 아이디어가 떠올랐다.

$C = 1 + 2 + 9 + 9$ (원래 C는 1+2=3이므로 그것의 3배, 최대치 9가 2개 생성됨)

* A는 B의 토론을 듣고 공감하며 2)의 경우, 즉 자신의 생각을 바꾸었다.

$A = 1 + 3 + 2 + 12 + 12$ (원래 A는 1+2+3=6이므로 이것의 2배, 최대치 12가 2개 생성됨)

15 단계

A와 C는 경청 후에 자신이 적은 종이를 먼저 자신이 한장을 가지고, B에게 나머지 한장을 준다. 그래서 A는 2장을 받게 된다.

$$\begin{aligned}A &= 1 + 3 + 2 + 12 \\B &= 1 + 3 + 9 + 9 \\C &= 1 + 2 + 9\end{aligned}$$

16 단계

이번에는 C가 토론하고, A와 B가 공감하며 경청한다.

17 단계

경청자 A와 B는 C의 주장에 대해 1차적 공감 단계에서 자신의 옳고 그름으로 판단하는 것이 아니라 무조건적으로 긍정적인 공감을 하면서 듣는다. 그리고 자신의 생각과 다른 주장을 하더라도 자신의 마음에 공감의 행복이 창조되는지 확인한다.

18 단계

1차적 공감을 확인한 경청자 A와 B는 2차적인 공감 단계에 들어간다. 2차적인 공감 단계는 감정의 단계를 넘어 지성적으로 아이디어를 융합하는 단계이다.

공감에 의해 창조된 긍정적인 에너지를 바탕으로 토론자의 생각과 자신의 생각을 융합하는 것을 시도한다. 긍정적인 반응이 아래 4가지 경우 중에 어느 하나에 해당하는지 확인한다.

- ① A와 B는 자신의 아이디어와 토론자 C의 아이디어가 융합되는 창조적인 방안이 떠오르며 공감하는 마음을 유지한다.
- ② 토론을 듣고 나서 자신의 생각보다 토론자 C의 의견이 더 옳다는 것을 확인하고 공감하는 마음을 유지한다.
- ③ 토론자의 의견이 틀렸다고 생각하지만 서로 다른 의견을 인정하며 공감하는 마음을 유지한다.
- ④ 토론자와 의견이 같아서 공감하는 마음을 유지한다.

19 단계

경청자 A와 B는 경청 후에 자신의 반응이 18단계에서 어느 하나에 해당하는지 확인하고 수치화한다.

18-①번처럼 융합적인 아이디어가 떠오르는 경우에는 자신이 가진 숫자들을 합친 숫자의 3배의 범위 안에서 공감하는 감정의 크기를 숫자로 정한다.

18-②번과 18-③번의 경우는 2배의 범위 안에서 공감하는 감정의 크기를 숫자로 정한다.

4번의 경우는 1배의 범위 안에서 공감하는 감정의 크기를 숫자로 정한다.

그리고 경청자들은 그 숫자를 2장의 종이에 적는다.

경청자들 중 18-①번처럼 융합적인 아이디어가 떠오른 경청자는 그 아이디어가 무엇인지 짧게 말하고 나머지는 적극적으로 긍정적이고 짧은 피드백을 한다.

* A는 C의 토론을 듣고 공감해서 18-①번의 경우, 즉 융합적인 아이디어가 떠올랐다.

$$A = \boxed{1} + \boxed{3} + \boxed{2} + \boxed{12} + \boxed{57} + \boxed{57}$$

(원래 A는 1+2+3+12, 180이므로 그것의 3배, 최대치 54가 생성됨)

* B는 C의 토론을 듣고 공감하며 18-②번의 경우, 즉 자신의 생각을 바꾸었다.

$$B = \boxed{1} + \boxed{3} + \boxed{9} + \boxed{12} + \boxed{50} + \boxed{50}$$

(원래 A는 1+3+9+12=25이므로 이것의 2배, 최대치 50이 생성됨)

20 단계

A와 C는 경청 후에 자신이 적은 종이를 먼저 자신이 한장을 가지고, B에게 나머지 한장을 준다. 그래서 A는 2장을 받게 된다.

$$A = \boxed{1} + \boxed{3} + \boxed{2} + \boxed{12} + \boxed{57}$$

$$B = \boxed{1} + \boxed{3} + \boxed{9} + \boxed{12} + \boxed{50}$$

$$C = \boxed{1} + \boxed{2} + \boxed{9} + \boxed{57} + \boxed{50}$$

21 단계

A와 C는 경청 후에 자신이 적은 종이를 먼저 자신이 한장을 가지고, B에게 나머지 한장을 준다. 그래서 A는 2장을 받게 된다.

$$A = 75 \text{ (최대치)}$$

$$B = 75 \text{ (최대치)}$$

$$C = 119 \text{ (최대치)}$$



학교에서 해결해야 할 문제를 주제로 하여 모둠별로 공감 활동을 수행하고 그 과정에서 느낀 점을 적어 보자.

★ 수행 후에 느낀 점을 적어 발표하고 듣는 사람은 발표 내용에 공감한다.

<p>공감의 상승이 일어나며 아이디어가 융합되는 경험</p>	
<p>공감의 상승이 일어나며 생각과 관점의 오류를 알게 되는 경험</p>	
<p>서로 다른 생각과 주장을 하지만 공감으로 마음이 편하게 되는 경험</p>	
<p>수행 과정에서 느낀 점</p>	

2

창조적 기업가정신 설계하기 - 하트 브랜딩

1

창조적 기업가정신 함양을 위한 자화상 발견의 필요성

창조적 기업가란 기업의 경영 활동에서 단지 제품을 만들어 판매하거나 서비스를 제공하는 것 이상으로 기업가 자신이 가진 가치를 사회와 나누는 가치 창조자(Value Creator)를 나타낸다.

창조적 기업가가 사회적 가치와 경제적 가치를 창출하고자 할 때, 참다운 자기 발견을 추구하려는 창조적 자화상의 발견이 필요하다. 창조적 자화상을 발견하는 방법은 ‘나는 누굴까? 내 꿈은 뭘까? 내 존재 의미와 삶의 목표는 뭘까?’ 등을 찾아보는 것이다.

2

하트 브랜딩의 의미

‘하트 브랜딩(Heart Branding)’ 이란, 참다운 나 자신을 발견하고, 나의 삶의 목표를 지향하는 가운데 내가 가진 인격적 재능과 경험을 살린 나의 일을 찾고, 그것을 현실 속에서 가장 나다운 방식으로 구현하는 것을 의미한다.

하트 브랜딩에는 “삶의 주체로서 스스로를 인식하며 발휘되는 리더십과 함께 자신의 심장 속 꿈의 ‘소유권’에 도장 찍는다.”라는 상징적 의미가 담겨 있다. 즉, 기업 활동을 통해 소모되고 고갈되는 것이 아닌, 한 개인의 소명 발견과 실천을 통한 성장과 성숙을 이루고자 하는 기업가정신을 설계하기 위한 것이다.

3

하트 브랜딩으로 창조적 기업가정신 발견하기

하트 브랜딩을 통한 창조적 기업가정신의 발견 프로그램은 문화 예술의 감성적 방법론을 통해 한 개인의 창조적 자화상을 담은 하트 스토리(Heart Story)를 만드는 이야기 만들기 체험 프로그램이다.

이 프로그램은 모둠별로 진행하며 모둠원들과 함께 제시된 방법에 따라 이야기를 형상화하는 그림을 그리고 대화하는 가운데 친밀감을 형성하며 나의 이야기를 발견할 뿐만 아니라, 다른 구성원의 이야기를 발견해 가는 상호 작용 방식에 의해 진행된다.



'마음'을 상징하는 하트 도형 안에 내가 소중히 여기는 가치를 상징적으로 그려보고 그것이 어떻게 여러 가지 삶의 경험을 나타내는지 이야기해 보자.



1 단계

모둠 설정 및 준비하기

모둠 설정

친한 친구끼리 4~5명씩 모둠을 구성한다.
크레파스와 도화지를 준비한다.

2 단계

하트 그리기



- 스케치북의 중앙에 나의 마음을 상징하는 하트 도형을 크게 그린다.
- 내 마음의 보석(=나의 꿈, 열정, 사랑, 소중한 것 등)을 상징하는 내용의 그림을 하트 안에 그려 넣는다. 추상적·구체적인 형태 모두 가능하다.

예 펼쳐진 책과 깃털 펜(소설가의 꿈 상징)

3 단계

하트 스토리 전달하기

의미 이야기하기

- 내가 나의 하트 속에 그려 넣은 그림의 내용이 무엇인지, 조원들과 함께 대화를 나누고 서로의 이야기를 경청한다.

예 책은 내게 있어서 무한한 상상력을 펼치는 창조적 매체이며, 깃털 펜은 나만의 독특한 상상력을 적어나가는 도구이다.

어려움 표현하기

- 나의 하트 도형의 안팎으로 내가 현재 경험하고 있는 삶의 어려움이나 극복해야 할 내적·외적 갈등의 요소를 덧그린 후 이것이 상징하는 바를 함께 나눈다.

예 하트 속 펼쳐진 책 여백에 먹구름을 그려 검게 색칠하여 채움: 바쁜 일상 때문에 내가 맘껏 꿈꾸고 상상할 수 있는 삶의 여유가 사라졌음을 상징함.

어려움 극복 나타내기

- 이번에는 훼손된 나의 가치를 창조적인 아이디어를 발휘하여 새롭게 회복시키는 그림을 덧그려 본 후 그 내용을 조원들과 함께 나눈다.

예 '검은 먹구름'에서 다양한 컬러의 빗방울이 똑똑 떨어지는 그림을 덧그림.

4 단계

하트 스토리 공동으로 완성하기

그림 덧그려 주기

- 각자 그린 그림을 내 원편 사람의 방향으로 건네고, 그림을 받은 친구는 건넨 친구의 마음속에 있는 상징적 의미의 ‘하트 보석’이 더욱 빛나고 긍정적인 힘을 발휘하도록 나만의 창조적 아이디어를 더하여 그림을 덧그려 준다.
- 그림을 덧그린 후에는 무엇을 그린 것인지 그 의도를 조원들과 나눈다.

예 먹구름 위에 태양과 무지개를 덧그림: 곧 먹구름이 걷히고 상상력을 맘껏 펼치는 시간이 올 것을 의미함.

한 번 더 덧그려 주기

- 다시 한 번 시계 방향으로 그림을 돌려 더 필요할 것 같은 요소를 보완하여 그림을 더 풍성하게 덧그려 준다.
- 그림을 보완한 의도를 돌아가며 말하고 그림의 원주인은 친구가 덧그려준 그림에 대한 소감을 나눈다.

예 깃털펜 위에 반짝거리는 빛을 그려주었다. 친구가 가진 재능이 더욱 빛을 발하기 바람.

하트 스토리 완성

- 자기 그림을 받은 학생은 그림 뒷장에 나의 하트 보석에 더하고 싶은 나의 꿈을 이루기 위한 좌우명을 캘리그래피 기법으로 쓰고 간단한 소감을 기록한다.

예 Making a Dream Come True!!



하트 도형 안에 스토리 텔링(Story-telling), 스토리 두잉(Story-doing), 스토리 리빙(Story-living)으로 정리해 보며 나의 내적 동기를 요약한 좌우명, 행동으로 옮기는 실천 지점, 그리고 그것을 통해 전인적인 성취가 있는 삶의 모습을 설계하는 결과물을 도출시킨다.

자신의 생각을 핵심 키워드 중심으로 짧게 1~3줄로 요약하여 아래의 빈 여백에 채워 보자.

- 나의 Story-telling 정리

1단계



수행 팁

소그룹 활동을 통해 도출한 '나의 꿈 좌우명'을 나의 스토리 텔링 주제로 삼고, 나의 하트 보석 그림을 다시 한 번 감상하며 발견한 나만의 스토리가 무엇이었는지를 글로 정리해 본다.

- 나의 Story-doing 정리

2단계



수행 팁

- 나의 꿈과 좌우명을 실천하기 위한 현재 나의 행동 지점은 무엇인지를 생각해 본다.
- 나의 하트 속에 담긴 보석과도 같은 가치를 더욱 증대시키기 위해 어떤 대상과 방법으로 그 가치를 나누고 싶은지 등의 내용을 글로 정리한다.

- 나의 Story-living 정리

3단계



수행 팁

- 내 보석이 가진 가치를 매일의 삶을 통해 실현해 나갈 때 나는 어떤 직업을 가진 사람이 되어 있을까?
- 어떤 소명을 향해 나아가는 삶을 살게 될지 또 그것의 긍정적 영향력이 나와 내 이웃에게 어떤 변화를 가져올지, 내 미래의 청사진을 글로 정리한다.



ㄱ

감정	35
개방적 공동체	15
공감	35
공감의 상승 작용	38
공공 부문 위탁 사업	64
공공경제	7
공동체	13
공동체에서 해결해야 할 문제	19
공동체의 구성 요소	13
공정무역	79
공정무역 10원칙	80
국제협동조합연맹	53
긍정성	30
기술기반형 마을기업 육성 사업	64
기업가	24
기회 탐색	30
김만덕	23
끈기	30
녹색 에너지 실천 사업	64

ㄴ

다중 이해관계자 협동조합	54
---------------	----

ㄹ

로치데일 협동조합	8
-----------	---

ㅁ

마을기업	63
물질	35

ㅂ

빌 드레이튼	28
--------	----

ㅅ

사업자 협동조합	54
사회 서비스	8
사회 서비스 제공형 사회적기업	49

사회적 협동조합	54
사회적경제	7
사회적기업	45
소비자 협동조합	54
소속감	13
시장경제	7

ㅇ

아쇼카	28
열정 실행력	30
용기	30
이슈	17
일자리 제공형 사회적기업	49

ㅈ

자원 재활용 사업	64
전통시장 · 상가 활성화 사업	64
주식회사	57
지식	35
지역 사회 공헌형 사회적기업	50
지역 특산품 · 자연자원 활용 사업	64
직원 협동조합	54

ㅊ

체인지메이커	28
--------	----

ㅋ

커뮤니티	13
------	----

ㅍ

폐쇄적 공동체	15
프로보노	18

ㅎ

협동조합	53, 57
협동조합 7원칙	58
협동조합기본법	53
협력	30
혼합형 사회적기업	50



- 이의규 · 조은상 · 류지영 · 유정규(2014), 사회적경제 확산을 통한 사회적기업의 고용창출 활성화 방안 연구, 한국직업능력개발원.
- 유정완(2013), 마을기업에 대한 이해 및 현황, KB금융지주 경영연구소.
- 조재석 · 윤영림 · 조미경 · 박희선 · 김찬배 · 김은주 · 김미화 · 박종우(2016), 알기 쉬운 사회적경제, 아산시청.
- 장종익 · 송인창 · 이성수 · 송문강 · 신순예 · 박범용(2015), 프랑스 협동조합을 이야기하다, 서울특별시.
- 김영철(2011), 사회적경제와 지역의 내발적 발전, 지역사회연구, 19(2), pp.25–49.
- 김혜원(2015), 초중등 학교에서의 사회적경제 교육 방식에 대한 연구, 사회경제평론, 통권 47호, pp.205–236.
- 노대명(2009), 사회적경제를 강화해야 할 세가지 이유, 창비.
- 청년 사회적경제 강사모임 「어지간히」(2015), 중 · 고등학생들을 위한 사회적경제 교육교재, 충남사회적경제지원센터.
- 엄한진 · 박준식 · 안동규(2011), 대안운동으로서의 사회적경제 – 프랑스 지역관리기업의 사례를 중심으로, 사회와 이론, 18, pp.169–203.
- 김대영 · 심상달 · 장원석(2014), 융합적 사회적경제와 SHC: 사회적경제와 주류경제의 융합, 한국금융연구원.
- 정진철 · 심명섭 · 이규봉(2014), 사회적경제 현황과 발전적 개선 방안에 관한 소고, 한국비영리연구, 13(2), pp.1–18.
- 채지희(2013), 한국 사회적경제의 경제적 자립 성공 요인에 대한 사례연구, 연세대학교 석사학위논문.
- 성지미 · 황준욱 · 안주엽(2014), 소셜벤처 지원을 통한 사회적기업 활성화 방안, 한국기술교육대학.
- 장원봉(2007), 사회적경제(Social Economy)의 대안적 개념화: 쟁점과 과제, 시민사회와 NGO, 5(2), pp.1–34.
- 성주인 · 엄진영 · 박유진 · 정규형(2014), 농촌의 중장기 인구 변화에 대응한 지역 활성화 과제, 한국농촌경제연구소 · 한국보건사회연구원.

연구·집필 책임

심상달 (재)아름다운커피 이사장 겸 (사)소시얼엔터프라이즈네트워크 이사장

집필위원

권주형(광명회계경영고등학교 교사)

박진호(한양대학교 특임교수)

서동관(남양고등학교 교사)

김진경(공주대학교 교수)

김대영(융합경제연구소 대표)

이유미(이윰액츠 대표)

검토위원

양용희(호서대학교 교수)

최혁진(사회적기업진흥원 본부장)

한수정(아름다운커피 그룹장)

황희성(아름다운커피 팀장)

윤우현(국사봉고등학교 교사)

고종남(오산정보고등학교 교사)

고등학교

사회적경제 워크북

발행일 2016. 4.

발행인 서울특별시, 서울특별시교육청

편집·제작·판매처 (주)이오북스 TEL. (02)3666-2525

※ 이 책은 저작권법에 의하여 보호받는 저작물이므로 무단 전재와 무단 복제를 금합니다.

