

A

기업
자원
봉사

경

Z

vol.2

기업 자원봉사 TREND REPORT

01

기업 자원봉사 **트렌드 분석**

국내 기업 자원봉사 현황	05
이제는 콜렉티브 임팩트다	12
— 글로벌 기업 자원봉사 트렌드	13
— 콜렉티브 임팩트 사례분석	18

02

국내 기업 자원봉사 **파트너십 사례분석**

콜렉티브 임팩트로 사회문제 해결한다	25
— 자원봉사로 범죄 예방까지? 서초구 안전 지켜요	26
— 재래시장에서 에코Eco하기, 일석삼조의 비결	33

03

함께하는 기업, 시너지 높인다	39
— 10년간 기업 10곳 1500명 뭉친 협력의 비결	40
— 인력·자원 결합, 22개사 함께하는 자원봉사	45
재미에 보람을 더한 테마형 자원봉사 뜬다	49
— 가족과 함께하는 친환경 자원봉사 우리동네 에코캠프	50
— 기업의 전문 역량 결합, 안전한 마을 만들기	55
지역 밀착형 자원봉사로 신뢰 높인다	60
— 농어촌 안전망, 우리가 지킨다	61
— 함께 완성하는 우리 마을 축제	66

이런 자원봉사 어때요?

자원봉사센터가 기업에 제안합니다	71
자원봉사센터가 전하는 기업 자원봉사 말말말	82

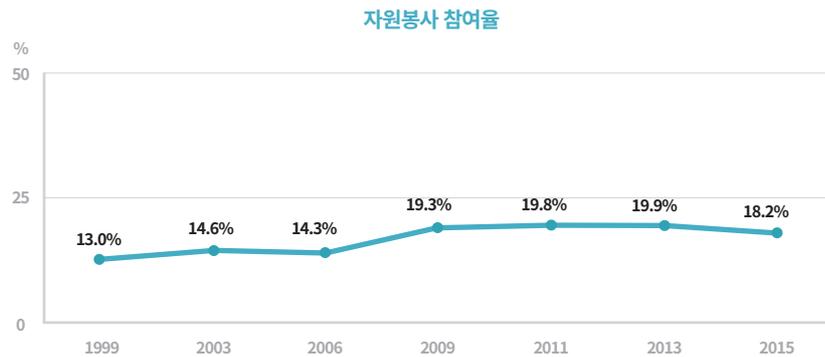
01

기업 자원봉사 트렌드 분석

국내 기업 자원봉사 현황

국내 기업 자원봉사 현황

한국의 자원봉사 참여율은 얼마나 될까. 1999년 13%로 집계됐던 자원봉사 참여율은 2007년을 기점으로 가파르게 상승했다. 2007년 12월 7일 서해안 기름 유출 사건을 기점으로 엄청난 해양 오염을 극복하고자하는 자원봉사자들의 발길은 끊이지 않았고, 사고 발생한 달 만에 무려 50만명이 동참했다. 재난 극복을 도우려는 성금도 지속적으로 이어졌다. 그러나 2013년 이후 자원봉사 참여율은 점차 감소하는 추세다. 전문가들은 시민들의 자원봉사 참여율을 높이기 위한 새로운 대안이 필요한 시점이라고 입을 모으고 있다.



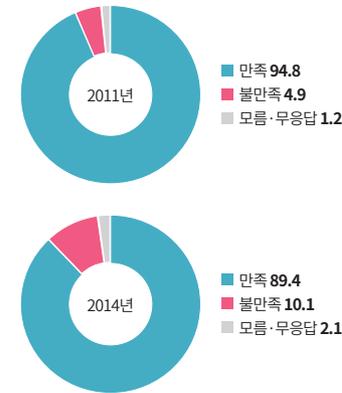
통계청 「사회조사」, 2015
 조사대상은 2009년까지 15세 이상, 2011년부터는 13세 이상 인구임.
 자원봉사참여율=(지난 1년간 자원봉사참여자수 ÷ 조사대상 인구) × 100로 집계함.

그러나 많은 전문가들은 사회 흐름에 맞춘 보다 혁신적인 프로그램이 나와야 한다고 이야기한다. 주성수 한양대 제3섹터 연구소장은 “최근 대학사회 봉사 프로그램 증대, 기업사회봉사제도 확대, 고령화대책 제도 및 해외봉사 사업 예산 증대 등 다양한 자원봉사 지원책이 나오고 있지만 민간 참여율은 향상되지 않고 있다”고 지적했다.

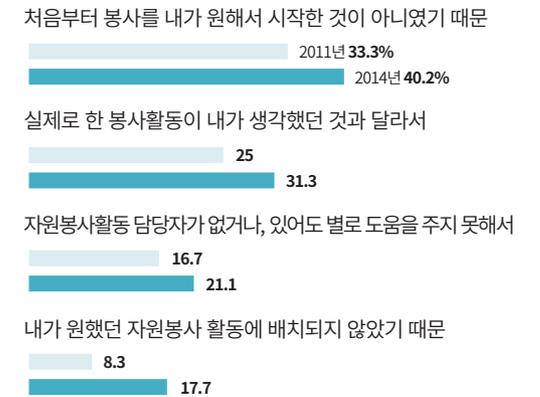
자원봉사자 만족도 12년 만에 최저...이유는?

비단 자원봉사 참여율뿐만 아니다. 자원봉사자의 만족도도 12년 만에 최저 수준으로 나타났다. ‘내가 원해서 시작한 것이 아니었다’, ‘내가 생각했던 것과 달랐다’며 자원봉사에 대해 불만족함을 나타낸 이가 2002년 11.5%에서 2014년 40%로 4배 가량 증가했다(행자부 자원봉사 실태조사 2014).

자원봉사 만족도(%)



자원봉사 불만족 이유(%)



행정자치부 「자원봉사활동 실태조사」, 2014

전문가들은 자원봉사 참여율과 만족도 감소의 원인을 다음과 같이 분석하고 있다.

첫째는 시민사회의 이해 부족과 관련 제도의 실효성이 낮기 때문인 것으로 지적되고 있다. 국내 자원봉사 단체가 집중하는 문제 해결을 위해 봉사자들을 효율적으로 활용하려는 기존의 관점이 자원봉사의 자율성과 활성화를 저해하고 있다는 것. 이에 봉사자들이 자신의 욕구에서 비롯된 활동을 통해 보람과 자존감을 높일 수 있는 방안에 초점을 맞춰야한다는 목소리가 높다.

둘째는 조직의 관료화, 사업의 관행, 구성원의 업무 의욕 감소 등으로 변화와 혁신이 일어나지 않는 점이다. 정부, 기업, 시민사회, 자원봉사단체 등 다양한 섹터간 연대와 협력을 통해 보다 혁신적인 아이디어를 실현시키려는 협력이 필요한 시점이다. 실제로 미국, 영국 등은 글로벌 경제위기 이후 위축된 자원봉사 활동을 다양한 혁신 정책으로 분위기를 반전시켰다. 정부-기업-시민사회가 함께 협력하는 ‘콜렉티브 임팩트(Collective Impact)’를 통해 사회문제를 해결해 시너지를 확산한 것이다. 이를 위해 임팩트기금, 사회혁신기금 등 사회문제 해결을 위한 혁신적인 정책에 민간 기금과 투자를 더하는 다양한 제도를 도입했다. 우리나라에서도 다양한 섹터간 협력과 활발한 상호작용을 통해 보다 발전적인 자원봉사 및 사회공헌 모델이 필요한 시점이다.

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 기업 이상	2	1.4
무응답	29	20.3
합계	143	100.0

한국중앙자원봉사센터 「자원봉사와 기업 사회공헌 현황 조사」, 2015

기업-자원봉사센터 협력 늘어...질적 성장 피할때

최근 기업과 자원봉사센터간 연계 프로그램이 증가하고 있다. 국내 자원봉사센터는 전국에 총 246개로, 센터에 등록된 자원봉사자 수는 1138만3726명에 달한다. 기업 사회공헌 연계 사업이나 프로그램을 진행한 경험이 있는 센터는 모두 116개(81.1%)로, 자원봉사센터 대부분 기업과 협력하고 있는 것으로 나타났다(2015년 자원봉사와 기업 사회공헌 현황 조사, 한국중앙자원봉사센터). 이는 전국 246개 자원봉사센터 중 설문에 응답한 143개 기관의 데이터를 바탕으로 분석된 결과다.

기업 사회공헌 연계·협력 사업 운영 경험 여부

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

한국중앙자원봉사센터 「자원봉사와 기업 사회공헌 현황 조사」, 2015

실제로 자원봉사센터는 기업 사회공헌과의 연계가 필요하다고 인식하고 있었다. 응답기관 143곳 중 74곳(51.7%)이 센터와 기업 사회공헌 연계가 ‘매우 필요하다’고 응답했고, 66개 기관(46.2%)이 ‘어느 정도 필요하다’고 답했다.

기업 자원봉사의 양적 성장에 비해 질적 성장은 더딘 것이 아니냐는 우려도 나오고 있다. 실제로 143개 자원봉사센터 중 기업 연계 프로그램 전담자가 없는 곳이 52.4%(75곳)로 나타났다. 현재 센터내 기업 사회공헌 담당자의 업무 경력도 사회복지분야나 자원봉사 업무 경력이 대부분으로 기업 사회공헌 실제 경험이 부족한 것으로 조사됐다.

기업 자원봉사 및 사회공헌에 대한 교육 필요성도 제기됐다. 자원봉사센터 직원들 중 기업 사회공헌 관련 교육을 받은 경험이 있는 비율이 25.2%에 그쳤다. 전체 기관 중 58%가 ‘기업 사회공헌에 대한 전문지식이 낮은 편’이라고 응답했고, ‘사회공헌 지식이 거의 없다’고 답한 센터도 12.6%(18곳)에 달해 전반적으로 사회공헌에 대한 이해도가 떨어지는 것으로 나타났다.

기업 자원봉사 관련 교육 이수 여부

내용	이수 여부	빈도	백분율(%)
기업 자원봉사 관련 교육 이수 여부	예	36	25.2
	아니오	107	74.8
	합계	143	100

한국중앙자원봉사센터 「자원봉사와 기업 사회공헌 현황 조사」, 2015

기업 자원봉사 활동 분야가 다양하지 않다는 점도 문제다. 기업이 자원봉사센터에 의뢰한 활동 분야로는 ‘지역사회(106곳)’와 ‘사회복지(94곳)’ 비중이 높은 반면, ‘의료보건’, ‘교육’, ‘문화예술’, ‘지역 공공단체’, ‘긴급구호’ 등과 관련된 봉사 의뢰를 받은 경우는 25% 미만으로 낮았다. 자원봉사 또한 노인, 아동, 장애인에 집중돼있었다. 기업 특성에 맞춰 다양한 분야의 자원봉사 활동을 모색하고, 기업과 자원봉사센터간 연계를 강화해야할 시점이다.

양용희 서울신학대 교수는 “기업내 사회공헌 담당자가 자주 교체되고 임직원 자원봉사 활동의 형식적인 참여가 주요 문제로 지적되고 있고, 자원봉사센터는 사회공헌 활동 지원 예산, 전담인력, 업무 매뉴얼 부족 등 전반적인 지원 및 시스템이 부족한 상황”이라며 “기업은 인력과 자원을 활용해 센터를 돕고, 센터는 기업에 적절한 자원봉사 수요처와 파트너를 선정해 임직원 참여를 독려해야한다”고 지적했다.

기업 자원봉사 패러다임 전환 필요해

그렇다면 성공적인 자원봉사의 조건은 무엇일까. 많은 학자들은 ‘변화하는 패러다임에 발맞추는 자원봉사’라고 입을 모은다. 시대의 변화에 따라 자원봉사를 필요로 하는 시민들의 니즈가 변화하기 때문. 최근 ‘사회 혁신(Social Innovation)’, ‘콜렉티브 임팩트(Collective Impact)’, ‘소셜 임팩트(Social Impact)’ 키워드가 화두로 떠오르고 있다. 사회문제 해결과 삶의 질 개선을 위한 혁신적인 모델을 개발하고 협력을 통해 시너지를 확산해 사회적

임팩트를 창출해야한다는 목소리가 커지고 있는 것. 특히 기업, 정부, 비영리단체, 학계 등 사회의 다양한 조직이 유기적인 협력 관계를 통해 공통의 목표와 성과를 달성하는 협력체계에 대한 관심이 뜨겁다. 이와 동시에 섹터간 협력을 통한 프로젝트에 대한 성과 측정과 평가 역시 중요한 키워드로 꼽힌다.

최근 비영리조직들은 주요 성과와 영향력을 측정 및 평가해 이해관계자들과 소통하고 있다. 빌&멜린다게이츠 재단은 사업의 실행과 변화로 구분된 지표를 통해 성과, 사회적 영향력 등 ‘소셜임팩트’를 측정하고 평가한다. 궁극적인 사회변화를 염두하고 사업을 설계, 실행, 평가하는 구조를 가지고 있는 것. 국내에도 소셜임팩트를 바탕으로 기업 자원봉사와 사회공헌 성과를 평가하는 패러다임 전환기에 이르렀다.

이제는 콜렉티브 임팩트다

글로벌 기업 자원봉사 트렌드
콜렉티브 임팩트 사례분석

해외는 지금, 콜렉티브 임팩트다

자원봉사 패러다임이 달라지고 있다. 2008년 전세계에 불어닥친 금융위기 이후 사회문제는 더욱 복잡하고 까다로워졌다. 이에 정부, 기업, 시민사회가 함께 협력하기 시작했다. 각자의 힘만으로는 사회문제를 해결하는데 한계를 느꼈기 때문이다. 각 섹터가 가진 자원과 역량을 모으는 과정에서 ‘파트너십’이 활발해졌고, 대안을 찾는 과정에서 ‘혁신’이 일어났다. 시대의 요구에 따라 다양한 주체들이 협력을 하고, 자발적인 봉사와 사회공헌으로 사회문제를 해결하는 ‘콜렉티브 임팩트 (Collective Impact)’가 화두로 떠오르고 있다.

글로벌 기업 자원봉사 트렌드

임직원 자원봉사, 적극 지원하는 기업들

최근 임직원들을 기업의 가장 중요한 이해관계자로 보고, 이들을 주요 타겟으로 하는 비즈니스 및 커뮤니케이션 전략을 도입하는 기업들이 늘고 있다. 특히 임직원 자원봉사 활동은 회사에 대한 애사심과 일하는 동기부여를 높인다는 연구가 증가하고 있다. 실제로 갤럽(Gallup)의 조사에 따르면, 자신이 하고 있는 일에 대해 동기부여가 되지 않는 직원들은 생산성에 있어서 최소 3000억 달러의 손해를 일으킨다고 한다. 반대로 주인의식이 있는 직원들은 수익을 창출할 뿐만 아니라 고객 중심적인 행동을 하며 회사에 더 오래단닌다는 분석이 나왔다. 이에 임직원의 주인의식을 높이기 위한 방안을 연구하던 글로벌 기업들은 다양한 자원봉사 프로그램을 도입하기 시작했다.

팀버랜드(Timberland)의 자원봉사 전략



임직원 자원봉사를 시스템화하고 적극 장려하는 대표적인 기업이 바로 팀버랜드다. 팀버랜드는 1989년 청소년을 위한 봉사활동 프로그램을 시작으로, 다양한 자원봉사 제도를 도입했다. 1992년엔 최소 16시간까지 직원들에게 자원봉사 유급휴가를 지원했고, 1997년엔 이를 40시간까지 확대했다. 2005년 미국 허리케인 참사 당시엔 단기봉사 안식년 제도를 도입해 자원봉사를 적극 독려했고, 2014년엔 100만 시간 봉사활동 시간을 달성해 주목을 받았다.



자원봉사를 적극 장려하는 만큼 직원들의 주인의식도 올라갔다. 팀버랜드는 자원봉사 제도를 도입한 이후 임직원을 대상으로 설문조사를 실시했다. 79%의 직원들이 “팀버랜드의 자원봉사 및 사회공헌 프로그램은 진정성이 있다”고 답했고, 89%는 ‘자원봉사는 나에게 의미있는 활동이다’라고 했다. 심지어 임직원의 50%는 ‘내가 팀버랜드를 선택한 이유’로 회사의 자원봉사 및 사회공헌 프로그램을 꼽았다. 평균 30%가 봉사활동 제도를 통해

회사를 긍정적으로 바라보게 됐다는 답변도 눈길을 끌었다.

자원봉사 제도를 적극 도입하는 기업은 비단 팀버랜드뿐만 아니다. 대다수 글로벌 기업들이 자원봉사 활동을 기획함은 물론 이를 지속할 수 있는 시스템까지 마련해 적극 독려하고 있다.

글로벌 기업의 임직원 자원봉사 지원 사례

웰스파고(Wells Fargo) 학교를 지원하는 자원봉사를 하는 직원들에게 최대 4개월까지 유급 근무로 인정해주고 있다.

화이자(Pfizer) 화이자의 임직원들은 보건 의료 관련 기관의 리서치와 교육 훈련을 돕고 있다.

배인앤코(Bain&Co.) 지역 단체의 자원봉사를 지원하는 임직원들에게 해당 시간만큼 유급 근무로 인정하고, 풀타임 컨설팅 프로젝트를 진행한다.

시스코(Cisco System) 시스코는 교육 관련 기관을 위한 임직원들의 파견 근무를 최대 1년까지 인정하고, 해당 기간동안 동일한 연봉을 지급한다.

액센츄어(Accenture) 기업의 비즈니스, 디지털, 기술, 사업 전반을 지원하는 미국의 다국적 경영 컨설팅 기업인 액센츄어는 비영리기관 직원들에게 저금리 대출을 지원하고 있다.

1 <https://youtu.be/ijLAFkzZgpo/>

2 <https://youtu.be/ijLAFkzZgpo/>

3 <http://www.thegrowingdutchman.com/projects/haiti-cotton-project-launched/>

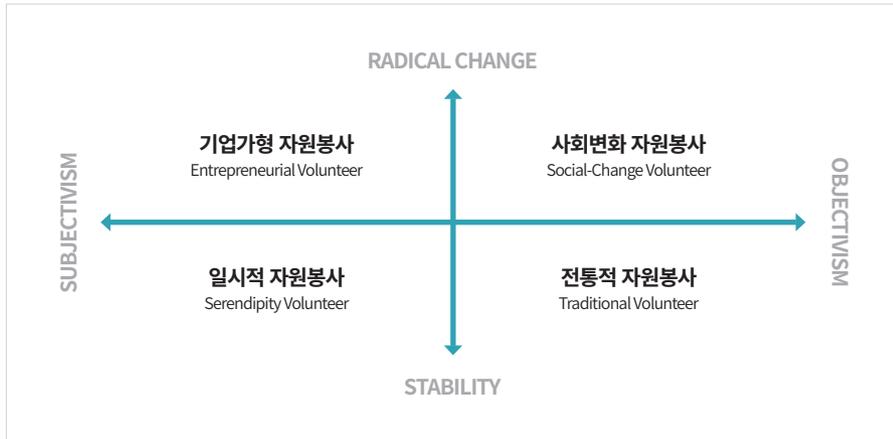
4 <http://www.triplepundit.com/2017/03/timberland-thread/>

자원봉사, 패러다임 전환기

매니지먼트(Management)에서 인게이지먼트(Engagement)로

역사적으로 자원봉사는 시대에 따른 생활 양식, 문화, 사회, 제도에 따라 변화해왔다. 자원봉사자를 필요로 하는 사회 문제와 요구에 따라 모습을 바꿔왔다. 단체 및 기관의 필요에 맞춰 자원봉사자들을 효율적으로 활용하려는 전통적 관점은 자원봉사자들이 지역사회, 공동체, 미래사회를 위해 기여하는 방향으로 전환됐다. 도움이 필요한 사람과 도움을 주는 사람에 머물던 자원봉사 모습이 참여하는 모든 사람들에게 자원봉사 혜택이 돌아가는 ‘멀티 패러다임(Multi-Paradigm)’ 모델로 진화하기 시작했다.

멀티 패러다임 모델



Macduff, N., Netting, F.E., & O'Connor, M.K., 2016

직장인, 청소년, 베이비 부머세대, 전문직 종사자 등 다양한 그룹들이 자신의 삶의 방식에 맞게 자원봉사에 참여하기 시작하면서 활동의 범위가 점차 다양해졌다. 과거 자원봉사 기관

및 단체가 자원봉사자들을 직접 관리했다면, 이젠 자원봉사자들이 직접 활동을 계획, 실행, 평가할 수 있도록 적극적으로 활동의 장(場)을 열어준 것이다. 이에 자원봉사 실적 관리를 벗어나 사회변화를 위한 자원봉사의 성과 측정도 논의되기 시작했다. 미국의 정치학자 퍼트남(R.Putnam)은 협동을 통해 사회의 효율성을 제고시키는 신뢰, 규범, 네트워크를 ‘사회적 자본’으로 불렀다. 자원봉사 역시 협력, 신뢰, 유대감을 높이는 기능을 함과 동시에 사회통합과 삶의 질을 높인다는 분석은 갈수록 증가하고 있다.

콜렉티브 임팩트(Collective Impact)란?

정부, 기업, 시민사회 등 각 сек터가 파트너십을 넘어 서로의 역량과 가치를 결합해 더 높은 수준의 임팩트를 끌어내는 것을 말한다. 정부는 모든 사회문제를 해결하기 어렵고, 기업 역시 임직원 자원봉사단을 운영하고 있지만 지역에 필요한 니즈를 찾아내기 어려우며, 시민사회 역시 참여를 끌어내기 위한 대안이 필요한 시점에 이른 것. 이에 기업, 정부, 비영리단체, 학계, 시민사회 등 다양한 сек터가 협력을 통해 사회문제를 해결해나가는 모델이 급부상하기 시작했다.

콜렉티브 임팩트가 성공하기 위한 5가지 조건

공동 어젠다 Common Agenda	모든 참여자(partner)들이 사회문제와 그 해결책에 대한 공통의 이해를 가지며 사회변화를 위한 합의된 비전, 공통의 목표를 가지는 것
성과측정 공유 Shared Measurement	데이터 수집과 성과측정의 지속적인 수행을 통해 참가자들의 의지를 하나로 모아 상호신뢰와 책임성을 지속시키는 것
상호 촉진활동 Mutually Reinforcing Activities	참가자들은 서로의 실행계획을 촉진하면서 각자의 역량을 강화하고 차별화해야 한다는 것
지속적인 의사소통 Continuous Communication	지속적이고 개방적인 의사소통을 통해 상호 간의 신뢰구축, 목표확인, 동기부여의 문화를 형성해야 한다는 것
중추기관으로서의 역할 Backbone Organization	집합적 임팩트의 운영을 위해 모든 참가자들을 주도하고 독려할 수 있는 중추적 기능의 전문기관이 있어야 한다는 것

Kania & Kramer, 2011

컬렉티브 임팩트 사례 분석

01 미국 공교육 시스템의 근본적 변화를 꾀한 스트라이브 투게더(Strive Together)

미국의 공교육 시스템의 변화가 시급하다는 공감대 아래 정부, 지자체, 기업 재단, 대학 총장, NGO 등 300명이 넘는 지역 리더들이 머리를 맞댔다. 공교육 붕괴로 미국 신시내티 학생들의 학업성취도가



지속적으로 추락하자 1만200개 이상의 지역 조직과 70개 이상의 커뮤니티가 파트너십을 이룬 ‘스트라이브 투게더(Strive Together)’를 조직, 지역내 수백명의 혁신가들이 무너진 공교육을 회복할 수 있는 방안을 모색하기 시작한 것. 2006년 신시내티(Cincinnati)와 켄터키(Kentucky)에 있는 300개 이상의 기관들이 교육 개선을 위해 협력을 시작했다.

가장 먼저 시작한 것은 ‘LPD(Learning Partner Dashboard)’ 구축이었다. 교육 리더 및 청소년 서비스 전문가가 맞춤형 교육을 제공할 수 있도록 학생들의 학업 데이터 정보를 공유하는 시스템을 개발했다. 신시내티 공립학교는 어떤 학생이 어떤 기관으로부터 어떠한 교육 서비스를 받고 있는지 추적할 수 있는 리소스를 취합했고, 야간에 관련 데이터를 업로드해 코디네이터들이 해당 정보에 접근할 수 있는 권한을 부여했다. 코빙톤(Covington) 공립학교는 학생들의 과거 학업 기록을 종합적으로 파악할 수 있는 데이터웨어 하우스(DW) 자료를 제공했다. 신시내티 공립학교는 스트라이브 파트너십과 함께 시스템을 구축하고, 마이크로소프트의 임직원 자원봉사자들과 협력해 전국에 20명이 넘는 ‘기브캠프(Give Camp)’를 구축했다.

이를 바탕으로 ‘독서 네트워크’를 시작했다. 신시내티 공립 초등학교 3학년 학생들의

90% 이상이 능숙하게 책을 읽을 수 있도록 하겠다는 목표 하에 다양한 프로그램을 진행했다. 신시내티 공립학교, 유아 서비스제공 업체, 스트라이브 파트너십, 어린이병원 의료센터 등 다양한 기관들이 협력했다. 기업들도 동참했다. 신시내티에 위치한 교육 지원 비영리단체인 GCSC(Greater Cincinnati Stem Collaborative)가 기업들의 협력을 이끌어내는 중심적인 역할을 했다. 피앤지(P&G)는 아이들의 교육 증진을 위한 비용 지원은 물론 북부 켄터키의 선진 제조업체와 협력해 학생, 학부모, 교육자에게 진로 교육을 제공했다. 신시내티 대학교는 교수진들까지 동참해 학생 및 학부모들에게 IT 기술과 경력 개발과 관련된 다양한 리소스를 제공하는 애플리케이션을 개발해 제공했다.



성과는 놀라웠다. 초기 5년 동안 유치원 아동의 읽기 역량이 9% 상승했고, 고등학교 졸업률이 11%, 대학교 진학률이 10% 상승했다. 전체 53개 측정 결과 중 40개 지표가 개선되는 효과도 나타났다. 신시내티에서 시작된 스트라이브 투게더는 미국 32개 주, 1만여 개 조직들이 함께 참여하는 네트워크(The Strive Together Cradle to Career Network)로 성장해 320만명의 학생들이 해당 네트워크를 통해 도움을 받았다. 전국적인 네트워크가 시작된 이래 신시내티와 켄터키의 최초 파트너십은 측정 결과의 90% 이상 개선된 효과를 가져왔다.

1 <https://www.strivetogether.org/library/mentoring-toward-success-central-texas/>

2 <http://www.strivetogether.org/vision-roadmap/roadmap/>

3 <http://www.unitedwaycfc.org/rising-every-student/>

02

정부·기업·NGO가 함께 양성평등 개선한 퍼머그러닛 애럴스(Pomegranate Arils)

이는 터키의 취약계층의 양성평등을 높이기 위해 지자체, 민간 기업, NGO가 협력한 프로젝트다. 고아원에서 자란 18~24세 젊은 여성들이 사회, 경제적으로 배제되는 현상에 주목하고 이들을 위한 교육, 역량 강화를 통해 구직을 돕는 프로젝트를 시작한 것. 그 중심에는 터키의 유통회사인 보이너 그룹(Boyner Holding)이 있었다. 보이너 직원들은 수혜 여성들을 위한 아이디어를 모으고 직접 프로젝트를 기획하고 자원봉사 프로그램에 참여했다. 총 223명의 임직원들이 1509시간 동안 자발적으로 자원봉사를 진행했다.

터키의 소외된 여성들의 역량강화를 위해 다양한 섹터의 기관들이 함께 힘을 모았다. 공공부문에선 터키의 아동국(General Director of Child Services)이 함께 했고, 유엔인구기금(UNFPA)과 사회적기업 PERYÖN(People Management Association of Turkey)이 관련 데이터 공유 및 기술 지원을 했다.

2009년부터 2012년까지 터키 전역의 젊은 여성 162명이 2주간 교육을 마쳤고, 이들은 프로그램에 참여해 1년간 멘토링을 받았다. 2015년에 참여한 여성 중 약 77%가 고용됐다. 2013년부터는 이러한 경험을 토대로 보살핌을 받는 청소년들의 개인 역량 강화를 위해, 아동 서비스를 운영하는 보육시설을 대상으로 교육 프로그램을 개발 지원했다.

03

아프리카 농가 자립 프로젝트 양성 프로젝트(Project Nurture)

코카콜라는 아프리카의 지역사회 문제를 해결하기 위해 정부, 시민사회, 재단 등과 함께하는 ‘골든 트라이앵글 파트너십’을 구축해 지속적으로 물 관리·인권·여성 역량강화 등을 주제로 협력하고 있다. 특히 아프리카 케냐, 우간다의 빈곤 농가의 자립을 위해 시작한 프로젝트가 대표적인 콜렉티브 임팩트 사례로 꼽히고 있다.

코카콜라는 빈곤층 농민들의 자립을 위해 2020년까지 망고 등 과일 주스 비즈니스 공급원을 확보하는 프로젝트를 기획하던 중, 개도국의 지역 소비자들에게 저렴한 가격에 판매하는 방식으로 비용을 절감하는 전략을 수립하게 된다. 코카콜라는 이러한 문제 해결에 최적화된 ‘골든 트라이앵글’ 파트너십을 구축해나갔다. 정부, 기업, NGO 등 섹터별 이해관계자들이 힘을 모으기 시작했다.

빈곤퇴치라는 비전을 가지고 운영 중인 게이츠재단(Gates Foundation)은 코카콜라와의 파트너십을 통해 수백만명의 소규모 농민에게 영향을 미칠 수 있는 지속가능하고 복제 가능한 모델을 촉매화하는데 필요한 비용 및 기술을 지원했다. 농업 전문 NGO인 테크노서브(TechnoServe)는 소작농에게 필요한 기술 지원과 함께 지속적인 공급망이 유지될 수 있도록 다양한 연계망 역할을 했다. 케냐 및 우간다 정부 역시 리스크를 공유하며 이들이 창업 파트너로서 자립할 수 있는 정책 및 지원을 연구하고 협력했다.



1 <http://www.technoserve.org/blog/project-nurture-lifting-african-farmers-out-of-poverty-one-mango-at-a-time>

2 <http://www.technoserve.org/blog/partnering-for-impact-and-sustainability>

그 결과, 케냐와 우간다의 가난한 소농민 5만명 이상이 2012년부터 과일 소득을 세 배로 늘린다는 목표에 맞춰 기술 및 역량 교육에 동참했다. 그 중 여성은 1만4000명에 달한다. 이러한 협력형 사회공헌 모델 속에서 탄생한 코카콜라의 제품 ‘미닛메이드 망고(Minute Maid Mango)’는 전세계적으로 히트 상품으로 자리매김했고, 이러한 성공 모델은 아이티·인도·짐바브웨·나이지리아·가나 등에도 확산 중이다.

04

사회문제 해결형 이니셔티브

아동 비만 180(Child Obesity 180)

엘리자베스 강 프로젝트(Elizabeth River Project)

국가 차원의 사회 문제가 대두되자 다양한 섹터의 기관 및 전문가들이 힘을 모아, 이를 해결해나가는 콜렉티브 임팩트도 나타나고 있다. 대표적인 모델이 미국 아동 비만 문제 해결을 위해 나선 ‘Child Obesity 180’이다. 이는 아이들이 소아비만으로 인한 건강 악화로 부모보다 오래 살지 못할 수도 있다는 연구 결과가 나오면서 위험성이 알려졌다. 그러나 아동 비만 문제를 해결하는데 있어서는 정부 혼자선 역부족이었다.

이에 기업, 학계, 비영리, 과학 분야의 최고 전문가들이 모여 5세 아동의 80%에게 영향을 줄 수 있는 이니셔티브를 결성해 문제 해결에 나섰다. 질병예방센터, 로버트우드존슨재단(The Robert Wood Johnson Foundation), JPB 재단, 하버드 필그림 헬스케어 재단(The Harvard Pilgrim Health Care Foundation), 뉴먼재단(Newman’s Own Foundaion), 미국 보이&걸스카우트연맹, 아동운동국, 미국 식약청, 미국 YMCA 등 이에 동참한 기관 등 파트너 수만 수십곳에 달한다. 기업, 정부, 비영리기관, 학계 등 핵심전문가 140명이 머리를 맞댔고 3000만 달러 이상의 기금이 마련됐다.

어린이 450만명 이상에게 긍정적인 영향을 줄 수 있는 비만 예방 포트폴리오를 개발, 이를 구현하고 평가하는 과정을 통해 실제로 2002년부터 2005년 사이에 지역 어린이들의 체질

지수가 감소했고, 이렇게 개발된 체력 증진 PA(Physical Activity) 커리큘럼 패키지와 교육이 1000개 이상의 학교에 제공됐다. 2015년엔 비만예방 마라톤 ‘New Balance Foundation Billion Mile Race’를 론칭, 학교의 걷기 및 달리기 프로그램에 수백만명의 어린이를 참여시켰고, 현재 미국 5개주 4000개 이상 학교에서 이를 진행하고 있다.



환경문제 개선을 위한 협력 사례도 있다. 미국 버지니아주 남동부에 있는 ‘엘리자베스강(Elizabeth River)’은 오염된 강으로 유명했다. 이를 다시 깨끗한 강으로 회복시키기 위해 정부, 기업, 재단, NGO 등이 힘을 모아 ‘Elizabeth River Project’를 시작했다. Jr재단, 미국 혼다재단, APM터미널, 뱅크오브아메리카, BB&T 등 다양한 재단이 비용을 지원했고 지역 정부, 학교, NGO, 환경 단체들이 하천 회복 프로그램을 개발하고 실행하기 시작했다. 해당 지역에 위치한 기업 임직원들은 자원봉사를 통해 협력했다. 1000명이 넘는 성인과 어린이들이 침입 식물을 제거하고, 나무를 심고, 정원을 정리하고, 쓰레기를 제거하는 등 자원봉사에 동참했다.

‘Elizabeth River Project’를 시작한 지 15년 후, 1000에이커 이상의 유역이 복원됐고 오염으로 인한 비용 역시 2억1500만 파운드 이상 감소했다. 가장 심각했던 발암 물질 농도는 6배 이상 낮아졌고 수질도 크게 개선됐다. 복원된 습지엔 27종 물고기가 번성했고, 대머리 독수리가 해안에 둥지를 틀기 시작했다.

1 <http://www.childobesity180.org/node/204/>

2 <http://www.elizabethriver.org/sites/default/files/Watershed%20Action%20Plan%20web%202016.pdf>

02

국내 기업 자원봉사 파트너십 사례 분석

컬렉티브 임팩트로 사회문제 해결한다

자원봉사로 범죄 예방까지? 서초구 안전 지켜요
재래시장에서 에코(Eco)하기, 일석삼조의 비결

자원봉사로 범죄 예방까지, 마을로 간 기업 협력형 자원봉사로 서초구 안전 지켜요

사람들은 삼삼오오 모여 공원 곳곳을 둘러봤다. 페인트가 벗겨진 운동기구의 사진을 찍고 모래놀이터 성분을 조사했다. 비상벨을 눌러보고 가로등 불빛도 점검한다. 공원 구석구석을 살피는 모습이 일반 나들이객으로 보이지 않는다. 경찰, 구청 직원, 동 주민센터 직원, 삼성물산 임직원, 지역 주민, 서초구 자원봉사센터 직원 등 모임 구성도 다양하다. 이들은 셉티드(CPTED) 자원봉사를 시작한 프로젝트 그룹. 서초구에서 안전성 취약으로 레드(Red) 등급을 받은 공원의 범죄 예방을 위해 2014년부터 10월부터 환경설계, 건축, 디자인 작업을 진행했다. 비상벨 옆에 안내판을 만들어 세우고, 공원에 설치된 지압판엔 건강 발자국을 새겼다. 칙칙하고 어두운 공원 외벽을 밝은 색상으로 덧칠하거나 공원 나무에 수목 명찰을 달았다. 공원의 환경 및 특성을 살린 테마공원이 하나 둘 완성됐다. 김보연 서초구 자원봉사센터 담당자는 “자원봉사자들에게 ‘고맙다’며 음료수를 건네거나, ‘이젠 안심하고 올 수 있겠다’며 감사인사를 전하는 주민들이 많다”고 전했다.

자원봉사로 사회문제 해결한다

서초구의 지역 문제 해결을 위한 자원봉사를 고민하던 삼성물산과 서초구 자원봉사센터는 지역 안전 지수를 높이는 셉티드를 떠올렸다. 서초구에는 130개 이상의 다양한 공원이 위치하고 있다. 그 중 위험도가 가장 높은 레드(Red) 등급의 공원을 중심으로 환경 개선 프로젝트를 진행하기로 한 것. 실제로 서초구의 한 공원 인근에서 여성을 상대로 범죄를 저지른 사건이 보도돼 이슈가 된 바 있었다. 이에 서초구 자원봉사센터는 서초구청 공원녹지과와 경찰서에서 조사한 서초구 공원의 안전점검표를 기준으로 문제 해결이 시급한 공원을 선별하고, 서초동 주민센터에선 주민참여위원회를 구성해 설문조사를 실시했다. 민관이 함께 모여 사회문제를 해결하기 위해 머리를 맞댄 것이다.

일회성 자원봉사와는 달리 기획 단계부터 철저한 사전 점검과 준비에 돌입했다. 삼성물산

임직원과 자원봉사센터, 서초구 주민들로 구성된 자원봉사 프로젝트 리더들은 최소 2주 전부터 함께 아이디어를 모으고 사전 답사를 다녀온 뒤 자원봉사를 기획 및 진행했다. 백금희 삼성물산 과장은 “안전한 공원이 되려면 어떤 것부터 우선되어야 하는지에 초점을 맞추려 했고, 실제로 함께 사전답사를 나가보면 어떤 곳에 어떤 변화가 필요한지 감이 잡히더라”면서 “주민들이 공원을 즐겁고 밝은 공간으로 인식할 수 있도록, 공원 자체를 놀이테마 형태로 바꿔보자는 의견이 나와서 관련 아이디어를 모아 그대로 실행에 옮겼다”고 설명했다. 바닥에 숫자를 새겨서 ‘땅 따먹기’를 하는 ‘사방치기’ 놀이판을 그리거나, 지압판 위에 발바닥 모양 그림을 그려서 위치를 알려주거나, 낡은 봉에 밝은색상을 덧입혀주는 등 작은 손길에도 공원 곳곳이 환해지기 시작했다.



자원봉사는 공원 특성에 따라 총 3가지 테마로 구성했다. 위험 지수가 높은 공원의 경우 ‘안전’을 우선 테마로 선정했다. 비상벨 위치를 알리는 팻말 제작, 칙칙하고 어두운 공원 외벽 도색, 공원 입구 주차 방지 볼라드, 야광띠를 만드는 등 ‘안전’ 지수를 높였다. 어린이 공원에서 ‘놀이’테마 자원봉사를 접목해 공원에 사는 곤충 및 식물을 그리거나 수목 명찰을 만들었고, 근린공원에서 건강 발자국 명상 벤치 꾸미기·지압판 보완하기·운동기구 보수 활동 등 산책로 형성과 힐링 공간 조성을 주제로 자원봉사를 진행했다.

공공미술 전문가들도 힘을 보탰다. 벽화나 가드닝의 경우 해당 토양엔 어떤 식물이 적합한지, 햇볕이 어느 정도 들어오는지 등 전문가들과 협업해 공원을 조성했다. 모든 선택 속엔 지역 주민들이 함께 했다. 김보연 서초구 자원봉사센터 담당자는 “지역 주민들이 함께 사전답사를 가서 우리 공원에 꼭 필요한 활동이 무엇인지 우선순위를 점검해주고,

주민설명회를 통해서 벽화 시안에 대한 의견을 수렴했다”면서 “특히 동주민센터에서 자원봉사 당일에 관련 장비를 지원해주고 지역주민 설명회를 개최할 때도 역할을 분담했다”고 설명했다. 기업, 비영리단체, 공공기관, 지역 주민 등 다양한 주체들이 함께 사회문제를 해결하는 ‘컬렉티브 임팩트(Collective impact)’ 모델인 셈이다.

지역 주민도, 임직원도 만족도 높여

“내 아이가 노는 공원이라고 생각하고 더 열심히 모래 놀이터를 소독했어요.”

공원을 찾은 삼성물산 임직원들 역시 자원봉사에 대한 관심과 애정이 높았다. 어린이공원 모래놀이터를 화학약품이 아닌 천일염을 사용해 친환경적이고 안전하게 소독하는 자원봉사를 진행한 임직원들은 “평소 자녀와 공원을 자주 이용했는데 이렇게 친환경 놀이터를 조성하는데 동참할 수 있다는 것이 남다른 의미로 다가왔고, 동기부여가 됐다”고 입을 모았다. 공원 테마에 따라 요일을 정해 임직원들로부터 자발적으로 자원봉사 신청을 받았다. 각 사업마다 한 번에 약 25명씩 참여할 수 있는데, 40~50명씩 신청할 정도로 인기가 높았다.

지역 주민들과 현장에서 만나면서 직접적인 피드백을 들을 수 있는 점도 장점이었다. 공원을 이용하던 주민들이 삼성물산 임직원들이 봉사하는 모습을 보고 감사인사를 전하거나 함께 도왔던 것. 실제로 임직원들은 봉사 직후에 공원이 어떻게 달라졌고, 앞으로 어떻게 관리해야 하는지 안내 전단지도 돌렸다. 백금희 삼성물산 과장은 “우리 지역에 꼭 필요한 자원봉사를 하고 있던 생각이 들었고 기억에 많이 남는다는 직원들이 대다수였다”면서 “주민들의 관심과 피드백에 힘이 났다”고 전했다.

이렇게 1년간 총 120명의 임직원이 참여, 서초구 공원 4곳을 변화시켰다. 공원의 조형물 중 칙칙하고 어두운 분위기를 조성하던 벤치와 놀이기구들을 밝은 색으로 도색하고, 비상벨의 위치를 알리는 팻말을 제작하는 등 누구나 안전하게 공원을 이용할 수

있도록 곳곳에 애정을 담은 것. 공원을 이용하는 주민들도 “삼성물산에 대한 긍정적인 이미지를 갖게 됐다”며 엄지손가락을 치켜세웠다. 김보연 서초구 자원봉사센터 담당자는 “셉티드란 개념과 실제 사례가 지역에 공유되면서 안전 관련 활동들이 많아졌고, 지역주민들의 인식도 높아졌다”면서 “최근 공원뿐 아니라 다양한 공간들을 조성하는 것과 관련해 자원봉사센터에 협업을 요청하는 곳이 많아졌다”고 전했다.

기업 자원봉사 파트너십, 이렇게 해보세요

김보연 서초구 자원봉사센터 담당자 & 백금희 삼성물산 과장의 TIP

Q1.

어떻게 기업과 연계해 자원봉사 프로그램을 기획하게 됐나요?

서초구에는 많은 기업과 공공기관들이 생활시설과 밀접하게 위치해있어서, 지역사회를 위한 자원봉사활동에 관심이 많습시다. 그런데 이러한 기업들이 참여할만한 사회복지시설, NGO 등 수요처의 숫자가 상대적으로 적죠. 이에 서초구 자원봉사센터는 지역의 욕구를 바탕으로 자원봉사 프로젝트리더와 함께 테마공원 조성하기 프로그램을 기업에 맞게 기획하고 제안했습니다.

먼저 지역기반 자원봉사활동에 꾸준히 참여하고 있는 기업에 제안했습니다. 프로그램을 기획하면서도 기업 임직원들이 자원봉사센터와 수시로 소통하면서 지역에 대한 이해도를 높였습니다. 프로젝트리더, 서초구 경찰서, 서초구청과 사전 논의를 하는 과정에도 기업이 함께 참여했습니다. 실제로 지역 프로그램에 참여 경험이 있는 기업의 경우 각 파트너의 역할 분담에 이해가 빨랐고, 지역 이슈 해결형 프로그램에 대한 참여 욕구가 커서 먼저 제안해오기도 했습니다. 삼성물산이 송파구로 이전하면서 현재 ‘테마공원 조성하기’ 자원봉사 프로그램은 두산중공업, 현대제철, 무라타전자 등과 함께 진행하고 있습니다.

Q2.

기업 자원봉사 연계 정보는 어떻게 수집했나요? 어려움은 없었나요?

기본적으로 관내 기업의 DB를 바탕으로 활동 내용을 지속적으로 소개했어요. 신규 기업 상담시 테마공원 조성하기 활동에 욕구가 있는 기업들을 대상으로 해당 자료를 공유하면서 사업을 연계했습니다. 특히 기업 담당자, 수요처 담당자가 자원봉사와 관련된 일감을 교류할 수 있는 장(場)인 '기업 자원봉사 네트워킹 파티'를 기획해 참여 기업들의 활동 분야와 욕구를 파악했습니다. 많은 기업들이 사회공헌 활동 분야에 대해 지역사회 일감에 대한 정보뿐 아니라 다른 기업에서 어떻게 활동하고 있는지에 대한 정보도 함께 얻을 수 있기를 희망했어요. 초기 기업 자원봉사 네트워킹 파티에서 기업의 한 담당자가 테마공원 조성하기 사례를 공유하면서 기업들의 문의가 많아지자, 담당자가 이에 대한 자료를 수집하고 기획을 하게 됐습니다.

새로운 프로그램의 경우 기존 활동 사례를 중심으로 기업의 빠른 이해를 돕고, 사전 질문지를 작성해 관심 분야를 파악하는 등 사전 상담도 충분히 진행하고 있습니다. 활동에 대해 세부 논의가 진행될 경우, 상세한 활동 안내문을 제공해 프로그램 목적·목표·기대 효과를 공유하고 기업의 역할분담에 대해 명확히 공유합니다.

Q3.

기업의 특성을 자원봉사 프로그램에 어떻게 반영했나요? 기업과 센터간 역할 분담은 어떻게 하는게 좋을까요?

테마공원 조성하기 프로그램은 기본적으로 지역기반 자원봉사활동에 참여하고 싶은 기업이라면 누구나 참여할 수 있도록 합니다. 기업이 해당 활동과 관련된 기술적인 전문성을 가지고 있느냐의 여부는 필요조건이 아닙니다. 임직원의 관심사와 특성에 따라 일감을 계획하고 활동을 배치해 만족스러운 결과를 이끌어내고자 했습니다.

자원봉사를 진행하기 전엔 '이슈와 공감'이라는 과정을 통해 해당 자원봉사활동과 관련된

사회이슈, 문제에 대해 봉사자들이 생각해볼 수 있는 교육을 진행합니다. 센터 사업 담당자가 직접 진행하기보다는 자원봉사에 참여하는 지역주민으로 구성된 프로젝트리더들이 직접 기업 봉사자들의 눈높이에 맞춰 진행함으로써, 프로젝트리더들의 리더십도 높이고 기업 임직원들의 관심도도 높였죠. 센터에선 당일 활동 인원, 예산, 진행시간 등 일감의 세부 내용에 대해 기업과 사전에 논의합니다.



이때 활동 효율성을 고려해 이해관계자와의 사전협의 및 의견조정은 자원봉사센터가, 봉사자 모집 및 일감에 대한 사전안내는 기업이 담당했습니다. 기업 입장에서는 한 번에 많은 인원이 활동할 수 있는 벽화와 같은 일감을 원하지만, 센터 입장에선 공원의 특성에 맞는 일감과 적정 인원을 고려하다보니 이에 대한 협의가 가장 오래 걸립니다. 또한 공원에 꼭 필요한 일감임에도 불구하고 기업의 투입 가능한 자원(예산, 인원, 활동시간)이 부족해 활동을 진행하지 못하는 경우도 있습니다. 이에 활동에 필요한 자원을 먼저 파악하고 그만큼 투여할 수 있는 기업을 모집하는 방식으로 변경해 공원에 꼭 필요한 활동들이 진행될 수 있도록 했습니다.

Q4.

기업 혼자 자원봉사를 하는 것과 지역센터와 협업을 하는 것은 어떤 장점이 있나요?

기업이 지역에 어떤 니즈가 있는지 구석구석 알아내기란 쉽지 않습니다. 지역 니즈에 꼭 맞는 자원봉사를 기획한다는 것에 한계가 있죠. 서초구 자원봉사센터의 경우 구청, 경찰서 등과 연계해 지역사회에서 무엇을 필요로 하는지 니즈를 잘 전달해주셔서 참 좋았습니다. 뿐만 아니라 기업의 자원과 임직원 만족도까지 고려해 어떤 프로그램으로 활용하면 좋겠다는 역제안도 해주셨습니다. 공동의 목표가 있다보니 잡음이 없었습니다. 서로 추구하는 방향이 같아야하는게 가장 중요한 것 같습니다. 방향성 없이 무조건 해보자고 하기보단 충분한 소통을 통해 공동의 목표가 무엇인지 파악하는 것이 중요한 것 같습니다. 각자 잘할 수 있는 것이 무엇인지 열린 마음으로 소통하는 것이죠.

Q5.

향후 프로그램 실행 과정에서 보완하고 싶은 점은 무엇인가요?

사실 공원을 조성하고 나면 사후관리가 쟁점입니다. 월 1회 정도라도 공원을 들여다보고 관리를 하면 좋겠지만, 그 부분까지 기업이 책임지는 것은 어려움이 있는 것 같습니다. 동주민센터나 지역주민들을 이러한 역할에 동참시키는 것도 쉬운 일은 아니었습니다.

가능하다면 테마공원 조성하기 프로그램에 참여한 임직원들이 한 달에 한 번씩 공원을 방문해 지속적으로 관리 및 조성할 수 있도록 독려하고 싶습니다.

재래시장에서 에코(Eco)하기

환경 · 지역 · 일자리 살리는 ‘일석삼조’의 비결

‘도심에서 버려지는 폐현수막을 재활용하는 의미 있는 자원봉사를 해볼 수 없을까?’

3만원에서 많게는 10만원을 들여 제작하지만, 한번 사용되곤 버려지는 현수막들. 문구가 인쇄돼 재활용도 불가능하고, 소각시엔 다이옥신 등 유독물질을 내뿜어 환경오염을 유발한다. 지난 2013년, 폐현수막을 활용한 자원봉사 프로그램을 고민하던 박혜나 경상남도 자원봉사센터 팀장은 아이디어 하나를 떠올렸다. 버려진 현수막으로 ‘에코백’을 만들어 재래시장 상인들이 사용하는 검은 비닐봉지를 대체하는 ‘친환경 캠페인’을 벌이는 것. 박 팀장은 이 아이디어로 이른바 ‘재래시장에서 에코(eco)하기’ 프로그램을 기획해 지역 기업 한화테크윈(당시 삼성테크윈)에 제안했다. 그 결과 약 5000개의 에코백을 제작, 관내 4개 재래시장에 배포했다. 타 지역이 벤치마킹하러 올 만큼 성공적인 지역 자원봉사 모델로 자리잡은 친환경 자원봉사 현장 속으로 들어가봤다.

기업, 학교, 자활센터, 자원봉사센터가 함께 사회문제 해결 나서

‘재래시장에서 에코하기’는 다양한 주체간 협력이 필수적인 프로그램이다. 현수막 수급부터 에코백 제작, 배포, 캠페인 진행 등 각 과정마다 많은 손길을 필요로하기 때문. 이를 위해 센터는 기업 · 학교 · 예술기관 · 자활센터 등과 협약을 맺어 함께 하는 자원봉사를 기획했다. 박혜나 팀장은 “화려한 문화공연 현수막을 가진 경남도립미술관·창원성산아트홀 등 지역 예술기관에서 폐현수막을 수급하고, 자활센터 및 경력단절 여성들이 참여하는 협동조합과 연계해 에코백 5000개를 제작했다”며 “지역 중 · 고등학교와 창원대·경상대·한국국제대 대학생들도 재능기부로 에코백 제작 및 리폼을 도왔다”고 말했다.

프로그램에 가장 큰 동력이 된 것은 한화테크윈의 임직원 가족 봉사단이었다. 한화테크윈은

지역 내 재래시장을 방문해 상인들에게 에코백을 직접 배포하고, 다량의 에코백을 제작하는데 필요한 인건비 등 재정적 측면도 지원했다. 에코백 제작 키트로 참여하는 핸드 온(Hands on) 활동으로 임직원 가족들이 직접 에코백도 꾸몄다. 박혜나 팀장은 “기업이 바다와 천이 만나는 부근에 공장이 있어 해양 정화 활동 등 환경적 부분을 고민하고 있던 상태”라며 “이에 지속적으로 대규모 봉사를 해나갈 수 있는 한화테크윈과 2014년 협약을 맺어 자원 재사용은 물론, 비닐봉지 사용을 줄이고 재래시장 활성화도 돕는 활동을 함께하게 됐다”고 말했다.

여러 주체의 협력으로 완성된 5000여개의 에코백은 2015년부터 16년까지 연 3~4회 경남 지역 재래시장에서 배포됐다. 센터 직원들과 한화테크윈 임직원 가족 봉사단이 점포 없이 장사하는 상인들을 한 명 한 명 찾아가 직접 에코백을 배포했다. 캠페인을 한 번 할 때마다 약 150명이 참여할 정도로 대규모 인력이 투입됐다. 박혜나 팀장은 “생계 유지가 어려운 어르신들이 비닐봉지 대신 에코백에 야채를 담아주니 이에 감동한 시민들이 한 번이라도 더 시장을 찾는 등 자연스럽게 재래시장이 활성화되기 시작했다”고 말했다.

김진석 한화테크윈 과장은 “에코백 배포뿐 아니라 시장 주차장에 텐트를 쳐서 시장을 찾는 어르신들을 위해 200-300인분의 점심식사를 제공하기도 했고, 메르스 때문에 손님이 없는 시장을 찾아가 손세정제와 에코백을 함께 나눠 주며 홍보를 하기도 했다”며 “‘만원의 행복’이란 프로그램을 만들어 임직원 가족봉사단에 인당 1만원씩 전통시장 상품권을 제공해 아이들과 재래시장을 이용하도록 했는데 임직원들과 상인회 모두 또 참여하고 싶다는 니즈가 높다”고 덧붙였다.

환경 · 지역 · 일자리 살리는 ‘일석삼조’ 봉사활동

‘재래시장에서 에코하기’는 환경과 지역 상권뿐 아니라 지역 내 일자리 문제 해결에도 기여했다. 경남광역자활센터, 진해지역자활센터 등 자활센터와 경력단절 여성들이 참여하는 손설담협동조합과 연계해 에코백 재단작업을 진행함으로써 저소득층 일자리 창출의 효과를 낸 것. 박혜나 팀장은 “자활센터 분들은 아무래도 일반 주부보다 열정이나 의지가 약한 편인데, 에코백 재단 작업을 꾸준히 하시면서 ‘휴대폰을 넣는 주머니를 달자’, ‘각이 진 모서리를 부드럽게 말아보자’ 등 적극적으로 아이디어를 내시는 등 능동적으로 변해가는 모습을 보며 뿌듯했다”고 말했다.

환경과 지역, 일자리를 살리는 ‘일석삼조’의 봉사 활동은 타 지역으로도 확산되고 있다. 박혜나 팀장은 “경남 지역의 남해, 고성 등 지방에 찾아가 미니박람회를 열어 자체적으로 프로그램을 소개했는데, 학교 동아리, 밀양 자원봉사센터는 이를 벤치마킹해 실제로 지역에 에코백을 배포하기도 했다”고 말했다.



4년 넘게 기업과 센터의 긴밀한 협력이 가능했던 이유는 무엇일까. 센터와 한화테크윈 담당자는 “하루에 한 번 통화할 정도로 친밀한 신뢰 관계”라고 입을 모은다. 김진석 과장은 “‘재래시장에서 에코하기’는 2016년초 끝났지만, 여전히 센터와 다양한 프로그램을 함께 진행하며 같은 회사 팀처럼 가깝게 소통한다”며 “수시로 나아가고자 하는 방향과 프로그램을 함께 논의하고 센터가 좋은 아이디어를 제시해줘 만족스럽다”고 말했다. 박혜나 팀장도 “SNS로 긴밀하게 일상적으로 소통한 것이 원활한 프로그램 진행과 추후 확장에도 도움이 됐다”고 덧붙였다.

**박혜나 경남자원봉사센터 팀장 &
김진석 한화테크윈 과장의 TIP**

Q1.
지역에 필요한 프로그램을 기획하기 위해 어떤 준비를 했나요?

TV, 지역신문 등 언론매체를 통해 이슈화 되는 사회 이슈와 지역 문제를 꼼꼼하게 살펴봤습니다. 자원봉사 활성화를 위해 주민 참여를 이끌어낼 수 있는 신선한 활동 거리를 고안하려고 애썼죠. 평소에 지역 기관 네트워크를 통해서 각 사회 영역별 정보 교류를 꾸준히 하는 것도 중요합니다. **(박혜나 팀장)**



Q2.
기업 측면에서 센터와 연계하게 된 이유는 무엇이었나요?

회사 그룹 내에서 정한 사회공헌 테마는 ‘환경’이었습니다. 센터가 회사 사회공헌 테마에 맞는 아이টে임을 제안해준 것이 큰 역할을 했습니다. 센터와 함께 한 지 벌써 4~5년입니다. 타 기관이 제안하는 프로그램 대부분이 그저 홍보성에 그치는 경우도 있는데 경남 자원봉사센터는 정말 좋은 아이টে임이 많았습니다. 센터가 좋은 아이টে임을 줬고, 저희를 믿고 잘 따라준 덕분에 긴밀한 연계가 가능했습니다. **(김진석 과장)**

Q3.
활동 중 기억에 남는 에피소드가 있다면?

경화시장에 봉사를 갔을 때 7세, 9세 딸이 있는 임직원 가족이 할머니하고 굉장히 오랜 시간 앉아서 이야기하던 것이 기억납니다. 그날 에코백과 함께 수박화채도 배달했는데, 할머니가 나중에 손에 종이로 둘둘 말린 뭔가를 가지고 오셔서 여자아이를 찾으셨어요. 손주 같다며 2000원짜리 봉어빵을 사오셔서 건네주시더라고요. 그 임직원 가족이 원래 김해에 사는데, 그 이후로 진짜까지 40여분을 경화시장 장날마다 찾아간다고 합니다. 할머니가 파는 고구마줄기와 오이도 사오고, 혹시나 할머니가 안 나오시면 어디 아프신 건 아닌지 걱정하며 안부도 묻고요. **(박혜나 팀장)**

Q4.
기업과 센터가 연계한 봉사활동으로 기업에 긍정적 변화가 있었다면?

환경을 주제로 직원 가족들이 함께 할 수 있는 주말 봉사를 제안하면서 한화테크윈 내부의 변화가 있었다고 합니다. 예전에는 직원들이 시설 기관에 가서 목욕봉사나 환경정화 활동 등 단순 봉사를 했다면 이제는 그 활동들이 가족으로까지 확산되는 계기가 되었다고 해요. 기업 봉사 활동 자체의 패러다임이 바뀌는 계기가 된 것 같습니다. **(박혜나 팀장)**

‘기업-자원봉사센터’ 협력을 위한 팁

지역 내 사회문제에 주목하세요

그 기업 비전과 목적에 주목하세요

소재가 신선해야 합니다

다른 곳에서 했던, 누구나 하는 프로그램을 제안해서는 기업이 절대 호기심을 가지지 않죠. “우리가 처음 하는 것인데 같이 해보자, 한다면 이런 효과가 있을 것이다”처럼 효과성도 같이 어필이 된다면 좋습니다. 더불어 몇 명이 참여하는게 아니라 모든 임직원들이 참여할 수 있는 꼭지들을 만든 게 유효했다고 봅니다.

진밀하게 소통하세요

처음부터 지원을 받기 위한 목적으로만 기업을 연계했다면, 이렇게 끈끈하게 유지해오기 힘들었을 겁니다. 저뿐 아니라 센터 직원 10명 모두 기업 내 담당자와 거리낌없이 소통합니다. 센터 직원 전체와 편안하게 소통할 수 있는 분위기 형성하는 것이 중요해요. 그래서 더 기업이 신뢰할 수 있고, ‘이곳과 하면 잘 될 것 같다’는 믿음을 주는거죠.

다양한 홍보 채널을 확보하세요

자원봉사 활동을 통해 기업의 이미지가 어떻게 시민들에게 알려지는지 여부는 기업의 참여에 있어서 매우 중요한 부분입니다. 이러한 부분을 제대로 어필해야 합니다. 라디오와 TV, 보도자료부터 소식지, 월간지 등 다른 기관에 발행되는 지역 내 프로그램 소개하는 부분 등 다양한 채널 통해 많이 홍보해주세요.

함께하는 기업, 시너지 높인다

10년간 기업 10곳 1500명 뭉친 협력의 비결
인력·자원 결합, 22개사 함께하는 자원봉사

기업간 협력으로 자원봉사 시너지 극대화한다 10년간 기업 10곳 1500명 뭉친 협력의 비결

2007년 5월, 경기도 안양에 위치한 10개 기업이 한자리에 모였다. 지역아동센터 아동 198명을 위한 ‘미니올림픽’을 기획하기 위해서였다. 한림대 성심병원은 건강검진을, 농협안양시지부는 먹거리를, 고려개발(주)과 국토연구원은 페이스페인팅과 풍선아트를 준비했다. 아이들에게 특별한 미니올림픽을 선물하기 위해 각자의 역량과 자원을 모은 것. 이 ‘미니올림픽’을 시작으로 10개 기업의 사회공헌은 벌써 10년째 지속되고 있다. ‘안양기업연대 사회공헌 릴레이팀(이하 안양기업연대)’의 이야기다.

10개 기업 뭉친 비결 ... CEO가 움직였다

“예전부터 병원에서 봉사단을 운영해왔어요. 교직원들이 자발적으로 급여에서 일정액을 기부하고 해당 기금을 자원봉사 활동에 사용하곤 했어요. 그러던 중에 지역을 위해 좋은 일을 하고자 하는 기업들과 함께 자원봉사를 하면 좋겠다는 생각이 들었어요. 그래서 인근 기업들에게 하나 둘 연락을 취하고 만나러 갔죠.”

김성호 한림대학교 성심병원 팀장(안양기업연대 총괄)이 협력이 시작된 10년 전을 떠올리며 말했다. 용기를 내어 기업에 직접 연락을 하고 만나기를 몇 달, 10개 기업이 마음을 모았다. 당시 한림대 성심병원 행정부원장이 10개 기업 CEO를 직접 만나 사회공헌 취지를 밝히고 공감대를 형성한 것. 그렇게 고려개발(주), 농협안양시지부, 롯데백화점 평촌점, 한국건설교통기술평가원, 코레일 안양지점, 현대차 안양지점, KT안양지점, CS 프리미어호텔안양, 한림성심병원, 휴비츠, LG호텔, M클래스컨벤션 등 10개 기업이 멤버로 동참했다. 김 팀장은 “기업 사정상 함께하지 못할 경우엔 다른 기업에 참여 여부를 물어보면서 지금까지 10년간 10개 기업이 안양기업연대로 유지돼왔다”고 덧붙였다.



10개 기업이 모이자 지역사회 니즈를 보다 전문적으로 파악하고 있는 단체의 도움이 필요했다. 이에 안양기업연대는 안양시자원봉사센터에 도움을 요청해 10개 기업이 함께 첫 회의를 열었다. 매년 분기별로 만나 회의를 하고, 자원봉사 프로그램을 기획한다. 어디에서 어떤 활동을 할 지 각 기업별로 아이디어를 모아서 당일 회의때 토론을 거쳐 결정한다. 매번 회의를 거쳐 주관사를 지정하고, 기업이 주도적으로 자원 및 역할 분담을 하고 자원봉사센터는 수혜처 발굴에 나선다. 최원철 안양시자원봉사센터 담당자는 “저소득층 아동들이 원하는 것을 모니터링하고, 유관 기관 담당자들과 교류를 통해 실질적인 도움을 찾는다”면서 “이를 위해 안양시자원봉사센터는 안양시 전체 31개동에 동 단위의 미니 자원봉사센터인 ‘동V터전’을 설치해 운영하고 있다”고 말했다.

활동은 다양하다. 여주시 능서면에 함께 찾아가 모내기를 하는 등 농촌 일손돕기를 하거나 도움이 필요한 아이들을 위해 간식을 구입해 포장하는 등 지역에서 필요로 하는 내용과 기획회의의 아이디어를 더해 활동을 이어갔다. 김 팀장은 “지역아동센터 아이들과 모내기 봉사를 하러 갔는데, 모심기는 처음이라 다들 논바닥의 진흙으로 머드팩을 하는 등 재미있게 웃고 떠드는 모습을 보면서 마음이 따뜻해졌다”고 말했다.



끈끈한 유대감, 10년간 봉사 지속한 비결

10개 기업은 인력과 자원 모두 동일하게 부담한다. 매번 봉사할 때마다 최소 30만원에서 50만원까지 공동분담금을 내고, 각 프로그램마다 짜여진 예산안에 따라 n분의1로 나눈다. 봉사가 끝나면 활동에 대한 피드백 평가도 잊지 않는다. 이렇게 지난 10년간 기업 봉사자 1500명이 37회 동안 수혜자 2267명을 만났다.

10년간 파트너십을 유지할 수 있는 비결이 궁금했다. 김 팀장은 “끈끈한 유대감”을 꼽으며 “기획회의·평가회의 외에도 별도 모임이나 워크숍을 통해 실무자들끼리 끈끈한 친밀감이 유지돼 협력이 수월했다”고 설명했다.

같은 지역의 기업이 모인 만큼, 수평적인 구조를 만든 것도 지속적인 파트너십의 비결로 꼽혔다. 각 기업별로 모이는 직급도 사원, 대리, 차장, 임원, CEO 등 다양했지만 안양기업연대는 권위적인 조직 체계를 지양했다. 나이순, 직급순으로 서열화하지 않고 자원봉사가 좋아서 모인 하나의 동호회로 운영했다. 비공식 친목 모임은 물론, 1박2일 단합여행도 간다. 더이상 자원봉사 업무를 담당하지 않더라도 이러한 비공식 모임엔 함께 나와서 네트워크를 이어나갔다.

지속적인 파트너십은 사회공헌의 시너지를 극대화했다. 실제로 안양기업연대는 경기도 최우수상, 전국자원봉사대회 우수상 등 모범 사례로 입소문이 났다. 충남, 군포 등 전국 단위의 타기업 및 자원봉사센터에서 벤치마킹을 위해 안양기업연대를 찾아오거나 강의 요청도 이어졌다.

“기업간 자원과 인력을 모아서 서로 더 좋은 자원봉사 프로그램을 위해 고민하는 과정에서 시너지가 일어난다는걸 깨달았습니다. 다른 지역의 기업들도 함께하는 즐거움을 느껴보시면 좋겠습니다.”

기업 자원봉사 파트너십, 이렇게 해보세요

최원철 안양시 자원봉사센터 담당자 & 김성호 안양기업연대 팀장의 TIP

Q1.

기존의 자원봉사 프로그램을 기업과 연계할 경우, 달라진 점은 무엇인가요?

사실 시골, 농촌에 사는 어린이들에게 가족 단위의 나들이 등 추억이 될 만한 활동이 많지 않습니다. 예전부터 지역아동센터 아이들을 위한 체험이나 자원봉사 프로그램을 진행하려 했는데, 대상 지역 선정이라든가 교통수단 확보 등 어려움이 있었어요. 다행히 안양기업연대 사회공헌 릴레이팀의 재정지원으로 프로그램을 진행할 수 있었고, 기업 자원봉사자들의 적극적인 참여는 아이들에게 모범이 됐습니다. 뿐만 아니라 안양시 자원봉사센터 결연 지역(여주시 능서면 작목반)에서 봉사활동을 진행해 지역 주민들과 끈끈한 친밀감도 얻을 수 있었습니다.



Q2.

기업과 연계한 자원봉사 이후 지역사회엔 어떤 변화가 일어났나요?

참여 봉사자들 중엔 안양에 거주하는데도 지역아동센터에 대해 모르는 경우가 대부분이었습니다. 저소득층 아동, 장애인들과 생활시설에서 직접 접촉해본 경우도 매우 드물었습니다. 기업연대 활동을 통해 지역사회의 어려운 이웃을 알고 공감하게 됐고, 특히 장애인·가정폭력 피해여성·청소년 자립생활관 등 생활시설에 개인 및 기업 차원의 후원이 꾸준히 일어나고 있습니다.

Q3.

기업과 자원봉사 파트너십을 맺을 때 기억해야 할 점은 무엇일까요?

기업이 자원봉사센터와 봉사활동을 연계하고자 하는 이유는 간단합니다. 어디서, 무엇을, 어떻게 해야 할지 잘 모르기 때문이고, 이에 대한 일손을 돕기 위함입니다. 따라서 기업이 원하는 내용이 무엇인지 파악하고 그에 적합한 활동처를 연계하는 것이 가장 중요합니다.

또한 자원봉사 프로그램에 맞는 활동처 정보를 충분히 파악하고 상담하는 것도 필수적입니다. 양로원, 요양원, 보육원, 지역아동센터 등 기관별 특성과 자원봉사 활동이 진행될 장소의 특성도 함께 파악해서 준비하면 기업과 수혜처에도 신뢰를 줍니다. 지속적인 프로그램을 기획하는 것도 기업의 만족도를 높이는 하나의 방법입니다. 덕분에 안양기업연대 회원사와 수혜자 모두 만족했고, 기업연대 활동 사례를 기업에 홍보해 큰 호응을 얻고 있습니다.

기업이 요청하는 자원봉사활동은 대규모 인원의 1회성 참여가 대부분인데, 김장담그기·연탄 나눔·농촌 일손돕기 등을 제외하면 많은 인원이 일시에 참여할 수 있는 프로그램을 진행할 활동처가 많지 않습니다. 환경정화활동이나 100명 이상 생활하는 대형 수요처에 배치하다보니 도움이 더 필요한 곳이 소외되는 경우가 생깁니다. 이에 회사 차원에서 진행하는 활동을 부서 단위, 팀 단위로 전환해 20명 전후가 더 의미있는 자원봉사를 할 수 있도록 기획하는 것도 방법입니다.

함께하는 기업, 시너지 높인다

22개 기업이 함께하는 자원봉사의 비결



지난해 9월, 울산광역시 동천체육관 광장에 200명이 넘는 이들이 모였다. 울산에 위치한 22개 기업에서 모인 임직원 자원봉사자들이다. 이들이 한데 모인 건 여러 기업이 협력해 공동으로 참여하는 ‘자원봉사 프로그램’을 통해서다. 울산시에선 2013년부터 ‘사회공헌 협약기업 공동 프로그램’을 시작하고, 참여하는 기업들이 공동으로 인력과 자금을 투입해 자원봉사와 사회공헌 활동을 진행해왔기 때문. 사업비는 협약기업 전체가 함께 부담하고, 22개 기업 봉사자가 다함께 참여해 자원봉사와 사회공헌을 이어왔다. 다양한 기업들이 참여하면서, 2014년엔 대한민국 자원봉사대상에서 대통령 표창을 수상하기도 했다.

이날의 자원봉사는 울산광역시 내 저소득층 아이들에게 돌아갈 ‘선물꾸러미’ 포장하기. 22개 기업에서 모인 220명의 임직원들은 종이상자에 방석이나 담요, 학용품, 엽서와 비타민 등을 차곡차곡 담았다. 최종적으로 포장된 상자는 총 2200개. 2200명의 아이들에게 돌아갈 선물이다. 올해로 4년차, 참여하는 기업들은 “협력해서 함께하니 시너지가 커진다”는 반응이다.

“각 기업에서 각자 봉사활동을 할 때는 한번에 10명 정도가 돌아가면서 했어요. 그런데 22곳이 한데 모이니 한 기업당 10명씩만 해도 220명이잖아요. 더 많은 사람들이 함께 하다보면 임팩트도 더 크고, 만족감도 큼니다.”(윤광진 삼양사 사회공헌 담당자)

공업단지, '지역 특수성' 고려한 맞춤형 기획

석유화학·수력원자력·중공업·금융업 등 업종도, 하는 일도 각기 다른 기업에 한데 모일 수 있었던 배경은 무엇일까. 윤광진 삼양사 사원은 “삼양사를 비롯, 다양한 기업들의 공장이 위치한 ‘울산’이라는 지역에 공헌하려는 생각을 공유한 게 크다”고 했다. 실제로 울산광역시시는 우리나라 대표적인 공업도시로, 다른 지역에 비해 지역에 위치한 기업이나 생산 공장이 많은 편. 1962년 특정 공업 지구로 결정되면서 석유 화학, 조선, 자동차 등 중화학공업 기업들이 울산에 자리를 잡았다. 현재 약 900곳에 가까운 기업체가 공업단지를 중심으로 자리 잡았다. 생산 공장의 본사 차원에서 진행되는 사회공헌과는 별도로, 지역에 기여하고 홍보해야 한다는 필요성도 한 몫 했다. 2002년부터 울산 공장에서 임직원 봉사활동을 시작한 ‘삼양사’도 비슷한 경우였다.

“삼양사 본사가 서울과 판교에 있는데, 그쪽에서도 더 큰 규모로 사회공헌이나 봉사활동을 진행하고 있어요. 그런데 울산에 위치한 저희 공장에서 보기엔 울산이라는 지역에 더 기여해야겠더라고요. 울산에 있는 삼양사 공장이 1955년도에 생겼는데, 울산 지역에서 가장 첫 근대화 공장이고 1호 기업이었다는 상징성도 있습니다. 또 저희가 화학공장이긴 하지만 식료품을 만드는 곳이다보니 지역에서 홍보해야 하는 차원도 있고요. 그러면서 지난 15년간 어떻게 지역에 기여하면서도 기업을 홍보할 수 있을지 고민해온 것이죠.”

자원봉사센터, 기업을 엮는 허브가 되다

‘울산광역시자원봉사센터’의 역할도 컸다. 자원봉사센터를 중심으로 기업이 함께 뭉치게 됐기 때문. 삼양사 울산공장을 비롯해 울산항만공사, 금호석유화학 울산 공장, 태광산업 등 각기 다른 기업들이 한데 뭉칠 수 있었던 비결에 대해 정은옥 울산광역시자원봉사센터

부장은 “2010년부터 센터에서 기업 실무자들과 네트워크 및 신뢰를 쌓기 위해 꾸준히 노력해온 결과”라고 했다. 단순 봉사활동을 지역사회의 욕구에 맞추고 조정하는 것도 자원봉사센터의 몫이었다.

“기업 특성에 맞는 전략적인 사회공헌이 트렌드가 되면서 기업에서도 어떤 걸 해야할지 고민하기 시작했어요. 이에 센터에선 실무자들과 네트워크를 쌓고 신뢰를 쌓으면서, 기업에게 필요한 정보를 제공하는 역할을 했습니다.” (정은옥 울산광역시자원봉사센터 부장)

자원봉사센터가 중심이 됐다. 22개 기업 특성을 고려하면서도 어느 한 기업의 이미지에 치우치지 않도록 중재 역할을 한 것. 사회공헌이나 자원봉사 정보를 제공하고 지역 자원을 연계하거나 봉사시간을 관리해주는 등 기업에서 필요한 점을 미리 준비하고 충족해준 것도 ‘자원봉사센터’의 몫이었다. 2012년엔 울산자원봉사센터와 협약을 맺은 곳은 총 11개 기업이었지만 신뢰가 쌓이고 네트워크가 확대되면서 추가로 참여하는 기업이 점차 늘었다.

기업에서 먼저 요청하는 경우도 늘었다. 업의 특성에 맞으면서도 지역에 필요한 도움을 제공하고자하는 기업이 늘었기 때문. 윤광진 삼양사 담당자는 “2002년부터 자체적으로 자원봉사를 할 때는 장애아동을 위한 학교를 찾거나 명절에 가는 식으로 단순 노력봉사 차원이었다면, 좀더 업의 특성에 맞는 자원봉사를 하고자 ‘자원봉사센터’와 협력하게 됐다”고 했다. 정은옥 부장은 “식품 브랜드를 갖고 있는 삼양사의 특성을 살려, 삼양사에서는 큐원 제품을 제공하고, 호텔조리학과 학생들을 연계해 2012년부터 매일 꾸준히 발달장애아동 보육시설인 우리꿈나무어린이집에서 요리교실을 열고 있다”며 “연계시설에서는 봉사자와 재원이 꾸준히 연결되니 좋고, 기업은 업을 살리는 자원봉사를 할 수 있어 ‘윈-윈(win-win)’ 지점을 찾은 것”이라고 했다.

정은옥 울산광역시자원봉사센터 팀장의 TIP

Q1.

기업과 자원봉사센터간 파트너십에 있어 가장 중요한 요소는 뭘까요?

센터는 기업과 지역을 중재하는 연결고리입니다. 양쪽을 잘 조율하는 역량이 필요합니다. 여러 기업의 특성을 잘 고려하면서도, 어느 한 기업의 이미지에 치우치지 않도록 중재적인 역할을 잘 해야 합니다. 그렇지만 무조건적으로 기업의 특성에만 초점을 맞춰서는 안됩니다. 프로그램을 기획하는 과정에서 지역의 필요가 잘 반영되도록 최대한 의견을 조율해야 합니다. 또 실행 과정에서도 자원봉사센터에서 주도권을 갖고 있어야 합니다. 사업의 예산이나 실행범위에 따라 사업비 외에도 운영인력이나 운영비를 포함시켜야 할 필요도 있습니다. 이 모든게 가능하기 위해선 신뢰와 단단한 네트워크는 무엇보다 중요합니다.

Q2.

기업과 연계할 때는 어떻게 하는게 좋을까요?

센터에서 기업연계를 먼저 제안하는 경우에는 기업들과 네트워크를 형성할 수 있는 워크숍, 간담회, 협의회 등을 만들거나 참석하면서 관련된 정보들을 수집하고, 관계를 형성하는게 우선돼야 합니다. 기업 자원봉사도 사람과의 관계가 가장 중요하기 때문입니다. 기업 사회공헌 담당자의 마인드가 기업 연계와 바로 직결된다고 할 수 있습니다.



재미에 보람을 더한 테마형 자원봉사 뜨다

가족과 함께하는 친환경 자원봉사 우리동네 에코캠프
기업의 전문 역량 결합, 안전한 마을 만들기

가족과 함께하는 친환경 자원봉사 ‘우리동네 에코캠프’

“기업과 임직원의 특성에 맞는 프로그램을 기획하는 것이 중요합니다. 자신의 재능을 살려 봉사를 하면 참여자의 만족도는 물론 지역에 미치는 긍정적인 효과도 높아집니다.”

지현주 부산중구자원봉사센터(이하 부산중구센터) 코디네이터는 기업과 자원봉사센터의 협력 성공 비결을 한 문장으로 정리했다. 보다 지속적이고 적극적인 자원봉사를 이끌어내기 위해서는 좋은 일을 한다는 선의만큼, 봉사자의 적성과 재능을 살린 프로그램을 마련해야 한다는 것.

부산중구센터는 2014년부터 현재까지 부산의 주선박관리 및 선박신조감리 서비스를 제공하는 현대해양서비스(주)와 임직원 봉사활동을 함께하고 있다. 현대해양서비스가 참여하는 봉사활동의 테마는 ‘환경’이다. 해양오염방지, 환경, 에너지, 안전보건경영시스템을 이행하고 있는 현대해양서비스의 특성상 환경 관련 봉사 프로그램이 제격이기 때문. 봉사자 대부분이 설계사, 디자이너라는 업무 특성도 고려해 프로그램 대부분을 친환경 제품 만들기로 구성하기도 했다. 직원들이 만든 친환경 제품들은 지역의 어려운 이웃들에게 정기적으로 제공된다.

임직원의 재능 더한 자원봉사 ‘일석이조’ 효과

현대해양서비스는 해양오염방지, 해양 환경을 주요 기업 사회공헌 의제로 규정하고, 현재 사회문제로 부각되는 환경과 보건, 위생 분야에 CSR을 집중하겠다는 입장이다. 이에 부산중구센터는 ‘환경’에 초점을 맞춘 자원봉사 프로그램을 기획했다.

첫 시작은 월별 테마에 따라 진행되는 V-day 프로그램이었다. 2014년 7월부터 나무심기, 환경 보호 캠페인, 환경 정화 활동, 농촌일손돕기 등, 계절과 시기에 따른 자원봉사 프로그램이 매월 넷째주 토요일마다 진행됐다. 가장 반응이 좋았던 건 ‘만들기’ 프로그램.

참여 임직원 대부분이 설계사, 디자이너였기에 ‘제작’에 관련된 일들에 열정과 재능을 보였다.



2015년 독도사랑필통만들기에 참여했던 현대해양서비스의 한 직원은 “필통이 보다 완성도있게 제작된 것 같다”면서 “예쁘고 튼튼하게 만들어진 필통을 받고 기뻐할 어린이들을 생각해 보람을 느낀다”고 이야기했다. 이처럼 직원들의 관심과 애정이 프로그램에 더해지는 것을 본 지현주 코디네이터는 ‘환경’에 ‘만들기’를 본격적으로 접목하기 시작했다.

“지난해부터 매월 셋째주 수요일마다 ‘우리동네 에코캠프(eco-CAMP)’ 프로그램을 진행했어요. 환경생태 교육을 받고 천연재료를 활용해 방향제, 모기퇴치제, 제습제, 비누 등을 만들었죠. 만들어진 물품들은 중구에 사는 독거노인 가정에 제공됐고요. 직원들이 만든 친환경, 천연 제품들의 품질이 좋아 어르신들이 정말 좋아하세요.”

지현주 코디네이터는 “자신이 잘하는 일을 통해 완성도 있는 제품이 만들어지고, 또 이를 받고 기뻐하는 어르신들의 소식을 들으면 직원들이 더욱 동기부여되는 것을 발견했다”고 덧붙였다.

이러한 동기부여는 자원봉사의 지속성과 연결됐다. 아무리 좋은 의도를 가지고 시작한 봉사활동이어도 자원봉사자의 적극성과 봉사에 대한 의지가 없다면 봉사 프로그램이 오래 지속될 수 없다는 것. 실제로 업사이클링 제품 만들기 봉사활동의 경우, 보람은 물론 재미까지 더해져 직원들이 가족들까지 데려와 함께 참여하고 있다”고 설명했다.

지역의 특성과 니즈 조사로 봉사의 질 높여

부산 중구엔 거주민이 많지 않다. 초·중·고·대학교의 숫자가 매우 적은 상황이라 아동·청소년을 위한 프로그램은 적절치 않았다. 대신 노인 인구의 비중은 다른 연령대에 비해 높은 편이라 실버 세대를 위한 자원봉사 프로그램으로 대상을 좁혔다. 이에 더해 기업 특성에 맞는 프로그램을 연구했다. 현대해양서비스는 환경 관련 기업이라 나무심기, 거리정화 등 환경정화 사업을 위주로 프로그램을 기획했다. 여기에 임직원들의 피드백과 내부 의견을 더해 지금의 에코캠프로 발전시킨 것.

자원봉사 기획과 실행 준비는 센터에서, 현대해양서비스는 자원봉사를 진행하는 방식으로 역할분담을 했다. 지현주 코디네이터는 “예를 들어 에코 캠프를 어디서 어떻게 진행하고, 어떤 수혜 대상에게 완성된 물품을 나눠줄지 등은 센터에서 기획하고, 기업은 매주 셋째 주 수요일에 에코 캠프에 참가해 물품을 만들어 기부하고 있다”고 덧붙였다.

센터와 기업간 협력, ‘신뢰’가 기본

그렇다면 기업과 자원봉사센터간 연계에 있어서 가장 중요한 사항은 무엇일까. 지현주 코디네이터는 ‘상호신뢰’라고 강조했다. 자원봉사센터에서는 다양한 프로그램 연구·개발로 기업에 신뢰를 주고, 기업은 지역사회를 위한 사회적 의무를 다하기 위해 자원봉사활동에 적극적으로 참여하는 등 센터와 주민에게 신뢰를 줘야한다는 것.

기업은 물론 지역사회 또는 수혜 대상의 만족도를 고려한 프로그램 기획도 빼놓을 수 없는 협력 포인트다. 지현주 코디네이터는 “기업의 전문성과 특성을 고려한 프로그램을 기획, 제시하는 것이 좋다”면서 “예를 들어 교육 회사의 자원봉사 프로그램을 기획한다면 저소득층 어린이들에게 영어 과외를 하거나, 관련 교재를 만들어 교육하는 프로그램을 만드는 식”이라고 설명했다.

그동안 진행돼온 자원봉사 활동을 돌아보고 분석하는 피드백 과정도 중요하다. 부산중구센터는 직원들의 피드백 하나하나를 흘려듣지 않는다. 센터는 직원뿐 아니라 가족들이 참여할 수 있는 프로그램이 필요하다는 의견을 반영, 주말 봉사활동 시간을 수요일 오후로 바꾸는 등 해당 피드백을 즉시 반영하기도 했다. 수혜자의 만족도 역시 고려 대상이다. 센터와 기업 자원봉사자들은 봄과 겨울에는 천연 가습기를, 여름에는 모기 퇴치제를 만들어 제공해 수혜자들의 니즈를 최대한 반영하려한다. 수혜자들에게 실질적인 도움을 주기 위함이다.

“이제는 기업도 수혜자도 보여주기 식의 자원봉사와 그렇지 않은 활동을 구분할 수 있습니다. 수혜자, 직원을 모두 고려하는 ‘섬세함’이 필요한 이유죠.”



기업 자원봉사 파트너십, 이렇게 해보세요

지현주 부산중구자원봉사센터 코디네이터의 TIP

Q1.

기업과 함께 자원봉사를 기획하게 된 이유는 무엇인가요?

2014년 현대해양서비스로부터 ‘임직원 자원봉사를 하고 싶은데, 어떻게 하면 될까요?’라고 문의 전화가 왔어요. 되도록 지역에 진정으로 도움이 되는 봉사를 하고 싶은데 방법을 모르겠다고요. 기업 관계자에 따르면 회사가 위치한 부산 중구는 관내에 학교가 거의 없고,

주거 지역이 아닌 상업 밀집 지역이라 봉사 대상을 찾기 매우 힘들었다고 해요. 그래서 저희 센터에선 학교로 수혜 기관을 특정짓지 않고, 대상과 지역을 넓혀갔습니다.

Q2.

기업을 연계하는데 어려움은 없었나요?

가장 큰 어려움은 기업의 협조를 얻는 일과 소통 문제라고 생각해요. 사회공헌부서가 따로 마련돼있는 기업이라면 담당자가 자주 바뀌지 않아 소통에 큰 문제는 없지요. 하지만 관련 부서가 없는 회사에선 담당자에게 본래

업무가 있기에 자원봉사에 많은 시간을 할애하기 어려워요. 게다가 인사이동으로 기업 담당자가 변경될 경우 프로그램 진행에 있어 공백이 생기고, 센터 담당자 입장에서 새롭게 다시 설명하고 동의를 얻어야 하니 힘이 들 수 밖에요. 특히 후임 담당자가 바로 정해지면 다행이지만 그렇지 않을 경우 의견 전달 및 조율이 어려워지니 봉사활동 진행에 영향을 받을 수도 있습니다.

이에 자원봉사를 하기 전에 관련 교육을 충분히 이수하게 하거나, 담당자와 소통을 해야합니다. 얼핏 보기엔 자원봉사가 쉬워 보이지만 충분한 이해가 없으면 그 효과를 보기 힘들기 때문이죠. 직원들에게 활동 전 봉사 프로그램에 대해 상세한 설명은 물론 자원봉사의 목적에 대해 제대로 설명할 기회를 만드는 것이 중요합니다.

Q3.

‘기업-자원봉사센터’ 협력을 위한 팁이 있다면?

기업 특성에 맞는 프로그램을 만드는 것입니다. 프로그램을 진행하다 보니 임직원에게 가장 많이 듣는 피드백이 ‘참가자가 진정으로 뿌듯함을 느낄 수 있는 프로그램이었으면 좋겠다’는 것이었어요. 직원들이

자신의 재능을 살려 봉사활동을 한다면 보다 유의미한 결과를 낼 수 있지 않느냐는 의견들이었죠. 두번째 팁은 ‘가족 친화적 프로그램을 만들라’는 것입니다. 2004년 기업 자원봉사를 시작하면서 ‘가족과 함께할 수 있는 자원봉사를 만들어달라’는 피드백을 많이 들었습니다. 임직원 뿐 아니라 배우자, 자녀와 함께할 수 있는 봉사 프로그램을 기획하는 것도 성공적인 기업-자원봉사센터 협력 팁이라고 생각해요.

기업의 전문 역량 결합하니 마을이 달라졌어요

부산강서구자원봉사센터-조광요턴 ‘안전한 마을 만들기’

부산 강서구는 대규모 산업단지의 메카다. 녹산국가산업단지를 비롯, 신평·장림, 신호, 부산과학, 화전, 미음, 생곡, 강서보고 등 10여개 일반산업단지가 조성돼있다. 강서구 미음동과 녹산동 일원에는 567㎡ 면적의 국제산업물류도시까지 조성 중이다. 위치상으로는 낙동강 하구 지역에 위치해있으면서 김해평야와 가덕도 등 도서 지역까지 관할하고 있다. 강서구는 도시와 농촌이 복합된 독특한 지역이다.

“강서구에는 산업단지가 계속해서 만들어지고 있습니다. 그린벨트가 풀리고, 집을 팔고, 공장이 들어서는 과정이 반복됩니다. 주민분들이 예전엔 문 열면 이웃이 있었는데 이젠 옆집도, 앞집도 공장이라고 해요. 사람들이 살고 있는 정주 지역이 아닌 공장 지대로 점차 바뀌는 거죠. 그러다보니 밤에는 어둡고, 곳곳에 우범지역으로 느껴지는 공간들이 많았습니다.” (류성숙 부산시 강서구자원봉사센터 사무국장)

전문성 살린 기업 자원봉사, 성공의 첫 걸음

지난 2013년, 강서구 지역 주민들은 마을을 스스로 지키겠다며 나섰다. 중리2구 부녀회에서 마을 입구에 버려진 컨테이너를 활용해 방법활동을 하기로 한 것. 이름하여 ‘베이비부머 안심봉사단’이다. 50대 후반부터 70대 중반의 어르신분들이 주축이 됐다. 사실 2014년 당시만 해도 강서구는 부산에서 인구 10만명을 기준으로 범죄건수가 가장 높은 지역(1만 916건, 대검찰청)으로 꼽히기도 했다.

마을주민들의 선의는 자발적으로 조직됐지만, ‘안전한 마을만들기’에는 적절한 자원이 필요했다. 오래된 마을이라 낙후된 환경이 문제였다. 주민들은 먼저 “마을 입구가 환해졌으면 좋겠다”고 말했다.



젯빛 시멘트로만 덮혀있던 벽을 바꾸자는 것. 류성숙 부산시 강서구자원봉사센터 사무국장은 “지역에 본사를 두고 페인트(도료) 사업을 하고 있는 기업 조광요턴에 벽화길 조성을 요청했다”고 말했다. 마침, 조광요턴에서는 기업 봉사활동을 하고 싶다고 문의가 왔던터였다.

“기업에서 하고 싶은 자원봉사 분야가 정해져있었어요. 아동 관련해 문화체험을 지원하고 싶다는 것이었는데, 이 기업이 페인트를 제조한다는 부분에 주목했어요. 기업이 잘할 수 있는 활동을 할 수 있도록 기획했습니다.”

사실 부산은 우리나라 페인트 산업의 모태다. 1945년 해방 이후 정부 수립까지 미군의 수많은 군수 물품이 부산항을 통해 국내에 들어왔기 때문. 조광페인트, 삼화페인트, 노루페인트, 건설화학이 모두 부산에서 처음 사업을 시작했다. 1960~1970년대 전국적인 주택 개발 붐에 맞춰 페인트산업은 번창했고, 삼화페인트, 노루페인트, 건설화학은 모두 서울로 본사를 옮겼다. 조광페인트만 부산에 남아 향토기업으로 자리잡았다. 조광페인트는 1988년에 노르웨이의 세계적인 도료업체 요턴(Jotun)과 손잡고 합작법인 조광요턴을 설립했다. 조광요턴은 선박용 페인트를 전문으로 만드는 회사다.

기업의 전문성이 결합되자, 일은 일사천리로 진행됐다. 조광요턴은 2014년부터 매년 봄과 가을에 중리2구 벽화길 조성 임직원 봉사활동을 진행한다. 20~30명이 한 팀을 이뤄 벽화길 자원봉사 활동을 하는데 센터의 지원이 필요 없을 정도다. 류성숙 부산시 강서구 자원봉사센터 사무국장은 “조광요턴에서 페인트뿐만 아니라 작업복부터 비닐까지

완벽하게 준비해온다”고 설명했다. 사전답사를 통해 작업할 벽화 크기와 적합한 페인트 종류까지 철저히 준비한다는 것. 내년부터는 지금까지 벽화를 조성했던 곳의 보수 작업을 진행할 예정이다.

기업 자원봉사, 지역 사회공헌의 접점 만든다

이제 강서구의 중리2구 마을 입구는 눈에 띄게 밝아졌다. 마을 공모사업을 통해 버스 정류장에 가림막도 만들고, 화단도 조성했다. 지역 주민 자원봉사단의 노력에 기업 자원봉사까지 더해지니 마을분위기까지 한층 달라졌다. 류성숙 부산시 강서구 자원봉사센터 사무국장은 “처음엔 부녀회에서 모여서 활동을 하는 것에 크게 동참하지 않던 지역 주민들도 후원금까지 전해주시기도 한다”고 말했다.

조광요턴은 중리2구 벽화길 조성을 시작으로 지역과의 접점을 계속해서 만들고 있다. 애초에 기업이 원했던 지역아동센터 아동들과의 문화활동 지원도 정기적으로 하고 있다. 류성숙 부산시 강서구자원봉사센터 사무국장은 “조광요턴 사장님이 특히 아동에 관심이 많아서 지역아동센터를 중심으로 많은 도움을 받고 있다”고 말했다. 한 지역아동센터에 에어컨이 필요해 도움을 요청하자 지원을 하기도 했다.

“강서구 내에 위치해있어도, 기업임직원분들은 마을이 어떻게 돌아가는지, 아이들이 어떤 어려움이 있는지 잘 몰라요. 그런데 자원봉사 활동에 참여하면서 같이 밥 먹고, 이야기하면서, 몰랐던 것들도 알게 되는 것 같아요. 이제는 지역에서 도움이 필요할 때, 수시로 이것저것 도움을 요청하고 있어요. 검토한 후 여건이 되면 대부분 긍정적인 피드백을 주시는 편이죠. 조광요턴 임직원분들은 특히 한 번 하면 제대로 하자는 마인드라서 저희에겐 든든한 지원군입니다(웃음).”

류성숙 부산시 강서구자원봉사센터 사무국장의 TIP

Q1. 기업의 특성을 자원봉사 프로그램에 어떻게 반영했나요?

자원봉사참여를 원하는 기업 대부분 하고 싶은 활동 분야가 명확히 정해져있지 않아요. ‘우리가 어떤 봉사활동을 하고 싶다’고 말하기보다 ‘봉사활동 하고 싶는데 무엇을 해야하냐’고 물어보는 경우가 많죠. 먼저 회사 홈페이지에 들어가보길 원해요. 어떤 회사인지, 무엇을 하는 회사인지, 사회공헌은 어느 분야를 주로 하는지 등 먼저 파악을 하셔야합니다. 이후 상담을 할 때 회사 특성에 맞춰서 이야기를 끌고 나가야해요. 조광요탄의 경우도 봉사활동을 하고 싶다는 의지를 보였을 때, 회사 특성을 생각했어요. 지역 주민들의 니즈를 공유하며 참여하시기를 권해드렸습니다.



Q2.

기업과 연계해 프로그램을 운영했을 때 강점은 무엇이었나요?

페인트 전문회사라는 기업이 가지고 있는 장점을 최대한 활용해 사업을 추진하면서 사업의 완성도를 높일 수 있었습니다. 기업은 기업이 가진 특성에 맞는 활동을 하면서 만족도가 높고, 수혜자와 실무자는 완성도가 높은 결과물을 얻을 수 있어서 만족도가 높았습니다. 눈으로 변화를 확인할 수 있는 사업이다보니 지역사회에도 확산되고 있어요. 기업 입장에서는 강서구 지역이 가진 어려움을 알고 주민과 소통할 수 있는 고리가 만들어졌습니다.

Q3.

기업과 자원봉사 활동을 진행하면서 기억에 남는 에피소드가 있을까요?

마을벽화 작업을 처음 시작할 때는 반응이 시큰둥한 어르신들도 있었어요. 벽화 작업 전, 디자인 작업은 부산의 청년 사회적기업과 함께 진행하는데 시안을 가지고 마을회관에 가지고 가요. 어르신들에게 보여드리고 디자인을 결정하죠. 한 어르신 댁의 벽에는 옷은 야기 그림을 그렸어요. 그리고 마을 입구 벽화를 마지막으로 작업했습니다. 마을에 복이 들어오라고 돼지를 그려 넣었죠. 그런데 이걸 본 어르신이 우리집도 돼지를 그려달라며 한바탕 소동이 벌어졌습니다. 웃지못할 에피소드죠. 결국 새로 작업을 해드렸는데, 그만큼 지역 주민들이 벽화길 조성 작업에 공감하고 있다고 느낀 계기가 됐어요.

Q4.

성공적인 기업 자원봉사 활동을 위한 팁이 있을까요?

처음으로 자원봉사 활동에 참여하는 기업이라면 조금 쉬운 것부터 접근하면 좋습니다. 너무 힘든 활동을 하면 지치더라고요. 의미는 있지만, 힘들지 않은 활동부터 권하세요. 봉사활동의 핵심은 지속성인데 먼저 흥미가 생겨야하잖아요. 재밌게 참여할 수 있는 부분을 찾아서 기획하고 참여를 독려하는 것이 좋습니다.

지역 밀착형 자원봉사로 신뢰 높인다

농어촌 안전망, 우리가 지킨다
함께 완성하는 우리 마을 축제

농어촌 안전망, 우리가 지킨다

지역 밀착형 자원봉사로 신뢰 높은 파트너십

“친구 집에 비하면, 우리집은 너무 누추해서 창피해요.”

지난 4월 중순, 한국공항공사 무안지사로 갑작스레 전화가 한 통 걸려왔다. 평소 무안군 위기가정 사례를 한국공항공사에 연결해온 무안군 자원봉사센터였다. 한 초등학생이 열악한 가정환경을 비판해 자살충동을 호소한 상황. 정신질환을 앓는 아이의 부모는 공장에서 최저생계비 정도의 수익을 겨우 벌고 있었다. 이에 한국공항공사 담당자와 센터의 사례담당자가 함께 아이의 집을 방문했다. 가구라곤 매트리스 하나에 사방에 널린 빨래 더미, 차마 사람이 사는 곳이라 믿을 수 없는 집이었다. 한창 사춘기인 아이에게 독립된 공간도 없었다. 이에 공사 봉사단은 5월부터 공부방 만들기 프로젝트 기획에 들어갔다. 임직원들이 출동해 직접 도배도 했다. 3일간 공들인 공사 끝에 아이는 아담한 자신의 공부방을 가질 수 있었다.

기업과 센터가 발벗고 나선 ‘지역 밀착형’ 봉사

지역 내 위기가정을 돕기 위한 공항공사와 무안군 센터의 자원봉사 협력은 올해로 10년째다. 공사는 2007년부터 전기·기계·통신·토목·건축 등 분야별 전문가로 구성된 ‘하늘로 봉사단’을 주축으로 월 3~4회씩 위기가정의 집수리 및 주거 환경 개선을 지속해왔다. 센터는 통합 사례 관리를 통해 매년 복지 사각지대에 있는 위기 가정을 지원해왔다.

본격적인 MOU를 맺은 2011년부터는 매년 약 40가구씩, 300가정 이상 연계했다. 천철주 한국공항공사 무안지사 담당자는 “무안 지역은 농어촌 가정이 대부분인데다 노후주택에 사는 독거어르신이 많아 누전으로 인한 화재도 자주 발생했다”며 “지역 사회 안전망을 구축해보자는 마음에서 ‘나눔으로 띄우는 행복한 세상’ 프로그램을 시작하게 됐다”고 말했다.

프로그램이 10년 동안 지속 가능했던 이유는 무엇일까. 공사와 센터는 입을 모아 “봉사단의 풍부한 전문 인적 자원을 활용한 덕분”이라 말했다. 실제 공사는 보일러 교체를 시작으로 공부방 만들기, 출입문 교체작업, 도배 장관 교체 등 전문 기술이 필요한 봉사활동을 꾸준히 해왔다. 손성만 무안군 자원봉사센터 담당자는 “기존에는 도배, 전기안전점검 등의 전문성이 있는 자원봉사자를 확보하기 어려워 지속적으로 봉사활동을 진행하지 못했다”며 “집수리 및 전기안전점검 등 전문가들로 구성된 풍부한 인적 자원이 있는 지역 공기업과 협업하기 위해 한국공항공사에 먼저 봉사 프로그램을 제안했다”고 말했다.



센터가 지역 내 도움이 필요한 사례를 직접 연결하는 ‘지역 밀착형 봉사’에 대한 기업 임직원들의 만족도가 높은 것도 한 몫 했다. 천철주 한국공항공사 무안지사 담당자는 “참여한 직원들이 거의 전문가 수준으로 도배를 하게 될 정도”라며 “전직원이 봉사 활동을 통해 지역 내 어려운 가정과 사회를 돌아보며 자신을 성찰하고 이웃의 소중함도 느낄 수 있어 매우 만족하고 있다”고 말했다. 손성만 센터 담당자도 “수요 조사 및 발굴로 지역민 중심의 애로사항을 해결하는 데 주안점을 두고 봉사활동을 실시했다”며 “봉사단원들과 즐겁고 의미있게 참여하는 봉사활동이라는 긍정적인 평가를 이끌어낼 수 있었다”고 덧붙였다.

협업 통해 선순환 구조 만들어

공사와 센터의 지속적인 협업은 일회성 재능봉사를 넘어 자원봉사의 선순환을 만들고 있다. 천철주 담당자는 “2012년부터 개인 자원봉사 실적이 1년동안 15시간을 초과하면 자신이 원하는 가정에 200만원을 지원할 수 있는 ‘도와주고 싶어요’ 프로그램을 운영 중”이라며

“회사가 이에 매칭그랜트로 기부금을 더해줘 자원봉사의 선순환이 일어난다”고 설명했다.



실제로 ‘도와주고 싶어요’ 프로그램을 통해 취약 계층 자녀들의 공부방 수리, 책장, 옷장 등 후원이 지속적으로 이뤄지고 있다. 손성만 센터 담당자는 “갑작스레 적잖은 예산이 들어갈 때나 도움의 손길이 필요해 어려움이 있을 때도 한국공항공사와의 협업을 통해 해결할 수 있었다”고 덧붙였다.

기업과 센터간 성공적 협업을 위한 팁은 무엇일까. 천철주 담당자는 “자원봉사에 대한 관심과 사랑이 더 필요하다고 본다”며 “평소에 센터와 자주 교류하고 정보를 주고받으면서 각종 지역 행사 등 주위에서 협업할 수 있는 좋은 기회를 찾아보는 것이 필요하다”고 말했다. 손성만 센터 담당자 역시 “기업 내 자원봉사 담당자와 연간 활동 계획 등을 상호 공유하는 등 돈독한 연대를 만들 필요가 있다”며 “인적·물적 자원을 가진 기업이 협력 파트너로 연계될 수 있는 기회를 자주 만들고 단체들과 연계할 수 있도록 자원봉사센터는 지원과 나눔, 안전망 구축 등이 필요하다”고 말했다.

**손성만 무안군 자원봉사센터 담당자 &
전철주 한국공항공사 무안지사 담당자의 TIP**

Q1. **기업과 함께 자원봉사를 기획하게 된 이유는 무엇인가요?**

복지 사각지대에 있는 위기가정을 위한 여러 봉사활동을 해오던 중, 지역 내에 노후된 주택이 많아 집수리 및 전기안전점검 등 전문 기술을 가진 자원봉사자가 필요했어요. 한국공항공사 무안지사는 기업의 특성상 각 분야별 전문가가 많은 탄탄한 인적 자원을 바탕으로 지역 주민의 니즈에 맞는 봉사활동을 지속적으로 실시할 필요가 있었죠. 지역 내 공기업과의 협업체제로 지속적인 맞춤형 봉사활동을 실시하고 행복한 지역사회 안전망을 구축하고자 공사에 해당 프로그램을 제안하게 됐습니다. **(손성만 센터 담당자)**

Q2. **지역에 필요한 프로그램을 기획하기 위해 어떤 준비를 했나요?**

지역사회 위기가정 통합 사례관리 담당자의 수요조사를 바탕으로 지역의 니즈를 발굴해냈어요. 특히 무안군은 노후주택에 어르신 혼자 살고 계신 경우가 많아서 전기 안전 사고 등 화재 위험에 무방비로 노출돼있는 상황이었죠. 이를 위해 민·관 협력협약을 체결해 기업과 함께 프로그램을 기획하고 기업이 보유하고 있는 인적 자원을 최대한 활용할 수 있도록 봉사 프로그램을 기획했습니다. **(손성만 센터 담당자)**

Q3. **기업과 자원봉사센터의 협력 중 기억에 남는 일은?**

무안군 H면 초등학교 6학년 아이 사례가 가장 기억에 남습니다. 센터에서 의뢰가 들어와서 사례 담당자와 함께 현장답사를 했는데, 차마 사람이 살 수 없을 정도로 열악했죠. 제가 초등학교 4학년 키우는 아빠인데, 이를

보고 가슴이 아파서 꼭 지원해줘야겠다는 생각이 들었습니다. 시설팀 차장님이 주도해서 센터와 의기투합해 공부방을 마련했는데, 아이가 엄청 좋아하더라고요. 나중엔 아이가 감사편지까지 보내왔는데 가슴이 너무 뿌듯했습니다.

2013년도에는 무안군 성내리로 집수리 봉사활동을 간 적이 있어요. 그곳도 어르신이 혼자 계시는데 거동이 불편하신 상태였고 집도 허물어지기 직전이었죠. 당시 무안군과 연합해서 ‘러브하우스 1호점’이란 이름으로 좋은 집을 마련해준 기억이 납니다. 2012년도에 하늘로 봉사단이 전라남도 자원봉사 우수기업도 선정되고, 무안군 다문화가정지원센터로부터 감사패도 받았던 것도 지역 사회에 끼친 좋은 임팩트를 확인했던 경험입니다.

(전철주 공사 담당자)

Q4. **월 3~4회씩 10년이나 지속할 수 있었던 비결은?**

무안군에서 3월부터 사례관리 대상자 선정에 들어갑니다. 이에 대상자 선정 전까지 위기가정 주거 환경 개선 봉사, 급식 봉사 등으로 대체하는 등 쉽없이 지속할 수 있는 방향을 모색했습니다. 센터와 공사가 서로에게 기대하는 만큼 이 일을 꾸준히 해야 한다는 신뢰와 믿음이 있고, 사내에서도 지사장님부터 전직원이 나눔 활동을 실천해야한다는 공감대가 있기에 가능했던 일입니다. **(전철주 공사 담당자)**

Q5. **기업과 자원봉사센터간 협력을 위한 팁이 있다면?**

인적·물적 자원을 가진 기업이 협력 파트너로 연계할 수 있는 기회를 자주 만들어주세요. 기업의 인력과 자원을 활용하면 지역사회의 사각지대에 많은 도움이 될 수 있는 재능기부 프로그램을 운영할 수 있습니다. 여러 단체들과 연계해 이들이 지역사회 일원으로 활동할 수 있도록 나눔, 안전망 구축, 지속적인 관계형성 등이 필요합니다. 또한 기업과 센터간 지역 주민들에게 꿈과 희망을 준다는 사회적 공감대가 형성되도록 하는 것이 중요합니다. 한국공항공사 무안지사의 경우, 전직원이 함께 봉사를 통한 지역 나눔에 기여한다는 봉사의식을 가졌기에 보람을 느끼며 지속적인 협력이 가능했습니다. **(손성만 센터 담당자)**

자원봉사로 함께 만드는 우리 마을 축제 보령시자원봉사센터와 기업간 파트너십 비결

매년 여름, 충남 보령시 대천해수욕장엔 수백만명의 인파가 몰린다. 보령시의 명물인 머드(진흙) 체험관(머드탕·마사지), 머드 슬라이드, 갯벌게임체험, 머드 키즈랜드를 비롯해 진흙을 활용한 각종 프로그램과 행사가 연이어 이어진다. 온몸에 머드팩을 한 시민들은 오랜만에 나선 가족 나들이에서 힐링을 얻는다. 지난해 약 400만명의 국내외 인파가 몰린 ‘보령머드축제’는 5년 연속 대한민국 축제콘텐츠 대상을 수상했다. 전세계인이 즐기는 축제의 장(場)을 위해 보이지 않는 곳에서 수고한 이들이 있었다. 무거운 진흙을 옮기고 관광객들의 편의를 높이는 기획 등으로 자원봉사를 한 수백명의 기업 임직원 자원봉사자들이었다.



기피대상 노력봉사, 기업이 나선다

“무거운 진흙을 운반하는 일이 워낙 고된지라 자원봉사자 모집이 너무 어려웠습니다. 임직원 봉사자들 아니었다면 축제가 무사히 마무리되기 힘들었을거예요.”

최은규 보령시자원봉사센터 담당자가 지난해 개최된 ‘제19회 보령머드축제’를 떠올리며

말했다. 머드축제가 열리면 온몸에 진흙을 묻히고 멀리 날아가는 ‘머드슬라이딩’을 비롯해 지속적으로 머드가 공급되어야 한다. 고된만큼 머드 공급 자원봉사는 기피대상이었다. 이에 지역을 위한 자원봉사 활동을 찾던 한전산업개발보령사업처 나누리사회봉사단과 한국중부발전(주) 보령화력본부 사회봉사단, 한전KPS보령사업처 한마음봉사단 100여명이 자원봉사를 자처했고, 무사히 머드축제를 성공리에 마칠 수 있었던 것. 최씨는 “우수한 기술력을 가진 임직원들 덕분에 국제적인 축제와 자원봉사활동을 매칭하는 의미있는 나눔의 장이 됐다”고 덧붙였다.

해당 기업 사회봉사단은 지역 주민들과 밀착형 봉사를 지속하고 있다. 한전KPS보령사업처 한마음봉사단과 보령시 시설관리공단 그린나래봉사단은 도서, 오지마을을 찾아 열악한 주거환경에서 거주하는 주민들을 위한 전기설비 수리 및 교체 등 자원봉사를 이어가고 있다. 기술력과 전문성을 갖춘 직원들인 만큼, 자신의 역량 및 재능을 지역의 어려운 이웃을 위해 나눌 수 있던 사실에 피드백도 만족도도 높다.

지자체, 기업, 학생, 복지회가 함께 도시를 변신시키다

보령시 명천 중앙길엔 2년 넘게 방치된 공사장이 있다. 밤만 되면 어둑어둑해진 길을 지나던 주민들로부터 지속적인 민원이 접수됐고, 도시 미관을 해치는 문제도 지속적으로 제기됐다. 지역 문제로 확산되려는 시점, 보령시자원봉사센터는 기업과 함께하는 자원봉사 프로그램으로 해결점을 만들어냈다. 한전산업개발 보령사업처 나누리사회봉사단은 지난해 5월 27일 중단된 가설올타리 외벽을 깨끗하게 청소하고 밑바탕 도색작업을 시작했다. 지역 화가로부터 재능기부를 받아 스케치를 하고, 보령시 건축허가과 직원들과 관내 고등학교 학생 수십명이 동참해 높이 2m, 길이 120m의 초대형 벽화를 그려나갔다. 지역 주민들도 뜻깊은 봉사에 하나 둘 동참하기 시작했다.

보령복지회에선 벽화를 그리는 날 새벽부터 무료급식 100인분을 준비해 배달해주고,



이미 밭그림 작업이 끝난 기업 자원봉사자들은 ‘자신의 그림이 어떻게 그려지는지 보러왔다’며 학생들에게 음료수 박스를 기부했다. 기업, 학생 자원봉사자, 보령시 건축허가과 직원 등이 하나가 되어 도시의 미관을 해치던 건축 현장을 변신시킨 것. 이렇게 그려진 벽화는 충청남도의 건축과 우수사례로 뽑혔다. 최씨는 “기업에겐 지역사회와 동반성장할 수 있는 기회가 제공되고, 수혜자에겐 평소 도움을 받지 못하던 부분을 해결할 수 있다”면서 “기업의 동참으로 지역사회와 주민들에게 긍정적인 영향을 줄 수 있단 점에서 자긍심을 느꼈다”고 했다.

기업 자원봉사 파트너십, 이렇게 해보세요

최은규 보령시자원봉사센터 담당자의 TIP

Q1.

**기업과 연계해 자원봉사를 진행한 이유가 있나요?
기업 자원봉사 프로그램 기획시 어떤 점을 고려했는지 궁금합니다.**

기업에 대한 지역사회의 기대가 증가하면서, 기업별로 대규모 자원봉사단을 별도로 조직하고 운영하고 있습니다. 이에 우수한 기술력을 가진 기업의 임직원들과 함께 지역에 꼭 필요한 활동을 함께하면 좋겠다고 생각했죠. 이에 저희 지역에선 30개 대표 기관 및 단체들이 네트워크를 구축해 기업과 친밀한 관계를 유지하고 자원봉사 정보 제공 및 자원봉사

활동을 지원하고 있었습니다. 사실 자원봉사자를 모집할 때 사람들이 관심이 없거나 기피하는 활동일 경우 난감할 때가 있습니다. 인적 자원이 없는 프로그램 자체를 할 수 없기 때문이죠. 특히 집수리나 전문적인 시공이 필요한 경우 기업에서 직접 나와 전기 설비 수리 및 교체를 해주니 주민들의 만족도도 올라갈 수 밖에 없죠. 이에 되도록 일회성 자원봉사보다는 자원봉사를 통해 나의 재능이 누군가에게 큰 행복으로 다가갈 수 있다는 점을 느낄 수 있도록 프로그램을 기획하려 합니다.

Q3.

기업과 함께 파트너십을 맺을 때 중요한 점은 무엇인가요?

우리나라 기업들도 그동안 이윤만을 추구하던 과거의 관행에서 벗어나 사회 속에서 함께 소통하고 참여하는 방향으로 성장하고 있습니다. 기업의 인적 자원과 기술력을 최대한 활용할 때 더욱 효과적인 사회공헌 활동이 되고, 자연스레 지역사회 발전을 촉진할 수 있다는 점을 꼭 기억했으면 좋겠습니다. 자원봉사센터에서는 이런 점을 분명히 알리고, 기업 차원의 자원봉사가 왜 필요한지 그 목적과 동기부여를 해야합니다. 또한 철저한 준비를 통해 성과를 높이고 기업의 참여도를 높일 수 있는 방법을 끊임없이 고민해야겠죠. 대다수 기업이 사회공헌에 있어서도 자체 평가를 하고 있기 때문에 자원봉사 협력시 기업 이미지 향상을 위한 홍보 전략을 가지고 있는 것도, 파트너 기업의 지속적인 사회공헌에 보탬이 될 수 있습니다.



03

이런 자원봉사 어때요?

자원봉사센터가 기업에 제안합니다

강남구자원봉사센터와 함께해요



다섯가지 건강잡곡 나눔
오재미

지역내 영양결핍이 우려되는 독거어르신 가정에 잡곡을 전달하는 자원봉사입니다. 어르신의 결식을 예방하고 건강한 식생활을 지원할 수 있죠. 자세한 프로그램 내용을 설명드릴게요. 쌀을 제외한 5가지 건강잡곡(보리, 수수 등)을 주머니에 담아 포장하고, 잡곡 이름과 섭취 및 건강 정보를 매달아 건강편지와 함께 상자를 제작합니다. 만들어진 잡곡 패키지는 지역내 수요기관을 연계해 소외 어르신에게 전달합니다. 테이블과 의자를 사용할 수 있는 장소가 있다면 어디서든 가능합니다.

문의 010-9900-7988 gangnamvc@daum.net 윤은지 사회복지사

김제시자원봉사센터와 함께해요



봉사와 여행이 함께하는
'해피통통' 볼런투어

'볼런티어(Volunterr)'와 투어(Tour)'를 결합한 것으로, 봉사와 여행이 결합된 개념입니다. 김제는 농촌 지역으로 일손이 많이 부족합니다. 김제 주변 관광 및 체험활동과 농촌 봉사활동을 결합한 볼런투어 프로그램을 마련했습니다. 어르신의 일손도 돕고, 여행도 하는 일석이조의 활동이죠. 여러분의 참여가 마을공동체를 복원하고 어르신들께 웃음을 드리게 됩니다.

문의 010-3672-0536 gimje1365@daum.net 고희연 팀장

대덕구자원봉사센터와 함께해요



사랑 愛 집수리

“

우리 주변엔 거주 환경이 열악해 어려움을 겪는 주민들이 많습니다. 도배·장판, 싱크대·화장실, 전기공사 등 전반적인 개보수 집수리가 시급한 기초생활수급자, 독거노인, 장애 가족 등 우리 지역 이웃들을 위해 매월 1가정씩 찾아가 재능기부를 해주실 기업 임직원 여러분을 기다립니다. 도배, 장판, 문 손잡이 교체 등 작은 생활 환경 개선만으로도 노후 주택의 위험요인을 제거, 지역사회 안전 생활이 보장됩니다.

”

문의 010-3695-2614 daeduk2014@hanmail.net 김숙경 교육코디

부산영도구자원봉사센터와 함께해요



흰여울마을 가드닝사업

“

흰여울 문화마을은 6.25 한국전쟁 피난처이자 마을 재생의 상징적 의미가 있는 곳입니다. 흰여울 문화마을 배경으로 자원봉사 여행에 동참해보시는 건 어떨까요? 기업, 자원봉사센터, 흰여울마을 공동체, 지자체가 함께 협력해 현장을 답사하고, 마을 골목길에 화단을 조성하는 프로그램입니다. 이후 기업, 자원봉사자, 마을공동체가 함께 지속적으로 화단을 가꾸며 지역을 돌보는 사후 활동도 하고요. 역사적 의미를 가진 작은 공동체 마을의 환경보존 자원봉사, 함께하고 싶지 않으신가요?

”

문의 010-6282-6398 1365yd@naver.com 강승미 팀장

부산금정구자원봉사센터와 함께해요



아름다운 금정 알리GO 행복지수 높이高

“ 부산 금정구의 도시 미관 개선 프로젝트에 함께 해보시겠어요? 금정구의 지역적 특성과 가치를 담은 디자인 벽화 자원봉사 프로그램을 기획했습니다. 목각 타일을 활용한 벽화 사업을 통해 우범 지역을 안전하게 바꾸고, 지역주민들의 만족도를 높일 수 있는 자원봉사 활동이죠. 지역주민, 공무원, 기업, 청소년 및 대학생 등 다양한 주체가 함께 지역 환경 개선을 하는 협력형 봉사입니다. 상시 모집 중이니 언제든지 참여하실 수 있습니다.

문의 010-4334-6193 gj2461@hanmail.net 김슬기 전산코디

충주시자원봉사센터와 함께해요



기업 자원봉사 릴레이 운동

“ 다양한 기업이 함께하는 자원봉사 릴레이 운동을 진행하고 있습니다. 관내 유관기관과 기업이 함께 충주의 전 지역에서 전문분야와 재능을 활용, 다양한 자원봉사 프로그램을 함께 만들고 있습니다. 원하는 자원봉사 활동 계획을 제출해주시면, 이를 취합해 적합한 일시·장소·방법 등을 센터가 함께 협의해 조정해드리고, 자원봉사 프로그램을 진행하게 됩니다. 복지, 문화, 체육, 환경, 보건의료, 재난재해, 새터민 및 다문화가정 지원 등 다양한 기업의 특성을 반영한 나눔 활동을 릴레이로 이어갈 수 있습니다. 지금 바로 신청하세요!

문의 010-3345-0919 cjvc1365@hanmail.net 임영애 운영대리

화성시자원봉사센터와 함께해요



희망으로 함께 그리는 우리동네

“ 벽화하면 무슨 이미지가 떠오르나요? 어둡고 황폐한 공간에 작은 그림 하나 그려두면 주위가 밝아지는 걸 느낄 수 있습니다. 또 벽화 덕분에 사람들이 잘 다니지 않는 소외된 지역이 지역 명물 관광지로 재탄생하기도 하는데요. 이에 화성시자원봉사센터는 기업과 마을이 공동으로 참여하는 우리동네 벽화 그리기 활동을 시행하고자 합니다. 기업은 그림을 그릴 자원봉사자와 벽화에 필요한 예산을 지원하고 지역 사회와 센터가 기획부터 실행까지 기업과 같이 합니다. 벽화가 단시간에 많은 변화를 이끌 수는 없지만 지역 사회를 결속시켜 네트워크의 장이자 희망의 광장이 될 수 있다고 믿습니다. 화성시자원봉사센터와 함께 지역에 희망의 바람을 불어 주시겠어요? ”

문의 010-8971-8868 hyunksi@hanmail.net 왕현 팀장

평창군자원봉사센터와 함께해요



Safety 평창, 안전 올림픽 만들기

“ 평창 동계올림픽이 채 1년도 남지 않았습니다. 세계각지에서 온 많은 이들이 평창으로 모이는 만큼 ‘안전’이 중요합니다. 이에 평창군자원봉사센터는 기업의 유휴자원과 지역의 인적자원을 활용해 신속하고 전문적인 대응 체계를 구축하려고 합니다. 쉽게 말해 재난재해가 발생하면 기업은 구조와 복구 등에 필요한 장비를 지원하고 관련 봉사자 인력을 제공하는 것이죠. 더불어 2018 평창 동계올림픽대회 및 동계패럴림픽대회가 열릴 때 출입로와 도로를 정비하는 작업에도 투입될 수 있습니다. 지역 특성에 맞는 자원봉사를 원한다면, 평창군자원봉사센터와 함께해주세요. 지역 안전은 물론 평창 동계올림픽의 성공적인 개최에도 큰 힘을 보탬 수 있답니다. ”

문의 010-3692-0329 nanum1365@hanmail.net 박희서 활동지원팀장

청도군자원봉사센터와 함께해요



외국인 근로자들을 위한 사랑의 자전거 나눔
Happy Together

“

외국인 근로자 대부분은 회사와 주거지가 떨어져 있어 생필품 구입 등 볼 일이 있어도 쉽사리 길을 나서기 쉽지 않다고 합니다. 버스를 30분 이상 기다리고 먼 거리를 걸어서 다니는 일이 많아 여가를 즐길 시간도 부족합니다. 이에 청도군자원봉사센터는 방치된 자전거를 재활용해 외국인 근로자들에게 전달하고자 합니다. 또한 강변 자전거 도로를 활용한 재생 자전거 무료 대여 서비스도 함께할 예정입니다. 임직원들은 자전거를 고치고 전달하는 봉사활동을 하게 됩니다. 외국인 근로자들이 지역사회에 다가올 수 있도록 함께해주세요.

”

문의 010-9785-2528 cdjb2477@hanmail.net 김진욱 팀장

양천구자원봉사센터와 함께해요



폐지줍는 어르신 형광 리어카 지원사업
희망실은 리어카

“

경제적인 어려움으로 폐지를 줍는 어르신들은 골목길을 자주 다니십니다. 그만큼 골목길에서 갑자기 나오는 차량과 자전거에 의해 사고를 당할 위험도 커지죠. 이에 양천구자원봉사센터는 어르신들의 골목길 사고 위험 감소를 위한 안전 리어카를 제작, 보급하려 합니다. 기업의 임직원들은 어두운 골목길 안전을 확보하기 위해 형광 페인트로 리어카를 도색하게 되는데요. 리어카 제작에는 6시간 정도 걸리며 한대 당 4명의 인원이 필요합니다. 여러분의 작은 관심과 도움이 어르신들의 고되고 위험한 삶에 큰 힘이 될 수 있습니다.

”

문의 010-8890-0968 ycvv@hanmail.net 최민정 주임

자원봉사센터가 전하는 기업 자원봉사 말말말 다시보는 기업 자원봉사 파트너십

지역 주민들로부터 사랑받고, 임직원들의 만족도도 높이는 자원봉사 없을까요?

매년 새롭고 재미있는 자원봉사 프로그램을 고민하고 계신가요?

전국의 245개 자원봉사센터 중에서 사회문제와 이슈별로 진행되고 있는 자원봉사 프로그램을 소개해드립니다. 기업과 자원봉사센터간 파트너십은 전국 곳곳에서 이뤄지고 있습니다.

폐교 위기에 놓인 작은 시골학교의 아이들과 함께합니다.

폐교 위기 작은 시골학교 아동 정서 지원사업
해피드림(Happy Dream)

“
경남 시골 지역엔 전교생이 19명인 학교가 있습니다. 젊은 세대들이 농촌을 떠나면서 학생들의 숫자가 계속 줄어들었죠. 남아있는 아이들이 꿈을 품고 다양한 경험을 할 수 있는 기회를 주고 싶었습니다. 방법을 찾던 끝에 아동의 자립에 관심을 가진 한화테크윈(주)과 힘을 모으게 됐습니다. 임직원 봉사자들과 함께 학교에 르네상스 벽화를 만들고, 아이들과 함께 별빛 관측소에서 별자리 탐험도 했습니다. 미니운동회를 열고, 간식파티도 진행했죠. 단순한 학습 멘토링을 탈피해 2박 3일간 다양한 공동체 활동도 경험하고요. 기업과 센터가 함께 학교 아이들을 위해 노력하는 모습에 지역 주민들도 움직이기 시작했습니다. 운동장에 ‘달빛 영화관’을 열어서 아이들과 주민들이 함께 영화를 보기도 하고, 우리 동네 마을지도를 만드는 ‘출동! 마을탐험대’ 프로그램도 진행했죠. 한화테크윈은 전체 사업비를 지원하고 임직원 및 가족봉사단이 함께 활동에 참여했어요. 경남 관내 소외지역의 학교 개발뿐 아니라 시군센터와 교류도 하고, 대학교와 연계한 연합활동도 진행했구요. 놀랍게도 이러한 활동이 입소문이 나서 학교 신입생이 늘었고 폐교위기에 벗어났습니다. 폐교 위기에 놓인 학교에 대한 지역사회의 관심도 늘었고요, 아이들이 우리 학교에 대한 소속감과 애정도 높아졌습니다. 파트너십을 통해 이뤄낸 뜻깊은 성과였습니다.

(경상남도자원봉사센터)

”

할매할배와 함께하는 1일 추억여행

소외된 어르신과 자원봉사자의
단체여행 프로젝트

“
우리 지역엔 정서적 고립감과 외로움을 느끼는 어르신들이 많습니다. 이분들에게 안정감과 행복감을 드리고 싶었어요. 고민하다보니 '자원봉사자와 어르신들이 함께 여행을 떠나면 어떨까?'라는 생각이 떠올랐습니다. 경상북도 곳곳에 매력적인 공간과 역사적 장소들을 함께 견학하면서 서로 인생 이야기도 나누고 힐링도 할 수 있는 프로젝트라 생각했죠. 이에 문화해설사를 통해 안동하회마을을 견학하고, 어르신들의 건강과 심신 안정을 위해 온천욕도 함께했죠. 어르신 3명당 1명의 자원봉사자가 함께 했어요. 120명이 함께 떠난 단체 여행이었죠. 경상북도개발송사는 실제 봉사에 참여했을뿐 아니라 프로그램 진행에 필요한 전반적인 예산을 지원해줬습니다. 1일 여행을 통해 서로간 연대의식도 생기고, 효를 실천할 수 있는 기회가 됐다는 피드백을 받았습니다. 어르신과 자원봉사자의 색다른 만남이었습니다. [\(경산시종합자원봉사센터\)](#)

”

10개 공기업이 함께 희망을 전합니다

공기업 연합 봉사활동
희망공기업과 함께해U

“
지역을 위한 사회공헌을 고민하는 공기업이 많습니다. 저희 대전 지역도 마찬가지고요. 평소 지역사회 소외계층을 위한 다양한 자원봉사 활동을 고민하던 10개 공기업이 한자리에 모였습니다. 코레일 대전충남본부, 공무원연금공단 대전지부, 한국자산관리공사 대전충남지역본부, 한국도로공사 대전충청본부, 근로복지공단 대전지역본부, 한국전력공사 대전충남본부, 한국조폐공사, 한국가스기술공사, 국민연금 대전지역본부, 한국에너지공단 대전충남지역본부 등 모두 대전의 대표적인 공기업입니다. 저희 센터는 지역 주민센터와 지역사회복지관의 협업을 통해 낙후된 지역을 선정하고, 어르신·아동·장애인 등 수혜자 중심의 분야별 프로그램을 실시했습니다. 각 공기업마다 임직원 10~15명씩 봉사 프로그램별로 역할 분담을 했고, 공기업만의 특화된 재능을 살린 봉사활동 프로그램을 기획해서 진행했습니다. 밀반찬 만들기, 어르신을 위한 공연, 장애아동 특별활동 보조, 효도키트 만들기, 캔들 만들기, 전기안전점검 등 각 기관과 주민들의 니즈에 따라 활동은 다양하게 구성됩니다. 기업별로 후원물품을 기부하기도 하고, 상하반기 정기적인 봉사활동을 별도로 추진하는 공기업도 나타났습니다. 다양한 기업이 함께 협력하다보니, 지속적인 소통이 이뤄져 중도 탈락도 예방되는 효과가 있더군요. 지역밀착형 사회공헌을 통해 주민도, 임직원도 만족도가 높습니다. [\(대전광역시자원봉사지원센터\)](#)

”

지역의 열악한 기관, 우리가 살립니다

LS엠트론과 함께하는 지역연계 사회공헌

“
군포시에 훌륭한 사회복지기관들이 많지만, 재정적 어려움을 겪는 곳들이 대부분입니다. 이에 저희 센터는 지역의 도움이 필요한 수혜기관을 조사해서, 해당 기관의 내용을 기업에 공유하기 시작했습니다. 좋은 뜻에 동참하고 싶다는 기업들로부터 연락을 받고, 사회공헌 담당자와 함께 직접 해당 기관을 방문했습니다. 어떤 도움이 필요한지 물어보고, 기업의 역량과 자원을 어떻게 활용하면 좋을지 함께 고민을 시작했죠. 이러한 과정을 통해 많은 사회복지기관들이 지역의 소외된 이웃들을 위한 다양한 사업을 확장하게 되었습니다. 미혼모 시설인 ‘새싹들의 집’에는 이용자들의 쾌적한 생활 환경을 위한 냉장고·TV·의자 등 생활필수품들이 지원됐고, 학교 밖 청소년과 저소득 청소년, 학업 중단 후 진로를 고민하는 청소년들을 위한 ‘인생나자작업장’에는 청소년들의 작업과 공부에 필요한 책상·테이블·복사지·재봉틀·빔 프로젝트 등이 전달됐습니다. 결혼 이주민을 위한 생활 상담, 한글교육, 문화체험 등을 진행하는 기관 ‘아시아의 창’에도 필요한 물품들이 지원됐습니다. 지역의 자생적인 NGO가 겪는 경제적 어려움을 지원해 이들 기관이 지역사회에 자리잡고 더 많은 이들에게 도움의 손길을 전할 수 있게 됐습니다. (군포시자원봉사센터)
”

1식 3찬 계절반찬

독거노인의 건강한 식생활 개선 프로젝트

“
혼자 사는 어르신들은 건강을 챙기기 어렵습니다. 대충 끼니를 때우거나 거르는 경우가 대부분이죠. 우리 지역의 어르신들의 건강한 식습관 개선을 돕고 싶었습니다. 그래서 계절 식재료를 활용한 3가지 반찬을 직접 조리하고 포장해 전달하는 자원봉사를 시작했죠. 이러한 뜻에 기업들도 동참하기 시작했습니다. CJ엠디원은 도시락을 제작해 지역내 어르신과 아동들에게 나눴고, 신세계조선호텔은 지역아동센터 아동들과 함께 음식을 만들었죠. 모두투어는 깻잎짬아찌, 제육볶음, 파래무침을 만들어 전달했고, CJ제일제당 바이오는 파김치, 버섯볶음 등 반찬을 만들었습니다. 마쉬코리아 역시 소불고기, 무쌈말이, 잡채를 만들어 전해드렸습니다. 계절반찬 나눔 활동을 하면서 어르신과의 소통도 늘었고, 외롭다 하시던 어르신들이 부쩍 웃음이 많아지셨어요. 입맛도 늘었다고 하시고요. 지속적으로 어르신들과 만나면서 어떤 어려움이 있으신지 알 수 있다보니, 보다 질 높은 자원봉사 프로그램 기획이 가능해졌습니다. 어르신들의 정신적, 육체적 건강을 높일 수 있는 것은 물론이고요. (서울중구자원봉사센터)
”

다함께 행복한 영등포 만들어요

주제별 월별 테마로 기업 임직원과 함께하는 방법

“
 저희 센터에서는 더 많은 기업 임직원들이 지역을 위한 다양한 활동을 할 수 있도록, 월별 테마 자원봉사 프로그램을 운영하고 있습니다. 동일한 일시에 신청을 하면 기업과 기업이 함께 협력하는 자원봉사 활동도 가능합니다. 지난 1년간 영등포를 위해 기업, 단체, 개인봉사자가 함께 프로그램을 기획하고 진행하는 ‘다행 프로젝트’를 운영했는데요. 반응이 참 좋습니다. 다양한 테마봉사 프로그램을 통해 자원봉사가 딱딱하지 않고 재미있다는 인식 개선 효과가 있었고, 많은 사람들이 동참하면서 프로그램도 확대되고 인적, 물적 자원의 기쁨도 마련됐습니다. 영등포내 기업들에게도 입소문이 나서 기업 사회공헌 활동도 확대됐습니다. 지금까지 수도권철도차량정비단, 코레일유통 경인본부, 한국전력공사 남서울본부, SC제일은행, 한강성심병원, 수도권철도차량정비단, 한국산업은행, 코스콤, 한국순환자원유통지원센터 등이 함께했습니다. 2017-2018년에도 테마별 자원봉사 프로그램은 계속됩니다. 함께 하고 싶은 기업, 단체, 개인 자원봉사자가 있다면 언제든지 연락주세요! (영등포자원봉사센터)
 ”

다함께 행복한 영등포 만들기 월별 테마 자원봉사

월	프로그램	세부내용	목표 봉사인원
2	다양한 설날 프로젝트	떡국 행사	80명
3	꽃밭으로 다행한 영등포	도림천 해바라기 꽃밭 조성	200명
4	봄꽃 축제	봄꽃축제 버스 운영	250명
5	밤섬을 부탁해	밤섬 유해물질제거 및 환경정화 활동	120명
6	장애인·비장애인이 함께 아름다운 동행	장애인 나들이 동행 (개인·기업·단체)	70명
7	다행한 셋강 프로젝트	생태교란식물 제거 활동	100명
9	다행한 추석 프로젝트	송편 행사	100명
10	다행 프로젝트 아이들이 다행한 영등포	아이들 문화체험 활동	60명
11	다행 프로젝트 김장으로 다행한 영등포	기업과 함께하는 김장행사	120명
12	다행 프로젝트 연탄으로 다행한 영등포	개인·기업과 함께하는 겨울철 지원 활동(난방)	150명

꿈쟁이들을 위한 무지개 담벼락 프로젝트

아동의 꿈 더하는 자원봉사

“
나를 둘러싼 환경의 작은 변화가 삶을 바꾸기도 합니다. 지역의 소외된 장애 아동을 위한 충분한 교육이 필요하다고 생각했어요. 마침 LS니꼬동제련이 임직원 자원봉사단을 꾸려서 의미있는 프로그램을 고민하고 있었어요. 장애아동 전담 어린이집, 사회복지기관의 미관을 개선하는 벽화를 그리거나 아동 대상 과학 상식과 환경 교육 기회를 제공하는 자원봉사를 하고 있습니다. 공공시설물, 우범지대, 쓰레기 불법투기 지역에 벽화를 그려서 마을의 분위기를 바꾸고 있죠. 저희 센터에서는 현장 답사를 통해 적절한 활동을 구상하고, 대학생 봉사단 예술벽화팀을 구성해 운영하고 있습니다. LS니꼬동제련은 사업비 지원과 사후 관리를 책임집니다. 장애 아동에 대한 심리, 정서적 안정을 도모함은 물론 장애인과 노인 세대에 대한 삶의 활력을 불어일으킨다는 피드백도 받고 있어요. 깨끗하고 아름다운 도시 이미지를 기업과 자원봉사센터, 그리고 청년들이 함께 만들어가고 있습니다.

(울산광역시자원봉사센터)

”

우리 이웃 보듬는 자원봉사

한국가스안전공사 부산지역본부 소금사랑봉사단 활동

“
지역사회 공헌에 관심이 많은 공기업과 다양한 자원봉사 활동을 기획했습니다. 한국가스안전공사 부산지역본부에서 소금사랑봉사단을 운영하고 있었어요. 지역 주민들과 임직원들이 함께 만나 친밀감도 높이고 지역에 필요한 도움도 나누고요. 독거노인, 소년소녀가장, 장애인, 다문화 가정 등 저소득층의 불량시설을 개선하고 헌옷·모자·가방 등 재활용 물품을 나눔장터에 기증하기도 했어요. 한술보급자리실버휴, 나사함발달장애시설, 새빛기독교보육원, 문현지역아동센터 등과 연계해 웃음치료 레크레이션 활동이라든가 다양한 후원 활동도 이어갔고요. 설날과 추석엔 명절맞이 사랑의 쌀 기증 행사도 열었습니다. 자원봉사를 하기 전엔 기초교육을 실시하고, 시설 개선 저소득층 대상자, 재활용품 기증처, 쌀 기증 대상자를 연계했습니다. 꾸준한 자원봉사 활동의 진정성을 인정받아 한국가스안전공사 부산지역본부가 제17회 자원봉사대축제 부산시센터 봉사상을 수상했습니다. (부산남구자원봉사센터)

”

평일에도 즐기는 자원봉사

현대자동차 평일 봉사단 이야기

“ 현대자동차 직원 분들은 주간 연속 2교대로 근무하다보니 여가시간을 제대로 활용할 수 있는 방안을 찾고 싶어하셨습니다. 이에 저희와 함께 전문 자원봉사자 양성을 통한 재능나눔 활동으로 연계해드립니다. 현대자동차는 참가직원을 모집하고, 사업비와 봉사단 운영을 지원했습니다. 임원 간담회를 통해 지원사항도 협의하고요. 전담인력의 인건비도 지원했습니다. 저희 센터는 전문 교육, 보수교육, 37개 봉사단 활동을 연계하고 실적 관리를 했고요. 이렇게 자원봉사 전문화 교육만 총 507회, 1년간 1만8명이 참여했습니다. 전문봉사단 및 재능나눔 봉사단은 매월 1회 이상 정기 봉사활동을 하고 있습니다. 10개 분야 37개팀 605명으로 구성되었는데 지금까지 총 682회, 1년간 1만600명이 참여했습니다. 지역의 공익행사가 있을때 홍보 및 체험활동 부스를 운영하는 등 재능나눔 활동을 하고, 대학생 봉사단과 아동 및 청소년 전문화 교육 지도도 하고요. 평일 낮시간 간편하면서도 재미있는 자원봉사 활동이 가능해 임직원들의 만족도가 높습니다. 또한 교육을 통해 꾸준히 재능나눔 봉사자를 육성하다보니 자기계발을 통한 동기부여가 높아지는 것을 느꼈습니다. 전문성과 지속성을 높이는 방법으로 추천합니다. (울산광역시자원봉사센터)

”

기차여행으로 희망 쌓아요

저소득층 아동과 함께하는 기차여행

“

사회복지시설에서 생활하고 있는 아이들 중엔 여행을 가보지 못한 아이들이 많아요. 여행 경비라든가 여행 계획을 세울 만큼의 여유가 되지 않았는데, 오송고속철도전기사무소에서 함께해주셨어요. 사회복지시설 아동들의 1일 이모와 삼촌이 돼주셨죠. 오송역에서 영월역까지 영월 지역 문화 탐방 및 체험활동을 진행했습니다. 장릉, 생태공원, 곤충 박물관, 탄광문화촌을 탐방하고 선돌전망대, 당나귀 타는 마을도 체험했죠. 오송 고속철도전기사무소는 기차를 무상으로 이용할 수 있도록 지원하고, 체험비용과 식대 등도 함께 지원해주셨어요. 아동 4명당 봉사자 1명씩 배정했고요. 기업 사회공헌 참여 덕분에 아이들에게 꼭 필요한 자원봉사 프로그램을 기획할 수 있어서 참 뜻깊은 경험이었습니다.

(청주시자원봉사센터)

”

청년봉사단과 지역문제 해결해요

하이트진로 참이슬 청년봉사단 운영

“

2010년 1월부터 하이트진로와 함께 대학생 봉사단을 운영하고 있습니다. 저희 센터가 봉사단 발대식, 교육을 진행하고 봉사활동 실적을 관리하고 프로그램을 지원하는 등 내실있는 봉사단 운영을 지원하고 있습니다. 청년봉사단은 다문화가정 사회적응 지원, 저소득층 자녀 학습지도, 복지시설 노력봉사, 지역행사 및 이벤트 참여 등 지역 곳곳에서 다양한 역할을 하고 있습니다. 청년봉사단을 통한 기업의 이미지 제고와 올바른 사회공헌의 방향성을 제시하고 있습니다. (광주광역시자원봉사센터)

”

기업 자원봉사 A TO Z vol.2

발행 2017년 9월
엮은이 조선일보 더나은미래·한국중앙자원봉사센터
발행처 한국중앙자원봉사센터
주소 서울시 종로구 새문안로 92 광화문 오피시아 빌딩 4층 406호
인쇄 필커뮤니케이션