

아카이브관리번호

KVC-A4986

자원봉사센터의
기업 사회공헌(자원봉사)
연계 · 협력 현황 조사



한국중앙자원봉사센터
KOREA VOLUNTEER CENTER

연구진

책임연구원 양 용 희 (호서대학교 사회복지학부 교수)
연구원 이 인 정 (호서대학교 사회복지학부 교수)
보조원 김 명 신 (호서대학교 학교기업 엔씨스콤 연구원)

목 차

I. 서론	7
II. 자원봉사센터의 기업자원봉사 연계협력 방안	11
1. 자원봉사센터의 설립목적과 기능	13
2. 자원봉사센터와 기업사회공헌 활동	15
3. 자원봉사센터 중간지원기관으로 역할	16
III. 자원봉사센터 중심의 기업 연계·협력 사회공헌(자원봉사) 현황	19
1. 연구방법	21
IV. 자원봉사센터 중심의 기업 연계·협력 사회공헌(자원봉사) 현황 조사 내용	27
1. 요약	29
2. 조사대상기관의 일반 사항 분석	35
3. 기업사회공헌 연계·협력 현황	37
4. 자원봉사센터의 기업사회공헌연계에 대한 인식	56
5. 기업사회공헌 연계 협력의 문제점과 활성화를 위한 방안	64
V. 제언	77
참고문헌	82
자원봉사센터의 기업 사회공헌 연계·협력 현황조사 양식	83
자원봉사센터의 기업사회공헌(자원봉사) 프로그램 현황	93

표 목 차

표 1. FGI 주요 이슈 및 단어 분석	24
표 2. 조사 참여 기관의 지역별 분포	35
표 3. 조사대상 자원봉사센터의 소재 지역 특성	36
표 4. 조사대상 기관의 운영 형태	36
표 5. 기업사회공헌 연계·협력 사업 운영 경험 여부	37
표 5-1. 자원봉사센터 소재지 구분에 따른 기업사회공헌 연계 협력사업 운영 경험	38
표 5-2. 운영형태에 따른 기업사회공헌 연계·협력사업 운영 경험	39
표 6. 기관의 기업사회공헌 연계·협력 사업 운영 경력	40
표 6-1. 자원봉사센터 소재지 구분에 따른 기업사회공헌 연계·협력 사업 운영 경력	40
표 7. 2015년 사회공헌 연계·협력한 기업 수	41
표 8. 2015년 기업사회공헌 활동 연계 자원봉사자 수(연인원)	41
표 9. 2015년 기업사회공헌 연계를 통한 현물자원액 및 기업 사회공헌 관련 지출액	42
표 10-1. 소재지 구분에 따른 2015년 기업사회공헌 연계 관련 실적 비교	43
표 10-2. 운영형태에 따른 2015년 기업사회공헌 연계 관련 실적 비교	44
표 11. 기업사회공헌 연계 및 협력의 형태	45
표 12. 기업사회공헌 연계 경로	46
표 13. 기업에서 의뢰한 자원봉사활동 분야	47
표 14. 기업이 의뢰한 자원봉사 대상	48
표 15. 기업사회공헌 전담 인력 유무	48
표 15-1. 소재지에 따른 기업사회공헌 전담인력 유무 비교	49
표 16. 기업사회공헌 담당 인력의 직위	50
표 17. 자원봉사센터의 기업사회공헌 담당 인력의 업무 경력	50
표 18. 자원봉사센터의 기업사회공헌 담당 인력의 업무 중 기업 사회공헌 업무 비중	51
표 19. 기업자원봉사 관련 교육 이수 여부	52
표 19-1. 자원봉사센터 소재지에 따른 기업 자원봉사관련 교육 이수 여부	52
표 19-2. 자원봉사센터 운영형태에 따른 기업 자원봉사관련 교육 이수 여부	53

표 20. 자원봉사센터의 기업사회공헌 연계 담당자의 기업자원봉사 관련 교육 이수 정도	53
표 20-1. 자원봉사센터 소재지에 따른 교육 이수 정도 분석	54
표 21. 자원봉사센터 기업사회공헌담당자의 기업자원봉사 관련 교육 기관	54
표 22. 기업사회공헌 지식 정도	55
표 22-1. 자원봉사센터의 소재지 구분에 따른 기업사회공헌 지식 정도 차이 분석	55
표 22-2. 자원봉사센터의 운영형태에 따른 기업사회공헌 지식 정도 차이 분석	55
표 23. 기업 자원봉사 교육이수 여부에 따른 전문지식 정도에 대한 T-검정 결과	56
표 24. 지역사회 내 사회공헌 가능 기업 수	56
표 25. 자원봉사센터 소재지 특성에 따른 사회공헌 가능 기업 수	57
표 25-1. 자원봉사센터의 소재지 구분에 따른 사회공헌 가능 기업수 분석	58
표 25-2. 운영형태에 따른 사회공헌 가능 기업수	58
표 26. 지역사회 기업들의 실제적인 사회공헌 정도	59
표 26-1. 자원봉사센터 소재지에 따른 지역사회 기업들의 실제 사회공헌 정도	59
표 26-2. 자원봉사센터 운영형태에 따른 지역사회 기업들의 실제 사회공헌 정도	59
표 27. 기업의 NGO와의 연계 필요성에 대한 인식	60
표 27-1. 자원봉사센터 소재지에 따른 기업의 NGO와의 연계 필요성에 대한 인식	60
표 27-2. 자원봉사센터 운영형태에 따른 기업의 NGO와의 연계 필요성에 대한 인식	60
표 28. NGO의 기업과의 연계 필요성에 대한 인식	61
표 28-1. 자원봉사센터 소재지에 따른 NGO의 기업과의 연계 필요성에 대한 인식	61
표 28-2. 자원봉사센터 운영형태에 따른 NGO의 기업과의 연계 필요성에 대한 인식	62
표 29. 자원봉사센터의 기업과 NGO 연계 필요성에 대한 인식	62
표 29-1. 자원봉사센터 소재지에 따른 기업과 NGO 연계 필요성에 대한 인식	63
표 29-2. 자원봉사센터 운영형태에 따른 기업과 NGO 연계 필요성에 대한 인식	63
표 30. 자원봉사센터가 연계한 기업사회공헌활동에 대한 기업과 NGO의 만족도	63
표 31. 기업사회공헌 연계·협력 시 문제점	64
표 32. 기업사회공헌 연계·협력 시 발생하는 기업 관련 문제점	65
표 32-1. 자원봉사센터 소재지에 따른 기업사회공헌 연계·협력 시 발생하는 기업 관련 문제점	66
표 32-2. 자원봉사센터 운영형태에 따른 기업사회공헌 연계·협력 시 발생하는 기업 관련 문제점	66

표 33. 기업사회공헌 연계·협력 시 발생하는 자원봉사센터 관련 문제점	67
표 33-1. 자원봉사센터 소재지에 따른 기업사회공헌 연계·협력 시 발생하는 자원봉사센터 관련 문제점	68
표 33-2. 자원봉사센터 운영형태에 따른 기업사회공헌 연계·협력 시 발생하는 자원봉사센터 관련 문제점	68
표 34. 기업사회공헌 연계·협력 시 발생하는 수요처 및 연계과정 문제점	69
표 34-1. 자원봉사센터 소재지에 따른 수요처 및 연계과정 문제점	69
표 34-2. 자원봉사센터 운영형태에 따른 수요처 및 연계과정 문제점	69
표 35. 기업사회공헌 연계·협력 강화 방안	70
표 35-1. 자원봉사센터 소재지에 따른 기업사회공헌 연계·협력 강화 방안	72
표 35-2. 자원봉사센터 운영형태에 따른 기업사회공헌 연계·협력 강화 방안	73
표 36. 자원봉사센터의 중간지원기관으로서의 기능	74
표 36-1. 자원봉사센터의 소재지에 따른 중간지원기관으로서의 기능 인식 차이 분석	75
표 36-2. 자원봉사센터의 운영형태에 따른 중간지원기관으로서의 기능 인식 차이 분석	76



I. 서론



I. 서론



자원봉사는 한 국가와 국민들의 의식과 문화수준을 말해주는 지표이다. 선진국일수록 시민들의 자원봉사 참여가 높게 나타나고 있다. 자원봉사는 그 용어가 지닌 의미 그대로 사람들의 자발적인 행위로 이루어진다. 우리나라의 경우 품앗이와 두레라고 하는 전통적인 나눔과 봉사가 있으나, 선진국의 자원봉사 활동과 같이 이해관계가 없는 이웃과 소외계층에 대한 이타주의적 행위가 국가와 민간단체에 의해 조직적이고 체계적인 활동이 이루어진 역사는 길지 않다. 우리나라에서 기부와 봉사의 역사는 기독교와 국제 NGO¹⁾가 한국에 진출한 이후라 할 수 있다. 이들 대부분의 국제 NGO들은 서구의 기독교 이념을 미션으로 이웃에 대한 봉사와 나눔을 실천하고 있었다. 우리나라의 경우 일본의 식민지 통치와 한국전쟁 등 국가가 정치적, 경제적으로 어려운 환경에 처하면서 조직적으로 국민들의 자원봉사활동을 전개하지 못했다. 일본 식민지 시대에는 선교사 마이어스 (M. D. Myers)가 1921년 태화기독교사회관을 설립하면서 기독교 정신의 봉사활동을 전개했으며, 해방이후 한국전쟁을 겪으면서 주로 교회와 국제NGO들이 외원단체로 활동하면서 봉사활동이 이루어졌다. 민간차원으로는 1978년 한국사회복지협의회가 자원봉사자들을 모집, 훈련, 배치하면서 한국의 자원봉사활동이 본격적으로 전개되기 시작했다. 1986년 아시아경기대회와 1988년 세계올림픽을 주최하면서 국가차원의 국민 자원봉사활동을 활성화하기 시작했다. 1995년 5월 31일 교육개혁위원회가 제시한 '신교육체제 수립을 위한 교육개혁 방안'의 9개 정책과정 중 하나로 '인성 및 창의성을 함양하는 교육과정'에 중고생의 자원봉사활동을 제도화하여 청소년의 수련활동과 봉사활동을 '학교 생활기록부'에 반영하는 것을 주요 골자로 하면서 자원봉사활동이 학생들을 대상으로 확대되었다. 그리고 1994년 삼성이 사회봉사단을 설립하면서 기업차원의 자원봉사활동이 본격화되기 시작했다. 그동안 기독교와 일부 민간단체 차원의 자원봉사활동이 이와 같이 1980년 중반이후 정부의 정책과 기업의 참여로 전 국민으로 확대되기 시작

1) YMCA는 1903년 서울 YMCA의 전신인 황성기독교청년회를 설립하면서 한국에서 시작되었으며 대한적십자사는 대한제국정부가 1905년 대한적십자사 규칙을 칙령 제47호 반포하면서 시작되었다. 이들 국제조직은 모두 봉사정신을 바탕으로 조직을 운영하였으며 그러한 정신이 한국의 근대역사에 소개되었다고 할 수 있다.

한 것이다. 특히 2000년 전경련에서 기업사회공헌의 활성화를 위하여 1%클럽을 발족하면서 주요 대기업들의 사회공헌활동의 참여가 확대되고, 이제는 대기업 뿐 아니라 공기업, 금융기관, 중소기업 등 모든 형태의 기업들이 기업사회공헌 차원의 자원봉사활동을 전개하면서 전 국민으로 자원봉사활동이 확대되었다고 할 수 있다.

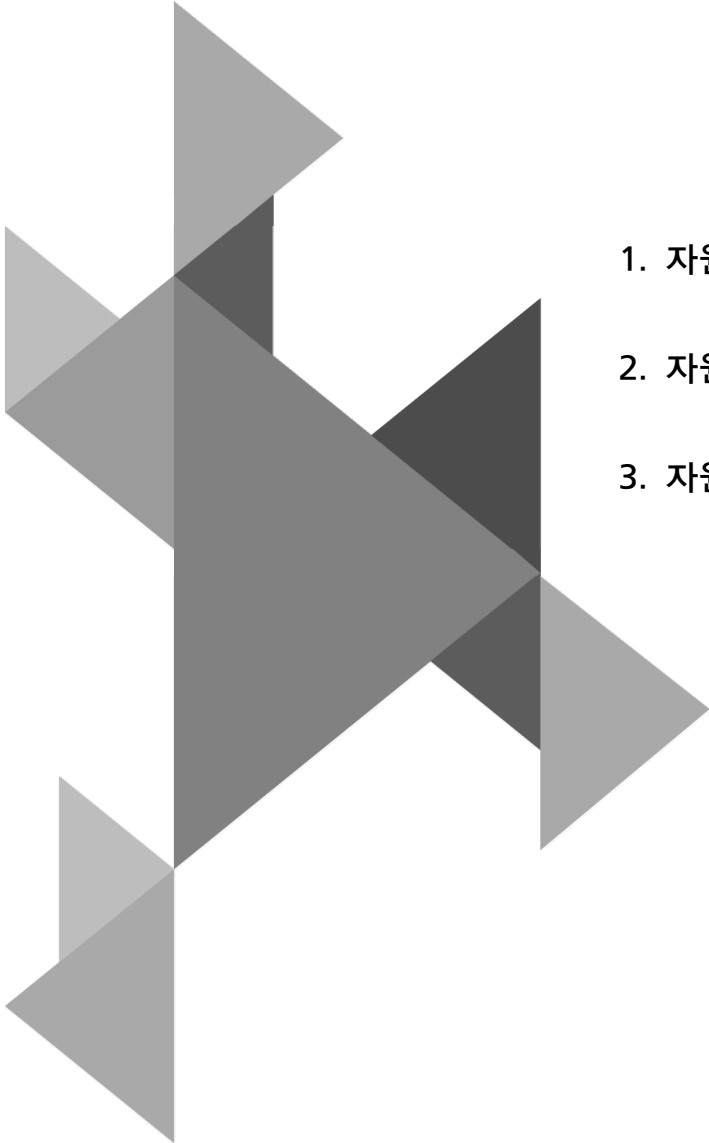

이와 같이 국가와 민간차원의 자원봉사활동이 확대되면서 정부는 2005년 자원봉사활동기본법을 제정하여 자원봉사활성화를 위한 법적, 제도적 기반을 마련했다. 자원봉사센터 역시 그 일환으로 탄생되었다고 할 수 있다. 자원봉사센터는 법령과 지침에 따라 민관협력의 기본 정신을 바탕으로 주민의 자원봉사활동을 개발 장려하는 거점 역할을 수행하며 그에 따른 관련 단체와의 연계 협력을 하도록 되어있다. 따라서 지역자원봉사센터와 기업사회공헌의 연계 역시 지역사회자원봉사 활성화를 위한 관련 단체와의 협력사업이라 할 수 있다.

자원봉사센터가 종교, 기업, NGO 등 관련 단체들과의 효과적인 연계 협력을 위해서는 자원봉사센터의 정체성과 역할에 대한 연구와 분석이 요구되고 있다. 특히 최근 많은 기업들이 자원봉사활동에 적극적으로 참여하면서 자원봉사센터의 기업사회공헌과의 협력이 요구되고 있다. 그런 의미에서 “자원봉사센터 중심의 기업 연계·협력 사회공헌(자원봉사) 현황 조사”는 필요한 연구라 할 수 있다. 본 연구를 통해 기업과 자원봉사센터와의 협력 관계에 대한 현황과 욕구를 분석하여 이를 자원봉사센터의 정책과 실행에 반영한다면 기업과 자원봉사센터 그리고 지역사회 차원의 보다 효과적인 자원봉사활동을 추진할 것으로 기대된다.

본 연구의 목적은 자원봉사센터가 지역사회자원봉사를 위한 기업과 지역사회의 중간 지원기관으로서 효과적인 자원봉사활동을 위한 방안을 제시하는데 있다. 이를 위하여 자원봉사센터의 설립목적과 기본적인 역할과 그에 따른 방향을 제시하기 위해 기업과 자원봉사센터 직원들을 대상으로 FGI를 실시하고자 한다. 그리고 FGI 조사 결과를 바탕으로 자원봉사센터의 기업자원봉사 연계 협력에 대한 현황을 조사하여 중앙, 광역, 기초자원봉사센터의 효과적인 기업사회공헌 연계와 협력을 위한 구체적인 방안을 모색하고자 한다.



Ⅱ. 자원봉사센터의 기업자원봉사 연계협력 방안

- 
1. 자원봉사센터의 설립목적과 기능
 2. 자원봉사센터와 기업사회공헌 활동
 3. 자원봉사센터 중간지원기관으로 역할
- 

Ⅱ. 자원봉사센터의 기업자원봉사 연계협력 방안



1. 자원봉사센터의 설립목적과 기능

‘자원봉사센터’는 자원봉사활동기본법 제3조에 의거해 자원봉사활동의 개발, 장려, 연계, 협력 등의 사업을 수행하기 위해 설치된 기관이다. 구체적으로 지역사회 내 자원봉사연계를 위한 허브 역할과 자원봉사자들의 원활한 활동을 위한 교육과 훈련, 지역사회 자원봉사 프로그램 개발과 운영을 하며 기업사회공헌과 관련해서는 기업의 지역사회 자원봉사활동이나 연계를 해주고 있다. 특히 자원봉사를 처음 시작하거나 자체운영이 어려운 기업, 자원봉사활성화가 필요한 기업을 대상으로 임직원봉사, 가족봉사, 신입직원봉사 프로그램을 기획, 운영함으로써 기업과 사회의 만남을 통해 사회의 변화를 위한 교류의 장을 제공하고 있다.

지역사회는 지리적, 행정적 분할로 나누어져 지역주민들의 고용, 생산, 소비, 교육, 문화 등의 분야에서 다양한 조직과 활동이 이루어지는 생활공간이다. 지역사회에서 개인, 가족, 집단은 자신들의 존립과 목적달성을 위해 상호협력과 경쟁관계를 갖고 살아가고 있다. 지역사회는 또한 농어촌, 도시, 상업지구 등 지역적 성격에 따라 지역사회만의 생산, 경제, 문화 활동의 특성과 문제를 지니고 있다. 지역사회가 발전하기 위해서는 지역주민들의 환경, 주택, 고용, 안전 등과 관련된 요구에 부합하는 지역 자원과 인프라가 요구된다. 그런 의미에서 자원봉사는 지역의 다양한 요구와 문제를 해결할 수 있는 가장 중요한 사회적 기제이다. 지역사회 자원봉사는 지역사회주민들이 함께할 수 있는 연대와 지방정부, 기업, 비영리조직의 파트너십과 지역의 다양한 조직과의 협력을 소셜네트워크로 만들어간다.

그리고 AmeriCorp의 조사에 의하면 자원봉사는 무엇보다도 지역주민들의 지역사회를 이끌어가는 역량을 높이는 것으로 나타났다. 우리나라의 지역자원봉사센터 역시 지역사

회를 기반으로 하고 있기 때문에 지역사회의 공공기관, 기업, 종교단체, NGO 등 다양한 자원봉사 관련 조직들과 연계를 통해 지역사회의 자원봉사 수요와 공급을 조정, 관리하는 기능 뿐 아니라 홍보, 교육 등을 지역사회 주민들의 역량을 높이도록 하는 것이 요구된다. 더 나아가 자원봉사는 지역사회가 재난과 같은 어려움에 봉착했을 때 지역사회 자원을 동원하고 역량을 높이는 역할을 한다. 지역사회 자원봉사활동은 지역사회가 위기 시 함께할 수 있는 사회심리학적 역할과 지역사회의 효용성을 극대화하는 역할을 한다. (William L. Waugh Jr., Gregory Streib, 2006). 행정자치부에서는 이러한 자원봉사센터의 지역사회 봉사의 효과성과 봉사단체간의 역할 중복과 혼선을 방지하기 위하여 중앙센터, 광역센터와 기초센터 간의 역할 구분을 통해 효과적인 자원봉사 활성화를 추진하고 있다.

중앙센터는 자원봉사정책 개발 및 연구, 중앙단위 자원봉사단체, 기업과 협력체계 구축, 지역자원봉사센터 지원 및 협력, 자원봉사아카이브 운영 등 주로 광역 및 기초센터의 자원봉사활동을 지원하는 역할을 감당한다. 광역센터는 광역단위 단체, 기업과의 협력, 지역자원봉사 조사, 연구, 시군구 센터 간 협력, 시군구 자원봉사관리자 및 지도자 교육, 자원봉사 프로그램 개발 및 보급 등 중앙과 기초사이에서 조정과 실행 지원 역할을 수행한다. 기초센터는 기초단위 단체들 간의 협력체계 구축, 읍면동 자원봉사모집 및 홍보, 자원봉사수요처에 자원봉사자 배치, 자원봉사 프로그램 운영을 하는 것으로 되어 있다(행정자치부, 2016 자원봉사센터 운영지침). 이들 조직의 역할 구분을 보면 중앙센터는 주로 자원봉사 정책개발, 연구 등의 지원업무를 하는 것으로 되어있으며, 광역센터는 교육, 연구, 프로그램 개발, 그리고 시군구 센터간 정보교류 및 조정 지원의 역할을 하는 것으로 되어있다. 기초센터는 실제로 자원봉사 활동이 이루어지는 곳으로 자원봉사자를 모집, 배치와 관련된 실행업무를 수행하는 것으로 되어있다. 그러나 이들 모든 센터는 단체, 기업들과의 협력체계를 구축하는 것으로 되어있다. 이는 자원봉사의 활성화를 위해서는 중앙, 광역, 기초 등 모든 행정 단위에서 자원봉사활동에 영향을 미치는 단체, 기업들과의 협력이 매우 중요함을 말해주고 있다. 따라서 자원봉사센터의 기업과의 협력은 중앙, 광역, 기초차원에서 전국단위의 대기업, 지사, 중소기업, 지역기업 등 기업의 규모와 소재지에 따라 다양한 협력 관계에 대한 분석이 요구된다.

2. 자원봉사센터와 기업사회공헌 활동

자원봉사센터의 주요 목적사업인 지역사회 자원봉사의 수급은 기업사회공헌에 중요한 역할을 한다. 기업의 자원봉사활동을 위한 대상자와 분야를 개발하고 그에 따른 실행을 지원하는 역할을 한다. 자원봉사센터가 기업과 지역사회의 중간지원기관으로서 역할을 원활히 수행하기 위해서는 기업사회공헌에 대한 기본적인 이해와 공감대가 필요하다. 특히 기업은 자원봉사를 위한 인적 물적 자원을 가지고 있기 때문에 이들 자원을 효과적으로 사용할 경우 지역사회의 문제와 요구를 해결하는데 매우 유용하다. 자원봉사센터는 기업과 파트너십을 통해 효과적인 지역사회자원봉사활동을 위한 방안을 모색함으로써 지역사회자원봉사를 활성화할 수 있다.

기업자원봉사는 내부적으로 종업원의 직무몰입을 높이고 기업에 소속감과 긍정적인 태도를 향상시키며, 외부적으로 기업 이미지를 향상시키는 효과를 가져온다고 본다(강철희, 허수연, 김영중, 2012). 기업자원봉사활동에 대한 조사에서 자원봉사활동은 종업원들의 리더십 기술, 문제해결능력, 의사결정기술, 협상기술 등을 습득하는데 도움이 되는 것으로 나타났다(Volunteering Victoria, 2014). 따라서 기업들은 종업원들에 대한 체계적인 자원봉사활동 지원체계를 마련하고 회사차원의 조직적 동원을 하게 된다. 결국 기업 자원봉사는 지역사회에만 유익한 것이 아니라 기업 경영의 한 활동으로 보고 있음을 알 수 있다. 촛불재단(The Point of Light Foundation)의 경우 기업자원봉사를 “고용주의 주도아래 종업원들이 효과적으로 자원봉사활동에 대한 동기를 갖도록 기업이 계획하고 관리하는 일이다.”라고 정의함으로써 기업자원봉사가 기업의 경영 성과를 위한 투자와 종업원의 사기진작을 위한 기업의 행위로 해석하고 있다. 결국 기업자원봉사는 기업이 책임을 갖고 사회적 책임을 수행하기 위한 행위이자 기업의 이미지와 종업원의 리더십, 자기개발, 충성심, 직무만족 등을 위해 기업 경영에 필요한 기업경영 활동의 체계적인 활동이라 할 수 있다.²⁾ 이는 기업자원봉사지원이 단지 사회적 욕구해결이나 단순한 자선적 행위(Philanthropy approach)에 부응하는 것이 아니라 기업의 경영전략과도 매우 밀접하게 연계되어 있음을 말해준다. 이와 같이 기업은 자원봉사활동을 사회적 책임과 함께 기업의 경제적 목적을 달성하고자 한다. 기업의 자원봉사활동의 효과는 현실적으로 나타나기도 한다. UPS(United Parcel Service)가 1,030명의 미국 종업원들을 대상으로 실

2) LBG가 촛불재단과 함께 1999년 250개 기업을 대상으로 실시한 '왜 기업이 종업원의 자원봉사를 지원해야 하는가?'라는 조사에서 기업자원봉사지원의 목적은 기업의 이미지를 높이고, 기업 시민정신을 알리고, 종업원의 사기진작에 있는 것으로 조사되었다.(Linda, Gornitsky, 1999).


시한 자원봉사활동의 효과에 대한 전화조사에서 40%는 지역사회 자원봉사활동을 더 강화할 것이라고 답했으며 53%는 자원봉사활동은 지난 5년보다 더 중요하게 생각하고 있는 것으로 나타났다. 이러한 조사결과는 기업들의 자원봉사활동의 합리성을 증명해주는 것이다(United Parcel Service, 1998).

자원봉사센터는 이러한 기업의 자원봉사활동 수행의 목적과 효과성에 대해서 충분히 인지할 필요가 있다. 일반적으로 비영리조직은 기업사회공헌 협력에 사회문제, 욕구, 필요성, 가치 등 사회적 가치의 중요성과 이에 대한 기업의 사회적 책임을 강조한다. 그러나 비영리조직이 기업과 효과적인 파트너십을 맺기 위해서는 비영리조직의 관점이 아닌 기업의 관점에서 바라보는 것이 필요하다. 자원봉사센터 역시 기업의 사회공헌에 대한 이해와 관점을 이해하고 공감대를 형성함으로써 효과적인 파트너십을 맺기 위한 자세와 전략이 필요하다.

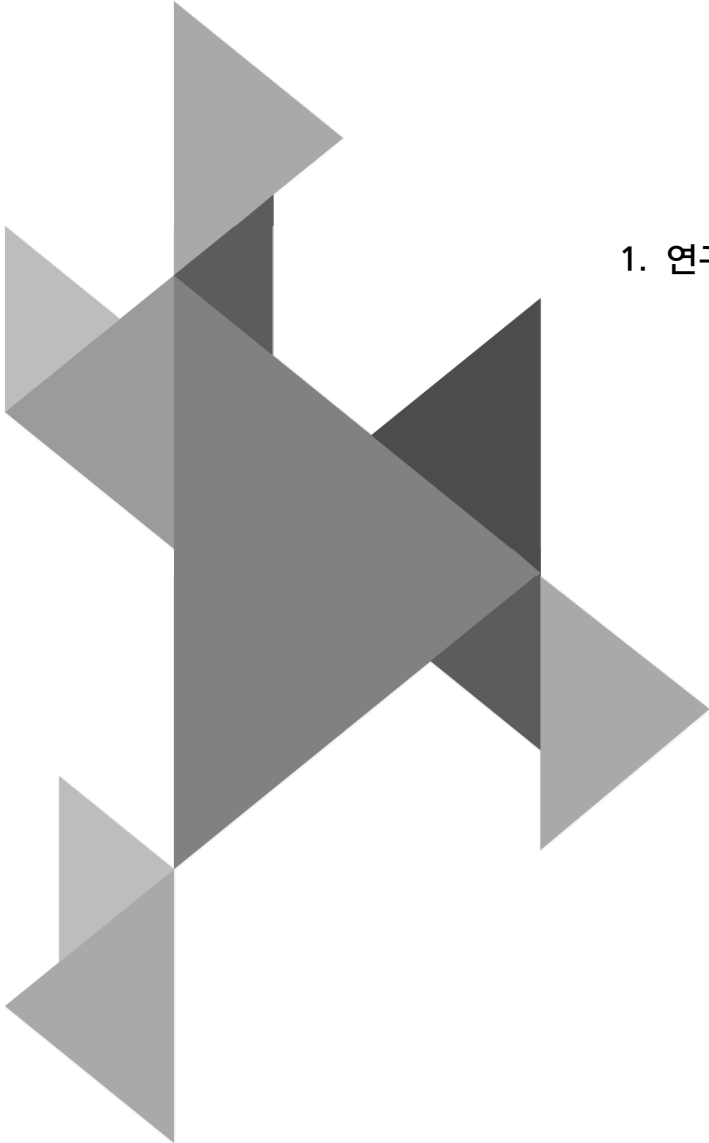
3. 자원봉사센터 중간지원기관으로 역할

자원봉사센터의 원활한 자원봉사의 수요와 공급을 위해서는 정부, 지자체, 기업, NGO, 지역사회 등 이들 다양한 집단들의 요구를 반영하는 중간지원기관으로서의 역할이 중요하다. 왜냐하면 이들 집단은 자원봉사활동의 정책수립과 자원봉사에 필요한 인적·물적 자원의 공급, 그리고 자원봉사활동의 집단적 공급과 수요에 영향을 미치기 때문이다. 따라서 자원봉사센터는 중간지원기관으로서의 섹터간, 집단간 효과적 매개 역할을 수행하는 것이 필요하다. “중간지원기관”(Intermediary Organization)이라는 용어는 공공조직, 영리조직, 그리고 비영리조직에 이르기까지 다양한 개념과 기능을 지니고 있는데 역할에 따라 “Intermediaries”, “Third Parties”, “Brokers”, “Consultants as Bridge Builders”, “Bricoleurs” 등 다양한 명칭으로 사용되고 있다(Howells, 2003). 중간지원기관은 정부, 기업, 대학교, 비영리조직 등 여러 조직의 협력과 사업을 증대하기 위한 업무를 수행하고 있으며 조직의 유형은 정부, 공공조직, 비영리조직 등 다양한 섹터에 의해 설립되고 있다(Mittilä, 2008). 중간지원기관은 다른 조직 간의 자금과 과업을 연결하고 관계를 만들어가는 기능을 수행한다(Szanton, 2003). 우리나라에서 중간지원기관은 공공부문, 민간기업, 사회적기업 등 다양한 영역에서 자금지원, 관리, 인사, 교육훈련 등의 분야별 활동을 지원하고 있다.


기부와 자원봉사의 규모가 큰 미국, 영국, 캐나다 등 선진국들은 지역재단과 NGO들이 중간지원기관의 역할을 수행하기도 한다. 그러나 우리나라의 경우 몇몇 기업재단과 사회복지공동모금회 이외에 중간지원기관의 역할을 크게 하는 곳이 많지 않다. 그러나 최근에 비영리부문에 사회적기업, 사회적협동조합과 같은 정부 주도의 사업이 확대되면서 이들 업무를 수행할 중간지원기관들이 설립되기 시작했다. 우리나라의 자원봉사센터는 자원봉사활동의 대표적인 중간지원기관이다. 미국의 경우 챗불재단을 비롯한 많은 기관들이 자원봉사활동의 중간지원기관 역할을 수행하고 있다. 특히 미국과 같이 기업사회 공헌의 규모가 확대되면서 기업과 지역사회의 자원봉사활동의 수급 및 조정의 역할을 수행할 중간지원기관의 역할이 중요해지고 있다. 최근에 중간지원기관은 효과적인 업무 수행을 위해 단지 인적·물적 자원의 수급을 위한 역할 뿐 아니라 홍보, 프로그램개발, 교육, 컨설팅 등 다양한 영역을 수행하고 있다. 더 나아가 중간지원기관은 단지 중개자로서의 역할 뿐 아니라 자원을 제공하는 자와 받는 자 사이에서 새로운 상호작용의 구조를 만들어냄으로써 지역사회를 위한 새로운 가치 창출의 역할이 요구되고 있다.



Ⅲ. 자원봉사센터 중심의 기업 연계·협력 사회공헌(자원봉사) 현황 조사



1. 연구방법



Ⅲ. 자원봉사센터 중심의 기업 연계·협력 사회공헌(자원봉사) 현황 조사



1. 연구방법

자원봉사센터의 기업자원봉사 연계 협력 조사를 위해 문헌조사, FGI, 서베이의 조사 방법을 실시하였다.

1) 문헌조사

자원봉사센터의 목적과 역할에 대해서는 자원봉사센터의 기본적인 기능과 역할에 대한 국내외 이론 및 연구결과와 우리나라의 자원봉사 관련 법적, 제도적 배경에 대해서 조사하였다. 자원봉사센터의 기업자원봉사활동의 연계와 관련해서는 기업사회공헌과 자원봉사활동, 그리고 자원봉사센터의 중간지원기관으로서의 기능과 역할에 대해 조사하였다. 또한 자원봉사센터의 기업과의 효과적인 관계를 위해 기업과 비영리조직의 파트너십에 대한 이론과 사례들을 조사하였다.

2) FGI 조사

FGI 조사는 질적 연구의 한 방법이자 양적연구의 사전작업으로서 또한 양적연구가 지닌 연구의 한계점을 보완하는데 도움이 된다. 본 연구에서는 기업과 자원봉사센터 직원들에 대한 FGI 조사를 통해 자원봉사센터의 서베이 방향을 작성하였다. Krueger와 Casey는 FGI 분석의 목적에 대해서 “분석을 할 때에는 연구의 본래 목적으로 돌아가야 하며, 분석을 통해 걸러진 것들은 연구의 목적과 직결되어야 한다.” 라고 하였다. Krueger와

Casey는 분석 과정은 체계적이고, 검증할 수 있어야 하며, 연속적이어야 한다고 주장한다. 왜냐하면 이 과정을 거치면 신뢰성, 일관성, 일치성(conformability) 뿐만 아니라 '증명(trail of evidence)'를 확보함으로써 질적 데이터 평가에 중요한 요소가 되기 때문이다 (Krueger, Richard A. & Casey, Mary Anne, 2000). FGI 연구에서는 증명을 위한 객관적인 절차를 거치게 되는데 본 연구에서는 Ritchie와 Spencer의 다음과 같은 다섯 단계의 프레임워크를 참조하였다. ①친숙화(Familiarization), ②주제찾기(Identifying a thematic framework), ③색인(indexing), ④도표 작성(charting), ⑤지도 작성 및 분석(mapping and interpretation) (Srivastava, A. & Thomson, S. B. ,2009).

(1) 대상자 선정

FGI 조사는 자원봉사센터와 기업자원봉사의 주체라고 할 수 있는 센터의 직원과 기업사회공헌 담당자들을 대상으로 이루어졌다. 대상자 선정은 기업의 경우 기업의 기업사회공헌네트워크인 CSR포럼을 통해 자원봉사활동을 활발히 전개하고 있는 기업의 추천을 받았으며 지역자원봉사센터의 경우 지역별, 유형별로 추천을 받아 이루어졌다. FGI에 참석한 인원은 연구자 2명, 기업 5명, 자원봉사센터 5명, 중앙센터 직원 3명 등 총 15명이 참석하였다.

(2) 사전 FGI 질문지 작성

효과적인 FGI 조사를 위해 사전에 다음의 질문을 통해 자원봉사센터와 기업사회공헌 담당자들의 논의할 사항에 대해 검토하도록 하였다. 사전 질문지는 자원봉사활동기본법과 행정자치부의 자원봉사센터의 업무에 명시된 자원봉사센터의 목적, 주요사업 등의 내용을 그리고 기업사회공헌의 경우 기업자원봉사의 목적과 내용에 대한 주요 기업의 내용을 토대로 다음과 같이 작성하여 제시하였다.

① 기업담당자

- 기업자원봉사란 무엇인지? 기업자원봉사의 정의, 개념
- 기업자원봉사의 목적이 무엇이라 생각하는지?
- 기업자원봉사활동의 조직구조는? 전담조직 또는 전사적 조직이 있는지?
- 기업자원봉사활동을 위한 별도의 절차와 방법은 있는지?
- 기업자원봉사의 직원들의 참여를 위한 방법이 무엇이라고 생각하는지?
- 기업자원봉사의 교육은 실시하고 있는지?
- 기업자원봉사 활성화를 위한 기업의 보상제도는 있는지?

- 직원들이 선호하는 자원봉사활동이 있는지?
- 직원들의 자원봉사활동에 영향을 미치는 요인은 무엇이라고 생각하는지?
- 직원들이 자원봉사활동의 결과에 대하여 만족하는가?
- 만족하다면, 또는 만족하지 않다면, 왜 그렇다고 생각하는지?
- 기업자원봉사활동의 대상자와 장소는 어떻게 선정하는지?
- 기업자원봉사의 프로그램 정보(자원봉사분야, 프로그램, 파트너 등)는 어디서 수집하는지?
- 지역자원봉사센터에 대해 얼마나 알고 있는가?
- 지역자원봉사센터를 통한 봉사활동을 수행한 적이 있는지?
- 수행한 적이 있다면 그 결과에 대해서 전반적으로 만족하는지?
- 기업자원봉사활동의 가장 큰 애로 사항이 있다면 무엇인가?

② 지역자원봉사센터 담당자

- 기업자원봉사란 무엇인지? 기업자원봉사의 정의, 개념
- 기업자원봉사의 목적이 무엇이라 생각하는지?
- 기업자원봉사활동이 지역사회에 어떤 도움이 된다고 생각하는지?
- 기업자원봉사 연계를 위한 구체적인 방법이 있는지?
- 기업사회공헌에 대한 정보를 어떻게 수집하는지?
- 기업자원봉사를 위해 어떠한 지원을 하고 있는지?
- 기업자원봉사활동을 위한 별도의 교육을 실시하고 있는지?
- 기업자원봉사활동을 위한 별도의 프로그램을 기획, 제공한 적이 있는지?

③ 공통사항

- 기업과 지역자원봉사센터가 파트너십을 맺고 있는지?
- 기업과 지역자원봉사센터의 파트너십이 잘 이루어지고 있다고 생각하는지?
- 기업과 지역자원봉사센터 파트너십에 있어서 가장 중요한 것이 무엇이라고 생각하는지?
- 기업과 지역자원봉사센터의 파트너십 강화를 위한 지원이 필요하다면 무엇인지?
- 기업의 지역사회 자원봉사활동을 하는데 있어서 자원봉사센터의 역할이 얼마나 효과적이라고 생각하는지?
- 자원봉사센터를 통한 기업자원봉사활동이 봉사기관(예, 사회복지시설, 지역사회, 클라이언트 등) 얼마나 효과적이라고 생각하는지?
- 효과적인 기업자원봉사활동을 위해 가장 중요한 점이 있다면 무엇이라고 생각하는지?
- 기업자원봉사활동을 통한 사회의 변화나 클라이언트의 욕구변화를 위해 가장 중요한 점이 있다면 무엇이라고 생각하는지?

(3) FGI 진행

FGI 진행을 위하여 FGI의 목적과 그에 따른 주요 이슈에 대한 설명을 하였다. 또한 효과적인 진행을 위하여 참석자 누구나 대화에 참여할 수 있는 열린 대화의 분위기를 조성하였다.

(4) 분석 작업

FGI의 전 과정을 녹음하고 전 내용을 문서로 작성하여 참석자들의 의견과 대화의 전개 등을 파악하도록 하였다. 참석자들의 대화 내용을 주요 단어, 진행자와 다른 참여자에 대한 답변, 사용 단어의 빈도 수, 참여자 진술의 일관성, 강조점, 경험에 따른 진술 그리고 주요 아이디어 도출 등으로 정리하였다(Krueger, Richard A. & Casey, Mary Anne, 2000). 이들 내용을 중심으로 주요 이슈와 키워드를 도출한 결과 비영리조직의 미션과 관련하여 진정성, 간극, 신뢰, 갈등 등의 용어가, 기업의 비즈니스와 관련해서는 경영, 효과, 홍보 등의 용어가, 기업과 비영리조직의 협력과 관련해서는 연계, 파트너십, 접점 등의 용어가, 자원봉사의 욕구와 관련해서는 수요처, 니즈, 요구, 해결, 맞춤형 등의 용어가 그리고 자원봉사의 전문성과 관련해서는 프로그램, 워크숍, 훈련 등의 용어가 사용되었다.

표 1. FGI 주요 이슈 및 단어 분석

주요 이슈	사용 단어 및 빈도수
미션	진정성 12회, 궁극적 목적 5회,
비즈니스	경영 5회, 효과 3회, 경영목적 1회 홍보 2회
협력	간극 15회, 연계 10회, 파트너십 4회, 접점 1회, 신뢰 1회, 갈등1회
욕구	수요처 15회, 니즈 12회, 해결 11회, 요구 5회, 맞춤형 4회
전문성	프로그램 21회, 워크숍 5회, 훈련 1회

(5) FGI 분석

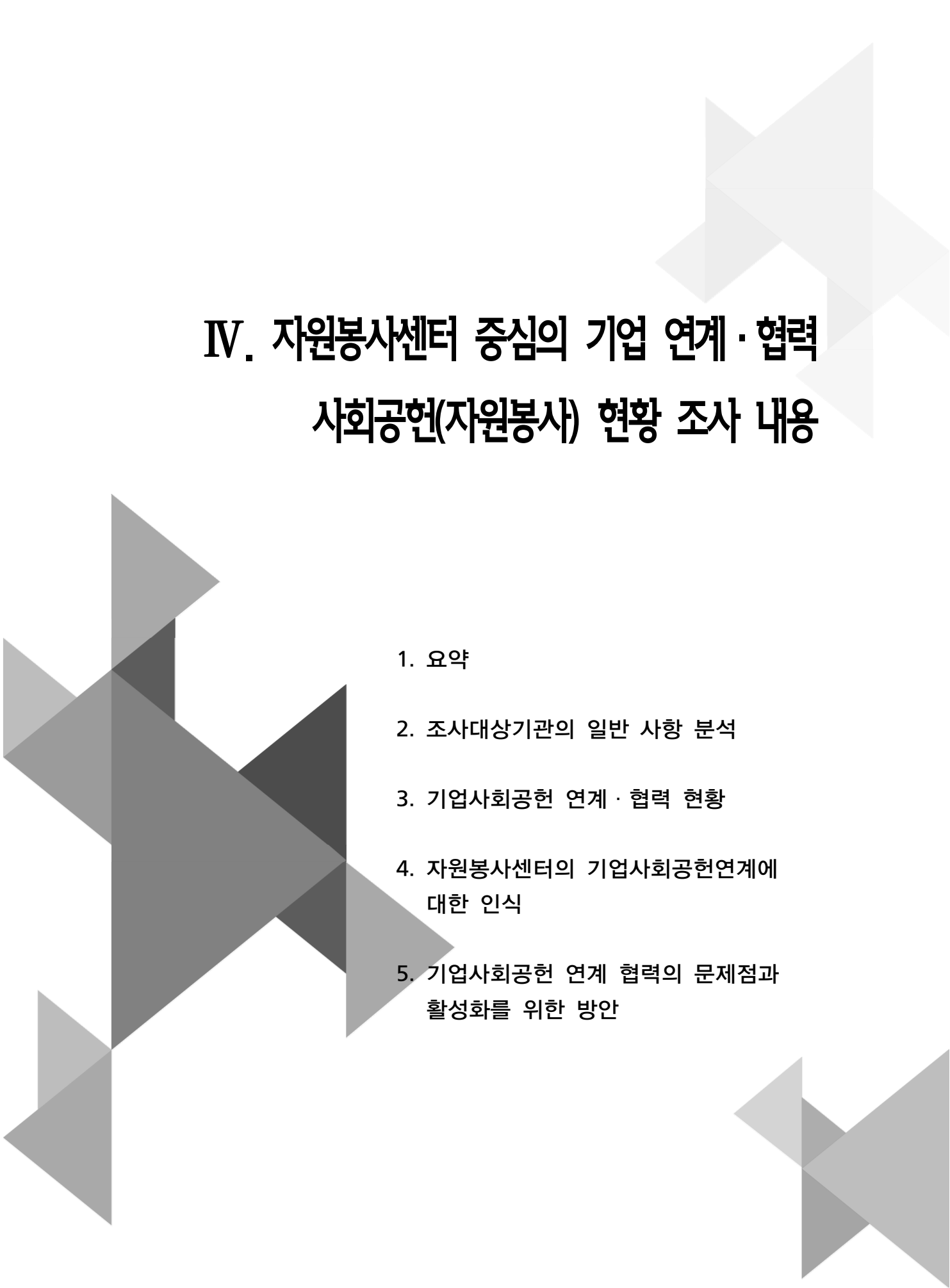
FGI를 통해 자원봉사의 수요처, 니즈, 진정성과 같은 자원봉사활동의 근본적인 목적과 관련된 이슈가 많이 나타났다. 기업의 관점에서 경영, 효과와 같은 용어가 언급되었으나 이는 자원봉사의 본질적인 요소에 비해 낮게 나타났다. 그러나 기업과 자원봉사센터 모두 협력의 중요성을 강조하는 것으로 나타났다. 기업과 비영리조직의 관점의 차이

를 말해주는 “간극”, “연계”, “파트너십”에 대한 용어가 자주 언급되었다. 이는 지역자원봉사센터와 기업이 다른 관점을 지니고 있음에도 불구하고 자원봉사의 활성화를 위해서는 이들 차이점을 해소하기 위한 섹터 간 협력이 필요함을 말해주는 것이라 할 수 있다. 이를 바탕으로 연구를 위한 설문지 작성을 다음의 내용을 기초로 작성하였다.

- 센터의 현황 및 역할 : 자원봉사센터의 자원(인적, 물적), 자원봉사센터의 역할, 기업자원의 활용
- 센터 운영의 문제점 : 기업과 자원봉사센터의 욕구의 차이점(기업과 자원봉사센터 직원들의 관점의 차이), 관계성 부족, 자원봉사 대상 및 수요처 개발의 미스매치
- 개선방안 : 기업사회공헌교육, 커뮤니케이션 확대, 기관장의 기업자원봉사활동과 협력에 대한 이해

3) 서베이조사

자원봉사센터의 기본 기능과 역할 그리고 FGI를 통해 도출된 키워드를 중심으로 설문지를 작성하여 전국의 246개 자원봉사센터에 대해 설문조사를 실시하여 143개의 기관이 응답하여 응답회수율이 58.1%로 나타났다.



IV. 자원봉사센터 중심의 기업 연계·협력 사회공헌(자원봉사) 현황 조사 내용

1. 요약
2. 조사대상기관의 일반 사항 분석
3. 기업사회공헌 연계·협력 현황
4. 자원봉사센터의 기업사회공헌연계에
대한 인식
5. 기업사회공헌 연계 협력의 문제점과
활성화를 위한 방안

IV. 자원봉사센터 중심의 기업 연계·협력 사회공헌(자원봉사) 현황 조사 내용



1. 요약

1) 일반현황

자원봉사센터의 기업사회공헌 연계·협력 현황조사의 범위와 대상은 ①센터의 활동범위(특별시·광역시와 도·특별자치도)와 ②운영형태의 차이점에 대하여 분석을 하였으며 조사내용은 ①자원봉사센터의 기업사회공헌연계 현황, ②자원봉사센터의 기업사회공헌연계에 대한 인식 ③기업사회공헌 연계 협력의 문제점과 활성화를 위한 방안 등 3가지로 이루어졌다. 조사대상 자원봉사센터의 활동범위에 따른 소재지 특성은 농어촌중심지역, 주거지 중심 지역, 상업 중심 지역, 산업중심 지역으로 구분하였으며 운영형태는 독립법인, 혼합운영, 민간 위탁, 지자체 운영으로 구분하여 조사하였다.

센터의 소재지 특성은 농어촌중심지역이 57개 센터(39.9%)로 가장 많았고, 주거지 중심 지역에 위치한 센터가 49개(34.3%)로 두 번째로 많은 분포를 보였다. 상업 중심 지역은 19개 센터(13.3%), 산업중심 지역이 8개 센터(5.6%)의 순이었다.

2) 기업자원봉사 활동 연계 현황

본 조사에 참여한 자원봉사센터의 기업사회공헌 연계·협력 현황을 살펴보면 기업사회공헌 연계·협력 사업이나 프로그램을 진행한 경험이 있다고 응답한 기관은 116개 센터(81.1%)였으며, 관련 사업 및 프로그램을 운영해보지 않은 센터는 27개 센터(18.9%)였다. 조사 참여 센터 중 기업사회공헌을 연계하거나 협력한 사업 및 프로그램을 운영해본 경

협이 있다고 응답한 센터는 기업사회공헌 연계·협력 사업을 시작한지 6년 이상 10년 이하인 기관이 49개 센터(42.2%)로 가장 많은 분포를 보였다. 3년 이하인 센터도 28개(24.1%)로 상당수를 차지하고 있었다. 조사대상 자원봉사센터가 2015년 사회공헌 연계 및 협력을 수행한 기업의 수는 평균 9.86개(표준편차: 14.3)로 나타났다. 조사대상 자원봉사센터가 기업 사회공헌 연계를 통해 지역사회기관에 지원한 현물은 평균 39,437,980.11원, 기업공헌관련 자원봉사센터의 지출은 평균 35,127,224.48원으로 나타났다.

기업 사회공헌 연계 및 협력의 형태는 기업 대상 사회공헌 프로그램 개발 및 제공 60개 센터(42.0%), 임직원의 단체 자원봉사자와 NGO 단체를 연계 12개 센터(8.4%), 기업 자원봉사 관련 컨설팅 10개 센터(5.6%)의 순으로 나타났다. 기업의 사회공헌 연계 경로를 보면, 기업의 요청이(80건, 55.9%), 자원봉사센터의 자체적 연계(46건, 32.2%)로 나타난 반면에 지역사회 NGO 및 단체에서 요청하여 연계한 경우는 12개 센터(8.4%)로 낮게 나타났다.

자원봉사센터의 기업사회공헌 연계에 대한 분석에서 소재지에 따른 유의미한 차이점은 없으나 운영형태에 따른 기업사회공헌 연계에서는 유의미한 결과가 나와 독립법인과 민간위탁인 경우에 기업사회공헌 연계·협력 사업의 운영경험이 많은 것으로 나타났다. 반면에 운영경력의 경우 특별시·광역시 소재 자원봉사센터는 평균 7.90년(표준편차: 4.719), 도·특별자치도 소재 기관(평균 6.15, 표준편차: 3.723)보다 통계적으로 유의미하게 높은 것으로 나타났다($t=2.111$, $P=0.038$). 운영형태에 따른 기업사회공헌 연계협력 사업운영 경력은 ANOVA 검증 결과 유의미한 차이는 없는 것으로 나타났다($F=0.926$, $P=.431$).

자원봉사센터의 운영형태에 따라 2015년 기업사회공헌 연계·협력 실적에 대한 ANOVA 분석에서 민간위탁인 경우가 가장 높은 평균을 보였지만 통계적으로는 유의미하지 않았다. 자원봉사 연계인원과 기업사회공헌 연계·협력 관련 현물지원액, 지출액 모두에서 독립법인인 경우가 가장 높은 실적을 보였으나 통계적으로 유의미하지 않았다.

자원봉사센터의 소재지에 따라 기업사회공헌 전담인력의 유무에 어떠한 차이가 있는지를 분석한 결과 특별시·광역시에 소재한 자원봉사센터 총 57개 기관 중 전담 인력이 있는 기관이 33개 기관(57.9%)이었고, 도·특별자치도에 소재한 기관은 총 85개 기관 중 34개(40.0%)에 전담인력이 있어 통계적으로 유의미한 차이를 보이고 있었다. 즉, 특별시·광역시에 소재한 기관이 도·특별자치도의 센터들에 비해 전담인력을 더 확보하고 있

는 것으로 이해될 수 있다. 반면에 자원봉사센터의 운영형태에 따른 전담인력의 차이는 통계적으로 유의미하지 않았다.

자원봉사센터의 소재지에 따라 사회공헌 가능 기업 수에 대한 인식에 있어서 특별시·광역시 소재의 자원봉사센터들이 지역사회 내 센터들보다 사회공헌이 가능한 기업 수를 더 높게 인식하고 있는 것으로 나타났다. 자원봉사센터의 운영형태에 있어서는 민간위탁이 혼합 운영에 비해, 독립법인이 혼합 운영에 비해 사회공헌 가능 기업 수를 높게 인지하고 있는 것으로 나타났다.

기업에서 자원봉사센터에 의뢰한 자원봉사 활동 분야는 지역사회(106개 기관), 사회복지 봉사(94개 기관)로 비교적 높게 나타났다. 반면 의료보건, 교육부문, 문화예술, 지역 공공단체, 긴급 구호 봉사 등을 의뢰받은 경우는 모두 25% 미만으로 낮게 나타나 기업의 특성에 적합한 다양한 분야의 자원봉사 활동의 모색이 필요함을 알 수 있었다. 자원봉사활동 대상의 경우 노인(67개 센터, 46.9%)이 응답하여 가장 높은 분포를 보였다. 아동 대상 봉사는 1순위에서는 17개 기관이 답하여 두 번째로 높은 분포를 보였다. 우선순위에별 봉사 대상 의뢰를 검토한 결과 주로 노인, 아동, 장애인에 집중되어 있는 것을 살펴볼 수 있었다.

자원봉사센터의 기업사회공헌 전담자의 경우 75개 센터(52.4%)가 없다고 답하여 전담인력이 없는 센터가 더 많은 것으로 나타났다. 자원봉사센터의 기업 사회공헌 담당인력의 업무 경력을 보면 사회복지분야 종사 경력, 자원봉사 업무 경력, 기업사회공헌 업무 경력의 순으로 나타나 사회공헌업무 경력이 상대적으로 낮은 것으로 나타났다. 사회공헌담당자들의 업무 성격을 보면 다수의 업무 속에서 기업 사회공헌 연계·협력 업무를 병행하고 있는 것으로 나타나 사회공헌전담 업무 비율이 낮게 나타났다. 또한 사회공헌관련 교육은 25.2%만이 교육을 받은 것으로 나타나 사회공헌 교육이 시급함을 알 수 있다. 그 결과 기업사회공헌 담당자들의 사회공헌에 대한 전문지식도 낮은 편 (58.0%)으로 나타났으며 '거의 없다'도 18개 센터(12.6%)로 나타나 전반적으로 사회공헌에 대한 교육이 매우 미흡함을 알 수 있다. 또한 사회공헌교육 이수 여부에 따른 T-test 검증 결과에서도 교육을 받은 집단이 그렇지 않은 집단에 비해 전문지식 정도가 높게 나타나 교육의 필요성을 간접적으로 말해주고 있다.

자원봉사센터의 기업자원봉사 연계에 대한 전반적인 내용을 보면 자원봉사센터가 위치한 지역적 특성에 따라 기업의 소재 차이가 있는 것으로 나타나 도시, 농어촌, 상업

지역 등의 지역적 특성을 반영한 기업자원봉사 연계 전략이 필요한 것으로 나타났다.

자원봉사센터의 기업자원봉사와 지역사회 NGO의 자원봉사연계에 대해서는 인식과 실제적인 결과 모두 필요성이 높게 나타났으며 실제로 자원봉사활동의 결과에 대해서 기업과 NGO의 만족도 역시 높게 나타나 자원봉사센터의 자원봉사연계 활동이 중요함을 알 수 있다. 하지만 수요처 발굴이나 대상자 선정, 프로그램 개발 등의 구체적인 방안에 있어서의 제한점과 극복해야할 과제들이 지적되었다.

전반적으로 자원봉사센터의 기업자원봉사활동의 연계의 필요성과 성과가 어느 정도 높게 나타난 반면에 자원봉사센터의 기업자원봉사활동 연계를 위한 노력과 자원은 매우 미흡한 것으로 나타났다. 자원봉사전담자 인력 및 배치, 기업사회공헌 교육, 기업사회공헌 관련 예산 등은 매우 미흡한 것으로 나타나 자원봉사센터의 기업자원봉사의 필요성에 비해서 실제로 기업자원봉사 활동에 대한 자원봉사센터의 투입이 부족하여 이에 대한 개선이 요구되고 있다.

3) 자원봉사센터의 기업 사회공헌 연계에 대한 인식

자원봉사센터가 속한 지역사회에 사회공헌활동이 가능한 기업의 수는 '다소 적은 편이다'(48.3%)가 '다소 많은 편이다'(23.8%)보다 높게 나타났으며 '거의 없다'도 (23.1%)로 높게 나타나 지역사회의 사회공헌활동 기업이 상대적으로 많지 않은 것으로 나타났는데 이는 ANOVA 분석을 통해 나타났듯이 자원봉사센터가 속한 농어촌지역의 기업이 매우 적기 때문으로 보인다. 하지만 자원봉사센터 지역의 기업사회공헌 활동을 하는 기업이 그렇지 않은 기업에 비해 높게 나타나 기업들의 사회공헌활동 참여는 어느 정도 활성화되어 있는 것으로 보인다. 지역 내 NGO단체와의 연계에 대해서는 조사대상 센터의 절반 이상(58.0%)이 필요성을 느끼고 있었다. 지역의 NGO의 경우 기업연계의 필요성을 더 느끼고 있는 것으로 나타났다.

자원봉사센터가 기업의 사회공헌 활동을 연계하고 협력하는 것에 대한 필요성에 대해 어떻게 인식하고 있는지에 대해 '매우 필요로 한다'라는 응답이 74개 기관(51.7%)으로 가장 많이 답하였으며 '어느 정도 필요로 하는 편이다'라는 응답에 66개 기관(46.2%)이 답하여 조사대상 자원봉사센터 대다수가 기업사회공헌 활동을 연계하고 협력할 필요성을 높게 인식하고 있음을 파악할 수 있었다. 자원봉사센터가 기존의 연계한 기업과 NGO와의 연계 활동에 대한 기업의 만족도 역시 '어느 정도 만족'과 '매우 만족하였다'라는

응답이 총 117개 센터(81.8%)로 대부분 긍정적으로 조사되었으며 지역사회 NGO들 역시 만족도가 높은 것(79%)으로 조사되었다. 이러한 조사결과는 자원봉사센터의 기업과 지역사회, NGO의 연계 역할에 있어서 자원봉사센터의 중간지원기관으로서의 역할이 중요함을 말해준다.

4) 기업사회공헌 연계 협력의 문제점과 활성화를 위한 방안

자원봉사센터의 기업 사회공헌 연계를 위한 협력 과정의 문제점은 기업의 사회공헌 담당자의 잦은 교체로 인한 연계·협력의 지속성 부족, 기업 임직원들의 자원봉사활동의 비자발성과 형식적 참여, 봉사보다는 기업 홍보에 중점 등의 순으로 나타났다. 기업의 자원봉사활동 시간이나 활동 내용의 잦은 변경, 기업 담당자의 고압적 태도 등도 지적이 되었다.

자원봉사센터의 기업 사회공헌 협력 과정에 있어서 자원봉사센터의 문제점은 센터 내 기업 사회공헌 활동 지원 관련 예산 부족, 전담 인력 부족, 업무 매뉴얼 부족 등이 지적되어 전반적으로 자원봉사센터의 기업사회공헌 협력을 위한 자원과 시스템이 부족함을 알 수 있다. 기업자원봉사 연계과정에서의 문제점으로는 기업이 원하는 적절한 자원봉사 수요처 발굴, 기업과 네트워크 구축이 높게 나타났다. 자원봉사센터의 중간지원기관으로서의 기능에 대해서는 자원봉사 자원 연계 기능, 자원봉사 파트너 선정 및 협력 기능, 프로그램 수행의 정보수집의 역할 순으로 나타났다.

5) 조사결과 함의

자원봉사센터 중심의 기업사회공헌(자원봉사) 연계·협력 현황 조사결과 지역자원봉사센터의 기업사회공헌(자원봉사)연계에 대해 자원봉사센터와 지역 NGO 모두 필요성을 느끼고 있으며, 연계의 성과(지역 NGO의 만족도)도 어느 정도 나타났다. 하지만 연계를 위한 내부의 자원(인적·물적 자원)에 대한 투입과 노력(교육, 인식개선)은 미흡한 것으로 나타났다. 그리고 자원봉사센터의 소재지와 형태에 대한 분석에서 일반적으로 특별시·광역시소재지의 자원봉사센터와 독립법인이 사회공헌기업 연계와 자원에 상대적으로 도·특별자치도의 자원봉사센터에 비해 높은 것으로 나타났다. 특히 농어촌지역의 경우 지역 특성상 연계 가능 기업이 거의 없는 것으로 나타나 지역 기업의 연계 협력이 현실적으

로 가능하지 않기 때문에 전략적으로 대기업과 연계하여 1사1농어촌 지역 사회공헌활동을 통한 기업자원봉사 연계를 하는 것이 필요하다고 본다.

위와 같은 조사결과를 볼 때 전반적으로 자원봉사센터의 기업자원봉사 연계·협력의 필요성이 모든 측면에서 요구되고 성과도 나타나고 있으나 자원봉사센터의 기업사회공헌 연계와 협력을 위한 인적 물적 자원과 노력이 부족하므로 이에 대한 투자와 노력을 통해 자원봉사센터와 기업사회공헌 연계를 통한 중간지원기관으로서 자원봉사센터의 성과를 높이는 것이 필요하다고 본다.

2. 조사대상 기관의 일반적 사항 분석

- 본 조사는 자원봉사센터의 기업 사회공헌 연계·협력 현황을 파악하기 위하여 전국 246개의 자원봉사센터를 대상으로 설문조사를 하였다.
- 전체 자원봉사센터 중 총 143개의 기관이 설문지에 응답을 하여 응답회수율은 58.1%이었다.
- 조사에 참여한 기관은 서울특별시, 6개 광역시에 소재한 기관이 총 57개 기관(39.9%)이었으며, 경상북도가 15개 기관(10.5%)이 참여하여 가장 많은 연구 참여를 보였고, 경기도가 14개 기관(9.8%)의 순이었다. 조사 참여 기관의 분포는 <표 2>와 같다.

표 2. 조사 참여 기관의 지역별 분포

지역구분	빈도	백분율(%)	빈도	백분율(%)	
특별시 광역시	서울	12	8.4	57	39.9
	인천	10	7.0		
	광주	6	4.2		
	대전	7	4.9		
	대구	6	4.2		
	울산	4	2.8		
	부산	12	8.4		
도 특별자치도	경기	14	9.8	86	60.1
	충남	9	6.3		
	충북	8	5.6		
	전북	8	5.6		
	전남	9	6.3		
	경북	15	10.5		
	경남	11	7.7		
	강원	10	7.0		
	제주	2	1.4		
	합계	143	100.0		

- 조사에 참여한 기관의 소재지 특성을 살펴보면, 농어촌중심지역에 소재한 기관이 57개 기관(39.9%)으로 가장 많았고, 주거지 중심 지역에 위치한 기관이 49개 기관(34.3%)으로 두 번째로 많은 분포를 보였다. 상업 중심 지역이 19개 기관(13.3%), 산업중심 지역이 8개 기관(5.6%)의 순이었다(표 3 참조).

표 3. 조사대상 자원봉사센터의 소재 지역 특성

지역구분	빈도	백분율(%)
농어촌 지역	57	39.9
산업 중심 지역	8	5.6
상업 중심 지역	19	13.3
주거지 중심 지역	49	34.3
무응답	10	7.0
합계	143	100.0

- 조사에 참여한 자원봉사센터의 운영 형태를 살펴보면, 독립법인이 43개 기관(30.1%)으로 가장 많았고, 혼합운영 40개 기관(28.0%), 민간 위탁이 31개 기관(21.7%), 지자체 운영이 28개 기관(19.6%)의 분포를 보였다(표 4 참조).

표 4. 조사대상 기관의 운영 형태

운영 형태	빈도	백분율(%)
지자체운영	28	19.6
혼합운영	40	28.0
민간위탁	31	21.7
독립법인	43	30.1
무응답	1	0.7
합계	143	100.0

3. 기업사회공헌 연계·협력 현황

1) 자원봉사센터의 기업사회공헌 연계·협력 현황

본 조사에 참여한 자원봉사센터의 기업사회공헌 연계·협력 현황을 살펴보면 다음과 같다.

- 기업사회공헌 연계·협력 사업이나 프로그램을 진행한 경험이 있다고 응답한 기관은 116개 기관(81.1%)이었으며, 관련 사업 및 프로그램을 운영해보지 않은 기관은 27개 기관(18.9%)이었다(표 5 참조).

표 5. 기업사회공헌 연계·협력 사업 운영 경험 여부

구분	빈도	백분율(%)
기업사회공헌 연계·협력 사업 운영 경험 있음	116	81.1
기업사회공헌 연계·협력 사업 운영 경험 없음	27	18.9
합계	143	100.0

- 자원봉사센터 소재지 구분에 따라 기업사회공헌 연계·협력 사업이나 프로그램 운영 경험 여부를 검토한 결과, 서울시를 포함한 광역시에 소재한 자원봉사센터에서 기업사회공헌 연계 및 협력 사업을 운영한 경험이 있는 기관은 50개 기관이었다. 운영 경험이 없는 기관은 7개 기관이었으며, 도·특별자치도에 소재한 자원봉사센터의 경우 운영 경험이 있는 기관은 66개 기관, 운영경험이 없는 기관은 20개 기관이었다. 이들 간의 운영경험 여부에 차이가 있는지에 대해 카이제곱 검증을 실시한 결과 유의한 차이는 없는 것으로 나타났다($\chi^2=2.696$ p=.128)(표 5-1 참조).

표 5-1. 자원봉사센터 소재지 구분에 따른 기업사회공헌 연계 협력사업 운영 경험

소재지 구분	구분	기업공헌 연계 운영 여부		전체
		운영 경험있음	운영 경험없음	
특별시 광역시 소재	빈도	50	7	57
	소재지 구분 중 %	87.7%	12.3%	100.0%
	기업공헌 연계 운영 여부 중 %	43.1%	25.9%	39.9%
	전체 %	35.0%	4.9%	39.9%
도 특별자치도 소재	빈도	66	20	86
	소재지 구분 중 %	76.7%	23.3%	100.0%
	기업공헌 연계 운영 여부 중 %	56.9%	74.1%	60.1%
	전체 %	46.2%	14.0%	60.1%
전체	빈도	116	27	143
	소재지 구분 중 %	81.1%	18.9%	100.0%
	기업공헌 연계 운영 여부 중 %	100.0%	100.0%	100.0%
	전체 %	81.1%	18.9%	100.0%

- 자원봉사 운영형태에 따라 기업사회공헌 연계·협력 사업이나 프로그램 운영 경험 여부를 검토한 결과, 지자체 운영인 경우 운영 경험이 있다고 답한 기관은 16개 기관이었고, 운영경험이 없는 기관은 12개 기관이었으며, 혼합운영의 경우 운영 경험이 있는 기관은 30개 기관, 경험이 없는 기관은 10개 기관이었으며, 민간위탁의 경우 운영 경험이 있는 기관은 28개 기관, 없다고 답한 기관은 3개 기관, 독립법인의 경우 운영 경험이 있는 기관은 41개 기관, 없다고 답한 기관은 2개 기관이었다. 이들 간의 운영경험 여부에 차이가 있는지에 대해 카이제곱 검증을 실시한 결과 유의한 차이가 있는 것으로 나타났다($\chi^2=18.783, p=.000$). 즉 운영형태가 독립법인과 민간위탁인 경우, 기업사회공헌 연계·협력 사업의 운영경험이 많은 것으로 이해될 수 있다(표 5-2 참조).

표 5-2. 운영형태에 따른 기업사회공헌 연계·협력사업 운영 경험

운영형태 구분	구분	기업공헌 연계 운영 여부		전체
		운영 경험있음	운영 경험없음	
지자체운영	빈도	16	12	28
	운영형태 중 %	57.1%	42.9%	100.0%
	기업공헌 연계 여부 중 %	13.9%	44.4%	19.7%
	전체 %	11.3%	8.5%	19.7%
혼합운영	빈도	30	10	40
	운영형태 중 %	75.0%	25.0%	100.0%
	기업공헌 연계 여부 중 %	26.1%	37.0%	28.2%
	전체 %	21.1%	7.0%	28.2%
민간위탁	빈도	28	3	31
	운영형태 중 %	90.3%	9.7%	100.0%
	기업공헌 연계 여부 중 %	24.3%	11.1%	21.8%
	전체 %	19.7%	2.1%	21.8%
독립법인	빈도	41	2	43
	운영형태 중 %	95.3%	4.7%	100.0%
	기업공헌 연계 여부 중 %	35.7%	7.4%	30.3%
	전체 %	28.9%	1.4%	30.3%
전체	빈도	115	27	142
	운영형태 중 %	81.0%	19.0%	100.0%
	기업공헌 연계 여부 중 %	100.0%	100.0%	100.0%
	전체 %	81.0%	19.0%	100.0%

- 조사 참여기관 중 기업사회공헌을 연계하거나 협력한 사업 및 프로그램을 운영해 본 경험이 있다고 응답한 기관 중 기업사회공헌 연계·협력 사업을 시작한지 6년 이상 10년 이하인 기관이 49개 기관(42.2%)로 가장 많은 분포를 보였고, 3년 이하인 기관도 28개 기관(24.1%)으로 상당수를 차지하고 있었다. 평균은 6.91년(표준편차: 4.26)이었다(표 6 참조).

표 6. 기관의 기업사회공헌 연계·협력 사업 운영 경력

구분	빈도	백분율(%)
3년 이하	28	24.1
4년 이상~5년 이하	18	15.5
6년 이상~10년 이하	49	42.2
11년 이상~15년 이하	9	7.8
16년 이상	6	5.2
무응답	6	5.2
합계	116	100.0

- 자원봉사센터 소재지 구분에 따라 기업사회공헌 연계·협력 사업 운영 경력을 분석한 결과 특별시·광역시 소재 자원봉사센터는 평균 7.90년(표준편차: 4.719), 도·특별자치도 소재 기관의 경우 평균 6.15(표준편차: 3.723)로 특별시·광역시에 소재한 자원봉사센터들의 기업사회공헌 연계협력 사업 운영 경력이 통계적으로 유의미하게 높은 것을 살펴볼 수 있다($t=2.111$, $P=0.038$). 자원봉사센터의 운영형태에 따른 기업사회공헌 연계협력 사업운영 경력을 ANOVA 검증한 결과 유의미한 차이는 없었다($F=0.926$, $P=.431$)(표 6-1 참조).

표 6-1. 자원봉사센터 소재지 구분에 따른 기업사회공헌 연계·협력 사업 운영 경력

소재지 구분	빈도	평균	표준편차	평균의 표준오차	t-value	p
특별시·광역시 소재	48	7.90	4.719	.681	2.111	0.038
도·특별자치도 소재	62	6.15	3.723	.473		

- 조사대상 자원봉사센터가 2015년 사회공헌 연계 및 협력을 수행한 기업의 수는 평균 9.86개(표준편차: 14.3)이었다. 하지만 연계한 기업의 수가 5개 이하인 기관이 62개 기관(43.4%)으로 높은 분포를 보였다(표 7 참조).

표 7. 2015년 사회공헌 연계·협력한 기업 수

2015년 연계 기업 수	빈도	백분율(%)
5개 기업 이하	62	43.4
6 ~ 10개 기업 이하	23	16.1
11 ~ 15개 기업 이하	10	7.0
16 ~ 20개 기업 이하	8	5.6
21 ~ 25개 기업 이하	2	1.4
26 ~ 50개 기업 이하	7	4.9
51개 이상	2	1.4
무응답	29	20.3
합계	143	100.0

- 조사대상 자원봉사센터가 2015년 기업의 사회공헌 협력을 통해 연계한 자원봉사자의 수는 평균 1,256명(표준편차: 3845.81)이었다(표 8 참조).

표 8. 2015년 기업사회공헌 활동 연계 자원봉사자 수(연인원)

2015년 기업사회공헌활동 연계 자원봉사자 수	빈도	백분율(%)
100명 이하	24	16.8
101~300명 이하	21	14.7
301~500명 이하	19	13.3
501~700명 이하	8	5.6
701~1,000명 이하	9	6.3
1001~2,000명 이하	14	9.8
2001~3,000명 이하	1	.7
3,001명 이상	5	3.5
무응답	42	29.4
합계	143	100.0

- 조사대상 자원봉사센터가 기업사회공헌 연계를 통해 지역사회기관에 지원한 현물은 평균 39,437,980.11원(표준편차: 101064154.68)이었고, 기업사회공헌 관련 자원봉사센터의 지출은 평균 35,127,224.48(표준편차: 111279102.75)이었다(표 9 참조).

표 9. 2015년 기업사회공헌 연계를 통한 현물지원액 및 기업 사회공헌 관련 지출액

구분	현물지원액		지출액	
	빈도	백분율(%)	빈도	백분율(%)
0원	14	9.8	37	25.9
1~100만 원 이하	8	5.6	10	7.0
100만원 초과~1천만 원 이하	26	18.2	17	11.9
1천만 원 초과 ~5천만 원 이하	30	21.0	7	4.9
5천만 원 초과~1억 원 이하	12	8.4	7	4.9
1억 초과~5억 원 이하	4	2.8	6	4.2
5억 원 초과	2	1.4	1	0.7
무응답	47	32.9	58	40.6
합계	143	100.0	143	100.0
평균(표준편차)	39,437,980.11원 (101064154.68)		35,127,224.48원 (111279102.75)	

- 자원봉사센터 소재지에 따라 2015년 기업사회공헌 연계·협력 실적에 어떠한 차이가 있는지를 T 검정을 통해 분석하였다. 그 결과 서울시를 포함한 광역시에 소재한 기관들이 연계기업수, 자원봉사자 인원, 현물지원액, 관련 지출액에서 모두 높은 평균을 보였다. 하지만 통계적으로 유의미하지는 않았다(표 10-1 참조).

표 10-1. 소재지 구분에 따른 2015년 기업사회공헌 연계 관련 실적 비교

	소재지 구분	N	평균	표준편차	T-value	p
연계·협력한 기업 수	특별시·광역시	50	12.74	18.385	1.79	.078
	도·특별자치도	64	7.61	9.614		
자원봉사자 연계 인원	특별시·광역시	48	1977.00	5438.162	1.78	.077
	도·특별자치도	56	638.41	1258.584		
현물지원액	특별시·광역시	43	52185599.58	142009626.620	1.02	.311
	도·특별자치도	53	29095571.87	46132531.687		
기업공헌관련 지출액	특별시·광역시	40	38945041.58	127675076.091	0.29	.768
	도·특별자치도	45	31733609.29	95743252.461		

- 자원봉사센터의 운영형태에 따라 2015년 기업사회공헌 연계·협력 실적에 어떠한 차이가 있는지를 ANOVA 분석을 통해 살펴보았다. 그 결과, 연계한 기업 수는 민간위탁인 경우가 가장 높은 평균을 보였지만 통계적으로는 유의미하지 않았고, 자원봉사 연계인원과 기업사회공헌 연계·협력 관련 현물지원액, 지출액 모두에서 독립법인인 경우가 가장 높은 실적을 보였으나 통계적으로 유의미하지 않았다(표 10-2 참조).

표 10-2. 운영형태에 따른 2015년 기업사회공헌 연계 관련 실적 비교

구분		N	평균	표준편차	F value	P
연계·협력한 기업 수	지자체운영	17	13.12	14.995	1.95	.126
	혼합운영	29	4.93	4.350		
	민간위탁	27	13.15	20.225		
	독립법인	40	9.98	13.539		
자원봉사자 연계 인원	지자체운영	15	858.73	1342.884	1.82	.143
	혼합운영	28	313.93	455.693		
	민간위탁	24	862.00	934.625		
	독립법인	36	2422.19	6307.631		
현물지원액	지자체운영	14	31,844,014.29	55330611.728	1.86	.142
	혼합운영	25	15,351,451.16	21523107.539		
	민간위탁	23	24,414,192.17	33337656.535		
	독립법인	33	72,270,217.94	161,827,139.233		
기업공헌관련 지출액	지자체운영	11	21,782,727.27	66,345,196.675	0.91	.438
	혼합운영	19	3,873,684.21	7,617,220.411		
	민간위탁	21	40,542,855.38	98,750,732.248		
	독립법인	33	55,188,003.58	154,559,045.676		

- 조사에 참여한 기관들이 수행한 기업사회공헌 연계 및 협력의 형태에 대해서 우선 순위를 두고 답하도록 하였는데 3순위까지 검토한 결과 1순위로 활발하게 수행하고 있다고 응답한 운영 형태는 기업 대상 사회공헌 프로그램 개발 및 제공이 60개 기관(42.0%)으로 가장 많은 기관이 응답하였고, 임직원의 단체 자원봉사자와 NGO 단체를 연계하는 것이 12개 기관(8.4%), 기업에 대한 기업 자원봉사 관련 컨설팅이 10개 기관(5.6%) 순으로 나타났다(표 11 참조).

표 11. 기업사회공헌 연계 및 협력의 형태

구분	1순위	2순위	3순위	계
	빈도(%)	빈도(%)	빈도(%)	빈도(%)
기업 대상 사회공헌 프로그램 개발(자원봉사 프로그램 포함) 및 제공	60(42.0%)	15(10.5%)	4(2.8%)	79(18.4%)
임직원 단체 자원봉사자와 NGO 연계	12(8.4%)	6(4.2%)	7(4.9%)	25(5.8%)
기업에 대한 기업 자원봉사 관련 컨설팅	10(7.0%)	18(12.6%)	3(2.1%)	31(7.2%)
임직원의 소규모 개별 자원봉사자와 NGO 연계	8(5.6%)	13(9.1%)	8(5.6%)	29(6.7%)
기업의 재능기부(프로보노 활동) 프로그램 개발	6(4.2%)	10(7.0%)	13(9.1%)	29(6.7%)
기업의 자원봉사 수요처 개발	6(4.2%)	14(9.8%)	21(14.7%)	41(9.6%)
기업 임직원대상 자원봉사 교육	4(2.8%)	9(6.3%)	13(9.1%)	26(6.1%)
무응답	37(25.9%)	58(40.6%)	74(51.7%)	169(39.4%)
합계	143(100%)	143(100%)	143(100%)	429(100%)

- 기업의 사회공헌을 연계하게 된 경로를 조사한 결과, 조사대상 자원봉사센터들의 기업에서 사회공헌 수요처를 구하는 요청을 받아 사회공헌 사업 및 프로그램을 연계한 경우가 가장 높게 나타났으며(80건, 55.9%), 자원봉사센터에서 자체적으로 기업의 사회공헌 프로그램을 개발하여 연계한 경우도 46개 기관(32.2%)이 있었다. 하지만 사회공헌 수요처인 지역사회 NGO 기관 및 단체에서 자원봉사센터에 기업 사회공헌 활동을 요청하여 연계한 경우는 12개 기관(8.4%)으로 낮은 분포를 보였다(표 12 참조).

표 12. 기업사회공헌 연계 경로

연계경로	연계여부	빈도	백분율(%)
기업에서 자원봉사센터로 사회공헌 수요처 구하는 요청으로	예	80	55.9
	아니오	33	23.1
	무응답	30	21.0
사회공헌 수요처인 NGO 기관 및 단체에서 기업 연계 요청으로	예	12	8.4
	아니오	101	70.6
	무응답	30	21.0
자원봉사센터의 자체 기업 사회공헌 프로그램 개발을 통해	예	46	32.2
	아니오	67	46.9
	무응답	30	21.0
기타	예	5	3.5
	아니오	108	75.5
	무응답	30	21.0

2) 자원봉사센터의 기업 사회공헌 연계·협력 분야 및 대상

- 기업에서 자원봉사센터에 의뢰한 자원봉사 활동 분야를 조사한 결과, 지역사회를 대상으로 하는 봉사활동을 의뢰받은 경우가 많은 것으로 나타났으며(106개 기관), 사회복지 봉사를 의뢰받은 경우가 94개 기관으로 두 번째로 높은 응답을 보였다. 하지만 의료보건, 교육부문, 문화예술, 지역 공공단체, 긴급 구호 봉사 등을 의뢰 받은 경우는 모두 25% 미만으로 낮은 수준이었다. 이는 기업의 특성에 적합한 다양한 분야의 사회공헌 활동 모색이 필요함을 제시하는 결과라 하겠다(표 13 참조).

표 13. 기업에서 의뢰한 자원봉사활동 분야

분야	의뢰여부	빈도	백분율(%)
사회복지 봉사	예	94	65.7
	아니오	23	16.1
	무응답	26	18.2
의료보건 봉사	예	17	11.9
	아니오	100	69.9
	무응답	26	18.2
교육부문 봉사	예	16	11.2
	아니오	101	70.6
	무응답	26	18.2
문화예술 봉사	예	32	22.4
	아니오	85	59.4
	무응답	26	18.2
지역사회 봉사	예	106	74.1
	아니오	11	7.7
	무응답	26	18.2
지역공공단체 봉사	예	23	16.1
	아니오	93	65.0
	무응답	26	18.2
긴급구호 봉사	예	14	9.8
	아니오	13	72.0
	무응답	26	18.2
기타	예	15	10.5
	아니오	103	71.3
	무응답	26	18.2

- 기업에서 조사 대상 자원봉사센터에 의뢰한 자원봉사 활동 대상을 검토한 결과, 기업에서는 의뢰한 봉사활동의 1순위로 노인대상의 봉사를 67개 기관(46.9%)이 응답하여 가장 높은 분포를 보였다. 아동 대상 봉사는 1순위에서는 17개 기관이 답하여 두 번째로 높은 분포를 보였다. 우선순위별 봉사 대상 의뢰를 검토한 결과 주로 노인, 아동, 장애인에 집중되어 있는 것을 살펴볼 수 있었다(표 14 참조).

표 14. 기업이 의뢰한 자원봉사 대상

구분	1순위	2순위	3순위	계
	빈도(%)	빈도(%)	빈도(%)	빈도(%)
아동	17(11.9%)	25(17.5%)	14(9.9%)	56(13.1%)
청소년	4(2.8%)	6(4.2%)	21(14.7%)	31(7.2%)
노인	67(46.9%)	15(10.5%)	8(5.8%)	90(21.0%)
장애인	4(2.8%)	30(21.0%)	17(11.9%)	51(11.9%)
다문화	1(0.7%)	9(6.3%)	12(8.4%)	22(5.1%)
기타	14(9.9%)	7(4.9%)	4(2.8%)	25(5.8%)
무응답	36(25.2%)	51(35.7%)	67(46.9%)	154(35.9%)
합계	143(100%)	143(100%)	143(100%)	429(100%)

3) 자원봉사센터의 기업사회공헌 전담 인력 현황

- 전담하는 담당자 유무 질문에 대해 조사 대상 기관 중 75개 기관(52.4%)이 없다고 답하였고, 67개 기관(46.9%)이 전담 인력이 있다고 답하였다(표 15 참조).

표 15. 기업사회공헌 전담 인력 유무

기업 사회공헌 전담 인력 유무	빈도	백분율(%)
전담 인력 있음	67	46.9
전담 인력 없음	75	52.4
무응답	1	0.7
합계	143	100

- 자원봉사센터의 소재지에 따라 기업사회공헌 전담인력의 유무에 어떠한 차이가 있는지를 분석한 결과 특별시·광역시에 소재한 자원봉사센터 총 57개 기관 중 전담 인력이 있는 기관이 33개 기관(57.9%)이었고, 도·특별자치도에 소재한 기관은 총 85개 기관 중 34개(40.0%)에 전담인력이 있어 통계적으로 유의미한 차이를 보이고 있었다. 즉, 특별시·광역시에 소재한 기관이 도·특별자치도의 센터들에 비해 전담인력을 더 확보하고 있는 것으로 이해할 수 있다(표 15-1 참조). 자원봉사센터의 운영형태에 따른 전담인력의 차이는 통계적으로 유의미하지 않았다.

표 15-1. 소재지에 따른 기업사회공헌 전담인력 유무 비교

소재지 구분	구분	전담인력 있음	전담인력 없음	전체	χ^2
특별시·광역시 소재	빈도	33	24	57	4.384*
	소재지 구분 중 %	57.9%	42.1%	100.0%	
	기업 사회공헌 전담 인력 유무 중 %	49.3%	32.0%	40.1%	
	전체 %	23.2%	16.9%	40.1%	
	빈도	34	51	85	
소재지 구분 중 %	40.0%	60.0%	100.0%		
기업 사회공헌 전담 인력 유무 중 %	50.7%	68.0%	59.9%		
전체 %	23.9%	35.9%	59.9%		
전체	빈도	67	75	142	
	소재지 구분 중 %	47.2%	52.8%	100.0%	
	기업 사회공헌 전담 인력 유무 중 %	100.0%	100.0%	100.0%	
	전체 %	47.2%	52.8%	100.0%	

*p<.05

- 조사대상 자원봉사센터의 기업사회공헌 활동 담당자의 직위를 조사한 결과, 부장, 과장 등의 중간관리자급이 39개 기관(27.3%)으로 가장 많았고, 대리, 주임 등 일반관리자급이 19개 기관(13.3%)으로 두 번째로 많았으며, 실무자급은 16개 기관(11.2%), 센터장 또는 소장 등의 최고관리자급 1개 기관(0.7%)의 순이었다(표 16 참조).

표 16. 기업사회공헌 담당 인력의 직위

기업사회공헌 담당 인력의 직위	빈도	백분율(%)
실무자급	16	11.2
일반관리자급	19	13.3
중간관리자급	39	27.3
최고관리자급	1	0.7
무응답	68	47.6
합계	143	100.0

- 자원봉사센터의 기업사회공헌 담당 인력의 업무 경력을 사회복지분야 종사 경력, 자원봉사 업무 경력, 기업사회공헌 업무 담당 경력으로 세분화하여 살펴본 결과, 기업 사회공헌 담당자의 사회복지분야 종사 경력은 평균 92.29개월(표준편차: 56.91)이었으며, 5년~10년 이하인 경우가 16개 기관(11.2%)으로 가장 많았다. 자원봉사 업무 경력은 평균 78.70개월(표준편차 51.27)이었으며 5년~10년 이하인 경우가 23개 기관(16.1%)으로 가장 많았고, 3년~5년이 14개 기관(9.8%)이 두 번째로 높은 분포를 보였다. 기업사회공헌 업무를 담당한 경력을 검토한 결과 평균 38.50개월(표준편차: 35.89)로 사회복지, 자원봉사 업무 경력에 비해 경력수준이 낮았다(표 17 참조).

표 17. 자원봉사센터의 기업사회공헌 담당 인력의 업무 경력

경력 구분	사회복지분야 종사 경력		자원봉사 업무 경력		기업 사회공헌 업무 담당 경력	
	빈도	백분율 (%)	빈도	백분율 (%)	빈도	백분율 (%)
1년 이하	1	0.7	6	4.2	15	10.5
1년 초과 ~ 3년 이하	8	5.6	12	8.4	18	12.6
3년 초과 ~ 5년 이하	5	3.5	14	9.8	8	5.6

경력 구분	사회복지분야 종사 경력		자원봉사 업무 경력		기업 사회공헌 업무 담당 경력	
	빈도	백분율 (%)	빈도	백분율 (%)	빈도	백분율 (%)
5년 초과 ~ 10년 이하	16	11.2	23	16.1	10	7.0
10년 초과 ~ 15년 이하	9	6.3	11	7.7	1	0.7
16년 이상	3	2.1	3	2.1	0	0.0
무응답	101	70.6	74	51.7	91	63.6
평균(표준편차)	92.29개월(56.91)		78.70개월(51.27)		38.50개월(35.89)	
합계	143	100	143	100	143	100

- 조사 대상 자원봉사센터의 기업사회공헌 담당자의 업무 중 기업사회공헌 연계·협력 업무가 차지하는 비율을 검토한 결과, 10%이상 30%미만이라고 응답한 경우가 37개 기관(25.9%)으로 가장 많았고, 30~50%미만이 16개 기관(11.2%)으로 두 번째로 많았다. 응답한 기관의 기업사회공헌 담당 인력의 해당 업무 비중의 평균은 26.81%(표준편차: 24.03)로 나타났다. 이를 통해 많은 자원봉사센터의 기업 사회공헌 담당자들은 다수의 업무 속에서 일부 사업 또는 프로그램으로 기업 사회공헌 연계·협력 업무를 수행하고 있음을 파악할 수 있다(표 18 참조).

표 18. 자원봉사센터의 기업사회공헌 담당 인력의 업무 중 기업 사회공헌 업무 비중

기업 사회공헌 업무 비중	빈도	백분율(%)
10 % 미만	7	4.9
10~30%미만	37	25.9
30~50%미만	16	11.2
50~70%미만	4	2.8
70~90%미만	5	3.5
90%이상	3	2.1
무응답	71	49.7
합계	143	100.0
평균(표준편차)	26.81(24.03)	

4) 기업자원봉사 관련 교육 및 전문지식 역량

- 자원봉사센터의 기업사회공헌 연계·협력 사업을 담당하고 있는 인력의 기업자원봉사 관련 교육 이수 여부를 파악하였는데, 관련 교육을 받았다고 응답한 기관이 36개 기관으로 전체 응답기관의 25.2%에 불과하였다(표 19 참조).

표 19. 기업자원봉사 관련 교육 이수 여부

내용	이수 여부	빈도	백분율(%)
기업자원봉사 관련 교육 이수 여부	예	36	25.2
	아니오	107	74.8
	합계	143	100.0

- 자원봉사센터의 소재지 구분에 따라 기업사회공헌 연계·협력 사업을 담당하고 있는 인력의 기업자원봉사관련 교육 이수 여부는 어떠한지를 분석한 결과, 특별시·광역시 소재 기관들과 도·특별자치도에 소재한 기관들간 유의미한 차이는 없는 것으로 나타났다(표 19-1 참조). 또한 운영형태에 따른 교육이수 여부 역시 통계적으로 유의미한 차이는 없었다(표 19-2 참조).

표 19-1. 자원봉사센터 소재지에 따른 기업 자원봉사관련 교육 이수 여부

구분	교육 받음	교육받은 적 없음	전체	χ^2	
특별시·광역시 소재	빈도	18	39	57	2.064
	지역광역구분 중 %	31.6%	68.4%	100.0%	
	교육 이수여부 중 %	50.0%	36.4%	39.9%	
	전체 %	12.6%	27.3%	39.9%	
도·특별자치도 소재	빈도	18	68	86	
	지역광역구분 중 %	20.9%	79.1%	100.0%	
	교육 이수여부 중 %	50.0%	63.6%	60.1%	
	전체 %	12.6%	47.6%	60.1%	
전체	빈도	36	107	143	
	지역광역구분 중 %	25.2%	74.8%	100.0%	
	교육 이수여부 중 %	100.0%	100.0%	100.0%	
	전체 %	25.2%	74.8%	100.0%	

표 19-2. 자원봉사센터 운영형태에 따른 기업 자원봉사관련 교육 이수 여부

구분	교육 받음	교육받은 적 없음	전체	χ^2	
지자체운영	빈도	5	23	28	2.614
	운영형태 중 %	17.9%	82.1%	100.0%	
	교육 이수여부 중 %	14.3%	21.5%	19.7%	
	전체 %	3.5%	16.2%	19.7%	
혼합운영	빈도	10	30	40	
	운영형태 중 %	25.0%	75.0%	100.0%	
	교육 이수여부 중 %	28.6%	28.0%	28.2%	
	전체 %	7.0%	21.1%	28.2%	
민간위탁	빈도	6	25	31	
	운영형태 중 %	19.4%	80.6%	100.0%	
	교육 이수여부 중 %	17.1%	23.4%	21.8%	
	전체 %	4.2%	17.6%	21.8%	
독립법인	빈도	14	29	43	
	운영형태 중 %	32.6%	67.4%	100.0%	
	교육 이수여부 중 %	40.0%	27.1%	30.3%	
	전체 %	9.9%	20.4%	30.3%	
전체	빈도	35	107	142	
	운영형태 중 %	24.6%	75.4%	100.0%	
	교육 이수여부 중 %	100.0%	100.0%	100.0%	
	전체 %	24.6%	75.4%	100.0%	

- 자원봉사센터의 기업사회공헌 담당인력의 기업자원봉사 관련 교육을 어느 정도 이수했는지를 파악하였는데, 교육을 이수했다고 응답한 36개 기관의 평균 교육회수는 2.31회(표준편차:1.39)이었다. 2회의 교육을 받았다고 응답한 기관이 13개 기관으로 가장 많았고, 1회(12개 기관) 등의 순으로 나타났다(표 20 참조).

표 20. 자원봉사센터의 기업사회공헌 연계 담당자의 기업자원봉사 관련 교육 이수 정도

교육이수정도	빈도	백분율(%)
1회	12	8.4
2회	13	9.1
3회	5	3.5
4회	0	0.0
5회 이상	6	4.2
무응답	107	74.8
합계	143	100.0
평균(표준편차)	2.31(1.39)	

- 자원봉사센터의 소재지에 따라 기업사회공헌 관련 교육 이수 정도를 분석한 결과, 특별시·광역시에 소재한 기관들이 도·특별자치도 소재 기관들에 비해 평균이 높게 나타났다. 하지만 통계적으로 유의미하지는 않았다(표 20-1 참조).

표 20-1. 자원봉사센터 소재지에 따른 교육 이수 정도 분석

소재지 구분	N	평균	표준편차	T value	P
특별시·광역시	18	2.67	1.609	1.592	.122
도·특별자치도	18	1.94	1.056		

- 자원봉사센터의 기업사회공헌 담당 인력이 기업 자원봉사 관련 교육을 받은 기관 및 경로를 살펴본 결과, 외부 전문기관에서 교육을 받은 기관이 26개 기관(18.2%)으로 가장 많았고, 자체교육(4개 기관), 온라인교육(1개 기관) 등을 받은 것으로 나타났다(표 21 참조).

표 21. 자원봉사센터 기업사회공헌담당자의 기업자원봉사 관련 교육 기관

교육 기관 및 경로	빈도	백분율(%)
자체교육	4	2.8
외부전문기관 교육	26	18.2
온라인 교육	1	0.7
개별자기학습	0	0.0
무응답	112	78.3
합계	143	100.0

- 자원봉사센터 기업사회공헌 담당인력의 기업사회공헌에 대한 자신의 전문지식에 대한 인식 정도를 검토한 결과, '다소 적은 편이다'라고 응답한 기관이 83개 기관(58.0%)으로 가장 많았고, '거의 없다'고 응답한 기관이 18개 기관(12.6%)으로 부정적으로 응답한 기관이 총 101개 기관(70.6%)으로 상당수를 차지하고 있는 것으로 나타났다. '거의 없다'를 1점으로 하여 '매우 많다'를 4점으로 Likert 척도화하여 처리한 결과, 평균 2.03(표준편차: 0.58)이었다. 기업사회공헌 담당자들이 관련 전문지식 정도에 대해 전반적으로 낮은 수준이라고 응답한 것으로 이해될 수 있다(표 22 참조).

표 22. 기업사회공헌 지식 정도

전문지식 정도	빈도	백분율(%)
거의 없다	18	12.6
다소 적은 편이다.	83	58.0
다소 많은 편이다.	20	14.0
매우 많다.	1	0.7
무응답	21	14.7
합계	143	100.0

- 자원봉사센터 기업사회공헌 담당인력의 기업사회공헌에 대한 자신의 전문지식에 대한 인식 정도를 분석한 결과 특별시·광역시 소재한 기관들의 평균이 높았으나 통계적으로 유의미하지 않았고(표 22-1 참조), 운영형태에 따른 평균차이도 통계적으로 유의미하지 않았다(표 22-2 참조).

표 22-1. 자원봉사센터의 소재지 구분에 따른 기업사회공헌 지식 정도 차이 분석

소재지 구분	N	평균	표준편차	T value	P
특별시 · 광역시	51	2.06	.544	.413	.680
도 · 특별자치도	71	2.01	.621		

표 22-2. 자원봉사센터의 운영형태에 따른 기업사회공헌 지식 정도 차이 분석

구분	N	평균	표준편차	F value	P
지자체운영	22	1.86	.560	1.254	.293
혼합운영	36	2.03	.696		
민간위탁	27	2.00	.480		
독립법인	36	2.17	.561		

- 자원봉사센터의 기업사회공헌 담당인력의 기업 자원봉사 교육 이수 여부에 따라 기업사회공헌 관련 전문지식 정도에 차이가 있는지 독립표본 T-test를 통해 검증한 결과, 기업자원봉사교육을 이수한 집단의 전문지식 정도의 평균이 2.31(표준편차: 0.624), 이수하지 않는 집단의 평균이 1.92(표준편차: 0.536)로 봉사교육을 이수한 집단이 통계적으로 유의하게 기업의 사회공헌 관련 전문지식 수준을 높게 지각하는 것으로 나타났다(T값=3.251, P<.01)(표 23 참조).

표 23. 기업 자원봉사 교육이수 여부에 따른 전문지식 정도에 대한 T-검정 결과

기업자원봉사에 대한 교육 이수여부	N	평균	표준편차	T-value	P
교육받은 기관	36	2.31	.624	3.251	.002
교육받지 않은 기관	86	1.92	.536		

4. 자원봉사센터의 기업사회공헌 연계에 대한 인식

- 조사대상 자원봉사센터가 담당하고 있는 지역사회에 사회공헌활동이 가능한 기업의 수가 어떠한지에 대한 인식을 조사한 결과 '다소 적은 편이다'라고 응답한 기관이 69개 기관(48.3%)으로 가장 많았으며, '다소 많은 편이다'라고 응답한 기관이 34개 기관(23.8%), '거의 없다'라고 응답한 기관은 33개 기관(23.1%)로 나타났다(표 24 참조).

표 24. 지역사회 내 사회공헌 가능 기업 수

	빈도	백분율(%)
거의 없다	33	23.1
다소 적은 편이다.	69	48.3
다소 많은 편이다.	34	23.8
매우 많다.	5	3.5
무응답	2	1.4
합계	143	100.0

- 자원봉사센터가 소재한 지역 특성에 따라 사회공헌 가능 기업 수에 어떠한 차이가 있는지를 파악하기 위하여 지역사회 내 사회공헌 가능 기업 수에 대한 인식에 있어서 '거의 없다'를 1로 하여 '매우 많다'를 4점으로 처리하여 ANOVA를 통해 평균 비교하였다. 그 결과 농어촌지역이 산업시설 중심 지역, 상업 중심 지역, 주거지 중심 지역 모두에 비해 사회공헌 가능 기업의 수가 유의미하게 낮은 것으로 파악되었으며, 다른 지역들 간에는 통계적으로 유의미한 차이는 없는 것으로 나타났다 (표 25 참조).

표 25. 자원봉사센터 소재지 특성에 따른 사회공헌 가능 기업 수

센터소재지 특성(I)	센터소재지 특성(J)	평균차(I-J)	표준오차	유의확률	95% 신뢰구간	
					하한값	상한값
농어촌지역	산업 시설 중심	-1.071*	.270	.002	-1.84	-.31
	상업중심	-.821*	.194	.001	-1.37	-.27
	주거지중심	-.485*	.140	.009	-.88	-.09
산업시설	농어촌지역	1.071*	.270	.002	.31	1.84
	상업중심	.250	.304	.878	-.61	1.11
	주거지중심	.587	.273	.206	-.19	1.36
상업중심	농어촌지역	.821*	.194	.001	.27	1.37
	산업시설	-.250	.304	.878	-1.11	.61
	주거지중심	.337	.197	.407	-.22	.90
주거지중심	농어촌지역	.485*	.140	.009	.09	.88
	산업시설	-.587	.273	.206	-1.36	.19
	상업중심	-.337	.197	.407	-.90	.22

- 자원봉사센터의 소재지 구분에 따라 사회공헌 가능 기업수에 대한 인식이 어떠한 차이가 있는지를 분석한 결과 특별시·광역시 소재의 자원봉사센터들이 지역사회 내에 사회공헌이 가능한 기업 수를 더 높게 인식하고 있는 것으로 나타났다. 이러한 차이는 통계적으로도 유의미하였다(표 25-1 참조).

표 25-1. 자원봉사센터의 소재지 구분에 따른 사회공헌 가능 기업수 분석

소재지 구분	N	평균	표준편차	T value	P
특별시·광역시	57	2.28	.818	2.578	.011
도·특별자치도	84	1.94	.734		

- 자원봉사센터의 운영형태에 따른 사회공헌 가능 기업수를 분석한 결과, 운영형태에 따라 통계적으로 유의미한 차이가 있었는데 민간위탁이 혼합 운영에 비해, 독립법인이 혼합 운영에 비해 사회공헌 가능 기업 수를 높게 인지하고 있는 것으로 나타났다(표 25-2 참조).

표 25-2. 운영형태에 따른 사회공헌 가능 기업수

구분	N	평균	표준편차	F value	P
지자체운영 (a)	28	2.11	.875	6.866	.000
혼합운영 (b)	39	1.64	.628		
민간위탁 (c)	30	2.37	.765		
독립법인 (d)	43	2.26	.727		

scheffe test 결과: c>b, d>b

- 자원봉사센터가 담당하고 있는 지역사회의 기업들이 실제 어느 정도 사회공헌 활동을 하는 것으로 생각되는지를 묻는 질문에 대해 '어느 정도 활동하는 편이다'라는 응답이 75개 기관(52.4%)로 가장 높게 나타났으며, '거의 하지 않는다'고 답한 기관은 55개 기관(38.5%)이었다(표 26 참조).

표 26. 지역사회 기업들의 실제적인 사회공헌 정도

실제 기업 공헌 정도에 대한 인식	빈도	백분율(%)
전혀 하지 않는다.	5	3.5
거의 하지 않는다.	55	38.5
어느 정도 활동하는 편이다.	75	52.4
매우 많이 활동한다.	6	4.2
무응답	2	1.4
합계	143	100.0

- 자원봉사센터 소재지에 따른 지역사회 기업들의 실제 사회공헌 활동 정도에 대한 인식 차이를 분석한 결과 특별시·광역시 소재 기관들이 더 높은 평균을 보였으나 통계적으로는 유의미하지 않았다(표 26-1 참조). 자원봉사센터 운영 형태에 따른 차이를 분석해 본 결과, 운영형태간 유의미한 차이가 있었으며, 구체적으로 독립법인이 혼합운영인 기관에 비해 기업의 실제공헌 정도에 대해 높은 인식을 보이는 것으로 나타났다(표 26-2 참조).

표 26-1. 자원봉사센터 소재지에 따른 지역사회 기업들의 실제 사회공헌 정도

소재지 구분	N	평균	표준편차	T value	P
특별시·광역시	57	2.65	.641	1.042	.299
도·특별자치도	84	2.54	.630		

표 26-2. 자원봉사센터 운영형태에 따른 지역사회 기업들의 실제 사회공헌 정도

구분	N	평균	표준편차	F value	P
지자체운영 (a)	27	2.59	.636	2.933	.036
혼합운영 (b)	40	2.35	.580		
민간위탁 (c)	30	2.70	.702		
독립법인 (d)	43	2.72	.591		

scheffe test 결과: d>b

- 자원봉사센터가 담당하고 있는 지역사회의 기업들이 기업사회공헌 사업을 위해 지역 내 NGO단체와의 연계에 대해 어느 정도 필요성을 느끼고 있는지에 대한 질문에 대해, 자원봉사센터 종사자들은 기업들이 NGO와의 연계에 대해 조사대상 기관의 절반 이상인 83개 기관(58.0%)이 '어느 정도 필요로 하는 편이다'라고 답하였다. 반면, '거의 필요로 하지 않는다'에는 37개 기관(25.9%)이 답하였다(표 27 참조).

표 27. 기업의 NGO와의 연계 필요성에 대한 인식

기업의 NGO와의 연계 필요성에 대한 인식	빈도	백분율(%)
전혀 필요로 하지 않는다.	8	5.6
거의 필요로 하지 않는다.	37	25.9
어느 정도 필요로 하는 편이다.	83	58.0
매우 필요로 한다.	13	9.1
무응답	2	1.4
합계	143	100.0

- 자원봉사센터 소재지에 따라 기업의 지역 내 NGO단체와의 연계 필요성 인식에 차이가 있는지를 분석하였다. 그 결과 유의미한 통계적 차이가 없는 것으로 나타났다(표 27-1 참조). 운영형태별로도 차이가 있는지를 검증하였으나 유의미한 통계적 차이가 없었다(표 27-2 참조).

표 27-1. 자원봉사센터 소재지에 따른 기업의 NGO와의 연계 필요성에 대한 인식

소재지 구분	N	평균	표준편차	T value	P
특별시·광역시	57	2.72	.648	.041	.967
도·특별자치도	84	2.71	.754		

표 27-2. 자원봉사센터 운영형태에 따른 기업의 NGO와의 연계 필요성에 대한 인식

구분	N	평균	표준편차	F value	P
지자체운영 (a)	27	2.68	.772	.627	.599
혼합운영 (b)	40	2.62	.815		
민간위탁 (c)	30	2.83	.648		
독립법인 (d)	43	2.77	.611		

- 자원봉사센터가 담당하고 있는 지역사회의 NGO들이 기업의 사회공헌활동에 대해 어느 정도 필요성을 느끼고 있다고 생각하는지를 묻는 질문에 대해 93개 기관(65.0%)이 '어느 정도 필요로 하는 편이다'라고 답하였으며, '매우 필요로 한다'라는 응답이 29개 기관(20.3%)으로 조사대상의 약 90%의 자원봉사센터들이 지역사회 NGO들이 기업과의 연계를 필요로 하고 있는 것으로 인지하고 있었다(표 28 참조).

표 28. NGO의 기업과의 연계 필요성에 대한 인식

NGO의 기업과의 연계 필요성에 대한 인식	빈도	백분율(%)
전혀 필요로 하지 않는다.	4	2.8
거의 필요로 하지 않는다.	13	9.1
어느 정도 필요로 하는 편이다.	93	65.0
매우 필요로 한다.	29	20.3
무응답	4	2.8
합계	143	100.0

- 자원봉사센터의 소재지에 따른 지역사회의 NGO들이 기업의 사회공헌활동에 대해 어느 정도 필요성을 느끼고 있다고 생각하는지를 분석한 결과, 특별시·광역시에 소재한 기관의 평균이 도·특별자치도 소재 기관들에 비해 다소 높았으나 통계적으로 유의미한 차이는 없었다(표 28-1참조). 또한 운영형태에 따른 NGO의 기업과의 연계 필요성에 대한 인식을 분석한 결과 지자체 운영인 경우 평균이 가장 높았으나 혼합 운영인 경우가 가장 낮은 평균을 보였고, 이러한 집단 간 차이는 통계적으로도 유의미한 것으로 나타났다(표 28-2 참조).

표 28-1. 자원봉사센터 소재지에 따른 NGO의 기업과의 연계 필요성에 대한 인식

소재지 구분	N	평균	표준편차	T value	P
특별시·광역시	57	3.11	.588	.725	.470
도·특별자치도	84	3.02	.684		

표 28-2. 자원봉사센터 운영형태에 따른 NGO의 기업과의 연계 필요성에 대한 인식

구분	N	평균	표준편차	F value	P
지자체운영	27	3.22	.506	2.833	.041
혼합운영	40	2.84	.679		
민간위탁	30	3.07	.521		
독립법인	43	3.19	.664		

- 자원봉사센터가 기업의 사회공헌 활동을 연계하고 협력하는 것에 대한 필요성에 대해 어떻게 인식하고 있는지에 대한 질문에 대해 '매우 필요로 한다'라는 응답이 74개 기관(51.7%)으로 가장 많이 답하였으며 '어느 정도 필요로 하는 편이다.'라는 응답에 66개 기관(46.2%)이 답하여 조사대상 자원봉사센터 대다수가 기업사회공헌 활동을 연계하고 협력할 필요성을 높게 인식하고 있음을 파악할 수 있었다(표 29 참조).

표 29. 자원봉사센터의 기업과 NGO 연계 필요성에 대한 인식

자원봉사센터가 인지하고 있는 기업과 NGO 연계 필요성	빈도	백분율(%)
전혀 필요로 하지 않는다.	0	0.0
거의 필요로 하지 않는다.	1	0.7
어느 정도 필요로 하는 편이다.	66	46.2
매우 필요로 한다.	74	51.7
무응답	2	1.4
합계	143	100.0

- 자원봉사센터의 소재지에 따라 기업과 NGO 연계 필요성에 대해 어떠한 인식의 차이가 있는지를 검토한 결과 도·특별자치도 소재 자원봉사센터가 특별시·광역시 소재 기관들에 비해 높은 평균을 보였으나 통계적으로 유의미하지 않았다(표 29-1 참조). 또 운영형태에 따른 기업과 NGO 연계 필요성에 대한 인식 차이를 분석한 결과 운영형태별 평균 차이가 유의미하였으며, 독립법인이 혼합운영 기관에 비해 통계적으로 유의미하게 높은 평균을 보이는 것으로 나타났다(표 29-2 참조).

표 29-1. 자원봉사센터 소재지에 따른 기업과 NGO 연계 필요성에 대한 인식

소재지 구분	N	평균	표준편차	T value	P
특별시·광역시	57	3.47	.538	-0.835	.405
도·특별자치도	84	3.55	.501		

표 29-2. 자원봉사센터 운영형태에 따른 기업과 NGO 연계 필요성에 대한 인식

구분	N	평균	표준편차	F value	P
지자체운영 (a)	27	3.41	.572	3.875	.011
혼합운영 (b)	40	3.35	.483		
민간위탁 (c)	30	3.63	.490		
독립법인 (d)	43	3.67	.474		

scheffe test 결과: d>b

- 자원봉사센터가 기존의 연계한 기업과 NGO와의 연계 활동에 대해 기업의 만족도가 어떠했다고 생각되는지를 묻는 질문에 대해 '어느 정도 만족'하였다와 '매우 만족'하였다라는 응답이 총 117개 기관(81.8%)으로 대다수가 긍정적 답을 하였으며, 지역사회 NGO 단체들의 만족도에 대해서도 113개 기관(79%)이 긍정적 답을 하였다 (표 30 참조).

표 30. 자원봉사센터가 연계한 기업사회공헌활동에 대한 기업과 NGO의 만족도

	기업의 만족도		NGO 만족도	
	빈도	백분율(%)	빈도	백분율(%)
매우 불만족	2	1.4	2	1.4
거의 만족하지 않음	8	5.6	7	4.9
어느 정도만족	89	62.2	73	51.0
매우 만족	28	19.6	40	28.0
무응답	16	11.2	21	14.7
합계	143	100.0	143	100.0

5. 기업사회공헌 연계 협력의 문제점과 활성화를 위한 방안

1) 기업사회공헌 연계·협력 시 문제점

- 자원봉사센터가 기업사회공헌을 연계·협력 사업 및 프로그램을 운영하면서 경험한 문제점들을 검토하였다. 전반적인 응답 분포는 다음의 <표 31>과 같다.

표 31. 기업사회공헌 연계·협력 시 문제점

문항	구분	전혀 아니다	아니다	보통 이다	그렇다	매우 그렇다	무응답
기업과 네트워크를 구축하기 어렵다.	빈도	1	12	36	69	20	5
	%	0.7%	8.4%	25.2%	48.3%	14.0%	3.5%
기업의 사회공헌활동이 필요하긴 하지만 자원봉사센터의 업무 부담이 가중된다.	빈도	2	18	32	72	13	6
	%	1.4	12.6	22.4	50.3	9.1	4.2%
기업이 원하는 적절한 자원봉사 수요처를 구하기 어렵다.	빈도	1	22	29	67	17	7
	%	0.7	15.4	20.3	46.9	11.9	4.9
기업이 원하는 자원봉사 수요처가 한정되어 있다(예를 들면 아동이나 노인 등).	빈도	2	13	18	75	28	7
	%	1.4	9.1	12.6	52.4	19.6	4.9
기업이 원하는 적절한 사회공헌 활동 프로그램을 마련하기 어렵다.	빈도	3	20	33	67	11	9
	%	2.1	14.0	23.1	46.9	7.7	6.3
기업의 담당자가 자주 바뀌어 업무의 지속성이 떨어진다.	빈도	5	20	35	53	21	9
	%	3.5	14.0	24.5	37.1	14.7	6.3
기업의 담당자가 갑의 입장에서 고압적이다.	빈도	14	58	34	19	7	11
	%	9.8	40.6	23.8	13.3	4.9	7.7
기업 자원봉사 활동 (시간, 활동내용 등)이 자주 변경되어 신뢰를 할 수 없다.	빈도	13	47	39	27	6	11
	%	9.1	32.9	27.3	18.9	4.2	7.1
기업 임직원들의 자원봉사활동의 자발성이 부족하고 형식적이다.	빈도	4	19	40	59	11	10
	%	2.8	13.3	28.0	41.3	7.7	7.0
기업에서 봉사에 중점을 두기보다 홍보에 초점을 두어 진행에 어려움이 있다.	빈도	5	35	49	33	10	11
	%	3.5	24.5	34.3	23.1	7.0	7.7
자원봉사센터 내의 기업 사회공헌활동 지원 관련 예산이 부족하다.	빈도	2	9	40	49	33	11
	%	1.4	6.3	28.0	34.3	24.5	5.6
기업의 사회공헌활동에 대한 자원봉사센터 기관장의 인식이 부족하거나 부정적이다.	빈도	39	68	20	4	3	9
	%	27.3	47.6	14.0	2.8	2.1	6.3
기업의 사회공헌활동에 대한 자원봉사센터 동료들의 인식이 부족하거나 부정적이다.	빈도	35	72	20	9	0	7
	%	24.5	50.3	14.0	6.3	0.0	4.9

문항	구분	전혀 아니다	아니다	보통 이다	그렇다	매우 그렇다	무응답
기업의 사회공헌활동에 대해 지역사회 NGO 단체 및 기관, 시설들의 인식이 부족하거나 부정적이다.	빈도	18	70	34	11	2	8
	%	12.6	49.0	24.8	7.7	1.4	5.6
기업의 사회공헌활동에 대한 업무 매뉴얼 부재 등 자원봉사센터의 전문성이 미약하다.	빈도	7	20	37	58	14	7
	%	4.9	14.0	25.9	40.6	9.8	4.9
자원봉사센터 내 기업의 사회공헌활동을 전담할 인력이 부족하다.	빈도	4	9	31	61	31	7
	%	2.8	6.3	21.7	42.7	21.7	4.9

(1) 기업사회공헌 연계·협력시 발생하는 기업 관련 문제

- 자원봉사센터가 기업사회공헌을 연계하고 협력하는 과정에서 발생하는 문제점 중 기업관련 문제점을 살펴보면, 기업의 사회공헌 담당자의 잦은 교체로 연계·협력 과정에서 지속성이 부족하다는 응답이 평균 3.49(표준편차: 1.046)로 가장 높게 나타났다. 기업 임직원들의 봉사활동에 있어서의 비자발성과 형식적으로 참여한다는 응답이 평균 3.41(표준편차: 0.938)로 두 번째로 높았다. 또한 봉사보다는 기업 홍보에 중점을 두는 기업의 입장으로 인해 어려움이 발생한다는 응답이 평균 3.06(표준편차: 기업의 자원봉사활동의 시간이나 활동 내용의 잦은 변경, 기업 담당자의 고압적 태도는 각각 평균 2.74, 2.60의 순으로 나타났다(표 32 참조).

표 32. 기업사회공헌 연계·협력시 발생하는 기업 관련 문제점

기업 관련 문제점	평균	표준편차
기업의 담당자가 자주 바뀌어 업무의 지속성이 떨어진다.	3.49	1.046
기업의 담당자가 갑의 입장에서 고압적이다.	2.60	1.033
기업 자원봉사 활동 (시간, 활동내용 등)이 자주 변경되어 신뢰를 할 수 없다.	2.74	1.038
기업 임직원들의 자원봉사활동의 자발성이 부족하고 형식적이다.	3.41	.938
기업에서 봉사에 중점을 두기보다 홍보에 초점을 두어 진행에 어려움이 있다.	3.06	.987

- 자원봉사센터의 소재지에 따라 기업사회공헌을 연계하고 협력하는 과정에서 발생하는 문제점 중 기업관련 문제점에 어떠한 차이가 있는지를 검증하였다. 특별시·광역시에 소재한 자원봉사센터가 평균 16.32(표준편차: 3.98)로 도·특별자치도에 소재한 자원봉사센터가 평균 14.52(표준편차: 3.36)로 나타나 기업관련 문제점을 높게 인식하고 있었고 이는 통계적으로도 유의미하였다(표 32-1 참조). 또 운영형태에 따른 기업 관련 문제점에 대한 인식은 어떠한 차이가 있는지를 분석한 결과, 지자체 운영인 경우가 가장 높은 평균을 보였지만 통계적으로 유의미하지는 않았다(표 32-2 참조).

표 32-1. 자원봉사센터 소재지에 따른 기업사회공헌 연계·협력시 발생하는 기업 관련 문제점

소재지 구분	N	평균	표준편차	T value	P
특별시·광역시	57	16.32	3.98	2.801	.006
도·특별자치도	84	14.52	3.36		

표 32-2. 자원봉사센터 운영형태에 따른 기업사회공헌 연계·협력시 발생하는 기업 관련 문제점

구분	N	평균	표준편차	F value	P
지자체운영	27	16.0435	4.36388	.835	.477
혼합운영	40	15.5000	3.40168		
민간위탁	30	15.0333	3.40874		
독립법인	43	14.6341	3.62461		

(2) 기업 사회공헌 연계·협력시 발생하는 자원봉사센터 관련 문제

- 자원봉사센터가 기업 사회공헌을 연계하고 협력하는 과정에서 발생하는 문제점 중 자원봉사센터 관련 문제점을 살펴보면, 자원봉사센터 내의 기업 사회공헌 활동 지원 관련 예산 부족이 가장 높은 평균을 보였다(평균: 3.79). 또한 자원봉사센터 내 기업 사회공헌 연계를 전담할 인력이 부족하다는 응답도 높은 평균을 보였다(평균 3.78). 이와 관련하여 기업 사회공헌 활동의 필요성에 대해 인식하고 있지만 기업 사회공헌 관련 업무를 수행할 경우 업무 부담이 가중될 수 있다는 점은 높은 평균(평균: 3.55)을 보여 기업 사회공헌 업무가 자원봉사센터 내의 전담인력 등의 부족으로 업무 부담으로 인식될 수 있음을 파악할 수 있었다. 또한 자원봉사센터 내의 기업사회공헌 활동 지원 관련 예산 부족도 평균 3.79로 세 번째로 높은 평균을 보여 관련 예산 지원의 필요성이 제기된다 하겠다. 반면, 자원봉사센터 기관장 및 동료 직원들의 기업사회공헌활동에 대한 인식 부족은 전반적으로 낮은 평균을 보였다(표 33 참조).

표 33. 기업사회공헌 연계·협력 시 발생하는 자원봉사센터 관련 문제점

자원봉사센터 관련 문제점	평균	표준편차
기업의 사회공헌활동이 필요하긴 하지만 자원봉사센터의 업무 부담이 가중된다.	3.55	.890
자원봉사센터 내의 기업 사회공헌활동 지원 관련 예산이 부족하다.	3.79	.957
기업의 사회공헌활동에 대한 자원봉사센터 기관장의 인식이 부족하거나 부정적이다.	1.99	.876
기업의 사회공헌활동에 대한 자원봉사센터 동료들의 인식이 부족하거나 부정적이다.	2.02	.821
기업의 사회공헌활동에 대한 업무 매뉴얼 부재 등 자원봉사센터의 전문성이 미약하다.	3.38	1.026
자원봉사센터 내 기업의 사회공헌활동을 전담할 인력이 부족하다.	3.78	.971

- 자원봉사센터의 소재지에 따라 기업사회공헌을 연계하고 협력하는 과정에서 발생하는 자원봉사센터 관련 문제점에 대해 어떠한 차이가 있는지를 검증한 결과 특별시·광역시 소재 기관의 평균이 도·특별자치도 소재 기관에 비해 높았지만 통계적으로 유의미하지 않았다(표 33-1 참조). 또 운영형태에 따른 차이를 검증한 결과 지자체운영인 경우가 가장 높은 평균을 보였지만 통계적으로 유의미하지 않았다(표 33-2 참조).

표 33-1. 자원봉사센터 소재지에 따른 기업사회공헌 연계·협력시 발생하는 자원봉사센터 관련 문제점

소재지 구분	N	평균	표준편차	T value	P
특별시·광역시	57	18.78	3.419	1.234	.219
도·특별자치도	84	18.10	2.872		

표 33-2. 자원봉사센터 운영형태에 따른 기업사회공헌 연계·협력시 발생하는 자원봉사센터 관련 문제점

구분	N	평균	표준편차	F value	P
지자체운영	27	19.22	3.598	.911	.438
혼합운영	40	18.05	2.717		
민간위탁	30	18.66	3.516		
독립법인	43	18.04	2.921		

(3) 기업사회공헌 연계·협력시 발생하는 수요처 및 연계 과정 문제

- 자원봉사센터가 기업사회공헌 연계협력 시 발생하는 문제 중 수요처 및 연계 과정의 문제를 조사한 결과, 기업이 원하는 자원봉사 수요처가 아동이나 노인 등 일부 대상에 한정되어 있어 연계하는데 어려움을 겪는다는 응답이 평균 3.84로 가장 높은 점수를 보였다. 또 기업과 네트워크를 구축하기 어렵다는 응답이 평균 3.69로 수요처 및 연계과정에서 발생하는 문제점들 중 두 번째로 높은 평균을 보였다. 기업이 원하는 적절한 자원봉사 수요처를 구하기 어렵다는 응답도 평균 3.57로 높은 점수를 보여 자원봉사 수요처 개발과 기업의 사회공헌 분야의 확대가 요구됨을 파악할 수 있었다(표 34 참조).

표 34. 기업사회공헌 연계·협력시 발생하는 수요처 및 연계과정 문제점

수요처 및 연계 과정 문제점	평균	표준편차
기업과 네트워크를 구축하기 어렵다.	3.69	.853
기업이 원하는 적절한 자원봉사 수요처를 구하기 어렵다.	3.57	.933
기업이 원하는 자원봉사 수요처가 한정되어 있다(예를 들면 아동이나 노인 등).	3.84	.913
기업이 원하는 적절한 사회공헌 활동 프로그램을 마련하기 어렵다.	3.47	.923
기업의 사회공헌활동에 대해 지역사회 NGO 단체 및 기관, 시설들의 인식이 부족하거나 부정적이다.	2.33	.862

- 자원봉사센터의 소재지에 따라 기업사회공헌 연계협력 시 발생하는 문제 중 수요처 및 연계 과정의 문제에 대해 차이가 있는지를 분석한 결과 특별시·광역시 소재 기관의 평균이 높게 나타났으나 통계적으로 유의미하지는 않았으며(표 34-1 참조), 운영형태에 따른 문제점 인식에 있어서도 지자체 운영인 경우가 높은 평균을 보였으나 유의미하지는 않았다(표 34-2 참조).

표 34-1. 자원봉사센터 소재지에 따른 수요처 및 연계과정 문제점

소재지 구분	N	평균	표준편차	T value	P
특별시·광역시	57	17.21	2.96	1.331	.186
도·특별자치도	84	16.53	2.85		

표 34-2. 자원봉사센터 운영형태에 따른 수요처 및 연계과정 문제점

구분	N	평균	표준편차	F value	P
지자체운영	27	17.65	2.288	1.854	.141
혼합운영	40	17.22	2.889		
민간위탁	30	16.10	2.677		
독립법인	43	16.36	3.160		

2) 기업사회공헌 연계·협력 강화 방안

- 자원봉사센터의 기업사회공헌 연계 및 협력을 강화하기 위한 방안을 검토한 결과, '기업 대상의 사회공헌과 자원봉사활동에 대한 교육이 활성화될 필요가 있다'는 응답이 평균 4.19로 가장 높은 점수를 보였다. 또 '자원봉사센터와 기업 자원봉사활동 연계의 우수사례를 발굴하여 보급해야 한다'는 방안과 '자원봉사센터의 기업 자원봉사활동 연계 및 협력 사업의 매뉴얼이 마련되어야 한다'는 응답이 각각 4.09, 4.08의 높은 평균을 보였다.
- 자원봉사센터의 기업 사회공헌 업무 담당자 지정 및 기업 사회공헌 업무 담당자와의 연계 강화를 위한 포럼 개최 등 연계를 강화할 필요성에 대한 응답도 각각 평균 3.84로 높은 점수를 나타내 담당 인력 및 기업과의 연계성 강화에 대한 자원봉사센터의 필요성 인식이 높음을 살펴볼 수 있었다(표 35 참조).

표 35. 기업사회공헌 연계·협력 강화 방안

문항	구분	전혀 필요 없다	필요 없다	보통 이다	필요 하다	매우 필요 하다	무응답	평균 (표준 편차)
한국중앙자원봉사센터가 중심이 되어 기업과 네트워크를 구축하고 산하 센터로 연계하는 작업이 필요하다.	빈도	1	19	37	64	8	4	3.57 (.909)
	%	0.7	13.3	25.9	44.8	12.6	2.8	
지역사회 내 거점 자원봉사센터를 구축하여 기업과의 네트워크를 구축, 유지해야 한다.	빈도	2	21	38	67	11	4	3.46 (.895)
	%	1.4	14.7	26.6	46.9	7.7	2.8	
자원봉사센터와 기업 자원봉사 활동 연계의 우수사례를 발굴하여 보급해야 한다.	빈도	0	3	22	75	40	3	4.09 (.725)
	%	0.0	2.1	15.4	52.4	28.0	2.1	
자원봉사센터의 기업 자원봉사 활동 연계 및 협력 사업의 매뉴얼이 마련되어야 한다.	빈도	0	1	24	78	37	3	4.08 (.679)
	%	0.0	0.7	16.8	54.5	25.9	2.1	

문항	구분	전혀 필요 없다	필요 없다	보통 이다	필요 하다	매우 필요 하다	무응답	평균 (표준 편차)
기업 대상의 사회공헌과 자원봉사활동에 대한 교육이 활성화되어야 한다.	빈도	0	2	15	78	45	3	4.19 (.674)
	%	0.0	1.4	10.5	54.5	31.5	2.1	
자원봉사센터와 기업사회공헌 업무 담당자와의 연계강화를 위해 포럼 등을 개최한다.	빈도	2	4	33	75	25	4	3.84 (.801)
	%	1.4	2.8	23.1	52.4	17.5	2.8	
자원봉사센터의 기업사회공헌 업무 담당자 지정이 필요하다.	빈도	1	7	30	75	25	5	3.84 (.804)
	%	0.7	4.9	21.0	52.4	17.5	3.5	
기업사회공헌 업무의 전문성을 확보하기 위해 전문코디네이터를 양성해야 한다.	빈도	3	16	36	56	28	4	3.65 (.999)
	%	2.1	11.2	25.2	39.2	19.6	2.8	
기업사회공헌 관련 예산 확보가 필요하다.	빈도	1	5	30	57	46	4	4.02 (.872)
	%	0.7	3.5	21.0	39.9	32.2	2.8	

- 자원봉사센터 소재지에 따라 기업사회공헌 연계 및 협력을 강화하기 위한 방안에 대해 어떠한 인식차이를 보이는지를 분석했다. 그 결과 '자원봉사센터의 기업 사회공헌 업무 담당자 지정이 필요하다.'라는 방안에 대해 특별시·광역시에 소재한 기관이 도·특별자치도에 소재한 기관에 비해 높은 평균을 보였고, 통계적으로도 유의미한 것으로 나타났다(표 35-1 참조). 운영형태에 따른 기업 사회공헌 연계 및 협력을 강화하기 위한 방안에 대한 인식에 있어서는 통계적으로 유의미한 결과를 보이는 차이는 나타나지 않았다(표 35-2 참조).

표 35-1. 자원봉사센터 소재지에 따른 기업사회공헌 연계·협력 강화 방안

	소재지 구분	N	평균	표준 편차	T value
한국중앙자원봉사센터가 중심이 되어 기업과 네트워크를 구축하고 산하 센터로 연계하는 작업이 필요하다.	특별시·광역시	56	3.59	.869	.222
	도·특별자치도	83	3.55	.940	
지역사회 내 거점 자원봉사센터를 구축하여 기업과의 네트워크를 구축, 유지해야 한다.	특별시·광역시	56	3.61	.846	1.596
	도·특별자치도	83	3.36	.918	
자원봉사센터와 기업 자원봉사 활동 연계의 우수사례를 발굴하여 보급해야 한다.	특별시·광역시	56	4.07	.759	-.190
	도·특별자치도	84	4.10	.705	
자원봉사센터의 기업 자원봉사 활동 연계 및 협력 사업의 매뉴얼이 마련되어야 한다.	특별시·광역시	56	4.14	.724	.914
	도·특별자치도	84	4.04	.648	
기업 대상의 사회공헌과 자원봉사활동에 대한 교육이 활성화되어야 한다.	특별시·광역시	57	4.26	.720	1.128
	도·특별자치도	83	4.13	.640	
자원봉사센터와 기업사회공헌 업무 담당자와의 연계강화를 위해 포럼 등을 개최한다.	특별시·광역시	56	3.82	.811	-.245
	도·특별자치도	83	3.86	.798	
자원봉사센터의 기업사회공헌 업무 담당자 지정이 필요하다.	특별시·광역시	56	4.00	.714	2.009*
	도·특별자치도	82	3.73	.847	
기업사회공헌 업무의 전문성을 확보하기 위해 전문코디네이터를 양성해야 한다.	특별시·광역시	56	3.75	1.014	.994
	도·특별자치도	83	3.58	.989	
기업사회공헌 관련 예산 확보가 필요하다.	특별시·광역시	56	4.07	.912	.552
	도·특별자치도	83	3.99	.848	

문항 *p<.05

표 35-2. 자원봉사센터 운영형태에 따른 기업사회공헌 연계·협력 강화 방안

문항	운영형태 구분	N	평균	표준 편차	F value
한국중앙자원봉사센터가 중심이 되어 기업과 네트워크를 구축하고 산하 센터로 연계하는 작업이 필요하다.	지자체운영	26	3.65	.846	.670
	혼합운영	39	3.41	1.044	
	민간위탁	30	3.53	.776	
	독립법인	43	3.67	.919	
	합계	138	3.57	.912	
지역사회 내 거점 자원봉사센터를 구축하여 기업과의 네트워크를 구축, 유지해야 한다.	지자체운영	26	3.42	.857	1.313
	혼합운영	39	3.41	.910	
	민간위탁	30	3.73	.785	
	독립법인	43	3.33	.969	
	합계	138	3.46	.897	
자원봉사센터와 기업 자원봉사 활동 연계의 우수사례를 발굴하여 보급해야 한다.	지자체운영	26	4.04	.774	.176
	혼합운영	39	4.05	.724	
	민간위탁	31	4.16	.735	
	독립법인	43	4.09	.718	
	합계	139	4.09	.727	
자원봉사센터의 기업 자원봉사 활동 연계 및 협력 사업의 매뉴얼이 마련되어야 한다.	지자체운영	26	3.92	.744	2.230
	혼합운영	39	3.95	.686	
	민간위탁	31	4.29	.588	
	독립법인	43	4.16	.652	
	합계	139	4.09	.675	
기업 대상의 사회공헌과 자원봉사활동에 대한 교육이 활성화되어야 한다.	지자체운영	25	4.16	.800	1.525
	혼합운영	40	4.05	.677	
	민간위탁	31	4.39	.615	
	독립법인	43	4.21	.600	
	합계	139	4.19	.669	
자원봉사센터와 기업사회공헌 업무 담당자와의 연계강화를 위해 포럼 등을 개최한다.	지자체운영	26	3.73	1.079	.774
	혼합운영	39	3.74	.677	
	민간위탁	30	3.97	.718	
	독립법인	43	3.93	.768	
	합계	138	3.85	.801	
자원봉사센터의 기업사회공헌 업무 담당자 지정이 필요하다.	지자체운영	26	3.85	.784	1.261
	혼합운영	38	3.66	.815	
	민간위탁	30	4.00	.743	
	독립법인	43	3.93	.799	
	합계	137	3.85	.791	
기업사회공헌 업무의 전문성을 확보하기 위해 전문코디네이터를 양성해야 한다.	지자체운영	26	3.73	1.002	.285
	혼합운영	39	3.56	1.071	
	민간위탁	30	3.77	.971	
	독립법인	43	3.65	.897	
	합계	138	3.67	.977	
기업사회공헌 관련 예산 확보가 필요하다.	지자체운영	26	3.92	1.093	.719
	혼합운영	38	3.97	.822	
	민간위탁	31	4.23	.805	
	독립법인	43	4.00	.816	
	합계	138	4.03	.871	

3) 자원봉사센터의 중간지원기관으로서의 기능에 대한 인식

- 자원봉사센터의 중간지원기관으로서의 기능 인식에 대한 질문에 대해 '전혀 필요 없다'를 1점으로, '매우 필요하다'를 5점까지 리커트 점수 처리하여 검토한 결과, 자원봉사 자원 연계 기능이 가장 높은 평균(3.97)을 보였으며, 자원봉사 파트너 선정 및 협력 기능이 두 번째로 높은 점수를 보였다(평균: 3.92)(표 36 참조).

표 36. 자원봉사센터의 중간지원기관으로서의 기능

문항	구분	전혀 필요 없다	필요 없다	보통 이다	필요 하다	매우 필요 하다	무응답	평균 (표준편차)
프로그램의 성공여부를 예측 기능	빈도	3	14	67	48	7	4	3.30 (.804)
	%	2.1	9.8	46.9	33.6	4.9	2.8	
프로그램 수행의 정보수집 기능	빈도	1	5	39	73	22	3	3.79 (.775)
	%	0.7	3.5	27.3	51.0	15.4	2.1	
자원봉사 파트너 선정 및 협력 기능	빈도	0	5	29	77	28	4	3.92 (.743)
	%	0.0	3.5	20.3	53.8	19.6	2.8	
파트너간 중재기능	빈도	1	6	41	71	22	2	3.76 (.792)
	%	0.7	4.2	28.7	49.7	15.4	1.4	
자원봉사 프로그램의 장애요인 제거기능	빈도	2	14	52	57	14	4	3.48 (.863)
	%	1.4	9.8	36.4	39.9	9.8	2.8	
자원봉사 시장의 조사 기능	빈도	0	13	38	68	21	3	3.69 (.839)
	%	0.0	9.1	26.6	47.6	14.7	2.1	
자원봉사 자원 연계 기능	빈도	0	7	27	70	37	2	3.97 (.810)
	%	0.0	4.9	18.9	49.0	25.9	1.41	

- 자원봉사센터의 소재지에 따라 중간지원기관기능 인식에 있어서 어떠한 차이가 있는지를 분석한 결과, 모든 항목에서 통계적으로 유의미한 차이가 발견되지 않았으며 (표 36-1 참조), 운영형태에 따른 차이도 통계적으로 유의미하지 않은 것으로 나타났다(표 36-2 참조).

표 36-1. 자원봉사센터의 소재지에 따른 중간지원기관으로서의 기능 인식 차이 분석

문항	소재지 구분	N	평균	표준 편차	T value
프로그램의 성공여부를 예측 기능	특별시·광역시	56	3.18	.811	-1.494
	도·특별자치도	83	3.39	.794	
프로그램 수행의 정보수집 기능	특별시·광역시	56	3.75	.815	-.444
	도·특별자치도	84	3.81	.752	
자원봉사 파트너 선정 및 협력 기능	특별시·광역시	56	3.89	.731	-.364
	도·특별자치도	83	3.94	.755	
파트너간 중재기능	특별시·광역시	57	3.67	.831	-1.140
	도·특별자치도	84	3.82	.763	
자원봉사 프로그램의 장애요인 제거기능	특별시·광역시	56	3.52	.874	.410
	도·특별자치도	83	3.46	.860	
자원봉사 시장의 조사 기능	특별시·광역시	57	3.63	.899	-.715
	도·특별자치도	83	3.73	.798	
자원봉사 자원 연계 기능	특별시·광역시	57	3.98	.790	.130
	도·특별자치도	84	3.96	.828	

표 36-2. 자원봉사센터의 운영형태에 따른 중간지원기관으로서의 기능 인식 차이 분석

문항	운영형태 구분	N	평균	표준 편차	F value
프로그램의 성공여부를 예측 기능	지자체운영	26	3.27	.827	.339
	혼합운영	39	3.23	.777	
	민간위탁	31	3.29	.783	
	독립법인	42	3.40	.857	
	합계	138	3.30	.807	
프로그램 수행의 정보수집 기능	지자체운영	26	3.88	.816	.455
	혼합운영	39	3.69	.655	
	민간위탁	31	3.87	.806	
	독립법인	43	3.77	.841	
	합계	139	3.79	.775	
자원봉사 파트너 선정 및 협력 기능	지자체운영	26	3.81	.849	.620
	혼합운영	40	3.85	.622	
	민간위탁	31	4.03	.706	
	독립법인	41	3.98	.821	
	합계	138	3.92	.745	
파트너간 중재기능	지자체운영	26	3.69	.788	1.463
	혼합운영	40	3.75	.588	
	민간위탁	31	3.58	.958	
	독립법인	43	3.95	.815	
	합계	140	3.76	.792	
자원봉사 프로그램의 장애요인 제거기능	지자체운영	26	3.62	.852	1.228
	혼합운영	38	3.26	.828	
	민간위탁	31	3.52	.811	
	독립법인	43	3.58	.932	
	합계	138	3.49	.865	
자원봉사 시장의 조사 기능	지자체운영	26	3.73	.874	.708
	혼합운영	39	3.59	.880	
	민간위탁	31	3.87	.763	
	독립법인	43	3.65	.842	
	합계	139	3.70	.840	
자원봉사 자원 연계 기능	지자체운영	26	3.92	.845	.775
	혼합운영	40	3.85	.834	
	민간위탁	31	4.13	.806	
	독립법인	43	4.02	.771	
	합계	140	3.98	.809	



V. 제 언



V. 제언



1. 기업사회공헌 연계 협력을 위한 투입 노력

금번 조사결과 전반적으로 기업, 자원봉사센터 모두 지역사회 봉사를 위한 연계·협력의 필요성을 느끼고 있는 것으로 나타났다. 또한 지금까지 연계·협력에 대한 성과도 어느 정도 나타났다. 하지만 기업사회공헌 연계·협력을 위한 기업과 자원봉사센터의 구체적인 노력과 방안이 미흡한 것으로 나타났다. 특히 자원봉사센터 차원에서 기업사회공헌 연계와 협력을 위한 물적, 제도적 기반이 부족한 것으로 나타났다. 또한 기업 사회공헌차원의 지역사회자원봉사 활동을 활성화하기 위한 센터의 예산 및 전담 인력 역시 부족한 것으로 나타났다. 일부 센터의 경우 센터장의 연계·협력의 필요성을 느끼지 못하는 것으로 나타났다. 그리고 아직 자원봉사센터의 기업사회공헌 위한 구체적인 업무 매뉴얼이 없는 상태로 지역자원봉사센터가 임의적으로 기업사회공헌 연계·협력을 실시하고 있어 일관성과 협력이 부족한 것으로 나타났다. 따라서 중앙센터 차원에서 자원봉사센터의 기업사회공헌 연계·협력을 위한 매뉴얼 작성, 교육, 프로그램 연계 등의 업무가 요구된다.

2. 자원봉사센터의 특성에 따른 접근

자원봉사센터의 소재지와 형태에 대한 분석에서 일반적으로 자원봉사센터의 소재지와 지배구조의 성격에 따라 센터의 기업연계 및 협력에 차이가 있는 것으로 나타났다. 특별시·광역시 소재지의 자원봉사센터가 기업사회공헌 연계와 자원 동원에 있어서 상대적으로 도·특별자치도 자원봉사센터에 비해 높은 것으로 나타났다. 지배구조의 경우 지자체의 직접운영보다는 독립법인과 민간위탁의 형태가 기업사회공헌 연계·협력 사업의 운

영경험이 많은 것으로 나타났다. 특히 농어촌 소재지 자원봉사센터의 경우 지역 특성상 지역사회내 기업이 거의 없어 기업사회공헌 연계·협력도 활성화되어 있지 않은 것으로 나타났다. 따라서 자원봉사센터 중앙, 광역, 기초센터들의 센터 등 소재지의 특성과 지자체 운영, 혼합형, 독립법인, 민간위탁 등 센터의 지배구조의 특성에 따라 기업사회공헌 연계·협력을 위한 구체적인 방안과 모델을 만드는 것이 요구된다. 특히 기초지자체 지역의 자원봉사센터가 상대적으로 기업사회공헌 연계와 자원에 대한 투입이 부족하므로 중앙단위에서 전략적으로 대기업의 시군구 자원봉사센터에 대한 1사1농어촌 자원연계활동과 프로그램 개발이 요구된다.

3. 중간지원기관으로서의 기능

지역사회 자원봉사활성화를 위해서는 자원봉사센터가 기업과 NGO, 지역사회 단체들 간의 중간지원기관으로서의 원활한 역할을 해야 한다. 중간지원기관은 주로 지원기관과 수혜기관 사이에서 기금, 교육, 연구, 컨설팅 등의 지원에 대한 조정 및 대행 업무를 수행한다. 자원봉사센터는 기업과 지역사회 NGO, 단체들 간의 욕구와 현황을 파악하여 효과적인 지역사회 자원봉사활동을 하도록 지원하는 것이 필요하다. 중간지원기관으로서 자원봉사센터는 자원봉사의 인적, 물적 자원 연계, 자원봉사 파트너 선정, 자원봉사 프로그램 개발, 자원봉사자 교육, 자원봉사에 따른 정보수집 및 공유의 역할을 하는 것이 필요하다. 특히 중앙센터 차원에서 기업사회공헌 연계·협력을 위한 전국 차원의 시스템 구축과 네트워크가 요구된다.

4. 기업과의 파트너십을 위한 노력

자원봉사센터의 기업 사회공헌 연계를 위한 협력 과정의 문제점으로 기업의 사회공헌 담당자의 잦은 교체로 인한 연계·협력의 지속성 부족, 기업 임직원들의 자원봉사활동의 비자발성과 형식적 참여, 봉사보다는 기업 홍보에 중점 등이 지적되었다. 그리고 일부 기업의 자원봉사활동의 시간이나 활동 내용의 잦은 변경, 기업 담당자의 고압적 태도 등도 지적되었다. FGI를 통해서도 기업과 자원봉사센터 담당자간의 사업과 업무에 대한

이해가 다른 것으로 나타났다. 이는 영리와 비영리의 특성상 나타날 수 있는 현상이다. 위와 같은 문제를 해결하는데 있어서 영리와 비영리 섹터간 상호이해를 위한 노력이 필요하다. 자원봉사센터가 지역사회 자원봉사 활동의 활성화를 위해서는 기업사회공헌 연계·협력을 선제적으로 실시할 필요가 있다. 기업과 비영리조직은 미션과 운영 방법이 다르므로 실무자들이 이에 대한 이해를 갖고 기업의 욕구와 태도에 대해 적극적인 커뮤니케이션을 하여 상호간 신뢰를 형성하고 기업과 지속적인 파트너십을 유지하는 것이 요구된다.

참고문헌

- 강철희, 허수연, 김영중, 기업의 자원봉사 지원정책의 효과, 노동정책연구 2012. 제12권 제2호 pp.27~49, 한국노동연구원
- 최주향 (2015), 자원봉사 활성화를 위한 자원봉사센터의 역할에 관한 연구, 석사학위논문. 행정자치부, 2016 자원봉사센터 운영지침.
- Howells, J(2006). "Intermediation and the role of intermediaries in innovation." *Research Policy*, 35: 715-28.
- Huiting Wu (2011), *Social Impact of Volunteerism*, point of light Institute.
- Krueger, Richard A. & Casey, Mary Anne (2000), (Third edition) *Focus groups: A practical guide for applied research*. Thousand Oaks, CA: Sage.
- Mittilä, T(2008). "Intermediary Organisation in a Regional Development Network." Conference on Regional Development and Innovation Processes, March 5th-7th, Finland: Porvoo - Borgå.
- Szanton, P. L(2003). "Toward More Effective Use of Intermediaries." New York: Foundation Center.
- Srivastava, A. & Thomson, S. B. (2009), *Framework Analysis: A Qualitative Methodology for Applied Policy Research*. Research Note JOAAG, Vol. 4. No. 2
- United Parcel Service (1998), *Managing Volunteers*,
- Volunteering Victoria(2014), *The Business Case for Corporate Volunteering*, 2014
- William L . Waugh Jr., Gregory Streib, *Collaboration and Leadership for Effective*, (2006), *Public Administration Review*, December 2006, Special Issue
- <http://www.arnova.org/sections/documents/AmeriCorpExecutiveSummary10-15-2008.pdf>

ID				
----	--	--	--	--

자원봉사센터의 기업 사회공헌 연계·협력 현황조사

안녕하십니까?

귀하와 귀 센터의 무궁한 발전을 기원합니다.

본 설문은 한국중앙자원봉사센터 주관으로 실시되는 조사로 전국 자원봉사센터에서 운영되고 있는 기업의 사회공헌 연계·협력 현황을 파악하여 향후 자원봉사센터와 기업의 사회공헌 사업과의 연계 및 협력의 활성화 방안을 모색하는 것을 목적으로 합니다.

귀하의 응답은 문항 하나하나가 귀중한 자료로서 활용되어 양질의 조사를 위한 기초가 되므로 응답이 빠진 문항이 없는지 검토해주시고, 진지하고 솔직하게 답해 주시면 감사하겠습니다.

더불어 귀하께서 응답해주시는 모든 내용은 자원봉사센터의 기업사회공헌 연계 및 협력 현황을 조사하는 목적 이외에는 일체 사용되지 않을 것입니다. 또한 통계법에 의거하여 익명으로 처리되어 작성자의 신상이나 특정 기관, 기업에 관해서는 절대 밝히지 않을 것임을 약속드립니다.

본 설문과 관련하여 궁금하시거나 건의하실 사항이 있으시면 언제든지 아래의 연락처로 문의하시기 바랍니다.

귀중한 시간을 내어 설문에 응답해주신 것에 대해 다시 한 번 감사드립니다.

2016년 5월

책임연구원 양용희 (호서대학교 사회복지학과) 041-560-8124
한국중앙자원봉사센터 02-2129-7504

I. 자원봉사센터의 기업 사회공헌 연계 현황

※ 다음은 귀 센터의 기업사회공헌 연계협력 현황에 대한 질문입니다. 해당되는 부분에 V표 해주십시오.

1. 귀 자원봉사센터는 기업의 사회공헌 연계 및 협력 사업을 실시한 적이 있습니까?

_____ ① 예(2번으로) _____ ② 아니오(9번으로)

2. 귀 자원봉사센터는 언제부터 기업 사회공헌 연계 및 협력을 실시하였습니까?

_____ 년

3. 귀 센터의 2015년 연간 기업 사회공헌 연계 및 협력 건수는 어떠합니까?

기업 수	총 _____ 개 기업
자원봉사 연계 건수	총 _____ 명 자원봉사 연계(연인원)
현물 지원 연계 실적	총 _____ 원

4. 귀 센터에서 연계한 기업사회공헌의 형태는 어떠합니까?

해당되는 문항을 고르시고 가장 많은 순으로 차례대로 번호를 매겨주세요.(예: 가장 많은 경우에 1)

- _____ ① 임직원 단체자원봉사자와 NGO 연계
- _____ ② 임직원의 소규모 개별 자원봉사자와 NGO 연계
- _____ ③ 기업에 대한 기업 자원봉사 관련 컨설팅
- _____ ④ 기업 대상 사회공헌 프로그램 개발(자원봉사 프로그램 포함) 및 제공
- _____ ⑤ 기업 임직원대상 자원봉사 교육
- _____ ⑥ 기업의 재능기부(프로보노 활동) 프로그램 개발
- _____ ⑦ 기업의 자원봉사 수요처 개발

5-1. 이 외에 귀 센터에서의 운영한 기업 자원봉사의 다른 형태의 프로그램이 있다면 구체적으로 적어주십시오.

6. 기업에서 귀 센터에 의뢰한 자원봉사 활동 분야를 모두 답하기 바랍니다.

- _____ ① 사회복지 봉사
- _____ ② 의료보건 봉사
- _____ ③ 교육부문 봉사
- _____ ④ 문화예술 봉사
- _____ ⑤ 지역사회 봉사
- _____ ⑥ 지역공공단체 봉사
- _____ ⑦ 긴급구호 봉사
- _____ ⑧ 기타

7. 기업에서 귀 센터에 우선적으로 의뢰한 자원봉사 활동 대상을 순서로 답하기 바랍니다.

- _____ ① 아동
- _____ ② 청소년
- _____ ③ 노인
- _____ ④ 장애인
- _____ ⑤ 다문화가정
- _____ ⑥ 기타

8. 기업의 사회공헌을 연계하게 된 경로는 어떠합니까?

- _____ ① 기업에서 자원봉사센터로 사회공헌 수요처 구하는 요청으로
- _____ ② 사회공헌 수요처인 NGO 기관 및 단체에서 기업 연계 요청으로
- _____ ③ 자원봉사센터의 자체 기업사회공헌 프로그램 개발을 통해
- _____ ④ 기타(구체적으로: _____)

8-1 기업 대상 기업 자원봉사 프로그램을 귀 센터에서 직접 개발하여 제공한 적이 있습니까?

- _____ ① 예 _____ ② 아니오

9. 귀 센터에 기업의 사회공헌활동을 전담하는 담당자가 있습니까?

- _____ ① 예 (9-1번으로) _____ ② 아니오(10번으로)

9-1. 귀 센터의 기업 사회공헌활동 담당자의 경력은 어떠합니까?

- 사회복지분야 종사 경력 총 _____년 _____개월
- 자원봉사 업무 경력 총 _____년 _____개월
- 기업 자원봉사 담당 경력 총 _____년 _____개월

9-2. 귀 센터의 기업 사회공헌활동 담당자의 직위는 무엇입니까?

- _____ ① 실무자급(사회복지사)
- _____ ② 일반관리자급(대리, 주임 등)
- _____ ③ 중간관리자급(부장, 과장 등)
- _____ ④ 최고관리자급(센터장 또는 소장)

9-3. 기업의 사회공헌활동 담당자가 맡고 있는 전체 업무를 100으로 보았을 때 중 기업 사회공헌 업무가 차지하고 있는 비율은 어느 정도입니까? _____ %

10. 귀하는 기업사회공헌 일반과 기업자원봉사활동에 대한 교육을 이수한 적이 있습니까?

- _____ ① 있다
- _____ ② 없다

10-1. 있다면 몇 회를 받았습니까?

- _____ ① 1회
- _____ ② 2회
- _____ ③ 3회
- _____ ④ 4회
- _____ ⑤ 5회 이상

10-2. 교육은 어디에서 받았습니까?

- _____ ① 자체 교육
- _____ ② 외부 전문기관 교육
- _____ ③ 온라인 교육
- _____ ④ 개별 자기 학습

11. 귀하의 기업사회공헌에 대한 전문 지식은 어느 정도라고 생각하십니까?

- _____ ① 거의 없다.
- _____ ② 다소 적은 편이다.
- _____ ③ 다소 많은 편이다.
- _____ ④ 매우 많다.

II. 자원봉사센터의 기업 사회공헌 연계에 대한 인식

※ 다음은 기업의 사회공헌 활동에 대한 자원봉사센터의 연계 및 협력에 대한 인식을 파악하기 위한 문항들입니다. 해당되는 부분에 V표 해주십시오.

12. 귀 센터의 소재지는 어떤 특성을 가지고 있습니까?

- _____ ① 농어촌 지역
- _____ ② 산업시설 지역
- _____ ③ 상업 중심 지역
- _____ ④ 주거지 중심 지역

13. 귀 센터가 담당하고 있는 지역사회에는 사회공헌활동이 가능한 기업의 수는 어떠합니까?

- _____ ① 거의 없다.
- _____ ② 다소 적은 편이다.
- _____ ③ 다소 많은 편이다.
- _____ ④ 매우 많다.

13-1. 귀 센터가 담당하고 있는 지역사회의 기업들이 실제 어느 정도 사회공헌활동을 하는 것으로 생각되십니까?

- _____ ① 전혀 하지 않는다.
- _____ ② 거의 하지 않는다.
- _____ ③ 어느 정도 활동하는 편이다.
- _____ ④ 매우 많이 활동한다.

14. 귀 센터가 담당하고 있는 지역사회의 기업들은 자신들의 사회공헌을 위해 지역 내 NGO 단체와의 연계에 대해 어느 정도 필요성을 느끼고 있다고 생각하십니까?

- _____ ① 전혀 필요로 하지 않는다.
- _____ ② 거의 필요로 하지 않는다.
- _____ ③ 어느 정도 필요로 한다.
- _____ ④ 매우 필요로 하고 있다.

14-1. 귀 센터가 담당하고 있는 지역사회의 NGO들은 기업의 사회공헌활동에 대해 어느 정도 필요성을 느끼고 있다고 생각하십니까?

- _____ ① 전혀 필요로 하지 않는다.
- _____ ② 거의 필요로 하지 않는다.
- _____ ③ 어느 정도 필요로 한다.
- _____ ④ 매우 필요로 하고 있다.

14-2. 귀하는 자원봉사센터와 기업 사회공헌활동 연계 및 협력의 필요성에 대해 어떻게 생각하십니까?

- _____ ① 전혀 필요 없다.
- _____ ② 거의 필요 없다.
- _____ ③ 어느 정도 필요하다.
- _____ ④ 매우 필요하다.

15. 귀 센터가 기업의 사회공헌과 연계한 활동에 대해 기업의 만족도는 어떠하다고 생각하십니까?

- _____ ① 매우 불만족
- _____ ② 거의 만족하지 않음
- _____ ③ 어느 정도 만족
- _____ ④ 매우 만족

15-1. 귀 센터가 기업의 사회공헌과 연계한 활동에 대해 수요처인 NGO 단체 및 시설, 기관의 만족도는 어떠하다고 생각하십니까?

- _____ ① 매우 불만족
- _____ ② 거의 만족하지 않음
- _____ ③ 어느 정도 만족
- _____ ④ 매우 만족

III. 기업사회공헌 연계 협력의 문제점과 활성화를 위한 방안

16. 다음은 자원봉사센터와 기업의 사회공헌 활동은 연계 협력 시키는 과정에서 발생할 수 있는 문제들입니다. 이러한 문제에 대한 어려움 정도는 어느 정도인지 V 표시해주십시오.

문항	전혀 아니다	아니다	보통 이다	그렇다	매우 그렇다
기업과 네트워크를 구축하기 어렵다.					
기업의 사회공헌활동이 필요한데 하지만 자원봉사센터의 업무 부담이 가중된다.					
기업이 원하는 적절한 자원봉사 수요처를 구하기 어렵다.					
기업이 원하는 자원봉사 수요처가 한정되어 있다(예를 들면 아동이나 노인 등).					
기업이 원하는 적절한 사회공헌 활동 프로그램을 마련하기 어렵다.					
기업의 담당자가 자주 바뀌어 업무의 지속성이 떨어진다.					
기업의 담당자가 갑의 입장에서 고압적이다.					
기업 자원봉사 활동 (시간, 활동내용 등)이 자주 변경되어 신뢰를 할 수 없다.					
기업 임직원들의 자원봉사활동의 자발성이 부족하고 형식적이다.					
기업에서 봉사에 중점을 두기보다 홍보에 초점을 두어 진행에 어려움이 있다.					
자원봉사센터 내의 기업 사회공헌활동 지원 관련 예산이 부족하다.					
기업의 사회공헌활동에 대한 자원봉사센터 기관장의 인식이 부족하거나 부정적이다.					
기업의 사회공헌활동에 대한 자원봉사센터 동료들의 인식이 부족하거나 부정적이다.					
기업의 사회공헌활동에 대해 지역사회 NGO 단체 및 기관, 시설들의 인식이 부족하거나 부정적이다.					
기업의 사회공헌활동에 대한 업무 매뉴얼 부재 등 자원봉사센터의 전문성이 미약하다.					
자원봉사센터 내 기업의 사회공헌활동을 전담할 인력이 부족하다.					

16-1. 12번 문항 외에 귀 센터에서 기업의 사회공헌을 연계 및 협력하는 과정에서 있었던 문제점이 있으셨다면 구체적으로 기술해주시시오.

17. 자원봉사센터의 기업사회공헌활동 연계 및 협력을 보다 강화하기 위해서는 어떠한 방안이 필요하다고 생각하십니까?

문항	전혀 필요 없다	필요 없다	보통 이다	필요 하다	매우 필요 하다
한국중앙자원봉사센터가 중심이 되어 기업과 네트워크를 구축하고 산하 센터로 연계하는 작업이 필요하다.					
지역사회 내 거점 자원봉사센터를 구축하여 기업과의 네트워크를 구축, 유지해야한다.					
자원봉사센터와 기업 자원봉사 활동 연계의 우수사례를 발굴하여 보급해야 한다.					
자원봉사센터의 기업 자원봉사 활동 연계 및 협력 사업의 매뉴얼이 마련되어야 한다.					
기업 대상의 사회공헌과 자원봉사활동에 대한 교육이 활성화되어야 한다.					
자원봉사센터와 기업 사회공헌업무 담당자와의 연계강화를 위해 포럼 등을 개최한다.					
자원봉사센터의 기업사회공헌 업무 담당자 지정이 필요하다.					
기업사회공헌 업무의 전문성을 확보하기 위해 전문코디네이터를 양성해야 한다.					
기업 사회공헌 관련 예산 확보가 필요하다.					

17-1. 17번 문항 외에 귀하께서 생각하시는 기업 사회공헌 연계 및 협력 활성화 방안이 있다면 구체적으로 기술해주시시오.

18. 중간지원기관으로서 자원봉사센터의 기능에 부합하다고 생각하는 기능은 무엇입니까?

문항	전혀 아니다	아니다	보통 이다	그렇다	매우 그렇다
프로그램의 성공여부를 예측 기능					
프로그램 수행의 정보수집 기능					
자원봉사 파트너 선정 및 협력 기능					
파트너간 중재기능					
자원봉사 프로그램의 장애요인 제거기능					
자원봉사 시장의 조사 기능					
자원봉사 자원연계 기능					

IV. 응답자와 기관에 대한 일반적 사항

※ 다음은 응답자의 일반적 사항에 대한 질문으로 해당하는 곳에 V표해주시거나 간단히 적어주시기 바랍니다.

성별	_____① 남 _____② 여
연령	_____ 세
학력	_____① 고졸 _____② 대졸 _____③ 대학원졸
직위	_____① 실무자급(사회복지사) _____② 일반관리자급(대리, 주임 등) _____③ 중간관리자급(부장, 과장 등) _____④ 최고관리자급(센터장 또는 소장)
귀하의 근무경력 및 자원봉사 업무 담당 기간은 어떻게 되십니까?	<ul style="list-style-type: none"> ■ 사회복지분야 종사 경력 총 _____년 _____개월 ■ 자원봉사 업무 경력 총 _____년 _____개월 ■ 기업 자원봉사 담당 경력 총 _____년 _____개월
귀하께서는 기업의 사회 공헌활동을 담당하고 계십니까?	_____① 예 _____② 아니오

※ 다음은 귀 자원봉사센터의 일반적 사항에 대한 질문으로 해당하는 곳에 V표 해주시거나 간단히 적어주시기 바랍니다.

■ 귀 센터의 운영형태는 어떠하십니까?

_____① 지자체 직영 _____② 혼합직영 _____③ 민간위탁 _____④ 독립법인

■ 귀 센터의 설립연도는 언제입니까? _____ 년

■ 귀 센터의 센터명 : _____

자원봉사센터의 기업 사회공헌(자원봉사) 프로그램 현황

'자원봉사센터의 기업사회공헌 연계·협력 현황조사'와 함께 자원봉사센터에서 진행하고 있는 기업사회공헌(자원봉사) 프로그램을 취합하여 분류 정리

□ 프로그램 취합 결과 : 82개 센터에서 111개 프로그램 제출

□ 분류정리

- 기업대상 사회공헌 프로그램 개발 및 제공
- 기업연합 자원봉사 프로그램
- 기업 자원봉사 NGO연계 프로그램
- 기업과 NGO연계 프로그램
- 기업의 재능기부(프로보노) 프로그램

□ 분류 정리별 자원봉사센터 프로그램명

○ 기업대상 사회공헌 프로그램 개발 및 제공

- 사회복지 봉사과 지역사회 봉사 대부분
- 주거환경개선, 김장김치, 급식지원, 벽화그리기, 장보기 지원, 장비지원 등
- “OO기업과 함께하는 자원봉사” 형태

<프로그램 현황>

NO	센터명	프로그램명
1	경기 양평군센터	삼성전자와 함께하는 집수리 봉사활동
2	경기 여주시센터	삼성전자와 함께하는 희망의 S-도서관 리모델링
3	경기 오산시센터	코스메뉴팩처링 자원봉사 데이

NO	센터명	프로그램명
4	경기 용인시센터	아삭아삭 사랑나눔 김장축제
5	경기 의왕시센터	코레일 사회봉사단과 함께하는 Happy train
6	경기 파주시센터	장애인한마당큰잔치
7	경기 파주시센터	청소년과 장애인이 만들어가는 "신나는 1박! 2일!"
8	경기 파주시센터	봄김치 만들기, 저소득가정 밑반찬 만들기
9	경기 파주시센터	LG이노텍과 함께하는 봉사활동
10	경북 경산시센터	할매 할배와 함께하는 1일 추억여행
11	경북 김천시센터	한국오웬스코닝과 함께하는 오지마을 환경개선 벽화그리기
12	경북 봉화군센터	행복한 동행 지역사회 종합봉사활동
13	경북 상주시센터	이마트 상주점 희망나눔프로젝트
14	경상남도센터	재래시장에서 에코하기
15	경상남도센터	폐고 위기 작은 시골학교 아동 정서 지원사업 "Happy Dream"
16	광주 서구센터	김장 자원봉사
17	광주광역시센터	하이트진로 참이슬 청년봉사단 운영
18	대구 서구센터	한화사랑나눔 반찬배달봉사
19	대구 수성구센터	새마을금고 노변지점과 함께하는 무료급식봉사활동
20	대전 서구센터	참! 좋은 사랑의 밥차
21	대전 중구센터	삼성카드와 함께하는 벽화 봉사
22	부산 남구센터	한국가스안전공사 부산지역본부 소금사랑봉사단 활동
23	부산 동구센터	집수리 활동
24	부산 수영구센터	IPK와 사랑을 나누는 공동체가 함께 하는 반찬봉사
25	부산 중구센터	여울회 사랑나눔 활동
26	부산 진구센터	전통시장 활성화 프로그램 "전통시장 런닝맨"
27	서울 관악구센터	꿈키움 책나눔
28	서울 구로구센터	AK장보기
29	서울 양천구센터	희망실은 리어카
30	울산광역시센터	SK'울산시민과 함께하는 사랑의 김장 나누기 행사'
31	울산광역시센터	S-OIL '사랑의 김장 나눔 행사'
32	울산광역시센터	현대자동차 가족 봉사단 운영
33	울산광역시센터	현대자동차와 함께하는 저소득계층 폐지수집 어르신 지원사업

NO	센터명	프로그램명
34	울산광역시센터	연말 파란산타 Happy Winter with H '현대자동차와 함께하는 행복한 겨울'
35	울산광역시센터	S-OIL '목도 상록수림 지킴이 활동'
36	울산광역시센터	LS-Nikko동제련 '꿈쟁이들을 위한 무지개 담벼락 프로젝트(벽화그리기)'
37	울산광역시센터	울산항만공사 '물김치로 달아난 입맛 되찾아 주기 프로젝트'
38	울산광역시센터	삼양사 '행복파티쉐의 오물력 주물력 요리교실'
39	울산 남구센터	SK와 함께하는 아름다운 동행 행복꾸러미 나누기
40	전북 정읍시센터	전북은행과 함께하는 재능나눔 축제 및 삼계탕 데이
41	전북 진안군센터	30,000장 연탄나눔 대 축제
42	제주특별자치도센터	섬마을 선생님
43	제주특별자치도센터	사랑 나눔 겨울 김장 축제
44	제주특별자치도센터	희망 해피 하우스
45	충남 아산시센터	아산시민과 함께하는 삼성나눔 워킹 페스티벌
46	충북 당진시센터	기발하고 특별한 밥상공동체 공공미술
47	충북 옥천군센터	사랑의 연탄나누기_유한김벌리
48	충북 청주시센터	저소득층 아동과 함께하는 기차여행

○ 기업연합 자원봉사 프로그램

- 하나의 프로젝트에 2개 이상의 기업이 연합하여 활동
- 기업 자원봉사협의체 구성 활동
- 활동내용은 사회복지 봉사와 지역사회 봉사가 대부분

<프로그램 현황>

NO	센터명	프로그램명
1	강원 속초시센터	행복한 생신잔치
2	강원 속초시센터	행복극장 사랑의반찬만들기
3	경기 남양주시센터	어르신 경로잔치
4	경기 안양시센터	안양기업연대 사회공헌릴레이
5	경남 김해시센터	2015 김해 자원봉사 나눔축제 & 카부츠

NO	센터명	프로그램명
6	경남 창원시센터	기업 자원봉사단체 연합
7	경북 구미시센터	구미 자봉이의 날
8	경북 영동군센터	저소득재가노인 식사배달사업
9	경북 영천시센터	2016 나눔의 파발마 운동
10	경북 청송군센터	공기업을 사회공헌 및 자원봉사_취약계층 지원
11	경상북도센터	찾아라! 경북 행복마을 오지지원
12	광주 광산구센터	행복산타들의 007 대작전
13	광주 북구센터	사랑의밥차 운영사업
14	대구 달서구센터	김장 나눔 대축제
15	대구 달성군센터	사랑의 연탄나눔, 벽화작업, 농촌일손돕기, 시설방문 봉사활동
16	대구광역시센터	기업자원봉사협의체 사회공헌 활동_동계자원봉사프로그램 운영
17	대구광역시센터	기업자원봉사협의체 사회공헌 활동_자원봉사 빅이벤트 참여
18	대전광역시센터	희망공기업과 함께해U
19	부산 강서구센터	안전한 마을 만들기
20	부산광역시센터	김치나눔 행복보따리 한마당
21	서울 강동구센터	소외 어르신을 위한 '사랑의 점심식사'
22	서울 금천구센터	지역아동센터 아동들과 이모·삼촌되어주기
23	서울 양천구센터	효 데이
24	서울 영등포구센터	월별 테마 기업 자원봉사
25	울산광역시센터	사회공헌 협약기업 공동 프로그램(22개사)
26	전라북도센터	소외지역을 찾아 전문재능나눔 서비스
27	전북 군산시센터	기업특성에 맞게 가정방문을 통한 현장 봉사활동
28	충남 보령시센터	오지마을을 찾아가는 전문봉사단의 순회 봉사활동
29	충북 진천군센터	경로당을 연계 연합 봉사

○ 기업 자원봉사 NGO연계 프로그램

- 기업과 지역내 NGO, 단체, 기관을 연계하여 공동 프로그램 운영
- 아동, 노인관련 NGO와 주로 연계
- 지역아동센터, 노인지원센터(무료급식소, 독거노인지원센터 포함) 등
- 활동내용은 사회복지, 지역사회봉사가 대부분

<프로그램현황>

NO	센터명	프로그램명
1	강원 화천군센터	무료급식소 지원 자원봉사
2	경기 군포시센터	LS엠트론의 지역 NGO단체 연계 자원봉사
3	경남 사천시센터	이마트 사천점 지역아동센터 (이마트와 함께하는 희망 마을 만들기)
4	경북 안동시센터	위기가구통합지원사업_나눔365단체
5	대구 동구센터	신용보증기금 소방소 굴다리 벽화 그리기
6	대구 중구센터	동아백화점 독거노인원스탑지원센터 연계 사랑의 장바구니
7	부산 금정구센터	이마트 금정점 금서중학교 주거개선
8	부산 영도구센터	SK와 함께하는 소외계층 지원 사업_지역 단체 연계
9	서울 동작구센터	교보생명과 함께하는 생일파티_지역아동센터 연계
10	서울 서대문구센터	무료급식소에 포스코 포항제철 계열사 연계 활동
11	울산광역시센터	S-OIL 햇살나눔 사회복지 자원봉사 프로그램 지원사업
12	울산광역시센터	한수원과 함께하는 지역 맞춤형 사회공헌 프로그램 공모전
13	인천 중구센터	SK에너지_인천 연탄은행
14	전남 무안군센터	한국공항공사_지역아동센터 연계

○ 기업과 NGO연계 프로그램

- 기업과 NGO(단체, 기관 등)를 연계하는 형태(현금, 물품 지원 등)
- 자원봉사 단체 지원사업, 기업 대학생 자원봉사단 지원 등

<프로그램현황>

NO	센터명	프로그램명
1	강원 삼척시센터	강원랜드복지재단 자원봉사 단체 지원사업 (자원봉사 길라잡이! 우리가 최고)
2	강원 정선군센터	강원랜드복지재단 자원봉사 단체 지원사업
3	인천 동구센터	현대제철 대학생 자원봉사단 지원

○ 기업의 재능기부(프로보노) 프로그램

- 기업 특성에 맞는 프로그램 진행
- 주거환경개선 프로그램이 주를 이룸

<프로그램현황>

NO	센터명	프로그램명
1	경기 안산시센터	LGI노텍과 함께하는 happy village_주거환경개선
2	경기 안산시센터	한국가스기술공사 경기지사 사회공헌 프로그램_주거환경개선
3	경북 울진군센터	2016 희망울진 행복마을 만들기_주거환경개선
4	경북 청도군센터	청도행복마을 주거환경 정비
5	경북 포항시센터	철 관련 구조물 작업
6	경북 포항시센터	포스코건설이 앞장서는 "우리함께"
7	경북 포항시센터	벽화그리기 전문자원봉사단 재능나눔
8	경상남도센터	한화테크윈 사랑의 리어카
9	서울 강남구센터	폐현수막 재활용 환경장바구니 나눔 '힐링백캠페인'
10	서울 관악구센터	서울대학교 일반노조 기전분회 기계, 전기 시설관리 재능기부
11	울산광역시센터	한화케미칼과 함께하는 '내일을 키우는 에너지 교실'
12	울산광역시센터	현대자동차 평일 전문봉사단 운영
13	울산광역시센터	울산MBC컨벤션 '더 특별한 쌍쌍파티(장애인 커플매칭)'
14	울산광역시센터	울산MBC컨벤션 '요리로 떠나는 행복한 세계여행'
15	전남 순천시센터	한울드라이 세탁 공장 세탁봉사
16	충남 서산시센터	독거노인 『희망출동 1365』_주거환경개선
17	충북 옥천군센터	새로이크린 청소 업체 주거환경개선

자원봉사센터의 기업 사회공헌(자원봉사)
연계 · 협력 현황 조사

발 행 일 : 2016년 7월

발 행 처 : 한국중앙자원봉사센터

홈페이지 : v1365.or.kr

이 메 일 : nvc1365@hanmail.net

주 소 : 03186 서울특별시 종로구 새문안로 92
광화문오피시아 4층 406호

전 화 : 02-713-0080

팩 스 : 02-711-0087

인 쇄 처 : EM실천(02-875-9744)

〈비매품〉 ※무단복제를 금합니다.
