

농촌 재능기부  
성과 분석 및 향후 발전 방안

**연구 담당**

김 정 섭 한국농촌경제연구원 연구위원  
전 애 라 한국농촌경제연구원 연구원

연구 총괄, 조사 및 분석, 집필  
조사 지원

# 제 출 문

## 한국농어촌공사 사장 귀하

이 보고서를 『농촌 재능기부 성과 분석 및 향후 발전 방안』  
연구의 최종 보고서로 제출합니다.

2014년 6월

한국농촌경제연구원    김 정 섭    연구위원  
   전 애 라    연구원



## 요 약

---

정부는 2005년 「자원봉사활동 기본법」을 제정한 이후 자원봉사 활동을 촉진하려는 지속적이고 다각적인 정책을 펼쳐왔다. 농촌이라고 해서 예외는 아니다. ‘1사1촌 농촌사랑 운동’이나 농업 및 농촌 유관 기관이 출연한 공익 법인들이 관련된 기부 및 자원봉사 활동이 예전부터 있었다. 최근에는 농촌 재능기부가 확산되고 있다. 이것은 농림축산식품부가 주도하는 가운데 한국농어촌공사가 스마일 재능뱅크를 운영하면서부터이다. 여기에 덧붙여 농촌 재능기부를 권장하는 캠페인과 자원봉사 부문 민간단체 및 농촌 지방자치단체가 참여하는 농촌 재능기부 공모사업 등도 추진해 왔다. 이 연구의 목적은 정부가 장려하는 농촌 재능기부 활동의 현황과 성과를 분석하고 그 활성화 방안을 모색하는 데 있다.

스마일 재능뱅크는 농촌 재능기부 희망자와 농촌 마을을 연결해 주는 인터넷 서비스로서 2013년 말에 5만여 명이 회원으로 가입해 있다. 3년 남짓한 짧은 시간에 스마일 재능뱅크 회원 수를 증가시킨 것을 성과로 꼽을 수 있다. 한편, 재능기부 활동을 요청하는 농촌 마을은 전국에 고루 분포하는데 농촌 재능기부에의 참여를 희망하는 시민들은 서울 및 수도권에 집중되어 있는 상태다. 장소의 불일치와 함께 스마일 재능뱅크의 운영 방식은 100종이 넘는 세분화된 농촌 재능기부 활동 분류에 따라 희망자와 요청자를 연결해 주기 때문에 실제로는 연결될 가능성이 낮다. 확률적으로 그럴 수밖에 없는 알고리즘인 것이다. 웹페이지에서 희망자-요청자 사이의 연결이 이루어져도, 그 다음 과정에 대해서는 스마일 재능뱅크의 개입이나 지원이 전혀 없다는 점 또한 농촌 재능기부 참여율을 높이지 못하는 요인으로 작용한다.

농촌 재능기부 공모사업은 농림축산식품부가 2012년부터 현재까지 추진해 오고 있는 지원사업이다. 각종 직능·사회봉사단체, 대학, 기업 등 민간부문의 여러 주체들이 농촌 재능기부 활동을 수행하는 것을 지원하는 데

목적은 두고 있다. 공모를 거쳐 선정된 농촌 재능기부 희망 단체 및 지방 자치단체가 준비한 활동 계획에 따라 재료비, 교통비, 숙박비 등 농촌 재능기부 활동에 소요되는 실제 경비의 일부분을 지원한다. 3년 동안 이 공모 사업을 시행하면서 예산이 조금씩 증액되었고, 농촌 지방자치단체의 참여도가 높아지고 있다. 특히, 농촌 지방자치단체가 주도하여 지역 내외의 민간단체를 조직하여 재능기부 활동을 추진하게 하는 ‘농촌 재능기부 지자체 공모사업’은 상당한 성과를 내면서 확장 가능성을 보여 주고 있다. 지역 내외 민간 부문의 인적·물적 자원을 참여시키는 데 효과적인 수단임을 보여 주고 있으며, 농촌에 실재하는 재능기부 활동 수요를 파악하는 데에도 적절한 사업 추진 방식이라 평가할 수 있다. 지방자치단체와 민간 부문의 각종 단체들이 농촌 재능기부 활동을 매개로 사회 연결망을 형성하게 되어 향후에도 농촌 재능기부 활동이 지속될 가능성을 높여주고 농촌 지역의 사회자본 증진에도 기여한다. 스마일 재능뱅크와 농촌 재능기부 공모사업, 두 축을 중심으로 전개되는 정부의 관련 정책 개입에 대한 분석을 토대로 다음과 같이 제안하였다.

스마일 재능뱅크 운영과 관련된 제언을 요약 열거하면 다음과 같다. 첫째, 가입 회원 수 증가에 초점을 두고 이루어져 온 목표 관리를 ‘희망자-요청자 연결 활성화’와 ‘농촌 재능기부 실천 활성화’로 변경할 필요가 있다. 둘째, 스마일 재능뱅크 홍보 활동을 서울 및 경기도 외의 지역에서 더 적극적으로 추진해야 한다. 셋째, 웹사이트의 인터페이스를 간결한 모습으로 대폭 수정할 필요가 있다. 넷째, 희망자-요청자 연결 알고리즘을 크게 수정하여 연결 가능성을 높여야 한다. 지나치게 세분화된 재능기부 활동 분야를 열거하고 있는 현행 방식을 고칠 필요가 있다. 다섯째, 웹사이트에서 희망자-요청자 연결이 이루어진 후 별도의 연락이나 개입 없이 희망자와 요청자의 자유로운 활동에 의해 다음 과정이 진행되는 현재의 메커니즘을 바꾸어야 한다. 연결이 이루어진 경우 희망자 및 요청자에게 오프라인상에서 적극적으로 알려야 한다. 여섯째, 스마일 재능뱅크에 등록된 희망자 및 요청자의 정보를 바탕으로 스마일 재능뱅크 운영진이 별도의 농촌 재능기부 프로그램을 기획하고 조직하고 실행하는 것이 바람직하다.

농촌 재능기부 공모사업과 관련된 제언을 열거하면 다음과 같다. 첫째, 지방자치단체를 대상으로 하는 공모사업을 확대 시행할 필요가 있다. 둘째, 현재까지 공모사업에 참여하는 지방자치단체들이 가급적 다양한 민간 부문 주체들을 조직(연결)할 것을 묵시적으로 유도해 왔고, 그것이 자원동원의 효과성 측면에서 성과를 이루어냈다. 이런 방식의 농촌 재능기부 지자체 공모사업 접근방법을 정립하고, 공모사업을 통해 농촌 지역 내 여러 민간 주체들이 지자체와 함께 네트워크를 형성하도록 촉진해야 한다. 셋째, 일반 및 지자체 공모사업의 실천 상황을 심층적으로 모니터링하고 농촌 재능기부 활성화 캠페인의 지식정보로 활용할 수 있어야 한다.

기왕에 정부가 개입하여 일으킨 농촌 재능기부 활동이 지속되고 확산되려면 공공 부문과 민간 부문의 적절한 역할 분담 및 협력 체계를 갖추는 것이 긴요한 과제다. 전문성과 헌신적인 태도를 지닌 활동가들이 참여하는 민간단체가 민간의 인적 자원을 조직하고 참여시키는 사업 추진의 구심점이 되는 것이 바람직하다. 공공 부문의 역할은 그러한 구심 조직을 재정적으로 그리고 제도적으로 지원하는 데 있다. 이와 관련하여, 몇 가지 향후 과제를 제시하였는데 다음과 같다.

첫째, 적절한 법률적 형식의 구심 조직을 결성해야 한다. 정부가 기획하고 주도하는 농촌 재능기부 관련 사업들을 수탁·대행할 법인화된 그 구심 조직이 일정한 가치 지향 아래에서 농촌 재능기부를 활성화하려는 다양한 사업들을 법인의 고유한 ‘목적 사업’으로 기획하여 수행하게 해야 한다. 둘째, 그런 구심 조직의 구조는 원칙적으로는 농촌 재능기부에 참여하는 민간 부문의 제 단체들이 상향식으로 조직한 연합체 성격을 갖는 것이 바람직하지만, 현재의 여건으로는 단기간에 그런 조직을 구성하는 것이 쉽지 않은 듯하다. 그러므로 장기적인 과제로 추진할 필요가 있다. 셋째, 농촌 재능기부 활동을 주도할 구심 조직은 현재 농림축산식품부가 주도하는 사업 외에도 다양한 사업을 개발하여 추진할 수 있어야 한다. 스마일 재능뱅크에 누적된 정보를 활용하여 별도의 농촌 재능기부 프로그램을 개발하고 실행할 수 있을 것이다. 민간 자원봉사 부문의 단체 및 농촌 지역사회 조직들과 협력 네트워크를 구축하여 현장에서의 수요를 적절히 식별하고 효

과적인 방식으로 농촌 재능기부 활동을 조직하는 데에도 노력을 기울여야 한다. 현재 농촌 재능기부 활동에 참여하는 주류는 개인이거나 자원봉사 부문의 조직들인데, 기업들이 사회공헌 활동 차원에서라도 적극적으로 결합할 수 있도록 사업을 기획할 필요도 있다. 그리고 농촌 재능기부 활동 개발·관리·조직에 있어 역량을 발휘할 수 있는 활동가 인력을 양성해야 한다.



# 차 례

---

## 제1장 서론

- 1. 연구의 배경 ..... 1
- 2. 연구 목적 ..... 5
- 3. 용어 정의와 연구의 범위 및 내용 ..... 6

## 제2장 관련 정책 동향

- 1. 자원봉사활동 기본법과 관련 제도 ..... 11
- 2. 농촌사회공헌인증제 ..... 23

## 제3장 국내외 참고 사례

- 1. 한국자원봉사협의회 재능나눔 사업 사례 ..... 25
- 2. 아름다운재단 운영 사례 ..... 28
- 3. 영국, Business in the Community ..... 33
- 4. 미국, Corporation for National and Community Service ..... 44
- 5. 시사점 ..... 47

## 제4장 스마일 재능뱅크와 공모사업

- 1. 스마일 재능뱅크 ..... 51
- 2. 농촌 재능기부 공모사업 ..... 84

## 제5장 농촌 재능기부 활동의 발전 방향과 과제

- 1. 농촌 재능기부 관련 정책의 성과와 평가 ..... 93
- 2. 발전 방향과 과제 ..... 98

부록1: 스마일 재능뱅크의 희망자-요청자 연결 가능성 집계표 .....	111
부록2: 농촌 재능기부 실태조사 설문지(희망자) .....	138
부록3: 농촌 재능기부 실태조사 설문지(요청자) .....	144
부록4: 스마일 재능뱅크 운영의 불만족 사항(희망자) .....	151
부록5: 스마일 재능뱅크 운영의 불만족 사항(요청자) .....	157
부록6: 농촌 재능기부 공모사업 선정 현황 .....	159
부록7: 스마일 재능뱅크의 배경이 된 농촌 재능기부 활동 사례 .....	164
부록8: 스마일 재능뱅크 운영의 발전 방향(희망자) .....	165
부록9: 스마일 재능뱅크 운영의 발전 방향(요청자) .....	181
참고 문헌 .....	185

## 표 차례

---

### 제2장

- 표 2-1. 「자원봉사활동 진흥을 위한 제1차 국가기본계획」의 정책과제 ..... 14
- 표 2-2. 「자원봉사활동 진흥을 위한 제2차 국가기본계획」의 정책과제 ..... 16
- 표 2-3. 한국자원봉사협회의 주요 사업 ..... 19
- 표 2-4. 한국자원봉사협회의 2010-2013년 재능나눔 사업 예산 구조 ..... 20

### 제3장

- 표 3-1. ‘퇴직자 재능나눔 문화조성 프로그램’ 목표와 주요 내용 ..... 26
- 표 3-2. ‘비영리단체-프로보노 연계사업’ 목표와 주요 내용 ..... 27
- 표 3-3. ‘재능나눔 프로그램 공모사업’ 목표와 주요 내용 ..... 28
- 표 3-4. 아름다운재단의 맞춤형 기금의 종류 ..... 31

### 제4장

- 표 4-1. 농촌 재능기부 개인 희망자 거주지 분포 ..... 57
- 표 4-2. 농촌 재능기부 단체 희망자 소재지 분포 ..... 58
- 표 4-3. 농촌 재능기부 개인 희망자의 활동 희망 지역 분포 ..... 58
- 표 4-4. 농촌 재능기부 요청 마을의 분포 ..... 58
- 표 4-5. 농촌 재능기부 활동 분류 ..... 60
- 표 4-6. ‘의료·교육·복지’ 분야 재능기부 활동 희망 및 요청  
빈도와 비율 ..... 63
- 표 4-7. ‘지역개발’ 분야 재능기부 활동 희망 및 요청  
빈도와 비율 ..... 64
- 표 4-8. ‘농림어업’ 분야 재능기부 활동 희망 및 요청  
빈도와 비율 ..... 64
- 표 4-9. ‘경영·마케팅’ 분야 재능기부 활동 희망 및 요청  
빈도와 비율 ..... 65

표 4-10. 스마일 재능뱅크 웹페이지에서 연결 가능한 희망자-요청마을 수 .....	66
표 4-11. 설문조사 응답자(농촌 재능기부 희망자) 특성 .....	68
표 4-12. 응답자들의 재능기부 실천 건수 .....	70
표 4-13. 스마일 재능뱅크의 재능기부활동 희망, 연결가능, 연결, 참여 건수 .....	71
표 4-14. 스마일 재능뱅크 가입 경로별 재능기부 경험자 수 .....	73
표 4-15. 성별 농촌 재능기부 경험자 수 .....	76
표 4-16. 연령대별 농촌 재능기부 경험자 수 .....	76
표 4-17. 학력 수준별 농촌 재능기부 경험자 수 .....	77
표 4-18. 거주지 행정구역 유형별 농촌 재능기부 경험자 수 .....	78
표 4-19. 활동 분야별 스마일 재능뱅크 재능기부 실행 빈도 .....	79
표 4-20. 재능기부 실행, 희망자 선호, 요청, 연결 가능 빈도의 지역분포 ...	79
표 4-21. 농촌 재능기부 참여 경험과 스마일 재능뱅크에 대한 평가 ...	81
표 4-22. 농촌 재능기부 참여 경험과 스마일 재능뱅크 추천 의사 ...	81
표 4-23. 농촌 재능기부 참여 경험과 재참여 의사 .....	82
표 4-24. 농촌 재능기부 공모사업 선정 현황 .....	85
표 4-25. 농촌 재능기부 일반 공모사업의 활동 분야 .....	86
표 4-26. 2014년도 농촌 재능기부 지자체 공모사업 주요 내용 .....	90

## 제5장

표 5-1. 농촌 재능기부 활성화를 위한 민간 구심 조직의 가능한 유형 .....	104
표 5-2. 농촌 재능기부 활성화 구심 조직의 유형별 특성 비교 .....	107

## 그림 차례

---

### 제1장

- 그림 1-1. 재능기부 및 관련 용어들의 개념적 위계 ..... 8

### 제3장

- 그림 3-1. 아름다운재단 조직도 ..... 29  
그림 3-2. 아름다운재단의 맞춤형 기금 만들기 프로세스 ..... 30  
그림 3-3. BITC의 ‘기업-학교 결연 사업’ 추진 절차 ..... 38

### 제4장

- 그림 4-1. 농촌 재능기부 개인 희망자 등록 추이 ..... 53  
그림 4-2. 농촌 재능기부 단체 희망자 등록 추이 ..... 54  
그림 4-3. 농촌 재능기부 요청 마을 등록 추이 ..... 55  
그림 4-4. 농촌 재능기부 활동 분야별 희망 및 요청 빈도 구성비 ..... 61



## 1. 연구의 배경

자원봉사(volunteering)는 ‘개인의 경제적, 물리적 이해관계를 떠나 순수히 이타주의적 또는 공공의 이익을 목적으로 이루어지는 시민 참여의 한 형태’(이성우·김정섭, 1998: 165)라 할 수 있다. ‘사회 자본(social capital)의 직접적 산출물로서 또는 사회 내에 존재하는 호혜성의 표현으로서 이해되며, 따라서 다양한 영역에서 중요한 서비스를 제공하는 활동이며 개인의 자기 이익과 공익 사이의 균형을 보여주는 행위’(Australian Bureau of Statistics, 2002: 18-19)로 이해되기도 한다. 영국이나 미국 같은 나라에서 자원봉사 활동은 일종의 ‘시민 참여(civic engagement)’<sup>1</sup>로 이해된다. 그래서 자원봉사 활동의 양과 질은 국가의 사회통합(social inclusion) 정책이라는 관점에서 일종의 지표로 기능하기도 한다.<sup>2</sup>

---

1 시민 참여(civic engagement 또는 civic participation)는 공공적 관심사를 식별하고 그것에 대응하려고 마련된 개인적·집합적 활동이라고 정의되어 왔다(American Psychological Association, 2012).

2 정부는 『자원봉사 활동 진흥을 위한 제2차 국가기본계획(2013~2017)』에서 시민들이 타인이나 정부에 대해 갖는 신뢰의 정도가 자원봉사 참여율과 상관관계가 있음을 밝히면서, OECD의 국가별 비교 자료를 인용하고 있다. 한국의 경우 자원봉사 참여율이 높지 않고, 결과적으로 타인이나 정부에 대한 신뢰도가 OECD 회원국 가운데에서도 매우 낮은 실정이다(대한민국 정부, 2013: 3).

재능기부는 여러 유형의 자원봉사 활동 가운데 제공자나 수혜자 모두의 필요를 더 효과적으로 충족시킬 수 있는 한 유형이다. 자원봉사 활동을 촉진하려는 목적에서 이루어진 2005년의 『자원봉사활동 기본법』<sup>3</sup> 제정 및 시행<sup>4</sup>, 그것에 따른 제1차 및 제2차 『자원봉사활동 진흥을 위한 국가기본계획』<sup>5</sup> 수립 및 실행 등 일련의 제도화 과정은 재능기부가 세간의 관심을 끌게 된 것과 무관하지 않은 것 같다. ‘제2차 자원봉사 기본계획’에서는 ‘자원봉사 문화와 참여’라는 정책 영역 안에서 사회 각 계층의 재능나눔 활동을 촉진할 것을 중요한 과제로 다루고 있다.<sup>6</sup> 그리고 전통적인 자원봉사 활동의 세분화와 특성화를 통해 최근 다양한 주체에 의한 재능나눔 자원봉사 활동이 활성화되고 있는 추세이다(배기효 외, 2012: 3). 다른 한편으로는, ‘사회 복지에 투입할 자원의 원천으로서 국가, 시장, 비공식 부문, 자원봉사 영역 등의 역할을 포괄적으로 강조하는 복지 다원주의(welfare pluralism)의 관점에서 기부문화를 확산해야 한다.’(이용규·송용찬, 2011:1)는 주장의 연장선상에서 재능기부가 부각되기도 한다.<sup>7</sup>

정부 실패(government failure)와 시장 실패(market failure)로 인해 발생하는 복지 사각지대 문제에 대응하려는 관심, 시민 참여를 증진하고 사회 통합을 도모하려는 관심, 민간 자원봉사 부문의 자원을 효과적으로 활용하려는 관심 등 재능기부를 언급하는 논자의 배경에 따라 결을 달리하는 여러 시선이 있을 수 있다. 어떤 관심사에 바탕을 둔 것이든 재능기부의 사회적 필요성은 점점 더 강조되고 있다. 정부의 정책 배려도 요청되고 있다. 그런데 재능기부 혹은 자원봉사의 영역은 시민의 자발적 참여와 무상의 증

3 이 보고서에서는 ‘자원봉사 기본법’이라고 줄여 부른다.

4 2006년 2월 5일부터 시행되었다.

5 이 보고서에서는 ‘자원봉사 기본계획’이라고 줄여 부른다.

6 대한민국 정부(2013: 20-21)를 참고.

7 이용규·송용찬(2011)은 다양한 형태의 기부 활동 가운데에서도 재능기부가 적극적 기부 의향을 가진 전문직 중산계층에게 정책적으로 권장할 만한 활동이라고 제언하였다.



여를 원칙으로 하는 것이기에 정부의 정책 개입은 섬세하고 사려 깊게 설계되어야 한다. 정부가 행정적·재정적 자원을 동원하여 직접 개입하는 것은 신중하게 판단해야 할 문제다. 따라서 제안되고 있는 정책 개입은 대체로 간접적 방식의 촉진책이거나 거버넌스(governance)에 관한 것들이다. 간접적 촉진책의 예로는 자원봉사 및 재능기부에 대한 인정 또는 사회적 보상을 제도화하는 것을 들 수 있다. 거버넌스 형성의 예로는 자원봉사 활동을 조율하고 참여 주체들이 연대하고 협력하도록 돕는 기구로서의 공익법인 설립을 들 수 있다.<sup>8</sup>

상술한 내용은 국가 수준에서의 자원봉사 부문에 관한 최근 논의 동향인데, 농촌이라고 해서 예외적인 상황에 있는 것은 아니다. 국가와 지방자치단체로 대표되는 공공 부문이 농촌에 개입하는 정책의 정당성을 ‘경제활동의 공간적 편중(지역 간, 도농 간)과 부문별 발전격차 확대를 낳는 시장기구의 역기능적 집중화 효과를 시정하는’(오현석, 1997: 431) 것에서 찾을 수 있다. 한국 농촌에서 시장 실패나 정부 실패는 드문 현상이 아니다. 자원봉사 부문에는 늘 시장 실패 및 정부 실패의 영역에서 발생하는 사회적 배제(social exclusion)를 완화하는 역할이 기대되었다. 그런 기대에 부응하려는 여러 활동들이 전개된 것도 사실이다.

기업과 농촌 마을이 자매결연하여 다양하게 교류하는 ‘1사1촌 농촌사랑운동’<sup>9</sup>, 농업 및 농촌 유관 기관이 출연한 공익 법인들이 수행하거나 지원

8 일례로, 박세경(2010)은 국가 수준에서 자원봉사 활동 활성화 사업을 효율적으로 추진하기 위한 공익재단법인을 설립하자고 제안한 바 있다.

9 도시와 농촌의 교류를 활성화하려는 취지로 2003년에 시작되었다. 이규천 외(2012)의 조사 분석 결과에 따르면, 1사1촌 운동을 계기로 이루어진 농촌 마을과 기업체의 자매결연은 2004년부터 2011년까지 8년 동안 무려 9,223쌍에 달했다. 같은 기간 동안 총 22만 3,185건의 교류 활동이 있었다. 그것을 통해 농촌 마을에 전달된 물품, 금전, 그리고 기업체 종사자들에게 판매된 농산물 규모를 금액으로 환산하면 8년 동안의 누적 합계가 약 3,771억 원에 이른다. 그밖에도 ‘일손 돕기’, ‘마을 생활환경 개선’ 같은 일반적 자원봉사 활동과 ‘마을 홍보’, ‘문화 활동’, ‘평생학습’, ‘법률·세부·금융 분야 상담’ 등 재능기부로 분류할 수

하는 기부 및 자원봉사 활동 등에서 농촌을 배경으로 하는 재능기부 활동의 일단(一端)을 엿볼 수 있다.<sup>10</sup> 그런데 농촌에서의 재능기부 활동이 본격화한 것은 정부(농림축산식품부)가 주도하는 가운데 한국농어촌공사가 ‘스마일재능뱅크’를 운영하면서부터이다. 2011년부터 현재까지 ‘함께하는 우리농촌운동’의 일환으로 재능기부 희망자와 농촌 마을을 연결하는 것, 즉 매칭(matching)을 주된 기능으로 하는 정보 시스템인 ‘스마일 재능뱅크’가 운영되었다. 여기에는 2013년 11월 19일 현재 4만 4,967회원이 가입해 있으며<sup>11</sup> 재능기부를 요청한 농촌 마을은 2,126개소에 달한다.<sup>12</sup> 이에 결부여서 정부는 국민의 농촌 재능기부 참여 확대를 위한 ‘농촌 재능기부 캠페인’과 ‘농촌 재능기부 공모사업’을 추진하였다. 농촌 재능기부 공모사업은 한국마사회의 특별적립금을 재원으로 하여 재능기부 단체에 실비<sup>13</sup>의 일부를 지원하는 방식으로 2012년에 처음 추진되었다. 2012년에는 38개 단체

---

있는 활동들이 다수 이루어졌다. 1사1촌 운동의 교류활동 내용 가운데 재능기부 성격에 가까운 활동이 차지하는 비율은 14.6%에 달했다(활동 빈도 기준, 2004년부터 2011년까지의 자료). 이 보고서는 1사1촌 운동에 참여한 기업체와 농촌 마을 주민 대표자를 대상으로 한 설문조사 결과를 토대로, 재능기부 활동으로 분류할 수 있는 교류 활동의 수요와 공급 가능성을 개략적이거나 파악하여 제시하고 있다(이규천 외, 2012: 46-56을 참고).

10 예를 들면, 2005년에 설립된 농어촌희망재단은 한국마사회의 특별적립금을 재원으로 하여 장학사업, 복지사업, 문화사업 등을 수행해 왔다. 그 가운데 재능기부 활동을 지원하는 사업이 일부 포함되어 있다. 2007년에 설립된 다솜동지복지재단은 한국농어촌공사 및 한국마사회 등의 공공기관, 정부, 각종 기관(단체) 및 개인 회원 등이 제공하는 재원으로 농어촌 취약계층 가구의 주거환경을 개선하는 사업을 펼치고 있다. 대학생 등 시민들의 자원봉사 활동과 건축분야 교수 및 전문가의 재능기부 활동을 결합시키고 있다. 그밖에도 농협중앙회가 후원하는 농협재단(2004년 설립) 등 여러 법인들이 재능기부 활동을 부분적으로 지원하고 있다.

11 2만 3,500명의 개인과 363개의 단체가 재능기부 연결을 대기하고 있다.

12 [www.smilebank.kr](http://www.smilebank.kr)(2013년 11월 18일 기준).

13 재료비, 교통비, 숙박비, 식비, 보험료 등 직접 소요 비용을 뜻한다.

및 기업체가 참여하여 257개 농촌 마을에서 재능기부 활동을 수행하였고, 2013년도에는 58개 단체가 526개 농촌 마을에서 활동하였다.

‘자원봉사 기본법’이 시행되고 ‘자원봉사 기본계획’이 수립되고, 한국자원봉사협의회가 민간 자원봉사 부문을 대표하는 법정 단체로 지정되는 등 일련의 제도화가 진행되는 와중에 농촌 재능기부 활동을 촉진하는 데 농림축산식품부가 적극적인 행보에 나선 것은, 자원봉사에 대한 범정부 차원의 제도 정비 및 정책 개입과 궤를 함께한 것이다. 농촌을 배경으로 하는 종래의 자원봉사 활동에 덧붙여 이루어진 농촌 재능기부 활동은, 아직은 초기 단계로서 상당 부분 정부가 주도한 것이라는 점을 간과할 수 없다. 그 같은 정책 개입은 단기간에 상당한 실적을 낳은 것으로 알려졌는데, 그 성과와 한계가 체계적으로 분석된 적은 없다. 자원봉사 활동이 시민 참여와 무상의 증여라는 원칙에 근거해야 한다는 규범적 입장을 지지한다면, 현재와 같은 농림축산식품부의 적극적인 개입이 장기적으로 지속되는 것은 바람직하지 않다. 그것을 고려할 때 민간 자원봉사 부문의 역량으로 농촌 재능기부 활동을 지속적으로 확대시킬 방안을 만들어야 한다는 점이 당면한 과제로 부각된다.

## 2. 연구 목적

이 연구의 목적은 정부가 장려하고 있는 농촌 재능기부 활동의 현황과 성과를 분석하고 그 활성화 방안을 모색하는 데 있다. 구체적으로는, 스마일 재능뱅크 운영 및 농촌 재능기부 공모사업 추진 실태를 분석하고 발전 방안을 제시하려 한다. 그리고 현재의 농촌 재능기부 확대 노력을 지속적으로 주도할 구심 조직의 윤곽과 역할 등을 제안하려 한다. 이로써 농촌 재능기부 활동이 궁극적으로는 농촌 지역 공동체를 활성화하고 주민 삶의 질을 향상하는 데 기여가 되게 하려는 것이다.

### 3. 용어 정의와 연구의 범위 및 내용

#### 3.1. 용어 정의

재능기부라는 용어의 학술적 정의는 확립되어 있지 않다. 재능나눔, 전문 자원봉사, 기업의 사회공헌 활동, 프로 보노(pro bono)<sup>14</sup> 등 유사하거나 동일한 활동을 지시하는 여러 용어들이 있다. ‘개인이 갖고 있는 재능을 개인의 이익이나 기술 개발에만 사용하지 않고 이를 활용해 사회에 기여하는 새로운 기부 형태, 즉 개인이 가진 재능을 사회단체 또는 공공기관 등에 기부하여 사회에 공헌하는 것’이라고 정의되기도 한다.<sup>15</sup> 그 같은 개념 정의는 ‘자원봉사를 기부 행위의 일환으로 간주하는 개념적 틀 내에서 성립’ (배기효 외, 2012: 5)되는 것이다. 이 때 ‘기부는 현금이나 현물을 기부하는 유형적 기부와 시간, 재능, 기술을 제공하는 자원봉사 활동으로서의 무형적 기부로 구분되는데, 무형의 기부를 다시 단순 노동력을 제공하는 자원봉사와 재능이라는 특수한 활동을 통한 자원봉사로 나누어 재능기부를 넓은 의미의 자원봉사의 하위 범주에 위치’(박소현·김지애, 2011: 21)시킬 수 있다. 대체로, 단순 노동을 제공하는 자원봉사와는 다른 의미를 강조하려는 의도에서 전문 자원봉사, 프로 보노, 재능나눔 등의 용어들과 혼용되는 경향이 있다. 다음의 인용들에서 그런 경향을 짐작할 수 있다.

---

14 “미국변호사협회는 1993년 방침을 정해 소속 변호사들이 연간 50시간 이상 사회공헌 활동을 하도록 규정하고 있다. 변호사를 쓸 여건이 되지 않는 어려운 사람들을 위해 무료 변론이나 법률 상담 서비스를 해 주는 경우가 가장 많다. 이렇게 지식이나 기술을 활용해 사회공헌 활동을 하는 것을 프로 보노라고 한다. 여기에 공익이라는 말을 더해 라틴어로 ‘프로 보노 퍼블리코(pro bono publico)’라고 부른다.”(위키백과, <http://ko.wikipedia.org>, 2013년 11월 18일.)

15 위키백과(<http://ko.wikipedia.org>), 2013년 11월 18일.

재능기부가 봉사 활동과 다른 점은 개인의 차이를 존중한다는 데 있다. 각자가 가진 재능을 사회에 환원한다는 점에서 의미가 있다. 기부를 받아야 할 대상이 다양한 만큼 기부할 수 있는 재능도 다양하다. 돈을 내는 금전 기부가 1회성이 대부분인데 비해 이런 재능기부는 각자의 전문성과 지식을 바탕으로 한 지속적인 기부 형태라는 점에서 한 단계 진화한 기부 모델이라는 평가를 받는다.

- 위키백과(<http://ko.wikipedia.org>), 2013년 11월 18일.

전문(직) 자원봉사는 전문자격을 가진 자가 그의 자격이나 기술을 통해 전문직 서비스를 제공하는 활동을 의미한다(배기효 외, 2007; 류기형 외, 2009). 분화된 사회에서 다양한 욕구를 가진 요보호대상자에 대한 사회복지서비스가 증가함에 따라 전문적 기술이나 지식을 소유한 자원봉사 활동이 필요하게 되었다. 전문(직) 자원봉사는 일반 자원봉사와 달리 전문직의 노블레스 오블리주 문화를 형성하는 활동이고, 전문적인 기술과 지식을 활용함으로써 사회복지 서비스의 질적 향상과 확대를 유도할 수 있는 활동이며, 사회복지기관의 효과성과 효율성을 높이는 활동으로 궁극적으로는 사회계층의 통합 활동이라 할 수 있다(박태영 외, 2008).

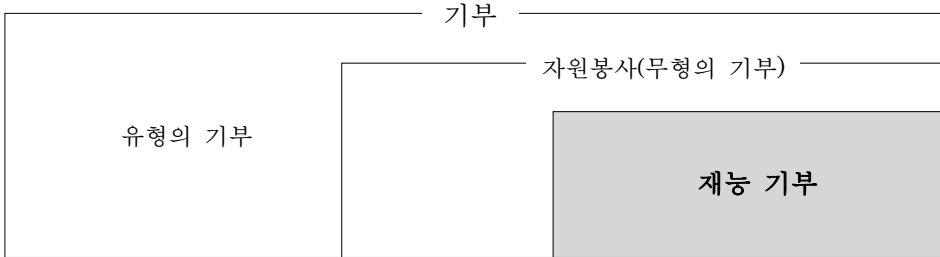
- 배기효 외(2012: 5).

프로 보노의 사전적 의미는 '사회, 공공의 목적을 위하여 스스로 직업을 통해 익힌 기술이나 지식을 제공하는 자원봉사 활동'이라 할 수 있다.

- 배기효 외(2012:4).

농촌 재능기부의 개념을 깔끔하게 정의하는 것이 쉽지는 않지만, 앞에서 인용한 여러 용례들을 고려하여 거칠게나마 도식화할 수 있다<그림 1-1>.

그림 1-1. 재능기부 및 관련 용어들의 개념적 위계



이 보고서에서는 ‘농촌 재능기부’를 ‘농촌 지역사회 및 그 구성원들의 욕구(needs)와 결부된 사회적·공공적 목적을 달성하기 위해 시민이 갖춘 기술, 지식, 전문성 등을 자발적으로 제공하는 자원봉사 활동’이라고 정의한다.

### 3.2. 주요 연구 범위 및 내용

농림축산식품부가 주도하는 것 외에도 민간 부문의 여러 단체들이 또는 개인들이 실천하는 농촌 재능기부 활동이 많다. 그러나 이 연구에서는 최근 수 년 동안 농림축산식품부가 직간접적으로 개입한 농촌 재능기부 활동만을 대상으로 삼는다. 그 가운데에서도 ‘함께하는 우리농어촌 운동’의 일환으로 전개된 일련의 활동들을 다룬다. 가령, 농촌사랑운동본부가 주도하는 ‘1사1촌 운동’에서도 내용상 상당한 부분의 재능기부 활동이 있었고 초기 과정에서 농림축산식품부의 주도적인 노력과 기여가 있었지만 이 연구에서는 다루지 않는다.

이 보고서는 ‘제1장 서론’을 포함하여 여섯 개의 장(章)으로 구성되어 있다. 제2장에서는 현재 한국 농촌에서 수행되는 재능기부 활동이 제도적으로 어떤 맥락에 놓여 있는 것인지를 살펴본다. 앞에서 언급한 것처럼, 자원봉사 활동에 대한 정책 관심이 커지고 일련의 제도화가 진행되었다. 그 내용을 고찰하면서 농촌 재능기부 활동을 정위(定位)하려 한다.

제3장에서는 국내외 사례를 살펴본다. 우리나라뿐만 아니라 영국, 미국 등 자원봉사 전통을 형성한 나라들의 관련 제도와 활동 사례를 고찰할 것이다. 영국과 미국에서는 자원봉사가 시민 참여의 일종으로 이해되므로, 정부가 그것을 촉진할 제도나 정책을 마련하는 것이 정당한 것으로 받아들여진다. 미국의 CNCS(Corporation for National and Community Service)를 개관하면서 자원봉사를 촉진하려는 국가 수준의 기구가 어떻게 조직되어 있는지를 일별한다. 한편, 영국의 BITC(Business in the Community)는 비영리법인으로서 기업의 사회공헌 활동을 효과적으로 조직한 사례이며 농촌에서도 흥미로운 재능기부 프로그램을 수행하고 있다. 그 내용을 소개한다.

제4장에서는 스마일 재능뱅크와 농촌 재능기부 공모사업을 검토하였다. 스마일 재능뱅크 시스템을 통해 농촌 재능기부에 참여하는 개인 및 단체의 특성이나 활동 분야<sup>16</sup>에 따라서 농촌 재능기부 활동이 수행되는 실태를 구체적으로 살펴본다. 농림축산식품부가 농촌 재능기부와 관련하여 역점을 두어 추진한 프로젝트인 스마일 재능뱅크의 그 성과와 한계를 짚어본다. 그리고 정부가 경비의 일부를 지원하는 농촌 재능기부 공모사업을 짧게 분석한다. 농촌 재능기부를 활성화하려는 제반 노력에 유의미하게 작용하는 조건이 무엇인지를 찾아내고, 향후의 활동에 시사점을 제공하려 한다.

제5장에서는 앞서의 논의를 종합하여 농촌 재능기부 활동의 발전 방향과 과제를 논할 것이다. 스마일 재능뱅크 및 농촌 재능기부 공모사업의 개선점과 농촌 재능기부의 영역에서 도전해야 할 과제를 제안할 것이다. 농촌 재능기부를 촉진하려는 여러 시도들은 각기 고립된 채로 수행될 것이 아니라 일정한 형식을 갖춘 조직을 바탕으로 수행되어야 할 것인데, 어떤 형식이 적합한지 그리고 그 협력 체계가 주로 수행해야 할 역할과 확보해야 할 자원은 어떤 것인지를 제안한다.

---

16 예컨대, 스마일재능뱅크 정보 시스템에서는 농촌 재능기부 활동 분야를 ‘지역 개발’, ‘경영·마케팅’, ‘의료·복지·교육’, ‘농림어업’ 등으로 분류하고 있다.





## 1. 자원봉사 활동 기본법과 관련 제도

### 1.1. 법률의 주요 내용

정부는 2005년 8월 4일 「자원봉사 활동 기본법」을 제정함으로써 자원봉사 부문에 대한 정책 개입의 제도적 토대를 갖추었다. 이 법률은 ‘국가와 지방자치단체가 자원봉사 활동의 진흥에 관한 시책을 마련하여 국민의 자원봉사 활동을 권장하고 지원해야 한다.’고 규정하고 있다(제4조). 그것을 뒷받침하려 법률에 명시한 주요한 제도적 장치로서 정책 심의 기구인 자원봉사진흥위원회, 자원봉사 활동 진흥에 관한 국가기본계획, 정부가 지원할 수 있는 조직으로서 한국자원봉사협의회 및 자원봉사센터 등을 들 수 있다.

자원봉사진흥위원회의 기본 기능은 ‘자원봉사 활동에 관한 주요 정책을 심의’(동법 제8조 제1항)하는 것이다. 이 위원회가 심의해야 할 사항들 또한 법률에 명시되어 있다.<sup>17</sup> 이 위원회와 그것을 뒷받침할 실무위원회의

---

17 동법 제8조 2항 이하에 열거된 자원봉사진흥위원회의 심의 사항들은 다음과 같다. ‘자원봉사 활동의 진흥을 위한 정책 방향의 설정 및 협력·조정’, ‘자원봉사 활동의 진흥을 위한 국가기본계획과 연도별 시행계획에 관한 사항’, ‘자원봉사 활동의 진흥을 위한 제도 개선에 관한 사항’, ‘그 밖에 자원봉사 활동의

## 12 관련 정책 동향

구성, 조직, 운영 등에 관한 세부 내용은 「자원봉사 활동 기본법 시행령」에 규정되어 있다(동시행령 제2조).<sup>18</sup>

「자원봉사활동의 진흥을 위한 국가기본계획」을 안전행정부장관의 책임 하에 5년마다 수립하게 되어 있다(동법 제9조 제1항). 이 계획에 포함되어야 할 사항은 ‘자원봉사 활동의 진흥에 관한 기본 방향’, ‘자원봉사 활동의 진흥에 관한 추진 일정’, ‘관계 중앙행정기관의 자원봉사 활동에 관한 추진 시책’, ‘자원봉사 활동의 진흥을 위하여 필요한 재원의 조달방법’, ‘그 밖에 자원봉사 활동의 진흥을 위하여 특히 필요하다고 인정되는 사항’ 등으로 정해져 있다(동법 제9조 제2항). ‘제1차 자원봉사 기본계획’에 이어, 지금은 ‘제2차 자원봉사 기본계획(2013~2017)’이 시행되고 있다.

자원봉사 활동을 촉진할 조직 수단으로서 국가 및 지방자치단체가 행정적 지원을 할 수 있게 했으며(동법 제18조), 자원봉사센터를 설치할 수 있게 하고 있으며(동법 제19조),<sup>19</sup> 전국 단위의 조직 수단으로 한국자원봉사협의회를 설립할 수 있다고 규정하였다(동법 제17조). 특히, 지역의 자원봉사센터는 ‘제1차 자원봉사 기본계획’이 시행되는 기간에 활발하게 설립되어 운영되고 있는데, 그 조직 및 운영에 관한 세부 사항이 「자원봉사 활동 기본법 시행령」 제14조<sup>20</sup> 및 제15조<sup>21</sup>에 규정되어 있다. 광역 지방자치단

---

진흥에 필요한 사항’이다.

- 18 이 위원회는 위원장 1인과 부위원장 2인을 포함하여 30인 이내로 구성되는데, 기획재정부장관, 교육부장관, 법무부장관, 보건복지부장관, 여성가족부장관, 국무조정실장이 당연직 위원으로 참여하게 되어 있다. 그리고 국무총리가 위원장으로, 안전행정부장관과 민간위원 중에서 호선한 1인이 부위원장을 맡게 되어 있다.
- 19 자원봉사센터는 법인으로 운영하거나 국가기관 및 지방자치단체가 법인에 위탁하여 운영해야 하며 지방자치단체가 운영 경비를 지원할 수 있다.
- 20 자원봉사센터 장의 자격 요건은 다음과 같다(시행령 제14조 제1항): 1) 대학교의 자원봉사 관련 학과에서 조교수 이상의 직에 3년 이상 재직한 자, 2) 자원봉사단체·자원봉사센터 또는 사회복지기관·시설·학교·기업에서 자원봉사 관리업무에 5년 이상 종사한 자, 3) 5급 이상 퇴직공무원으로서 자원봉사업무 또는 사회복지업무에 3년 이상 종사한 자, 4) 국가 및 지방자치단체에 등록된 자

체 및 기초 지방자치단체 수준의 자원봉사센터가 수행하는 사업의 내용에 차이를 두고 있다. 광역 지방자치단체 수준의 자원봉사센터는 시·군·자치구 자원봉사센터 간의 정보 및 사업을 협력, 조정, 지원할 수 있게 하고 실제 자원봉사자를 조직하고 교육하고 배치하는 등의 활동은 기초 지방자치단체 수준에서 이루어지게 하였다.

## 1.2. 자원봉사 활동 진흥을 위한 국가기본계획

앞에 설명한 기본법에 따라 정부는 ‘제1차 자원봉사 기본계획’을 2007년에 수립하고 2008년부터 실행하였다. 자원봉사 부문 최초의 법정 계획이자 여러 중앙행정기관의 참여가 명시된 범정부 차원의 계획이었다. ‘제1차 자원봉사 기본계획’은 5대 정책영역, 13개 정책과제, 35개 세부 정책과제를 포함하고 있다<그림 2-1>. 각 세부 정책과제에 대하여 주관부처와 협조부처를 지정하였다. 이후, 2012년에 ‘제2차 자원봉사 기본계획’을 수립하는 과정에서 ‘제1차 자원봉사 기본계획’ 실행 결과에 대한 평가가 있었다.<sup>22</sup>

---

원봉사 관련 시민사회단체에서 임원으로 10년 이상 활동한 자.

- 21 특별시·광역시·도 자원봉사센터는 지역 내 자원봉사 활성화를 위하여 다음 각 호의 사업을 수행한다(시행령 제15조 제4항): 1) 특별시·광역시·도 지역의 기관·단체들과의 상시협력체계 구축, 2) 자원봉사 관리자 및 지도자의 교육훈련, 3) 자원봉사 프로그램의 개발 및 보급, 4) 자원봉사 조사 및 연구, 5) 자원봉사 정보자료실 운영, 6) 시·군·자치구 자원봉사센터 간의 정보 및 사업의 협력·조정·지원, 7) 그 밖에 특별시·광역시·도 지역의 자원봉사 진흥에 기여할 수 있는 사업. 시·군·자치구 자원봉사센터는 지역 내 자원봉사 활성화를 위하여 다음 각 호의 사업을 수행한다(시행령 제15조 제5항): 1) 시·군·자치구 지역의 기관·단체들과의 상시협력체계 구축, 2) 자원봉사자의 모집 및 교육·홍보, 3) 자원봉사 수요기관 및 단체에 자원봉사자 배치, 4) 자원봉사 프로그램의 개발·보급 및 시범운영, 5) 자원봉사 관련 정보의 수집 및 제공, 6) 그 밖에도 시·군·자치구 지역의 자원봉사 진흥에 기여할 수 있는 사업.

22 주성수 외(2012: 49-115)를 참고. 이하에 요약 소개한다.

14 관련 정책 동향

추진 실적 측면에서 살펴본다. ‘제1차 자원봉사 기본계획’에 포함된 세부 과제였지만 실행되지 않은 것으로 제3영역(관리 및 핵심인력 양성)에서 5개, 제4영역(연구기반 조성)에서 4개, 제2영역(지원 인프라 효율화 증진)에서 3개, 제1영역(가치 증진과 참여 촉진) 및 제5영역(국제교류 활성화)에서 각기 1개가 있었다.

표 2-1. 「자원봉사 활동 진흥을 위한 제1차 국가기본계획」의 정책과제

정책영역	정책과제	세부과제
제1영역 자원봉사 활동 가치 증진과 참여 촉진	1-1. 자원봉사 문화 확산	1-1-1. 자원봉사 범국민 홍보의 활성화
		1-1-2. 자원봉사 행사 지원 확대
	1-2. 자원봉사 평생교육 체계 확립 및 지원	1-2-1. 학교 교육체계의 자원봉사교육 확립 및 지원
		1-2-2. 청소년 자원봉사활동 및 참여 활성화
		1-2-3. 성인 자원봉사 교육 및 참여 활성화
	1-3. 바람직한 자원봉사 인정·보상 문화 및 제도 확립	1-3-1. 자원봉사 인정·보상 실태조사 및 모형 개발
1-3-2. 바람직한 인정·보상 문화의 확산		
제2영역 자원봉사 활동 지원 인프라의 효율화 증진	2-1. 법령 및 조례의 정비	2-1-1. 자원봉사 활동 기본법 개정
		2-1-2. 자원봉사 활동 관계 법령 및 조례의 정비
	2-2. 조직적 측면의 인프라 및 네트워크 활성화	2-2-1. 한국자원봉사협의회육성 지원
		2-2-2. 지역 자원봉사센터의 육성
		2-2-3. 가칭 전국자원봉사센터의 설립 추진
		2-2-4. 자원봉사 전문조직의 육성
		2-2-5. 풀뿌리 자원봉사 단체 및 네트워크 사업 지원
	2-3. 물적 인프라의 구축	2-3-1. 자원봉사 종합 정보시스템의 구축
		2-3-2. 자원봉사 진흥기금의 조성
		2-3-3. 자원봉사 회관 건립 추진

정책영역	정책과제	세부과제
제3영역 자원봉사 활동 관리 및 핵심 인력 양성	3-1. 자원봉사 활동 관리 체계 표준화	3-1-1. 자원봉사 활동 관리체계 현황 조사
		3-1-2. 자원봉사 활동 관리 표준 매뉴얼 제작 배포
	3-2. 자원봉사관리자 양성	3-2-1. 전문 자원봉사 관리자 자격과정 표준 모형 개발
		3-2-2. 전문 자원봉사 관리자 교육기관 인증제 도입
		3-2-3. 자원봉사 관리자 교육 및 훈련 프로그램 지원
	3-3. 자원봉사 리더 및 분야별 전문 자원 봉사자 육성	3-3-1. 자원봉사 리더 및 분야별 전문교육 매뉴얼 개발
3-3-2. 자원봉사 리더 교육 및 훈련 프로그램 지원		
제4영역 자원봉사 활동 연구 기반 조성	4-1. 자원봉사 활동 조사·연구	4-1-1. 전국적인 자원봉사 활동 실태조사
		4-1-2. 자원봉사센터 및 단체 운영 실태조사
		4-1-3. 자원봉사 연구 활동 지원
	4-2. 자원봉사 프로그램 개발	4-2-1. 부처별 자원봉사 특성화 프로그램 개발 및 지원
		4-2-2. 주체별·분야별 자원봉사 활동 표준매뉴얼 개발
		4-2-3. 한국형 국가자원봉사단 설립모형 연구
4-3. 자원봉사 평가체계 개발 및 평가 시행	4-3-1. 자원봉사센터 평가	
	4-3-2. 정부 자원봉사정책 추진 평가	
제5영역 자원봉사 활동 국제교류 활성화	5-1. 국제협력 및 교류 강화	5-1-1. 국제행사 개최 및 참가 지원
		5-1-2. 해외 봉사 사업 지원
		5-1-3. 해외 자원봉사 교류 협력

자료: 최일섭 외(2007: 223-224).

중앙정부 부처의 경우 행정안전부가 5개 정책영역 모두에서, 문화체육관광부는 4개 정책영역, 보건복지부는 3개 정책영역에서 사업을 수행했고 대부분의 부처는 1개의 정책영역에서 사업을 수행한 것으로 평가되었다.<sup>23</sup>

16 관련 정책 동향

그리고 정책영역과 관련하여 우리나라 자원봉사 부문의 현황과 문제점을 평가하기도 하였다. 그러한 평가에 기초하여 ‘제2차 자원봉사 기본계획’이 수립되었다.

‘제2차 자원봉사 기본계획’은 5대 정책 영역에서 14대 정책과제를 천명하고 있는데, 각 정책과제는 다시 35개의 세부 과제로 나뉘어 있다<표 2-2>. 그 가운데 농촌 재능기부와 관련하여 눈여겨보아야 할 것이 ‘직장인 자원봉사 재능나눔 활성화’, ‘지역사회 자원봉사 리더 육성’, ‘부처별·지역별 자원봉사 특성화 프로그램 개발’ 등의 세부 과제들이다. 농림축산식품부가 농촌 재능기부 활동을 활성화하려 정책을 추진하는 것은 국가적 정책 방향과도 궤선을 같이한다. 그 동안 여러 방면으로 노력한 정책들은 우선 ‘직장인 자원봉사 재능나눔 활성화’를 목표로 한 것이었다고 볼 수 있다. 특히, 최근의 ‘농촌 재능기부 지방자치단체 공모사업’은 ‘지역사회 자원봉사 리더 육성’과 ‘부처별·지역별 자원봉사 특성화 프로그램 개발’이라는 세부 과제와 관련이 있다.

표 2-2. 「자원봉사 활동 진흥을 위한 제2차 국가기본계획」의 정책과제

정책영역	정책과제	세부과제
제1영역 자원봉사 문화와 참여	1-1. 자원봉사문화의 정 립과 확산	1-1-1. 자원봉사의 개념정의 통일
		1-1-2. 자원봉사의 자발성과 무급성 가치증진
		1-1-3. 자원봉사의 개방성과 소외층 참여증진
		1-1-4. 자원봉사 홍보와 캠페인
	1-2. 정부-기업-시민사회 파트너십	1-2-1. 시도 평생교육 자원봉사대학 운영
		1-2-2. 자원봉사 행사와 축제 지원
	1-3. 생애주기별 자원봉사 참여 확대	1-3-1. 학생 자원봉사 활성화
		1-3-2. 직장인 자원봉사와 재능나눔 활성화
		1-3-3. 은퇴자 및 노인 자원봉사 활성화

23 이 같은 정책영역별·부처별 정책과제 수행 평가에서 당시의 농림수산물부는 등장하지 않는다. ‘제1차 자원봉사 기본계획’의 정책과제 가운데 주관 부처로 지정된 것이 없고, 예산사업을 통해 참여한 바 없기 때문인 것 같다.

정책영역	정책과제	세부과제
제2영역 자원봉사 지원 인프라	2-1. 제도 및 정책 정비	2-1-1. 기본법령 개정 및 관련법 재정비
		2-1-2. 자원봉사진흥위원회 활성화
	2-2. 물적 인프라 구축	2-2-1. 자원봉사 진흥기금 조성
		2-2-2. 자원봉사 전산시스템 개선
	2-3. 민간 인프라 확립	2-3-1. 민간자원봉사 대표기관 역할 강화
		2-3-2. 자원봉사센터 역할 재정립
2-3-3. 자원봉사단체 육성 및 지원 확대		
제3영역 자원봉사 관리와 개발	3-1. 자원봉사 활동 관리 체계화 및 관리자 양성	3-1-1. 자원봉사 활동 관리체계 표준모형개발 및 보급
		3-1-2. 자원봉사 활동 관리자 교육 및 자격 과정 표준화
		3-1-3. 자원봉사관리자 교육 및 훈련 프로그램 지원
	3-2. 자원봉사 시민 리더십 육성 및 자원 봉사 프로그램 개발	3-2-1. 지역사회 자원봉사 리더 육성
3-2-2. 부처별/지역별 자원봉사 특성화 프로그램 개발		
제4영역 자원봉사 연구와 평가	4-1. 자원봉사 활동 실태조사	4-1-1. 전국 자원봉사 활동 실태조사
		4-1-2. 전국 분야별 자원봉사자 실태조사
		4-1-3. 자원봉사센터 운영 실태조사
		4-1-4. 자원봉사단체 운영 실태조사
	4-2. 자원봉사 연구활동 지원	4-2-1. 한국자원봉사 백서 국·영문 발간
		4-2-2. 자원봉사 전문 학술지 발간 지원
4-2-3. 정책과제 연구활동 지원		
4-3. 자원봉사 평가체계 개선 및 평가시행	4-3-1. 자원봉사센터 평가체계 개선 및 시행	
	4-3-2. 정부 자원봉사정책 성과 평가	
제5영역 자원봉사 글로벌 협력	5-1. 자원봉사 국제개발 협력 활성화	5-1-1. 자원봉사 국제개발협력 프로그램 개발
		5-1-2. 해외 자원봉사 프로그램 정비 및 개발
	5-2. 자원봉사 국제교류 활성화	5-2-1. 자원봉사 국제교류 프로그램 정비 및 개발
		5-2-2. 국제교류 해외네트워크 확대 및 강화
	5-3. 자원봉사 국제사업 관리체계 구축	5-3-1. 자원봉사 국제사업관리 체계 구축

자료: 대한민국 정부(2012).

### 1.3. 관련 조직

#### 1.3.1. 한국자원봉사협의회

‘자원봉사 기본법’에 의해 설립된 전국 자원봉사단체들의 대표 기구 성격의 법정단체는 한국자원봉사협의회<sup>24</sup>이다. 2003년에 명칭을 개칭하면서 설립된 이 협의회에는 현재 139개 회원 단체와 250여 개의 협력 단체가 참여하고 있다.<sup>25</sup> ‘1차 및 2차 자원봉사 활동 진흥을 위한 국가 기본계획’을 수립할 때 주도적으로 참여했던 단체이다. 한국자원봉사협의회의 사업은 크게 ‘캠페인’, ‘전국행사’, ‘교육·연구’, ‘글로벌협력’의 네 분야로 구분할 수 있다<표 2-3>.

여기서 자원봉사 부문의 대표성 있는 단체의 활동을 모두 살펴보기는 힘들다. 이 연구와 관련하여 한국자원봉사협의회가 최근 수년 동안 추진해 온 재능기부 분야의 활동에 대한 평가와 향후 전략적 방향 설정에 관한 것들을 살펴본다.<sup>26</sup> 한국자원봉사협의회는 2010년부터 ‘재능을 나누시다’ 캠페인을 추진하였다. 그것이 한국자원봉사협의회의 재능기부 분야 활동의 시작이라 할 수 있다. 이후 이 활동은 해를 거듭하면서 추진 형태의 변화를 겪었다. 최영훈 외(2013: 29)는 그런 변화를 1기(2010~2011년)와 2기(2012~2013년)로 나누어 설명하였다. 1기의 기간은 ‘직접사업 추진 시기’로 한국자원봉사협의회가 직접 재능나눔 봉사자 및 단체를 모집하고 그 활동의 수요처도 모집하여 연계하는 방식으로 사업을 추진했던 시기다.

24 한국자원봉사협의회 웹사이트([www.vkorea.or.kr](http://www.vkorea.or.kr))를 참고.

25 그 전신(前身)은 1994년에 창립한 한국자원봉사단체협의회다.

26 이하에 소개하는 내용은 최영훈 외(2013)의 연구보고서에 기초한 것이다.



표 2-3. 한국자원봉사협의회의 주요 사업

캠페인	재능을 나눕시다	* 2010년부터 조선일보, 사회복지공동 모금회와 함께 기획하고 추진
	사회지도층 나눔과 봉사	* 매월 1회 사회지도층 ‘나눔과 봉사의 날’로 지정 * 대통령 소속 사회통합위원회와 공동으로 2011년부터 추진
전국 행사	전국자원봉사자대회	* 자원봉사 활동 기본법 제13조에 따라 법정기념일로 지정된 ‘자원봉사자의 날(12.5)’에 개최하는 행사
	전국자원봉사 컨퍼런스	* 자원봉사계의 현안 과제에 대한 실천전략 수립 * 자원봉사단체장, 자원봉사센터장, 자원봉사 관리자, 관련 공무원, 기업, 교수 등이 모여 1박2일 동안 실시
	전국자원봉사 대축제	* 전 국민이 대축제 기간에 단 하루라도 봉사 활동을 펼치게 한다는 취지 * 연인원 100만 명 이상이 참여하는 민간 주도의 국내 최대 자원봉사 캠페인
교육·연구	볼런티어 리더십 아카데미	* 기업의 사회공헌 부서 및 자원봉사단체 자원봉사 관리자(운영자)에게 교육서비스 제공 * 자격증 수여 및 인적 네트워크 형성 기회
	자원봉사 R&D	* 새로운 지식 확산, 새로운 정책 개발 및 제안을 목적으로 추진
글로벌협력	국제개발협력	* 개도국 자원봉사문화 활성화 지원 * 해외 자원봉사이슈 연구, 개발, 교육 * 국제개발협력 자원봉사 에드보커시 활동
	국제교류	* 자원봉사 국제네트워킹 * 한국자원봉사협의회 한국대표 활동 * 시민사회, 국제개발 국제네트워킹 * 자원봉사관리자 해외연수 * 자원봉사이슈 해외연구조사

자료: 한국자원봉사협의회 웹페이지(www.vkorea.or.kr), 2014년 5월 31일.

2기의 기간은 한국자원봉사협의회가 재능나눔 프로그램 수행단체를 공모하고 예산을 지원하는 방식으로 사업을 추진한 ‘간접사업 추진 시기’이다. 이처럼 재능기부 관련 사업 추진 방식이 변화하면서 “한국자원봉사협의회는 예산지원 및 컨설팅 교육, 사업 위임과 사후관리 기능으로 변화되었다(최영훈 외, 2013:32).” 아울러 재능나눔 사업에 투입된 한국자원봉사협의회의 예산 출처 면에서 1기와 2기 사이에 변화가 있었다는 점도 특기할 만하다.

한봉협의 기본적 재원구조가 안전행정부 등 정부의 보조금 사업비에 크게 의존하고 있으며, 그때그때의 특정 사업과 관련하여 기업으로부터의 지정기탁 기부금을 이끌어 내어 추진하는 상황이다. 사업 초기 재능나눔 캠페인에 국민들의 기부를 재능으로 하는 참여를 이끌어 내려는 시도가 있었으나, 이는 본 사업의 재원 마련을 목적으로 하는 것은 아니었으며, 모금 전문기관이 아닌 한 이를 오래 지속하기는 어려웠던 것으로 보인다. 2010년부터 매년 재능나눔 사업비 수입은 2억 원 내외에서 확보된 것으로 보이며, 사업 초기의 재원은 비교적 다양했으나, 2012년부터는 정부 재원만으로 유지되고 있다. - 최영훈 외(2013: 33).

표 2-4. 한국자원봉사협의회 2010-2013년 재능나눔 사업 예산 구조

연도	하위 사업명	예산 규모	주요 재원	비고
2010	* 5개 재능나눔 프로젝트 * 홍보 캠페인(기업, 단체, 개인) * 홍보대사, 협력기관 MOU		* 기업 후원 (공동모금회) * 행안부 지원	
2011	* 전문자원봉사 활성화 사업 * 연계사업: 중소기업, 한국생산성본부, 예술의전당, 한국철도공사	* 9,500만 원 * 1억 1,840만 원	* 기업 (SK 지정기탁) * 행안부	전문자원봉사 활성화 16개 단체 지원
2012	* 홍보 및 지원단체 컨설팅 * 공모사업	* 2억 원 (1억 5,883만 원 집행)		10개 단체 사업비 지원
2013	* 기업 은퇴자 대상 앙코르 스쿨 * 재능나눔활동 역량강화 컨설팅	* 4,315만 원 * 5,400만 원	* 안전행정부	위 10개 단체 중 7개 단체 지원

자료: 최영훈 외(2013: 33).

한국자원봉사협회의 재능나눔 사업에 대한 최영훈 외(2013)의 종합적 평가 내용을 다음과 같이 요약할 수 있다. 첫째, 재능나눔의 의미가 명확하게 수립되지 않았고 사업 방향성도 ‘직접추진’에서 ‘간접추진’으로 변화하였다. 둘째, 재능나눔 사업의 구체적 전략 목표와 기대 성과를 제시하지 못하였기 때문에 1기 때의 성과가 한국자원봉사협회나 회원단체를 매개로 사회적으로 지속되지 못하고, 2기에 들어서는 양적 측면에서는 오히려 축소되었다. 셋째, 재능나눔 자원 및 자원 활용처의 타겟팅이 부재하였다. 전문적 재능 봉사<sup>27</sup> 자원을 더욱 필요로 하는 비영리섹터 내 수요처에 대한 지원과 관심이 상대적으로 약하여 전문 자원봉사 프로젝트에 대한 필요성과 기대를 인식시키고 실제 프로젝트를 통해 역량을 강화하는 데 미흡하였다. 넷째, 한국자원봉사협회 내외부의 급격한 환경변화로 안정적이고 연속적으로 사업을 유지하지 못하였다. 다섯째, 사업에 소요되는 실질적 예산 출처로서 비영리민간단체 공익사업 지원 예산에 의존함으로써 사업 내용이 달라지고, 이로 인해 동일한 규모의 재능나눔 사업 추진이 어려워졌다. 여섯째, 비영리조직의 전문 자원봉사 프로젝트에 대한 조직적 준비를 지원하지 못하였다. 여섯째, 다양한 재능나눔 자원을 발굴한 것은 사실이지만 향후 그 자원들이 지속적으로 활동하는가에 대한 모니터링과 사후관리가 부족했다.

### 1.3.2. 한국자원봉사센터 협회 및 지역 자원봉사센터

자원봉사센터들이 법률에 근거하여 전국 각지에서 설립되어 있다. 2014년 6월 기준으로 그 수는 248개에 달한다.<sup>28</sup> 기초 및 광역 지방자치단체마

27 최영훈 외(2013)는 재능기부 혹은 재능나눔을 ‘전문 자원봉사’라는 용어로 개념화하고 있다.

28 한국자원봉사센터협회 웹사이트([www.kfvc.or.kr](http://www.kfvc.or.kr))를 참고. 광역 지방자치단체별로 자원봉사센터 수는 다음과 같다: 서울특별시 26개, 인천광역시 11개, 대전광역시 6개, 부산광역시 17개, 울산광역시 6개, 대구광역시 9개, 광주광역시 6개,

다 1개소씩은 설립된 셈이다. 주로 지역 자원봉사센터들이 모여 협회를 구성한 것이 한국자원봉사센터협회이다. 지역 자원봉사센터는 정회원 자격을 갖는다. 그밖에 특별회원이나 후원회원 제도를 두고 있다. 한국자원봉사센터협회의 설립 목적은 ‘회원센터 상호 간의 조직적인 활동과 정보교환은 물론 범사회적으로 확산되고 있는 자원봉사 활동을 보다 효율적으로 조정·지원, 육성함으로써 민주시민의 공동체의식 배양과 공익증진에 기여’<sup>29</sup>하는 것이라고 되어 있다. 우산조직(umbrella organization) 형태를 갖춘 한국 자원봉사센터의 주요 사업은 7가지이다. 이처럼 우산조직인 한국자원봉사센터의 주 기능은 현장에서 자원봉사활동을 조직하고 수행하는 조직들을 지원하는 데 있다.

- 지역센터 간 정보교류 및 협력사업
- 자원봉사 관련 정책개발 사업
- 자원봉사 활동에 대한 조사연구사업
- 자원봉사 활동 계몽 및 홍보사업
- 국제협력 및 교류사업
- 자원봉사자 및 센터종사자의 자질향상사업
- 기타 목적 달성에 필요한 사업 및 수익사업

---

세종특별자치시 1개, 경기도 32개, 강원도 19개, 충청남도 16개, 충청북도 13개, 경상남도 21개, 경상북도 24개, 전라남도 23개, 전라북도 15개, 제주도 3개.

29 (사)한국자원봉사센터협회 정관을 참고.

## 2. 농촌사회공헌인증제

재능기부를 일종의 전문 자원봉사라고 이해하고 접근할 때, 전국 수준에서 관련된 대표적인 법제와 조직을 앞의 절에서 일별하였다. 장소적 범위를 농촌에 국한한다면 ‘농촌 재능기부’에 특정한 제도는 없는 상태다. 다만, 농림축산식품부가 2013년부터 시행하고 있는 ‘농촌사회공헌인증제’가 간접적이거나 관련된 공공 부문의 유일한 제도라 할 수 있다. 농촌사회공헌인증제의 운영에 관하여 살펴본다.

『농촌사회공헌인증제 운영규정(농림축산식품부훈령 제96호)』은 ‘기업, 단체 등이 보유한 인적·물적 자원을 바탕으로 농어업인의 삶의 질 향상과 농촌 공동체 활성화에 기여하는 농촌 지역투자, 교육·문화·복지·의료 지원, 재능기부 등의 활동’을 ‘농촌사회공헌활동’이라고 규정하고 있다. 그런 의미의 농촌사회공헌 활동 실적과 성과를 정부가 평가하여 인증하는 것을 ‘농촌사회공헌인증’이라 한다(동 훈령 제2조). 농림축산식품부장관이 농촌사회공헌인증 위원회를 구성하여 인증평가를 위촉하면, 위원회는 정해진 규정에 따라 절차를 진행하고 기업, 단체를 인증한다. 농촌사회공헌인증을 받은 조직은 ‘농촌사회공헌인증 확인서’를 발급받을 수 있고 그 유효기간인 2년 동안 인증 홍보를 위한 인쇄물 등에 농림축산식품부 장관이 별도로 정하는 농촌사회공헌인증 표시를 사용할 수 있게 된다(동 훈령 제22조).

그리고 2013년에 22개 기업·단체<sup>30</sup> 등에 대한 최초의 인증이 있었다. 농림축산식품부와 1사1촌 운동을 주관하고 있는 (사)농촌사랑범국민운동본

30 그 명단은 다음과 같다: 고려대 구로병원, (주)경농, 농업기술실용화재단, (주)농협유통, 대구광역시 시설관리공단, 대한지적공사, 라인테크시스템(주), (주)벤티코리아, 삼성생명보험(주), 삼성중공업(주), 서울시농수산물유통공사, 서울특별시 시설관리공단, 신동아건설, LIG넥스원(주) 구미생산본부, (주)정림건축, 한국가스안전공사, (사)한국건강관리협회, 한국마사회, 한국자산관리공사, 현대미포조선, 현대증권(주), 해양환경관리공단.

## 24 관련 정책 동향

부는 그 조직들을 ‘농촌사회공헌조직’으로 선정하였는데, 그 조직들이 농협 및 지자체로부터 금리우대, 가점부여 등의 혜택을 부여받았다.<sup>31</sup>

---

31 그 혜택을 구체적으로 설명하자면, 농촌사회공헌 조직으로 선정되면 1) NH농협은행, 수협중앙회, 중소기업은행, 중소기업청으로부터 금리 및 지원한도 우대를 받을 수 있고, 2) 한국농어촌공사 입찰 적격 심사 시 가점이 부여되며, 3) 한국표준협회의 ISO 인증 무료 교육을 받을 수 있으며, 4) 일정 기간 동안 지방세 세무조사를 유예받는다.

## 1. 한국자원봉사협회의 재능나눔 사업 사례

한국자원봉사협회의 ‘재능나눔 사업’은 농촌 재능기부 분야의 조력(助力) 활동 모델을 정립해야 하는 상황에서 참고할 만한 내용을 몇 가지 보여 준다. 한국자원봉사협회가 2013년 한 해 동안 전개했던 재능기부 관련 사업보고서를 바탕으로 구체적인 사례들을 몇 가지 검토한다.<sup>32</sup> 한국자원봉사협회가 2013년 한 해 동안 재능기부와 관련하여 추진한 사업으로는 ‘연령별 재능나눔 활성화사업: 퇴직자 재능나눔 문화조성 프로그램’, ‘비영리단체-프로보노 연계사업’, ‘재능나눔 프로그램 공모사업: 재능나눔 활동 역량강화 컨설팅’, ‘재능나눔 홍보사업’ 등 네 종류가 있다.

‘연령별 재능나눔 활성화사업’은 기업 퇴직자 등 베이비부머 세대 자기개발, 취미활동, 관심 영역을 통한 자아실현 등 자원봉사 참여 욕구가 강하지만, 그들에게 동기를 부여할 계기가 거의 없다는 점에 착안하여 기획된 것이다. 아울러 기존의 자원봉사센터가 운영하는 베이비부머 자원봉사 프로그램 지원체계 홍보를 목적으로 한 것이기도 하다. 한국자원봉사문화 포럼이 주관하여 기업, NGO, 사회적 기업, 베이비부머 퇴직자, 자원봉사 실무자 및 리더를 대상으로 사업을 추진하였다.

---

32 이하에 소개될 이 절의 내용은 한국자원봉사협회(2013)의 내용을 바탕으로 한 것이다.

표 3-1. ‘퇴직자 재능나눔 문화조성 프로그램’ 목표와 주요 내용(2013년)

<p>목표(성과)</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>* 퇴직자스쿨을 통한 재능나눔 동기부여 및 지속적 참여 제고 (6회, 211명, 만족도 4.11)</li> <li>* 퇴직자 나눔여행을 통한 의미 있는 여가로서의 재능나눔 프로그램 모델 개발(35명, 만족도 4.33)</li> <li>* 자원봉사 현장 실무자의 베이비부머 사업 운영 관리 역량 향상 (2회, 52명, 만족도 4.24)</li> <li>* 앙코르 페스티벌을 통한 퇴직자 재능나눔 문화조성(2회, 300명)</li> <li>* 퇴직자 재능나눔에 대한 사회적 관심 제고(웹 홍보 총 19회)</li> </ul>	
<p>내용</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>* 퇴직자 재능나눔 교육 및 실천사업</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 찾아가는 기업퇴직자 재능나눔 프로그램운영</li> <li>- 자원봉사센터 및 단체 재능나눔 자원봉사 교육</li> <li>- 퇴직자 재능나눔 여행</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>* 퇴직자 ‘앙코르 페스티벌’</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 퇴직자 제2의 출발 축하공연</li> <li>- 퇴직자 리빙라이브러리</li> </ul>

자료: 한국자원봉사협의회(2013).

주) 성과지표 항목인 ‘만족도’는 5점이 ‘매우 만족’으로 가장 높은 값이다.

‘비영리단체-프로보노 연계사업’은 기업 자원봉사의 새 영역으로 주목받는 프로보노 활동을 촉진하려는 목적으로 시작되었다. 기업 임직원의 전문성을 비영리단체에 지원함으로써 지속적인 기업 자원봉사와 제3섹터 부문의 역량 강화를 꾀하려 한 것이었다. 2013년 하반기 6개월 동안 실시되었는데, 한국자원봉사협의회와 사회적기업 지원 네트워크 프로보노 센터가 공동으로 주관하였다. 비영리민간단체 및 자원봉사단체를 대상으로 진행되었다. 수요조사, 수혜처 모집, 사전 워크숍, 프로보노 섭외, 연계, 최종 보고회 등의 절차를 거쳐 진행되었다.

‘재능나눔 프로그램 공모사업’은 한국자원봉사협의회가 2011년부터 실시한 공모사업에 참여한 단체들을 지원하기 위해 전문지원단을 구성하고 단체들의 역량 강화를 위해 컨설팅을 수행하려는 취지로 기획되었다. 재능나눔 활동의 특성에 따라 다섯 개의 세부 프로젝트로 나누고, 각 분야 프로젝트에 참여하는 단체에 450만~500만 원의 지원금을 제공하면서, 전문지원단이 프로젝트 시행 과정을 현장에서 모니터링하고 결과를 평가하는데 참여토록 하였다. 총 7개의 비영리민간단체 및 자원봉사 동아리 7개 단



체가 공모사업에 참여하여 지원금과 컨설팅을 받았다. 이 공모사업은 단순히 재능나눔 활동 단체에 실경비를 지원하던 것에서 더 나아가, 전문적인 자원봉사 역량 형성을 지원하는 컨설팅을 수행했다는 점에서 진일보한 기획으로 평가받고 있다.

‘재능나눔 홍보사업’은 TV나 라디오 등 방송매체를 활용하여 홍보물을 제작하고 송출하는 방식으로 추진되었다. TV 프로그램 제작에 협찬하거나 라디오 캠페인 광고를 실시하였다. 콘텐츠는 추진 중인 재능나눔 사업 가운데에서 선택하여 마련하였다. 연령별 재능나눔 활성화 사업과 퇴직자 재능나눔 문화조성 프로그램에서 콘텐츠를 확보하였다.

표 3-2. ‘비영리단체-프로보노 연계사업’ 목표와 주요 내용(2013년)

<p>목표</p>	<p>* 비영리단체와 프로보노의 1:1 연계를 통해, 비영리단체 지원 인프라 구축 육성의 새로운 모형 제시                  * 프로보노 활동을 통한 직장인 자원봉사 활성화 추진                  * 비영리단체 실무능력 향상 및 역량강화</p>	
<p>내용</p>	<p>* 프로보노</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 세무사 1명(세무)</li> <li>- 기업 임직원 3명(일본어 번역)</li> <li>- 소셜벤처기업 1곳(홈페이지 기획, 관리)</li> <li>- 기업 임직원 1명(엑셀 교육)</li> <li>- 비영리단체 임원 2명(회계처리 및 세무관련 자문)</li> </ul>
	<p>* 4개 단체 연계</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 한국자원봉사포럼(세무신고 관련 Q&amp;A 1부, 일본어 원고 번역물 3건)</li> <li>- 서비스포피스재단(홈페이지 기획 자문 1회, 워드프로세스 교육 1회)</li> <li>- 서울가톨릭사회복지회(엑셀활용교육 2회)</li> <li>- 한국자원봉사관리협회(회계처리 및 세무신고 관련 Q&amp;A 1부)</li> </ul>

자료: 한국자원봉사협의회(2013)

표 3-3. ‘재능나눔 프로그램 공모사업’ 목표와 주요 내용(2013년)

목표	* 풀뿌리 재능나눔 활동의 역량강화 방안 마련 * 재능나눔활동에 대한 성과관리 시스템 정립 * 프로그램 지원(공모)사업에 대한 사후관리 제도 제고 * 다양한 영역의 재능나눔 활동을 통한 지역사회 문제 해결	
내용	* 슈바이처 프로젝트	- 의료, 보건, 건강분야 등 사업비 지원 : 전문보건·의료, 건강상담, 맛사지, 대체의료
	* 키다리아저씨 프로젝트	- 상담, 교육, 멘토 분야 등 사업비 지원 : 학습지도, 법률상담, 멘토링, 상담 등
	* 헤라클레스 프로젝트	- 체육, 기능, 기술 분야 등 사업비 지원 : 체육활동, 집수리, 운전, 기술제공 등
	* 마더데레사 프로젝트	- 돌봄, 시설봉사 분야 등 사업비 지원 : 복지시설 봉사, 돌보미, 쉼터 후원 등
	* 오드리햅번 프로젝트	- 문화, 예술 분야 등 사업비 지원 : 공연, 마술, 메이크업, 미술, 음악, 사진, 연극

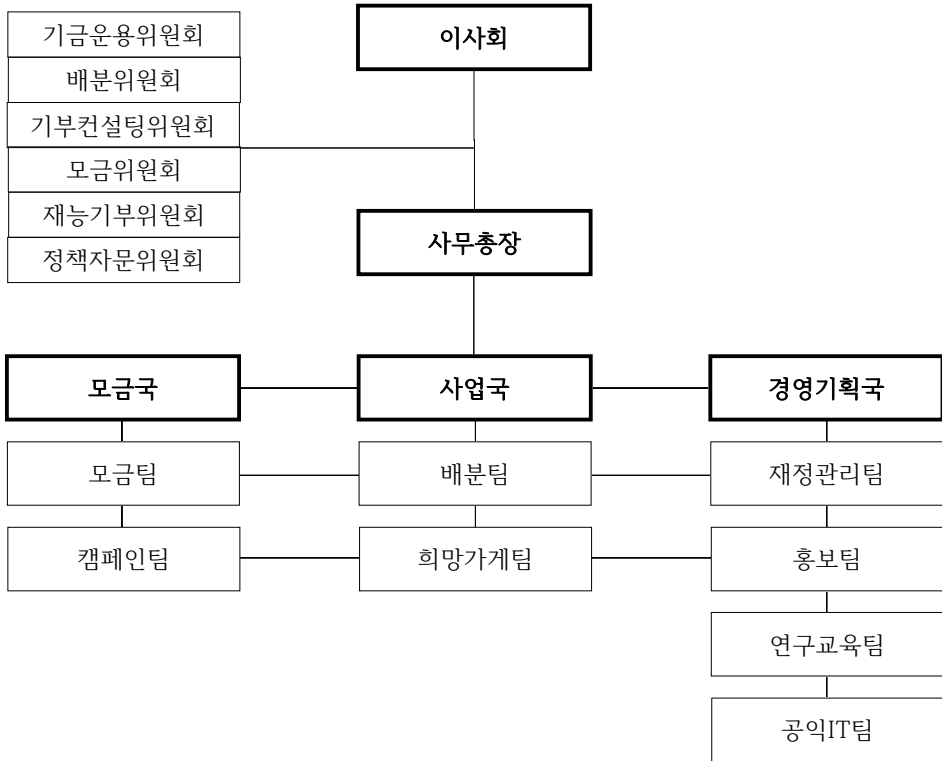
자료: 한국자원봉사협의회(2013)

## 2. 아름다운재단 운영 사례

### 2.1. 개관

‘아름다운재단’은 재능기부가 아닌 기부금 모금 및 배분을 중심으로 활동하는 비영리재단법인이다. 그 활동 면에서는 농촌 재능기부와 결을 달리 하지만, 기부 및 자원봉사 부문에서 민간 부문 기업과 시민들의 참여를 잘 조직하고 있는 모범 사례로서 참고할 만한 가치가 있다. 지금까지는 농촌 재능기부와 관련하여 농림축산식품부의 주도적인 역할이 결정적이었지만 향후에는 시민들의 참여와 그것을 조직하는 민간 부문 역량이 농촌 재능기부 활동의 지속가능성을 담보할 중요한 요소라는 점을 고려해야 하기 때문이다.<sup>33</sup>

그림 3-1. 아름다운재단 조직도



자료: 아름다운재단 홈페이지(www.beautifulfund.org)

2000년에 창립총회를 열어 설립한 아름다운재단은 ‘올바른 나눔문화의 확산’이라는 설립 이념을 갖고 있다. 재단의 최고 의사결정 기구로서 이사회를 두고 있으며, 감사와 사무국을 두고 있다. 정관에 명시되지 않았으나, 사업의 특정 영역들에서 이사회에 위임을 받아 역할을 수행하거나 자문을 제공하는 위원회들을 두고 있다. 사무국 또한 기능별로 하위 부서를 두고 있다. 아름다운재단은 기업이나 정부기관이 아니라 여러 시민들의 참

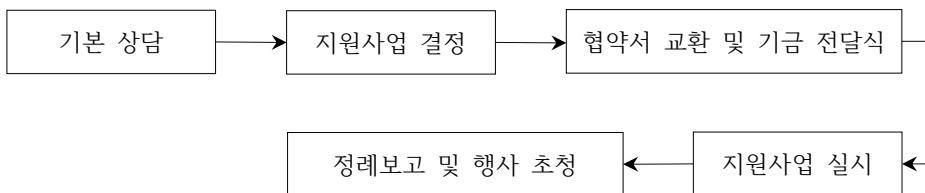
33 이하의 내용은 아름다운재단의 홈페이지(www.beautifulfund.org)의 내용을 참고하여 정리한 것이다.

여에 기초하여 운영된다는 점에 특징이 있다. 2013년 한 해 동안 약 118억 원의 수입, 약 84억 원의 지출을 기록하였다(아름다운재단, 2014: 64). 수입 가운데 기부금 수입이 약 81억 원, 기부금 외 수입(이자수익, 배당수익, 보유주식 처분이익 등)이 약 36억 원이었다. 지출 가운데 81억 원 정도가 사업비 및 운영비였다.

## 2.2. 시민참여 확대를 위한 사업 기획 및 추진

아름다운재단이 조성하는 모금액과 집행하는 사업비 규모도 놀랄 만한 것이지만, 관심을 두고 보아야 할 것은 모금 및 사업 집행 방식에서의 시민 참여이다. 재단이 보유한 자체 자산을 운용하여 얻은 ‘기부금 외 수입’이 아닌 기부금은 다양한 기금 형식으로 모금된다. 2013년 한 해 동안 2만 2,348명의 기부자가 166개의 기금 형식으로 81억 4,400만 원 가량을 기부하였다.<sup>34</sup> 이처럼 기금의 종류가 많은 것은 기부금의 용처에 대한 기부자의 욕구를 최대한 반영하는 방식을 개발하고자 한 것이다.<sup>35</sup> 기금 만들기 과정은 다음과 같다.

그림 3-2. 아름다운재단의 맞춤형 기금 만들기 프로세스



자료: 아름다운재단 홈페이지(www.beautifulfund.org).

34 그 가운데 사업비로 집행된 것은 64억 9,863만 원인데, 205개 단체 및 1만 889명을 지원하였다.

35 아름다운재단은 이것을 일러 ‘맞춤형 기금’이라고 부른다.

이처럼 다양한 형식의 기금을 마련한 것은 시민들의 능동적인 참여를 유인하기 위한 것이다. 아름다운재단은 그것들을 여섯 개의 범주로 분류하고 있다. 물론 각 범주의 기금들은 여러 하위범주로 다시 분류된다. 시민이 제공하는 재원이 기부자의 의도와 취지에 적합하게 활용될 수 있도록 기금의 형식을 다양하게 만드는 것 못지않게, 아름다운재단은 기부자에 대한 사회적 인정을 촉진하려는 장치들도 개발하고 있다. 그 하나의 예가 ‘기금의 전당’이다. 이것은 기부자의 취지에 맞춰 사회의 구체적인 변화를 이끌어 내는 지원 사업이 목적인 바대로 종료하고 난 뒤에, 그 기금의 역사를 정리하여 홈페이지나 간행물에 기록으로 남기는 활동이다. 또 하나, 눈여겨볼 것은 새로운 기금을 조성하려는 기부자에게는 홈페이지의 온라인 시스템이 아닌 오프라인에서의 ‘기부 컨설팅’이 진행된다는 점이다. 금전적 기부 활동이 자동적으로 또는 기계적으로 처리되는 것이 아니라, 전문성 있는 활동가와의 대면 접촉을 매개로 진행될 때 기부 활동 자체의 효과성뿐 아니라 기부자의 적극적이고 지속적인 참여 가능성도 높일 수 있을 것이다.

표 3-4. 아름다운재단의 맞춤형 기금의 종류

일반기금	* 기금 기부자 및 제안자의 다양한 동기와 의지를 반영 * ‘공동체적 대안 모색’, ‘꿈꾸고 성장하는 다음세대’, ‘취약계층의 권리와 삶의 질’, ‘나눔으로 함께 하는 세상’ 등의 하위 범주로 재분류
가족기금	* 가족과 함께한 인생의 특별한 순간을 계기로 기금을 조성하고 자손세대에게 전승
추모기금	* 사랑하는 이를 떠나 보내고 고인을 기억할 수 있도록 고인의 이름으로 기금을 조성
유산기금	* 죽은 후 남길 재산을 사회에 환원하기로 약속하며 만드는 기금
사회공헌기금	* 기업의 사회적 책임과 지속적인 공익활동의 일환으로 조성 * 특정한 공익적 변화를 만들기 위해 아름다운재단과 파트너십을 가지고 전문적이고 차별화된 사업을 운영하는 기금
커뮤니티기금	* 모임, 단체 등이 특별한 기념의 순간을 남아 십시일반 회원들이 모금하여 조성하는 기금

자료: 아름다운재단 홈페이지(www.beautifulfund.org).

### 2.3. 활동의 사회적 확장

아름다운재단의 웹페이지에 소개된 조직의 비전은 ‘행동하는 시민 기부 문화의 확산자’와 ‘공익활동의 지속가능 모델 인큐베이팅’으로 두 가지다. 두 번째 사명인 ‘공익활동의 지속가능 모델 인큐베이팅’이 눈길을 끈다. 기부금 모금 및 분배 활동에만 그치는 것이 아니라 여타의 공익 활동을 발굴하고 지원하는 것에까지 법인의 지향을 두고 있다.

공익 활동은 더 좋은 사회를 꿈꾸며 사회 전체의 패턴을 바꾸어 가는 일입니다. 아름다운재단은 자신의 삶과 사회의 문제를 창의적으로 해결하기 위한 공익활동을 발굴하여 지원합니다. (아름다운재단 웹페이지)

나눔문화에 대한 그 같은 확장지향성은 아름다운재단의 정관에도 그대로 반영되어 있다. 정관에서는 아름다운재단의 목적을 2개 항으로 규정하고 있다. 제1항은 첫 번째 사명과 관련된 것으로 ‘소외계층 및 공익활동 지원’을 규정하고 있고, 제2항은 ‘시민의식 성장과 공동체 발전을 위해 기여하는 개인 및 단체 지원’을 규정하고 있다. 제2항이 바로 그런 확장지향성을 드러내는 조항이다. 이는 아름다운재단이 금전적 기부 활동 자체를 매개하는 조직으로서의 역할을 뛰어넘어, 다른 조직들이나 단체들이 기부, 자선 등의 부문에서 활동하는 데 스스로의 전문적 역량을 지원하는 방식으로 사업을 전개할 수 있는 바탕이 된다.

### 3. 영국, Business in the Community

#### 3.1. 개관

BITC는 1982년에 영국에서 설립된 비영리단체이다.<sup>36</sup> 당시 영국 사회는 전통적으로 중요한 비중을 차지했던 산업 부문이 붕괴하고, 실업률이 높아지고, 도심에서 소요 사태가 발생하는 등 어려운 상황에 놓여 있었다. 제기되는 사회 문제에 대응하려는 취지에서 설립된 이 단체는 업계를 선도하는 여러 기업들이 후원하여 조직되었다.

조직 설립 직후인 1983년에 BITC가 주력했던 것은 ‘지방 기업 지원 기구 설립 운동’(local enterprise agency movement)<sup>37</sup>에 상응하는 우산조직을 갖추는 일이었다. 이후 1985년까지 몇몇 지역들에 사무소를 개설하였다. 1986년에는 지역의 사업체들을 지원하고, 일자리 창출을 촉진하며, 지역 주민과 기업들이 참여하는 교육훈련 및 주택공급 사업을 추진하기 위해 ‘BITC 근린 경제개발 파트너십 프로그램’(Business in the Community’s Neighborhood Economic Development Partnership Programme)을 추진하였다. 이어서 1987년에는 ‘퍼센트 클럽’(the PerCent Club)을 출범시켰다. 이

---

36 이하의 내용은 BITC의 웹사이트([www.bitc.org.uk](http://www.bitc.org.uk), 2014년 5월 20일)에 게시된 자료들을 발췌한 것이다.

37 “지방 기업 지원 기구 설립 운동은 1970년대 중반 영국에서 지역경제 재생에 있어 민간 부문의 역할을 개발하자는 취지에서 시작되었다. 지방 기업 지원 기구가 여럿 설립되었는데, 각기 다양한 방식으로 진행되었다. 다만 소규모 지방 기업을 지원하기 위해 공동의 자산을 공유한다는 점에서는 일치하는 목표를 가졌다. 대개는 지방정부 당국과 민간 기업들이 공동으로 재원을 조달하였고, 지방의 소기업에 대한 지원은 일반적으로 자문(advice) 형식으로 이루어졌다. 더러는 지원 기구가 공공 부문의 보조금을 제공하거나, 교육훈련 과정을 운영하거나, 사무실 등 소규모 자산을 제공하기도 하였다.”(Nabarro *et al.*, 1986: 39)

것은 기업의 기부 활동에 대한 일종의 표준을 마련한 사건으로 기록되는데, 기업체들이 세전이익(pre-tax profits)의 1%를 지역사회에 기부하도록 권장하는 캠페인이었다. 1989년에는 프로헬프(ProHelp)가 조직되었다. 이것은 도움을 필요로 하는 지역사회 조직들에 무료로 서비스를 제공하는 전문 기업(professional firms)들의 네트워크이다. 이렇게 시작된 네트워크에 참여하는 전문 기업들은 현재 영국 전역에 걸쳐 400개를 넘는다.

BITC는 1991년에 ‘교육 리더십 팀’(Education Leadership Team)을 창설하였다. 이 팀은 ‘기업-학교 결연사업’(Business Class) 프로그램을 운영하고 있는데, 지역사회의 젊은이들에게 비즈니스 교육을 제공하는 것이다. BITC의 가장 효과적인 활동 가운데 하나로 평가된다. 1992년에는 최초로 전국 자원봉사 실천의 날 행사가 개최되었다. 500개의 지역사회에서 자원봉사 활동이 조직되고 실행되었다. 8,000명 이상의 사람들이 참여하였다. 2013년의 행사에서는 300개 회사에서 1만 2,000명 이상의 종사자들이 ‘재능기부의 날’(Give & Gain Day) 행사에 참여하여 9만 6,000시간 이상을 활동하였다. 2004년에는 ‘기업 사회적 책임 아카데미’(CSR Academy) 교육 과정을 시작하였다. 현재 BITC는 여러 방면으로 기업들에게 학습 기회를 제공하고 있다. 2010년에는 ‘농촌 행동 프로그램’(Rural Action Programme)의 일환으로 ‘농촌 기금’(Prince’s Countryside Fund)을 조성하였다. 이 프로그램은 농촌을 지원하는 데 초점을 둔 것으로 기업체들이 독특한 방식으로 협력하여 운영한다.

800여 영국 기업과 1만 1,000개 이상의 국제 기업들이 BITC의 회원으로 가입해 있다. 그러한 회원 구조 속에서 330명의 영국 내 기업 지도자들이 네트워크를 형성하여 BITC의 각종 캠페인과 활동에 참여하고 있다. BITC를 운영하는 최종적인 권한은 ‘공인 이사회’(Board of Trustee Directors)에 있다. 이사회의 역할은 단체의 기풍과 가치를 보호하면서 그 임무와 목적을 판단하는 것이다. 이사회는 ‘감사위원회’와 ‘재무 및 리스크 위원회’를 두고 있다. 전체적인 운영 책임을 지는 이사회 외에 여러 활동 영역별로 실무를 담당하는 12개의 리더십 팀을 두고 있다.<sup>38</sup>



## 3.2. 사례: 농촌 행동 프로그램

농촌 재능기부와 관련하여 BITC의 여러 활동에서 눈여겨볼 만한 것은 농촌 행동 프로그램이다. 농촌 행동 프로그램은 농촌 지역사회가 직면한 문제들에 기업들을 참여시키는 것에서 출발한다. 농촌 행동 프로그램 안에서 진행되고 있는 사업으로는 ‘농촌 기금’(Prince’s Countryside Fund), ‘브라이트 크롭 운동’(Bright Crop Initiative), ‘농촌 기업-학교 결연 사업’(Rural Business Class), ‘농촌 비즈니스 커넥터’(Rural Business Connectors), ‘낙농 사업’(Prince’s Dairy Initiative) 등이 있다.

### 3.2.1. 농촌 기금

BITC가 ‘농촌 기금’을 투입하여 진행하고 있는 대표적인 프로젝트는 ‘농촌 도제 지원 사업’(Rural Apprenticeships)이다. 영국에서는 향후 10년 사이에 농산업 분야에서 약 6만 명의 신규 인력이 필요할 것으로 추정되지만, 농산업 부문은 장시간의 강도 높은 노동을 해야 하는데도 소득은 적다는 문제에 직면해 있다. 그리하여 농산업 부문의 장래성에 의문이 제기되고 있다. 2012년 한 해 동안 탈농 인구는 6,000명 정도였다. 농촌 도제 지원 사업은 농촌 산업 부문에 도제 실습 과정을 제공함으로써, 농촌의 실업 및 직업훈련 기회에의 접근성 부족 문제에 도전하려는 사업이다. 특히 농림식품 부문에서의 채용 기회를 제공하는 데 초점을 두고 있다. 농촌 기금이 여기에 투입되고 있다.

---

38 그 분야를 열거하면 다음과 같다: Business Action on Homelessness, Community, Education, Enterprise, Environment, International, Marketplace, Rural Action, Start Leadership, Talent and Skills, Working Well.

### ‘농촌 도제 지원 사업’의 실행 사례: 영농 승계 사업

고지대에서의 영농은 콰브리아(Cumbria) 지역의 축산업을 뒷받침하는 지주이다. 그러나 이 분야의 장래는 불투명하다. 비영리단체인 ‘농민 네트워크(The Farmer Network)’는 콰브리아 및 요크셔데일(Yorkshire Dales) 지역의 농촌 지역사회를 유지하고 활력을 증진하기 위해 활동하고 있다. 그 활동 가운데에는 ‘영농 승계 사업(Hill Farming Succession Scheme)’을 통해 미래의 농민들을 양성하는 것이 포함되어 있다.

콰브리아 지역 고지대에서의 영농은 지역의 경관을 형성해 온 활동이며 그것을 유지하는 데에도 필수적인 활동이다. 그러나 추운 날씨, 원경지라는 특성, 저소득(연평균 소득 6,000파운드) 등의 이유로 인해 농업을 포기하는 사람들이 많다. 현재 콰브리아 지역 농업인의 평균 연령은 50세를 넘었는데, 이는 농업인들이 필요한 기술을 배우기가 어려워지고 있음을 뜻한다.

‘농민 네트워크’는 2011년 2월부터 BITC의 농촌 기금을 지원받아 영농 승계 사업을 시작하였다. 2년에 걸쳐 진행된 이 도제 실습 프로그램은 젊은이들에게 고지대 영농을 지속하고 유지하는 데 필요한 기능을 훈련시키고 장비를 갖추어 주는 것을 목적으로 하였다. 예를 들면, 담장쌓기, 울타리치기, 양치기 개 다루기, 트랙터 운전, 세양(洗羊), 양털 깎기 등이었다. 이 사업이 실행되고 나서 14명의 젊은이가 크레이븐 대학(Craven College)에서 운영하는 2급 축산 과정을 이수하기 위해 등록하였다. 그 교육 과정은 수강생들이 2년 동안 서너 곳의 농장에서 함께 일하면서 기술을 배우도록 하고 있다.

수강생 중 한 명인 Martin Holliday는 소감을 이렇게 말하였다. “내 아버지는 농민이었습니다. 그래서 나는 자연스럽게 그 길을 따라 농업에 종사하기를 원했습니다. 고지대 영농은 땅을 관리하는 일이고 관광객들을 끌도록 도움을 줍니다. 그것은 다시 지역사회에 도움이 됩니다. 그러나 고지대 영농은 내게 쉽지 않았습니다. 나이 많은 세대들은 우리들을 가르칠 시간이나 돈이 없습니다. 그러나 이 사업이 그런 상황을 바꾸었습니다. 나는 지금 내 생활을 앞으로도 계속 이렇게 이끌어 나가고 싶습니다.”

자료: Hill Farmer Succession Scheme - The Farmer Network  
(www.bitc.org.uk)

### 3.2.2. 농촌 기업-학교 결연 사업

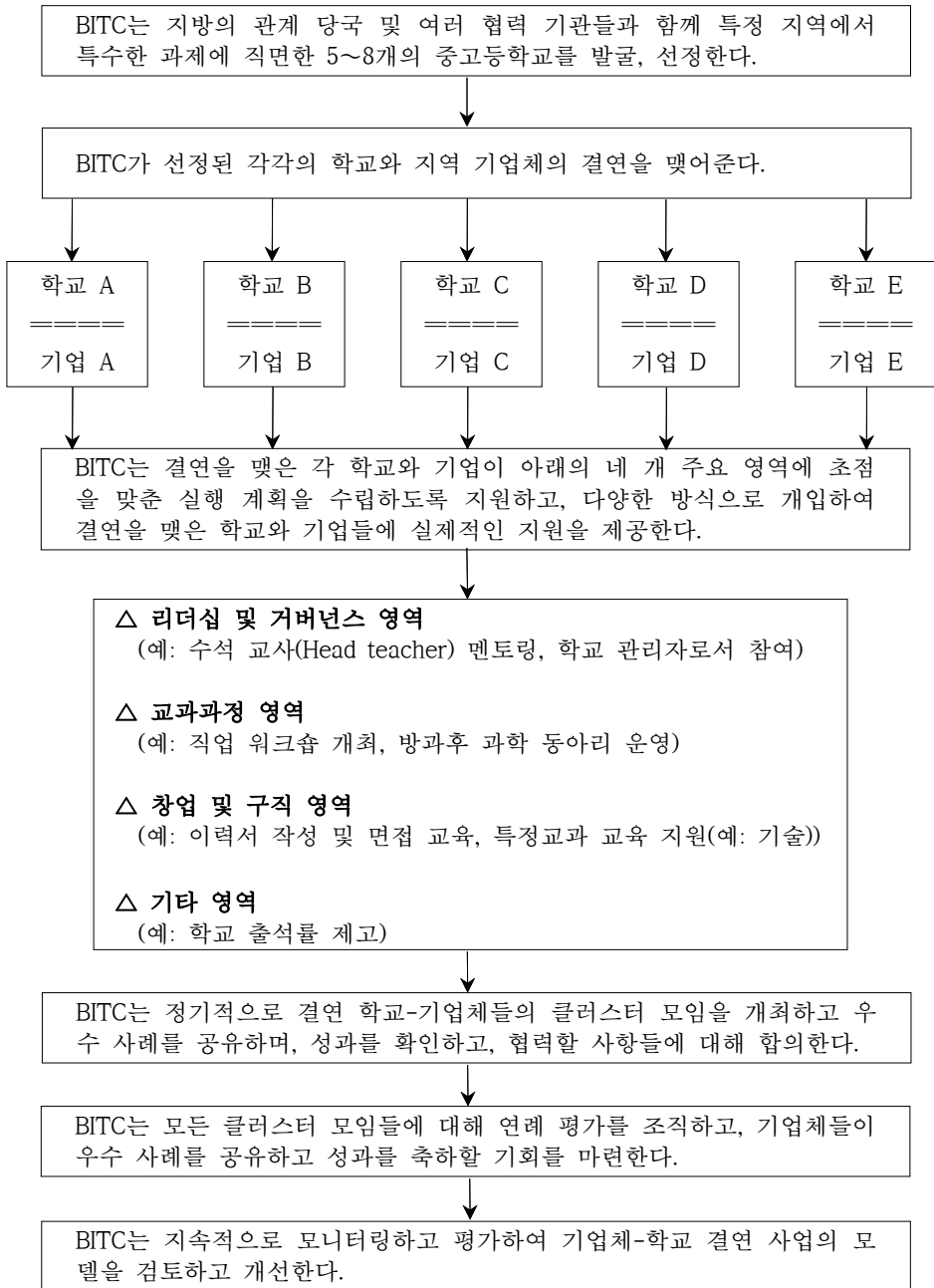
앞에서 열거한 농촌 행동 프로그램의 세부 사업들 가운데 ‘농촌 기업-학교 결연 사업’<sup>39</sup>은 재능기부의 성격을 갖는 사업이라 할 수 있다. 기업-학교 결연 사업은 BITC가 주도하여 문제에 직면한 지역사회와 학교와 지역 내 기업이 장기간의 결연을 맺고, 기업의 인적·물적 자원을 활용하여 그 문제의 해법을 찾도록 지원하는 사업이다. 이 사업은 영국 정부가 인증한 프로그램이기도 하다. 현재 영국 전역에 걸쳐 290개의 기업-학교 결연이 맺어져 있으며, BITC는 2015년까지 그 결연 수를 500개로 늘리려는 야심찬 목표를 갖고 있다. 구체적인 실행 절차는 <그림 3-1>과 같다. BITC의 기업-학교 결연 사업은 그 자체로 주목할 만한 성과를 거둔 사업이지만<sup>40</sup>, 사업 추진 모델이 독특한 장점을 갖고 있어 농촌 재능기부 활동의 발전 방향을 모색함에 있어 참고할 만하다.

---

39 BITC는 원래 도시/농촌의 지역 구별을 두지 않고 ‘기업-학교 결연 사업’을 추진해 왔다. 농촌 행동 프로그램이 시작되면서 ‘기업-학교 결연 사업’을 평가한 결과 농촌 및 어촌 지역을 특별히 배려할 필요가 있다고 판단하여 농어촌 지역에서의 사업을 강화하였다. 그것을 농촌 기업-학교 결연 사업이라고 부른다. 사업 추진 절차나 모델은 다르지 않다.

40 영국 북서부 지역(the North West)에서 진행된 기업-학교 결연 사업에 대한 평가 보고서, “Business Class: An Evaluation”는 그 프로그램이 거둔 주요 성과를 다음과 같이 요약하고 있다. 이 지역은 기업-학교 결연 사업이 처음 제안되고 기획된 곳이기도 하다. 첫째, 학생들의 학업 성취도가 35% 증진되었다. 둘째, 학생들의 취업가능성(employability)이 40% 신장되었다. 셋째, 학교의 리더십과 거버넌스가 25% 향상되었다. 이하에서, 이 보고서의 내용을 요약 소개한다.

그림 3-3. BITC의 ‘기업-학교 결연 사업’ 추진 절차



이 사업이 제안되고 기획된 배경에는 지역 내 중등 교육과정 학교들이 지원을 받아야 할 필요가 있는 상황에서 학교 밖의 참여나 지원이 대체로 단기적인 임시방편 수준에 머물러 있었다는 평가가 있었다. 영국에서 교육 부문이 기업들과 파트너십을 맺고 활동하는 것은 오랫동안 있었던 일이다. 그러나 기업-학교 결연 사업은 과거의 활동에 대한 비판적 평가에서 출발하여 차별화된 기획에 중점을 두었다. 우선 욕구에 기초하고 학교를 고객으로 간주한다는 원칙을 세우고, 장기간의 전략적 제휴 관계 속에서 기업이 가진 전문성을 학교에 직접 지원하는 접근방법을 채택하였다. 최소 3년 이상을 기업과 학교는 깊은 관계를 맺어가면서 다음과 같은 네 가지 영역에서의 과제를 해결할 방안을 찾고 실행한다.

- 리더십 및 거버넌스
- 교과과정(과학, 기술, 엔지니어링, 수학 등)
- 창업 및 구직
- 기타

### 3.2.3. 농촌 비즈니스 커넥터 사업

농촌 비즈니스 커넥터 사업은 BITC가 추진해 오던 비즈니스 커넥터 사업을 농촌 지역사회에서도 집중적으로 펼쳐보자는 취지로 기획된 것이다. 이 사업의 개요를 한마디로 표현하자면, ‘기업이 자사의 인력을 특정 지역사회에 상당 기간 동안 파견하여 지역사회 조직, 지역의 자원봉사 조직, 파견을 보낸 기업, 지역의 공공기관 사이의 파트너십을 개발하고 촉진하게 하는 것’이다. BITC는 비즈니스 커넥터 사업을 2011년에 시작하여 2014년 현재까지 잉글랜드 지역 내 66개의 지역사회에 99명의 비즈니스 커넥터를 파견했다. 몇 년 되지 않았지만 비즈니스 커넥터 사업은 BITC의 여러 프로그램 가운데에서도 매우 혁신적인 것으로 평가된다. 해당 지역사회와 기업체 모두에 있어 성과를 크게 거두고 있다. BITC는 2017년까지 200개 이상의 낙후 지역에서 활동할 비즈니스 커넥터들을 선발할 계획이다. 연간

3,000개의 지역사회 조직을 지원하는 것으로 목표를 정해 두고 있다.

비즈니스 커넥터 사업은 큰 필요성이 존재하는 지역사회 안으로 들어가서 활동할 인재를 기업들로부터 선발하고 훈련하여 파견하는 사업이다. 기업들이 교육, 사업체 경영, 고용, 지역사회 통합 등의 영역에서 활동하는 지역사회 조직들과 파트너십 관계를 맺고 그 기반 위에서 활동하도록 권장한다. 즉, 지역사회 개발 활동에 종사할 활동가 인력(비즈니스 커넥터)을 기업이 BITC에 맡겨 특정 지역에 파견을 보내는 것이다. 파견 기간은 6개월~3년 정도이다. 이 기간 동안 비즈니스 커넥터의 급여는 기업이 제공하며 BITC는 교육훈련에서부터 파견될 지역사회 조직과의 접촉 등을 지원한다. 파견된 비즈니스 커넥터는 자신이 갖고 있는 사회 연결망(social network)과 자신이 속한 기업의 자원을 바탕으로 지역사회가 필요로 하는 기여 활동을 전개한다. 비즈니스 커넥터 선발 과정이 정형화되어 있지는 않지만, BITC는 다음과 같은 가이드라인을 갖고 있다.

- 비즈니스 커넥터로 파견되는 것에 대한 열정과 프로그램에의 관심을 갖고 있는지를 확인하는 BITC측 실무 책임자와의 면담
- 현장에서 비즈니스 커넥터가 활동할 만한 일거리가 있는 ‘전략 지역’ 확인
- 파견되었을 때 어떤 직책(예: 지역사회 조직의 부서장, 상점 관리자 등)에서 일할 수 있는지 재능을 확인
- 파견 기간, 예산, 선발 과정 등에 대한 합의
- 내부 공모절차 공고
- 지원 서류 검토 및 비즈니스 커넥터 후보자 면접 심사
- 비즈니스 커넥터 후보자, 그가 속한 기업의 상급 관리자, BITC 등 삼자 간의 파견 일자 합의 및 파견 계약
- 3일 동안의 교육훈련 과정을 포함한 BITC로의 출근 및 비즈니스 커넥터로서 역할을 수행하기 전에 해당 지역에 관하여 사전 정보 습득

### ‘비즈니스 커넥터 사업’의 사례: 뉴캐슬 지역의 여성 취업 지원

‘뉴캐슬 서부 여성 센터’ (Newcastle West End Women and Girls Centre: WEWGC)는 1981년 창립된 이후 지역에서 여성 지원 활동을 폭넓게 펼쳐 온 단체다. WEWGC가 지역 여성들에게 제공하는 서비스는 주로 모임, 취미, 학습, 안전한 생활환경 형성 등에 관한 것이다.

영국 우정공사(Royal Mail)로부터 이 지역에 파견된 비즈니스 커넥터인 헬렌 러더포드(Helen Rutherford)는 뉴캐슬 서부 여성 센터와 액센츄어(Accenture) 영국 지사를 연결시켜 주었다. 구직을 희망하는 실업 여성을 대상으로 WEWGC는 6주 동안의 취업교육 과정을 운영했는데, 한 번도 취업해 본 경험이 없는 여성 또는 경력단절 여성에게 코칭 서비스를 제공할 때 전문성이 있는 9명의 액센츄어 직원을 활용할 수 있었다. 그밖에도 이 교육 과정에 초대된 여러 기업 및 단체 대표자들은 면접 기술, 구직, 자원봉사 및 지역사회 조직, 싱글맘으로서의 경력 관리 등에 이르기까지 여러 주제에 관해 개인적인 경험을 수강생들과 공유하였다. 교육 과정을 마친 여성 가운데 5명이 곧바로 취직하였다.

교육 과정 참여자들의 반응은 긍정적이었다. 한 참여자는 다음과 같이 말했다. “오늘은 굉장한 날이었어요. 나는 강사들로부터 아주 많은 것을 배웠습니다. 그분들이 전해주는 조언과 인생 이야기는 환상적이었습니다. 그분들을 초대해서 우리와 함께 대화할 수 있게 해 주신 것에 대해 감사드립니다. 내게는 아주 유익한 시간이었습니다.”

비즈니스 커넥터인 헬렌 러더포드는 이렇게 말했다. “액센츄어와 WEWGC를 연결한 것은 대단한 일이었습니다. 이 여성센터는 이제 직접 액센츄어와 접촉하여 향후의 교육 과정과 활동에서도 도움을 받을 수 있습니다. 나는 이 여성센터가 지금과 같이 기업체들로부터 지지를 얻고 더욱 강력한 단체가 되기를 기대합니다.”

주: 액센츄어는 경영 및 정보통신 분야의 다국적 컨설팅 기업이다.

자료: Women in Newcastle receive business support thanks to local Business Connector([www.bitc.org.uk](http://www.bitc.org.uk))

### ‘비즈니스 커넥터 사업’의 사례: 비즈니스 커넥터 네트워크와 푸드뱅크

그랜트 브라이언트(Grant Brighten)은 자신이 활동하는 지역의 푸드뱅크에 큰 변화를 가져온 인물이다. 2013년 9월에 피터보로우(Peterborough) 지역의 아고스(Argos) 매장 관리자로서 역할을 부여받으며 비즈니스 커넥터로 파견된 그는, 파견되자마다 피터보로우 푸드뱅크(Peterborough Foodbank)의 사업 관리자 줄리엣 웰치(Juliet Welch)를 만났다. 이 푸드뱅크는 킹스게이트 커뮤니티 교회(Kingsgate Community Church)가 후원하는 트러셀 신탁기금(Trussell Trust)과 지역의 교회들이 파트너십을 형성하여 운영하는 곳이다. 2012년 10월에 문을 열었다. 이 푸드뱅크는 위기에 빠진 지역 주민들을 지원하고 긴급 식품 지원 서비스를 제공한다.

“줄리엣씨와 만난 첫 번째 대화에서 푸드뱅크에 대한 수요가 2012년에 설립된 이래로 상당히 급격하게 증가했다는 점을 분명히 알 수 있었습니다.”라고 그랜트는 말한다. “안정적으로 식품을 기부받는 것은 문제가 아니었습니다. 그러나 물류센터가 여러 개로 분산되어 있고 저장창고 공간은 딱 차 있다는 점이 문제였지요. 나는 어떤 전문적인 지원이 있다면 푸드뱅크에게 유익할 것이라는 점을 알 수 있었습니다.” 푸드뱅크가 지원하는 식품들은 전적으로 지역 주민과 지역의 업체체들로부터 기부받아 조달된다. 정말로 위태로운 사람들에게 식품이 공급될 수 있도록 자동연락 시스템(referral system)이 운영되고 있으며, 물류센터는 지역에서도 낙후된 곳에 있다. 줄리엣씨는 이렇게 말한다. “특히 겨울에는, 계절적으로 임시직에 일하던 사람들이 일자리를 잃는 동시에 난방비 지출이 증가하게 됩니다. 우리가 제공하는 식품은 그들과 그 가족들이 건강하게 그리고 빛을 지지 않고 겨울을 날 수 있게 하는 데 도움이 됩니다. 우리는 일자리 지원센터, 보건소, 사회복지기관 등의 지방 기관들과 긴밀히 협력하며 일합니다. 사람들이 위기의 순간을 극복할 수 있도록 돕기 위한 것입니다.”

그랜트씨는 줄리엣씨와 푸드뱅크 장단기 계획을 논의하는 과정에서 아고스에서 일하는 자신의 동료들과 마크 굿윈(Mark Goodwin), 스테픈 베일리(Stephen Bailly) 등의 여러 사람들에게 자원봉사할 기회를 제공하였다. 재고관리에 관한 그들의 전문성과 경험을 살려서, 그들은 줄리엣씨와 그 팀에게 현재의 시스템을 더욱 효율적인 것으로 개선할 수 있는 방안을 조언하였다.



워링턴(Warrington)과 노스커클리스(North Kirklees) 지역의 비즈니스 커넥터들 또한 푸드뱅크들과 일하고 있었다. 린 존슨(Lynn Johnson)은 워링턴 지역에 있는 여러 기업들이 식품을 기부하고 식품 분배를 돕는 데 시간을 할애하도록 연결하였다. 그녀를 파견한 회사는 유나이티드 유틸리티(United Utilities)인데, 푸드뱅크에서 일하는 사람들이 식품을 구하려 찾아오는 이들에게 다른 편의를 또 제공할 수 있도록 채무지원계획에 관한 정보를 공유하였다. 그녀는 건설 기업인 아메이(Amey)와 접촉하여 창고 저장용량을 더 늘리기 위한 리노베이션 작업에 도움을 받았으며, 지방 신문 워링턴 가디언(Warrington Guardian)과 접촉하여 푸드뱅크에 대한 지역사회의 인식을 제고하고 식품 기부 장려 활동을 진행하였다.

웨스트 요크셔(West Yorkshire)에 있는 베이틀리(Batley) 푸드뱅크는 설립된 지 한 달 정도밖에 되지 않았으나 식품을 찾는 발길들이 쏟아지고 있다. 이 지역의 비즈니스 커넥터인 빅토리아 워드(Victoria Ward)는 상당한 수준의 식품 기부 캠페인을 펼친 경험이 있는 지역 기업 세 곳의 경영자와 접촉하였다. 그 기업 가운데 하나는 폭스 비스킷(Fox 's Biscuits)이었는데, 지역에서 가장 많은 종업원을 고용하고 있는 회사다. 그들은 1,000명의 직원들마다 한 곳씩 식품을 가져와 모을 수 있는 수집 장소를 설치하였다. 푸드뱅크는 회사 건물에서 100m밖에 떨어져 있지 않은데도 모르는 직원들이 많았다. 이 활동을 계기로 아주 단순한 일을 하는 것만으로도 변화를 만들어 낼 수 있는 기회가 되었다는 찬사를 받았다.

주1: 아고스는 영국 내 700개가 넘는 매장과 카탈로그를 기반으로 영업해 온 거대한 유통기업이다. 전자상거래 부분에서도 영국 최대의 업체라는 지위를 유지하고 있다.

주2: 푸드뱅크란 식품제조업체나 개인으로부터 식품을 기탁받아 소외계층에 지원하는 식품지원 복지 서비스단체를 말한다.

자료: Foodbanks bebenefit from Business Connector networks([www.bitc.org.uk](http://www.bitc.org.uk))

## 4. 미국, Corporation for National and Community Service

### 4.1. 개관

미국의 ‘국가 및 지역사회 서비스 공사’(Corporation for National and Community Service, 이하 CNCS로 약칭)는 1993년에 설립된 연방 기구(federal agency)이다. CNCS는 자원봉사 또는 시민참여 활동의 성격을 갖는 여러 활동들에 자금을 지원하는 미국에서 가장 큰 조직이다.<sup>41</sup> CNCS가 관련된 자원봉사 및 시민참여 활동에 참여하는 미국 시민은 약 500만 명이 넘는 것으로 추산된다. 2013년 한 해 동안의 예산이 약 9억 9402만 달러에 달한다.<sup>42</sup> 연방정부 기구이기 때문에 법률적 근거를 갖고 설립되었으며 법에 따라 운영된다. 자원봉사 및 시민참여를 통해 미국이 직면한 도전 과제들을 해결하고 미국의 비영리 부문을 강화하는 데 결정적인 역할을 수행하는 것으로 평가된다.

CNCS의 임무는 ‘지역사회 주민 삶의 질을 향상하고, 지역사회를 강화하며, 서비스 및 자원봉사를 통한 시민 참여를 촉진하는 것’이라고 규정되어 있다. 그런 목표 아래 CNCS가 전개하는 활동의 원칙을 마련해 두고 있는데, 다음과 같은 것들이다.

- 지역사회의 욕구에 우선순위를 둔다.
- 모든 프로그램을 뒷받침하는 토대로서 공공-민간 파트너십을 강화한다.
- 지방의 욕구에 대응함에 있어 자원봉사자를 동원할 능력이 있는 지역

---

41 이하의 내용은 CNCS의 웹사이트([www.nationalservice.gov](http://www.nationalservice.gov))에 소개된 것을 발췌 정리한 것이다.

42 그 가운데 약 7억 5025만 달러는 활동비(사업비)에, 2억 7만 달러는 ‘국가 서비스 기금’(National Service Trust) 적립에, 조직 운영비 및 인건비로 7,851만 달러, 기타 사무실 운영비 등으로 378만 달러를 지출한 것으로 보고되었다.

사회 관계망을 더욱 강력하고 효율적이며 지속가능하게 만드는 데 프로그램을 활용한다.

- 서비스 수혜자, 참여자, 지역사회 조직, 국가의 자원봉사 및 시민참여 문화 등의 관점에서 프로그램이 어떤 편익을 제공했는지를 측정하고 지속적으로 개선한다.
- 가능하다면 어떤 경우이든 자체 프로그램들 사이에 그리고 여타의 연방정부 정책 프로그램들과 함께하는 협력을 시도한다.
- 농촌 지역사회와 경제적으로 쇠퇴한 지역사회가 공공 및 민간 부문의 자원에 접근할 수 있게 지원한다.
- 종교 단체, 소수자 단체, 장애인 단체, 여타 지역사회 단체를 포함하여 다양한 조직들을 지원한다.
- 자원봉사와 서비스 활동이 참여자의 평생 동안 지속되는 시민 참여 활동을 촉진하는 배경이 되도록 ‘자원봉사는 평생학습이다’라는 원칙을 활용한다.
- 우리 프로그램의 참여자와 지역사회의 자원활동가들이 시민 참여, 리더십, 공공 서비스 등의 부문에서 경력을 계속 쌓을 수 있게 지원한다.
- 관리운영 및 고객 서비스 측면에서 높은 품질을 유지한다.

대통령이 임명하고 상원의회가 인준하는 최고 경영자와 이사회가 책임을 지고 CNCS를 운영한다. 최고 경영자는 CNCS의 직원 600명을 포함하여 조직 전체를 감독한다. 이사회는 정책을 수립하며, 최고 경영자가 수행한 모든 업무에 대해 책임을 진다.

## 4.2. 사례: CNCS의 주요 프로그램

연간 500만 명 정도가 CNCS의 프로그램을 계기로 자원봉사 등을 수행할 기회를 얻는다. CNCS가 운영하는 주요 프로그램으로는 ‘아메리콥스’(AmeriCorps),

‘시니어콥스’(SeniorCorps), ‘사회 혁신 기금’(Social Innovation Fund), ‘자원봉사 창출 기금’(Volunteer Generation Fund)의 네 가지를 들 수 있다. 이 프로그램들이 지원하는 프로젝트는 크게 여섯 개의 영역에 걸쳐 있다. 재난 대응 서비스, 경제 활동 기회 창출, 교육, 환경보호, 보건, 국가유공자 및 가족 지원 등의 영역이다.

아메리콥스 프로그램은 미국인들이 자원봉사 활동에 집중적으로 헌신할 기회를 제공하는 데 목적을 두고 있다. 아메리콥스의 네트워크는 연방, 주, 지방 수준에서 다층적으로 형성되어 있다. 매년 8만 명 정도가 이 프로그램에 참여한다. 3개의 세부 프로그램이 운영된다. 첫째는 ‘주 및 연방 아메리콥스’(AmeriCorps State and National)이다. 이 프로그램은 회원들이 교육, 공공 안전, 보건, 환경 등의 부문에서 중요한 지역사회의 욕구를 충족하는 활동에 참여할 수 있도록 고용하고, 훈련시키고, 알선하고 있다. 둘째는, ‘아메리콥스 비스타’(AmeriCorps VISTA)이다. 이 프로그램은 저소득 개인 및 지역사회가 빈곤으로부터 탈출하도록 지원하는 프로그램을 개발하고 확대하여 비영리 단체, 종교 단체, 여타 지역사회 단체, 공공기관 등의 상근 인력에게 제공한다. 셋째는 ‘아메리콥스 전국시민지역사회’(AmeriCorps NCCC)이다. 이 프로그램은 18~24세 연령층에게 주거를 제공하고 있다.

시니어콥스 프로그램은 경험, 기술, 재능이 풍부한 노년층 시민이 지역사회에 봉사할 기회를 만들어 주는 프로그램이다. ‘포스터 그랜드패런츠’(Foster Grandparents), ‘시니어 컴패니언’(Senior Companion), ‘RSVP’ 등의 세부 프로그램이 운영되고 있다. ‘포스터 그랜드패런츠’는 종교 단체, 학교, 여타 청소년 시설 등을 포함한 수천 개의 지방 조직에서 노인들이 역할 모델, 멘토, 친구 등으로 활동할 수 있게 지원하는 프로그램이다. 이 프로그램에 참여함으로써 노년층들은 아동이나 청소년과 일대일 관계 교사, 독서지도, 상담 등의 활동을 수행한다. ‘시니어 컴패니언’은 고령으로 인해 실내에 오래 머무는 노인들에게 돌봄 서비스를 제공하는 프로그램이다. ‘RSVP’는 55세 이상 시민들에게 광범위한 자원봉사 활동 기회를 제공하는 프로그램으로 수천 개의 지역 조직들이 참여하고 있다. RSVP에 참여하는 자원봉사자들은 어디에서 어떻게 얼마나 오랜 시간 동안 자원봉사를

할 것인지를 선택한다.

사회혁신 기금은 지역사회에서 활동하는 비영리단체들이 더 큰 성과를 거두도록 돕기 위해 연방 정부가 나서서 공공 및 민간 자원을 동원하는 촉매 역할을 하도록 기획된 사업이다. 이 기금은 경제활동 기회 창출, 보건, 청소년 개발, 학교 지원 등의 영역에서 발생하는 문제들에 대한 모범적 해결법들을 확산시키기 위해 공공 및 민간의 자금을 끌어 모으는 것을 목표로 하고 있다.

자원봉사 활동 창출 기금은 미국의 자원봉사법(Serve America Act)에 따라 승인된 프로그램이다. 이 기금 사업은 자원봉사 조직과 주 정부로부터 서비스 제공 업무를 위탁받은 조직들을 지원한다. 특히 자원봉사 활동 관리에 대한 투자에 초점을 두고 있다.

## 5. 시사점

재능기부를 자원봉사 및 기부라는 활동 범주에 포함시키고 시야를 조금 확대하여 국내외의 몇몇 사례를 살펴보았다. 그 시사점을 다음과 같이 요약할 수 있다. 첫째, 한국자원봉사협의회, 아름다운재단, BITC 등과 같은 자원봉사 부문 ‘전문조직’은 자원봉사 활동, 재능기부, 금전적 기부 등의 여러 시민참여 활동을 조직하는 것을 기본적 기능으로 삼고 있으면서 아울러 전문적 역량을 투입하여 창의적인 프로젝트 또는 프로그램을 개발하거나 시도하고 있었다. 단순한 모금이나 연결이 아닌, 자원 제공자와 수혜자가 갖고 있는 요구·필요에 구체적이고 적절한 방법으로 부응하는 프로젝트 또는 프로그램을 마련하고 운영하는 역량에 비례하여 시민 참여의 양과 지속가능성이 확대될 수 있다.

둘째, 법정 기구인 미국의 CNCS를 제외하면, 한국자원봉사협의회나 아름다운재단이나 BITC의 사례들에서 공히 관찰되는 것은 재원 확보에 있어 시민 참여의 가능성이 조직 운영에 있어 결정적으로 중요한 문제라는 점이

다. 한국자원봉사협회의 자체 평가 보고서에서 언급된 것처럼 안전행정부 등의 중앙행정기관이 제공하는 지원금은 가변적인 것이며 지원금 기능 이상의 것을 수행할 수 없다. 개별 시민과 기업의 자발적 참여로 이루어진 물적 토대가 굳건할수록 조직 운영과 활동의 지속가능성이 커질 것이다.

셋째, 기업의 사회공헌 활동을 활용하는 것과 관련된 것으로, BITC의 활동 사례가 눈길을 끈다. 영국과 우리나라의 역사적·문화적 배경 차이를 감안하더라도, 그 자체로 농촌 재능기부와 관련하여 시사하는 바가 있다.<sup>43</sup> 우선, 비영리단체가 기업의 사회공헌 활동을 밀도 있게 조직하여 지역사회에 제공하고 있다. 그리고, 앞서서도 언급했지만, 전문성이 돋보인다. 앞 절에서는 두 개의 사업만을 소개하였지만, 실제로 BITC가 추진하는 재능기부를 포함한 자원봉사 영역의 사업은 상당히 다양하고 광범위하다. 그 사업들은 지역사회의 현실적인 요구를 최대한 분석한 후, 그 분석 결과를 토대로 기획된다. 즉, 단지 자원 제공자와 수혜 지역사회의 연결만을 꾀하는 것이 아니라 자원봉사 부문에 대한 전문적 이해와 경험을 바탕으로 사업을 기획하고 기획한 사업을 조직적으로 실행하는 업무 능력을 갖춘 것이다. 셋째는 BITC가 방대한 자원을 가진 큰 규모의 조직이라는 점이다. 앞서 언급한 것처럼 회원 기업들이 매우 많고, BITC의 지방 사무소 또한 여러 곳에 설치된 우산조직인 것이다.

넷째, 미국의 CNCS는 자원봉사 부문에 대한 정부의 적극적인 개입을 보여 주는 사례다. CNCS는 다양한 부문의 자원봉사 활동을 실천하는 지역사회 조직들에 대한 정부 차원의 간접적 지원을 총괄하는 기구의 역할을 수행하고 있다. 이 기구는 법률에 의해 마련된 것이다. 이 같은 구조는 우리나라의 ‘자원봉사 활동 기본법’과 그 법률에 의해 중앙정부 및 각급 지

---

43 BITC의 활동을 소개한 김재현 외(2011)의 연구는 이를 ‘지역사회투자활동’으로 개념화하면서 1사1촌 운동과 비교하였는데, 특히 기업 자원과 농촌 지역의 자원을 연계하는 데 있어서 기본적인 정보제공이나 중개기능 외에도 지속적 교류를 위한 프로그램 개발과 네트워크 구축, 그리고 기업 자원을 연계한 협력사업 등을 전개할 필요가 있다고 주장하였다.

방자치단체에 조직된 자원봉사센터들과 그 우산조직인 ‘한국자원봉사센터협회’ 등의 구조와 닮은 점이 있다. 농촌 재능기부 활동이 자원봉사 부문인 한 하위 부문으로 자리 잡기에는 아직 시기가 이르지만, 중장기적으로 정부와 민간 부문의 관계 구조나 정부의 지원 방식과 관련하여 시사하는 점이 있다. 첫째, 정부의 지원은 자원봉사 또는 재능기부 현장에서 활동하는 지역사회 조직들과의 광범위한 연대 구조 속에서 이루어지는 것이 효과적일 것이다. 둘째, 정부 지원의 방식은 자원봉사 또는 재능기부를 조직적으로 그리고 지속적으로 전개하는 단체들에 대한 정상적 자금 지원과 전문성 측면에서의 지원에 초점을 두는 것이 바람직하다. 셋째, 자원봉사 및 재능기부에 관한 정책 개입은 민간 및 공공 부문의 협력적 관계에 각별한 강조점을 두어 추진되어야 한다.





## 1. 스마일 재능뱅크

### 1.1. 재능기부 희망자 및 요청자 현황

#### 1.1.1. 홈페이지 가입 추이

농촌 재능기부를 실천할 의향이 있다고 스마일 재능뱅크 홈페이지에 등록된 희망자를 개인과 단체로 구분할 수 있다. 즉, 개인 회원과 단체 회원이 있는 것이다. 현재, 농촌 재능기부 개인 희망자는 3만 9,225명이며 단체 희망자는 343개 단체이다(2013년 말 기준).<sup>44</sup> 농촌 재능기부 개인 희망자 등록자 수는 최근 3년 동안 꾸준히 증가하였다. 2011년에는 신규 등록자 수가 9,349명이었던 것이 2012년에는 1만 3,209명, 2013년에는 1만 6,667명으로 증가하였다.

---

44 스마일 재능뱅크 가입 회원 수는 약 5만 명이다. 회원으로 가입했으나 ‘재능기부’ 연결에 필요한 여타의 정보를 입력하지 않아 재능기부 희망자로 간주하기 어려운 경우가 있어 가입 회원 수와 재능기부 희망자 수가 일치하지 않는다. 한편, 개인 명의로 농촌 재능기부를 희망한다고 신청하였으나 희망 단체에 속한 회원들도 상당수 있는 것으로 파악되지만, 그런 경우를 낱알이 확인하기 어려워 이 보고서에서는 다소의 개인-단체 중복 집계를 허용하여 현황을 파악하였다.

스마일 재능뱅크 웹페이지를 운영하기 시작한 2011년 8월 1일부터 2013년 말 사이에 개인 희망자가 가장 많이 등록했던 때는 2013년 8월이었다. 7,772명이 등록했다. 그 다음으로는 2011년 10월에 4,974명이, 2013년 10월에 3,316명이 등록했다.

대체로 3/4분기와 4/4분기에 신규 등록이 집중되는 경향이 있다<그림 4-1>. 1년 중 3/4분기와 4/4분기에 희망자 등록이 집중된 것은 농촌 재능기부 캠페인의 결과일 수 있다.<sup>45</sup> 이렇게 스마일 재능뱅크에 농촌 재능기부 희망자 등록이 특정 시기에 편중된 것은 인터넷이 아닌 오프라인에서의 캠페인 활동이 희망자 모집에 상당한 영향을 준다는 점을 방증한다.

‘농촌재능나눔’에 관한 인지도 조사 결과<sup>46</sup>도 그 같은 방증을 뒷받침한다. 스마일 재능뱅크에 대한 인지 경로 가운데 가장 높은 응답률이 기록된 매체는 공중과 TV로 28.9%였으며, 그 다음은 신문으로 22.5%였다(중앙일보 조사연구팀, 2013: 8).

45 한국농어촌공사의 스마일 재능뱅크 운영진이 오프라인으로 이루어지는 각종 행사나 이벤트에 참여하여 현장에서 농촌 재능기부 희망자를 모집하였다가 특정 시기에 집중적으로 스마일 재능뱅크 시스템에 입력하거나, 유관 기관에 농촌 재능기부 참여를 요청하는 공문을 보내는 등의 활동이 부분적으로 영향을 주었을 것이다.

46 ‘농촌재능나눔’에 대한 일반 국민의 인식과 태도를 파악하려는 목적으로 수행된 조사이다. 중앙일보 조사연구팀은 서울특별시 및 6개 광역시(인천, 부산, 울산, 대구, 광주, 대전)에 거주하는 만 20~59세 남녀 1,200명을 대상으로 2013년 11월 상순에 전화면접 설문조사를 실시하였다. 성별, 연령, 지역에 따른 층화추출방법으로 표본을 선정하였으며, 표본오차는 95% 신뢰수준에서  $\pm 2.8\%p$ 였다. 응답자의 19.2%가 농촌재능나눔을, 3.3%가 스마일 재능뱅크를 인지하고 있었다. 농촌재능나눔에 대한 인지경로에 있어서도 응답 비율이 가장 높았던 매체는 역시 공중과 TV로 40.1%를 차지했으며, 그 다음으로는 신문(27.8%)이었다. 농촌재능나눔을 인지하고 있다고 응답한 도시민 가운데 15.3%(전체 응답자의 2.9%)가 농촌재능나눔에 참여한 경험이 있다고 응답하였으며, 스마일 재능뱅크를 인지하고 있는 응답자 가운데 9.5%(전체 응답자의 0.3%)가 스마일 재능뱅크 가입 회원인 것으로 나타났다.

그림 4-1. 농촌 재능기부 개인 희망자 등록 추이

(단위: 명)

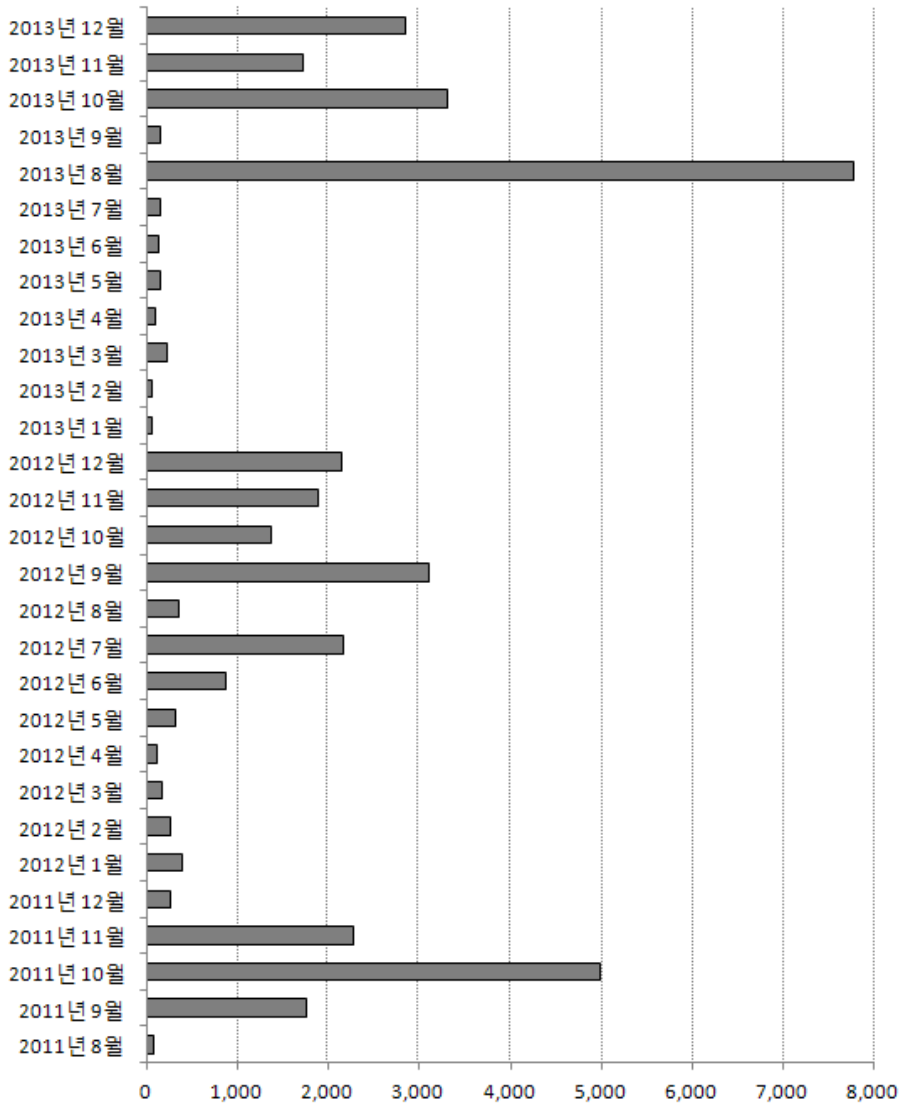


그림 4-2. 농촌 재능기부 단체 희망자 등록 추이

(단위: 개)

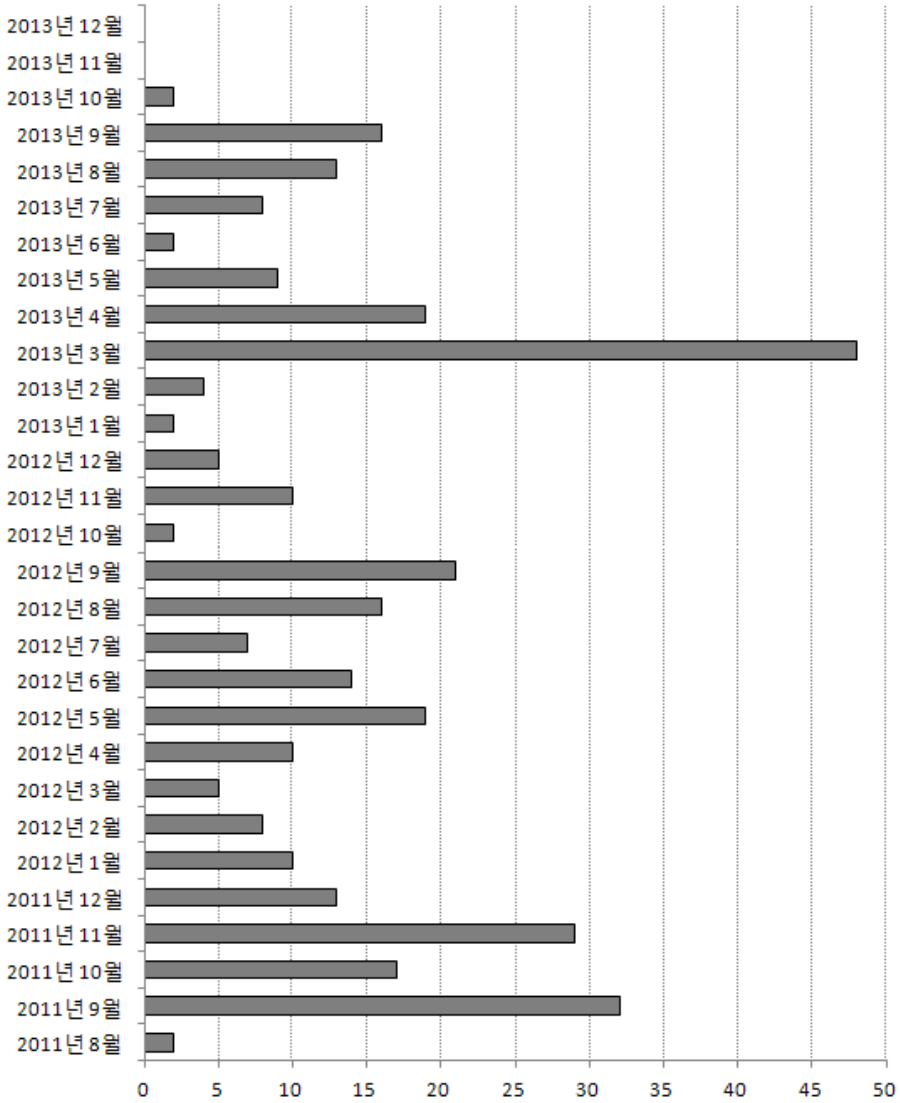
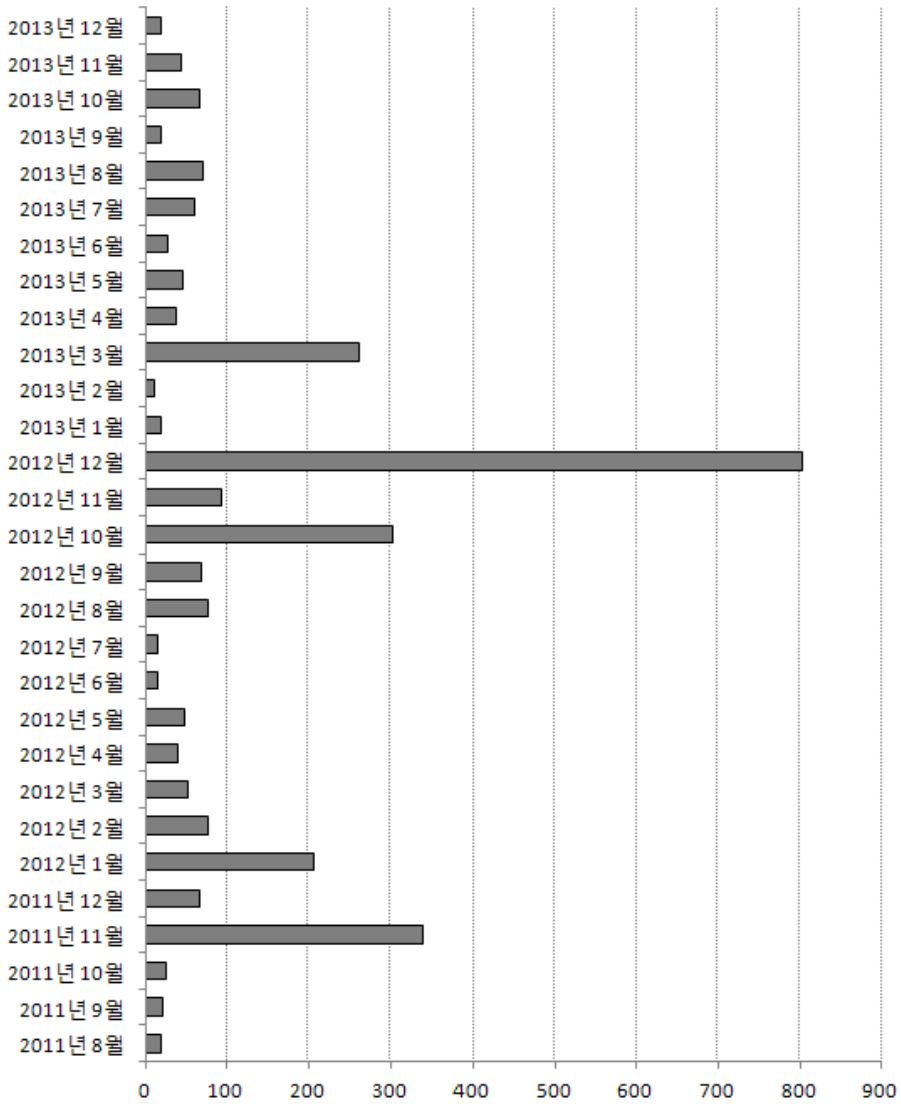


그림 4-3. 농촌 재능기부 요청 마을 등록 추이

(단위: 개)



농촌 재능기부를 희망하는 단체의 등록 추이도 개인 희망자 등록 추이와 다소 유사하게 3/4분기와 4/4분기에 집중되는 경향이 있다(그림 4-2). 다만, 2013년 3월~5월 사이에는 이례적으로 많은 단체들이 등록을 했고, 3월에는 48개 단체가 등록하여 가장 많은 단체 등록 빈도를 기록했다. 농촌 재능기부 개인 희망자 등록 추이와 유사하게 대중매체와 더불어 스마일 재능뱅크 운영팀의 홍보 활동이 상당한 영향력을 발휘한 때문인 것으로 짐작할 수 있다. 2013년 상반기의 이례적인 농촌 재능기부 희망 단체 등록 증가도 눈에 띈다.

재능기부 요청자(마을)는 2013년 말을 기준으로 2,930개에 이른다. 그 등록 시기는 2011년과 2012년에는 11월과 12월에 집중되는 경향이 있었는데, 2013년 들어서는 3월에 집중되었다. 이것 역시 농촌 마을을 대상으로 하는 한국농어촌공사의 홍보 활동이 2013년 3월 즈음에 집중된 것에 기인한 현상이다.

### 1.1.2. 희망자 및 요청자 거주지와 활동 희망 지역의 지리적 분포

농촌 재능기부 개인 희망자 가운데 경기도 및 서울시에 거주하는 이의 비율이 압도적으로 높았다. 자료상 거주지를 파악할 수 있었던 개인 희망자 3만 7,725명 가운데 31.4%인 1만 1,841명이 경기도에 거주한다. 그 다음으로는 서울시 거주자들이 8,272명(21.9%)이었다. 광역 지방자치단체 가운데 지역 인구 규모가 가장 큰 곳이 경기도이지만, 서울시와 비교할 때 거주 인구 규모에 비례하는 것 보다 더 많은 스마일 재능뱅크 재능기부 희망자들이 거주하고 있다.<sup>47</sup>

---

47 거주 인구 규모 차이에 비례하는 것보다 더 큰 차이로 서울시에 재능기부 희망자가 적다고 해석할 수도 있다.

표 4-1. 농촌 재능기부 개인 희망자 거주지 분포

지역	강원	경기	경남	경북	광주	대구	대전	부산	서울
재능기부 희망자 (명), A	1,490	11,841	1,299	1,335	1,801	1,484	1,132	504	8,272
거주인구 (천 명), B	1,539	12,093	3,319	2,698	1,469	2,506	1,525	3,538	10,195
A/B(%)	0.097	0.098	0.039	0.049	0.123	0.059	0.074	0.014	0.081
지역	울산	인천	전남	전북	제주	충남	충북	전체	
재능기부 희망자 (명), A	101	1,388	1,696	1,914	424	1,941	1,103	37,725	
거주인구 (천 명), B	1,147	2,844	1,910	1,873	584	2,029	667	49,936	
A/B(%)	0.001	0.049	0.089	0.102	0.073	0.096	0.165	0.076	

자료: 스마일 재능뱅크 관리 시스템(한국농어촌공사 내부 자료, 2013년 말 기준).

통계청 국가통계포털(<http://kosis.kr>), 주민등록인구 통계, 2012년 말 기준.

주: 음영 처리한 것은 거주인구 대비 희망자 비율(A/B)이 비교적 낮은 지역을 뜻한다.

농촌 재능기부 확산에 걸림돌이 되는 요인 가운데 하나가 재능기부 희망자와 요청 마을 사이의 ‘거리’라는 점을 고려하여, 경기도나 서울시를 제외한 여타의 광역 지방자치단체에 거주하는 농촌 재능기부 희망자 수에 주목할 필요가 있다. 재능기부 희망자의 지역별 인구 분포는 스마일 재능뱅크 등 농촌 재능기부 활동 참여를 위한 캠페인이 집중해야 할 지역에 대한 단서를 준다. 경상남도, 경상북도, 대구광역시, 부산광역시, 울산광역시, 인천광역시 등이 거주 인구 규모에 비해 농촌 재능기부 희망 등록자 수가 상대적으로 적은 지역이다.

소재지를 확인할 수 있었던 363개의 농촌 재능기부 단체 희망자 가운데 가장 많은 단체들이 소재하고 있는 도시 지역은 서울시였다<표 4-2>. 115개(31.6%)의 단체가 서울시에 소재하는 것으로 나타났다. 그 다음으로는 경기도에 66개(18.1%)가 소재하고 있다.

개인 희망자의 활동 희망 지역으로는 경기도가 압도적으로 높은 비중을

차지하였다<표 4-3>. 희망 지역 등록자 3만 2,948명 가운데 62.8%인 2만 691명이 경기도에서의 재능기부 활동을 희망하는 것으로 나타났다. 그 다음은 충청남도였다(1,871명). 경기도와 서울시에 거주하는 개인 희망자 대부분이 경기도 지역에서의 활동을 희망하고 있는 것으로 짐작할 수 있다.

한편, 재능기부 요청 마을은 희망자의 활동 희망 지역과는 달리 경기도에 집중되지 않고 비교적 고르게 분포하고 있었다<표 4-4>. 요청 마을이 가장 많은 광역 지방자치단체는 전라남도(440개)이다. 그 다음으로 충청남도(418개), 경기도(374개)의 순이었다.

표 4-2. 농촌 재능기부 단체 희망자 소재지 분포

(단위: 개)

강원	경기	경남	경북	광주	대구	대전	부산	서울
15	66	17	20	15	4	12	8	115
울산	인천	전남	전북	제주	충남	충북	합계	
3	9	19	23	3	19	15	363	

자료: 스마일 재능뱅크 관리 시스템(한국농어촌공사 내부 자료, 2013년 말 기준).

표 4-3. 농촌 재능기부 개인 희망자의 활동 희망 지역 분포

(단위: 명)

강원	경기	경남	경북	광주	대구	대전	부산	서울
1,088	20,691	1,416	1,067	201	291	75	130	393
울산	인천	전남	전북	제주	충남	충북	합계	
30	344	1,511	1,815	315	1,871	1,710	32,948	

자료: 스마일 재능뱅크 관리 시스템(한국농어촌공사 내부 자료, 2013년 말 기준).

표 4-4. 농촌 재능기부 요청 마을의 분포

(단위: 개)

강원	경기	경남	경북	광주	대구	대전	부산	서울
177	374	337	337	37	16	3	10	52
울산	인천	전남	전북	제주	충남	충북	합계	
11	130	440	315	54	418	243	2,954	

자료: 스마일 재능뱅크 관리 시스템(한국농어촌공사 내부 자료, 2013년 말 기준).



스마일 재능뱅크에 등록된 재능기부 희망자의 활동 희망 지역과 요청 마을의 ‘장소 불일치’가 상당히 크다. 이것이 스마일 재능뱅크의 핵심 기능인 희망자와 요청 마을 사이의 자동 연결(matching)의 효율성을 떨어뜨리는 주된 이유 가운데 하나다. 따라서 경기도나 서울시가 아닌 광역지방자치단체, 특히 경상도, 부산, 울산 지역의 주민들에게 초점을 맞춘 농촌 재능기부 참여 캠페인 활동을 검토할 필요가 있다. 그리고 경기도 지역에서의 농촌 재능기부 활동을 희망하는 이가 수도권 외 지역에서도 활동할 수 있도록 돕는 유인(incentive)을 찾을 필요가 있다. 희망자의 대다수가 경기도와 서울시에 거주하며 경기도 농촌에서 재능기부 활동을 희망하는 것에는, 시간이나 이동에 따른 비용 부담이 원인으로 작용하는 측면도 있을 것이다. 경우에 따라서는 이동 비용 등의 실비를 지원하는 방안을 검토할 필요도 있다.

### 1.1.3. 재능기부 희망자 및 요청자의 활동 희망 분야

스마일 재능뱅크 시스템은 농촌 재능기부 희망자 및 요청자의 ‘희망하는 재능기부 활동 분야’를 등록하게 하고 있다. 물론, 둘 이상의 분야를 중복 등록할 수도 있다. 세세한 활동 분야들을 열거하고 그 가운데 선택하게 하였다. 재능기부 활동 분야는 크게 ‘지역개발’, ‘의료·복지·교육’, ‘농림어업’, ‘경영·마케팅’의 4개 범주로 분류된다.

농촌 재능기부 개인 희망자 3만 9,225명이 등록한 활동 건수는 총 6만 3,148건이었다. 일인당 약 1.6건의 농촌 재능기부 활동을 희망한다고 등록한 셈이다. 분야별로는 ‘의료·복지·교육’이 2만 6,504건으로 가장 많았다. 그 다음으로 ‘지역개발’(1만 9,345건), ‘농림어업’(1만 1,065건), ‘경영·마케팅’(6,234건)의 순이었다. 전체 요청 빈도 2,699건 가운데 가장 높은 빈도를 기록한 농촌 재능기부 활동 분야는 ‘지역개발’(1,798건)이었다. 그 다음으로 ‘의료·복지·교육’(446건), ‘경영·마케팅’(282건), ‘농림어업’(173건)이었다.

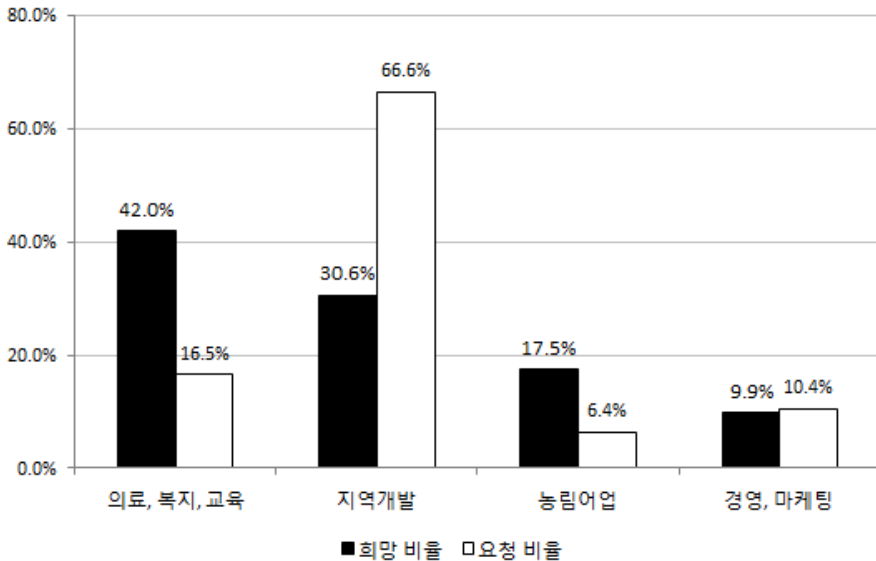
표 4-5. 농촌 재능기부 활동 분류

<p>지역개발 (20종)</p>	<p>마을계획 컨설팅, 주민역량교육, 마을축제·체험 기획, 전통문화 보존, 마을기업·사회적기업·협동조합, 주택수리, 장판·도배교체, 전기·가스·수도 등 수리, 농어업기계정비·가전제품수리, 농기계기술 교육, 마을조경·벽화그리기, 문패·우체통 만들기, 마을홍보영상물·리플렛 제작, 마을로고 만들기, 스토리텔링, 컴퓨터 기초 교육, 인터넷 및 SNS 활용법, 휴대폰·스마트폰 사용법 교육, 문서작성 교육, 마을홈페이지 관리</p>
<p>의료·복지·교육 (45종)</p>	<p>무료 검진 및 진료, 검안 진료, 구강 진료, 한방 진료, 수지침·이혈, 응급처치 교육, 물리치료, 소독·방역, 식품·영양 관리, 위생교육, 차량 지원, 이동 목욕서비스, 수화통역, 어르신·장애인 돌봄, 간호·간병, 이미용, 메이크업, 스킨·발·스포츠·두피 마사지, 레저스포츠·건강교실, 웃음치료, 장수사진 촬영, 공연(음악, 연극, 마술, 레크리에이션 등), 디카 및 영상미디어 교육, 공예공작, 취미교실, 아동돌봄, 구연동화·독서교육, 미술심리치료, 예체능교육, 특수아동교육, 학습지도, 진로·진학·청소년 상담, 방과후활동·방학캠프, 논술지도, 경제교육, 한국어교육, 한국문화체험, 한국요리강좌, 가족 및 자녀교육 상담, 통·번역, 생활외국어교육, 부모교육, 취업교육, 교양강좌, 웰다잉(Well-dying)</p>
<p>농림어업 (10종)</p>	<p>원예·과수, 수산·임산, 축산·사육, 친환경·유기농법, 질병·병충해 관리, 안전품질관리, 저장, 가공, 조리, 포장</p>
<p>경영·마케팅 (15종)</p>	<p>전자상거래(온라인거래), 유통·생협, 포장디자인·제품로고 제작, 제품 광고, 수출, 자산·재테크 상담, 예·적금 관리, 부동산 상담, 보험 상담, 공과금 납부 대행, 법인 설립, 생활법률 상담, 상표·특허 출원, 창업 상담·지원, 행정·사무 지원</p>

자료: 스마일 재능뱅크 홈페이지.

희망 빈도와 요청 빈도 각각의 분야별 비중을 비교해 보았다<그림 4-4>. 요청 빈도의 비율이 가장 높은 분야는 ‘지역개발’로 66.6%에 달한다. 그런데 희망자들 가운데 ‘지역개발’ 분야의 재능기부 활동을 희망하는 비율은 30.6%에 불과하다. ‘의료·복지·교육’ 분야에서는 희망자의 비율이 42.0%인데 비해 요청 마을의 16.5%였다. ‘지역개발’ 분야와 ‘의료·복지·교육’ 분야 사이에 희망 및 요청 활동 분야의 구성비 면에서 역전된 분포가 드러났다.

그림 4-4. 농촌 재능기부 활동 분야별 희망 및 요청 빈도 구성비



희망 분야와 요청 분야 구성비의 그 같은 불일치를 설명할 수 있는 하나의 가설은, ‘스마일 재능뱅크에 농촌 재능기부를 요청한 마을 가운데에는 농촌 지역개발 정책 사업에 노출된 마을이 현저하게 많을 것이다’라는 점이다. 한국 농어촌공사의 담당 부서는 스마일 재능뱅크 웹사이트 가입자 수 확보라는 목표를 채우기 위해 농촌 마을을 대상으로 홍보활동을 전개해 왔다. 그 과정에서 접촉이 용이한 마을들에 집중적으로 가입 권유 메시지가 전달되었을 가능성이 있다.

스마일 재능뱅크가 웹페이지에 제시한 농촌 재능기부 활동 분야별로 나누어 각 활동 항목의 희망 및 요청 빈도를 세부적으로 살펴본다<표 4-6>. ‘의료·복지·교육’ 분야에 제시된 45종의 활동 가운데 재능기부 희망자들의 선택 빈도가 가장 많은 것은 ‘아동돌봄’(20.2%)이었다. 그 다음으로는 ‘무료 검진 및 진료’(16.4%), ‘진료·진학·청소년 상담’(9.6%)의 순이었다. 요청자들의 선택 빈도가 가장 많은 활동 항목은 ‘이·미용’(16.9%)이었다. 그 다음으로 ‘장수사진 촬영’(11.5%), ‘어르신·장애인 돌봄’(10.5%)의 순이었다.

‘지역개발’ 분야에 제시된 20개의 활동 가운데 희망자들의 선택 빈도가 가장 많은 것은 ‘주택수리’(15.0%)였다<표 4-7>. 그 다음으로 ‘컴퓨터기초 교육’(14.1%), ‘마을홍보영상물·리플렛 제작’(13.2%)의 순이었다. 한편, 요청자들의 선택 빈도가 가장 많았던 것은 ‘마을계획 컨설팅’(35.5%)이었다. 그 다음으로 ‘주택수리’(19.5%), ‘마을조경 및 벽화그리기’(14.3%)이었다.

‘농림어업’ 분야의 10개 재능기부 활동 목록에서 희망 빈도가 가장 많은 것은 ‘품목재배·원예·과수’(69.6%)로, 압도적인 비율을 차지한다<표 4-8>. 요청 빈도가 가장 많았던 것도 마찬가지로 ‘품목재배·원예·과수’(40.2%)이며, 그 다음으로 ‘친환경·유기농업’(16.6%), ‘가공’(16.6%)의 순이었다.

‘경영·마케팅’ 분야 15개 재능기부 활동 목록에서 희망 빈도가 가장 많은 것은 ‘상표·특허 출원’(27.2%)이었다<표 4-9>. 그 다음으로 ‘제품광고’(19.2%), ‘자산·재테크 상담’(13.9%)의 순이었다. 요청자들의 선택 빈도가 많았던 상위 3개의 활동은 ‘유통·생협’(33.1%), ‘전자상거래’(24.8%), ‘제품광고’(16.2%)였다.

표 4-6. '의료·교육·복지' 분야 재능기부 활동 희망 및 요청 빈도와 비율

활동 항목	희망		요청		활동 항목	희망		요청	
	빈도 (건)	비율 (%)	빈도 (건)	비율 (%)		빈도 (건)	비율 (%)	빈도 (건)	비율 (%)
무료검진및진료	4,354	16.4	0	0.0	공예/공작	55	0.2	6	1.4
검안진료	11	0.0	5	1.2	취미교실	488	1.8	25	6.0
구강진료	5	0.0	5	1.2	아동돌봄	5,359	20.2	5	1.2
한방진료	18	0.1	6	1.4	구연동화/독서교육	1,157	4.4	1	0.2
수지침/이혈	17	0.1	2	0.5	미술심리치료	160	0.6	5	1.2
응급처치교육	734	2.8	1	0.2	예체능교육	141	0.5	7	1.7
물리치료	361	1.4	6	1.4	특수아동교육	162	0.6	0	0.0
소독/방역	5	0.0	7	1.7	학습지도	2,537	9.6	38	9.1
식품/영양관리	592	2.2	0	0.0	진료/진학/청소년상담	1,166	4.4	9	2.1
위생교육	308	1.2	0	0.0	방과후활동/방학캠프	702	2.6	17	4.1
차량지원	32	0.1	2	0.5	논술지도	96	0.4	1	0.2
이동목욕서비스	14	0.1	1	0.2	경제교육	25	0.1	2	0.5
수화통역	2	0.0	0	0.0	한국어교육	1,378	5.2	4	1.0
어르신/장애인 돌봄	1,552	5.9	44	10.5	한국문화체험	293	1.1	11	2.6
간호/간병	41	0.2	0	0.0	한국요리강좌	432	1.6	5	1.2
이미용	582	2.2	71	16.9	가족 및 자녀교육상담	205	0.8	7	1.7
메이크업	218	0.8	1	0.2	통/번역	234	0.9	0	0.0
스킨/발/스포츠/두피 마사지	322	1.2	13	3.1	생활외국어교육	536	2.0	9	2.1
레저스포츠/건강교실	1,330	5.0	35	8.4	부모교육	36	0.1	2	0.5
웃음치료	31	0.1	11	2.6	취업교육	15	0.1	0	0.0
장수사진촬영	584	2.2	48	11.5	교양강좌	35	0.1	4	1.0
공연(음악,연극,마술, 레크레이션등)	0	0.0	0	0.0	웰다잉(Well-dying)	11	0.0	3	0.7
디카및영상미디어교육	168	0.6	0	0.0	합계	26,504	100.0	419	100.0

표 4-7. '지역개발' 분야 재능기부 활동 희망 및 요청 빈도와 비율

활동 항목	희망		요청		활동 항목	희망		요청	
	빈도 (건)	비율 (%)	빈도 (건)	비율 (%)		빈도 (건)	비율 (%)	빈도 (건)	비율 (%)
마을계획컨설팅	1,888	9.8	552	35.5	마을조경/벽화그리기	2,355	12.2	223	14.3
주민역량교육	136	0.7	15	1.0	문패/우체통만들기	277	1.4	4	0.3
마을축제/체험기획	962	5.0	140	9.0	마을홍보영상물/리플렛제작	2,546	13.2	0	0.0
전통문화보존	207	1.1	6	0.4	마을로고만들기	323	1.7	8	0.5
마을기업/사회적기업/협동조합	56	0.3	5	0.3	스토리텔링	317	1.6	29	1.9
주택수리	2,894	15.0	303	19.5	컴퓨터기초교육	2,727	14.1	25	1.6
장판/도배교체	420	2.2	0	0.0	인터넷및SNS활용법	1,192	6.2	0	0.0
전기/가스/수도 등 수리	933	4.8	0	0.0	휴대폰/스마트폰 사용법교육	1,112	5.7	0	0.0
농어업기계정비/가전제품수리	657	3.4	216	13.9	문서작성교육	151	0.8	1	0.1
농기계기술교육	16	0.1	0	0.0	마을홈페이지관리	176	0.9	28	1.8

표 4-8. '농림어업' 분야 재능기부 활동 희망 및 요청 빈도와 비율

활동 항목	희망		요청		활동 항목	희망		요청	
	빈도 (건)	비율 (%)	빈도 (건)	비율 (%)		빈도 (건)	비율 (%)	빈도 (건)	비율 (%)
품목재배/원예/과수	7,696	69.6	68	40.2	저장	153	1.4	4	2.4
수산/임산	948	8.6	10	5.9	가공	180	1.6	28	16.6
축산/사육	522	4.7	7	4.1	조리	34	0.3	8	4.7
친환경/유기농법	726	6.6	28	16.6	포장	34	0.3	4	2.4
질병/병충해관리	267	2.4	8	4.7	합계	11,065	100.0	169	100.0
안전품질관리	505	4.6	4	2.4					

표 4-9. '경영·마케팅' 분야 재능기부 활동 희망 및 요청 빈도와 비율

활동 항목	희망		요청		활동 항목	희망		요청	
	빈도 (건)	비율 (%)	빈도 (건)	비율 (%)		빈도 (건)	비율 (%)	빈도 (건)	비율 (%)
전자상거래(온라인거래)	389	6.2	66	24.8	보험 상담	194	3.1	0	0.0
유통/생협	462	7.4	88	33.1	공과금납부대행	50	0.8	0	0.0
포장디자인/ 제품로고제작	275	4.4	15	5.6	법인설립	6	0.1	4	1.5
제품광고	1,197	19.2	43	16.2	생활법률상담	162	2.6	7	2.6
수출	12	0.2	4	1.5	상표/특허출원	1,697	27.2	0	0.0
자산/재테크상담	869	13.9	9	3.4	창업상담/지원	114	1.8	3	1.1
예/적금관리	115	1.8	1	0.4	행정/사무지원	534	8.6	26	9.8
부동산상담	158	2.5	0	0.0	합계	6,234	100.0	266	100.0

#### 1.1.4. 스마일 재능뱅크를 통한 농촌 재능기부 활동 매칭 가능성

수 만 명이 스마일 재능뱅크 웹페이지에서 농촌 재능기부 활동을 희망한다고 등록했으나, 요청 마을의 요구에 부합하여 실제로 연결될 가능성은 크게 떨어진다. 희망자 입장에서 볼 때 연결 가능성을 결정하는 주요 변인은 '재능기부 활동 희망 지역', '희망 활동 분야', '희망 빈도 및 시기'이다. 그 가운데 '희망 빈도 및 시기'는 고려하지 않고 '지역'과 '활동 분야'의 두 변인만을 고려하여 연결가능성이 있는 희망자-마을의 짝제 수는 모두 1,701건이었다<표 4-10>.48 여기에다가 시기 등을 고려하면 실제로 농촌 재능기부 활동이 스마일 재능뱅크를 통해 연결될 가능성은 그 몇 분의 일

48 연결된 요청 마을을 기준으로 한 것이다. 한 마을에 여러 명의 희망자가 연결된다고 해서 그것에 비례하여 농촌 재능기부가 실천되지는 않기 때문이다. 시·군별 및 농촌 재능기부 활동 항목별 희망자-요청마을 연결가능성 빈도 집계표를 <부록 1>에 실는다.

수준으로 줄어들 것이다. 게다가 웹페이지에서 연결되어도 농촌 재능기부 희망자나 요청 마을의 사정, 구체적인 협의 과정 등의 여러 요인으로 인해 실제 농촌 재능기부 활동으로 이어질 가능성은 다시 줄어든다. 오프라인에서의 기획 또는 조율 없이 인터넷상에서의 자동적인 연결에만 의존해서는 농촌 재능기부 활동을 활성화하기 어렵다는 점을 시사한다.

표 4-10. 스마일 재능뱅크 웹페이지에서 연결 가능한 희망자-요청마을 수

지역	희망자 수	요청마을 수	지역	희망자 수	요청마을 수
강원도	177	86	울산광역시	5	6
경기도	9,292	555	인천광역시	246	89
경상남도	238	189	전라남도	206	172
경상북도	72	75	전라북도	268	171
광주광역시	58	10	제주도	187	37
대구광역시	57	8	충청남도	445	203
부산광역시	8	2	충청북도	214	85
서울특별시	149	13	합계	11,622	1,701

자료: 스마일 재능뱅크 내부 자료

## 1.2. 운용 실적

### 1.2.1. 조사 및 분석 개요

스마일 재능뱅크 웹페이지를 매개로 이루어지는 농촌 재능기부 활동의 빈도, 내용, 참여자들의 평가 등을 알아보려 두 집단을 대상으로 설문조사를 실시했다. 한 집단은 농촌 재능기부 활동 희망자 집단이다. 스마일 재능뱅크 웹페이지에 농촌 재능기부 활동을 희망한다고 정보가 기록되어 있는 희망자<sup>49</sup> 4만 49명에게 이메일(E-mail) 설문지<sup>50</sup>를 보냈다. 2주 동안 392명이 회신하였다. 응답 상태가 양호하지 않은 설문지 18부를 제외한 374부를



분석하였다. 응답자의 65.2%가 남성이었다. 가장 높은 비중을 차지하는 연령층은 40대였고(32.0%), 그 다음으로 50대(25.7%), 30대(17.7%) 등의 순이었다. 한국표준직업분류표상의 ‘경영 및 회계 관련 사무직’<sup>51</sup>에 종사하는 응답자의 비율이 30.7%로 현저하게 높았다. 경기도에 거주하는 응답자들이 가장 많았고(25.7%), 그 다음으로 서울(21.1%), 대구(7.2%) 등의 순이었다. 응답자가 거주하는 지역의 행정구역 층위를 살펴보았는데, 특·광역시에서 거주하는 이들의 비율이 36.3%로 가장 높았다. 그 다음으로 일반시(25.6%), 도농복합시(21.2%), 군(16.9%)의 순이었다. 도농복합시나 군에 거주하는 이의 비율이 적지 않다는 점이 눈길을 끈다.

---

49 단체 가입자까지 포함한 것이다.

50 설문지를 <부록 2>에 실는다.

51 대분류 항목이다. 여기에 속하는 중분류 직업군들을 열거하면 다음과 같다. 행정사무원, 경영관련 사무원, 회계 및 경리 사무원, 비서 및 사무 보조원.

표 4-11. 설문조사 응답자(농촌 재능기부 희망자) 특성

성별 (N=353)	남성				여성			
		230 (65.2%)				123 (34.8%)		
연령 (N=350)	20대 미만	20대	30대	40대	50대	60대 이상		
	6 (1.7%)	44 (12.6%)	62 (17.7%)	112 (32.0%)	90 (25.7%)	36 (10.3%)		
학력 (N=353)	고졸		대졸		대학원졸			
	57 (16.1%)		202 (57.2%)		94 (26.6%)			
직업 (N=349)	건설 및 채굴 관련 기능직	경영·금융 전문가 및 관련직	경영 및 회계 관련 사무직	경찰·소방 및 보안 관련 서비스직	공공 및 기업 고위직			
	5 (1.4%)	16 (4.6%)	107 (30.7%)	1 (0.3%)	6 (1.7%)			
	공학전문가 및 기술직	과학 전문가 및 관련직	교육 전문가 및 관련직	군인	농·축산 숙련직			
	6 (1.7%)	15 (4.3%)	21 (6.0%)	1 (0.3%)	25 (7.2%)			
	매장 판매직	무직	문화·예술·스포츠 전문가 및 관련직	법률 및 감사 사무직	법률 및 행정 전문직			
	13 (3.7%)	8 (2.3%)	26 (7.4%)	1 (0.3%)	2 (0.6%)			
	보건·사회복지 및 종교 관련직	식품가공관련 기능직	영업직	운송 및 기계 관련 기능직	운송 및 여가서비스직			
	23 (6.6%)	1 (0.3%)	7 (2.0%)	2 (0.3%)	4 (1.1%)			
	임업숙련직	전기 및 전자 관련 기능직	전문서비스 관리직	학생	주부			
	2 (0.6%)	1 (0.3%)	3 (0.9%)	42 (12.0%)	12 (3.2%)			
거주지 (N=344)	강원	경기	경남	경북	광주	대구	대전	부산
	24 (6.9%)	89 (25.7%)	16 (4.6%)	14 (4.0%)	10 (2.9%)	25 (7.2%)	5 (1.4%)	2 (0.6%)
	서울	세종	인천	전남	전북	제주	충남	충북
73 (21.1%)	3 (0.9%)	10 (2.9%)	20 (5.8%)	16 (4.6%)	6 (1.7%)	23 (6.6%)	10 (2.9%)	
거주 행정구역 (N=344)	군		도농복합시		일반시		특·광역시	
	58 (16.9%)		73 (21.2%)		88 (25.6%)		125 (36.3%)	

자료: 설문조사

주1) 전체 응답자 수는 374명이지만, 항목별로 무응답 수가 달라 항목별 응답자 수(N)도 달라진다.

주2) 한국표준직업분류에 따라 응답자 직업을 분류한 것이다.

## 1.2.2. 스마일 재능뱅크의 연결 기능과 재능기부 실적

응답자 374명 가운데 2011년부터 2013년까지 1회 이상 스마일 재능뱅크를 통해 농촌 재능기부 활동에 참여한 적이 있다고 한 이는 71명(19.0%)이었다. 연도별로는 2011년에 7명, 2012년에 23명, 2013년에 50명이었다. 2013년 한 해만을 보면 희망자 회원의 13.3%가 농촌 재능기부 활동에 참여한 셈이다.<sup>52</sup> 희망자 1명이 한 해 동안 여러 마을에서 재능기부 활동에 참여하는 경우도 있다. 응답자들이 2013년 한 해 동안 참여한 농촌 재능기부 활동은 총 113건이었다<표 4-12>. 1인당 2~3회쯤 농촌 재능기부 활동에 참여한 셈이다. 경영·마케팅 분야의 재능기부 활동이 47.8%로 가장 높은 비중을 차지하였다. 그 다음으로는 지역개발(32.7%), 의료·복지·교육(12.4%), 농림어업(7.1%)의 순이었다. 지역별로 살펴보면 충청남도에서 이루어진 농촌 재능기부 활동이 가장 높은 비율을 기록했다(15.9%). 그와 유사하게 경기도, 전라남도, 전라북도가 각각 14.2%의 비율을 차지했다.

스마일 재능뱅크 웹페이지에서 2013년 한 해 동안 발생한 연결 건수는 533건이었다. 결론적으로 같은 해에 이루어진 농촌 재능기부 활동은 최소 113건에서 최대 533건 사이에 있을 것이라고 추정할 수 있다. 낮은 응답률을 고려할 때, 실제 이루어진 농촌 재능기부 활동 빈도는 추정 범위의 좌측 구간, 즉 113~533건 범위에서 113건에 가까운 반 정도의 범위에 분포할 가능성이 매우 높다. 그렇게 본다면 실제 활동 빈도 추정치는 300건 내외일 것으로 추정하는 것이 합리적이다. 실제 실행한 농촌 재능기부 활동 1회당 구체적으로 몇 명의 인원이 참여했는지를 응답한 경우는 거의 없기 때문에 전체 인원을 파악할 수는 없지만, 상당수가 개인적인 차원에서 농

<sup>52</sup> 2013년 말을 기준으로 희망자 수는 4만 49명이었다. 추정 가능한 참여자 수의 최대치는 13.3% 수준인 5,326명이라 할 수 있다. 그러나 실제 참여자 수는 그보다 훨씬 더 적을 것이다. 짧은 기간 동안 이루어진 이메일 설문조사였기 때문에 스마일 재능뱅크에 우호적인 응답자들이 주로 응답했을 가능성이 아주 높다.

촌 재능기부 활동을 수행했을 것이다. 더러 집단적인 활동이 있었는데, 그 점을 고려하더라도 활동 빈도 추정치의 두 배를 넘기는 어려울 것이다. 그러므로 스마일 재능뱅크를 매개로 2013년 한 해 동안 실행된 농촌 재능기부 활동 실적은 많아봐야 연인원 600명을 넘기 어렵다는 결론에 이른다. 농촌 재능기부 활동 분야에 따라 무상으로 제공한 노동의 가치가 달라지겠지만, 평균 수준의 근로자 1인당 하루 임금 수준에 추정 연인원 600명을 곱하면 스마일 재능뱅크를 통한 농촌 재능기부 활동이 2013년 한 해 동안 제공한 무상 노동 증여의 양적 가치를 어렵짐작할 수 있다.

표 4-12. 응답자들의 재능기부 실천 건수

구분	지역개발	의료/복지 /교육	농림어업	경영/ 마케팅	비율	합계
강원도	8	0	0	4	10.6%	12
경기도	6	1	1	8	14.2%	16
경상남도	1	0	1	2	3.5%	4
경상북도	0	1	0	12	11.5%	13
광주광역시	1	0	0	1	1.8%	2
대구광역시	0	0	0	0	0.0%	0
대전광역시	0	0	0	0	0.0%	0
부산광역시	0	0	0	0	0.0%	0
세종특별시	1	0	0	0	0.9%	1
울산광역시	0	0	0	0	0.0%	0
인천광역시	1	0	0	1	1.8%	2
전라남도	3	1	1	11	14.2%	16
전라북도	5	4	1	6	14.2%	16
제주도	1	0	0	0	0.9%	1
충청남도	8	2	4	4	15.9%	18
충청북도	2	5	0	5	10.6%	12
비율	32.7%	12.4%	7.1%	47.8%	100.0%	
합계	37	14	8	54		113

자료: 설문조사 결과.

주: 2013년 한 해 동안의 자료이다.

앞 절에서 논의한 것을 함께 고려하여 시사점을 요약 정리하면 다음과 같다<표 4-13>. 첫째, 농촌 재능기부 희망자들이 스마일 재능뱅크에 2013년 한 해 동안 연결을 신청한 건수는 약 6만 3,000건으로 매우 많다. 둘째, 연결해 주는 프로그램의 알고리즘과 희망자 및 요청자의 조건(재능기부 활동 분야와 희망 지역)을 고려하면 연결 가능 건수는 1,701건으로 신청 건수의 2.7%에 불과하다. 셋째, 스마일 재능뱅크 시스템에서 실제로 연결이 이루어진 사례는 533건이었다. 이는 연결 신청 건수의 0.8%, 이론적 연결 가능 건수의 31.3%에 불과하다. 연결이 이루어진 모든 사례에 있어 농촌 재능기부 희망자들이 마을을 방문하여 활동을 했다고 가정할 때의 수치이다. 넷째, 설문조사 결과를 고려했을 때 실제 이루어진 농촌 재능기부 활동 건수의 최소치는 113건이다. 이는 연결 신청 건수의 0.2%, 이론적 연결 가능 건수의 6.6%, 연결 건수의 21.2%에 해당된다.

농촌 재능기부 활동 희망자와 요청자 사이의 연결 알고리즘을 갖추고 웹 페이지를 공개한 이후, 스마일 재능뱅크 운용의 주안점은 가입자 수 증가에 있었다. 그리하여 2013년의 가입자 수는 목표치 5만 명의 약 80% 수준인 4만 명을 넘는 성과를 거두었다. 그런데 희망자와 요청자를 맺어주는 연결 건수는 533건에 불과하여 목표치인 2,000건에 크게 못 미쳤다. 연결 실적이 저조한 이유를 세 가지로 설명할 수 있다.

표 4-13. 스마일 재능뱅크의 재능기부활동 희망, 연결 가능, 연결, 참여 건수

구분	건수 (건)	A 대비 비율	B 대비 비율	C 대비 비율
희망 건수(A)	63,148	-	-	-
분야와 장소를 고려한 연결 가능 건수(B)	1,701	2.7%	-	-
연결 건수(C)	533	0.8%	31.3%	-
재능기부 활동 건수 추정 최대치(D)	533	0.8%	31.3%	-
재능기부 활동 건수 추정 최소치(E)	113	0.2%	6.6%	21.2%

자료: 스마일 재능뱅크 내부 자료 및 설문조사 결과.

주: 2013년 한 해 동안의 자료이다.

첫째, 가입자 수 증가에만 초점을 두고 스마일 재능뱅크 웹페이지를 운용했다. 가입자 수를 늘리기 위한 활동이 여러 경로를 통해서 이루어졌다. 설문조사 결과, 가입경로에 따라 농촌 재능기부 활동에의 참여 수준이 달랐다. 특히 ‘박람회 등 행사에 참여했다가 스마일 재능뱅크 관계 기관의 홍보를 접하거나’, ‘인터넷을 통해서’ 웹페이지에 가입한 응답자 집단에서 재능기부 참여 경험자 수가 기대 빈도보다 낮았다. 행사장에서서의 사례품을 받을 수반하는 즉석 가입은 농촌 재능기부예의 자발적 참여의사와는 무관하게 이루어지기 쉽다는 점을 충분히 짐작할 수 있다.<sup>53</sup> 인터넷이나 행사장에서서의 홍보 이벤트를 통해 스마일 재능뱅크에 가입한 이들의 비율이 60.1%였다. 참여 의향이 높은 잠재적 희망자들을 많이 만날 수 있는 경로에 집중할 필요가 있다. 스마일 재능뱅크 가입 캠페인 전략을 수정할 필요가 있다.

---

53 심지어는, 설문 조사 응답자 가운데에는 본인이 스마일 재능뱅크에 가입되어 있는지를 기억하지 못하는 경우가 있었다. 박람회 같은 행사장에서 지나치듯 가입 의향을 밝히고 몇 가지 정보를 제공한 탓에 그럴 것이다. “스마일 재능뱅크에 대해 전혀 알지 못했다. 귀촌자로서 재능기부를 하고 싶은데, 이 설문을 통해 처음 알게 되었다.”(‘스마일 재능뱅크에 불만족스러웠던 이유’에 관한 설문 응답 결과에서 인용.)

표 4-14. 스마일 재능뱅크 가입 경로별 재능기부 경험자 수

가입 경로		재능기부 참여경험		전체
		없음	있음	
주변 사람의 권유 또는 안내	빈도	19	9	28
	기대빈도	22.7	5.3	28.0
	전체%	5.6%	2.6%	8.2%
근무하는 회사 차원에서의 안내	빈도	36	16	52
	기대빈도	42.2	9.8	52.0
	전체%	10.6%	4.7%	15.2%
TV, 신문, 라디오 등 언론방송을 통해서	빈도	15	9	24
	기대빈도	19.5	4.5	24.0
	전체%	4.4%	2.6%	7.0%
인터넷을 통해서	빈도	86	17	103
	기대빈도	83.7	19.3	103.0
	전체%	25.2%	5.0%	30.2%
박람회 등 행사에 참여했다가 스마일 재능뱅크 관계 기관의 홍보를 접하고	빈도	95	7	102
	기대빈도	82.9	19.1	102.0
	전체%	27.9%	2.1%	29.9%
스마일 재능뱅크 관계기관의 방문 홍보 및 기타	빈도	26	6	32
	기대빈도	26	6	32
	전체%	7.6%	1.8%	9.4%
전체	빈도	277	64	341
	기대빈도	277.0	64.0	341.0
	전체%	81.2	18.8%	100.0%

주:  $\chi^2 = 0.001$

자료: 설문조사 결과.

둘째, 농촌 재능기부 희망자와 요청자를 맺어 주는 알고리즘이 전제하는 조건들이 지나치게 상세하여 연결 확률이 낮아진다. 연결 실적이 저조하게 되는 가장 중요한 요인이다. 등록된 희망 건수는 6만 건이 넘는데 연결 가능 건수가 1,801건, 즉 2.7%에 불과하게 된 이유다.

기술이 있거나 연고가 있는 사람만 참여가 가능해서 열정만 가지고는 참여할 수 있는 곳이 없고, 불러주는 곳에 응하고 싶어도 갈 곳을 찾지 못해서 참여가 어렵고 신청하기도 어렵습니다. 꼭 기술이나 기능이 있

어야만 참여할 수 있게 한 점도 참여도를 낮추는 이유가 되기도 합니다.  
- 설문 응답 결과에서 인용.

셋째, 웹페이지 시스템에서 연결이 이루어지더라도 실제 재능기부 활동 참여로 이어지기까지는 오프라인에서의 몇 가지 투입이 필요하게 되는데, 그런 부분에 대한 배려가 부족하다. 웹페이지에서 연결된 후에 희망자에게 별도의 연락을 하지 않으므로, 희망자 본인 스스로 웹페이지에 접속하여 확인하지 않는 한 어느 요청자와 연결되었는지를 확인할 방법이 없다.<sup>54</sup> 오프라인에서 그 같은 개입 부재(不在)의 상황을 개선한다면 실제 활동 건수를 높이는 데 도움이 될 것이다. 연결 후의 상황은 농촌 재능기부 희망자와 요청자의 자발적인 접촉에 의해 진행될 수밖에 없는데, 이것에 대해서 스마일 재능뱅크 운영팀이 적극적으로 개입할 필요성도 있다. 이런 문제점을 지적한 설문 응답 결과가 상당히 많았다.

재능기부 활동을 신청했으나 아무런 응답이 없었고, 진행상황 또는 향후 가능성 여부도 알 수 없이 오랜 시간이 흘러 신청했었는지조차 잊어버리고 있었다.  
- 설문 응답 결과에서 인용.

인터넷을 통해 스마일 재능뱅크에 가입을 하였으나 본인이 활동을 원하는 지역에서 별다른 연락이 없다. 농촌에 계시는 분들이 정보에 어두워 인터넷을 통한 소통이 힘들 수 있다고 생각된다. 그러니 관계 기관에서 좀 더 적극적인 활동을 해주셨으면 한다. 그리고 홈페이지에서 정보를 수정하였더니 오류가 생겼다. 이후 접속을 하지 않게 되었다. 본인의 의지도 적극적이지 못했지만 세심한 관리가 필요한 부분이라고 생각된다.  
- 설문 응답 결과에서 인용.

---

54 스마일 재능뱅크 운영을 담당하는 한국농촌공사에서는 2014년 들어 웹페이지에서 희망자-요청자 연결이 이루어지면 그 사실을 휴대전화 문자 메시지로 희망자에게 알려주기 시작했다. 그러나 모든 연결 건수에 대하여 문자 메시지 알림이 이루어지는 것 같지는 않다.



재능기부를 2번 신청한 것으로 기억한다. 본부에서도, 기부를 받고자 하는 마을에서도 연락이 없으며, 재능기부의 방법과 안내가 좀 미비하다. 기부를 할 수 있는 쉬운 방법을 마련하여 달라.

- 설문 응답 결과에서 인용.

재능기부 참여를 했으나 연결이 되지 않았습니다. 매일 로그인할 수도 없고, 재능기부 연결 문의가 들어왔을 때 이메일이나 문자로 소식이 전해졌다면 확인하고 처리했을 텐데. 오랜만에 들어가 봤더니 여러 건의 문의가 있었음에도 불구하고 기간이 지나 진행될 수 있었던 것들을 놓치고 말았더군요.

- 설문 응답 결과에서 인용.

### 1.2.3. 스마일 재능뱅크를 매개로 한 농촌 재능기부 참여 경험

농촌 재능기부 희망자 가운데 남자의 22.6%, 여자의 15.4%가 농촌 재능기부 활동에 참여한 경험이 있다고 응답하였다<표 4-15>. 남자의 참여 빈도가 다소 높은 것처럼 보이지만, 통계적으로 유의한 차이는 아니다. 성별에 관계없이 응답자의 20.0% 내외가 농촌 재능기부 활동에 참여한 경험이 있다고 말할 수 있다.

응답자들을 연령대로 구분하여 농촌 재능기부 경험 여부를 비교해도 연령 집단 사이에 별다른 차이는 드러나지 않았다<표 4-16>. 40대 및 50대 연령 집단에서 농촌 재능기부 활동에 참여한 경험이 있는 응답자 빈도가 약간 더 높은 듯하지만, 통계적으로 유의한 것은 아니다.

응답자들의 학력 수준에 따라서는 재능기부 참여 빈도가 크게 차이가 났다<표 4-17>. 학력이 높은 집단에서 참여 빈도가 높았다. 대학원 졸업 이상의 학력을 가진 응답자 집단에서 참여 경험이 있다고 한 이의 비율은 29.8%였는데, 고졸 학력 집단에서 그 비율은 5.3%였다.

표 4-15. 성별 농촌 재능기부 경험자 수

성별		재능기부 참여경험		전체
		없음	있음	
남자	빈도	178	52	230
	비율	77.4%	22.6%	100.0%
여자	빈도	104	19	123
	비율	84.6%	15.4%	100.0%
전체	빈도	282	71	353
	비율	79.9%	20.1%	100.0%

주:  $\chi^2 = 2.558$ ,  $p=0.110$ , 자료: 설문조사 결과.

표 4-16. 연령대별 농촌 재능기부 경험자 수

연령대		재능기부 참여경험		전체
		없음	있음	
30대 이하	빈도	95	17	112
	비율	84.8%	15.2%	100.0%
40대	빈도	87	25	112
	비율	77.7%	22.3%	100.0%
50대	빈도	68	22	90
	비율	75.6%	24.4%	100.0%
60대 이상	빈도	29	7	36
	비율	80.6%	19.4%	100.0%
전체	빈도	279	71	350
	비율	79.7%	20.3%	100.0%

주:  $\chi^2 = 3.072$ ,  $p=0.381$ , 자료: 설문조사 결과.

표 4-17. 학력 수준별 농촌 재능기부 경험자 수

학력		재능기부 참여경험		전체
		없음	있음	
고졸	빈도	54	3	57
	비율	94.7%	5.3%	100.0%
대졸	빈도	162	40	202
	비율	80.2%	19.8%	100.0%
대학원졸	빈도	66	28	94
	비율	70.2%	29.8%	100.0%
전체	빈도	282	71	353
	비율	79.9%	20.1%	100.0%

주:  $\chi^2 = 13.310$ ,  $p=0.001$ , 자료: 설문조사 결과.

특별시 및 광역시 그리고 일반시에 거주하는 응답자 집단보다 도농복합시와 군에 거주하는 응답자 집단에서 농촌 재능기부 경험 빈도가 더 높게 나타났다<표 4-18>. 도농복합시 및 군에 거주하는 응답자 집단에서 각각 28.8%와 24.1%의 ‘경험이 있다’는 응답이 있었다. 그에 비해, 특별시·광역시 및 일반시 거주 응답자 집단에서 그 비율은 20%를 넘지 않았다. 통계적으로 크게 유의한 것은 아니지만, 거주지가 농촌에서 멀고 도시화된 곳일수록 참여 경험자 비율이 큰 폭으로 낮아진다는 점이 눈길을 끈다. 스마일 재능뱅크를 매개로 이루어진 농촌 재능기부 활동에는 교통비 등과 같은 실경비에 대한 지원은 없다. 스마일 재능뱅크 웹페이지에서 희망자-요청자 연결이 이루어진 다음의 모든 과정은 희망자가 주도하여 스스로의 시간과 비용을 들여 진행해야 한다. 이런 점을 고려할 때 농촌 지역과 거리가 먼 대도시의 거주자들이 실제 농촌 재능기부에 참여하려 할 때 발생하는 교통비 등 경비나 시간의 문제가 어느 정도 제약 조건으로 작용한다고 볼 수 있다.

재능기부자가 원활히 활동할 수 있도록 기본 경비 지원 체계를 마련할 필요가 있다.

- 설문 응답 결과에서 인용.

표 4-18. 거주지 행정구역 유형별 농촌 재능기부 경험자 수

거주지의 행정구역 유형		재능기부 참여경험		전체
		없음	있음	
군	빈도	44	14	58
	비율	75.9%	24.1%	100.0%
도농복합시	빈도	52	21	73
	비율	71.2%	28.8%	100.0%
일반시	빈도	72	16	88
	비율	81.8%	18.2%	100.0%
특별시 및 광역시	빈도	107	18	125
	비율	85.6%	14.4%	100.0%
전체	빈도	275	69	344
	비율	79.9%	20.1%	100.0%

주:  $\chi^2 = 6.744$ ,  $p=0.081$ , 자료: 설문조사 결과.

2011년부터 2013년까지 스마일 재능뱅크를 통해 이루어진 농촌 재능기부 활동 분야 가운데 가장 많은 빈도를 차지한 것은 ‘의료·복지·교육’ 분야였다. 전체 70건 가운데 42건으로 60.0%를 차지했다. 그 다음으로 ‘지역개발’(14건, 20.0%), ‘농림어업’(8건, 11.4%), ‘경영 및 마케팅’(6건, 8.6%)의 순이었다. 스마일 재능뱅크의 희망자 집단에서 관찰되는 활동 희망 분야의 빈도 분포도 이와 유사하다는 점을 고려하면, 자연스러운 분포라 할 수 있다.

재능기부 활동이 실행된 건수의 지역별 분포에서는 전라북도에서 18.7%의 활동이 실행되었고, 그 다음으로 경기도(17.3%), 충청북도(16.0%) 등의 순이었다. 재능기부 희망자의 활동 희망 지역 분포<표 4-3>나 재능기부 요청 마을의 지역 분포<표 4-4>와는 그다지 유사하지 않은 분포를 보였다. 실제로 이루어진 농촌 재능기부 활동이 희망 혹은 요청의 건수에 비해 현저하게 적기 때문에, 그 어느 쪽과 유사해야 할 이유는 없다.

표 4-19. 활동 분야별 스마일 재능뱅크 재능기부 실행 빈도

지역개발 분야	14 20.0%
농림어업 분야	8 11.4%
경영 및 마케팅 분야	6 8.6%
의료·복지·교육 분야	42 60.0%
전체	70 100.0%

자료: 설문조사 결과.

표 4-20. 재능기부 실행, 희망자 선호, 요청, 연결 가능 빈도의 지역적 분포

지역	실행	희망자 선호	요청	연결 가능
강원	10 13.3%	1,088 3.5%	177 6.6%	86 5.5%
경기	13 17.3%	20,691 65.7%	374 13.9%	555 35.3%
경남	1 1.3%	1,416 4.5%	337 12.5%	189 12.0%
경북	10 13.3%	1,067 3.4%	337 12.5%	75 4.8%
전남	8 10.7%	1,511 4.8%	440 16.3%	172 10.9%
전북	14 18.7%	1,815 5.8%	315 11.7%	171 10.9%
제주	1 1.3%	315 1.0%	54 2.0%	37 2.4%
충남	6 8.0%	1,871 5.9%	418 15.5%	203 12.9%
충북	12 16.0%	1,710 5.4%	243 9.0%	85 5.4%
전체	75 100.0%	31,484 100.0%	2,695 100.0%	1,573 100.0%

주1) 희망자 선호 지역— 요청 마을 소재 지역, 연결가능 지역 가운데 특별시 및 광역시는 제외하고 집계한 것이다.

주2) 연결 가능 빈도는 재능기부 활동 항목과 가능 지역이 일치한 경우를 기준으로 집계한 것이다.

자료: 설문조사 결과.

### 1.3. 농촌 재능기부 참여자들의 만족도와 평가

농촌 재능기부 참여 경험이 있는 응답자와 그렇지 않은 응답자 사이에 ‘스마일 재능뱅크’에 대한 전체적 평가는 아주 달랐다<표 4-21>. ‘매우 만족한다’고 평가한 응답자 가운데 64.1%가 유경험자였음에 반해, ‘불만족한다’고 평가한 응답자 가운데 유경험자는 13.0%에 불과했다.<sup>55</sup> 이 같은 차이는 스마일 재능뱅크 웹사이트의 기능과 운영 방식에 대한 불만족을 보여주는 것이면서, 한편으로는 농촌 재능기부 활동에의 참여가 참여자에게 가져다 주는 보람이나 심리적 만족을 보여 준다.

참여 경험은 ‘스마일 재능뱅크 추천 의향’이나 ‘농촌 재능기부 재참여 의향’과도 밀접한 관련이 있다<표 4-22, 표 4-23>.<sup>56</sup> 유경험자들의 88.2%가 ‘주변 사람들에게 스마일 재능뱅크를 알리고 참여하도록 권유하겠다.’는 의향이 있는지를 묻는 질문에서 ‘그렇다’ 또는 ‘매우 그렇다’라고 응답했음에 비해, 무경험자 집단에서는 그 응답률이 73.4%였다. ‘앞으로도 더 자주 농촌 재능기부 활동에 참여하겠다.’는 의향이 있는지를 묻는 질문에서도 유경험자 및 무경험자 집단에서의 그 비율은 각각 90.8%와 74.2%로 상당한 차이를 보였다.

스마일 재능뱅크를 통해 실제로 농촌 재능기부 활동에 참여할 기회를 얻지 못하는 경우, 즉 연결되지 않거나 연결되더라도 실제 농촌 마을을 방문하지 못하게 되는 경우가 많은 것이 문제점이다. 그렇다면 일단 재능기부 희망자들이 실제로 농촌 재능기부 활동에 참여하고 나면 긍정적으로 평가

55 원래 5점 척도로 질문한 것이었다. 스마일 재능뱅크 농촌 재능기부 참여 유경험자 집단 가운데 ‘매우 불만족’이라고 응답한 이가 한 명도 없어,  $\chi^2$  검증에 하기에 적절하지 않았다. 그래서 ‘매우 불만족’과 ‘불만족’을 하나의 범주로 합쳐 분석하였다.

56 이 경우들에도  $\chi^2$  검증의 편의상 ‘매우 그렇다’와 ‘그렇다’라는 응답을 하나의 범주로 합치고 ‘보통이다’, ‘그렇지 않다’, ‘전혀 그렇지 않다’라는 응답을 하나의 범주로 합쳐서 분석하였다.

하게 될 가능성이 높아진다고 할 수 있다. 스마일 재능뱅크 운용에 있어서 향후 큰 비중을 두고 개선해야 할 점은 실질적인 연결과 그것에 잇따르는 농촌 재능기부 활동 참여도를 높이는 것이다.

표 4-21. 농촌 재능기부 참여 경험과 스마일 재능뱅크에 대한 평가

스마일 재능뱅크에 대한 전체적 평가		재능기부 참여경험		전체
		없음	있음	
매우 만족	빈도	14	25	39
	비율	35.9%	64.1%	100.0%
만족	빈도	81	24	105
	비율	77.1%	22.9%	100.0%
보통	빈도	134	15	149
	비율	89.9%	10.1%	100.0%
불만족	빈도	47	7	54
	비율	87.0%	13.0%	100.0%
전체	빈도	276	71	347
	비율	79.5%	20.5%	100.0%

주:  $\chi^2 = 57.78$ ,  $p=0.000$ , 자료: 설문조사 결과.

표 4-22. 농촌 재능기부 참여 경험과 스마일 재능뱅크 추천 의사

스마일 재능뱅크에 대한 추천 의사 “주변 사람들에게 알리고 참여하도록 권유하겠다.”		재능기부 참여경험		전체
		없음	있음	
‘전혀 그렇지 않다’, ‘그렇지 않다’, ‘보통이다’	빈도	68	8	76
	비율	26.6%	11.8%	23.5%
‘매우 그렇다’, ‘그렇다’	빈도	188	60	248
	비율	73.4%	88.2%	76.5%
전체	빈도	256	68	324
	비율	100.0%	100.0%	100.0%

주:  $\chi^2 = 6.553$ ,  $p=0.010$ , 자료: 설문조사 결과.

표 4-23. 농촌 재능기부 참여 경험과 재참여 의사

농촌 재능기부 재참여 의사 “더 자주 농촌 재능기부 활동에 참여하겠다.”		재능기부 참여경험		전체
		없음	있음	
‘전혀 그렇지 않다’, ‘그렇지 않다’, ‘보통이다’	빈도	62	6	68
	비율	25.8%	9.2%	22.3%
‘매우 그렇다’, ‘그렇다’	빈도	178	59	237
	비율	74.2%	90.8%	77.7%
전체	빈도	240	65	305
	비율	100.0%	100.0%	100.0%

주:  $\chi^2 = 8.138$ ,  $p=0.004$ , 자료: 설문조사 결과.

스마일 재능뱅크에 관해 불만족스러운 점을 서술한 응답들을 몇 가지로 분류할 수 있었다.<sup>57</sup> 첫째, 스마일 재능뱅크 웹사이트의 자동 연결 기능만으로는 실제 농촌 재능기부 희망자와 요청자를 만나게 하는 데 도움이 되지 못한다는 지적이 가장 많았다. 즉, 스마일 재능뱅크 운영진이 희망자-요청자 연결을 위해 오프라인에서 활동을 해야 웹사이트가 그 기능을 다할 수 있다는 것이다.

재능기부를 원하는 곳과의 적극적인 연결(매칭) 주선이 없다. 재능기부자가 알아서 찾으라는 방관적인 태도를 보이는 ‘스마일 재능뱅크’의 역할은 무엇인가? 재능기부자의 정보를 분석해서 희망하는 곳에서 재능기부자에게 연락하게 하는 적극적인 연결방식이 필요하다.

- 설문 응답 결과에서 인용.

둘째, 스마일 재능뱅크 웹사이트의 인터페이스에 문제가 있다는 지적이다.

<sup>57</sup> 이 응답 내용들을 <부록 4>에, 농촌 재능기부 요청 마을의 응답자들이 불만족 사항을 서술한 내용을 <부록 5>에 실는다. 요청 마을 주민 대표 2,800여 명을 대상으로 우편 설문조사를 실시하였으나 40부 밖에 회신되지 않았다. 통계적으로 의미가 없다고 판단하여 양적 분석은 실시하지 않았다. 다만 서술형 응답들을 부록에 옮긴다.



재능기부 연결에 필요한 필수 정보인 ‘재능기부 활동 분야’ 항목이 세세하게 열거되어 있으나 본인이 참여할 수 있는 항목이 없거나, 웹페이지에 접속하여 사용하는 방법이나 절차가 너무 복잡하다는 불만이 많았다.

홈페이지 사용 자체가 너무 복잡하고, 이용자를 위한 사이트라기보다는 관리자 입장에서 구색된 사이트로 느껴진다.

- 설문 응답 결과에서 인용.

내가 가진 재능기부를 할 만한 일이 없다.

- 설문 응답 결과에서 인용.

셋째, 스마일 재능뱅크를 알리는 홍보 노력이 부족하다는 지적이다. 잠재적 재능기부자인 도시민들에 대한 홍보뿐만 아니라 농촌 지역 주민이나 농촌 지방자치단체 관계자들에게도 덜 알려져 있다는 지적이 있었다.

그밖에도 ‘재능기부의 성격이나 방법에 따라서 농촌 주민에게 오히려 역효과나 불신을 가져다 주어 기부받기를 원치 않게 된다’거나 ‘재능기부자의 자발성과 열정이 무시당하고 오히려 존중받지 못하는 일이 있다’는 언급도 있었다.

## 2. 농촌 재능기부 공모사업

### 2.1. 공모사업 개요

농림축산식품부는 2012년부터 ‘농촌 재능기부 공모사업’을 실시해 왔다.<sup>58</sup> 이 사업의 목적은 직능·사회봉사 단체, 대학, 기업 등 민간 부문의 여러 주체들이 농촌 재능기부 활동을 수행하는 것을 지원하는 데 있다. 민간 부문의 농촌 재능기부 운동 참여를 유도하고, 농촌 재능기부 문화가 사회 전반에 확산할 수 있는 계기를 만들자는 것이다. 농촌 재능기부 활동에는 많은 경우 거리상 또는 비용상의 제약이 수반된다는 점에 착안하여, 공모를 거쳐 선정된 단체에 한하여 재료비, 교통비, 숙박비 등 농촌 재능기부 활동에 소요되는 경비의 일부분을 지원하는 것을 주요 내용으로 한다.

3년 동안 공모사업을 시행하면서 변화된 것들이 있다. 하나는 예산이 조금씩 증액되었다는 점이며, 다른 하나는 지방자치단체에 보조금을 지원하여 민간 부문을 참여케 했다는 점이다. 2012년에 이 공모사업에 투입된 재원은 총 2억 6,200만 원이었는데, 2014년에는 총 7억 원을 계획하여 사업을 추진하고 있다. 2012년에는 대학생 동아리 1개소당 400만 원을 한도로 지원하였으나 2013년에는 500만 원으로 늘렸다. 예산 총액이 증가한 가장 큰 요인은 2013년부터 시행된 지방자치단체를 대상으로 하는 지원 사업이다. 지방자치단체 1개소당 2,000만 원 내외의 금액을 지원하는데, 2014년 현재 15곳을 선정하여 사업을 시행하고 있다.

지방자치단체 공모사업은 2013년에 처음 시행되었다. 지방자치단체로부터의 반응이 상당히 높았던 것으로 알려져 있다.<sup>59</sup> 주로 도시 지역의 민간

58 농촌 재능기부 일반 및 지방자치단체 공모사업의 2012년, 2013년 선정 현황을 <부록 6>에 실는다.

59 예컨대, 2014년의 ‘지방자치단체 공모사업’을 선정할 때에는 당초 12곳을 지원할 계획이었는데 24곳의 농촌 지방자치단체가 사업계획서를 제출하였다. 신청

사회봉사단체, 대학생 동아리, 기업체 등이 참여하는 ‘일반 공모사업’과 달리 ‘지방자치단체 공모사업’은 해당 농촌 지역의 민간 부문이 참여하고 그 과정을 기획·조율하는 역할을 지방자치단체가 맡는다. 이 같은 사업 추진 구조가 농촌 재능기부 활동의 효과를 제고하는 데 기여하고 있다.

표 4-24. 농촌 재능기부 공모사업 선정 현황

(단위: 개, 100만 원)

연도	참여단체 유형	참여단체 수	수혜 마을 수	단체당 지원 금액 한도	지원 금액 계
2012	직능·사회봉사 단체	21	210	10	203
	대학생 동아리	12	25	4	48
	기업체·기관	5	22	2	11
	소계	38	257	-	262
2013	직능·사회봉사 단체	25	206	10	202
	대학생 동아리	12	29	5	47
	기업체·기관	12	71	5	43
	지방자치단체	9	220	25	183
	소계	58	526	-	475

주1) 지방자치단체가 참여하는 공모사업의 경우 마을 단위로 진행되지 않는 경우가 있어 ‘수혜 마을 수’를 집계할 수 없다.

주2) 2014년 현재 15개 시·군이 ‘지자체 공모사업’에, 63개의 민간 단체가 ‘일반 공모사업’에 선정되어 재능기부 활동을 펼치고 있다.

자료: 농림축산식품부

한 곳의 절반에 대해서만 사업비를 지원할 수밖에 없었는데, 이러한 호응은 2013년에 처음 시행한 이 사업에 대한 긍정적 평가를 방증한다.

## 2.2. 일반 공모사업

일반 공모사업은 직능단체 및 사회봉사단체, 대학생 동아리, 기업체 및 기관 등이 농촌 재능기부 활동을 조직적으로 수행할 때 소액의 실경비를 지원하는 것을 내용으로 한다. 2012년과 비교할 때 2013년의 일반 공모사업 시행 규모는 약간 증가하였다. 참여단체 수가 41개에서 62개로, 지원 금액 합계가 약 2억 6,200만 원에서 4억 7,500만 원으로 증가하였다. 2012년에 비해 전체적으로 활동 건수가 증가한 것은 예산 지원 규모의 증가에 따라 자연스러운 결과이다.

양적인 측면 외에도 일반 공모사업으로 이루어진 농촌 재능기부 활동 분야가 조금 다양해진 부분도 살펴볼 부분이다. 2012년에 비해 2013년에 약간의 변화가 나타난 것은 직능·사회봉사단체의 활동 건수 가운데 ‘의료·복지·교육’ 분야의 활동이 소폭 늘어났고, 기업·기관의 활동 건수 가운데 ‘경영·마케팅’ 분야의 활동이 상당히 늘었다는 점이다. 공모사업에 응모한 단체 혹은 그 구성원의 재능이 어떤 분야에 강점을 갖고 있는지에 따라서 활동 내용도 달라진다.

표 4-25. 농촌 재능기부 일반 공모사업의 활동 분야

(단위: 건)

구분		의료·복지·교육	지역개발	농림어업	경영·마케팅
2012	직능·사회봉사단체	28	5	1	6
	대학생 동아리	25	5	0	2
	기업·기관	2	3	0	2
	소계	55	13	1	10
2013	직능·사회봉사단체	39	9	3	5
	대학생 동아리	17	5	2	1
	기업·기관	10	5	0	7
	소계	66	19	5	13

자료: 한국농어촌공사 내부 자료

주: 참여단체 수와 정확하게 일치하지 않을 수 있다. 한 단체가 서로 다른 종류의 여러 활동을 수행한 경우를 고려하였다.

즉, 일반 공모사업의 경우 어떤 단체들의 참여를 유도하는가에 따라 농촌 재능기부의 활동 내용을 일정한 방향성을 갖게 조정할 여지가 있음을 보여 준다. 더 나아가서 조정자(예: 구심 조직)가 특정한 분야의 농촌 재능기부 프로젝트를 기획하여 각종 민간단체들을 조직할 수 있는 가능성이 충분히 있음을 알 수 있다. 현재까지의 ‘일반 공모사업’은 1~4개 정도의 활동 분야에서 농촌 재능기부를 수행할 역량과 의지를 갖춘 각종 민간단체를 발굴하고 지원하는 형식으로 이루어졌다. 앞 장에서 한국자원봉사협회의 재능나눔 사례 등에서 보았듯이, 응모한 단체들이 각기 직접 농촌 재능기부 활동을 수행하는 것이 아니라 ‘농촌 재능기부 활동을 기획하고 조직하는 것’ 자체를 내용으로 하는 방식의 일반 공모사업을 고려할 필요도 있다. 그 경우 자원봉사 부문의 조력자 또는 촉진자 역할을 하는 민간비영리단체들이 공모 대상이 될 개연성이 크다.

### 2.3. 지방자치단체 공모사업

농촌 지방자치단체가 주도하여 지역 내외의 민간단체를 조직하여 재능기부 활동을 추진함으로써 얻은 성과를 셋으로 요약할 수 있다. 첫째, 지역 내외 민간 부문의 인적·물적 자원을 효과적으로 동원할 수 있었다. 둘째, 재능기부 활동 수요(needs)를 적절하게 파악할 수 있었다. 셋째, 지방자치단체와 민간 부문의 각종 단체들이 농촌 재능기부 활동을 매개로 사회연결망을 형성하게 되어 향후에도 농촌 재능기부 활동이 지속될 가능성을 높여 주고, 지역의 사회자본 증진에도 기여한다. 2014년에 지방자치단체 공모사업을 시행하고 있는 두 곳의 사례를 살펴본다.<sup>60</sup>

---

60 농촌 재능기부 공모사업과 관련하여 농림축산식품부에 보고된 자료를 재구성한 것이다.

강진군은 지방자치단체 공모사업을 추진하면서 ‘행복 25시! 희망나눔사업단’이라는 명칭으로 지역 내 민간단체들이 참여하는 모임을 만들었다. 처음부터 관내 봉사단체와 연결하여 농촌 마을 및 사회복지시설 등에 대한 재능나눔 활동을 전개하는 것으로 목표를 정했다. 모두 7개의 봉사단체와 직능단체 들이 이 사업단에 참여하였다. 참여 단체들을 열거하면 다음과 같다. 강진봉우리, 발마사지봉사회, 사랑의 메아리, 한국연예예술인총연합회 강진지회, 이·미용봉사회, 강진군여성단체협의회, 생활공감정책주부모니터단. 이 단체들의 회원 수를 모두 합하면 1,638명에 달한다. 이들은 주 1~2회에 걸쳐 관내 읍·면 마을을 순회하면서 다양한 분야의 재능기부 활동을 펼쳤다. 전기·수도·난방 수리, 도배·장판, 집고치기, 발 마사지, 레크리에이션, 이·미용, 장수사진 촬영, 방문 목욕 등의 활동이 이루어졌다.

나주시도 강진군과 유사하게 ‘행복농촌 이동봉사단’이라는 조직을 통해 농촌 재능기부 활동을 전개하였다. 강진군과 다른 점이 있다면, 지역 내의 공공기관들이 참여했다는 점이다. 14개 기관 및 단체가 참여하였다. 참여한 공공기관은 나주시청, 나주경찰서, 지적공사, 수자원공사 등이었다. 민간 단체들로는 나주중앙병원, 동그라미미용봉사회, 노인복지관, 의용소방대연합회, 나주지역자활센터, LG전자, 남문재활용센터, 한국전기조명, 가스협회, 법무사사무실 등이 있다. ‘행복농촌 이동봉사단’은 사실 농촌 재능기부 지방자치단체 공모사업을 계기로 결성된 것이 아니라, 2008년 11월에 자생적으로 탄생한 조직이다. 8개반으로 나누어 20개 분야에서 자원봉사 활동을 펼치고 있다. 핵심적인 자원봉사자 수는 55명이다. ‘행복농촌 이동봉사단’은 월 2회 농촌 마을을 순회하면서 봉사 활동을 펼쳤다. 2013년 한 해 동안 지방자치단체 공모사업을 포함하여, 이 단체가 수행한 봉사 활동은 105회에 이른다. 339개 농촌 마을을 방문하였고, 약 2만 4,000명이 그 도움을 받은 것으로 파악된다. 활동 분야는 양방·한방 진료, 소독, 전기·수도·난방·농기계 수리, 집고치기, 이·미용, 생활법률 상담 등이었다.

이 두 사례에서 보듯이 지방자치단체가 여러 민간 및 공공 부문 주체들을 조직할 때 동원할 수 있는 인적·물적 자원의 양은 상당히 많다. 현행의

농촌 재능기부 공모사업 추진 지침에서 직능·사회봉사 단체 1개소에 1,000만 원을, 대학생 동아리와 기업체·기관에는 1개소당 500만 원을 지원 한도로 정하고 있다. 이에 비해 지방자치단체 공모사업에서는 지방자치단체 1개소당 2,500만 원을 지원 한도로 정하였는데, 지방자치단체가 농촌 재능기부 활동에 참여시킬(동원할) 수 있는 인적 자원의 규모는 지원한도 증가분의 비례치보다 훨씬 상회하는 듯하다.

이처럼 지방자치단체의 자원동원 역량이 뛰어난 것은 자원봉사 부문에서 이미 조직되어 활동하고 있는 단체와 공공기관을 참여시키기가 용이하기 때문이다. 특정 지역에 입지한 기업체도 사회공헌 활동 차원에서 지역 사회에 기여할 기회를 찾는 경우가 많기에, 지방자치단체가 권유할 경우 그 참여 가능성이 현저하게 높아진다. 자원봉사 활동과 사회 자본의 관련성에 관한 논의를 빌려 그 이유를 설명할 수 있다.

자원봉사 활동에서 사회자원이란 개인의 사회적 관계망, 집단 소속, 가족유대 등을 의미한다. 자원봉사 활동 기회는 이 네트워크에 속해 있는 다른 사람들을 알기 때문에 이들로부터 얻는 것이다. 따라서 이러한 유대로 인하여 시민 참여적 활동이나 자원봉사 활동 참여를 직접적으로 요청받을 수 있게 된다. 그리고 타 집단에 속한 사람과의 유대관계는 자원봉사 활동에 대한 정보 및 자원봉사 활동을 희망하는 사람들에 대한 접근도 보다 용이하게 한다고 할 수 있다. 사회적 자본과 자원봉사TK 활동을 연결하는 기제는 사회적 연결망 속에 있는 구성원간의 신뢰라고 할 수 있다. 사회적 연결은 신뢰를 조성하고, 형성된 신뢰는 개인들이 더불어 지역사회로 나아가 시간과 봉사를 제공하는 것을 아주 용이하게 한다.

- 김영옥·권해수(2011: 113).

표 4-26. 2014년도 농촌 재능기부 지자체 공모사업 주요 내용

시·군	사업내용	참여인원	수혜자
강진군	주거·시설개선(도배·장판교체, 보일러, 전기수리 등), 건강·이미용(발마사지, 원예치료, 염색, 커트), 문화예술지원(마을단체·장수사진, 노래교실, 어르신동영상제작)	93명	1,515명
고흥군	농어촌지역 어린이 일일야구교실	20명	500명 (회당100명)
남원시	이혈봉사, 골목길벽화조성, 어르신과 함께 미술체험, 썩뜸봉사, 자전거수리점, 컴퓨터수리점, 마을 돌봄활동, 마을주민 제빵교육	153명	2,030명
보성군	복지사각지대 주거환경개선, 벽화그리기를 통한 마을가꾸기	84명	166명
순창군	전통구들의 효율개선, 농가주택단열시공, 화목보일러의 효율개량, 전시물제작-교육 보조자료 제작을 통한 전시, 체험 교육	32명	348명
순천시	행복기부단모집, 사업추진경로단선정, 행복지원요소 발굴		
양주시	원예체험 활동지원, 교육	108명	774명
영월군	취약농가 어린이 여름방학 캠프, 농부병 치료 의료봉사, 대형병원 의료봉사, 농촌어린이 발레교실, 벽화그리기, 고려대캠퍼스투어 및 고연전 응원전, 이미용 봉사, 장수사진, 취약농가 집수리, 피부마사지, 심리상담, 농업인 심리상담, 우리농산물모아 사랑나누기운동, 예쁜 마을 이정표지원, 영농지원차량 점검	208명	1,442명
영주시	슈바이처/키다리아저씨 프로젝트 사업	192명	600명
영천시	마을경관개선, 주거환경개선	142명	194명, 8가구
완주군	농촌청소년 잡스(JOBS)체험, 마을 환경 디자인 개발	35명	154명
정읍시	건강/보건 및 재능기부 축제, 주거 및 환경 개선, 해피바이러스, 찾아가는 이·미용 행사, 특산물 포장디자인	230명	마을주민
증평군	한방진료서비스, 장수사진촬영/제작지원, 작은도서관 설립 및 독서프로그램 지원, 청소년 직업멘토링 강연지원	194명 내외	1,580명 내외
태안군	노후전기 시설교체, 주거환경 개선사업	25명	장애가정, 독거노인, 기초수급자
홍성군	청년과 마을 통하였느냐, 청년과 청년 통하였느냐	52명	1,200명



농촌 재능기부에 있어 도움 받는 이의 욕구를 파악하는 것 또한 재능기부 활동 기획에 있어 결정적으로 중요한 일이다. 앞 장에서 암시되었듯이, 생면부지의 도시민과 농촌 주민 사이에 웹페이지를 통한 재능기부 활동 연결은 욕구를 식별하는 단계에서부터 쉽게 진행되지 않는다. 그 시스템은 ‘언어로 표현된 욕구’(verbally expressed needs)만을 전달할 수 있는데, 그것도 농촌 마을 주민의 맥락(context)을 사상(捨象)한 채로 전달하기 때문이다. 일반 공모사업에서, 외지의 사회봉사단체들이 농촌 마을을 찾는 경우, 해당 단체가 수행할 수 있는 한두 분야의 재능기부 활동을 구체적 맥락에 대한 이해가 표층적일 수밖에 없는 농촌 지역에서 펼치게 된다는 약점을 갖고 있다. 상당한 밀도의 사회적 연결망을 구성하고 있는 지역사회 내 주민들은 어느 마을이 또는 지역사회 내의 어떤 인구 집단이 어떤 종류의 재능기부를 필요로 하는지를 훨씬 더 깊게 파악하기 마련이다. 그래서 지방자치단체 공모사업은 복잡하고 다양한 욕구를 식별해 내고, 그것을 동시적으로 충족시킬 재능기부 활동 방안을 모색하는 데 더 효과적이다.

강진군이나 나주시뿐만 아니라 다른 여러 지자체들이 특정 마을을 방문할 때 다양한 직능의 재능기부자들을 동시에 투입하여 재능기부 활동을 펼치는 것으로 사업을 기획하고 실행하였다. 공모사업을 계기로 지자체와 함께 농촌 재능기부 활동에 참여한 지역 내 민간단체들은 이후에도 그런 모임을 지속적으로 수행해 나갈 동력을 얻게 된다. 재능기부 활동 자체가 참여자 개인에게 주는 보람, 긍지 등과 같은 심리적 만족 외에도 형성된 사회연결망이 지역사회의 공동체성과 결속을 강화하는 데 긍정적으로 작용하기 때문이다. 즉, 사회자본 축적의 선순환이 시작될 수 있는 것이다. 이 경우 농촌 재능기부 지방자치단체 공모사업이 농촌 지역사회 내에서 ‘시민들의 획기적인 유대가 가능하도록 하는 인프라’(이재열, 2006: 47)<sup>61</sup>로 기능

61 원래의 설명을 인용하면 이렇다. “선진국의 사례에 비추어 볼 때, 공공지향적인 시민의식의 발전은 자신이 속한 일차적인 연고 집단을 넘어서는 느슨한 결속력을 갖는 각종 모임들, 즉 동호회나 학부모 모임, 취미클럽, 봉사모임 등과 같은 ‘열린 결사체’에 참여하는 경험이 매우 중요하다. 퍼트남은 이를 ‘볼링클

하는 것이다.

---

립'의 효과라고 하고, 함께 불링장을 찾는 사람들의 숫자가 줄어들었다는 것이 미국사회의 사회적 자본의 몰락을 상징적으로 드러낸다고 주장한다. 반대로 80년대 이후 지방자치의 중흥기를 맞은 일본의 대도시들에서 보이는 공통된 특징은 시민들의 자발적인 참여로 꾸러지는 다양한 평생교육 프로그램과 열린 결사체의 활발한 성장, 그리고 이에 대한 지방정부의 적극적인 지원이다. 공동체 내에서의 조직적 지원과 연결활동은 사회적 자본을 축적하는 데 핵심적인 요소가 된다. 자발적 결사체는 연고적 집단과 달리 문제해결과 공통의 목적을 달성하기 위한 자원동원을 가능하게 해 준다. 그리고 자발적 결사체에 참여함으로써 정보를 확산하고 기회주의적 행동을 억제하게 해 준다. 그리고 집단적 의사결정을 용이하게 하는 정도는 모두 자발적 결사체의 구조와 성원의 구조, 그리고 결사체의 기능방식 등에 의해 설명될 수 있다. 아울러 자발적 결사체 내에서는 그 구성원의 특성과 구성원의 다양성, 민주적 지배구조를 가졌는지의 여부, 타 결사체와의 관계 등이 중요하다. 이를 위해서는 적극적으로 시민들의 횡적인 유대가 가능하도록 하는 다양한 인프라를 제공할 필요가 있다. 직접적으로 정책적인 도움을 목적으로 하는 단기적인 관련단체에 대한 지원보다는 취미와 운동, 봉사 등 다양한 사회참여가 가능하여 지역의 주민들이 다양한 배경을 가진 다른 사람들과 어울릴 수 있는 프로그램들을 활성화함으로써, 공적 이슈에 대한 주민들의 민감성과 반응성을 높일 수 있고, 이것이 자치단체의 정책에 대한 정확한 정보공개와 적극적 설득과 결합하면 장기적으로 큰 효과를 나타낼 수 있다는 점을 이해하는 것이 중요하다.”(이재열, 2006: 47)

### 1. 농촌 재능기부 관련 정책의 성과와 평가

#### 1.1. 활동

농림축산식품부는 2011년 8월에 스마일 재능뱅크 시스템을 구축하였다. 스마일 재능뱅크는 재능이 있는 개인, 기업, 단체가 기부하려는 재능을 등록하고, 농촌에서는 농촌 발전에 필요한 다양한 재능기부 받기를 신청함으로써, 재능을 기부하려는 자와 기부받으려는 자를 자연스럽게 이어주는 기능을 하는 인터넷 기반의 지원 시스템이다(스마일 재능뱅크 홈페이지, 2014). 스마일 재능뱅크 시스템이 구축되기 전에도 몇몇 공익재단, 공기업, 대학교, 의료기관, 예술인 등이 자발적으로 농촌 재능기부 활동을 전개하고 있었고, 그 활동들이 조금씩 세간에 알려지고 있었다.<sup>62</sup> 농림축산식품부가 스마일 재능뱅크 시스템을 구축한 것은 정부 차원에서 노력하여 농촌 재능기부를 범국민운동으로 확대시키자는 발상에서 비롯된 것이다.

---

62 가령, 농촌 재능기부의 필요성을 알리는 차원에서 2013년에 농림축산식품부 관계자가 작성한 강의 교재 『농촌 재능기부 이해』에서는 자발적으로 전개되던 국내의 농촌 재능기부 활동 사례를 소략하게나마 소개하고 있다. 한국농어촌공사의 ‘브라이트 운동’, 다솜동지복지재단의 ‘노후주택고쳐주기’, 서울아산병원의 농촌의료지원활동 등이 그 예이다. <부록 7>에 그 내용을 옮겨 실는다.

이 캠페인은 대략 세 방향으로 전개되었다. 첫째는 언론사의 협력을 얻어 ‘농어촌 재능기부 범국민 캠페인’을 전개하는 것이었고, 둘째가 스마일 재능뱅크 시스템을 구축하여 일반 국민의 자발적 참여를 유도하는 것이었다. 셋째는 농촌 재능기부 공모사업을 추진하는 것이었다.

이러한 계획의 추진 목표는 ‘농어촌 재능기부에 대한 국민들의 인지도’와 ‘스마일 재능기부 신청자 수’라는 양적 지표로 설정되었다. 가령, 농림축산식품부 농촌정책과(2013)의 문건에서는 농어촌 재능기부에 대한 국민 인지도를 2012년의 33.2%에서 2013년에는 40.0%로, 2015년에는 50.0%로 끌어 올리는 것을 목표로 기록하고 있다. 스마일 재능뱅크 회원 또한 2012년의 3만 명에서 2013년에는 5만 명, 2015년에는 10만 명으로까지 늘리는 것을 목표로 제시하고 있다. 스마일 재능뱅크를 통한 연결 실적 목표도 제시되고 있는데 2012년의 990건에서 2013년에는 2,000건, 2015년에는 5,000건으로 늘리는 것으로 되어 있다. 이와 더불어 농림축산식품부는 2011년부터 ‘농어촌 재능기부 범국민 캠페인’을 펼쳐 스마일 재능뱅크를 홍보하고 국민들의 참여를 촉진하는 데 많은 노력을 기울였다.

스마일 재능뱅크는 농촌 지역에서 재능기부 활동에 참여하기를 희망하는 이와 재능기부를 요청하는 농촌 마을 주민이 웹페이지에 관련 정보를 입력하게 한 후 희망자와 요청자 양 측의 정보가 일치하는 ‘쌍’을 맺어 통보해주는 매칭 프로그램(matching program)이다. 재능기부 희망자가 입력해야 하는 정보는 회원 가입과 관련된 기본 정보(연락처, ID, 비밀번호 등) 외에 활동 가능 지역(희망지역), 활동 분야(재능분야)에 관한 것들이다. 재능기부 요청자의 경우에도 마찬가지이다. 활동 가능 지역과 분야가 일치하는 경우 스마일 재능뱅크의 웹페이지에 상대방의 정보가 공지되며, 그것을 참고하여 재능기부 희망자가 요청자에게 연락한 후 구체적인 일정 등을 협의하고 재능기부 활동을 실행하게끔 되어 있다. 연결 이후 재능기부 활동을 실행한 후에는 웹페이지에 그 결과를 등록하거나 후기를 제출할 수 있으나, 의무적인 사항은 아니다.<sup>63</sup>

농촌 재능기부 관련 주요 사업 추진 연표

- \* 2011년 8월           스마일 재능뱅크 시스템 구축
- \* 2011년 9월           재능기부 콜센터(1577-7820) 설치
- \* 2011년 9월-10월   농촌 재능기부 활동 수기 공모전 개최
- \* 2011년 11월        “2011 귀농·귀촌 페스티벌” 에서 홍보관 운영
- \* 2012년 4월-12월   농촌 재능기부 공모사업(사회단체, 대학교, 기업, 지자체 등) 실시
- \* 2012년 8월-11월   농촌 재능기부 활동 수기 공모전 개최
- \* 2013년 3월         농촌 재능기부 공모사업(사회단체, 대학교, 기업체, 지자체 등) 실시
- \* 2013년 4월         농촌 재능기부 일간지(중앙일보) 캠페인
- \* 2013년 8월         농촌 재능기부 활동 수기 공모전 개최

농촌 재능기부 범국민 캠페인 추진 실적

- \* 2011년 9월-10월   유명인사(이외수, 금난새)의 텔레비전 캠페인 출연
- \* 2012년 4월-10월   MBC-R, “희망나눔 캠페인, 농촌에 재능기부를”
- \* 2012년 6월-        중앙일보 공동기획, “농촌 재능기부 인물 및 사진 기사” 10회 게재
- \* 2012년 7월-        매일경제 공동기획, “농촌 재능기부 기사” 10회 게재
- \* 2012년 7월        아시아투데이 공동기획, “농촌이 살아야 대한민국이 산다” 3회 보도
- \* 2012년 8월        농민신문사 창간 48주년 특집, “농촌봉사의 진화, 재능기부” 보도
- \* 2012년 8월        MBC 다큐 “그날”, ‘지휘자 금난새 농촌 희망 오케스트라 재능기부’ 방영

63 이는, 스마일 재능뱅크를 통해 이루어진 재능기부 활동의 구체적인 실적을 자동적으로 모니터링할 수는 없음을 뜻한다.

농림축산식품부가 추진한 농촌 재능기부 캠페인은 일정한 성과를 거두었다. 2013년의 조사에서 일반 국민의 19.2%가 ‘농촌 재능나눔’을 인지하고 있었고, 3.3%가 ‘스마일 재능뱅크’를 인지하고 있는 것으로 밝혀졌다(중앙일보 조사연구팀, 2013: 8). 그러한 인지도 제고 노력은 스마일 재능뱅크 가입 회원 수 증대를 구체적인 목표로 한 것이었다.

스마일 재능뱅크 회원 수를 늘리기 위한 다각도의 노력과 더불어, 2013년 말에는 거의 4만 명에 달하는 회원을 확보하게 되었다.<sup>64</sup> 스마일 재능뱅크의 기본 기능은 농촌 재능기부 활동을 희망하는 이와 요청하는 이를 중개·연결하는 것이다. 4만 명을 넘는 농촌 재능기부 희망자들이 회원으로 가입했고, 농촌 재능기부를 요청한 마을도 3,000여 개에 이른다. 그럼에도 실제 농촌 재능기부가 이루어진 사례 수는 아주 적다. 실제로 농촌 재능기부 활동을 수행한 적이 있는 사람의 수는 스마일 재능뱅크에 가입한 회원의 1~2% 정도일 것으로 추정된다. 스마일 재능뱅크를 알리는 데에는 소기의 성과를 거두었지만, 스마일 재능뱅크의 당초 목적(농촌 재능기부 실천을 증진하는 것)을 이루는 데에는 걸음이 느렸던 것 아닐까?

스마일 재능뱅크 외에 다른 한 축을 이루는 농림축산식품부의 농촌 재능기부 공모사업은 예산 규모가 큰 정책 사업은 아니지만 민간 부문의 자원을 농촌 재능기부에 실질적으로 참여케 하는 정책으로서 좋은 호응을 얻고 있다. 특히 지방자치단체 공모사업이 두각을 드러내고 있다. 시행 3년째인 2014년까지 매년 조금씩 예산이 증액되었다. 농촌 재능기부 지방자치단체 공모사업은 향후 농촌 재능기부에 대한 정부 정책 개입에 있어 흥미할 만한 시사점을 몇 가지 제공한다. 첫째, 농촌 재능기부 참여자들을 원거리의 대도시로부터 모집하는 것 외에도 농촌 지역사회 내에서 상당수 찾을 수 있다. 둘째, 농촌 지역사회 안에서 같은 주민의 일원으로써 재능기부에 참여토록 지원하는 일은 자원 동원 및 욕구 파악에 있어 매우 효과적이다.

64 명목상 가입 회원 수는 약 5만 명이다. 회원으로 가입했으나 농촌 재능기부 연결에 필요한 여타의 정보를 입력하지 않아 재능기부 희망자로 간주하기가 어려운 경우를 제외한 수치이다.

셋째, 농촌 재능기부가 직접 산출하는 경제적 효과 외에도 지역사회의 사회자본 증진에 기여한다.

## 1.2. 조직

국민 대중을 상대로 하는 캠페인, 스마일 재능뱅크 웹페이지 운영, 농촌 재능기부 공모사업 등의 활동을 주도한 것은 정부(농림축산식품부)다. 실무 측면에서는 한국농어촌공사의 한 부서가 역할을 수행했다. 정부(농림축산식품부)가 농촌 재능기부 활성화를 위해 적극적으로 지원 정책을 수행하고 개입한다고 전제할 때, 공기업인 한국농어촌공사의 행정적 지원 능력은 큰 강점이 될 것이다. 그러나 현재 형태의 실무조직으로 농촌 재능기부 활동을 지속적으로 확장하려 할 때 눈앞에 드러날 과제가 어떤 것인지를 살펴볼 필요가 있다.

첫째, 한국농어촌공사는 ‘농촌 재능기부 활성화’를 고유의 목적사업으로 갖는 조직이 아니다. 앞서 제3장에서 살펴본 국내외 관련 사례들은 모두 재능기부, 금전적 기부, 자원봉사 활동 등의 주력 활동을 고유의 목적사업으로 갖는 조직들이었다. 한 조직이 특정 영역의 활동을 목적사업으로 스스로 규정한다는 것은, 그 활동 자체가 조직의 정체성을 드러내는 것으로 조직 구성원의 업무 몰입이나 헌신에 아주 중요한 영향을 미치는 요소이다.

둘째, 시민의 자발적 참여가 농촌 재능기부 활동 확산의 기본 전제임을 고려할 때 비영리민간단체의 형식을 갖춘 조직이 참여의 중심점이 되는 것이 원칙적으로 바람직하다. 그 조직의 법률적 형식 및 지위와 중앙정부 등 공공 부문과의 관계방식은 구체적인 여건이나 상황을 고려하여 가능한 여러 형태들 가운데 가장 적절한 것 하나를 택할 수 있을 것이다.

셋째, 구심 조직은 농촌 재능기부와 관련된 전문적·활동가적 역량을 갖춘 인적 자원을 확보할 수 있는 조직이어야 한다. 창의적으로 농촌 재능기부 프로젝트를 기획하고 수행할 수 있는 역량, 개별 시민이나 기업이나 민간의 관련 단체들과 연대감을 유지하고 행동으로 이끌어낼 수 있는 활동가

적 역량이 관건이 될 것이다. 그러한 역량이 가장 잘 발휘될 수 있는 조직 환경은, 적어도 형식적인 측면에서라도, 공공 부문 보다는 민간 부문 영역에 속한 조직의 환경일 것이라는 점이 일반적이다.

## 2. 발전 방향과 과제

### 2.1. 농촌 재능기부와 관련된 공공 부문의 역할

농촌 재능기부를 자원봉사 활동의 일종으로 이해할 수 있다. 따라서 그것에 대한 중앙정부나 지방자치단체 같은 공공 부문의 직접적인 정책 개입은 중장기적으로 축소하는 바람직하다는 주장에 이의를 제기하기 어렵다. 재능기부 역시 자발적 시민 참여와 무상 증여의 원칙을 지켜야 하기 때문이다. 그러나 이는 이론적으로 그리고 중장기적으로 볼 때 그렇다는 것이다. 현실적으로는, 자원봉사에 대한 시민들의 관심도나 사회공헌 활동에 대한 기업의 태도 등으로 대표되는 민간 부문의 문화적 성숙 수준에 따라서 적절한 수준의 정책 개입이 필요하다는 점을 부정하기 어렵다. 특히, 전문성과 헌신성에 기초하여 여러 활동들을 현장에서 조직해야 할 자원봉사 부문의 역량 또한 필요한 공공 정책 개입의 질과 양을 판단하는 데 고려해야 할 중요한 변수다.

재능기부라는 용어 자체가 세간에 알려지지 않은 상황에서 농림축산식품부가 주도한 캠페인, 스마일 재능뱅크 운영, 농촌 재능기부 공모사업 등의 노력은, 그 각각의 활동에 대한 실무적 차원에서의 평가는 제치더라도, 필요했고 의미 있는 것이었다. 앞에서 살펴보았듯이, 농촌 재능기부에 대한 시민들의 인지도는 상당히 높아졌다. 스마일 재능뱅크 가입 회원 수가 급격히 늘어났다는 점을 그 방증으로 삼을 수 있다. 농촌 재능기부 지자체 공모사업을 계기로 확인할 수 있듯이, 농촌 지역 안에서의 풀뿌리 시민 조직들의 관심도 또한 매우 높다. 이러한 배경 위에서 공공 및 민간 부문의



주체들이 농촌 재능기부 활성화를 지향하며 수행해야 할 역할들을 몇 가지 제안한다.

농촌 재능기부에 있어 공공 부문의 대표적 관련 기관인 농림축산식품부는 다음과 같은 역할을 수행하는 데 힘쓸 필요가 있다. 첫째, 농촌 재능기부 캠페인을 지속적으로 추진하되 캠페인으로 진작된 시민들이나 기업들의 관심을 실제적인 농촌 재능기부 활동으로 전환해 넬 자원봉사 부문의 구심 조직을 육성하는 데 정책 개입의 초점을 두어야 한다.

둘째, 농촌을 배경으로 하는 재능기부 또는 넓은 의미에서의 자원봉사 부문에서 활동하는 비영리 사단법인 및 재단법인들이 폭넓은 협력 네트워크를 형성하도록 지원할 필요가 있다.<sup>65</sup>

셋째, ‘자원봉사 기본법’과 그 법에 근거한 일련의 제도에 농촌 재능기부와 관련된 농림축산식품부의 역할이 공식적으로 편입되어야 한다. 그것을 통해 한국 사회 전체의 자원봉사 부문에서 활동하는 다양한 주체들과 네트워크를 형성하고 농촌 재능기부 활동을 활성화하는 데 필요한 전문적인 역량을 확보하려 할 때 도움을 받을 수 있을 것이다.

넷째, 농촌 재능기부 활동에 실제로 도움이 되는 재정 투입을 면밀하게 검토하면서 확대할 필요가 있다. 농촌 재능기부 공모사업에 관한 분석에서 알 수 있듯이 현재로서는 공공 부문의 재원이 현장에서의 재능기부 활동을 촉발하는 데 큰 힘으로 작용한다. 다만, ‘무상 증여’라는 자원봉사의 원칙을 훼손하지 않는 수준에서의 재원 투입이 되게 해야 할 것이다.

다섯째, 장기적으로 공공 부문의 재정 지원은 농촌 재능기부 활동을 조직할 구심 조직의 운영과 역량 형성을 돕는 경상비 지원으로 무게중심을 옮기고, 현장에서 필요한 재원은 기업 등 민간 부문의 자원을 동원하는 방향으로 입장을 변경해야 할 것이다.

여섯째, 물질적 보상은 필요 없고 바람직하지 않지만, 사회적 보상과 인정은 농촌 재능기부 활성화에 있어 매우 필요하다. 농촌 사회공헌 인증제

---

65 가령, 1사1촌 운동의 구심에 있는 농촌사랑운동본부, 다솜등지복지재단, 농협재단, 대산농촌문화재단 등 적지 않은 수의 법인들이 있다.

와 같은 제도적 진화가 최근에 있었지만, 아직까지는 주로 1사1촌 운동을 배경으로 운용되는 형편이다. 다른 경로, 특히 농촌 재능기부예의 기업 참여를 유도한다는 측면에서 농촌 사회공헌 인증제 실질적 적용 범위를 확장할 필요가 있다. 그리고 기업이 아닌 시민 개인이나 비영리단체들의 농촌 재능기부 참여를 사회적으로 보상하고 인정할 수 있는 방안을 개발할 필요가 있다.

## 2.2. 스마일 재능뱅크 운영 개선

스마일 재능뱅크는 많은 가입 회원을 보유하고 있지만 농촌 재능기부 희망자-요청자 연결 실적이 미흡했던 것으로 평가할 수 있다. 연결이 이루어져도 여러 가지 이유로 연결된 건수 모두가 농촌 재능기부 실천으로 이어지는 것은 아니다. 제2장에서 분석한 결과를 토대로 스마일 재능뱅크 운영 활성화를 위해 검토할 필요가 있는 과제들을 열거한다.

첫째, 가입 회원 수 증대에 초점을 두고 이루어져 온 목표 관리를 ‘희망자-요청자 연결 활성화’와 ‘농촌 재능기부 실천 활성화’로 변경할 필요가 있다.

둘째, 스마일 재능뱅크 홍보 활동을 서울이나 경기도 외의 지역에서 더 적극적으로 추진해야 한다.

셋째, 스마일 재능뱅크 홈페이지의 인터페이스(interface)를 간결한 형태로 대폭 수정할 필요가 있다. 농촌 재능기부 의사를 등록하기까지 희망자 회원이 입력하는 그리고 통과해야 하는 페이지 뷰를 대폭 축소하여 편의성을 도모할 필요가 있다.

넷째, 희망자-요청자 연결 알고리즘을 크게 수정하여 연결의 가능성을 높여야 한다. 지나치게 세분화된 재능기부 활동 분야를 열거하고 그 범주 안에서 희망자-요청자가 연결되도록 한 것은 연결 가능성을 떨어뜨리는 주된 요인이다.

다섯째, 웹페이지에서 희망자-요청자 연결이 이루어지고 난 후 별도의

연락이나 개입 없이 희망자와 요청자의 자유로운 활동에 의해 이후 과정이 진행되는 현재의 운용 메커니즘을 수정할 필요가 있다. 연결이 이루어진 경우 희망자 및 요청자에게 오프라인상에서 적극적으로 알리는 활동이 필요하다.

여섯째, 가장 중요하게는, 스마일 재능뱅크에 등록된 희망자 및 요청자의 정보를 바탕으로 스마일 재능뱅크 운영진이 별도의 농촌 재능기부 프로그램을 기획하고 조직하고 실행할 필요가 있다. 가령, 지역개발 분야의 농촌 마을 계획 수립 활동에 재능기부로 참여하겠다는 희망자들과 그런 내용의 재능기부를 요청한 마을들을 선별하여 ‘마을 계획 수립 재능기부 모임’을 조직하고 운영할 수 있다. 이 경우에 교통비 등의 실경비를 지원하는 방안도 검토할 만하다.

### 2.3. 농촌 재능기부 공모사업 확대 및 발전

농촌 재능기부 공모사업 추진 사례를 통해, 소액이지만 실경비를 공공부문이 지원함으로써 민간 부문의 재능기부 희망자 및 단체들을 아주 효과적으로 동원할 수 있음을 알 수 있었다. 상당수의 농촌 재능기부 활동이 투입되는 인력 외에 재료비나 교통비 등의 비용을 수반하기 마련이다. 농촌 재능기부 봉사자들이 무상으로 자신의 재능을 투입하는 것으로 인력의 문제를 해결하고 자원봉사 활동의 중요한 원칙인 ‘무상성’을 견지할 수 있다. 재료비나 교통비 등의 비용을 실비 차원에서 공공부문이 지원하는 것이 그런 원칙을 훼손하는 것이라 보기 어렵다. 오히려 공공부문의 비용 지원이 아직은 미미한 수준에 머물러 있는 농촌 재능기부 활성화의 촉매제로 기능할 가능성이 있다. 공모사업과 관련하여 검토할 필요가 있는 과제들을 열거한다.

첫째, 지방자치단체 공모사업을 확대 시행할 필요가 있다. 이 공모사업이 세간에 알려지면서 관심을 갖고 참여하려는 농촌 지방자치단체 그리고 각 지역에서 느슨하게나마 결합되어 있는 민간단체들이 적지 않다.

둘째, 지방자치단체 공모사업을 시행할 때, 해당 지방자치단체들이 가급적 많은 민간 부문의 주체들을 ‘조직(연결)’해 올 것을 묵시적으로 유도해 왔다. 그런 유도는 실제로 자원동원의 효과성 증진 면에서 성과를 보았다. 아울러 다양한 농촌 재능기부 수요를 효율적으로 충족하는 사업 기획에도 도움이 되었다. 이런 방식의 지방자치단체 공모사업을 정식화하고, 공모사업을 통해 지역 내 여러 민간 주체들이 지자체를 중심으로 네트워크를 형성하도록 촉진해야 한다.

셋째, 일반 및 지방자치단체 공모사업의 실천 상황을 심층적으로 모니터링하고 농촌 재능기부 활성화 캠페인의 지식정보 자료로 활용할 수 있어야 한다.

## 2.4. 적절한 형식의 농촌 재능기부 구심 조직 육성

자원봉사 부문의 민관 협력 체계가 대체로 그러하듯이, 자원봉사를 희망하는 민간의 인적 자원을 조직하고 동원하는 사업 추진 체계의 구심은 전문성과 헌신적인 태도를 지닌 활동가들로 구성되는 것이 바람직하다. 공공 부문의 역할은 그러한 구심에 대한 재정적·제도적 지원에 있다. 현재까지 농촌 재능기부 활성화를 위한 농림축산식품부의 다각적인 노력은 공기업인 한국농어촌공사의 실무팀을 매개로 진행되어 왔다. 이 실무팀은 별도의 민간 법인이든 농촌 재능기부에 대한 전문성과 헌신성을 갖춘 구심체를 확보하는 것이 향후 장기적으로 주력해야 할 핵심 과제다.

무엇보다 적절한 법률적 형식의 구심체 조직을 결성하는 것이 중요한 과제다. 농촌 재능기부 활성화를 위해 해야 할 일들은 아주 많다. 중장기적으로는 그러한 역할을 모두 소화할 수 있는 법인격을 갖춘 조직을 만들고 공공 부문이 그 조직을 재정적으로 그리고 제도적으로 지원하는 추진체계를 형성하는 것이 바람직하다.

여기에서 농촌 재능기부를 전담할 법인 설립의 필요성을 강조하는 이유는, 정부가 기획하고 주도하는 농촌 재능기부 관련 사업들을 위탁·대행할

뿐만 아니라 법인이 농촌 재능기부를 포함한 일정한 가치 지향을 갖고, 다양한 활동들을 법인의 ‘목적 사업’으로 기획하여 수행하는 것이 활동의 양적 외연을 넓히고 질적 수준을 제고하는 데 효과적일 것이기 때문이다. 그런 구심 조직의 구조는 원칙적으로는 농촌 재능기부 활동을 펼치는 민간 부문의 제 단체들이 상향식으로 조직한 연합회 성격의 것이 되는 것이 바람직하지만, 현재의 상황에서 그런 종류의 연합회를 결성하는 것은 매우 어려울 것으로 보인다. 농촌 재능기부 공모사업을 계기로 파악된 여러 참여 단체들이 있으나, 대부분 농촌 재능기부를 주된 목적으로 하여 설립된 것들이 아니다. 중국에는, 영국의 BITC나 미국의 CNCS의 사례에서 보듯이, 자원봉사 부문에서 활동하기를 희망하는 단체 및 기업 등이 회원으로 가입하고, 실무를 진행하는 조직은 지역에 브랜치(branch)를 둔 우산조직의 형태를 갖추는 것이 목표가 될 수 있지만, 이는 장기적인 과제로 미루어 둘 수밖에 없다.

현실적으로는 우선 구심체 조직을 만들고 그 조직이 다양한 주체들과 네트워크를 형성하여 사업을 추진해야 할 것인데, 그럴 경우 조직의 형식으로는 재단법인, 비영리사단법인, 사회적 협동조합의 세 종류 가운데 하나일 수밖에 없다. 일반적으로 조직 운영의 안정성 측면에서는 재단법인이 유리하고, 조직 설립의 용이성 측면에서는 비영리 사단법인이 유리하고, 조직 구성원의 자발적 참여 측면에서는 사회적 협동조합이 유리하다고 말할 수 있다. 여기에 또 한 가지 고려해야 할 것은, 기부금품을 모집할 수 있게 허용된 조직일 경우 더 바람직하다는 점이다. 물론, 이 경우에 법제<sup>66</sup>상 허용된 범위를 검토해야 한다. 또 하나 고려해야 할 점은 농림축산식품부 등 중앙행정기관과의 관계 설정 문제다. 공공 부문과 민간 부문의 협력 체계라는 구조에서 중앙행정기관이 구심 조직 형성 초기에 관련 정책사업 업무를 위탁하거나 경상비를 보조하는 방식으로 지원하게 될 가능성이 크고, 그렇게 할 필요성이 있는 것도 사실이다. 이때, 그런 정부 지원을 받는

---

66 「기부금품의 모집 및 사용에 관한 법률」을 말한다.

‘구심 조직’이 법률67에 의해 규정된 공익법인인가 아닌가에 따라 정부의 지원-관여의 폭이 달라질 수 있다.

요약하자면, 현재로서는 농촌 재능기부 확산을 위한 민간 구심 조직의 법률적 형식을 다양하게 구상해 볼 수 있는데 중요하게 고려해야 할 세 차원의 요소들이 있다는 것이다. 첫째는 재단법인·비영리사단법인·사회적 협동조합 등의 세 형식 가운데 하나를 선택해야 하는 차원이다. 둘째는 구심 조직이 중앙행정기관과 맺는 협력·지원 관계라는 측면에서 공익법인의 형식을 띠 때와 그렇지 않을 때의 차이점을 고려해야 하는 차원이다. 셋째는 농촌 재능기부 관련 활동을 수행할 때 또는 조직을 관리 운영하는 데 소요되는 재원을 마련하기 위해 기부금품 모집 활동을 할 수 있는 조직이어야 하는가 아닌가의 차원이다. 일단, 앞의 두 차원을 고려할 때 설립 가능한 구심 조직의 법인 형식으로는 다섯 종류가 있을 수 있다<표 5-1>.68

표 5-1. 농촌 재능기부 활성화를 위한 민간 구심 조직의 가능한 유형

구분	재단법인	비영리사단법인	사회적협동조합법인
공익법인	A	B	해당사항 없음
공익법인 아님	C	D	E

67 「공익법인의 설립·운영에 관한 법률」을 말한다.

68 사회적 협동조합인 동시에 공익법인인 법인을 설립할 수 있는지 여부는 면밀한 유권해석이 필요한 부분이다. 「협동조합기본법」은 사회적 협동조합을 ‘비영리 법인’이라고 못 박고 있으나, 그것이 ‘비영리사단법인’을 뜻하는 것이라 해석할 수 있는지가 관건이다. 「공익법인의 설립·운영에 관한 법률」에서는 「민법」 제32조에 따라 비영리를 목적으로 사업을 영위하는 재단법인이나 사단법인에 한하여 주무관청이 공익법인으로서 설립허가를 할 수 있다고 규정하고 있다(동법 제4조 제1항). 「협동조합기본법」에 의한 사회적 협동조합에 대해서도 동일하게 간주할 수 있는지, 그 가능성은 불투명하고 유권해석도 내려진 바 없다.

A(공익법인인 재단) 및 B(공익법인인 사단)의 유형은 여타 C, D, E 유형의 구심 조직에 비해 더 많은 조세감면 혜택을 누릴 수 있다는 이점이 약간은 있다. 공익법인에 출연하거나 기부한 재산에 대한 상속세, 증여세, 소득세, 법인세 및 지방세를 「조세특례제한법」이 정하는 바에 따라 감면할 수 있기 때문이다(「공익법인의 설립·운영에 관한 법률」 제15조).<sup>69</sup> 한편, 공익법인 정부의 설립 허가 및 감독 권한이 상당히 많이 정부에게 부여되어 있기 때문에 A, B 유형의 법인이 여타 유형의 법인에 비해 농촌 재능기부와 관련된 민관협력 관계의 구조 속에서 갖게 될 위상은 확연히 달라질 수 있다. 「공익법인의 설립·운영에 관한 법률」에 의하면 A, B 유형의 법인은 설립허가를 받을 때 주무 관청이 법인의 재원 상황을 검토하여 목적사업을 원활히 수행할 수 있다고 인정되는 경우에만 설립을 허가할 수 있다(동법 제4조 제1항). A유형(재단법인)의 경우 출연재산의 수입을 검토하게 될 것이며, B유형(사단법인)의 경우 회비 및 기부금 등으로 조성되는 재원 수입을 검토하게 될 것이다. 그리고 「공익법인의 설립·운영에 관한 법률 시행령」에 따라 A, B 유형의 구심 조직이 목적사업 수행을 위한 수익사업을 할 경우에 주무관청의 승인을 받아야 한다(동시행령 제11조). 국가 또는 지방자치단체가 직접 출자·출연하여 설립한 법인이 아닌 한, 그것이 공익법인이든 아니든 원칙적으로 기부금품을 모집할 길은 열려져 있다는 점 또한 중요하게 고려해야 할 부분이다.<sup>70</sup>

69 일견, 논리적으로는 조세감면의 혜택이 있기 때문에 시민이나 기업의 금전적 참여를 이끌어내는 데 도움이 될 것처럼 보이지만, 농촌 재능기부 활성화를 목적사업으로 하는 공익법인을 설립한다고 가정할 때 그 혜택의 폭이 그다지 클 것 같지는 않다. 현행 「조세특례제한법」의 틀 안에서 공익법인에 대한 조세감면은 ‘고유목적사업이나 지정기부금에 대한 지출액 중 100분의 80이상의 금액을 장학금으로 지출한 법인’에 한하여 ‘고유목적사업준비금의 손금산입특례’를 규정하고 있을 뿐이기 때문이다(동법 제74조 제1항 제8호).

70 「기부금품의 모집 및 사용에 관한 법률」 제5조 제1항을 참고. 물론, 실제 기부금품 모집과 사용에 관한 상세한 내용들이 법령에 의해 상세하게 규정되어 있다.

공익법인 조직의 지배구조와 관련해서는 임원 수의 증감에 주무 관청의 승인이 필요하고, 임원 취임 또한 주무 관청의 승인을 받아야 하는 사항이다.<sup>71</sup> 매 회계연도마다 다음 연도의 사업계획 및 예산을 주무관청에 제출하고, 사업이 끝난 후 사업 실적과 결산 또한 보고해야 한다.<sup>72</sup> 한마디로 정부의 엄격한 감독하에 놓이는 것이다.<sup>73</sup> 공익법인이 중앙행정기관과 맺을 수밖에 없는 그 같은 관계 구조가 가질 수 있는 장단점을 구체적인 맥락 혹은 상황과 무관하게 예단하기는 어렵지만, 많은 하위 조직들이 연합한 성격의 연합회 조직이나 연대 조직의 거버넌스에는 적합하지 않은 것은 분명하다. 한편, 정부의 엄격한 감독과 큰 폭의 개입 권한은 혹시나 있을 수 있는 부정이나 목적사업이 아닌 수익사업에 치중함으로써 본질을 잃게 될 가능성을 줄일 수 있는 순기능이 있을 수 있지만, 다른 한편으로는 유연하고 자율적인 조직 문화를 위축시키는 관료제적 특성이 발현될 가능성도 있다.

조직의 인적(人的) 리스크 대응 능력 측면에서, 이론적으로는, 재단법인(A, C)이 사단법인(B, D)이나 사회적 협동조합(E)에 비해 더 안정적이라 가정할 수 있다. 사단법인이나 협동조합에서는 그 구성원인 사원(社圓) 또는 조합원의 결의에 의해 최종적으로 의사결정이 이루어지지만, 재단법인의 경우 그렇지 않기 때문이다. 현재 상정해볼 수 있는 다섯 유형의 ‘농촌 재능기부 활성화 구심 조직’이 갖는 특징을, 개념적인 수준에서 요약하면 <표 5-2>에서 보는 바와 같다.

71 「공익법인의 설립·운영에 관한 법률」 제5조 제1항 및 제2항.

72 「공익법인의 설립·운영에 관한 법률」 제12조 제2항.

73 「공익법인의 설립·운영에 관한 법률」 제14조, 제16조 등을 참고.



표 5-2. 농촌 재능기부 활성화 구심 조직의 유형별 특성 비교

유형	A유형 (공익법인인 재단법인)	B유형 (공익법인인 비영리사단법인)	C유형 (공익법인 아닌 재단법인)	D유형 (공익법인 아닌 비영리사단법인)	E유형 (사회적 협동조합 법인)
설립절차의 어려움 <sup>1)</sup>	◎	◎	○	△	○
정부의 감독 권한	◎	◎	○	△	△
법제에 규정된 공공지원 또는 세제혜택 <sup>2)</sup>	○	○	△	△	◎
인적 리스크에의 취약성	△	○	○	◎	◎
거버넌스의 유연성	△	△	○	◎	◎
의사결정 절차의 민주성	△	○	△	○	◎
의사결정의 신속성	○	○	◎	◎	△
조직적 연대 및 확장 가능성	△	△	△	△	◎
시민참여의 가능성	△	○	○	○	◎

주1) 다섯 유형 모두 설립 허가를 받아야 한다. 정관에 대한 주무관청의 승인 권한 유무, 출연재산의 제한 내지 한도, 설립자(또는 사원)의 수 등에 관한 규정을 참조하여 설립절차의 난이도를 평가한 것이다.

주2) 법제에 규정된 것만을 보아 평가한 것이다. 실제로 그렇다는 것이 아니다. 사회적 협동조합의 경우 「협동조합기본법」에서 공공부문의 지원 근거를 명확하게 해두고 있다.

범례: ◎(높음 또는 많음), ○(중간), △(낮음 또는 적음)

## 2.5. 농촌 재능기부 구심 조직의 기능

현재 진행되고 있는 사업은 1) 농촌 재능기부에 관한 대국민 캠페인(언론방송 프로그램, 수기공모전 등), 2) 스마일 재능뱅크 웹페이지 운영, 3) 농촌 재능기부 공모사업 등이다. 농촌 재능기부 활성화를 위해 추진해야 할 추가적인 과제 혹은 사업들을 식별하고 기획할 필요가 있다. 다음은 별도의 ‘구심체 조직’이 설립될 경우, 그 조직의 주요 기능으로 자리 잡게 해야 할 내용들이다.

① 스마일 재능뱅크에 누적된 정보를 활용한 별도의 농촌 재능기부 프로그램을 개발하고 실행한다. 오프라인에서 특정 분야의 농촌 재능기부 활동을 기획하고 조직하여 실천하는 것을 뜻한다. 예를 들면, 영국의 BITC가 여러 활동들을 조직하는 방식이 이와 유사하다. BITC는 ‘단순한 자원봉사, 기부 등의 활동을 벗어나 기업이 농촌 지역사회의 주요 주체(지방정부, 주민, 사회적 기업)와 공동으로 사회공헌 투자를 할 수 있는 활동을 기획하고 조정’하여 실제 프로젝트를 실행하고 있다.<sup>74</sup> 그 일례를 들자면, 기업 사회공헌 프로젝트 차원에서 도시에 있는 유수의 기업체 인적자원개발 담당자들을 팀으로 조직하여 직업교육 프로그램을 개발하고 수요가 있는 농촌 지역에서 실행하는 것이다. 그런 과정을 거친 농촌의 청소년들에게 실질적인 취업 알선이 병행되기도 한다. 이런 종류의 활동 전 과정을 기획하고, 연대하고, 중개하고, 실행하고, 평가하는 구심에 BITC 사무국이 있다.

② 민간 자원봉사 부문 단체 및 농촌 지역사회의 조직들과 협력 네트워크를 구축한다. 농촌 재능기부 활동을 창의적으로 조직하는 데 필요한 것이, 농촌 지역 현장의 수요를 식별하고 투입할 인적 자원들을 확보하는 것이다. 전국자원봉사센터 협회와 그 소속 단체 등 민간 부문의 자원봉사 조직들이 매우 많으며, 각기 지역사회에 뿌리를 두고 있다. 그들과 연대·협력

74 BITC에 대한 국내의 소개 자료로는 김재현 외(2011)와 이규천 외(2012)를 참고.

하는 프로그램을 기획·개발하고 실천함으로써 상시적인 협력 네트워크를 형성할 필요가 있다. 이 네트워크를 통해 특정 농촌 지역사회의 구체적 필요를 식별할 수 있고, 식별된 필요에 정확히 부합하는 농촌 재능기부 프로젝트를 기획할 수 있다.<sup>75</sup> 더 나아가 지역사회의 조직이 직접 재능기부 활동에 참여하는 주체로도 활약할 수 있다.

③ 기업들이 사회공헌활동 차원에서 농촌 재능기부 활동에 참여하도록 유도한다. 현재 농촌 재능기부 활동에 참여하는 주류는 개인이거나 자원봉사 부문의 조직들이다. 재능기부가 일반적인 자원봉사와 달리 전문적인 역량을 일정 수준 동원하는 것임을 고려할 때, 기업의 역량은 아주 긴요한 것이다.

④ 농촌 재능기부 활동 개발·관리·조직 활동가 인력을 양성한다. 농촌 재능기부 활성화를 위한 구심체 조직 내부에서 활동할 인력에게 요구되는 전문성과 헌신적인 마음가짐을 배양하는 것이 중요한 과제다. 특히, 향후에 구심체 조직이 민간 부문의 법인격을 갖춘 조직으로 자리를 잡을 경우, 활동가 인력의 수준은 가장 결정적인 문제가 될 것이다.

---

75 스마일 재능뱅크를 통한 농촌 재능기부 희망자 및 요청자 대상 설문조사에서도 향후 발전방향을 묻는 질문에서 수요자의 욕구를 정확히 식별하는 조직이 지역에 있어야 한다는 응답이 일부 있었다. 인용하자면, 다음과 같다: “개인의 재능과 지역의 욕구를 연결해 줄 수 있는 전담 부서의 활성화가 필요하며 민간 차원에서의 조직력을 갖춘 전문 단체가 지역별로 구축되어 도·농 간의 욕구를 연결해 줄 수 있는 시스템 구축이 필요하다.”, “주민으로부터 재능기부 요청뿐만 아니라 재능기부자의 재능을 지역과 마을 현황에 알맞은 곳으로 배치시켜 주는 역할을 수행할 수 있도록 개선해야 한다.”, “행정기관이나 봉사단체 등을 통해서 먼저 마을별 실태를 파악하고 실제로 필요한 부분의 선후완급을 가려서 추진하고 많은 재능을 가진 자의 폭 넓은 참여와 활동을 기대한다.”, “재능기부 등록 인원 수에 집착하지 말고 실질적으로 마을에 도움이 되는 것으로 예산과 인력 지원을 연계해 주는 전담 부서가 필요하다.” 등. 이 문항에 관한 희망자 및 요청자의 서술형 응답 결과를 각각 <부록 8>과 <부록 9>에 옮긴다.













	경기	가평군	고양시	김포시	성남시	수원시	안성시	양주시	양평군	여주군	연천군	용인시	의왕시	이천시	파주시	평택시	포천시	화성시
생활외국어교육			1/1	1/1								5/1						
수산/임산																		
스킨/발/스포츠/두피마사지																		
스토리텔링													2/1		2/1			
아동돌봄																		
안전품질관리																		
어르신/장애인 돌봄	892/1			1/1				1/2				3/1						
예체능교육																		
유통/생협		2/1						2/1							1/1			
이미용	136/10							12/1				1/1						
자산/재테크상담								1/1										
장수사진촬영	147/14							3/1				4/1	2/1		2/2			2/1
전자상거래(온라인거래)						1/1												
전통문화보존																		
제품광고		6/1						1/1								2/1		
조리								2/1										
주민역량교육	5/1												1/1					
주택수리	450/87					39/2	1/1	25/2	14/1				15/2	20/1	26/1			11/2
진로/진학/청소년상담								6/2							11/1			
창업상담/지원															3/1			
축산/사육																		
취미교실	126/4			5/1				1/1	1/3							3/2		

116 스마일 재능뱅크의 희망자-요청자 연결 가능성 집계표

	경기	가평군	고양시	김포시	성남시	수원시	안성시	양주시	양평군	여주군	연천군	용인시	의왕시	이천시	파주시	평택시	포천시	화성시
친환경 /유기농법	123 /1			6/ 1			1/ 1										1/ 2	
컴퓨터기초교육	775 /4																	
포장디자인 /제품로고제작								2/ 1										2/ 1
품목재배/원예 /과수	4151 /1		16/ 1		4/ 1					6/ 2	2/ 2	9/ 1	6/ 1		17/ 1			23/ 2
학습지도	315 /12								16/ 1						28/ 5	3/ 1		12 /2
한국문화체험							1/ 1											
한국어교육																		
한국요리강좌																		
행정/사무지원								1/ 1	3/ 1								1/ 1	









	경북	경산시	경주시	고령군	구미시	군위군	김천시	문경시	봉화군	상주시	성주군	안동시	영양군	영주시	영천시	예천군	울진군	의성군	포항시
부모교육																			
생활법률상담																			
생활외국어교육															1/1				
수산/임산																			
스킨/발/스포츠/두피마사지													1/1						
스토리텔링																			
아동돌봄																			
안전품질관리																			
어르신/장애인 돌봄		1/13								1/1									
예체능교육																			
유통/생협																			1/1
이미용																			1/1
자산/재테크상담																			
장수사진촬영																			
전자상거래(온라인거래)		1/1			1/1					1/1									
전통문화보존																			
제품광고																			
조리																			
주민역량교육				1/1															
주택수리			3/1	2/1			2/1		5/2							1/1			3/1















128 스마일 재능뱅크의 희망자-요청자 연결 가능성 집계표

	전북	고창군	군산시	김제시	남원시	무주군	부안군	순창군	완주군	익산시	임실군	장수군	정읍시	진안군
주민역량교육														
주택수리	5/17	9/3	9/1					13/9	3/1				1/1	7/1
진로/진학 /청소년상담														
창업상담/지원														
축산/사육														
취미교실				1/1										
친환경 /유기농법		1/1												
컴퓨터기초교육								9/1						
포장디자인 /제품로고제작					1/1									
품목재배/원예 /과수		4/2					6/1	6/2						6/2
학습지도				1/2										
한국문화체험														
한국어교육			2/2											
한국요리강좌														
행정/사무지원		2/1					1/1	1/1						







	충남	공주시	금산군	논산시	당진군	보령시	부여군	서산시	서천군	아산시	연기군	예산군	천안시	청양군	태안군	홍성군
주민역량교육																
주택수리	3/28				5/1			16/1	26/1			20/1				
진로/진학 /청소년상담																
창업상담/지원																
축산/사육																
취미교실																
친환경 /유기농법					2/1											3/1
컴퓨터기초교육			16/1	3/1					3/1							2/1
포장디자인 /제품로고제작						1/1										
품목재배/원예 /과수			5/1	22/2	5/1	1/3		8/1	16/2		14/4				2/1	4/1
학습지도																
한국문화체험																
한국어교육																
한국요리강좌																
행정/사무지원				2/1								2/1	1/1			1/1





134 스마일 재능뱅크의 희망자-요청자 연결 가능성 집계표

	충북	괴산군	단양군	보은군	옥천군	음성군	제천시	증평군	진천군	청원군	청주시	충주시
컴퓨터기초교육												
포장디자인 /제품로고제작					2/ 1							
품목재배/원예 /과수		9/ 2			4/ 1				3/ 1	12/ 1		7/ 1
학습지도						5/ 1						
한국문화체험												
한국어교육												
한국요리강좌												
행정/사무지원											1/ 1	

## 주요 도시

	광주	대구	부산	서울	울산	인천	제주
가공		1/ 1					
가족 및 자녀 교육상담							
경제교육							
공예/공작				3/ 1			
농어업기계정비 /가전제품수리						5/ 1	
레저스포츠 /건강교실							
마을계획컨설팅		21/ 3	4/ 1	17/ 2		9/ 4	14/ 9
마을기업 /사회적기업 /협동조합						2/ 1	
마을로고만들기							
마을조경 /벽화그리기	7/ 1	24/ 1				17/ 4	18/ 2
마을축제 /체험기획					1/ 2	18/ 2	8/ 1
마을홈페이지 관리						2/ 1	
메이크업							
문서작성교육							
물리치료		1/ 1					
미술심리치료							
방과후활동 /방학캠프					1/ 1		
부모교육							



스마일 재능뱅크의 희망자-요청자 연결 가능성 집계표 137

	광주	대구	부산	서울	울산	인천	제주
취미교실							7/ 3
친환경 /유기농법	4/ 1			4/ 1			
컴퓨터기초교육							15/ 4
포장디자인 /제품로고제작							6/ 1
품목재배/원예 /과수				40/ 1			43/ 2
학습지도				51/ 3			
한국문화체험		1/ 1					2/ 1
한국어교육							
한국요리강좌							
행정/사무지원						7/ 2	

## 부록 2

### 농촌 재능기부 실태조사 설문지(희망자)

안녕하십니까? 농촌 재능기부를 활성화하려는 취지로 ‘스마일 재능뱅크 (www.smilebank.kr)’가 운영되고 있습니다. 그 동안 각계각층의 참여와 호응에 힘입어 다양한 농촌 재능기부 활동이 진행되었습니다. 이것을 더욱 활발하고 바람직한 모습으로 발전시켜야 할 때라는 논의가 있습니다. 스마일 재능뱅크를 운영하고 있는 한국농어촌공사로부터 ‘농촌 재능기부 성과 분석과 향후 발전 방안’을 연구하도록 의뢰받은 저희 한국농촌경제연구원 연구진은 농촌 재능기부 활동에 관심을 갖고 계신 분들의 참여 실태를 파악하고 좋은 의견을 듣고자 이렇게 설문지를 보내 드립니다. 바쁘시더라도 질문 문항을 꼼꼼히 살펴보고 응답해 주시면 감사하겠습니다. 설문지를 작성하셔서 다음의 E-mail 주소 kjskrei@gmail.com으로 보내 주십시오. 또는 아래의 Fax 번호로 설문응답 결과를 보내 주십시오. 설문에 응답하신 분들께는 소정의 사례품을 보내 드리려 하오니, 설문지의 마지막 주소란에 우편을 받을 수 있는 주소를 적어 주시기 바랍니다. 보내 주신 설문 응답 결과는 연구 목적으로만 활용할 것이며, 개인 신상정보는 법률에 의해 보호된다는 점을 알려 드립니다.

농촌 재능기부 스마일 재능뱅크 실태조사 담당

김정섭(한국농촌경제연구원 연구위원, 02-3299-4252, kjskrei@gmail.com)

전애라(한국농촌경제연구원 연구원, 02-3299-4349) Fax. 02-960-0163

『통계응답자의 의무 및 보호에 관한 법률』

제33조 (비밀의 보호)

① 통계의 작성과정에서 알려진 사항으로서 개인이나 법인 또는 단체 등의 비밀에 속하는 사항은 보호되어야 한다.

② 통계의 작성을 위하여 수립된 개인이나 법인 또는 단체 등의 비밀에 속하는 자료는 통계작성 외의 목적으로 사용되어서는 안 된다.



## I ‘스마일 재능뱅크’ 참여 실태 조사

(문1) 지금까지 ‘스마일 재능뱅크’에 참여한 결과를 전체적으로 볼 때 어떻게 생각하십니까?

- ① 매우 만족한다    ② 만족한다    ③ 보통이다    ④ 불만족스럽다  
 ⑤ 매우 불만족스럽다

(문1-1) [문1에서 ④, ⑤번에 응답하셨다면] 불만족스러웠던 이유는 무엇입니까?

(문2) 귀하께서 스마일 재능뱅크를 통해 재능기부 활동을 하신 적이 있습니까? 없으시다면 ‘없음’란에 ○표시를 해주시고, 있으시다면 재능기부 활동을 하신 농촌 마을은 어떤 곳이며 언제 방문하셨습니다? 모두 적어 주십시오.

구분	마을 이름 및 주소	재능기부 활동 여부 및 활동 연도
	나는 스마일 재능뱅크를 통해 농촌 재능기부 활동을 한 적이 없다	없음( )
마을 1	( )시·도 ( )시·군 ( )읍·면 ( )리)	년
마을 2	( )시·도 ( )시·군 ( )읍·면 ( )리)	년
마을 3	( )시·도 ( )시·군 ( )읍·면 ( )리)	년
마을 4	( )시·도 ( )시·군 ( )읍·면 ( )리)	년
마을 5	( )시·도 ( )시·군 ( )읍·면 ( )리)	년

(문3) 스마일 재능뱅크를 통해 농촌 재능기부 활동을 하신 경험이 있는 경우에만 적어 주십시오.

귀하께서는 어떤 내용의 재능기부 활동을 하였고, 그 만족도는 어떠했습니까? ‘보기1’과 ‘보기2’를 참조하여 작성해 주십시오.

구분	재능기부 활동 내용 (보기1)	만족도(보기2)	(보기2)
재능기부 활동 1	-		① 매우 만족 ② 만족 ③ 보통 ④ 불만족 ⑤ 매우 불만족
재능기부 활동 2	-		
재능기부 활동 3	-		
재능기부 활동 4	-		
재능기부 활동 5	-		

140 농촌 재능기부 실태조사 설문지(희망자)

재능기부 활동 6	-		
재능기부 활동 7	-		
재능기부 활동 8	-		
재능기부 활동 9	-		
재능기부 활동 10	-		

(보기1)

① 지역 개발	①-① 마을계획 컨설팅    ①-② 주민역량 교육    ①-③ 마을축제/체험기회 ①-④ 전통문화보존    ①-⑤ 마을기업/사회적기업/협동조합 ①-⑤ 주택수리    ①-⑥ 장관/도배 교체    ①-⑦ 전기/가스/수도 수리 ①-⑧ 농어업기계정비/가전제품 수리    ①-⑨ 농기계 기술교육 ①-⑩ 마을조경/벽화그리기    ①-⑪ 문패/우체통 만들기 ①-⑫ 마을홍보영상물/리플렛 제작    ①-⑬ 마을로고만들기 ①-⑭ 스토리텔링    ①-⑮ 컴퓨터기초교육    ①-⑯ 인터넷 및 SNS ①-⑰ 휴대폰/스마트폰 사용법 교육    ①-⑱ 문서작성교육 ①-⑲ 마을홈페이지 관리		
② 농림 어업	②-① 품목재배/원예/과수    ②-② 수산/임산    ②-③ 축산/사육 ②-④ 질병/병충해 관리    ②-⑤ 안전품질관리    ②-⑥ 저장 ②-⑦ 가공    ②-⑧ 가공    ②-⑨ 조리    ②-⑩ 포장		
③ 경영 및 마케팅	③-① 전자상거래(온라인거래)    ③-② 유통/생협 ③-③ 포장디자인/제품로고제작    ③-④ 제품광고    ③-⑤ 수출 ③-⑥ 자산/채테크 상담    ③-⑦ 예/적금 관리    ③-⑧ 부동산 상담 ③-⑨ 보험상담    ③-⑩ 공과금납부대행    ③-⑪ 법인설립 ③-⑫ 생활법률 상담    ③-⑬ 상표/특허 출원    ③-⑭ 창업상담/지원 ③-⑮ 행정/사무 지원		
④ 의 료 · 복 지 · 교육	④-① 무료검진 및 진료    ④-② 검안진료    ④-③ 구강 진료 ④-④ 한방진료    ④-⑤ 수지침/이혈    ④-⑥ 응급처치교육 ④-⑦ 물리치료    ④-⑧ 소독/방역    ④-⑨ 식품/영양 관리 ④-⑩ 위생교육    ④-⑪ 차량 지원    ④-⑫ 이동목욕서비스 ④-⑬ 수화통역    ④-⑭ 어르신/장애인 돌봄    ④-⑮ 간호/간병 ④-⑯ 이미용    ④-⑰ 메이크업 ④-⑱ 스킨/발/스포츠/두피마사지    ④-⑲ 레저스포츠/건강교실 ④-⑳ 웃음치료    ④-㉑ 장수사진 촬영 ④-㉒ 공연(음악, 연극, 마술, 레크리에이션 등) ④-㉓ 디지털카메라 및 영상미디어 교육 ④-㉔ 공예/공작    ④-㉕ 취미교실    ④-㉖ 아동돌봄		

	④-⑳ 구연동화/독서교육    ④-㉘ 미술심리치료    ④-㉙ 예체능교육 ④-㉚ 특수아동교육    ④-㉛ 학습지도    ④-㉜ 진로/진학/청소년 상담 ④-㉝ 방과후활동/방학캠프    ④-㉞ 논술지도    ④-㉟ 경제교육 ④-㊱ 한국어교육    ④-㊲ 한국문화체험    ④-㊳ 한국요리강좌 ④-㊴ 가족 및 자녀교육 상담    ④-㊵ 통/번역    ④-㊶ 생활외국어교육 ④-㊷ 부모교육    ④-㊸ 취업교육    ④-㊹ 교양강좌 ④-㊺ 웰다잉(well-dying)
⑤ 기타	_____

(문4) 스마일 재능뱅크를 통해 농촌 재능기부 활동을 하신 경험이 있는 경우에만 적어 주십시오.  
 ‘농촌 재능기부 활동’에 참여함으로써 귀하가 얻은 좋은 점에 대해서 평가해 주십시오.

구분	매우 그렇다 ①	그렇다 ②	보통이다 ③	그렇지 않다 ④	전혀 그렇지 않다 ⑤
(4-1) 농촌과의 교류를 통해서 서로 돕고 이해하는 관계를 만든 것이 의미가 있었다.					
(4-2) 우리 회사(기관, 단체)의 대외 이미지를 높이는데 도움이 되었다.					
(4-3) 우리 회사(기관, 단체)의 직원들 사이에 유대와 화합에 도움이 되었다.					

(문5) 스마일 재능뱅크를 통해 농촌 재능기부 활동을 하신 경험이 있는 경우에만 적어 주십시오.

농촌 재능기부 활동을 함에 있어 가장 어려웠던 점은 무엇입니까?

- ① 준비, 이동 등에 따르는 금전적 문제                      ② 시간 부족
- ③ 스마일 재능뱅크 등 관계 기관의 안내 부족            ④ 농촌 마을 주민의 이해 부족
- ⑤ 기타 \_\_\_\_\_

(문6) 농촌 재능기부 활동을 하신 경험이 없는 경우에만 적어주십시오.  
 농촌 재능기부 활동을 하지 못한(또는 않은) 이유는 무엇입니까?

- ① 스마일 재능뱅크에 별다른 관심 없이 형식적으로 가입했다
- ② 농촌 재능기부가 어떤 것인지 잘 모른다
- ③ 스마일 재능뱅크 등 홈페이지나 관계 기관의 안내가 부족했다
- ④ 스마일 재능뱅크에서 재능기부 요청 마을과 연계가 되었어도 시간이 맞지 않아서 할 수 없었다
- ⑤ 스마일 재능뱅크에서 재능기부 요청 마을과 연계가 되었어도 금전적인 문제가 있어서 할 수 없었다
- ⑥ 농촌 마을 주민의 이해가 부족했다.
- ⑦ 기타 \_\_\_\_\_

(문7) 귀하께서는 스마일 재능뱅크를 어떻게 알게 되었습니까?

- ① 주변 사람의 권유 또는 안내
- ② 근무하는 회사 차원에서의 안내
- ③ TV, 신문, 라디오 등 언론방송을 통해서
- ④ 인터넷을 통해서
- ⑤ 박람회 등 행사에 참여했다가 스마일 재능뱅크 관계 기관의 홍보를 접하고
- ⑥ 스마일 재능뱅크 관계 기관의 방문 홍보를 접하고
- ⑦ 기타 \_\_\_\_\_

(문8) ‘농촌 재능기부 활동’에 대한 귀하의 평가를 적어 주십시오.

구분	매우 그렇다 ①	그렇다 ②	보통이다 ③	그렇지 않다 ④	전혀 그렇지 않다 ⑤
(8-1) 주변 사람들에게도 알리고 참여하도록 권유하겠다					
(8-2) 지금까지보다 더 자주 농촌 재능기부 활동에 참여하겠다					

(문9) 농촌 재능기부 운동이 앞으로 더욱 발전하려면 무엇이 필요하다고 생각하십니까?

(문10) 스마일 재능뱅크를 통해 농촌 재능기부 활동을 하신 경험이 있는 경우에만 적어 주십시오.

경험하신 농촌 재능기부 활동 가운데 특별히 기억에 남을 만큼 좋았던 활동 내용이 있다면 무엇입니까?

■ 통계 처리를 위한 문항

A1> 성별:            A2> 나이:        세

A3> 직업(구체적으로 적어주세요):

A4> 학력(        ): ① 고졸, ② 대졸, ③ 대학원졸 이상

A5> 주소:        도/시            시/군/구            읍/면/동            번지

(우편물을 받을 수 있는 거주지 주소를 적어 주십시오.)

♣ 끝까지 성의 있게 응답해 주셔서 진심으로 감사드립니다 ♣

### 부록 3

## 농촌 재능기부 실태조사 설문지(요청자)

안녕하십니까? 농촌 재능기부를 활성화하려는 취지로 ‘스마일 재능뱅크 (www.smilebank.kr)’가 운영되고 있습니다. 그 동안 각계각층의 참여와 호응에 힘입어 다양한 농촌 재능기부 활동이 진행되었습니다. 이것을 더욱 활발하고 바람직한 모습으로 발전시켜야 할 때라는 논의가 있습니다. 스마일 재능뱅크를 운영하고 있는 한국농어촌공사로부터 ‘농촌 재능기부 성과 분석과 향후 발전 방안’을 연구하도록 의뢰받은 저희 한국농촌경제연구원 연구진은 농촌 재능기부 활동에 관심을 갖고 계신 분들의 참여 실태를 파악하고 좋은 의견을 듣고자 이렇게 설문지를 보내 드립니다. 바쁘시더라도 질문 문항을 꼼꼼히 살펴시고 응답해 주시면 감사하겠습니다. 설문지를 작성하셔서 동봉한 회신용 봉투에 넣어 우편으로 보내 주시면 되겠습니다(우표는 붙이지 않으셔도 됩니다). 또는 아래의 Fax 번호로 설문응답 결과를 보내 주십시오.

Fax. 02-960-0163

담당자: 농촌 재능기부 스마일 재능뱅크 실태조사 담당

김정섭(한국농촌경제연구원 연구위원, 02-3299-4252, jskkjs@krei.re.kr)

전애라(한국농촌경제연구원 연구원, 02-3299-4349)

『통계응답자의 의무 및 보호에 관한 법률』

제33조 (비밀의 보호)

- ① 통계의 작성과정에서 알려진 사항으로서 개인이나 법인 또는 단체 등의 비밀에 속하는 사항은 보호되어야 한다.
- ② 통계의 작성을 위하여 수립된 개인이나 법인 또는 단체 등의 비밀에 속하는 자료는 통계작성 외의 목적으로 사용되어서는 안 된다.

## I ‘스마일 재능뱅크’ 농촌마을 참여 실태 조사

(문1) 지금까지 ‘스마일 재능뱅크’에 참여한 결과를 전체적으로 볼 때 어떻게 생각하십니까?

- ① 매우 만족한다    ② 만족한다    ③ 보통이다    ④ 불만족스럽다  
 ⑤ 매우 불만족스럽다

(문1-1) [문1에서 ④, ⑤번에 응답하셨다면] 불만족스러웠던 이유는 무엇입니까?

(문2) 귀하께서 살고 계신 마을에서 스마일 재능뱅크를 통해 재능기부를 받으신 적이 있습니까? 없으시다면 ‘없음’ 란에 ○표시를 해주시고, 있으시다면 귀하의 마을을 찾아와 재능기부 활동을 하신 분(개인 및 단체)들은 누구이며 언제 방문하셨습니다습니까? 모두 적어 주십시오.

구분	재능 기부자 이름(또는 단체명)과 인원	재능기부 활동 여부 및 활동 연도
우리 마을은	스마일 재능뱅크를 통해 농촌 재능기부 활동을 받은 적이 없다	없음( )
재능기부자 1	이름: 재능기부 방문 인원:    명	년
재능기부자 2	이름: 재능기부 방문 인원:    명	년
재능기부자 3	이름: 재능기부 방문 인원:    명	년
재능기부자 4	이름: 재능기부 방문 인원:    명	년
재능기부자 5	이름: 재능기부 방문 인원:    명	년

(문3) 스마일 재능뱅크를 통해 농촌 재능기부 활동의 도움을 받은 경험이 있는 경우에만 적어주십시오.

귀하의 마을에서는 어떤 내용의 재능기부 활동을 받으셨고, 그 만족도는 어떠했습니까? ‘보기1’과 ‘보기2’를 참조하여 작성해 주십시오.

구분	재능기부 활동 내용 (보기1)	만족도(보기2)	(보기2)
재능기부 활동 1	-		① 매우 만족 ② 만족 ③ 보통 ④ 불만족 ⑤ 매우 불만족
재능기부 활동 2	-		
재능기부 활동 3	-		
재능기부 활동 4	-		
재능기부 활동 5	-		
재능기부 활동 6	-		
재능기부 활동 7	-		
재능기부 활동 8	-		
재능기부 활동 9	-		
재능기부 활동 10	-		

(보기1)	
① 지역 개발	①-① 마을계획 컨설팅      ①-② 주민역량 교육      ①-③ 마을축제/체험기회 ①-④ 전통문화보존      ①-⑤ 마을기업/사회적기업/협동조합 ①-⑤ 주택수리      ①-⑥ 장판/도배 교체      ①-⑦ 전기/가스/수도 수리 ①-⑧ 농어업기계정비/가전제품 수리      ①-⑨ 농기계 기술교육 ①-⑩ 마을조경/벽화그리기      ①-⑪ 문패/우체통 만들기 ①-⑫ 마을홍보영상물/리플렛 제작      ①-⑬ 마을로고만들기 ①-⑭ 스토리텔링      ①-⑮ 컴퓨터기초교육      ①-⑯ 인터넷 및 SNS ①-⑰ 휴대폰/스마트폰 사용법 교육      ①-⑱ 문서작성교육 ①-⑲ 마을홈페이지 관리
② 농림 어업	②-① 품목재배/원예/과수      ②-② 수산/임산      ②-③ 축산/사육 ②-④ 질병/병충해 관리      ②-⑤ 안전품질관리      ②-⑥ 저장 ②-⑦ 가공      ②-⑧ 가공      ②-⑨ 조리      ②-⑩ 포장



③ 경영 및 마 케팅	③-① 전자상거래(온라인거래)	③-② 유통/생협	
	③-③ 포장디자인/제품로고제작	③-④ 제품광고	③-⑤ 수출
④ 의 료 복 지 교육	③-⑥ 자산/재테크 상담	③-⑦ 예/적금 관리	③-⑧ 부동산 상담
	③-⑨ 보험상담	③-⑩ 공과금납부대행	③-⑪ 법인설립
	③-⑫ 생활법률 상담	③-⑬ 상표/특허 출원	③-⑭ 창업상담/지원
	③-⑮ 행정/사무 지원		
	④-① 무료검진 및 진료	④-② 검안진료	④-③ 구강 진료
	④-④ 한방진료	④-⑤ 수지침/이혈	④-⑥ 응급처치교육
	④-⑦ 물리치료	④-⑧ 소독/방역	④-⑨ 식품/영양 관리
	④-⑩ 위생교육	④-⑪ 차량 지원	④-⑫ 이동목욕서비스
	④-⑬ 수화통역	④-⑭ 어르신/장애인 돌봄	④-⑮ 간호/간병
	④-⑯ 이미지	④-⑰ 메이크업	
⑤ 기타	④-⑱ 스킨/발/스포츠/두피마사지	④-⑲ 레저스포츠/건강교실	
	④-⑳ 웃음치료	④-㉑ 장수사진 촬영	
	④-㉒ 공연(음악, 연극, 마술, 레크리에이션 등)		
	④-㉓ 디지털카메라 및 영상미디어 교육		
	④-㉔ 공예/공작	④-㉕ 취미교실	④-㉖ 아동돌봄
	④-㉗ 구연동화/독서교육	④-㉘ 미술심리치료	④-㉙ 예체능교육
	④-㉚ 특수아동교육	④-㉛ 학습지도	④-㉜ 진료/진학/청소년 상담
	④-㉝ 방과후활동/방학캠프	④-㉞ 논술지도	④-㉟ 경제교육
	④-㊱ 한국어교육	④-㊲ 한국문화체험	④-㊳ 한국요리강좌
	④-㊴ 가족 및 자녀교육 상담	④-㊵ 통/번역	④-㊶ 생활외국어교육
	④-㊷ 부모교육	④-㊸ 취업교육	④-㊹ 교양강좌
	④-㊺ 웰다잉(well-dying)		
	_____		

(문4) ‘농촌 재능기부 운동’을 통해 도움을 받으면 좋겠다고 생각하시는 것을 중요한 순서대로 3개만 말씀해 주십시오.

- (1) 1순위 \_\_\_\_\_
- (2) 2순위 \_\_\_\_\_
- (3) 3순위 \_\_\_\_\_

(문5) 스마일 재능뱅크를 통해 농촌 재능기부의 도움을 받으신 경험이 있는 경우에만 적어주십시오.

농촌 재능기부의 도움을 받는 데 가장 어려웠던 점은 무엇입니까?

- ① 스마일 재능뱅크 등 관계 기관의 안내 부족
- ② 재능기부자와의 시간 맞추기의 어려움
- ③ 마을 주민의 이해 부족
- ④ 농촌 현실에 대한 재능기부자의 이해 부족
- ⑤ 기타 \_\_\_\_\_

(문6) 농촌 재능기부의 도움을 받으신 경험이 없는 경우에만 적어주십시오.

농촌 재능기부의 도움을 받지 못한(또는 않은) 이유는 무엇입니까?

- ① 스마일 재능뱅크에 별다른 관심 없이 형식적으로 가입했다
- ② 농촌 재능기부가 어떤 것인지 잘 모른다
- ③ 스마일 재능뱅크 등 홈페이지나 관계 기관의 안내가 부족했다
- ④ 스마일 재능뱅크에서 재능기부 희망자와 연계가 되었어도 시간이 맞지 않아서 할 수 없었다
- ⑤ 스마일 재능뱅크에서 재능기부 희망자와 연계가 되었어도 금전적인 문제가 있어서 할 수 없었다
- ⑥ 기타 \_\_\_\_\_

(문7) 귀하께서는 스마일 재능뱅크를 어떻게 알게 되었습니까?

- ① 주변 사람의 권유 또는 안내                      ② 지방자치단체(시청, 군청 등)의 안내
- ③ TV, 신문, 라디오 등 언론방송을 통해서      ④ 인터넷을 통해서
- ⑤ 박람회 등 행사에 참여했다가 스마일 재능뱅크 관계 기관의 홍보를 접하고
- ⑥ 스마일 재능뱅크 관계 기관의 방문 홍보를 접하고
- ⑦ 기타 \_\_\_\_\_

(문8) '농촌 재능기부 활동'에 대한 귀하의 평가를 적어 주십시오.

구분	매우 그렇다 ①	그렇다 ②	보통이다 ③	그렇지 않다 ④	전혀 그렇지 않다 ⑤
(8-1) 다른 마을 사람들에게도 알리고 스마일 재능뱅크를 활용하도록 권유하겠다					
(8-2) 지금까지보다 더 자주 농촌 재능기부 활동을 요청하겠다					

(문9) 농촌 재능기부'를 통해 마을 주민들이 얻은 좋은 점에 대해서 평가해 주십시오.

구분	매우 그렇다 ①	그렇다 ②	보통이다 ③	그렇지 않다 ④	전혀 그렇지 않다 ⑤
(9-1) 도시 주민과의 교류를 통해서 서 로 돕고 이해하는 관계를 만든 것이 의미가 있었다.					
(9-2) 농산물 판매, 체험 등 소득 측면에서 경제적으로 도움이 되었다.					
(9-3) 마을환경 정비, 농사일손 돕기, 각종 봉사 활동 등 마을에 꼭 필요한 문제를 해결하는 데 도움이 되었다.					
(9-4) 마을 주민들이 자신감을 갖거나 서로 협력하는 분위기를 만드는데 도움이 되었다.					

(문10) '농촌 재능기부 운동'이 앞으로 더욱 발전하려면 무엇이 필요하다고 생각하십니까?

(문11) 스마일 재능뱅크를 통해 농촌 재능기부의 도움을 받으신 경험이 있는 경우에만  
적어주십시오.

경험하신 농촌 재능기부 활동 가운데 특별히 기억에 남을 만큼 좋았던 내용이  
있다면 무엇입니까?

■ 통계 처리를 위한 문항

A1> 귀 마을에는 몇 가구가 거주합니까? 호

A2> 2002년 이후 귀 마을에서 지원 받은 정부 또는 지자체의 보조금 사업을 모두 표시해 주십시오.

- |                    |                |
|--------------------|----------------|
| ① 녹색농촌체험마을사업       | ② 농촌전통테마마을사업   |
| ③ 농촌마을종합개발사        | ④ 정보화시범마을사업    |
| ⑤ 산촌생태마을(산촌종합개발)사업 | ⑥ 아름마을가꾸기사업    |
| ⑦ 어촌체험마을사업         | ⑧ 살기좋은마을가꾸기 사업 |
| ⑨ 기타 _____         |                |

A3> 성별:            A2> 나이:        세

A4> 직업(구체적으로 적어주세요):

A5> 학력(        ): ① 고졸, ② 대졸, ③ 대학원졸 이상

A6> 주소:            도/시            시/군/구            읍/면/동            번지,  
성명:

(우편물을 받을 수 있는 거주지 주소를 적어 주십시오.)

♣ 끝까지 응답해 주셔서 진심으로 감사드립니다 ♣

## 부록 4

### 스마일 재능뱅크 운영의 불만족 사항(희망자)

#### 1. 희망자-요청자 연결을 위한 활동 부족

“참여를 할 수가 없었다. 사람들이 직접 나와서 홍보를 해서 사은품을 받고 가입도 하고 활동도 해 보려고 마음먹었지만, 가입은커녕 개인정보만 가져가고 아무런 활동도 하지 못했다.”

“참여 신청을 하였으나 연락이 없었다.”

“스마일 재능뱅크에서 연결해 주는 곳이 없어서 할 기회가 없었다.”

“재능기부 참여를 신청했으나 연결이 되지 않았다. 매일 스마일뱅크를 로그인할 수도 없고, 재능기부 연결 문의가 들어왔을 때 이메일이나 문자로 소식이 전해졌다면 확인하고 처리했을 텐데... 오랜만에 들어가 봤더니 여러 건의 문의가 있었음에도 불구하고 기간이 지나 진행될 수 있었던 것들을 놓치고 말았다.”

“재능기부 연결이 한 번도 되지 않았다.”

“재능기부를 할 수 있다고 생각해 신청했지만, 신청 이후 제대로 된 연락이 온 적 없었다.”

“재능기부를 하고 싶은데 기회가 없는 것 같다.”

“재능기부를 원하는 곳과의 적극적인 연결(매칭) 주선이 없다. 재능기부자

가 알아서 찾으라는 방관적인 태도를 보이는 ‘재능뱅크’의 역할은 무엇인가? 재능기부자의 정보를 분석해 희망하는 곳에서 재능기부자에게 연락을 하는 적극적인 연결 방식이 필요하다.”

“재능기부를 2번 신청한 것으로 기억한다. 스마일 재능뱅크 측에서도, 기부를 받고자 하는 마을에서도 연락이 없었으며, 재능기부 방법과 안내가 좀 미비하다. 기부를 할 수 있는 쉬운 방법을 마련해야 한다.”

“재능기부 활동을 요청하는 마을이 없다.”

“재능기부 연결이 안 된다. 중개자가 있으면 좋겠다.”

“재능 기부를 하려고 했지만 방법이 없다.”

“재능 기부를 할 곳에 대한 홍보나 안내가 전혀 없었다.”

“인터넷을 통해 스마일 재능뱅크에 가입을 하였으나 본인이 활동을 원하는 지역에서 별다른 연락이 없었다. 농촌에 계시는 분들이 정보에 어두워 인터넷을 통한 소통이 힘들 수 있다고 생각된다. 그러니 관계 기관에서 좀 더 적극적인 활동을 해 주셨으면 한다. 그리고 홈페이지에서 정보를 수정하였더니 오류가 생겨 이후 접속을 하지 않았다. 본인의 의지도 적극적으로 못했지만 세심한 관리가 필요한 부분이라 생각된다.”

“원하는 재능 기부 요청자를 찾기가 어려웠다.”

“운영진의 사후 관리가 미흡했다. 재능 요청 농촌마을에서는 재능 기부를 받은 후 무성의했었다.”

“운영이 안 되고 있다.”

“실요청자와 매칭이 안 되었다. 불필요한 데이터, 시간, 경과된 데이터가 많았고 홈페이지의 방문자가 거의 없었다.”

“신청은 하였으나 재능기부를 요청하는 기관이나 단체가 없었다.”

“수요자와 공급자 간 연결이 어렵다. 형식적으로 요청하는 수요자가 많다. 수요자가 실제로 요청하는 사항들이 불명확하다.”

“받은 것이 없다. 기부자에 대한 공동의 목적을 가진 모임 주선도 없다.”

“마을 매칭을 하려고 했으나 너무 오래된 정보였고 최신 정보였다 하더라도 이장님은 잘 모르고 계셨다. 매칭이 힘들었다.”

“단 한 번도 재능기부의 요청을 받은 바 없고, 스마일 재능뱅크가 기부자와 재능기부 요청마을을 매칭시켜 주려는 노력을 하는 것 같지 않았다. 이상해서 홈페이지 방문해 봤더니 홈페이지 자체가 전혀 활성화되지 않고 있었다. 한심하다는 생각이 들었다.”

“기부활동을 신청했었으나 아무런 응답이 없었고 진행상황 또는 향후 가능성 여부도 알 수 없어서 오랜 시간이 흘러서는 신청했었는지조차 잊어버리고 있었다.”

“재능기부 시스템이 미흡했다.”

## 2. 스마일 재능뱅크 웹페이지 인터페이스의 복잡함 및 비효과성

“지원 항목이 없다.”

“내가 가진 재능으로 기부를 할 만한 활동이 없다.”

“기술이 있거나 연고가 있는 사람만 참여가 가능해서 열정만 가지고는 참여할 수 있는 곳이 없고, 불러주는 곳이 있다면 응하고 싶어도 갈 곳을 찾지 못해서 참여가 어렵고 신청하기도 어렵다. 꼭 기술이나 기능이 있어야만 참여할 수 있게 한 부분도 참여도를 낮추는 이유가 되기도 한다.”

“홈페이지 사용 자체가 너무 복잡하고, 이용자를 위한 사이트라기보단 관리자 입장에서 구색된 사이트로 느껴진다.”

“참여할 수 있는 방법을 사람들이 잘 알지 못하는 것 같다. 많은 사람들이 알 수 있도록 홍보하면 좋겠다.”

“재능기부자로 재능기부 요청마을 관계자들과 접촉하기 위해 연락처를 확인하려고 하였으나 비공개로 설정되어 있어 확인을 할 수 없어 놓여준 공사 재능기부 담당자에게 직접 전화로 확인하여 연결할 수 있었다. 불편했다.”

“재능기부 신청을 하고 내 재능을 요청한 곳이 있나? 확인하는 과정이 너무 복잡했다. 아이디와 비번, 신분 검색도 불편했다. 무료로 내가 시간을 내어 기부활동을 하고자 하는 것임에도 불구하고 인증 절차와 확인 절차가 복잡했다. 또한 그것을 못해 도와줄 수가 없어 안타까웠다. 자원봉사를 하는 것이 훨씬 편한 것 같다.”

“실제 활용하기 어렵다.”

“뭔지 자세히 모르겠다.”



### 3. 스마일 재능뱅크에 대한 홍보 부족

“회원들에게 우편, 이메일 등으로 홍보를 강화해야 할 것 같다.”

“홍보와 교육이 많이 부족해서 재능뱅크에 참여하는 것에 대한 불편을 느낀다.”

“홍보가 잘 안되어 있어서 일부 시·군에서는 스마일 재능뱅크 홈페이지조차 모르고 있다.”

“재능기부 관련 홍보가 부족하다.”

“스마일 재능뱅크에 대해 전혀 알지 못했다. 귀촌자로서 재능기부를 하고 싶은데, 이 설문을 통해 처음 알게 되었다.”

### 4. 기타

“지나치게 상업적인 분야에만 관심을 갖는 듯하다.”

“자발적으로 열심히 노력하고 봉사하는 사람을 돌본 것 같은 생각이 들었다.”

“농촌개발, 즉, 관광객 동원에 프로그램 개발이 활용되고 있다.”

“해당 지자체와 연계하여 재능기부를 하고자 하였으나 관계 기관이 재능기부 업무에 대한 인지능력이 부족하고 큰 관심도 부족해 보였다.”

“한 번도 참여하지 않았다. 재능기부 관련한 메일을 처음 받아 보았다.”

“참여단체를 법인 등으로 엄격히 규정하여 우리같이 순수한 뜻을 가진 4명의 강사가 모여 실제로 3년 동안 재능기부 해 온 일반인 동아리는 참여할 수 없게 되어 있었다.”

“재능기부의 성격과 방법에 따라서 피기부자(수혜자 측면)에게 역효과를 줄 수도 있고, 재능기부자와 마을 주민 사이에 거리감이나 불신이 있어서 기부 받기를 원치 않는 경우도 있다.”

“개인으로 참여할 수 있는 기회가 아직 많이 부족했다.”

“재능기부자가 경비 부담하는 것은 한계로, 기초 비용과 재료비 등의 직접비 지원이 필요하다.”

## 부록 5

### 스마일 재능뱅크 운영의 불만족 사항(요청자)

“실제 마을 구성원의 나이가 고령자들인 관계로 뜻과 내용은 좋으나 잘 활용되지 못하고 있으며 내용도 어려운 부분이 있다.”

“두 차례에 걸쳐 재능뱅크에 도움을 요청했는데 응답이 없다.”

“재능기부 도움 신청을 몇 차례 했지만 기부 간 처리 결과가 전혀 통보되지 않아서 답답했다.”

“아쉽게도 재능기부자와의 너무 짧은 만남이어서 부족함이 느껴졌다. 다른 지역과 경유하는 코스라 미흡한 점이 있었다.”

“신문이나 보도자료 및 교육 받을 시 (2013년 영덕군 자료참조) 농촌 마을을 위해 많은 도움을 주고 있는 것으로 안다. 마을 이장으로서 어떻게 하면 마을에 도움을 받을 수 있는지 알고 싶다.”

“우리 주변에서 스마일 재능뱅크의 활동 기여 내용을 들은 적도 본 적도 없다. 생색내기용의 활동 단체라고 생각한다.”

“연결 지원 발걸을 못했다.”

“만족할 만한 서비스를 받지 못했다.”

“스마일 재능뱅크를 운영할 때 취지는 좋았으나, 시일이 지나면서 관심도가 떨어지는 감이 있으며, 또한 교육 및 홍보 부족으로 이해도가 낮은 편

이다. 앞으로 활성화된다면 좋은 성과를 기대할 것이다.”

“한 번도 참여한 적도 받아 본 적도 없다.”

“홍보가 되지 않고 있다.”

“재능기부 matching을 통해 연결된 명단을 하나하나 통화했으나, 성사되지 않았다. 거리가 멀어서, 시간이 맞지 않아서, 또는 1차 방문까지 성사된 경우 1회의 재능기부 활동이 있었으나(사물놀이 전수팀) 그 후 연락이 두절되었다.”

“컴퓨터를 잘 몰라서 신청만 해서인지 연결이 되지 않았다. 신청만 하면 재능기부활동이 연결이 되어 배울 수 있고 또 보탬이 되는 무언가가 주어지는 줄 알았는데 지금까지 아무런 연락이 없는 것을 보면 어두운 곳까지 도움을 받을 수 없는 현실이 안타깝다. 앞으로는 이런 사례들의 참조를 희망한다.”

“검증이 안 된 재능기부자(사업자 등)의 신뢰성 부족과 홈페이지 커뮤니티와 사용자가 이용하기에 불편한 프로그램(예, 재능별, 지역별, 나이별 등), 재능기부자에 대한 실적 관리 미흡(예: 재능 기부자에 대한 세부 지원 내역 등)등의 불편함이 있다.”

“1, 2차례 연락이 오고 나서는 관심이 없었다. 전문가는 현장에서 농사를 짓는 사람이라는 것을 깨달았다. 최소한 농촌 지역 현장 문제의 해결방법은 농사꾼이 최고라는 것을 알게 되었고 전문가의 도움을 받는 것은 극히 일부뿐이고 도움을 받기도 어려웠다. 권위적인 경향 때문에 공짜로 무엇을 얻으려는 그 자체가 자본주의 국가에서는 맞지 않고 필요하다면 직접 전문가를 만나 강의를 듣거나 사적으로 도움을 받는 것이 좋다고 생각한다.”

## 부록 6

### 농촌 재능기부 공모사업 선정 현황

#### 2012년 농촌 재능기부 일반 공모사업

	단체명	활동분야
직능·사회봉사 단체 (21)	삼농연구소	경영컨설팅, 홈페이지 구축
	(사)한국기독교사회복지협의회	의료(한·양방), 이·미용, 도배, 법률·재무 컨설팅
	(사)체험학습연구개발협회	체험프로그램 개발
	사회복지법인 우림복지재단	침, 부항, 뜸, 약 처방 등
	백토문화예술원	장수사진, 웃음치료, 건강
	호남사랑	한방의료, 원예치료
	한국YMCA연맹	이·미용, 보건·의료, 장수사진
	박앤드윤공공미술연구소	마을 벽화그리기
	곰두리봉사회	소독방역, 이·미용 봉사
	(사)한국농선회	진료봉사, 재배지도
	성북노인종합복지관	장수사진, 문화공연
	World Map Painting	SNS홍보, 다문화교육
	(사)로컬푸드운동본부	홍보마케팅(출하지도)
	돌로스봉사단	집고쳐주기, 장수사진
	강화나눔연합봉사단	전기도배, 이·미용
	대금연주단 어울림	문화예술공연
	(사)스마트소셜 연구회	SNS, 소셜마케팅
	고양시문촌종합사회복지관	주거환경, 이·미용
	한국리더십레크리에이션협회	이·미용, 문화예술
	(사)더하기재능봉사문화예술원	장수사진, 문화공연
	창원재능기부협의회	벽화그리기

	단체명	활동분야
대학교 동아리 (12)	남부대학교향장미용학과	이·미용, 장수사진, 웃음·건강교실
	남부대학교	이·미용, 보건의료
	영동대학교 잡아라	방과후 교육, 보건의료, 레크
	경남정보대 정독회	벽화그리기, 도매, 장관교체
	충남대학교	벽화그리기, 판매홍보
	목원대학교 향 GREEN	생태미술, 학교 벽화작업
	충북대학교 지역건설공학과	지역개발계획 수립
	중원대학교 Beauty&Beast	연극캠프, 놀이활동, 현장학습체험
	대전대 사회복지학과	주거환경, 웰다잉프로그램, 손주안마
	원광대학교 퍼 플잡	밴드운동, 지역행사 참여
	동서대학교마케팅·광고연구회	마을홍보,UCC제작,벽화그리기,SNS교육
	한동대 청소년자유학교	창의적 대안 수업, 일손돕기
서울시내연합동아리	세계지도그리기, 멘토링, 문화축제	
기업체 (5)	(주)착한동네	지역개발컨설팅
	(주)인포마스터	지역개발마케팅
	이노블 마케팅컴퍼니	홈페이지 등 홍보
	주식회사 WITA연	벽화그리기, 문화예술
	한전kdn 제주지사	전기보수, 홈페이지

2013년 농촌 재능기부 일반 공모사업

	단체명	활동분야
직능·사회 봉사단체 (25)	(사)백토문화예술원	효도 및 가요공연, 장수사진, 이·미용, 메이크업, 이혈봉사, 마사지
	(사)호남사랑	벽화그리기, 한방치료봉사, 원예치료나눔
	(사)곰두리봉사회	소독방역, 이·미용봉사
	경기도 한의사 협회	한방진료
	(사)로컬푸드운동본부	작물재배, 저장, 포장, 출하시기 교육
	(사)마을상생플랫폼	농촌사랑농도상생포럼 결성
	(사)한국농선회	특작물 재배지도, 한방진료, 이·미용봉사, 문화공연
	마을발전소 맥	마을 공동체 사업 컨설팅
	우림복지재단	한방의료봉사
	강화나눔연합봉사단	주거환경(전기, 도배, 장판, 보일러), 건강(마사지, 이혈요법, 청력검사), 이·미용
	(사)체험학습연구개발협회	체험학습 교육 및 컨설팅
	(사)스마트소셜연구회	컴퓨터기초교육, 인터넷 SNS교육, 스마트폰 사용법 교육
	(사)더하기재능봉사문화예술원	장수사진, 이·미용, 메이크업, 문화공연
	한국문화가치연구협회	체험 마을 컨설팅
	1004재능기부단	SNS마케팅 및 컨설팅, 홈페이지 관리
	여울연주단	문화공연
	다문화인권센터	다문화가정 심리상담, 다문화 가정 이해교육
	대금연주단여울림	문화공연
	아동인형극단 동화나무	문화놀이, 인형극 공연
	충남자원봉사센터	마을 계획 컨설팅, 자원봉사 활동
	한국리더십레크리에이션협회	건강 이·미용, 발마사지, 장수사진
	인순이와좋은사람들	다문화 전통 공연, 다문화 체험
	창원시 농어촌재능기부협의회	마을 조경, 주거환경(전기시설), 문화공연, 홈페이지 관리
	중부한민족공동체	마을환경(벽화그리기), 주거환경(주택수리, 장판, 도배), 이·미용
	충청남도 여성단체협의회	노인 웰다잉 교육

162 농촌 재능기부 공모사업 선정 현황

	단체명	활동분야
대학교 동아리 (12)	남부대 향장미용학과/대체의학과	이·미용, 장수사진, 건강관리(경락, 부항, 지압봉요법)
	숭실대 숭실발명회<바람개비>	발명, 과학이론교육 및 실습
	한국국제대 건축봉사팀	독거노인 집수리 봉사
	호원대	재활치료
	충북대 지역건설공학과	마을계획 컨설팅
	경북대 생태환경관광학부	체험마을컨설팅
	건양대 사회봉사단	벽화그리기, 장애인 나들이, 주거환경(집고치기)
	서울대 드림컨설턴트	서울대학교 학생이 농촌 초등학교 학생 멘토링
	영동대 레인보우 드림	학습지도, 건강관리 이·미용
	고려대 HOP	장수사진 촬영, 일손돕기, 꽃길 조성, 벽화그리기
	우리들의 1℃	장수사진, 마을홍보 리플릿 제작
한국농수산대학 토종약초연구회	토양 분석, 퇴비 만들기 교육, 홈페이지 제작	
기업체 ·기관 (12)	(재)전라남도 중소기업종합지원센터	마케팅, 경영컨설팅, 음식개발컨설팅
	태훈의료재단 새희망병원	무료검진 및 진료
	한전KDN제주지사 봉사단	정보화설비 유지보수, 전기시설 유지보수
	고인돌문화사업단 (예비사회적기업)	전통문화 체험
	(사)한국지역문화콘텐츠진흥원	디자인홍보지원, 블로그 제작, SNS홍보마케팅 교육 및 지원
	가야산국립공원사무소	주거환경(주택수리, 창호교체)
	주식회사쿠키라인	쌀 베이킹 체험 프로그램 개발
	(주)아름다운마을	마을 환경개선, 벽화 그리기
	(주)WITA연	벽화그리기, 마을축제
	(주)홍성반딧불이농업회사법인	주거환경(장판·도배교체)
	도비문화예술체험학교	문패 만들기, 우체통 만들기, SNS교육
서산미술치료연구소	미술치료 상담, 학부모 교육	



2013년 농촌 재능기부 지자체 공모사업

지자체	참여단체	활동분야
강화군	비타민트리농업법인	친환경 주거개선 집수리 (도배, 장판, 전기, 난방, 조명, 단열 시공)
순창군	전국귀농운동본부, 순창군귀농인협회	농가주택 난방과 에너지절감형 화덕보급
완주군	완주커뮤니티비즈니스센터	홍보영상제작 및 통합패키지 디자인개발
정읍시	전북영상협회, 정읍원에농업협동조합, 지역활력연구소정읍N사랑, 정읍사랑기술봉사대, 전북과학대학교	마을홍보영상, 행사뉴스제작 및 송출, 금융정보 및 생활법률 교육상담, 마을축제 프로그램 발굴, 마을공동시설 및 주거환경개선, 보건/의료
군산시	군장대학교, 지역진흥원, 군산대봉사동아리	보건, 주거시설개선, 농기계수리, 마을발전계획수립, 농촌지역집수리
나주시	공공부문-4개기관 민간부문-10개단체	복지, 보건, 주거, 고용
강진군	강진봉우리봉사대, 사랑의메아리봉사회, 여성자원봉사회, 이·미용봉사회	주거시설개선, 건강, 이·미용봉사, 노인·장애우가정돌봄, 장수사진및노래교실
영월군	농협중앙회 영월군지부, 고려대학교(사회봉사단), 강릉아산병원, 힘찬병원, 우주호와 음악친구들, 이원국발레당	교육, 의료봉사, 지식나눔콘서트, 문화예술공연, 이·미용봉사, 장수사진봉사, 집수리지원
당진군	(주)진달래마을 당진미술협회, 당진사진협회, 당진음악협회, 당진국악협회, 당진문인협회, 당진서예인회	문화예술공연, 마을전경, 장수사진 찍어주기, 가훈써주기, 마을합창단만들기

## 부록 7

### 스마일 재능뱅크의 배경이 된 농촌 재능기부 활동 사례

기부자(단체)	분야	주요 내용
한국농어촌 공사	브라이트 운동	농촌에 거주하는 60대 이상의 할머니, 할아버지를 대상으로 돋보기 맞춤 제작, 보유 안경 세척·관리
다솜등지 복지재단	노후주택 고쳐주기	한국농촌건축학회와 함께 대학생 자원봉사자를 모집하여 농촌의 무의탁 독거 노인, 조손가정, 장애인, 다문화가정 등 취약계층을 대상으로 집고쳐주기 등 주거환경 개선
연세대학교	교육	영어게임과 각종 과학실험, 만들기 등 체험과 흥미 위주의 교육 프로그램 등 ‘농촌 어린이 여름방학 교육캠프’ 실시
성균관 대학교	교육 등	충주시와 1대학 30촌 자매결연을 맺어 매년 대학생 500여 명이 자매마을에서 일손돕기, 교육캠프, 벽화그리기 등 다양한 재능기부를 실시
KT IT 서포터즈	교육 (인터넷)	마을회관, 정보화마을, 다문화 쉼터 등 IT 교육이 필요한 단체에 찾아가 PC활용 인터넷, 전자상거래, 홈페이지 운영 등 실생활에서 필요한 교육을 지원
서울아산 병원	의료	무료의료지원과 동시에 다문화가정 등 농촌지역 취약계층 접수리 등 병원 내 봉사단의 다양한 재능기부 - 매년 160회 이상, 9,000명 무료 진료(희귀 난치성 어린이 무료 수술) - 진료 농업인들에게 선물세트 증정(임직원들의 끝전모으기로 기금 조성)
우주호	음악	농촌 주민들과 다문화가정을 위해 농촌 마을에서 무료 클래식 음악회 개최(농촌 폐가와 경로당, 논밭을 무대로 활용) - 음악적 재능이 있으나 경제적인 이유 등으로 음악 교육을 받지 못하는 학생들에게 무료 레슨
박병철	벽화 그리기	넓고 미관상 좋지 않은 마을의 벽, 회관 등의 시설에 대하여 벽화를 그려줌으로써 환경개선

자료: 농림축산식품부 농촌정책과(2013: 12).

## 부록 8

### 스마일 재능뱅크 운영의 발전 방향(희망자)

“수요자의 필요도에 따른 다양한 기부체제, 기부자의 사전교육 및 지원체계 마련이 필요하고, 기부자 자신의 모범적 역할기대도 필요하다.”

“요청자의 무분별한 기부 요청을 자제해야 하며, 기부자의 상업적 목적을 배제할 수 있는 시스템 구축이 필요하며, 기부 항목의 간편일몰화가 필요하다.”

“재능기부자와 요청자의 교류가 활성화되어야 하고, 재능의 영역을 좁혀 활동의 폭을 넓혀야 한다. 스마일 재능뱅크 홈페이지의 활성화(누구나 쉽게 접근 가능한)가 필요하다.”

“기부자와 기부를 받는 사람의 신뢰 구축이 우선되어야만 가능한 것이라고 생각된다. 기부 받는 사람들에게 실질적으로 도움이 될 수 있는 프로그램 구축이 우선되어야 한다.”

“첫 번째, 도시지역 내에 농촌재능기부 지원센터를 설치해 도시민들에 대한 홍보가 절실히 필요하다. 예를 들어 대도시, 중도시, 소도시 지역 구청별로 지원센터의 상시 운영이 필요하다. 대략 1,000~3,000개의 일자리 창출이 기대된다. 농촌 재능기부 강사 또는 자격제도 도입이 필요하다. 농촌 재능기부 제도를 체계화시킬 필요가 있으며 자발적 재능기부 유도가 필요하다.

두 번째, 농촌 재능기부자들로 하여금 긍지를 줄 수 있는 기회 마련이 필요하다. 예를 들어 필기과목으로는 농촌자원론, 자원봉사와 재능기부, 농촌복지론으로 이루고, 실기과목으로는 농촌재능기부 활동 3회 이상으로 이루

어지게 하여, 필수사항은 스마일 재능뱅크 사이트 가입(아이디등록제)이 전제가 되어야 한다.

세 번째, 기업체들의 참여가 절실히 필요하다. (4~10월까지는 국고지원으로 운영될 수 있지만, 정작 11~3월까지의 농촌 재능기부 활동을 하고 싶어도 예산이 없기 때문이다.)

네 번째, 농촌재능기부자 또는 단체들에게 마일리지제도, 인증제도 도입이 필요하다.

다섯 번째, 해외 농촌재능 개인 기부 활동(우수 재능기부자 선발)이 필요하다.

여섯 번째, 농촌 재능기부자 포상 제도 확대의 필요성이 있다.

일곱 번째, 전국 농촌 재능기부 협의체(예를 들어, 공익사단법인, 재단법인)구성이 필요하다. 재능기부자 안심보험과 공제를 통한 재능기부 확대, 전국 농촌 재능기부자 합창단과 같은 농촌재능기부가 필요하며, 이러한 농촌 재능기부 활동으로 인한 제3의 새마을 운동 전개가 필요하다. “

“재능기부가 필요한 농촌 지역 대상을 월별로 사전에 알려주면 활동에 도움이 된다. 그리고 농촌에서 점심을 해결할 식당이 없어 농가에서 해결할 경우 현금 지급이 가능하게 해야 한다. 또한, 농산물 수확, 포장, 저장, 출하시기 및 방법 등을 지도하면 농가의 소득증대에 도움이 될 것이다.”

“2012년 시범사업을 시작으로 농어촌 공사 본부에서 관리를 하고 있다. 전담 인력이 절대적으로 부족한 상황에서 전국 각지의 사업단을 관리하기에는 매우 어려움이 많은 게 사실이다. 각 지역별로 농어촌공사가 있으니 각 지역본부에서 관리를 해야 더욱 효율적으로 사업이 운영, 관리가 될 것이다.”

“대학교에서 더욱 많은 지원을 확대해 주기를 바란다. 기업이나 민간단체는 지자체나 타부서에서의 지원 사업이 많지만 대학교는 지원이 턱없이 부족하다. 농어촌공사에서도 대학교에 많은 지원이 있기를 간절히 희망한

다.”

“SNS 홍보 활동, 대학생 서포터즈단, TV, 신문, 라디오 등의 언론방송을 통한 다양한 홍보 활동을 해야 한다.”

“스마일 재능기부 사업에 대한 이해력이 부족한 농촌 주민들을 위해 TV광고를 통해 스마일 재능기부 사업에 대한 이해를 돕는 것이 필요하다.”

“각기 개인의 재능을 펼칠 수 있도록 연계해 주는 프로그램이나 기회가 더 생겨야 한다.”

“각 농촌 마을에 농촌 재능기부 운동에 대한 홍보가 이뤄져야 한다. 농촌 체험 관광객들도 이를 자연스럽게 알게 되어 참여할 수 있게 하고, 아직은 홍보가 더 절실히 필요하다.”

“각 도에 설치된 농촌 활성화 지원 센터의 역할이 중요하다. 활성화센터는 농촌현장포럼을 통해 누구보다 현장에 대한 이해가 높고, 주민과의 접촉이 많은 조직이다. 이 조직을 적극적으로 활용하는 것이 농촌 재능기부 운동의 확산을 촉진시킬 수 있다. 활성화센터는 주민들이 요청하는 재능기부를 충족시키는 것은 물론, 재능기부자의 재능을 지역과 마을 현황에 알맞은 곳으로 배치시켜 주는 역할도 수행할 수 있도록 개선하여야 한다.”

“각 마을별로 꾸준한 홍보활동이 필요하다.”

“개인들에게 잦은 문자발송을 하는 것도 효과적일 것이다.”

“개개인을 연결할 수 있는 동호회 같은 소그룹이 있어야 한다.”

“개인 일정과 재능기부 요청 마을의 일정이 서로 부합되어야 한다.”

“개인적으로 참여하기에는 정보부족, 시간부족, 농촌주민 이해 부족 등의 무리가 있다.”

“기업의 사회공헌 활동 차원으로 지금보다 폭넓게 추진되어야 하고 좀 더 조직적이고 효율적으로 활동할 수 있는 기회가 다양하게 주어져야 한다. 이로써 기부자, 요청자 모두의 만족도가 높은 활동이 될 것이다.”

“공급자(재능기부자) 관리와 함께 수요자(지자체, 마을, 지역주민 등)의 재능기부 요청자 관리가 중요하다. 재능기부자가 원활히 활동을 할 수 있도록 기본경비 지원 체계 마련, 재능기부가 실제 가능할 수 있는 제도적 장치의 마련이 필요하다. 이것을 제도화, 법제화하여야 한다.”

“공연 현장촬영 내용을 인터넷을 비롯한 온라인상에 공개하여 많은 사람이 참여할 수 있도록 해야 한다.”

“공익광고를 통하여 전 국민에게 홍보가 되어야 하고 농촌지역 마을리더들을 통한 홍보를 더 적극적으로 해야 한다. 또한, 기초 지방자치단체 담당 공무원들의 마인드가 많이 바뀌어야 한다.”

“공중과 방송을 통한 홍보가 이뤄져야 한다.”

“관계 기관들의 적극적인 홍보 및 참여 유도를 하여 보다 더 많은 연관 단체들이 재능기부를 할 수 있도록 해 주어야 한다.”

“관련 전문가 인력POOL 운영 및 홍보를 통해 재능기부가 필요한 마을에 적절한 전문가가 참여하여 재능기부를 할 수 있도록 해야 하며, 스마일 재능뱅크에 대한 홍보를 강화할 수 있는 방안이 필요하다. “

“교사 활동을 위한 교통이 편리하도록 지원이 필요하다.”

(교통비지원-농촌주민참가자)

“구체적인 요청이 이루어질 수 있는 전달체계 구축이 필요하다.”

“활동 내역과 시간, 지역이 좀 더 구체적이어야 한다.”

“귀농학교를 중심으로 앞으로 내려갈 농촌 마을과 미리 소통하는 자리를 마련해야 한다. 보통 귀농학교를 다닌 후 2~3년 동안 준비하는 시간이 있을 때 미리 여러 곳의 농촌지역에서 재능기부할 수 있는 기회가 마련되면 마을 사람들과 가까워지고 귀농 계획도 세울 수 있어 그런 자리가 필요하다.”

“방문 홍보를 해서 사람들을 모으려고 하는데 현실적으로 개인정보만 가져가고 활동을 하지 못하는 경우가 많다. 농촌 재능기부 운동의 발전을 위해서 개선이 필요하다.”

“금전적인 지원을 해 주어야 한다.”

“금전적인 문제보다는 보람을 느낄 수 있는 방안이 필요하며 재능기부를 받는 요청마을의 보다 적극적인 요청이 있어야 한다.”

“기관과 개인 그리고 수혜자, 공급자 간의 협업이 필요하다.”

“기관의 홍보가 보다 적극적으로 이루어져야 하며, 그에 따른 자세한 안내 절차 또한 필요하다. 절차의 간소화 및 시스템 사용의 편리성도 필요하다.”

“기본적인 예산의 지원이나 혹은 재능기부 이후 연계사업 활로지원 및 재능기부자에 대한 감사패 등의 무언가 보람을 느낄 수 있는 요소가 필요하다.”

“기부를 받고자 하는 대상의 명확한 니즈를 반영하여 그에 맞는 적절한 재능기부가 이루어져야 한다.”

“기부자와 요청자 간의 연락체계 구축이 필요하다.”

“기부자의 거주지에 근접한 농촌의 농가와의 연결이 필요하다.”

“기부자의 특성에 맞는 맞춤 홍보가 필요하다.”

“기업들의 재정적인 지원 및 재능 나눔 사업의 편의성에 좀 더 중점을 두어야 한다. 재능 나눔에 너무 제약을 둔다면 재능기부 희망자들도 부담감을 가지게 된다.”

“기초적인 것에만 치중하지 말고 전문화되어가는 요청자들의 관심사항에 대하여 좀 더 연구할 필요가 있다. 농촌지역 요청자들을 유치원 아이들처럼 생각하지 말고 삶의 경험에서 오는 여러 가지의 지혜를 우리가 배우고 그들에게는 정리하는 법을 가르쳐 주는 게 좋다고 생각된다. 재능기부자들이 더 많은 걸 배울 수도 있다. 배우러 가는 자세가 재능기부의 시작인 거 같다.”

“내가 프로그램을 짜서 재능기부를 하는 것은 어렵지만 짜인 프로그램에 기부자로 참여하는 것은 좋다.”

“너무 특별한 재능만 기부하는 것이 아니라 작은 것부터 돕고 싶다.”



“농촌에는 일손이 꼭 필요한 시기가 있으므로 농가와의 소통이 꼭 필요하다. 한 명이라도 절실히 필요할 때 도와주는 것이 기부자 수혜자 양측 다 행복하고 고마운 일이 될 것이다. “

“농업도 기술이라는 것을 깨달아야 한다.”

“농촌 마을주민들이 스마일뱅크에 대해 잘 모르고 있다. 적극적인 홍보와 참여가 이루어져야 한다.”

“재능기부를 돈을 받고 활동하는 것으로 잘못 알려져 있다. 재능기부활동에 대한 홍보가 제대로 되지 않았다. “

“정부 차원에서 실비의 적극적인 지원이 필요하다.”

“농촌뿐만 아니라 도시 및 어촌·산촌에서도 재능기부를 할 수 있도록 다양화 되어야 한다.”

“학교나 직장 그 어느 곳에서라도 농촌이라는 한정적인 개념을 떠나 포괄적인 재능기부가 필요하다. ”

“농촌뿐만 아니라 도시에서도 할 수 있으면 좋겠다.”

“농촌에서도 재능기부 홍보의 효과를 알 수 있도록 정보화를 강화해야한다.”

“농촌에서 필요로 하는 다양한 콘텐츠가 필요하다.”

“농촌을 소득 차원으로 접근하는 것도 중요하지만, 환경을 지키고 자연을 보호하는 차원으로도 접근할 수 있어야 한다. 농민들도 마을의 나무와 들판의 야생화 그리고 자연생태를 이해하면 더욱 보람된 생활을 할 수 있을 것이다.”

“농촌의 실태 파악과 상황 경험이 매우 필요하다.”

“농촌의 자발적 협동조합 결성과 협동조합과의 상호연대 모색이 필요하다.”

“농촌 재능기부가 일회성이 아닌 지속적 활동으로 이뤄지도록 재능기부 봉사자들의 연계가 잘 되어야 한다.”

“농촌 재능기부도 전체 사회복지 은행 안에서 정책을 만들어야 한다. 귀농·귀촌의 자원을 지방에서 고착화할 수 있도록 정확하고 현실적인 귀농·귀촌 정책이 뒤를 이어야한다.”

“농촌 재능기부를 하려고 했으나, 기관에서 매칭을 해 주는 것이 아니고 개인이 매칭을 해야 하는 어려움이 있기에 이와 관련된 인력을 배치하여 기부자와 요청자를 매칭해 주는 것이 필요하다고 생각한다.”

“농촌 현장에서 일하면서 쌓은 경험을 통해 농촌 재능기부 활동을 하고 싶었으나, 기회조차 오지 않았다. 전문 컨설팅 또는 관련 관계자들만 재능기부를 하는 것으로 알고 있다. 앞으로 농촌이 발전하려면 농촌에서 일했던 실무자(주민 주도적)들의 실패와 아픔, 다양한 경험을 토대로 활동을 해야 한다.”

“개인의 재능과 지역의 욕구를 연결해 줄 수 있는 전담 부서의 활성화가 필요하다. 민간 차원에서의 조직력을 갖춘 전문 단체가 지역별로 구축되어

도·농 간의 욕구를 연결해 줄 수 있는 시스템의 구축이 필요하다.”

“대부분 주말에 재능기부 활동이 진행되는데 가족과 함께할 수 있는 일부 프로그램이 있으면 좋겠다.”

“더 다양한 재능기부의 수집, 조직화 그리고 농촌에 대한 홍보가 필요하다.”

“도시민 또는 민간단체의 자율적 참여를 활성화하기 위해서, 사업 초기에는 민간단체에 대한 공모사업의 활성화, 중기에는 스마일 재능뱅크를 민간-정부-농촌으로 이어지는 플랫폼 기능으로 전환하고, 사회 여론 주도층과 문화인사 등이 주축을 이루는 사회적 문화운동으로의 확산이 필요하다.”

“도시에서 농촌 지역으로의 집단 이동이 가능하도록 교통편을 마련해야 한다. 또한 많은 시민들이 알 수 있도록 홍보가 필요하고 기부 희망자들에게 정기적인 연락이 필요하다.”

“도움이 필요한 사람이 공짜라는 개념이 아닌 필요함을 느끼고 자생할 수 있게 하는 것이 필요하다.”

“동사무소에 담당자를 지정해야 한다.”

“마을행사 및 축제 등의 기존 참여정보를 활용하여 기획 또는 자문에 설문 참여와 의견조사 등을 재능기부 활동 영역으로 넓혀, 관심과 참여를 촉진하는 방법으로 다양화해야 한다.”

“많은 홍보로 도시와 농촌을 이어주는 특별한 단체가 있어야 할 것 같고 담당하는 분들도 많아야 한다. 형식적인 것이 아닌 정말 필요한 요청마을에 연결해 주는 사람들이 있어야 한다.”

“보다 다양한 분야의 사람들이 참여함으로써 재능기부 활동이 다양화될 뿐만 아니라 농어촌 지역도 보다 활성화될 것이다.”

“보다 쉽게 접근할 수 있게 해야 하며 가족 단위 및 모임으로 참여하면 좋을 것이다. 또한 사회 저명인사, 고위층, 연예인 등 인지도가 있는 지도층들이 많이 참여하게 하는 것도 좋은 방법이다.”

“봉사를 다녀보면 너무 형식적인 경우가 많아 거부감이 들었는데 마음이 움직이는 봉사료 정착하게 해야 한다.”

“봉사와 따뜻한 배려가 많은 재능기부 활동을 통하여 도시와 농촌의 발전이 있으며 농촌 건설에 많은 도움이 될 것이다.”

“봉사 활동 시간을 인정해 주고 수시로 근처 학교에 홍보를 해서 단체로 참여를 유도할 수 있게 되면 보다 활동이 활발해질 것이다.”

“스마일 재능뱅크 사이트 방문자 수가 많아져서 재능기부 매칭시 SMS로 알려 주는 신속한 연결이 필요하다.”

“순수 봉사 재능기부자는 찾기 힘든 실정이므로 “에코마일리지” 등의 혜택을 제공하는 적절한 보상이 있어야 한다.”

“스마일 재능뱅크가 활성화됨에 따라 농촌 어르신을 상대로 한약장사(?)하시는 분들이 비슷한 이름을 인용하여 열심히 농촌 재능나눔 활동을 실천하고 계신 분들의 노력과 정성이 퇴색될 수 있다는 점을 고려해야 한다.”

“신청한 회원들에게 봉사할 수 있는 기회를 부여해야 한다.”

“실용적인 대안이 필요하다. 사람들의 방문과 오고가는 행사 속에서 직거래도 이뤄지고 신규 마을 조성도 이루어진다. 공무원이 앞장서서 마을주민들을 농촌 재능기부 운동에 참여시키기 위한 교육과 토론이 필요하다.”

“전문적인 지식이나 재능을 가진 사람들을 참여시키는 방안이 필요하며 실질적인 홍보가 필요하고 농촌 지역 행정관서의 더욱 적극적인 참여 및 관심이 필요하다.”

“온 국민의 관심과 농촌체험을 통한 학교교육, 정부기관과 지역기관의 상호 협동적 행사 지원이 필요하다.”

“재능기부자들의 인력풀 형성을 통한 인력 확보와 적재적소에 배치하는 시스템 구축이 필요하다고 생각한다.”

“홍보가 필요하며, 구체적인 사례를 통하여 재능기부를 할 수 있는 것을 알려야 하며 기부를 받을 사람들의 기부 수신 내용을 파악하여야 한다.”

“유기적인 이해관계로 직접적인 유대관계 형성이 필요하다.”

“인력을 통한 재능기부도 좋으나, 노후화된 농촌주택을 수리할 업무를 내지 못하는 농촌 집수리는 많은 비용의 재료비가 들어간다. 이에 대한 대책을 보완해야 한다.”

“기업체 또는 독지가의 금전적 기부를 독려하는 방안을 모색해야 한다.”

“자발적인 참여를 유도해야 한다. 스마일 재능뱅크가 아니더라도 평소에 농어촌뿐만 아니라 주변에 재능기부의 자원봉사를 하는 경우가 허다한데, 스마일 재능뱅크라는 것을 만들어 정부와 기관에서 국가 예산만 낭비하는 경우가 있다.”

“재능기부가 자선이 아닌 도농상생이 되기 위해서는 수익 모델로 발전시킬 수 있는 프로그램이 필요하다. 관광 자원 개발이나 특산물 상품화, 그리고 이를 뒷받침할 만한 마케팅 및 해외 시장 개척이 가능하다면 시간이 남는 사람들만의 기부가 아닌 전문 재능을 기부하는 사례가 더 많아질 것이다.”

“재능기부를 희망했을 때 자동으로 문자 메시지가 보내지는 시스템 구축이 필요하다.”

“재능기부를 하고 싶어도 특별한 재능이 없어서 못하는 경우가 많다. 기부를 목적으로 재능을 키워주는 프로그램이 있어야 한다.”

“재능기부 요청자와 기부자 양측의 연결이 잘 이루어져야 효율적으로 재능기부가 이루어질 것이다.”

“재능기부를 하기엔 너무 전문적인 기술이 필요해서 선뜻 참여하기가 어렵다.(농업컨설팅 등)”

“재능기부를 하는 사람과 기부를 받는 사람의 서로 상호 간의 인식 개선이 반드시 필요하다. 재능기부는 나눔을 실천하는 것인데 수혜자의 입장에서 무조건 달라는 식의 태도는 상당히 기분나쁜 일이다.”

“재능기부를 하려고 등록한 사람들에게 적절한 장소의 안내가 필요하다. 개인적으로는 재능기부 활동을 하고 있는 상태이지만 재능기부 운동 단체를 통하면 더욱 도움을 줄 수 있는 곳에 기부활동을 할 수 있을 것이다.”

“재능기부 요청마을의 요청 내용이 어렵다. 좀 더 쉽게 접근할 수 있는 방법을 알고 싶다.”

“재능기부자들을 적극적으로 활용하여 시너지 효과를 창출하는 것이 바람직하나 현재는 기부자와의 연계가 원활치 않은 것으로 판단된다. 즉, 기부자와 농촌 간의 연결 프로그램이 많이 개발되어야 한다.”

“재능기부자에 대해 정보를 정확하게 파악한 후, 기부 요청자와의 연결이 되도록 적극적인 노력과 진행 관리가 필요하다.”

“재능기부 활동 홈페이지가 이용하기에 너무 어렵게 되어 있어 등록 여부에 대한 확인조차 할 수 없다. 홈페이지 활용이 쉽게 이루어져야 한다.”

“재능기부자의 가입을 편리하게 해 주고 정보 확인을 간소화해야 한다.”

“다양한 재능기부가 되도록 공직자들이 먼저 솔선수범을 보여 주어야 한다.”

“재능을 기부할 수 있는 각 지역에 인력뱅크를 운영하여 문자 메시지를 통해 재능기부에 대한 정보를 알려줘야 한다.”

“재능의 적용 범위와 기준을 강화하는 대신 인센티브 부여로 성취동기 유발이 필요하다. 재능의 범주가 아닌 봉사 또는 참여의 기회로서 활용하여야 한다.”

“재능이 없더라도 농촌에 일손이 부족할 때 도와주는 것도 기부라고 생각한다. 많이 돕고 싶다.”

“재능이 없더라도 힘을 이용해서 기부할 수 있는 활동이 많아야 한다.”

“재능기부 활동 신청을 했고 체험마을에서 사무장으로 근무할 때 재능기부를 받기 위해 노력했지만 매칭이 어려웠다.”

“적극적인 홍보 및 대기업과의 협업, 학생들에게는 봉사활동 포인트, 일반인들에게는 봉사라기보다는 즐길 수 있다는 것을 부각하여 하나의 동호회로 묶을 수 있도록 해야 한다.”

“적극적인 홍보와 참여한 일자에 대한 포인트제로 단체(회사)나 개인에게 일정 부분 혜택이 있어야 한다.”

“적성과 재능에 맞는 재능기부자와 활동 기관(지역) 발굴과 매칭이 필요하다.”

“전문가들에게 체계적인 재능기부가 가능하도록 선진국 같은 기본적인 지원체계가 필요하다.”

“전문가들이 모여 순수하게 재능기부하려는 평생학습 동아리를 재능기부할 수 있는 자격으로 만들어야 한다. 현재는 법인 또는 공공기관에 신고된 것, 협동조합, 대학생동아리 등으로 제한함으로써 활동을 못하고 있다. 규제의 완화가 필요하다.”

“전시회 및 사람들의 왕래가 많은 곳에서 홍보를 하고 가족이 농촌체험을 할 때 부가적인 혜택을 만들어야 한다.”

“정부기관의 적극적인 지원과 관심이 필요하고 현실 적용 가능한 시스템 구축이 필요하다.”

“정부의 정책의지 및 지속기반 구축을 위한 범국민 운동화하려는 노력이 필요하다.”

“종교단체 및 비영리단체 등에서 집단적으로 참여하려는 움직임이 필요하고, 개인적으로 참여하려는 움직임도 이끌어내는 스마트폰상에서의 노력과



사람들이 스스로 찾아오게 만드는 뭔가가 필요하다.”

“주관 부서의 주도적인 연결이 필요하다. 어떤 단체나 농민이 원할 경우 부담을 느낄 수 있다.”

“중간 역할의 더욱 확실한 무언가가 있어야 하며, 재능기부자에게 최소한의 지원금이 있다면 더 적극적으로 활동에 많이 나설 것 같다.”

“지역사회에서 재능기부에 대한 인식 제고가 필요하고 기부자는 준비와 이동 등의 시간적, 금전적인 사전 준비가 필요하다.”

“지역 주민들의 열린 마음과 도시민의 열정이 합해지면 좋은 시너지 효과를 창출할 수 있을 것이다. 특히 폭력 성향이 강한 청소년들을 위한 농촌에서 일과 땀의 소중함을 일깨울 수 있는 체험 프로그램이 개발되어야 한다.”

“참여 단체 및 기관들 간의 사례 공유를 할 수 있는 온라인 공간에서의 활성화가 필요하다.”

“참여 조건에 상관없이도 참여하기 쉬워져야 한다.”

“현장 경험이 중요함에도 불구하고 이론에 치우치는 경향과 현실적인 면보다는 기관의 실적 위주의 정책으로 인한 거품을 배제시켜 실질적 농가 소득증대로 연결되는 사업이 필요하다.”

“재능기부에 맞는 적절한 일자리의 창출이 필요하다.

“활동 내용을 구체적으로 알 수 있는 이메일 또는 우편물 안내가 필요하다.”

“활동에 참여할 수 있는 구체적인 방법과 쉽게 접할 수 있는 기회가 주어  
져야 한다.”

“활동이 지속적으로 가능한 단체에 대해서는 지속적인 지원이 이루어져야  
한다. 지원을 받은 경험 유무에 따라 공모사업 선정에 영향을 받는 조건이  
완화되어야 한다.”

“활동 증명서의 확실한 보장이 필요하다.”

## 부록 9

### 스마일 재능뱅크 운영의 발전 방향(요청자)

“더 많은 홍보와 더 많은 재능기부자가 동참하고 의뢰하여 농촌에 현실적인 도움이 되도록 노력해야 한다.”

“개별적인 상담과 구체적인 컨설팅이 실행으로 옮겨져야 한다.”

“농어촌공사의 적극적 참여와 농촌의 주역인 전업농을 참여토록 홍보 안내가 중요하다고 생각한다.”

“수도권에서는 모든 게 연계가 잘되겠지만, 읍 단위, 면 단위에서는 쉽게 접할 수 없는 게 아쉽다. 요청마을의 연락망과 재능기부자가 바로바로 연결되었으면 좋겠다.”

“행정기관이나 봉사단체 등을 통해서 먼저 마을별 실태를 파악하고 실제로 필요한 부분의 선후완급을 가려서 추진하고 많은 재능을 가진 자의 폭넓은 참여와 활동을 기대한다.”

“폭 넓은 이해관계를 희망한다.”

“외형적인 성장보다 질적인 성장에 맞는 재능기부 활동이 조성되어야 한다.”

“실적 위주가 아닌 지속가능하게 끝까지 지원할 수 있는 프로그램을 개발해야 하고, 사전 실사와 사전 문제 파악을 철저히 하여 지속가능하게 도와줘야 한다. 자금이 많이 들겠지만 꼭 필요한 사업은 기업체나 재능기부단체의 1:1 지원 시스템의 마련이 필요하다.”

“주기적 순회로 점검하는 것(활용도 높임)이 필요하다.”

“재능기부와 동반되는 예산이 없어 못하는 경우가 많은데 기업이 적극적으로 참여하여 재정 부문 해결 및 관련 물품 지원을 해 주는 것이 필요하다.”

“재능기부자가 많아 시간에 구애받지 않고 도움을 받고 싶다. 형식적인 것 같고 종류가 다양하지 않다. 재능기부자가 부족하여 주변에서는 도움 받은 사람이 별로 없다. 관공서에 있는 사람에게 정보를 받은 사람만 특혜 받는다는 느낌이 없도록 마을마다 골고루 주는 혜택이 필요하다.”

“각 마을의 여건을 정확하게 파악하고 이론이 아닌 실제적인 활동이 우선 되는 방향으로 바뀌어야 한다.”

“재능기부 희망자에 대한 분석과 정확한 정보 파악이 우선되어야 한다. 경력 쌓기 위주의 희망자가 대부분이다. 그리고 연결도 좀 더 적극적이어야 할 필요가 있다.”

“도움 신청이 있을 경우 사업 이행을 해줄 것인가에 대한 통보를 속히 해주어야 한다.”

“지자체와의 협력이 필요하다.”

“전문성을 가진 기부자 요청을 희망한다.”

“재능기부 활동 우수사례들의 적극적인 홍보를 해야 한다.”

“더 많은 안내 책자와 행정기관의 홍보가 우선되어야 한다.”

“기업과의 연계가 재능기부 활동과 기업체에도 시너지가 될 수 있는 방안을 찾아야 한다.”

“재능기부도 매우 좋지만 기업인들도 참여하여 어려운 농촌에 재능과 예산이 함께 투입되어야 한다.”

“마을 이장들이 재능기부를 받고 움직이게 할 수 있는 시스템이 필요하다. 마을 이장들에게 적극적 홍보가 필요하다.”

“저희 마을은 농촌 재능기부 활동에 참여하지 못했으며, 앞으로 재능기부자가 있다면 적극 참여할 것이다. 처음 시작할 때는 TV, 라디오 가끔 광고가 나왔으나 요즘은 있는지도 모르겠다. 앞으로 활성화가 되었으면 좋겠다.”

“홍보가 부족하다. 적극적인 홍보가 필요하다.”

“지자체의 관심과 지속적인 모니터링을 통해 성공사례를 발굴하여 이웃마을 등으로 확산시켜 동기 유발을 일으켜야 한다.”

“재능기부자와 요청자의 중간 조정 기능 활성화가 필요하다고 생각한다.”

“재능기부 요청한 마을의 요구사항(욕구)을 파악해야 한다.”

“모든 마을을 사전 답사하여 정부에서 재능기부 활동에 대하여 설명하고 마을에서는 어떤 재능기부 운동을 원하는지 사전 조사가 필요하다. 이러한 사전 조사가 마을에서 원하는 재능기부 운동에 크게 기여하리라 생각한다.”

“소의 지역(강원, 충청권 오지마을)의 경우 인재풀을 이용하여 다방면의 전문가들이 참여하여 유기적 조직적 도움이 되도록 지원단을 구성하여야 한다.”

“고령화된 농촌에 일손이 부족하여 기계화가 절실히 요구되며, 농기계 보급을 통하여 노동력을 절감하고 농촌 생산성을 증대시키고 농민들의 건강에 기여할 수 있고, 농민들에게 희망을 제공할 수 있다.”

“재능기부 등록 인원 수에 집착하지 말고 실질적으로 마을에 도움이 되는 예산과 인력 지원을 연계하는 전담 부서가 필요하다.”

## 참고 문헌

- 김영옥·권혜수. 2011. “자원봉사활동이 사회적 자본 형성에 미치는 영향”, 『한국거버넌스학회보』 18(2): 103-129. 한국거버넌스학회.
- 김재현·장주연·이효정. 2011. “농촌지역 활성화를 위한 기업의 지역사회투자활동과 중간지원조직의 역할: 농촌사랑국민운동본부의 1사1촌 운동을 사례로”, 『한국경제지리학회지』 14(2): 211-224.
- 농림축산식품부 농촌정책과. 2013. 『농촌 재능기부 이해』. 미간행 자료.
- 대한민국 정부. 2013. 『자원봉사활동 진흥을 위한 제2차 국가기본계획(2013~2017)』.
- 류기형. 2009. 『자원봉사론』. 양서원.
- 박세경. 2010. “자원봉사 활성화를 위한 나눔문화의 확산”, 『나눔문화 확산을 위한 정책과제』 정책토론회 자료집. 한국조세연구원·한국법제연구원·한국보건사회연구원.
- 박소현·김지애. 2011. 『문화예술분야 재능기부 활성화 방안 연구』. 한국문화관광연구원.
- 박태영·김숙경·오주·이경은·장덕희. 2008. 『자원봉사론』. 공동체.
- 배기효·김한양·김현수·남연희·도기봉·오현숙·이미영·전영록·조당호. 2007. 『자원봉사론』. 공동체.
- 배기효·장경은·이태임. 2012. “재능나눔 자원봉사활동의 활성화 방안”, 『복지행정논총』 22(2): 1-32.
- 아름다운재단. 2014. 『투명해서 더 아름다운: 아름다운재단 나눔가계부』. 아름다운재단.
- 오현석. 1997. “프랑스 지역개발정책의 변천과 농촌 개발정책의 제유형”, 『한국농촌지도학회지』 4(2): 431-442. 한국농촌지도학회.
- 이규천·성주인·김정섭·채종현. 2012. 『일사일촌 농촌사랑 운동의 추진 실태와 발전전략』. C2012-1. 한국농촌경제연구원.
- 이성우·김정섭. 1998. “지방자치단체들의 자원봉사제도 활용방안에 관한 연구: 미국의 사례를 중심으로”, 『한국농촌지도학회지』 5(2): 165-175. 한국농촌지도학회.
- 이용규·송용찬. 2011. 『국내·외 기부문화 고찰에 관한 연구』. 특임장관실.

- 이재열. 2006. “지역사회 공동체와 사회적 자본”, 『한국사회학회 심포지움 논문집』, 한국사회학회.
- 주성수·김현옥·이금룡·정희선·송정안·천희·이란희. 2012. 『자원봉사활동 진흥을 위한 제2차 국가기본계획(2013~2017) 최종 연구보고서』, 행정안전부.
- 중앙일보 조사연구팀. 2013. 『‘농촌재능나눔’ 일반인 2차 조사 보고서』, 농림수산물 품교육문화정보원.
- 최영훈·정진경·김지훈. 2013. 『재능나눔 고도화 전략에 관한 연구』, 한국자원봉사협의회.
- 최일섭·고기숙·구자행·이창호·정진경. 2007. 『자원봉사활동 진흥을 위한 국가기본 계획 수립 연구용역(‘08~’12)』, 한국자원봉사협의회.
- 한국자원봉사협의회. 2013. 『2013 재능을 나눴시다 사업보고』.
- American Psychological Association. 2012. “Civic Engagement”. Retrieved 24 Aug 2012([www.apa.org](http://www.apa.org)).
- Australian Bureau of Statistics. 2002. “Social Capital and Social Working”, OECD Discussion Paper. OECD.
- Grant, P., 2010. *Business Class: An Evaluation*. Cass Business School.
- Nabarro, R., Davies, R., Cobbold, C., and Galley, N. 1986. *Local Enterprise and the unemployed*. Calouste Gulbenkian Foundation.
- 스마일 재능뱅크 홈페이지([www.smilebank.kr](http://www.smilebank.kr)).
- 위키백과 홈페이지(<http://ko.wikipedia.org>).
- 아름다운재단 홈페이지([www.beautifulfund.org](http://www.beautifulfund.org)).
- American Psychological Association 홈페이지([www.apa.org](http://www.apa.org)).
- Business in the Community 홈페이지([www.bitic.org.uk](http://www.bitic.org.uk))
- Corporation for National and Community Service 홈페이지([www.nationalservice.gov](http://www.nationalservice.gov))



## 농촌 재능기부 성과 분석 및 향후 발전 방안

---

인 쇄 2014. 6.

발 행 2014. 6.

발행처 한국농어촌공사

431-703 경기도 의왕시 안양관교로 98

전화 031-420-3114 <http://www.ekr.or.kr>

인쇄처 크리커뮤니케이션

전화 02-2273-1775 [cree1775@hanmail.net](mailto:cree1775@hanmail.net)

---

- 이 보고서는 한국마사회 특별적립금을 후원받아 제작되었습니다.
- 이 보고서에 실린 내용은 출처를 명시하면 자유롭게 인용할 수 있습니다. 무단 전재하거나 복사하면 법에 저촉됩니다.