

사회적경제기업 창업기본과정 학습일지

재미난청춘세상 사회적경제기업 창업과정 2기 홍성실

차 례

1. 꿈은 내일의 청사진이다!
2. '자기다움'을 찾는 것이 꿈의 시작이다!
3. 사회적경제기업을 아시나요?
4. 세계는 지금, 사회적경제 과실 수확 중...
5. 사회적문제 고민으로 미래를 여는 'IT 혁신 기업들'
6. 사회적경제기업 마케팅은 어떻게 하나요?
7. 생각을 디자인하라!
8. 일하는 기쁨, 함께하는 행복, 나누는 즐거움
9. 속도를 늦출 때 비로소 아름다운 동행은 시작된다!

1. 꿈은 내일의 청사진이다! (2020. 9. 19)

오십 평생 창업에는 1도 관심 없는 내가 우연한 기회에 22주에 걸쳐 진행되는 사회적경제 기업 창업 교육인 '재미난청춘세상'에 참여하게 됐다. 인터뷰까지 거쳐 교육에 참여하게 됐지만 아직도 "꼭 창업을 해야지"보다는 예수님의 사랑을 실천하는 삶을 살아야지 하는 마음으로 막연하게 꿈꿔 왔던 몇 가지 착한 아이디어를 현실화시킬 수 있는 것인지 좀더 시간을 투자해 심도 있게 고민해 보고 싶을 뿐이다. 또한, 교육 과정에서 만나는 사람들의 다양한 경험과 이야기를 마주하며 새로운 에너지를 얻고 시너지를 낼 수 있었으면 하는 막연한 바람이다.

그런데 코로나 여파로 예정보다 2주 미뤄진 지난 9월 15일 화요일 저녁 7시 첫 개강 시간을 가지며 나는 무한한 감동에 휩싸였다. 간단한 프로그램 소개와 향후 진행 일정에 대한 소개, 함께 교육받는 멤버들과의 소통이 전부였던 2시간 30분여의 짧은 여정이었음에도 말이다.

재미난청춘세상은 어느 한 기업인의 착한 꿈에서 비롯됐다. 생똥 맞게도 IT 컨설팅 전문회사인 TQMS(주식회사 티큐엠에스)의 이민재 대표가 그 주인공이다. 언젠가 보다 좋은 사회를 만들기 위해 의미있는 일을 해 봐야지 했던 막연한 꿈이 만들어낸 성과물이라는 것이다.

"꿈은 내일의 청사진이다! 젊은 시절 잠깐 보육원 봉사를 다니며 보육원을 나온 친구들을 위해 뭔가 도움이 되는 일을 해야겠다던 관심이, 조금은 이른 나이에 엄마를 하나님 나라로 보내고 결혼을 하고 아이들을 키우며 어른도 엄마가 절실한 거라는 생각이 오늘 나를 재미난청춘세상으로 이끈 것이다.

아직은 아무런 구체적인 변화의 조짐은 없다. 하지만 꿈, 아니 오늘의 작은 생각들이 내일의 멋진 청사진이 되어 줄 것이란 믿음이 오늘 내 심장을 마구 뛰게 한다.

2. '자기다움'을 찾는 것이 꿈의 시작이다! (2020. 9. 23)

지난 금요일(9월 18일) 오후 7시 재미난청춘세상 두번째 강의가 있었다. 기대감 때문에 일찌감치 강의장에 도착했다.

두번째 강의자는 최종섭 홍익대학교 초빙교수이자 고등국방정책연구소 연구위원이며 청소년지도사였다. 베레모를 멋지게 눌러 쓴 노년의 젊은 신사였다.

강의 주제는 "마인드 프리즘: 자기혁명, 꽃꽂대 은퇴 전후의 삶 - 신중년세대의 주도적인 삶". 교수님의 일생을 진솔하게 나눠 주셨다. 은퇴 이후 위축됨 없이 '자기다움'을 찾으며 전혀 다른 삶을 주도적으로 살고 계신다고 하셨다. 그래서인지 강의 내내 자부심과 감사가 넘쳐나셨다.

이후 BTS가 2018년 UN에서 했던 강연을 소개해 주셨다.

<https://www.youtube.com/watch?v=XXCqBotaGRI>

'자기다움'의 중요성을 강조하며 자기의 이름을 찾고 목소리를 찾고 스스로를 얘기하라고 조언하셨다. 말인 즉, 비교와 경쟁 속에 방치해 둔 자기자신을 찾아 드러낼 수 있어야 한다는 것이다.

요즘같이 경쟁이 과열된 시대에 참 쉽지 않은 과제라고 생각이 드는 시점에 교수님은 실천 방법으로 30일 동안 매일 새로운 일을 도전해 볼 것을 제안해 주셨다. 각자 도전할 과제를 정해서 그 진행과정을 교육생들끼리 나눠 보라고도 하셨다.

우리의 30일 도전은 지난 토요일(9월 19일) 이미 시작됐다. 재미난청춘세상 2기 교육생 단톡방은 하루 종일 '카톡카톡~' 분주했다. 모두들 '자기다운' 또는 '자기다움'을 찾기 위한 도전과제를 나누며 결심을 다졌다.

그 중에 가장 기억에 남는 것은 '나 다운 삶'을 위한 질문 1개 답하기와 거울 스피치 1분이다. 난 매일은 자신이 없어서 소심하게 주 3회 글쓰기를 과제로 정했다. 짧게 라도 글을 쓰다 보면 자기 자신을 잘 들여 다 볼 수 있다는 교수님의 조언을 적극 수용하기로 한 것이다.

앞으로 우리가 찾아갈 '자기다움', 그 곳에서 우리의 꿈은 구체화될 수 있을 것이다.

3. 사회적경제기업을 아시나요? (2020. 9. 26)

"기업이면 기업이거 사회적경제기업은 뭔가요?" 내가 재미난청춘세상을 통해 사회적경제기업 창업 교육을 받기 시작했더니 직장 동료가 대뜸 던진 질문이다. 그리고 질문은 했지만 정작 답을 듣고 싶어 하지는 않는 눈치였다.

다른 나라들과 비교해 뒤늦게 사회적경제에 대한 관심과 논의가 이뤄지고 있는 우리 사회의 한 단면을 보여주는 대목이 아닐까 싶었다.

9월 22일 재미난청춘세상 세 번째 강의 시간, '사회적경제기업 이해'란 주제로 기업과 사회적기업, 사회적경제기업의 정의를 짚어 보고 발전 과정을 살펴봤다. 강의는 재미난청춘세상의 멋진 주인장이신 이민재 님이 직접 진행해 주셨다.

기업: 인간의 생활에 필요한 재화나 용역을 생산·분배·소비하는 모든 활동. 또는 그것을 통하여 이루어지는 사회적 관계 (표준국어대사전)

사회적경제: 혼합경제 및 시장경제를 기반으로 사회적 가치를 우위에 두는 경제활동을 말한다. 이 때문에 '사람중심의 경제'라고도 불린다. 구성원간 협력·자조를 바탕으로 재화·용역의 생산 및 판매를 통해 사회적 가치를 창출하는 민간의 모든 경제적 활동 (사회적경제 활성화 방안, '17.10). 국가시대별로 사회적경제에 대한 정의는 다양하나, 공통적으로는 (1) 구성원 참여를 바탕으로 (2) 국가와 시장의 경계에서 (3) 사회적 가치를 추구하는 (4) 민간의 경제활동을 의미한다.

사회적기업:

- 취약계층에게 사회서비스 또는 일자리를 제공하거나 지역 사회에 공헌함으로써 지역 주민의 삶의 질을 높이는 등의 사회적 목적을 추구하면서 재화 및 서비스의 생산·판매 등 영업 활동을 하는 기업. (국어사전베타버전)

- 사회적기업(社會的企業) 또는 소셜 엔터프라이즈(social enterprise)는 주로 사회적 목표를 가진 사업을 의미. 경제협력개발기구(OECD)는 "공공의 이해를 위해 수행되며, 이윤 극대화가 아닌 특정한 사회 경제적 목표 달성을 최종 목적으로 하는 기업"으로 정의 (위키백과)

우리나라는 2007년 1월 '사회적기업 육성법'이 공포되고 그해 7월부터 시행이 됐다고 한다. 그리고 사회적기업은 고용노동부 장관의 인증을 받은 기업들만이 그 명칭을 사용할 수 있다고 한다. 이 대목에서 뭘 그렇게까지 하는 생각이 들었지만 무분별한 명칭 사용에서 오는 혼란을 막기 위함이라고 한다. 이에 사회적 가치 추구를 주요 목적으로 하지만 정부의 인증까지는 받지 못한 착한 기업을 칭하는 사회적경제기업란 용어가 사용되고 있다는 것이다.

그리고 대한민국의 사회적경제 사업의 전반을 주도하는 곳이 한국사회적기업진흥원. 이곳에서는 사회적기업의 인증 업무는 물론 사회적경제 상품몰인 'e-store 36.5+'도 운영하고 있다고 한다. 가끔 착한 소비를 통해 사회적 가치에 동참해도 좋을 것이란 조연도 잊지 않으셨다.

두시간의 짧은 교육 시간 동안 그간 전혀 알지 못했던 귀한 정보를 한 가득 접했다. 이익을 추구하기 보다는 그 과정에서 소외돼 온 사회적가치를 추구하기 위한 움직임이 나는 인식도 못하고 있는 사이 계속 이어져 오고 있다는 사실에 부끄러웠다. "기업이면 기업이지 사회적경제기업은 뭔가요?"라는 질문을 하면서도 답에는 전혀 관심이 없던 직장 동료의 모습이 나의 모습이자 우리 사회 대부분의 모습이 아닐까 싶었다.

나는 늘 충분히 풍요로움에도 불구하고 지속적인 성장, 경제 발전을 최우선 과제로 삼으며 다양한 문제들을 드러내고 있는 우리 사회를 보며 자본주의의 수정이 필요한 시점이라는 생각을 늘 상 해 왔었다. 사회적경제, 사회적기업, 사회적경제기업이 그 대안이 될 수 있지 않을까 하는 기대감에 더욱 열심히 탐구해 보리라 결심을 다져 본다.

4. 세계는 지금, 사회적경제 과실 수확 중... (2020. 9. 28)

9월 25일 금요일 재미난청춘세상 4번째 강의시간. 재미난청춘세상의 주임멘토이신 최종석 강남대학교 산학협력단 교수님이 진행해 주셨다.

교수님은 학자 답게 일반 기업과 사회적기업의 차이점을 일목요연하게 설명해 주시는 것으로 강의를 임팩트 있게 시작하셨다. 그 과정에서 일반 기업의 경우 사회적기업과의 차이를 명확히 하기 위해 상업적기업으로 구분해 주시는 센스까지...

상업적기업 vs 사회적기업

상업적기업과 사회적기업 모두 지속가능성을 전제로 하는 점에서는 같다. 하지만 상업적기업은 재무적가치 측면에서의 경쟁우위 확보를, 사회적기업은 사회적가치 측면에서 사회문제 해결을 각각 서로 다른 목표를 갖고 있으며, 운영 전략 역시 상이하다는 설명이었다.

상업적기업 전략	사회적기업 전략
전사적 원가 우위 전략 차별화 전략 포커싱 전략	Governance(이해관계자가 함께 하는 지배구조) 지역 중심 조직화 비즈니스 네트워킹 사회적 요구에 부응하는 경영 차별화 전략 사회적 마케팅

사회적경제 글로벌 성공 사례

이론 수업에 그치지 않고 소개해 주신 사회적경제 글로벌 성공 사례가 더욱 인상이 깊었다. 성장하면 할수록 본래의 목적을 잃은 채 또 하나의 이익집단처럼 변모해가는 수많은 NGO 들과 협동조합 사례를 접하며 실망과 함께 그네들 역시 사회적가치 실현을 위한 주체가 될 수 없다고 생각해 왔던 터라 더욱 그랬다.

교수님이 지난해 직접 방문하셨다는 이탈리아의 산 파트리냐노(SanPatrignano) 사회적협

동조합은 알콜 등의 약물 중독자 1,300여명과 300여명의 스텝, 자원봉사자들이 어우러져 운영이 되고 있다고 하셨다. 방대한 규모에도 재활률 72%의 높은 성과를 내며 투자비 대비 500% 이상의 사회적 가치를 창출해 내고 있다니 정말 놀라지 않을 수 없다.

<https://www.youtube.com/user/SanpaTV>

그 다음 살펴본 글로벌 성공사례는 캐나다 퀘벡. 협동조합을 통해 일자리 창출은 물론 기업은 물론 지역 회생 등의 굵직한 성과들을 지속적으로 내고 있다고 했다. 태양의 서커스도 그 성과물 중 하나라니 부럽기 그지없다.

<https://www.youtube.com/watch?v=zy6RqyKy4ww>

사회적경제 글로벌 성공사례를 접하며 사회적경제, 사회적경제기업이 오늘날 자본주의가 직면한 문제점들을 해결할 수 있는 새로운 돌파구가 될 수 있을 것이란 생각에 기뻐다. 그 간 우리 사회가 보여 온 부정적 사례들은 시민의식의 부족과 관리, 감독 역할에는 다소 무관심한 나라를 포함한 우리 모두의 잘못이 아니었을까 싶다.

우리에게는 좀더 시간이 필요할 뿐이다.

5. 사회적문제 고민으로 미래를 여는 'IT 혁신 기업들' (2020. 10. 6)

우리는 알고 있다. 알프레드 노벨의 다이나마이트 발명 스토리를...

1988년 알프레드 노벨은 인류에게 도움을 주고자 다이나마이트를 발명했지만 실상은 도로 건설, 무너진 탄광 뚫기 등의 산업용 목적 이외에 전쟁용으로 사용되며 많은 희생자를 냈다. 아무리 훌륭한 발명품, 기술도 인간이 어떻게 사용하느냐에 따라 그 가치가 달라질 수 있음을 보여주는 대표적인 사례가 아닐 수 없다.

재미난청춘세상 다섯 번째 시간, 사회의 고질적인 문제를 해결하려는 작은 고민으로 시작해 파괴적인 혁신 기업으로 성장한 글로벌 사회적경제기업들을 살펴봤다. 강의는 박서기IT 혁신연구소를 운영하며 "What's the Next Big Thing"을 주제로 연구와 강의, 컨설팅 활동을 활발히 펼치고 계신 박서기 소장님이 진행해 주셨다. 준비한 사례들을 가능한 빠짐없이, 상세하게 전해주고 싶은 소장님 열정에 강의는 빠르게, 또한 거의 쉬없이 진행됐다.

소장님은 사회적경제기업 사례들을 살펴보기에 앞서 두 가지 질문을 던지셨다.

첫째, "사회적 문제를 해결하려면 어떤 관점과 방법론을 견비해야 할 것인가?"

둘째, "성공한 사회적경제 기업의 사례에서 배울 점은 무엇인가?"

단순한 기술 중심의 사고 대신 새롭고 통합적인 관점을 가질 때 비로소 사회문제 해결의 실마리를 찾을 수 있다는 것이다. 또한, 숨어있는 사람들의 욕구를 충족시킬 수 있으면서 동시에 파괴적일만큼 혁신적일 때 사람들의 마음을 움직이고, 결국 성공으로 이어질 수 있다는 것이다.

이후 함께 살펴본 사례들은 소소하지만 진정한 기술의 가치가 무엇인지 깊이 생각하는 시간을 가져다 줬다. 특히, 시각장애인 돕기 앱인 'Be my eyes' 사례는 더욱 그랬다. 해당 앱을 통해 세계 전역의 자원봉사자들이 낮선 환경, 또는 낮선 상황 속 문제에 봉착한 시각 장애인들의 눈이 되어주고 있다니 감동이 아닐 수 없었다.

<https://www.bemyeyes.com/>

2011년 대학생 학자금 대출 서비스로 시작한 'SoFi', 2013년 설립되어 절반 수준의 보험료로 서비스를 제공하고 있는 보험회사 'Oscar', 착한 기부 활동에 참여하게 해 주는 스마트폰 잠금 광고 화면 앱 'Locket', 인도의 극빈층 여성들과 청소년들에게 일자리를 제공하기 위해 2008년 인도에 설립돼 인공지능 시대 머신러닝 알고리즘용으로 라벨 태깅 아웃소싱 서비스를 제공하고 있는 'Samsource' 등.

세상에 없던 전혀 새로운 것들이라기 보다는 따뜻한 시선으로 기술을 어떻게 가치 있게 활용할 것인가를 고민한 성과물이라는 생각이 들었다.

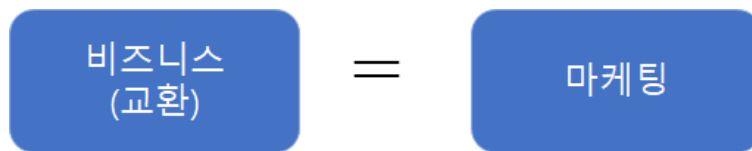
고질적인 우리 사회문제를 해결해 주는 기술, 이 얼마나 멋진 일인가? 그 멋진 일은 우리가 기술에 사회적가치를 더하고, 사람들을 향한 사랑을 더할 때 비로소 가능한 일일 것이다.

6. 사회적경제기업 마케팅은 어떻게 하나요? (2020. 10. 8)

20년 가까이 PR전문회사에 근무하며 언론홍보를 넘어 마케팅 커뮤니케이션 전반에 관심을 기울여 왔던 터라 사회적경제기업 마케팅을 주제로 하는 재미난청춘세상 여섯 번째 강의시간은 더욱 기대가 됐다.

강사분이 광고회사 출신이어서였을까? 세련된 교육자료가 먼저 눈을 사로잡았다. 글로벌 광고회사 TBWA에서 치열하게 일하다가 이제는 착한 마케팅 커뮤니케이션 전문가를 지향해 사회적경제 영역의 좋은 제품 및 서비스를 발굴, 스토리텔링을 돕는 굿스니저 대표로 활동하고 계신다는 최지연 님. 강의내용 만큼이나 대표님의 삶에 큰 매력을 느낀 덕분에 업무를 마친 후 저녁시간에 진행되는 강의 임에도 몰입해 두 시간을 보낼 수 있었다.

대표님은 우선 마케팅의 기본 정의부터 살펴보자고 하셨다. 과거에는 비즈니스(교환)를 창출하고 유지하고 관리하는 일련의 과정을 마케팅으로 인지했다면 이제는 비즈니스 자체를 마케팅으로 봐야 한다는 것이다. 즉, 가치 있는 제품과 서비스를 창조하고 제공하며 교환함으로써 개인과 집단이 필요로 하는 것을 획득해 가는 사회화 전과정을 마케팅으로 봐야 한다는 것이다.



마케팅이 곧 비즈니스인 셈이다. 그만큼 마케팅이 중요한 시대를 사는 만큼 마케팅의 발전 과정도 면밀히 소개해 주셨다. 오늘날은 마케팅 3.0 시대, 과거 마케팅 2.0 시대와의 차이를 아래 표로 설명 주셨는데 너무 간결하고 명확한 메시지라 기억에 남았다.



마케팅에 대한 기본기를 다진 이후 대표님은 본격적으로 사회적경제기업의 마케팅에 대해 설명을 해주셨다. 그 과정에서 대표님은 과거 자신의 경험을 기반으로 사회적경제기업의 마케팅을 도와야지 의도했었는데 정작 시간이 지나면 지날수록 사회적경제기업에게 마케팅은 필요하지 않다는 생각을 하게 된다고 하셨다. 마케팅이 곧 비즈니스인 시대에 마케팅이 필요 없다니 선뜻 이해가 가지 않았다. 그런데 진정성 있는 사회적 미션을 가지고 탄생한 사회적경제기업의 경우 이미 성공적인 마케팅을 위한 충분한 근거를 가지고 있음을 강조하기 위한 의도였던 듯싶었다.

그렇다고 진정성 있는 사회적 미션만 가졌다고 사회적경제기업이 모두 성공할 수 있는 것은 아니다. 소비자 관점을 반영한 제품 기획력이 뒷받침되어야 한다. 그 다음은 진정성 있는 가치를 보기 좋게, 듣기 좋게, 공감할 수 있게 스토리텔링을 잘 할 수 있어야 한다는 결론이셨다.



모두에게 잘 알려 진 가방이 된 자동차 '모어댄(MORETHAN)', 인권을 위해 행동하고 폭력에 반대하는 라이프스타일 브랜드 '마리몬드'. 그리고 발달장애인 문제를 해결하는 소셜벤처 '동구발 팩토리'까지 사회적경제기업의 마케팅 전략의 핵심을 충실히 이행, 소기의 성과를 거두고 있는 사례로 운영 과정도 상세히 소개해 주셨다.

그리고 최지연 대표님은 홍보비 제로로 사회적경제기업의 활동을 효과적으로 알릴 수 있는 실질적인 툴(Tool) 활용법까지 짧은 두 시간을 결코 부족하지 않게 풍성하게 채워 주셨다.

PR회사에 근무하며 때론 과도한 소비를 조장하는데 일조하고 있지는 않은가 불편한 마음도 없지 않았었다. 이제는 최지연 대표님처럼 '착한 마케팅 커뮤니케이션' 활동에 조금이나마 도움을 줄 수 있는 방법을, 기회를 좀더 고민해 봐야 할 때인 듯싶다.

7. 생각을 디자인하라! (2020. 10. 10)

생각을 디자인하라! 뭔가 멋진 말 같은데 직관적으로 그 의미가 와 닿지는 않았다. 또한, 도대체 어떻게 보이지 않는 우리의 생각을 디자인하라는 것인지 구체적인 방법론이 몹시 궁금했다. 재미난청춘세상 일곱 번째 시간, 창업지원 전문가 박미정 선생님께서 고객 중심의 창의적 문제 해결 방법론 'Design Thinking(이하, 디자인 씽킹)'이란 주제로 내 궁금증을 풀어주셨다.

선생님은 본격적인 강의에 들어 가기 전에 앞서 스타트업들이 실패하는 가장 주요한 원인에 대해 물으셨다. 스타트업의 절반 가까이는 자신들이 만들어낸 제품, 기술, 또는 서비스를 너무 사랑한 나머지 시장, 또는 고객의 요구는 제대로 살피지 못하기 때문에 실패를 경험한다는 것이다. 이에 고객 중심의 창의적 문제 해결 방법론, 디자인 씽킹이 필요하고 중요하다는 것이다.



디자인 씽킹은 스탠포드대의 D스쿨과 세계적인 디자인회사 IDEO를 통해 세상에 알려졌다고 한다. 애플과 마이크로소프트, 펩시콜라, JP모건, 삼성전자, LG전자, 토요타, 나사 등의 초거대 글로벌 기업들이 IDEO를 통해 디자인 씽킹 혁신 방법을 제공받고 있다고 한다. 또한, 실리콘밸리의 수많은 벤처기업들이 문제 해결을 위한 접근 방법으로 디자인 씽킹 방법을 활용 중이라고 한다. 즉, 디자인 씽킹은 고객의 문제를 이해하고 해결하는 도구로서 기업 규모에 상관없이 다각적으로, 폭넓게 자리매김하고 있다는 것이다.

그렇다면 디자인 씽킹은 구체적으로 어떻게 이뤄질까? 아래와 같은 다섯 단계를 거친다고 한다. 첫 번째 공감하기 단계에서는 고객을 단순히 이해하는 것을 넘어 공감할 수 있기 위해 인터뷰, 관찰, 체험 기법을 활용한다. 그 과정에서 더욱 중요한 것은 마인드셋이다. 1) 사람과 사물, 사건을 있는 그대로 보아야 한다. 2) 확장하여 경청하고 개방형 질문을 해야 한다. 3) 사용자 중심으로 느끼고 이해해야 한다. 두 번째 문제 정의하기 단계에서는 이전 단계에서 얻은 정보를 토대로 문제 해결의 목표를 정하고, 진짜 문제를 찾아내 포커스 할 수 있어야 한다.



세 번째 아이디어 내기 단계에서는 제기된 필요를 기반으로 다양한 아이디어션 기법을 통해 아이디어를 모아야 한다. 이 때도 규칙이 있다. 1) 질보다 양이다. 2) 설부른 판단은 금물이다. 3) 시각적으로 상상하고 표현한다. 4) 다른 사람의 아이디어에 경청한다. 5) 논리보다는 직관에 의존해야 한다. 네 번째 프로토타입과 다섯 번째 테스트 단계에서는 아이디어를 현실화하여 그것이 실제로 동작하는지, 또한 사용자의 실제 반응을 점검해야 한다. 이때 주의할 점은 값싸고 빠르게, 또한 단순하지만 특징만 명확하게 드러내야 한다는 것이다. 비용과 시간을 많이 투자하면 실패를 인정하기 어렵고 복잡하게 만들면 사용자의 정확한 반응을 파악하는데 제약이 따른다는 것이다.

조금은 건방진 소리 같지만 이제는 디자인 씽킹의 정의는 물론 구체적인 방법론까지는 이해할 수 있을 듯싶다. 하지만 문제는 실천이고 매순간 트레이닝이 관건일 것이란 생각에 두 시간의 강의만으로는 너무 부족하다는 생각이다. 기회가 된다면 실제 트레이닝도 겸할 수 있는 기회가 있었으면 싶다. 그리고 보다 많은 사람들이, 기업들이 디자인 씽킹을 통해 우리 사회가 직면한 크고 작은 문제들을 가치 있게 풀어 나갈 수 있었으면 싶다.

8. 일하는 기쁨, 함께하는 행복, 나누는 즐거움 (2020. 10. 17)

재미난청춘세상, 교육이 계속되면 될수록 다음 시간에는 또 어떤 귀한 분이, 무슨 주제로 강의 시간을 채워주실지 더욱 기대가 된다. 이에 이례적으로 수업에 가기 전 재미난청춘세상 홈페이지를 둘러 업로드 된 강의자료를 다운받고 대략 내용을 먼저 살펴봤다.

재미난청춘세상 여덟 번째 시간, 사회적경제기업 '가나안근로복지관'의 경영자이신 이해정 관장님과 함께 할 터였다. 강의자료 속, 그리고 일부러 찾아가 본 가나안근로복지관 홈페이지 속 관장님 모습은 너무 젊고 아름다웠다. 그런데도 장애인분들과 한데 어우러져 멋진 조화를 이루고 계신 모습이 예사롭지 않으셨다. "어떤 분일까?", "어떤 이야기를 들려 주실까?" 부풀대로 부풀 호기심이 교육장으로 향하는 나의 발걸음을 재촉했다.

이해정관장님은 가나안근로복지관 소개로 강의를 시작하셨다. 1999년에 설립, 스무 살도 넘은 복지관은 44명의 장애인들에게 일터를 제공하고 있다고 하셨다. 거창한 미션과 비전, 핵심가치를 내 걸고 있지만 무엇보다 이루고 싶은 꿈은 "일하는 기쁨, 함께하는 행복, 나누는 즐거움"이라고 말씀하셨다.



그리고 가나안근로복지관은 함께 하는 장애인들에게 일터를 제공하기 위해 다양한 사업을 펼치고 있다고 한다. 대표적인 사업이 2003년부터 시작한 재제조 카트리지 사업. 사용된 카트리지를 분해, 세척, 집진, 조립, 포장하여 공급함으로써 장애인고용창출은 물론 비용절

감, 수입대체효과까지 1석 4조의 효과를 거두고 있다는 것이다. 이 밖에도 쇼핑물 맞춤형 제작, 반려동물 수제간식 유통사업, 판촉물 인쇄 사업으로 부지런히 소속 장애인들에게 의미 있는 일터가 되어 주고 있다고 했다.

강의가 진행되는 동안 복지관의 성공적인(?) 여정을 위해 고민에 고민을 거듭하는 관장님의 희로애락이 엿보여 여러 번 눈시울이 붉어졌다. 불편하기만 했던 마스크가 감사하다고 느껴질 만큼... 이해정 관장님은 걸모습만큼이나 마음도 예쁜 분 같았다. 영업맨을 자처하며 가져다주신 홍보물에서도 관장님의 복지관을 향한 애정과 열정이 엿보여 착한 소비에 적극 동참할 뿐 아니라 복지관의 의미 있는 행보를 널리 알리기 위한 노력도 잊지 말아야 지하는 마음을 다졌다.



복지관 소개에 이어서는 장애, 장애인에 대한 바른 이해를 위한 여러가지 정보를 소개해주셨다. 착한 오지라퍼가 꿈인데도 장애, 장애인에 대해서는 철저히 무지하고 무관심했다는 생각에 놀랍고 부끄러웠다. 특히, 우리가 일상 속에서 무심코 사용하는 언어도 그들에게는 큰 상처가 될 수 있다며 대안을 제시해 주시는 장표를 마주해서는 나의 과거 행적을 되짚어 보며, 앞으로는 매사에 더욱 세심하게 관심을 기울여가겠다 마음을 먹었다.

이해정 관장님이 꿈 꾸는 "일하는 기쁨, 함께하는 행복, 나누는 즐거움"은 우리 모두가 함께 관심을 기울일 때 비로소 손에 잡히는 현실이 될 수 있을 것이다.

9. 속도를 늦출 때 비로소 아름다운 동행은 시작된다! (2020. 10. 18)

꿈포세대, N포세대라는 말이 있다. 오늘날 꿈을 포기한 청년들을 일컫는 말이다. 몇 년 전만 해도 '연애, 결혼, 출산' 세 가지를 포기한 3포세대로 명칭하였었는데 이제는 집 마련, 인간관계, 꿈, 희망 등 미래에 관한 셀 수 없이 많은 것들을 포기해야 하는 세대라서 N포세대다.

그런데 보통의 청년들보다도 더 많은 것을 포기할 수밖에 없는 가정 밖 청년들이 있다. 재미난청춘세상 아홉 번째 시간에는 그들과 함께 걸으며 울고 웃는 '청년맞춤제작소 in 오산'의 변미혜 선생님과 김시연 선생님이 토크콘서트 형식을 빌어 어떤 일들을 하고 있는지, 또한 청년들에게 자립지원이 왜 중요한지 이야기를 풀어주셨다.



청년맞춤제작소는 만19세부터 34세 청년들을 지원하기 위한 기관이다. 청년들이 자기 자신과 세상을 만나며, '우리 모두가 행복한 세상'을 만들어가는 시작의 공간을 지향한다고 한다. 얼핏 생각하면 스스로를 책임질 수 있는 다 큰 성인들에게 무슨 지원이 필요할까 싶다.

하지만 청소년 때부터 가정보다는 거리가 더 안전할 수 있겠다는 생각으로 가정 밖에서 자라 온 청년들이 주요 지원 대상으로, 부모의 보호 아래 자립을 위한 충분한 준비를 갖추지 못한 채 어느 덧 어른이 되어 버린 청년들을 돕기 위한 기관인 것이다.

가정 밖 청년들은 당장 내일 먹거리를, 거처를 고민해야 하는 경우가 대부분이라고 하셨다. 그리고 청소년 시절 겪어야 했던 좋지 않은 일 경험까지 가지고 있다 보니 장기적인 차원에서 자립을 위한 준비를 스스로 책임지기에는 어려움이 많다고 하셨다. 이에 청년맞춤제작소는 그런 청년들과의 개인 상담을 통해 식사지원부터 심리상담, 의료지원, 금융지원, 법률지원까지 개인 맞춤형 지원사업을 전개하고 있다고 한다. 그리고 궁극적인 목적은 청년들의 자립을 돕는 것이기에 일자리 지원 사업을 활발히 전개하고 있다고 하셨다. 이에 중점을 두고 진행하는 사업이 인턴십 프로그램이다. 최대 3개월까지 청년맞춤제작소가 인턴비용을 지원, 청년들이 제대로 된 일 경험을 통해 자신의 적성을 발견해 나갈 뿐 아니라 자신감을 회복할 수 있도록 기회를 제공한다고 한다. 좋은 취지의 프로그램이지만 기업 측의 상당한 인내와 관심, 배려가 필요한 만큼 대개는 사회적경제기업들이 인턴십 기회 제공에 나서고 있으며, 의미 있는 사례도 속속 나오고 있다고 하셨다. 이에 보다 많은 기업들의 이해와 동참을 바라는 마음에서 재미난청춘세상도 찾게 되었다고 하셨다.

청년맞춤제작소는 현재 9개 지역에서 운영되고 있다. 그나마 너무 감사한 일이란 생각이 들었다. 하지만 몇몇 사회기관과 사회복지사 선생님들의 노력만으로는 쉽게 해결할 수 없는 큰 일이란 생각이 들어 안타까웠다. 가능한 많은 경험을 가진 사람들이 머리를 맞대고 청년들을 보듬기 위해 연계할 수 있다면 좋을 듯싶다. 그런 의미에서 조만간 청년맞춤제작소를 한번쯤 직접 방문해 보리라 결심해 본다.

토크콘서트 내내 찡한 마음이었다. 그 중에서도 가정 밖 청년 지원사업을 하며 선생님들이 매일 마음에 되새기는 한 가지는 "그들의 속도를 기다려 줘야 한다"는 것이라고 하셨다. 아무리 좋은 취지를 갖고 있다 하더라도 그들의 속도에 맞춰 기다리기도 하며, 속도를 늦출 수 있어야 비로소 아름다운 동행이 시작될 수 있는 것이다.