

미트쉐어,
세상을 변화시키는 시민들을
인큐베이팅 하다

제출문

서울시NPO지원센터장 귀하

본 보고서를 서울시NPO지원센터에서 위탁한 「시민공익활동 지원사업 성과측정 연구」 최종보고서로 제출합니다.

2018. 7. 31.

■ 연구책임자 : 조경숙

■ 공동연구원 : 홍진아

이 보고서는 연구수행자의 결과물로서 서울시NPO지원센터의 입장과는 다를 수 있습니다. 이 보고서에 수록된 연구결과물을 인용할 때에는 반드시 출처를 밝혀주시기 바랍니다.

목차

- 연구의 배경
- 연구 개요
- 연구 결과
 - 설문조사 분석
 - 프로젝트 사례조사 : 지속성, 확장성, 효과성 측면에서
- 제언 및 총평 “세상을 변화시키는 시민들의 인큐베이터, NPO 지원센터”



연구 배경

연구의 배경

한국일보 

팔로우

“일회용품 NO” 쓰레기 제로에 도전합니다

작성자: 고은경
2018년 7월 18일

비닐 · 플라스틱 사용 줄이는 등
일주일간 쓰레기 없이 살아가기
노하우 공유 · 시민 캠페인 전개
일회용컵 · 빨대 사용 실태 조사도
“제대로 분리수거 한다면
일회용품 사용이 되레 어려워”



일회용품 사용 줄이기를 실천하면서 최근 일회용품 시민 모니터링단 '어썸'을 운영하고 있는 정승규(왼쪽부터)씨, 이윤정씨, 고금숙씨, 박효원씨가 13일 서울 연희동에 있는 플라스틱을 사용하지 않는 카페인 '보틀 펙토리'에서 나무로 된 칫솔, 대나무로 된 빨대 등을 들고 활하게 웃고 있다. 고은경기자

▶ 4년 간 진행된 미트쉐어

2014년부터 2017년까지 4년 간 진행 후 마무리 단계

▶ 4년 간 미트쉐어의 성과는?

다양한 형태로 실시된 미트쉐어가 시민들에게 어떤 영향력을 미쳤고, 그것이 지금까지 지속되어오고 있는지에 대한 성과 측정이 필요한 상황

▶ 이 경험을 가진 NPO지원센터의 앞으로는?

연구를 바탕으로 이후 NPO 지원센터가 시민/공익활동과 접점을 어떻게 만들어 나가야 할 것인지에 관한 깊이 있는 논의가 필요한 시점





연구 개요

연구 개요

▶ 연구 목적

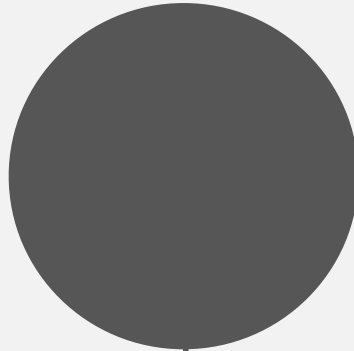
2014년 ~ 2017년 4년간 진행된 시민공익활동지원사업 참여자 대상 온라인 설문조사를 통해 시민공익활동지원사업의 성과를 측정하고자 함

▶ 핵심 지표

1. 미트쉐어 이후 유사한 공익 프로젝트를 지속적으로 진행하고 있는가? (지속성)
2. 미트쉐어 프로젝트를 계기로 새로운 네트워크가 생기거나 공익활동에 대한 긍정적인 전환이되었는가? (확장성)
3. 미트쉐어의 지원이 프로젝트를 진행하는데에 유효한 도움이 되었는가? (효과성)

▶ 연구자

- 조경숙 : 독립연구자 / 2017년 미트쉐어 크루
- 홍진아 : 기획자 / 2017년 미트쉐어 참여자(소셜투자 계모임 디모스)



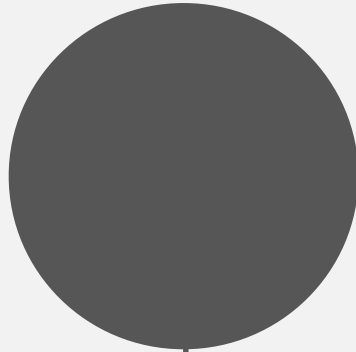
연구 개요

▶ 조사 방법

- 설문조사
 - 2014년부터 2017년까지 참여자 모두를 대상으로 설문조사 진행
 - 260명에게 뉴스레터 및 문자 발송 / 92명 응답
- 프로젝트 사례 리서치
 - 2015년부터 2017년까지 개설되었던 미트웨어 프로젝트 중 의미있다고 판단되는 (확장성/지속성/효과성) 프로젝트를 선정해 서면 또는 유선상 인터뷰 진행

▶ 연구 일정

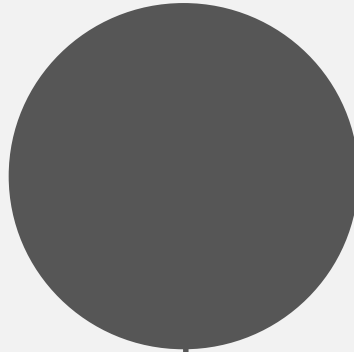
- 2018년 4월 : 계약 체결 및 연구 설계
- 2018년 5월 : 연구 설계 피드백 및 연구 대상 확정(리서치)
 - 5월 24일~6월 28일 : 설문조사 실시
- 2018년 6월 : 리서치 대상자 인터뷰
- 2018년 7월 : 연구 결과 분석 및 정리
 - 7월 25일 수요일 : 연구 결과 발표 및 피드백



연구 개요

▶ 연구 진행 전략

- '친근한 '미트쉐어' : 4년 간 이어져 온 미트쉐어 프로젝트의 진행 상황들을 알리고, 미트쉐어 프로젝트의 좋은 사례들을 공유하여 미트쉐어 지원 사업을 다시 상기시킨다.
 - 딱딱한 설문조사 링크를 지난 4년 간의 사례를 공유하는 뉴스레터에 첨부하여 참여자 개인에게 발송
- 섬세한 '미트쉐어' : 본 설문 의 의미와 참여 시의 보상 등을 섬세하게 설계하여 사용자가 설문 의 취지에 대해 이해하게 한다.
 - '미트쉐어'의 이 다음 행보를 설계하는데 참여하고 있다는 느낌을 주는 메세징
 - 참여자 추천을 통해 스타벅스 상품권 지급
- 쉬운 '미트쉐어' : 사례가 금방 생각날 수 있도록 문장을 쉽고 구체적으로 작성한다.
- 재미있는 '미트쉐어' : 사용자의 반응에 따라 제각기 다른 문항을 배치할 수 있는 설문조사 툴 을 사용하여 쌍방향적인 설문 내 소통을 구현한다.
 - 타입폼이라는 설문조사 툴을 이용하여 로직점프 가능하게 설계. 필요없는 질문을 만나지 않도록 하여 답변 시간을 최소화/최적화



연구 개요

▶ 연구 가설

- **활동 주체의 소속**

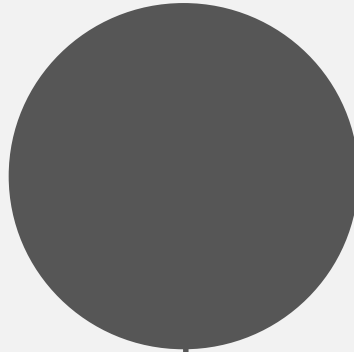
- 미트쉐어 이전에 시민사회 단체 활동가이거나 유관 집단(소셜 벤처 등)에 소속되어 있는 경우 사업의 '지속성' 측면이 높게 측정된다.
- 위의 경우에 포함되지 않은 경우 사업의 '지속성' 측면이 낮은 반면 '확장성'과 '효과성'이 높게 측정된다.

- **연도별 특성**

- 커뮤니티 컨설턴트가 투입된 2017년 미트쉐어 프로젝트의 경우 '확장성'이 높게 측정된다.

- **형태별 특징**

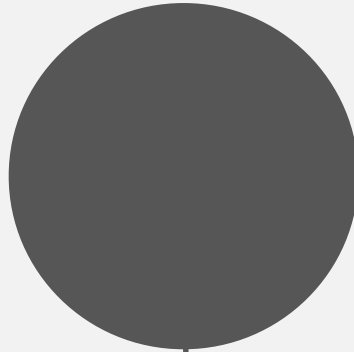
- 모임형에 비해 실행형 프로젝트의 경우 '지속성'이 높게 측정된다.



연구 개요

▶ 용어의 정의

- **지속성**
 - 미트쉐어로 촉발된 공익활동에 대한 호기심과 유능감으로 공익활동을 미트쉐어 지원 이후 최소 3회 이상 이어오고 있는지(혹은 이어왔는지) 여부를 지속성이라고 정의한다.
- **확장성**
 - 확장성은 미트쉐어의 특성 상 두 가지 의미로 정의한다.
 - 가. 미트쉐어 프로젝트 간 새로운 네트워크가 만들어진 것을 외부적 확장성이라고 본다.
 - 나. 참여한 미트쉐어 프로젝트 자체의 실행계획이 구체화 되었거나, 시민 개인이 공익활동에 대한 긍정적인 마인드의 전환이 있었는지 여부를 두고 개인적 확장성이라고 본다.
- **효과성**
 - 미트쉐어의 지원 요소들이 프로젝트를 진행하는데 지속성과 확장성을 담보했는지 여부를 두고 효과성이라고 한다.





연구 결과

0. 설문조사 개괄

▶ 총 260명 대상 뉴스레터 발송, 92명 응답

- 92명 중 75명이 모바일로 응답(접속자 역시 모바일이 압도적), 향후 뉴스레터 및 설문조사 발송시 모바일 최적화 고려 필요

▶ 평균 응답시간 3분 45초

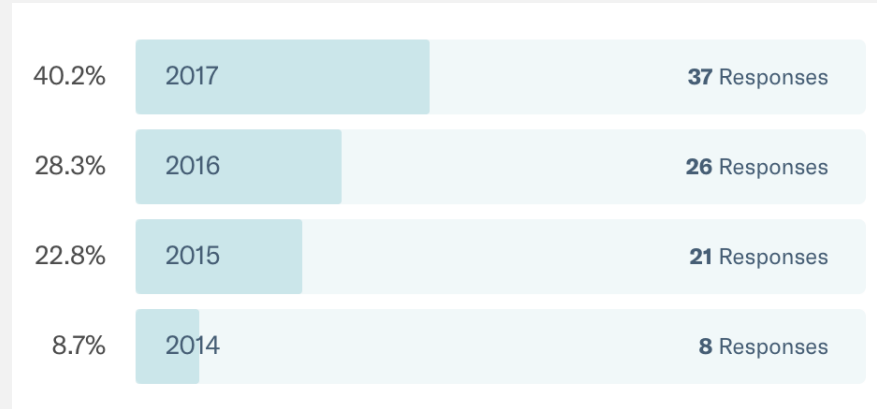
▶ 지속적인 자극이 응답률을 높인다

- 뉴스레터 발송 당일, 문자 발송 당일, 지인 메시지 연락 등 연락이 있었을 때 응답율이 높아짐. NPO지원센터의 지속적인 도움으로 응답률이 높아지는데 도움이 되었음. 향후 연구조사 시에도 이러한 협조와 관련 기획이 필요할 것



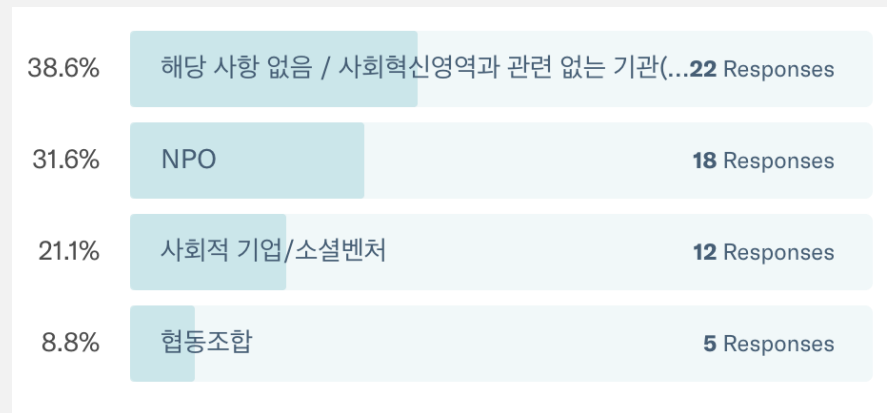
1. 설문 응답자 특성 분석

▶ 미트쉐어 참여 연도별 응답자 수



- 2017년 참여자수 응답률 높음(40.2%)
- 2017년의 참여자수는 지속성, 확장성, 효과성 등 모든 부분에서 다른 년도에 비해 긍정적인 응답 경향성이 나타남.

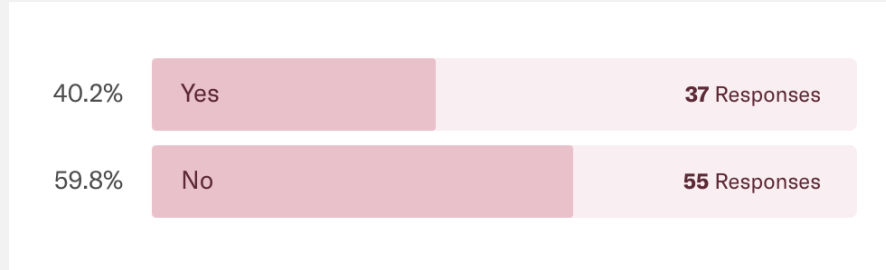
▶ 소셜섹터와 연결된 정도



- 응답자 중 소셜섹터와 관련 없는 기관 종사자가 미트쉐어에 참여한 비율은 38.6%로 나타남.
- 38.6%의 관련 없는 기관 종사자의 데이터만 따로 분석했을 때, 전체 응답자, 그리고 소셜섹터 관련 기관 종사자의 답변 비율과 비슷한 경향성을 보임.

2. 지속성 관련 응답 분석

▶ 미트쉐어 종료 후 관련 활동을 수행한 적이 있는지 여부



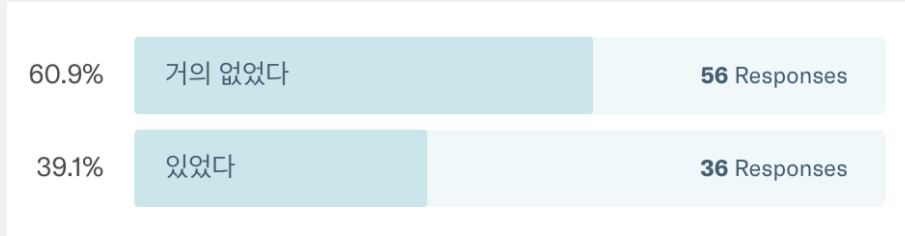
- 총 40.2%가 미트쉐어 관련 활동을 수행했음.
- 연도별로 봤을 때 2017년 참여자 21명(56.7%), 2016년 6명(16.2%), 2015년 7명(18.9%), 2014년 참여자 3명(8.1%)
- 연도별 참여 비율을 따졌을 때 2017년 참여자 중 계속 모임을 이어나가고 있는 팀은 56.7%, 2016년은 23%, 2015년 33.3%, 2014년은 27.5%로 나타났음.

▶ 지속되었던 모임들

- 이것이 프로젝트, 팟캐스트(내-일은 가볍게 시즌2), 제로웨이스트, 글소리부스, 소셜투자 계모임, 공익법인협회, 잡지 <너랑노원>, 세대별 이혼 여성 인터뷰, 은하수 살롱 등(모임형 10, 실행형 17, 사업체 4)
- 모임형 32.2%, 실행형 54.8%, 사업체 12.9%의 비율로 실행형의 지속성이 크게 나타났음.

2. 지속성 관련 응답 분석

▶ 미트쉐어 진행시 불편 사항 유무 관련



- 프로젝트 진행 시 불편사항을 묻는 질문에 36명이 '불편사항이 있었다'라고 응답
- 행정업무의 어려움을 꼽는 사람들이 44.4%로 높게 나타났음.

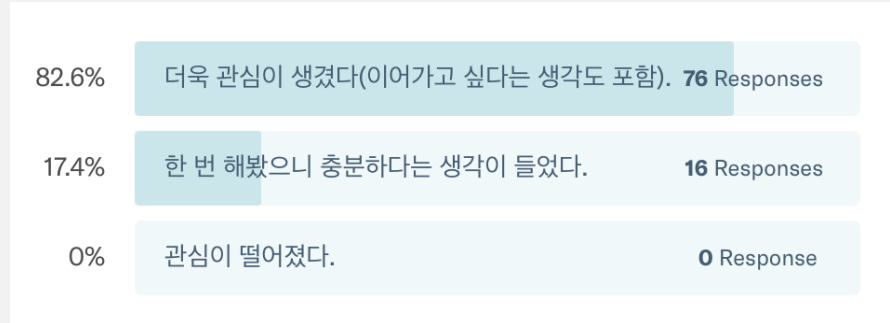
▶ 미트쉐어 진행시 불편 사항 내용 관련



- 미트쉐어 이후 프로젝트를 이어가고 있다는 응답자 37명 중 불편 사항이 있었다고 응답한 사람이 16명이었으며, 이들 중 68%(11명)가 관련 행정업무의 어려움을 지적하였음.
- 이에 반해 프로젝트를 지속하지 않고 있는 그룹은 행정업무의 어려움, 시간 여유 부족, 동료 부족, 예산 부족, 공간 부족 등을 골고루 지적하였음.

2. 지속성 관련 응답 분석

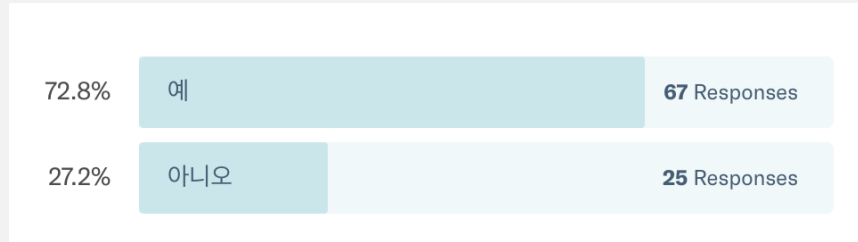
▶ 해당 주제에 대한 관심도 변화 여부



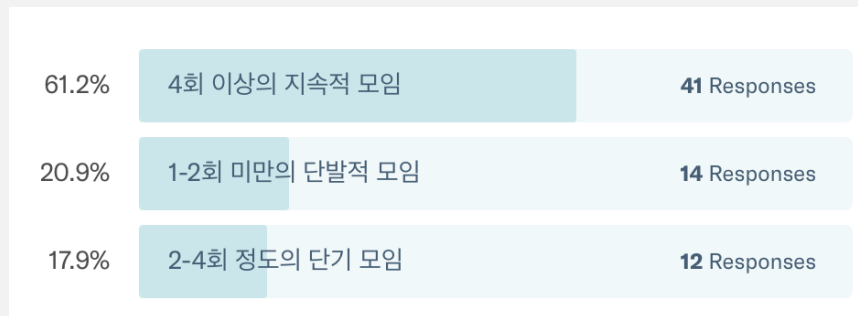
- 미트웨어를 경험하고 나서 해당 주제에 더욱 관심이 생겼다고 답변한 응답자는 82.6%.
- 미트웨어를 지속했던 응답자 중 1명을 제외한 36명이 '더욱 관심이 생겼다'고 대답하여 해당 분야에 대한 관심을 높이는 것이 프로젝트를 지속하는데 필요한 하나의 요소가 된다는 것을 시사
- 기존에 소셜섹터가 아닌 곳에 종사하는 응답자들만 떼어놓고 분석했을 때, 81.8%가 '더욱 관심이 생겼다'고 의견을 표함. 이는 설문조사 전체의 경향성, 그리고 소셜섹터 종사자들의 대답과 비슷한 경향성을 보이는 것임.

2. 지속성 관련 응답 분석

▶ 미트쉐어 후 단기 모임 진행 여부



▶ 모임의 형태 및 주제 확장 정도



- 미트쉐어 후 단기 모임이 진행된 경우는 72.8%였음.
- 4회 이상 지속적 모임을 가졌다고 응답한 사람과 기존 주제를 확장하여 진행했다고 응답한 사람이 거의 일치하였음.(43명 중 40명)
- 주제의 확장은 관심사의 확장이나 연결점의 확장으로 해석될 수 있음. 이로 인한 흥미나 참여 인원의 확장으로도 이어졌을 거라는 추측이 가능하며, 미트쉐어 경험이 촉발한 긍정적 영향력이 드러남.
- 교차 분석을 했을 때, 지금까지 지속되어 오고 있는 미트쉐어 프로젝트 응답자들 중 약 60%가 '기존 주제를 확장하여 단기모임 진행'했다고 응답하였음. 하나의 경험이 더 넓은 관심사/주제의 확장이 공익 프로젝트 지속성의 한 요인이 될 수 있다는 해석 가능

2. 지속성 관련 응답 분석

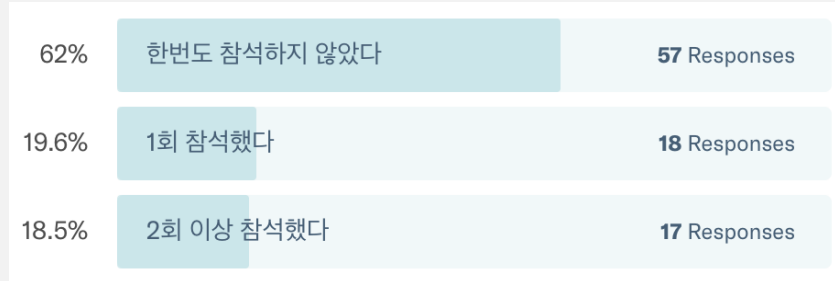
▶ 미트쉐어 후속 모임 지속 불가 이유



- 미트쉐어 후속(단기) 모임이 지속 불가했던 이유로 가장 큰 것 두 가지가 '예산 부족'과 '시간적 여유 부족'으로 드러남.
- 어떤 활동을 한다는 것에는 예산이 수반되고, 공익 활동이 수익을 창출하지 않는 상황에서 예산이 부족은 후속 모임 지속 불가 원인이 될 수 있음.
- 예산 부족과 시간 여유 부족은 뒤에 인터뷰에서도 나오지만 같이 가는 요소로 보임. 메인으로 하는 일이 있는 상황에서 공익 활동을 병행하며, 시간을 더 쏟는 것이 어려운 부분이 있을 것으로 예상됨.
- 지속되고 있는 프로젝트들을 봤을 때, 제작 등의 고정비가 들어가는 프로젝트보다 인적 자원이 더 많이 필요한 프로젝트인 경우가 많음. 고정비가 지속적으로 필요한 공익활동의 경우, 예산 확보나 수익 구조 등에 대한 전문적 코칭이 필요해 보임.

2. 확장성 관련 응답 분석

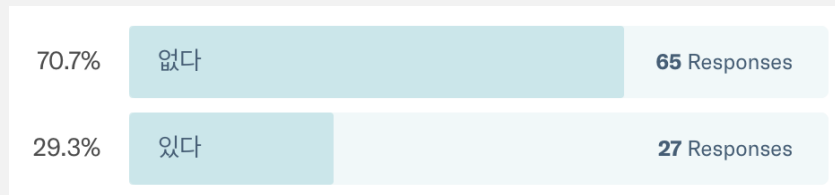
▶ 다른 미트웨어/네트워킹 등에 참석했는지 여부



- 다른 미트웨어에 참여하거나 컨퍼런스/네트워킹 파티에 참여했는지 여부를 묻는 질문에 '한 번도 참석하지 않았다'는 반응이 가장 많았음.

- 새롭게 만난 사람과의 연결 및 확장 지점도 '없다'는 반응이 훨씬 많이 나타났음.

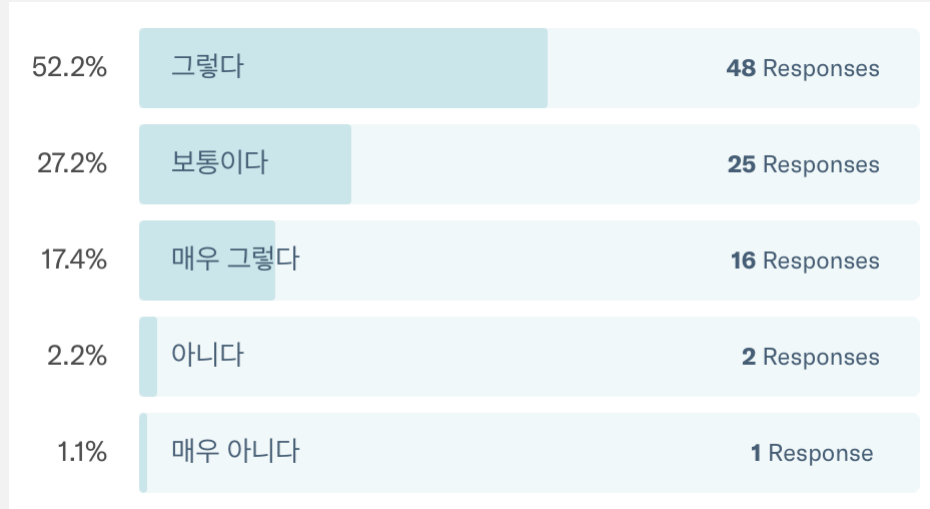
▶ 새로 만난 사람과 새로운 시도를 했는지 여부



- 시간을 쪼개어 참여하는 시민 공익활동 특성상 자신이 진행하고 있는 프로젝트에 집중하는 것 이상의 여유를 찾기 어려운 것으로 보임.

2. 확장성 관련 응답 분석

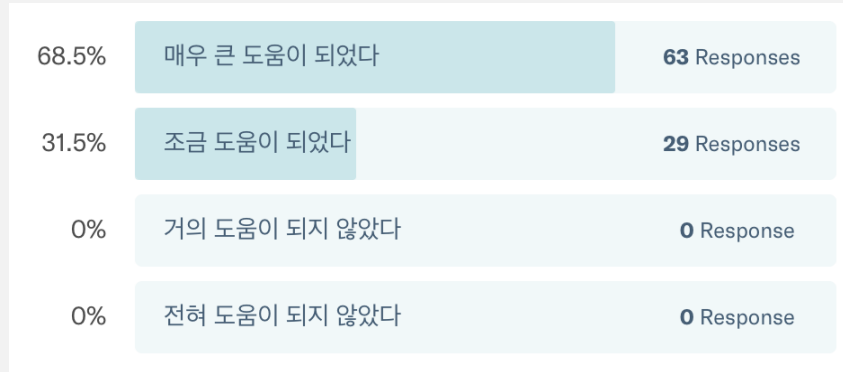
▶ 미트쉐어를 통한 생각/실행 계획의 확장성



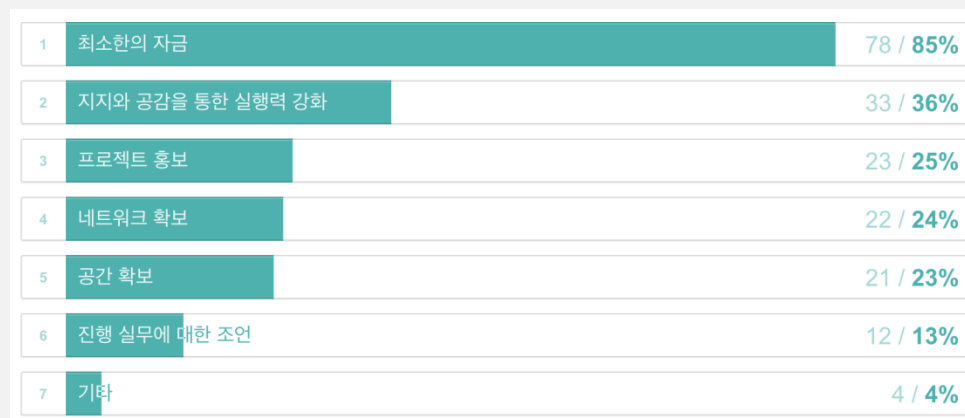
- 개인적 차원의 확장성을 묻는 질문에는 긍정적인 답변이 대다수였음.
- 뒤에 사례연구에서도 볼 수 있지만, 미트쉐어 간 확장성이 참여자들에게 영향을 미친 것보다 미트쉐어 프로젝트를 실행하면서 자신의 생각과 영향력, 네트워크 등이 커져가는 것에 유능감을 느끼고 행동을 계속해 나가는 개인적 확장성이 더 크게 관찰되었음.
- 단순 네트워킹을 위한 프로젝트보다 행동하는 시민으로서 전문성을 높이는 클래스의 만족도가 더 높다는 것, 이것을 원하는 목소리가 많다는 것 등을 반영하여 공익 시민의 역량이 '확장'되는 경험의 장이 만들어질 필요가 있음.

3. 효과성 관련 응답 분석

▶ 미트쉐어가 도움이 되었는지 여부



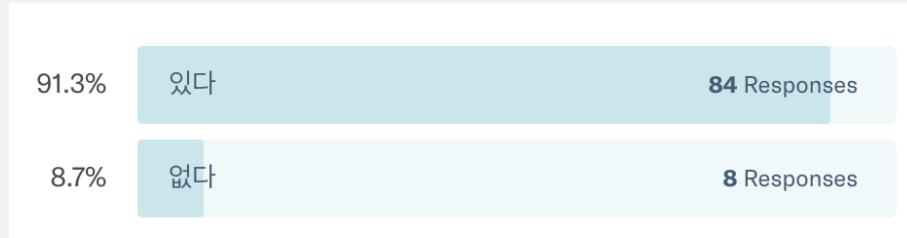
▶ 도움이 된 요소(중복응답 가능)



- 미트쉐어가 자신만의 프로젝트/모임을 진행하는데 도움이 되었는지 여부를 묻는 질문에 모두 긍정적으로 답변
- 도움이 된 요소를 살펴보면, '최소한의 자금'이 압도적으로 높은 응답을 차지함. 행동이 촉발되고 얼마간 실행해 볼 수 있는 자원으로 미트쉐어 지원금은 의미있는 역할을 한다고 볼 수 있음.
- 지지와 공감을 통한 실행력 강화의 경우, 미트쉐어 담당자들, 센터 측의 관심과 지지 역시 영향을 미쳤을 것이라 예상할 수 있음. 사례 조사에서도 고민이 있을 때 상의할 수 있는 전문가(센터 인력)가 있어서 좋았고, 함께 고민하고 칭찬해주는 관계 안에서 지속할 수 있는 힘을 갖게 되었다는 참여자의 말이 있었음.
- 이 외에도 1인의 시민이 가지지 못하는 자원을 미트쉐어를 통해 공급 받고 이것이 프로젝트 진행에 효과적이었음을 알 수 있음.

3. 효과성 관련 응답 분석

▶ 유사 사업 진행 시 지원 여부



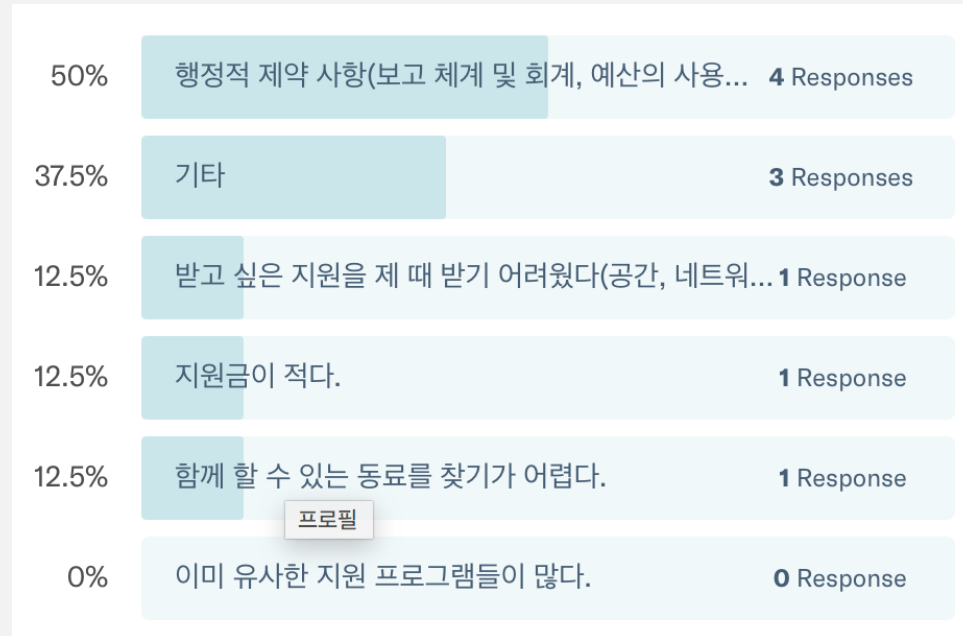
- 응답자 중 91.3%가 재지원 하겠다는 의사를 밝혔음.

▶ 재지원 희망자가 꼽은 보완이 필요한 부분

- 재지원 희망자를 대상으로 보완이 필요한 부분에 대한 주관식 응답을 받았음.
- 행정의 간소화(32%), 현실적인 지원금 지급(20.6%), 더욱 적극적인 홍보지원(15.8%) 순으로 응답이 나왔으며, 네트워크 강화와 진입장벽에 대한 이야기도 있었음.
- 소수 의견으로 그동안의 공익활동 내용이 좀 더 자세히 아카이빙되어 자신들의 활동에 참고가 될 수 있도록 하면 좋겠다는 의견과 1인 활동가들도 미트웨어에 참여할 수 있도록 적극적인 지원을 요청하는 의견도 있었음.

3. 효과성 관련 응답 분석

▶ 다시 지원하지 않는 이유



- 다시 지원하지 않겠다는 여덟명의 설문 응답자의 의견.
- 행정적 제약 사항에 문제를 제기하는 응답이 많았음.

4. 요약

▶ 참여자 특성

- 미트웨어 참여와 관련된 경향성은 본업이 무엇이든, 실제 일에서 공익 환경에 얼마나 노출되느냐와 상관관계가 약한 것으로 보임.

▶ 지속성


- 미트웨어 종료 후 활동을 수행했던 프로젝트 중 실행형의 비중이 크게 나타남.
- 지속성을 방해하는 요소로 '행정처리'를 비중이 크게 나타남.
- 주제 및 관심사(연결지점)의 확장이 공익활동 지속성에 영향을 미치는 것으로 보임.

▶ 확장성

- 미트웨어 간 확장성 보다 활동하는 개인의 확장성(생각 또는 실행능력)이 공익 활동에 있어 중요한 요소로 파악
- 개인의 확장성이 지속성에도 영향을 미침.

▶ 효과성

- 미트웨어 경험이 참여 시민들에게 긍정적 영향을 끼쳤다고 해석
- 최소한의 자금, NPO의 지지와 격려가 시민들의 공익활동이 촉발되고 이어지는데 영향을 미치는 요소가 됨.
- 대부분 재지원의 의사를 밝혔지만 '행정처리' 및 '유연한 지원금 사용' 등의 과제가 있음.



프로젝트
사례분석
결과

0. 사례분석 개괄

▶ 지표를 의미있게 보여줄 수 있는 11팀 선정

- 효과성, 지속성, 확장성 각각의 지표적 성과가 높을 것으로 추정되는 프로젝트 총 11개를 추적 조사
- 2017년 4개, 2016년 3개, 2015년 3개 프로젝트 총 10개 프로젝트 선정

▶ 조사 기간

- 2018년 6월 중순~7월 중순(1개월 간)

▶ 조사 방법

- 이메일을 통한 서면 문답
- 전화를 통한 면담

0. 사례분석 개괄

▶ 사례 연구 대상자 소개

- **효과성**

- 내-일은 가볍게 (2017) : [실험] 퇴사 관련 팟캐스트
- 소셜투자 계모임 디모스(2017) : [실험] 1회 소셜 투자처 선정 및 지원
- 유리보틀 (2016) : [제작] 다회성 테이크아웃 컵 프로토타입 실험
- 마이크 프로젝트 (2016) : [제작] 공익적인 인포그래픽 책 출판
- 생활코딩 (2015) : [실험] 공익활동가를 위한 코딩 교육
- 파이어마커스 (2015) : [전시] 소방관 관련 전시회

- **지속성**

- 은하수살롱 (2015) : [커뮤니티] 예술 향유 커뮤니티
- 독립활동가 이그나이트 (2017) : [커뮤니티] 1인 활동가 탐색
- 성평등 화장실 만들기 꼬막 (2016) : [실험] 성평등 화장실 홍보 및 실험

- **확장성**

- 누구나데이터 (2017) : [실험] NPO를 위한 홍보
- 라이터스 오디오부스 프로젝트 (2017) : [제작] 시각장애인을 위한 오디오북 제작 프로젝트



1. 사례연구 결과

- ▶ 단기적으로 시도해볼 수 있는 [실험]과 [제작] 부분에서 미트쉐어가 **[효과적]**이었다고 답변함

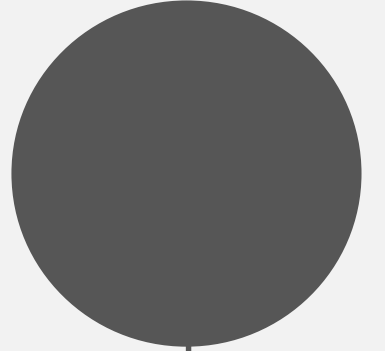
“공익 아이디어를 실험해 볼 수 있어서 매우 좋았어요.

그 때 제작한 병들은 지금도 다른 행사에서 테이크아웃 일회용 잔 대신 쓸 수 있도록 무상 대여해주고 있어요.”

“프로젝트를 진행하기 전에는 제 안에 '일하는 자아'만 존재했다면, 이 프로젝트를 통해 '다양한 자아'를 발견하는 경험을 하게 되었습니다.”

“초반에 부담없이 모여서 서로 친해지고, 하고자 하는 일들에 대해 회의를 해야할 때 지원금이 큰 도움이 되었습니다. 저희는 '소셜투자 계모임'이라는 이름으로 실험을 하고 있었는데 이미 개인 돈을 들고 있는 상황이라서 모임비를 따로 더 내야 하는 것이 부담되는 상황이었어요. 지원금 덕분에 부담이 줄었고, 이후에 계속 힘을 내어 모이는 계기가 되었습니다.”

- 실험이나 제작이 효과적인 이유는 반드시 투입되어야 하는 절대적인 자원(공간, 제작비 등)이 필요했고, 이를 미트쉐어 지원금을 통해 일부 충당할 수 있었기 때문에 만족도와 효과성이 높았다고 판단됨(매우 효과적이었다고 답변).



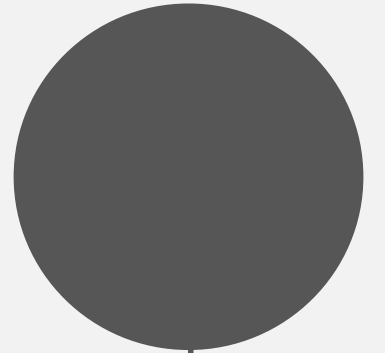
1. 사례연구 결과

- ▶ [지속성] 이 높았던 팀에 미트쉐어 지원 프로그램이 미친 영향은 예상보다 낮았음.
-

“이 프로젝트에 투입되는 기획력과 시간이 있는데, 그에 대한 최소한의 보상도 받지 못하니 오히려 사기가 떨어졌어요.”

“이 프로젝트를 지속하는 데에 있어서 센터가 좀 더 관심을 가져주길 바랐어요. 예산이 아니라 이 프로젝트를 어떻게 더 이끌어갈 수 있을지 함께 고민해줬으면 했어요.(그래서 지금은 안 하고 있음)”

- 실제 지속하고 있는 프로젝트를 대상으로 "미트쉐어 프로젝트를 지속하는 데에 도움이 되었나요?"라고 질문했을 때, 미트쉐어가 지속성을 담보하지는 않았다는 답변을 하였음.
- 미트쉐어를 유지해나가는데 필요한 전문적 도움이 더욱 필요했음.
- 글소리부스 소셜벤처가 되었는데, 활동이 커졌을 때 어떻게 이어나가야하는지에 대한 도움을 구하기가 어려운 구조

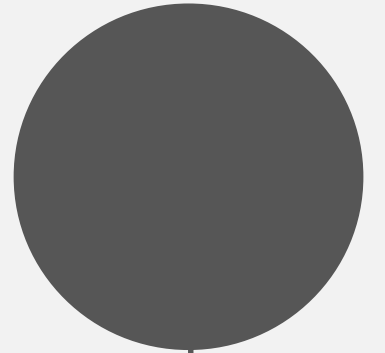


1. 사례연구 결과

▶ 사이드프로젝트로 미트쉐어를 진행한 프로젝트에서 [효과성]이 관찰되었음.

- 직장을 다니면서 사이드프로젝트로 공익활동을 하는 경우, 미트쉐어의 최소한의 지원금이 미트쉐어를 유지해나가는 데 효과적이라는 답변이 있었음.

“미트쉐어의 지원금은 실험을 시작한 사람들에게 금전적인 부담을 잠깐 잊고 자신들이 하고 싶은 실험을 하도록 할 수 있는 지지대가 되어준다고 생각합니다. 저희가 1년간 운영비 걱정을 하지 않을 수 있었던 것처럼요. 세상의 어떤 일이든, 그것이 공익활동이라고 할지라도 일이 되기 위해서는 개인의 능력과 시간, 그리고 자원(돈)이 필요합니다. 자진해서 시간과 능력을 내는 사람들에게 이런 지지대가 있다면 능력과 시간, 자원이 충족되면서 하고자 하는 일들이 뻗어나갈 수 있는 기회가 된다는 생각입니다.”



1. 사례연구 결과

- ▶ 프로젝트 간의 연결을 통한 [확장성] 보다는 자신의 프로젝트를 함께 ~~수행할 동료~~를 찾는 [확장성]에 대한 필요도가 높았음.

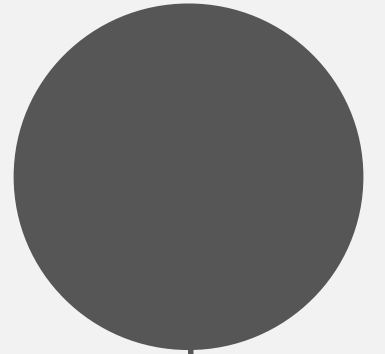
(네트워크의 확장) "미트쉐어 땀 커뮤니티 자체를 만드는 것이 목적이 아니었기 때문에, 커뮤니티를 단단하게 만들거나 다른 커뮤니티와 교류해 보는 것은 관심이 없었어요."

(아이디어의 확장) "처음부터 아이디어의 확장을 생각한 건 아니었어요. 원래 하고 싶었던 일이었는데, 그것이 화제가 되어서 운 좋게 활동이 커졌죠."

(네트워크의 확장) "제 삶이 회사-집 쳄바퀴를 벗어나 훨씬 풍요로운 만남으로 가득하게 바뀌나갈 수 있었습니다. 가족이나 친구, 직장동료 이외에도 이렇게 함께 프로젝트를 운영하면서 연결될 수 있는 사람들이 있다는 사실도 깨달았습니다."

(기타 의견) "SNS 워크샵은 3회까지만 진행됐는데, 더 다양한 주제와 높은 빈도로 워크샵이 열렸다면 참가팀 간 교류도 활발하고 또 프로젝트도 훨씬 원활하게 운영되지 않았을까하는 아쉬움은 있었습니다"

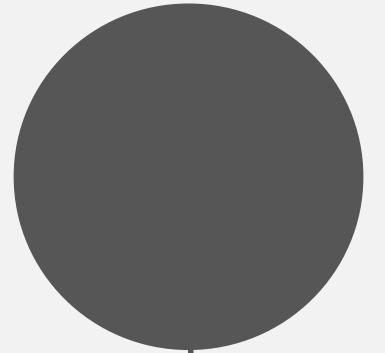
(기타 의견) "프로젝트 구성원을 모집하는 방법이 너무 궁금해요. 이런 모든 과정을 저 혼자 하다보니 너무 힘들어요."



2. 관련 제언

▶ 지원금의 유연화

- 행정 처리의 간소화
 - “비용을 쓰는 것보다 행정 처리하는 데에 더 오랜 시간이 걸렸어서 이후에는 미트웨어에 지원하고 싶지 않았어요.”
- 지원금 기준 현실화
 - “강사비 기준이 너무 적어서, 강사를 모시면서도 죄송스러웠죠.”
 - “본인 인건비가 0% 라는 건 아무리 공익이라지만 너무한 것 같아요. 이 일을 기획하는 데에도 노동이 들어가고, 시간이 들어가는데, 이걸로 저는 돈을 아 주 조금도 확보하지 못하니까요. 그래서 더 지속하기 힘들었던 것 같아요.”
- 지원금 인상



2. 관련 제언

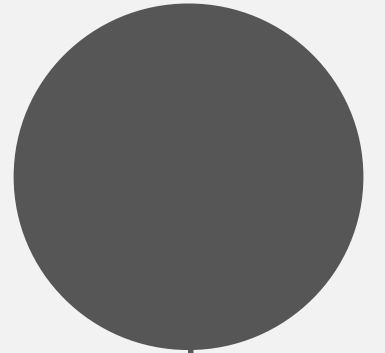
▶ 프로젝트 홍보 지원

- 설문조사 응답자 가운데 15.8%가 '홍보'가 필요하다고 응답함.
- 이에 대해 <누구나데이터> 팀은 기술적인 조언보다는 브랜딩부터 기술까지 홍보 전반에 대한 가이드가 필요하다고 조언함.
- *“대부분 홍보라는 일을 직접 해보신 경험이 없기 때문에 어떻게 접근해야할지 감을 잡지 못하시는 것 같습니다. 우리는 삼성전자가 아니기 때문에 '최대한 많은 모든 사람'에게 뭔가를 알리는 것이 홍보의 목적이 되면 안 되고 '나의 홍보 대상은 누구일까? / 그사람들은 어떤 고민, 고충이 있을까? / 그 고민을 해결해주기 위해서 나는 무엇을 제공해줄 수 있을까? 또는 그들이 어떤 행동을 해주기를 나는 바라는가?'가 잘 정리되는 것이 필요, 즉 이 프로젝트가 궁극적으로 뭘하는건지에 대해 깊게 생각해보지 못하신 것 같습니다.”*
- *“미트웨어도 각 프로젝트에서 좀 더 성과가 나오고 참여자 분들도 단지 예산을 수령하는 것을 넘어 의미있는 경험을 하시게 하려면 다음과 같은 서포트가 붙어주면 더 좋지 않을까 생각이 들었습니다.”*
 - 체계적인 홍보 교육 (브랜딩, 이메일 뉴스레터 교육, 1page 홈페이지 제작, SNS 홍보)
 - 홍보 예산 별도 할당 (항목을 구체화한 뒤 해당 항목으로만 지출할 수 있는 홍보 예산)

2. 관련 제언

▶ 시스템이 아닌 파트너

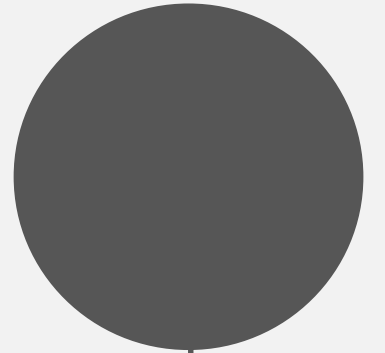
- 시민들의 공익적인 사이드프로젝트를 지원하는 NPO지원센터
 - “사이드프로젝트 같은 경우, 최소한의 지원금이 주는 효용이 있다는 생각입니다. 없어도 하지만 있으면 활동이 안정감을 가지고 지속될 수 있다는 걸 깨달았어요.”
- 공익 활동의 위기 상황을 지원하는 NPO센터
 - “서울시가 미트쉐어 아이디어를 표절한 사건이 있었어요. 그때 이런 일을 도와줄 곳이 없어서 너무 힘들었는데 그걸 센터가 중개해줄 수 있으면 좋을 것 같아요”
- 프로젝트를 향후 인큐베이팅해줄 수 있는 NPO센터
 - “미트쉐어로 생성된 커뮤니티가 비영리 활동으로 한단계 업그레이드 되도록 인큐베이팅 지원을 센터에서 해 줬으면 어땠을까 하는 생각을 많이 했었어요”



2. 관련 제언

▶ 기타 의견

- [제작] 프로젝트의 경우 제작 및 유통 문제에 있어서 전문가 섭외 및 지원이 필요하다고 응답한 경우가 많았음.
- 공통적으로 프로젝트 종료 이후의 지원 필요성에 대해 언급함.
 - 관심 가지고 연결되어 있다는 느낌을 계속 가지고 가길 원함
 - 프로젝트 종료 이후 아카이빙 및 홍보 : 결과물들이 어떻게 되었는지 알려주는 것이 필요함.





제언
및
총평

1. 가설 검증

▶ 활동 주체의 소속

• 가설

- 미트쉐어 이전에 시민사회 단체 활동가이거나 유관 집단(소셜 벤처 등)에 소속되어 있는 경우 사업의 '지속성' 측면이 높게 측정된다.
- 위의 경우에 포함되지 않은 경우 사업의 '지속성' 측면이 낮은 반면 '확장성'과 '대중성'이 높게 측정된다.

• 가설 검증

- 유관 집단에 소속된 응답자와 그렇지 않은 응답자의 답변을 비교해보았을 때 유사한 경향성을 보였다. 따라서 종사하는 직종에 따라 공익활동에 관심을 가지고 활동을 지속할 것이라는 가설은 유효하지 않다.

• 시사점

- 이는 종사하는 직종과 관계 없이, 사회적으로 선한 영향력을 미치고, 사이드프로젝트를 진행하는 것에 있어서 세대적/사회적으로 공통적인 이해도가 있다는 것으로 해석할 수 있다.
- 진저티프로젝트의 밀레니얼연구(2016)에 보면, 밀레니얼 세대는 세상에 긍정적인 영향을 미치는 것에 관심이 있다고 보고 있다. 미트쉐어 참여자 모든 사람이 밀레니얼은 아니지만, 밀레니얼의 공익활동 경향성을 확인할 수 있는 결과였다.
- 미트쉐어는 시민들에게 공익활동을 '한 번 해볼 수 있는' 기회를 주었으며, 이는 상대적으로 공익활동을 접할 기회가 적은 사람들에게도 행동을 촉발할 수 있는 기회가 되었다고 해석할 수 있다.
- 종사하는 분야에 상관없이 공익활동에 관심을 가지고 있는 밀레니얼을 찾아 그들의 활동을 촉발할 수 있는 촉매제가 되는 경험이 필요하다.

1. 가설 검증

▶ 형태별 특징

- 가설
 - 모임형에 비해 실행형 프로젝트의 경우 '지속성'이 높게 측정된다.
- 가설 검증
 - 지속되고 있는 모임을 조사해 보았을 때, 모임형에 비해 실행형 프로젝트의 경우 '지속성'이 높게 측정되었다.

[참고] 지속하고 있는 '모임형' 프로젝트 리스트

- 2014
 - 일러스트를 활용한 로고 모임
 - 모금해조
- 2015
 - 대안적인 삶을 지향하는 청년 모임
 - 도시에서 우아하게 가난해지는 법
- 2016
 - 페미니스트 삶의 길동무
- 2017
 - 청년, 마음책방
 - 엄마되기, 서로 돕기
 - Class Y

1. 가설 검증

▶ 연도별 특징

• 가설

- 커뮤니티 컨설턴트가 투입된 2017년 미트쉐어 프로젝트의 경우 '확장성'이 높게 측정된다.

• 가설 검증

- 설문조사 상에서 2017년 참여자들의 확장성을 측정할 만한 유효한 값이 나오지 않았음.
- 사례 리서치에서도 2017년 참여 대상자로부터 커뮤니티 컨설턴트에 대한 언급보다는 SNS 워크숍 등에 대한 만족도 등이 높게 나타남
- 2017년 미트쉐어에서는 커뮤니티 컨설턴트 외에도 (모임형도 함께 지원했던 이전 미트쉐어와 달리) 실행형 프로젝트에 집중하여 지원하는 전략 수정이 이루어졌음. 이와 같은 전략 수정은 지속성 지표 결과('실행형' 프로젝트의 '지속성'이 높았던 것)와 교차 분석했을 때, 지원 프로그램의 지속성 증대를 높이는 긍정적 방향으로 해석됨.

• 시사점

- 커뮤니티 컨설턴트는 해당 기간의 활동을 더욱 활발하게 만들기 위해 도입된 시스템이었으나 이것의 직접적인 효과를 확인하기 어려운 부분이 있었음. 다만 커뮤니티 컨설턴트들이 미트쉐어 참여자들의 요청을 빠르게 접수하여 만든 SNS 워크숍 등 실질적인 활동에 관한 만족도가 확인되었음.
- 설문조사와 리서치에서 NPO 지원센터의 지지와 격려가 지속성/효과성을 높이는데 도움이 되었다는 것을 확인할 수 있었는데, 늘 도움을 줄 수 있는 센터의 대표자(담당자)의 역할이 중요하다고 보임. 해당 프로젝트를 꾸준히 트래킹 하고, 의지할 수 있는 전문가로서의 파트너가 시민 공익활동에 더 큰 영향을 미친다고 해석할 수 있음.

2. 총평

▶ 공익활동의 '맛'을 보게 하는 미트쉐어

- 소셜 섹터 관련자가 아닌 사람들의 지원율이 38.6%로 가장 높았고, 미트쉐어에 다시 지원하겠다고 밝힌 사람들의 비율도 91.3%로 매우 높았음.
- 사례조사에서 미트쉐어 프로젝트를 수행하면서 공익활동의 재미를 느끼고, 새로운 네트워크를 발견했다는 긍정적인 응답이 있었음.
- 응답자 중 도움이 된 요소를 묻는 질문에 '최소한의 자금'이 압도적으로 높은 응답(85%)을 차지했다는 것에서 미트쉐어의 지원금이 공익활동의 '맛'을 보고 입문하는데 도움이 되었다는 해석이 가능함.

▶ 시민들의 사이드 프로젝트로서의 공익활동

- 지속하는 프로젝트 가운데 이를 본업으로 하는 사람들은 12.9%였고, 나머지는 본업과 직접적 관련이 없는 사이드 프로젝트로서 활동함.
- 사이드 프로젝트로서 공익활동을 하는 10여명의 모임 '디모스'의 경우에도 참여하고 있는 멤버 전원의 본업과는 무관한 사이드 프로젝트였음.
- 사이드프로젝트로서 공익활동을 하는데 있어서 목표한 것을 이뤄나가기 위해 서는 개인의 능력(의지)과 시간, 자원이 필요하다고 할 때, 의지와 시간을 낸 개인에게 '자원'을 확보하고 해당 활동을 유지시키는 방향으로 지원사업이 가능할 수 있음.
- '주 52시간 근로시간 제한' 정책 시행으로 인하여, 퇴근 후의 자유 시간이 늘어남에 따라 앞으로도 사이드 프로젝트를 지속하는 사람들은 늘어날 것으로 기대됨

▶ 시민들의 공익활동 프로젝트를 완성도 있게 수행할 수 있도록 지원해

- 야** 설문 결과 '아쉬웠던 점'으로 홍보, 전문적인 영역 등의 지원을 꼽았음.
- 이와 관련하여 향후 지원사업이 내포해야 할 영역을 '제언'으로 구체화함 (계속)

3. 제언 “세상을 변화시키는 시민들의 인큐베이터, NPO 지원센터”

▶ 공익 영역의 전문성을 가진 든든한 파트너

- 전문영역 교육을 전담하기 : NPO가 가진 자원을 활용하여 시민들의 전문 영역을 강화
 - 홍보
 - 단순히 센터의 계정/뉴스레터에 프로젝트 소식을 싣는 것보다, 자체적으로 프로젝트를 어떻게 홍보해야 할 지 교육을 제공해야 할 필요가 있음
 - 브랜딩
 - 기술적인 교육과 함께 자신의 프로젝트를 어떻게 소개할지에 대해 전문가의 자문을 받으며 프로젝트의 상을 다듬어 보는 작업이 필요함
 - 네트워크 : 전문가
 - 제작 형 프로젝트의 경우 실제 전문가들은 어떻게 제작하는지에 대한 전문적 조언이 필요하다고 말함.
 - 프로젝트 단위에서 NPO로 확장하려는 경우, 법적/행정적으로 어떠한 일들이 필요한지 조언이 필요하다고 말함.
 - 법적 보호

3. 제언 “세상을 변화시키는 시민들의 인큐베이터, NPO 지원센터”

▶ 지지를 받을 수 있는 아이디어 파트너

- **공익 시민들의 활동을 지속적으로 모니터링하면서 지지해주는 ‘한 사람’이 중요**
 - 리서치 결과 아무것도 아닌 일에 반응해주고, 함께 홍보하고 센터의 일처럼 기뻐해주는 담당자들의 활동에 대한 언급이 많았음. 본업이 아닌 활동에 대한 고민과 전문가가 아니라는 불안을 살펴보고, 이를 같이 끌어갈 수 있도록 아이디어 파트너가 되어줄 필요가 있음.
- **일단 행동이 촉발되면 ‘계속 하고 싶어한다’**
 - <은하수 살롱> : “참여자들이 자기만의 주기가 있어서 어떤 사람은 3개월에 한 번, 6개월에 한 번 나타난다. 오는 사람들도 천차만별이다. 계속 사람이 남는 것도 아니고 돈이 되는 것도 아닌데 지속하고 있는 이유는 오는 사람들에게 각자의 필요가 있다는 생각을 하기 때문이다. 이것을 지켜내는 것의 의미있는 일이라고 생각해서 끝까지 가고 싶다는 마음이 들었다.”
 - 이를 촉발시킬 수 있는 인력이 NPO 안에 있다면 시민들이 안정감을 가지고 시작된 일을 지속적으로 이어가도록 하는데 도움이 될 것이라고 봄.

3. 제언 “세상을 변화시키는 시민들의 인큐베이터, NPO 지원센터”

▶ 공익활동이 일어날 수 있는 생태계를 만드는 파트너

- **지원금 관련 연구 필요**
 - 행정 간소화 및 지원금 유연화 등에 관한 요구 높음.
 - 행정의 간소화는 신뢰 안에서 형성
 - 이를 보장할 수 있는 요소는 무엇인지에 대한 전문 연구 필요
- **공익활동의 주체성, 시민 사회 영향력 등 관련 연구 및 지속적 모니터링 필요**
 - 다른 영역에서도 관련 정보가 필요하지만 시민의 공익활동, 그리고 주체가 된 활동에 대해 고민하고, 이에 대한 신뢰도 높은 결과물을 다룰 수 있는 전문기관이 NPO 지원센터일 것.
 - 지원금을 통해 직접 해보도록 하는 시도도 중요하지만, 이런 시도들이 쑥쑥 자라날 수 있는 생태계를 만드는 것도 중요하고, 에코시스템 빌더로서 자리매김 하는 것도 중요한 일이 될 것임.

3. 제언 “세상을 변화시키는 시민들의 인큐베이터, NPO 지원센터”

▶ 러쉬 “채리티팟” 사례

- 꼼꼼한 서류심사
- 관련 부서의 담당자가 러닝메이트가 되어줌.
- 서로 신뢰를 쌓으며 심사를 마친 후에, 영수증 없이 1700여 만원 지원
- 한 번 파트너십을 맺으면 결격 사유가 없는 이상 영원히 파트너
- 관련 캠페인/장소 대관 등을 자유롭게 제안하고 캠페인을 이어갈 수 있음

▶ 궁리 사례

- 꼼꼼한 서류심사
- 선정 후 지원금은 시민 펀딩을 통하여 모금함.
 - 홍보효과 : 프로젝트에 착수하기 전에 이미 프로젝트가 홍보됨.
 - 중도포기 방지 효과 : 펀딩해 준 사람들에게 대한 책임감으로 프로젝트를 중도포기하지 않고, 끝까지 이어나갈 수 있음.

4. 후속 연구 제안

- ▶ 시민 - 공공기관 간의 신뢰성 회복을 위한 필요 요소/사례 연구
- ▶ 행정 간소화 관련 가능성 연구
- ▶ 2년 이상 지속되고 있는 미트쉐어 프로젝트 사례연구
- ▶ 미트쉐어 참여자들의 노하우가 담긴 공익활동 아카이브 구축

감사합니다

2018년

시민공익활동지원사업 성과측정 연구용역 보고서

발행일 2018년 7월 31일
발행처 서울시NPO지원센터
주 소 (04523) 서울시 중구 남대문로9길39 부림빌딩 2층
전 화 02-734-1109
전 송 02-734-1118
메 일 contact@snpo.kr
홈페이지 www.snpo.kr

서울시**NPO**지원센터는 서울특별시와 사단법인 시민이 협력하여 운영합니다.

