

아름다운재단

〈공익과 대안〉 배분사업 개편계획

- 변화의 시나리오 사업통합



1장 <개편과 통합>

1. 개편의 배경

- ▶ 시점 : 2011년은 배분사업의 발전적 전환기
→ 아름다운재단 배분사업 10주년을 맞아, 재단의 비전에 걸맞는 보다 발전된 형태와 내용의 배분사업 개편이 요구됩니다.

- ▶ 주체 : 시대에 맞는 새로운 사업의 시도가 가능한 재단
→ 아름다운재단은 시민사회에 새로운 영감을 제공하고 파일럿의 역할을 수행하는 등 새로운 배분사업을 시도할 수 있습니다.

- ▶ 필요성 ① : 사업의 효율성과 질을 제고
→ 아름다운재단은 사업개설 이후 큰 변동없이 다양한 내용의 프로젝트 중심 공모사업의 형태를 이어왔으나, 시간이 지남에 따라 이에 대한 평가와 개선에 대한 필요성이 제기됩니다.

- ▶ 필요성 ② : 사업의 차별성을 제고
→ 아름다운재단의 프로젝트와 가자재 지원 중심의 공모사업 형태는 이제 타 배분기관에서도 일반적으로 채용하고 있는 바, 또다른 차별성을 가진 배분사업의 도입이 필요합니다.

※ 아름다운재단 배분사업 10년의 평가

- 2004년부터 각 사업이 본격화되었으며 사회구조에 대한 근본적인 해결을 모색하며, 단체의 사업에서 활동가에 이르기까지 공익활동을 다각적으로 지원하는 시스템을 도입하였다(2010나눔가계부 p42).

2. 개편의 핵심개념

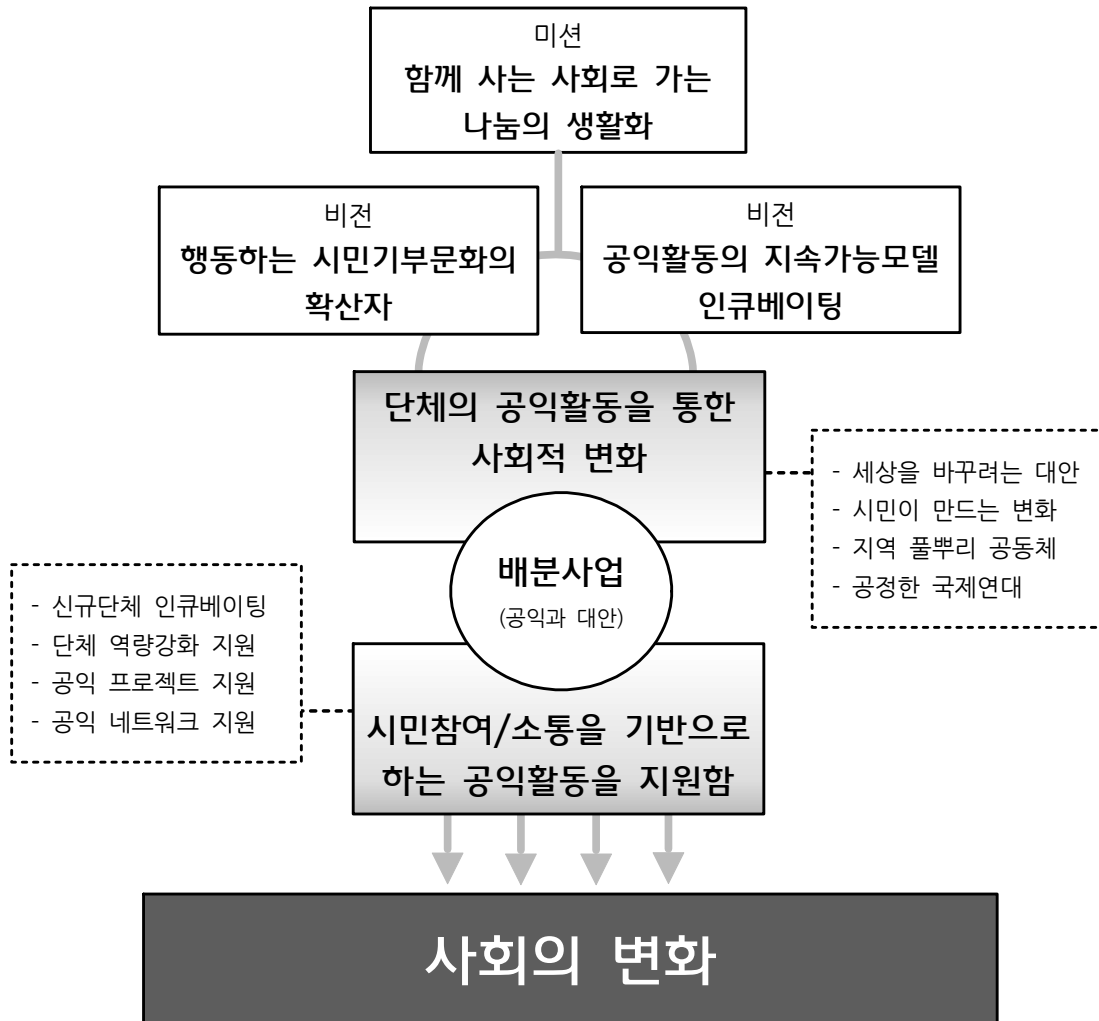


그림1. 재단의 미션과 배분사업 개편의 개념도

- ▶ 변화의 시나리오를 포함한 아름다운재단의 모든 배분사업은 더불어 사는 따뜻한 ‘사회 변화’를 목표로 합니다.
 - 재단 미션에 명시된 ‘함께 사는 사회’에 대한 배분사업 상의 정의는 ‘차별이 없고, 누구나 공익활동을 할 수 있으며, 그 공익활동의 가치가 널리 받아들여지는 사회’라고 할 수 있습니다.
- ▶ 아름다운재단의 배분사업이 지원하는 공익활동의 범위는, 반드시 시민참여와 소통을 기반으로 한 사업이어야 합니다.
 - 아름다운재단의 가장 중요한 기부자는 작지만 모여서 큰 힘이 되는 시민기부자입니다. 아름다운재단의 배분사업 역시 시민참여와 소통에 기반하는 것은 당연한 일입니다.

3. 개편의 방향

- ▶ 핵심브랜드 구축
 - 사업별로 다양한 명칭과 이미지를 <변화의 시나리오> 사업 하나로 통합하여, 배분사업의 핵심브랜드를 구축합니다.
- ▶ 단체의 활동에 기반한 재구성
 - <접수-선정-지원-보고>의 기존 프로세스를 <만들고-활동하고-평가하고>의 단체의 사업과 활동 사이클에 맞게 재구성합니다.
- ▶ 재단-단체 파트너십의 개념전환
 - 기존 <펀더-수행자>의 단편-수직적 관계에서, 아름다운재단이 단체의 <조력자/파트너/기획제공자>의 파트너십으로 전환합니다.
- ▶ 시대에 맞춘 시민(기부자) 소통의 매체개발
 - 새로운 시민참여형 매체와 이벤트를 통해 배분사업의 전반을 시민(기부자)와 소통합니다.

4. 핵심브랜드 구축(사업명 개편)

- ▶ <공익과 대안>의 영역명을 쓰지 않고, <변화의 시나리오>라는 통합된 사업명을 사용합니다.
 - 기존 <공익과 대안>의 13가지 사업에서 <변화의 시나리오>, <공익시상>의 2가지 사업으로 개편합니다.
- ▶ 각 사업명은 지원단체가 실제로 사업을 수행하는 연도로 구성됩니다.
 - 공모와 선정은 2011년이지만, 지원을 받은 단체가 실제로 수행하는 해의 연도를 사업명에 적습니다. (예 : 2012 변화의 시나리오)
- ▶ 각 부분사업명은 병기하여 사용합니다.
 - 예 : 2012 변화의 시나리오 인큐베이팅

5. 배분사업의 재구성



그림2. 개편된 배분사업의 구성

- ▶ **구축, 강화(만들고) : 공익활동을 위해 필요한 사전요소들을 지원합니다.**
 - 신규단체는 <변화의 시나리오-인큐베이팅>을 통해 설립 자체를 지원하고, 기존단체에게는 <인프라>, <스폰서>, <공익디자인>을 통해 활동 기자재, 행사비, 서비스 등을 지원합니다.
 - 활동가 개인에 대한 지원을 통해 단체의 역량을 보존 강화하고, 활동가 개인의 성장과 발전을 도와 보다 나은 공익활동을 만듭니다.

- ▶ **활동, 교육(활동하고) :** 공익활동을 직접 지원합니다.
 - 단순히 지원사업에 대해서만 파트너십을 형성하는 것이 아니라, 교육, 네트워크 제공 등 아름다운재단이 결합할 수 있는 다각적인 지원을 제공합니다.
 - <공익단체 사업보고 대회>를 지원단체와 관련 주제에 대한 단체와 시민들이 모여 상호발전적인 토론과 논의가 열리는 ‘장’으로 만듭니다.
- ▶ **평가, 보강(평가하고) :** 공익활동의 성과를 평가하고 발전을 제공합니다.
 - 사업의 목적에 기초한 성과측정을 수행사업 전반에 일관적으로 반영되도록 관련 서식과 양식을 개편하여, 측정된 성과가 단체의 성장으로 이어지도록 합니다.
 - 아름다운재단은 지난 수행사업의 평가가 우수한 단체에게 향후 심사에 가산점 부여하고, 저조한 단체는 다른 신청사업 심사에 감점을 적용하여 단체의 분발을 촉구합니다.

6. 재단-단체 파트너십

- ▶ **인큐베이팅의 조력자**
 - 지역과 사회분야에서 자생적으로 발생하는 이슈와 이에 따른 자발적 움직임이 공익단체 생성으로 이어지도록 인큐베이팅의 기회를 제공합니다.
 - 아름다운재단은 선정된 인큐베이팅 사업의 수행자(그룹)가 원활하게 인큐베이팅이 될 수 있도록 인적, 물적, 정보적 기재를 제공하고 연결(중개)해주는 조력자가 됩니다.
- ▶ **공익활동의 실재적 파트너**
 - 아름다운재단은 수행사업에서 시민(기부자)과의 연결고리를 담당하는 역할, 단체는 수행사업의 현장과 손발을 담당하는 역할로, 아름다운재단과 단체가 수행사업의 함께 만들어가는 파트너십을 구축합니다.
 - 아름다운재단의 수행사업 현장방문을 확대강화하고 단체가 사업신청, 수행, 평가의 과정에서 재단과 논의할 수 있는 장치와 기회를 충분히 제공합니다.
 - 단체의 인큐베이팅과 사업수행에서 필수적으로 요구되는 회계 및 기부자 서비스 등 아름다운재단이 가진 인프라를 단체에 제공합니다.

▶ 단체 성장(강화)의 기회제공자

- 수행사업의 성과측정과 그에 따른 [유인과 제재]를 실행하여 단체의 성장계기를 제공합니다.
- 아름다운재단의 다각적인 NGO역량강화 프로그램에 참여할 수 있는 정보와 기회를 제공하고, 이를 보다 확대 발전시킵니다.
- <공익단체 사업보고 대회>를 통해 단체의 시민사회와의 네트워크, 연대강화의 기회를 제공합니다.

7. 시민(기부자) 소통 매체

▶ 블로그

- 개편중인 아름다운재단 블로그에 단체의 사업수행 현장을 생생하게 소개합니다.
- 단체가 아름다운재단 블로그에 게재할 콘텐츠를 직접 생산하고 활용하도록, 오리엔테이션 단계에서부터 안내하고 권장합니다.

▶ SNS

- 단체의 수행하는 시시각각의 사업현장에 즉각적인 시민(기부자)의 참여와 관심이 필요할 때, 재단 SNS를 활용할 수 있는 방안을 개발합니다.
- 신청사업에 블로그와 SNS가 주요한 시민참여(소통)의 방법으로 도입되도록 사업공모 시에 안내합니다.

8. 사업통합

▶ 기존 13개 사업을 2개 사업 8부분사업으로 통합개편

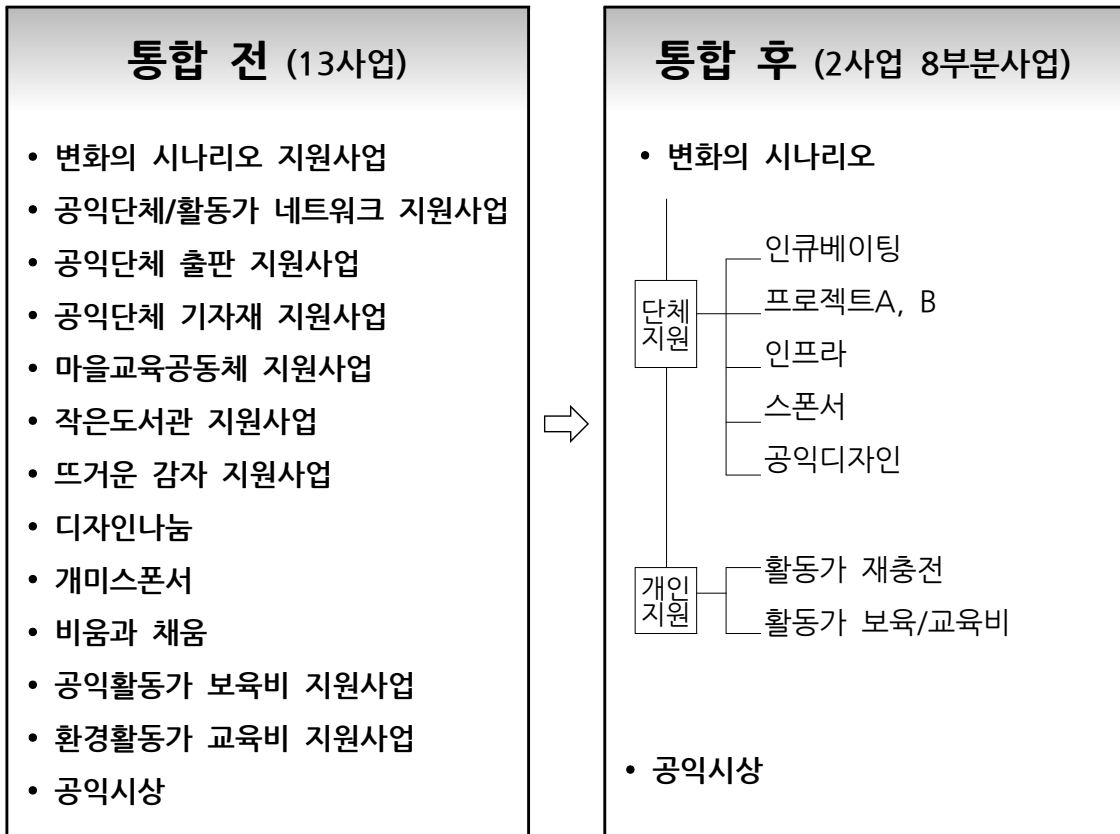


그림3. 사업목록 통합 전후 비교

▶ 통합으로 인한 문제점 보완

- 구체성 보완 : 사업의 하위에 구체적인 부분사업 체계를 구성됩니다.
- 유동성 보완 : 각 부분사업은 일정과 개요 등 사업내용을 분리운용이 가능합니다.

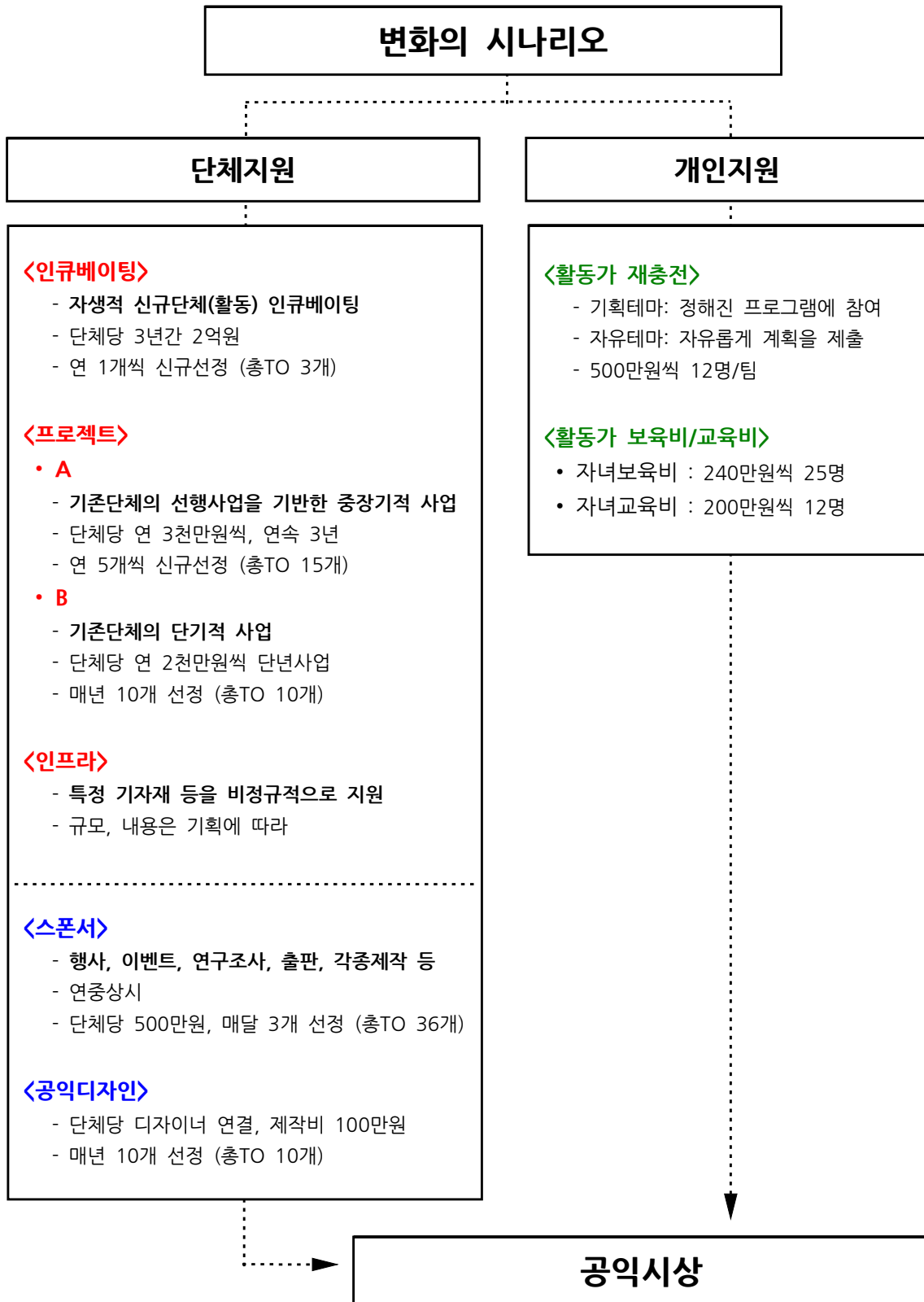


그림4. 변화의 시나리오 사업배치

2장 <부문사업>

1. 인큐베이팅

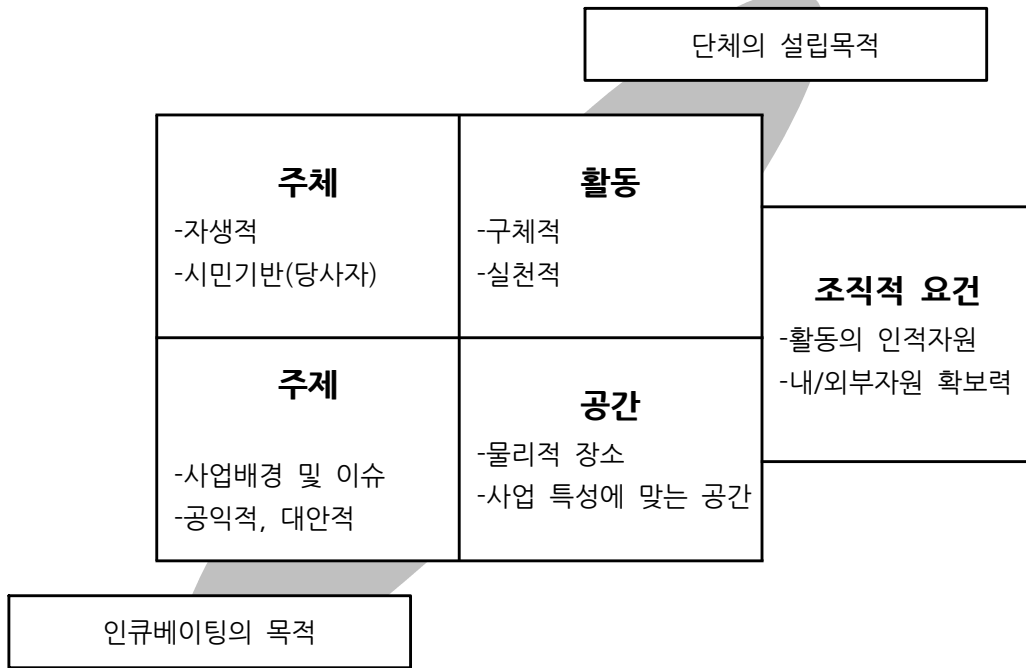


그림5. 인큐베이팅의 구성

• 주체(신청대상)

- 지역적 혹은 주제별로 자생적으로 나타난 요구를 바탕으로 신규단체(활동)를 인큐베이팅 하려는 개인이나 그룹이어야 합니다.
- 주체는 요구의 당사자이거나 관련자여야 합니다.
- 아름다운재단이 우리사회의 모든 인큐베이팅을 지원할 수는 없으므로, 본 사업의 취지와 아름다운재단의 지원 필요성이 있는 주체여야 합니다.
- 아름다운재단의 지원 이외의 다른 필요한 부분이 준비되거나, 준비될 수 있다고 판단되는 주체여야 합니다. (어느 정도의 역량이 있는 주체)

- 스스로 자원의 조달력이 충분하다고 판단되는 주체는 일반적으로는 제외됩니다. (역량이 충분하다고 보여지는 명망가 주도의 사례)

• **주제(이슈)**

- “왜 이 사업을 인큐베이팅 해야 하는가?”에 대한 답변이며, 이 주제가 왜 인큐베이팅으로 구현되어야 하는지에 대한 배경과 이유가 타당해야 합니다.

- 인큐베이팅의 의미와 가치가 사회적, 공익적으로 명확한 설득력을 가져야 합니다.

- 아름다운재단이 세상 모든 주제를 지원할 수는 없으므로, 주제가 본 사업의 지원으로 발전될 수 있는 적합한 것이어야 합니다.

• **활동**

- 인큐베이팅을 위한 추상적인 논의단계나 조사단계는 지원하지 않습니다.

- 근거있는 동력에 의한 구체적이고 실천적인 계획을 내용으로 해야 합니다.

• **공간**

- 반드시 물리적(부동산) 공간일 필요는 없으며, 특성에 따라 웹-온라인 혹은 불특정한 인적공간일 수 있습니다.

• **조직적 요건**

- 인큐베이팅과 이를 통해 설립될 단체의 활동을 위한 기본적인 인원이 확보되어 있어야 합니다.

- 인큐베이팅과 이를 통해 설립될 단체의 활동에 필요한 외부자원을 동원할 능력이나 준비가 되어 있어야 합니다.

- 향후 회원모집 등 조직을 강화할 수 있는 능력이나 준비(계획)가 마련되어야 합니다.

• **기타사항**

- 3년간의 인큐베이팅 계획을 제출해야 하며, 지원신청서에는 1년이 아니라 전체기간의 계획이 설득력 있게 담겨야 합니다.

- 전체사업의 목적, 사업별 목표, 성과지표에 대한 계획과 준비가 심사에서 중요시 됩니다.

- 3년 동안 매년말 평가회의를 거쳐 지원의 지속여부가 심사되며, 이 자리에서 수행주체는 그간의 사업성과를 발표해야 합니다.



그림6. 인큐베이팅 지원사업 프로세스

2. 프로젝트A

- 이미 설립되어 있는 단체여야 하며, 미등록단체와 네트워크/컨소시엄도 신청이 가능합니다.
- 신청하는 사업의 근거가 되는 선행사업이나 활동이 있어야 합니다.
- 3년 이내의 중장기적 프로젝트를 제출해야 하며, 지원신청서에는 1년이 아니라 전체기간의 계획이 설득력 있게 담겨야 합니다.
- 전체사업의 목적, 사업별 목표, 성과지표에 대한 계획과 준비가 심사에서 중요시 됩니다.
- 신청한 전체 사업기간 동안 매년 연속지원신청을 해야 하며, 사업수행이 부실하다고 판단될 경우 연속지원에서 탈락할 수 있습니다.

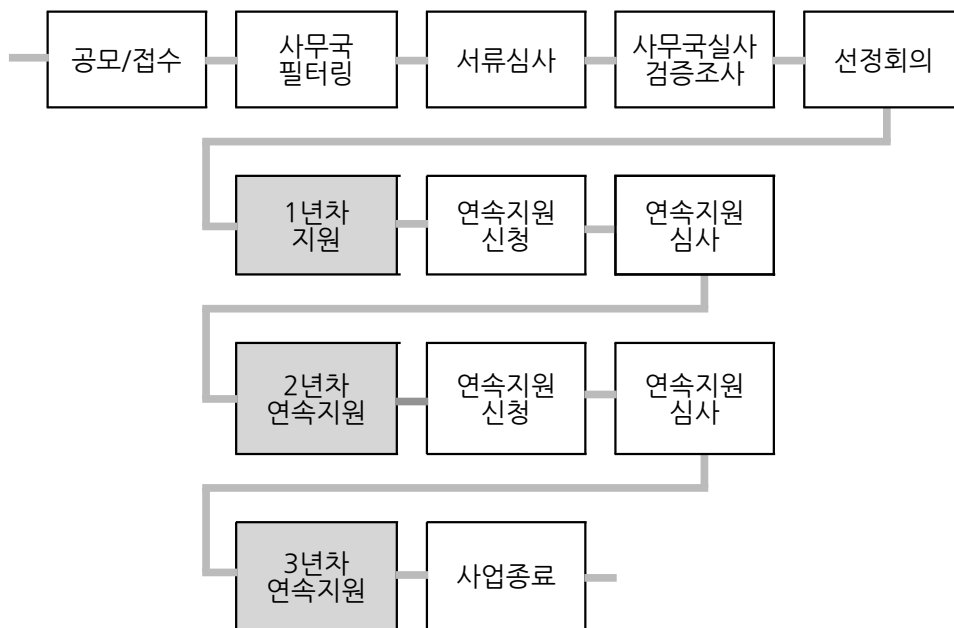


그림7. 프로젝트A 지원사업 프로세스

3. 프로젝트B

- 이미 설립되어 있는 단체여야 하며, 미등록단체와 네트워크/컨소시엄도 신청이 가능합니다.
- 전체사업의 목적, 사업별 목표, 성과지표에 대한 계획과 준비가 심사에서 중요시 됩니다.
- 프로젝트B를 선행사업으로 삼아 이후 프로젝트A에 신청할 수 있습니다.



그림8. 프로젝트B 지원사업 프로세스

4. 인프라

- 신청단체에 대한 검증, 신뢰성을 심사의 기준으로 합니다.
- 신청단체에 열악성보다는, 지원의 기대효과와 필요성을 심사의 기준으로 합니다.

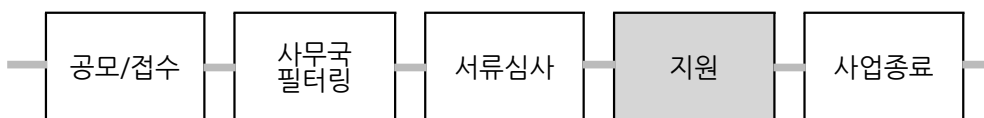


그림9. 인프라 지원사업 프로세스

5. 공익디자인

- 신청단체에 대한 검증, 신뢰성을 심사의 기준으로 합니다.
- 신청단체에 열악성보다는, 지원의 기대효과와 필요성을 심사의 기준으로 합니다.
- 지원받은 디자인을 어떻게 제작물로 만들 것인지가 중요한 심사기준입니다.



그림10. 공익디자인 지원사업 프로세스

- 디자이너 모집 : 한국디자인진흥원이 재능기부에 참여할 디자이너를 모집하여, 아름다운재단 사무국과 한국디자인진흥원이 적절한 결연을 배치합니다.

6. 스폰서

- 행사, 이벤트, 도서나 활동자재 구비, 출판, 제작, 교육사업, 연구사업 등 시의적이고 필요한 사업에 심사의 초점이 맞추어집니다.
- 거창하고 무거운 프로젝트보다는 명료하고 단순한 일정에 초점이 맞추어집니다.
- 사업내용과 예산의 현실성과 계획성이 중요한 심사요건입니다.

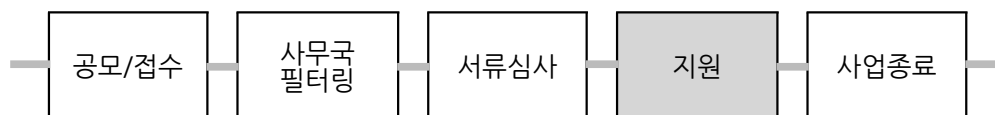


그림11. 스폰서 지원사업 프로세스

- 위의 프로세스로 매월 진행됩니다.

7. 활동가 재충전

- 활동가 개인의 활동 경력과 스토리와 더불어 활동가가 속한 단체의 사회적 역할과 의미가 중요합니다.
- 단순히 활동가의 노고와 피로를 해소하기 위한 것이 아니라, 이 사업 이후 보다 더 좋은 활동을 담보하기 위한 것에 사업의 취지가 있습니다.
- 자유주제의 경우, 활동에 관련한 교육에만 치중되어 있는 신청보다는 ‘재충전’에 충분한 비중이 마련된 것이 좋습니다.
- 선정된 계획은 예정대로 이행되어야 하며, 이에 대한 확신이 없는 신청은, 신청이 질과 별도로, 선정이 어렵습니다.

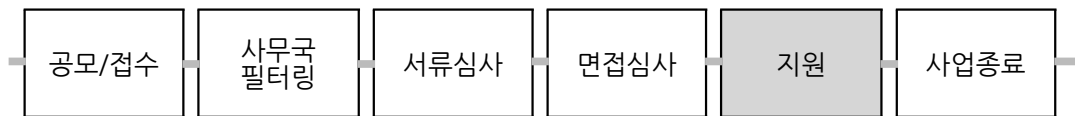


그림12. 활동가 재충전 지원사업 프로세스

8. 활동가 보육비/교육비

- 활동가 개인의 활동 경력과 스토리와 더불어 활동가가 속한 단체의 사회적 역할과 의미가 중요합니다.
- 활동가 보육비는 활동가 개인에게 지급되는 개념이 아니라, 소속단체를 통해 보육수당을 지급하는 형태로 진행됩니다.
- 활동가 교육비는 활동가 개인에게 지급됩니다.

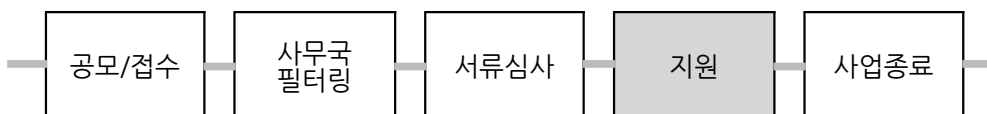


그림13. 활동가 보육비 지원사업 프로세스

3장 <사업진행>

1. 오리엔테이션/결과보고회

(1) 아름다운재단 공익단체 사업보고 대회(가제)

- ① 참가대상 : 인큐베이팅, 프로젝트A, B 선정/수행단체
- ② 참석대상 : 개방함
- ③ 일시 : 매년 2월
- ④ 내용
 - 사업선정/수행단체 대상 오리엔테이션
 - 사업선정단체의 사업계획 발표 및 토론
 - 사업수행단체의 사업성과 발표 및 토론
 - 기타 필요한 강연, 교육 및 프로그램
- ⑤ 특징
 - 단체의 사업수행을 돕고 소통력과 업무역량을 강화시킴
 - 단체 수행사업을 의미있는 모델로 시민사회에 보급함

(2) 공익디자인 디자이너-단체 오리엔테이션

- ① 참가 및 참석대상 : 공익디자인 선정단체, 재능기부 디자이너
- ② 일시 : 수행연도의 2월
- ③ 내용
 - 공익디자인 사업선정단체 대상 오리엔테이션
 - 단체와 디자이너 미팅 테이블
 - 기타 필요한 강연

(3) 활동가 재충전 오리엔테이션/결과발표회

- ① 참가 및 참석대상 : 선정자, 수행자
- ② 일시 : 선정연도의 12월
- ③ 내용
 - 신규 선정자 대상 오리엔테이션
 - 선정자 및 수행자의 신청사례 발표
 - 활동가를 위한 기타 필요한 프로그램

2. 성과측정/역량강화 중심의 서식양식

- ▶ 아름다운재단의 성과측정/역량강화 중심의 배분사업 기초를 단체의 신청/보고서식 양식에 반영하였습니다.
- ▶ 단체 각 신청사업에 대한 심사의 변별력을 높여 보다 좋은 사업이 선정되도록 합니다.
- ▶ 단체 수행사업의 질과 성과를 높이고, 의미있는 사업수행 모델을 시민사회에 보급합니다.

3. 심사/선정 기준

- ▶ 시민참여/소통에 기반한 사업으로서,
- ▶ 공정한 국제연대
- ▶ 지역/시민 자치
- ▶ 사회를 위한 소수자 운동
- ▶ 사회를 위한 문화/환경/대안 콘텐츠를 내용으로 할 것

4. 주요사업 예산책정 기준

O: 책정가능 X: 책정불가	사업비	운영비	시설투자비
인큐베이팅	<p style="text-align: center;">○</p> <p>- 연간 사업비는 총 지원금의 20%를 넘어야함</p>	<p style="text-align: center;">○</p> <p>- 연간 운영비는 총 지원금의 8%를 넘지 못함</p> <p>- 연간 담당자인건비는 총 지원금의 4%를 넘지 못함</p>	<p style="text-align: center;">○</p> <p>- 총 시설투자비는 총 지원금의 20%를 넘지 못함</p>
프로젝트A	<p style="text-align: center;">○</p> <p>- 연간 사업비는 연간 지원금의 80%를 넘어야함</p>	<p style="text-align: center;">○</p> <p>- 운영비는 담당자인건비만 구성함</p> <p>- 연간 담당자인건비는 연간 지원금의 20%를 넘지 못함</p>	<p style="text-align: center;">X</p>
프로젝트B	<p style="text-align: center;">○</p>	<p style="text-align: center;">X</p>	<p style="text-align: center;">X</p>
스폰서	<p style="text-align: center;">○</p>	<p style="text-align: center;">X</p>	<p style="text-align: center;">X</p>

그림14. 변화의 시나리오 신청시 예산책정 기준