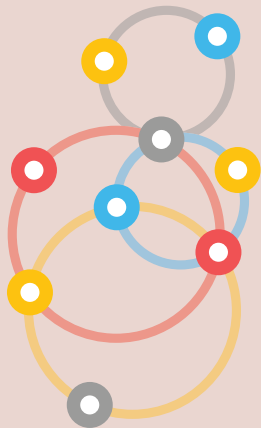


allenge.

꼭 필요한
사회서비스를 위해
우리가 있어요

- (주)가온
- 천안돌봄사회서비스센터
- (주)보듬



www.gaon365.co.kr

가온

“저와 아이에게 따뜻하게 해주셔서 감사해요.”
“저를 친정 엄마처럼 보살펴 주셨습니다.”
“가족 같은 분이시고 마음 따뜻하고 정이 많으셔서 기간이 끝났을 때는 너무 서운하더라고요.”
- 청주 가온의 산후도우미 서비스 이용자 후기 중 -

지역사회와 함께 성장하는 3.0 프로젝트

‘세상에 따뜻함을 더하다’는 의미를 가진 순 우리말 가온. 청주에 위치한 가온은 가사, 산후, 보육, 장기요양, 간병 등의 돌봄서비스를 제공하는 곳이다.

이들은 2001년 충북실업극복협의회 부설 가사도우미 사업단으로 출발했다. 비영리법인으로 운영되던 중 2008년 사회서비스센터 법인을 설립하고 같은 해 사회적기업으로 인증 받았다.

현재 내근직으로는 12명 가량의 인원이 있지만, 현장에 파견되는 인원까지 포함하면 가온을 통해 일을 하는 사람은 350여명 가량 된다.

가온은 십수년간 청주지역을 토대로 사업을 해오면서 돌봄서비스 제공 업계에서는 선두적인 위치를 선점했다. 이들은 거기에 그치지 않고 시장에서 그들이 가진 노하우와 경험을 바탕으로 사회적경제 조직들이 같이 갈 수 있는 방법을 고민하고 있었다.



지역사회와 함께 성장하고 싶어요

가온은 혼자만 잘 사는 것보다 자신들의 경험과 노하우를 다 같이 나눠 지역사회에 되돌려줘야 한다는 목표를 세우고 그 실현방향을 고민하고 있다.



“

우리가 다양한 방향으로 나갈 수 있게 전문적인 도움을 받고 싶어요

”

그런 생각을 바탕으로 계획하게 된 것이 가온 3.0 프로젝트. 동그라미재단 로컬챌린지프로젝트(이하 LCP) 참여 계기도 3.0의 일환이었다.

가온 이경제 부장은 “비영리단체에서 사회적기업으로의 모양을 갖추게 된 것이 우리 프로젝트 1.0이라면, 프로젝트 2.0은 안정화된 기업의 형태를 갖추는 것이었다. 이 과정을 거친 우리는 혼자만 잘 사는 것이 아닌 우리의 경험과 노하우를 다 같이 나눠 지역사회에 되돌려줘야 한다는 3.0의 목표를 세우게 됐다”고 말했다.

가족의 마음으로 서비스를 제공하다

이들의 사업 분야는 크게 가사관리, 산후관리, 보육, 장기요양 등으로 나뉜다. 이중에서도 가온의 주 고객은 가사 관리 이용객이다. 과거에는 흔히 일컫는 중산층 이상의 부유층이 이용하는 서비스였지만 최근에는 핵가족화, 젊은 부부의 맞벌이 구조가 증가하면서 돌봄서비스 수요가 늘어났다. 2000년 후반부터 돌봄서비스 시장이 폭발적으로 증가한 것도 가온의 성장을 도운 이유이기도 하다. 전문교육을 이수한 30~50대의 전문 가사 관리사가 서비스를 제공하는데 ‘가족 같은’ 서비스를 제공하는 것을 목표로 이용자들의 호응이 높다.

김동현 멘토는 이들의 지속성장을 위한 방안으로 기존의 잘 다

져진 사업 외 신규 사업 발굴이 필요하다고 판단했다. 고부가가치 서비스 영역으로의 진출을 통한 신규 사업 전개 방안 수립이 필요했다. 이들은 다른 업체들의 선순환적 파급을 위해 소셜 프랜차이즈를 고민했다. 하지만 당장 시행하기에는 어려움이 있었다. 초기에 막대한 자본금이 들어가야 했고, 이 자본금을 회수하는 방안 마련도 필요했다.

김 멘토는 “기존 사업의 전국 프랜차이즈화에 대한 타당성을 함께 고민해 본 결과, 프랜차이즈 본부가 창출하는 부가가치 측면 및 조직 관리 단위의 적절한 규모 측면에서 부정적인 것으로 판단됐다”고 말했다.

이경제 부장은 “전국 프랜차이즈화에 대한 기획을 LCP를 통해서 해보려고 했으나 결과적으로는 잠시 보류하는 것으로 결론을 내렸다”고 말했다.

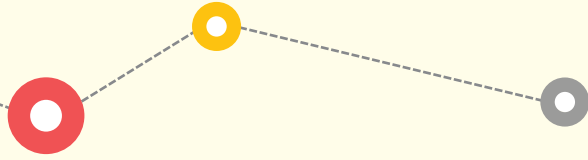
한편 청주는 돌봄 사회조직들이 활발하게 활동하는 지역이다 보니 파생되는 사업 분야가 생겼다. 이들이 십수년간 돌봄서비스를 해오면서 축적된 노하우와 경험을 다른 기관에 교육하거나 컨설팅하는 분야다.

이경제 부장은 “돌봄 분야의 사회적 경제 조직들, 후발 사회적 기업가들을 대상으로 우리가 도움을 드릴 수 있는 부분에 있어 이야기를 아끼지 않을 생각이다. 지역사회에서 어려움 겪는 이들에게 자문해주거나 도움을 줄 수 있는 분야가 될 것”이라고 설명했다.

경영진단 결과	전략과제 도출	과제별 실행내용
<ul style="list-style-type: none">- 성장 목표에 대한 내부적 공유가 명확, 임직원의 우수한 역량- 매출 규모가 안정적, 지속적인 성장 실현 중- 지속성장을 위한 신규사업 발굴필요가 있음- 수요초과 현상을 보이고 있어 내부 고객 관리가 필수적	<ul style="list-style-type: none">- 성장의 방향 결정- 신규 경쟁사의 진입에 대한 대응- 고급 가사 도우미 서비스 시장 진출 방안 모색	<ul style="list-style-type: none">- 전국 프랜차이즈화 검토- 유희 중고물품 중개사업 및 컨설팅사업 등 고부가가치영역 진출 검토- 신규 경쟁 회사의 진입 가능성과 대응 방향에 대한 시나리오 논의- 대표 및 핵심 경영진의 커리어 계획 논의

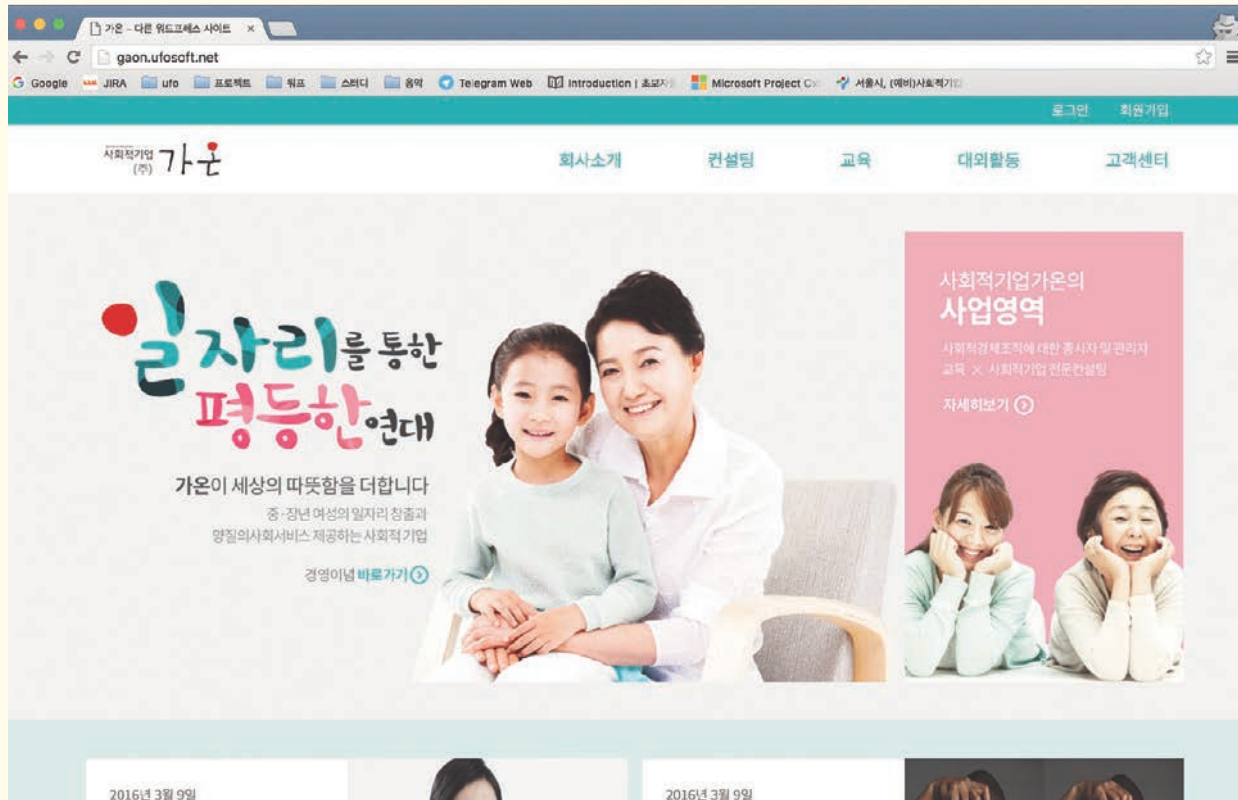


김동현 멘토와 가온은 돌봄서비스 전국 프랜차이즈화에 대해 잠시 보류하고 성과가 부실한 동종회사를 인수해 내실을 다지는 것도 좋은 방법이라고 의견을 모았다.



GAON

새 기업 C와 리플릿(아래)



“

고부가가치 사업으로의 확장
서울 등 서비스지역 확대
논의중

우리 경험 나눠
지역사회와의 동반성장하게
힘쓸 것

”

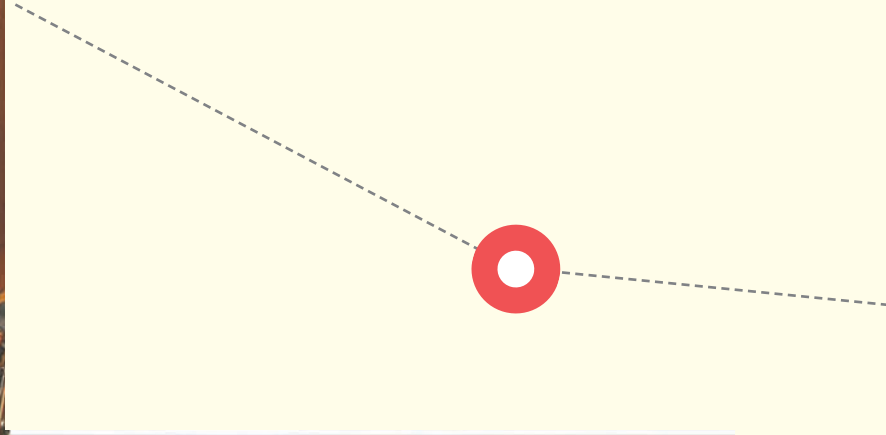
이들이 가지고 있는 기존 사업들을 고부가가치 사업으로 진입시키거나 시장으로 들어가게 하는 사안에 대한 논의도 진행됐다. 김 멘토는 기존 고객 기반을 활용한 유희 중고 물품 중개 사업과 CS 관련 교육 및 컨설팅 사업 등에 대해서도 조언했다. 가온의 우수한 경영 역량을 바탕으로 성과가 부진한 동종 회사를 인수해 내실을 다지는 방안도 생각해볼 필요가 있었다. 지속가능한 기업의 성장 방향은 물론이거니와 신규 경쟁사 진입에 대한 대응도 철저히 해야 하는 부분 중 하나였다. 이들은 신규 경쟁 회사의 진입 가능성 및 영향에 대한 시나리오 논의를 진행했다. 서비스의 표준화 가능성, 차별적 가치 창출 가능성 등이 있었고, 이에 대응할 수 있는 방안으로는 대기업 사업자에 대한 위탁업 운영이라든지 고부가 가치 서비스를 전개하는 방법이 있었다. 가온은 “그동안 고부가 가치 사업으로의 확장, 서울 지역으로의 진입·진출 등 고민할 부분이 많았다. 지금 그 고민을



시작한 단계”라고 설명했다.

따뜻한 사회를 만들기 위해 앞장서다

사람의 온기로 가득 찬 따뜻한 사회를 꿈꾸는 사회적기업 가온. 앞으로의 방향성에 대해서는 많은 고민 중이지만 여전히 지역사회와 함께 성장하겠다는 마음만큼은 확고하다. 이들은 “앞으로 어느 사업 분야에 힘을 쏟아야할 지는 계속해서 고민 중이다. 새로운 비전을 가지고 어떻게 커질 것인지에 대한 그림을 그리고 있다”며 “혼자만 잘 먹고 잘 사는 것이 아닌 업종, 지역이 함께 할 수 있는 사업을 고민하고 해나갈 것”이라고 말했다.



www.ecare.or.kr

천안돌봄사회서비스센터

천안의 한 건물 2층이 왁자지껄 시끄럽다. 밥 짓는 수업을 하던 중 한 학생이 실수로 냄비를 타 태운 것. 학생은 당황해서 어쩔 줄 몰라 했지만 교사는 침착하게 토닥이며 다시 밥 하는 법을 천천히 설명해 주기 시작했다. 벽면에 붙어 있는 수업시간표에는 장보기, 식사준비, 캔들 만들기, 프라모델 조립하기 등 다른 학교에선 찾아 볼 수 없는 수업프로그램이 짜여 있었다. 바로 천안 장애인평생학교 '두런두런(Do run, Do run)'의 수업풍경이다.

인간의 존엄성을 보살피는 손길의 모임

두런두런은 성인발달장애인을 대상으로 한 자립형 교육시설이다. 학교에선 만 18세이상 성인 발달장애인을 대상으로 '스스로 식사하기'부터 문해교육, 공예교육, 예술교육, 체육교육, 원예교실, 자립생활훈련과 문화체험활동, 동료상담을 통한 자기주장훈련 등을 교육한다.

지역 내 유일한 장애인 평생교육시설을 맡아 운영하는 천안돌봄사회서비스센터는 돌봄이 필요한 취약계층에게 종합서비스를 제공하는 사회적기업이다.

천안돌봄사회서비스센터 정경록 대표는 "핵가족화, 고령화 등의 사회문제로 인해 돌봄의 역할이 가정에서 사회로, 사적인 영역에서 공적인 영역으로 변화함에 따라 이를 뒷받침할 단체의 필



천안돌봄사회서비스센터는 천안의 유일한 장애인 평생교육시설을 맡아 취약계층에게 종합서비스를 제공하는 사회적기업이다.

“

기존사업은 체계적으로 관리하고 고급 가사도우미 서비스 성공방안 마련하고 싶어요

”



성인중증장애인들이 지난 3월 개소한 장애인평생학교 두런두런의 내부를 꾸미고 있다.

요성을 절감하고 2009년 초 설립됐다”고 소개했다. 현재는 방문 간호서비스 뿐 아니라 산모도우미, 노인돌봄, 병원간병, 저소득층 지원사업 등 다양한 형태로 사회 각 계층에 서비스를 제공하고 있다. 총 300명의 도우미가 일하고 있으며 500여명의 돌봄이 필요한 사람들이 돌봄센터를 통해 서비스를 받고 있다.

사회복지서비스 기관의 한계를 뛰어넘어

천안돌봄센터는 정부정책의 위탁운영이 주된 사업이므로 성장 가능성과 수익성은 낮으나 사업이 안정적으로 운영될 수 있다는 장점이 있다. 바우처 사업으로 월 3억여원의 적지 않은 매출도 기록하고 있다. 하지만 매출액의 대부분이 300여명의 도우미 인건비로 지출되며 이익률은 고작 3%에 머물고 있는 실정이다. 이에 제대로 된 조직진단을 통한 수익구조 개선 등을 기대하며 동그라미재단 로컬챌린지프로젝트(이하 LCP)의 문을 두드리게 됐다.

김동헌 멘토는 경영현황 진단을 통해 기업의 비전이 좀 더 정교화 될 필요가 있다고 봤다. 또 대표자의 이슈 정의나 의사결정에 적용되는 기준에 일부 혼란한 면도 보였다. 사회공헌과 봉사를 핵심으로 하는 사회복지와 이윤추구를 기본 이념으로 하는 기업과의 줄타기에서 확실한 기준이 필요했다.

먼저, 김동헌 멘토는 간부 직원들을 대상으로 비즈니스 시스템으로서의 기업 운영에 대한 교육을 진행했다. ‘채용→훈련→작업→평가’ 등 일련의 업무과정을 놓고 체계적인지, 효율적인지 고민해 보도록 했다.

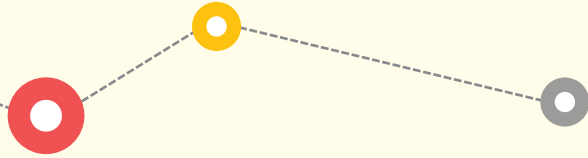
수차례의 교육과 자체 회의를 통해 이용자, 활동보조원, 지자체, 사무실의 업무흐름을 재정립 했다. 사무실의 경우 기본업무(상담, 주민연계, 모니터링, 정산, 보고서 작성)를 나누고, 업무별 만



천안돌봄사회서비스센터는 2009년 문을 연 이래 방문 간호서비스 뿐 아니라 산모도우미, 노인돌봄, 병원간병, 저소득층 지원사업 등 다양한 형태로 사회 각 계층에 서비스를 제공하고 있다.



장애인평생학교 두런두런 개소식



경영진단 결과	전략과제 도출	과제별 실행내용
<ul style="list-style-type: none"> - 성장 목표에 대한 내부적 공유가 명확, 임직원의 우수한 역량 - 매출 규모가 안정적, 지속적인 성장 실현 중 - 지속성장을 위한 신규사업 발굴필요가 있음 - 수요초과 현상을 보이고 있어 내부 고객 관리가 필수적 	<ul style="list-style-type: none"> - 성장의 방향 결정 - 신규 경쟁사의 진입에 대한 대응 - 고급 가사 도우미 서비스 시장 진출 방안 모색 	<ul style="list-style-type: none"> - 전국 프랜차이즈화 검토 - 유희 중고물품 중개사업 및 컨설팅사업 등 고부가가치영역 진출 검토 - 신규 경쟁 회사의 진입 가능성과 대응 방향에 대한 시나리오 논의 - 대표 및 핵심 경영진의 커리어 계획 논의

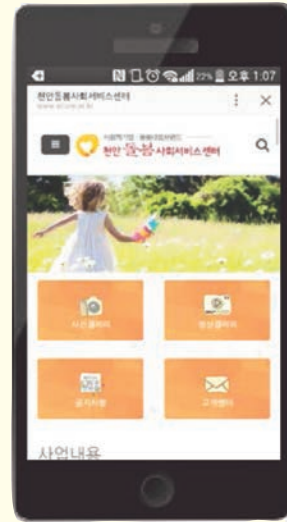


족도 조사와 불만처리 교육을 포함시키도록 했다. 이 과정에서 직원 성과 평가와 권고사직 처리에 관해 “가치 중심이 아닌 성과 중심으로 진행하라”고 조언하기도 했다. 원가계산(배부) 기준에 대해선 “활동 기준 원가 계산을 위해 주문·계약 등의 건수를 기준으로 관리 간접비를 배부하라”고 조언했다.

이밖에 센터 리플릿과 홈페이지, 블로그를 새롭게 바꿨다. 장애인, 노인, 중증환자, 산모까지 다양한 연령과 계층이 이용하는 특성을 반영해 ‘원하는 정보를 빠르고 쉽게’ 얻어 갈 수 있도록 이용자 편의성에 중점을 맞췄다. 8개 핵심 사업별로 카테고리 나눠 메인화면에 띄웠다. 각 사업별로 만화·삽화를 만들어 좀 더 친숙하게 알아볼 수 있도록 했다.

크라우드펀딩, 성인중증발달장애인의 평생교육과 자립을 위한 터전 마련

천안돌봄센터는 신규사업으로 성인 발달장애인에 대해 주목했다. 천안에는 성인발달장애인 주간보호시설이 2개뿐으로, 수용 가능한 인원은 30명 정도다. 결국 100명이 넘는 발달장애인을 보호하고, 자립교육을 시키기 위해선 턱없이 부족한 실정이다.



홈페이지 리뉴얼

정경록 대표는 “발달장애인은 성인이 되면 교육기관에서 나와 하루 종일 집에서만 있는 경우가 많다”며 “가족들이 힘들어하기도 하고, 결국 가정이 해체되는 경우도 발생하고 있어 이들을 보호·교육할 시설이 시급했다”고 밝혔다.

김동헌 멘토는 시설자금 마련 등을 위한 크라우드 펀딩을 추천했다. ‘장애인평생학교 교구마련 프로젝트’ 웹사이트를 기획하고, 센터를 소개하는 사진과 그간의 활동사항 등을 상세하게 적었다. 그 결과 295명의 투자자를 유치해 목표액 500만원을 훨씬 뛰어넘는 1,300만원을 모금했다.

센터는 1년 여간의 준비작업을 거쳐 지난 3월 천안 장애인평생학교 ‘두런두런(Do run, Do run)’ 개소식을 열었다. 287㎡(87평)의 아담한 공간에는 3개의 교육장과 부엌, 사무실 등을 갖췄다.

또 발달장애인 전통문화예술단 ‘얼쑤’의 공연 연습을 위해 방음 처리까지 마쳤다.

펀딩 기부자 중 10만원 이상 기부자는 나무에 한 자 한 자 이름을 새겨 교육공간 제일 잘 보이는 곳에 걸어 두기도 했다. 정경록 대표는 “천안에 장애인 평생학교가 한 곳도 없다는 것에 가슴 아파 한 분들이 많은 후원을 해주셨다”며 “후원에 누가 되지 않도록 열심히 하겠다”고 말했다.

“요람에서 무덤까지” 지역내 종합돌봄 시스템 제공을 꿈꾸다

천안돌봄서비스센터는 전문적인 서비스 제공을 위해 지역의 인력을 교육·양성하는 데도 앞장서고 있다. 또 사회공헌서비스의



홍보용 리플릿

“
 클라우드펀딩으로
 1,300만원 모금
 을 3월 장애인평생학교
 두런두런 개소
 평생 종합돌봄 시스템 갖추려
 노력중
 ”

일환으로 천안시민영화관, 효도사진촬영사업, 전문상담서비스 등을 제공하며 보다 더불어 사는 아름다운 지역사회를 만들기 위해 노력하고 있다.

센터의 최종적인 꿈은 현재 주요 사업인 재가서비스를 뿐 아니라 주간보호시설, 요양시설 등을 설립해 종합적인 돌봄 시스템을 제공하는 것이다.

정경록 대표는 “고향은 서울이지만 천안이 참 좋다. 지역에서 일하고, 나중에 은퇴해선 나도 제대로 된 돌봄서비스를 받고 싶다는 희망이 있다”며 “이를 위해선 모든 돌봄이 필요한 사람들이 어느 한 서비스 뿐 아니라 종합적인 서비스를 받을 수 있는 시설을 갖추고 싶다”는 포부를 밝혔다. 이어 “나의 노후, 이웃의 노후를 더욱 행복하기 위해서는 앞으로 할 일이 더욱 많아질 것 같다”며 웃음 지었다.





www.보듬.com

(주)보듬

(주)보듬은 2013년 12월 청주에 설립된 아동가족통합지원센터이다. 최순복 대표와 언어 치료사 2명으로 시작한 보듬은 2014년 9월 예비 사회적기업으로 인증 받고 현재 재활치료, 심리상담사 등을 보강해 모두 8명의 전문가로 구성되어 있다.

이들의 주 고객은 아동과 노인으로 심리상담과 재활치료를 진행한다. 주로 미술심리상담, 언어재활치료, 감각통합훈련, 사회성 훈련, 학습상담 등의 서비스를 제공한다. 최 대표에 따르면 지역의 경쟁사들은 통합센터로는 30곳, 개별센터로는 60곳 가량. 이중 보듬만 유일하게 사회적기업의 형태다.

모두를 위한 사회 서비스를 꿈꾸다

이들은 스스로의 사업 분야를 일반 고객을 대상으로 하는 사회 서비스라고 설명한다. 즉, 삶의 질 향상을 위해 누구나 받아야 하는 서비스가 이들의 제공 서비스인데, 문제는 정부 지원에 의존해야 하는 바우처 사업 안에 갇혀 있다는 것 이었다.

최순복 대표는 “정부 지원에 의존하지 않고, 일반 고객 확보를 하기 위한 점프업을 하는 마케팅 전략 등에서 도움을 받고자 동그라미재단 로컬챌린지프로젝트(이하 LCP)에 지원하게 됐다”고 설명했다.

이들은 기업의 비전 달성을 위해 타당성이 높은 전략 수립이 되



어 있으나 실행을 위해서는 극복해야 할 난관들이 있었다. 자금 및 시설, 장비 확보, 고객 확보, 인지도 제고, 협업을 위한 전략적 파트너 확보 등이 그것이다.

박용진 멘토는 우선 보듬의 SWOT을 분석했다. 내부의 강점과 약점, 외부환경으로부터의 기회와 위협을 분석해 고객관점을 강화한 사업 모델의 구체화를 시도해야 했다. 이어서 수익 창출을 위한 고객 확보, PR 활성화 등의 과제를 설정했다.

이들은 우선 고객 관점을 강화해 사업 모델을 구체화했다. 왜 보듬의 고객이 되어야 하는지, 보듬의 고객이 되면 어떠한 이익이 있는지, 어떠한 성공사례가 있었는지 등에 대한 공유가 이뤄졌다.

특히 보듬이 추구하는 ‘일반 고객을 대상으로 하는 사회서비스’의 장애물이 되는 심리 치료 등에 대한 심리적 거부감 완화도 하나의 과제였다. 일반적으로 심리 치료는 상담의 문턱이 높다. 인식의 차이지만 ‘내 아이가 문제가 있나’라는 반문이 대표적인 거부감이다. 물론 비용 문제도 무시할 수 없다.

최 대표는 “적절한 발달에 맞게 심리 상담 등이 개입하는 것이 중요하다. 또한 저소득 아이들은 바우처로 상담 등이 무료이다 보니 오히려 소득이 되는 일반 고객의 경우 돈을 내는 것을 아까워하는 인식이 생기기도 한다”고 지적했다.

고객 심리적 거부 완화의 방안으로 보듬의 이미지를 기업의 관점인 ‘치료’가 아닌 힐링, 발전, 성장, 향상 설정하는 것이 필요했다.

박 멘토는 “보듬하면 떠오르는 이미지를 치료가 아닌 재미, 즐거움, 성장, 향상, 발전, 친구, 소통, 화합, 힐링 등이 되도록 해 더 많은 일반인 고객을 확보하는 게 필요했다”고 조언했다.

이 과정에서 보듬은 캐릭터를 제작했다. 느릿한 나무늘보와 예민한 고슴도치를 캐릭터화한 보듬이와 다독이가 그것이다. ‘느려도 괜찮아. 예민해도 괜찮아. 넌 이미 충분하단다’라는 의미로 보듬의 친숙한 이미지를 강조해 현재 차량 등지에 부착해서 사용 중이다. 또한 사업 성격상 사업장의 위치, 면적, 인테리어 등이 중요했기에 센터를 이전했다.

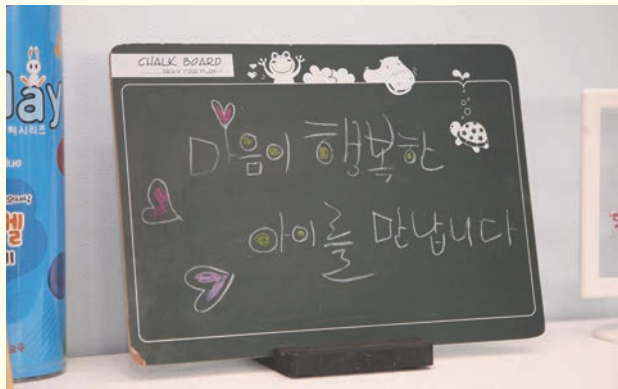
최 대표는 “우리가 제공하는 것은 대인 서비스이기 때문에 아이들이 오면 치료실이 있어야 했다. 또 접근성 등의 고려 사항이 있어 공간 확보에 힘썼다”고 말했다.

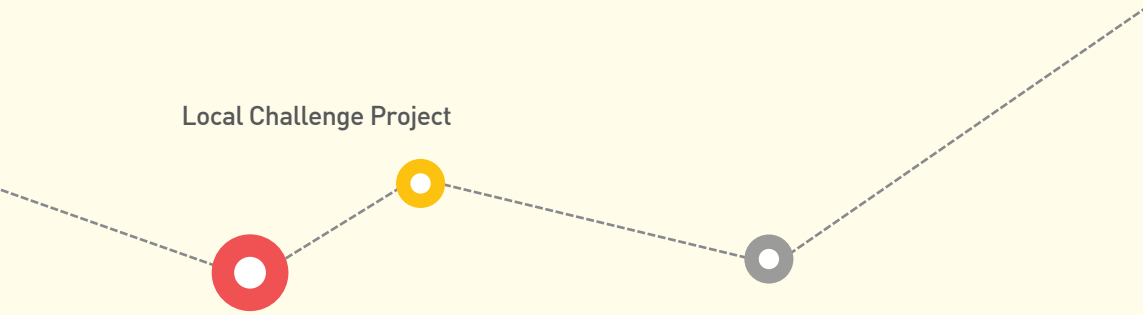
더 많은 고객 확보를 위한 전략

수익창출을 위한 고객 확보도 중요한 문제였다. 이들은 고객의 수를 연말까지 두 배 이상으로 늘리도록 목표를 설정해 지역사회 학교, 공공기관, NGO, 지역신문, 방송 등을 통해 고객 편의를 홍보키로 했다. 지역방송을 통해 서비스를 홍보하고 실시간 문자메시지로 아이 상담을 진행하는 한편 지역신문 등지에 노인 미술심리 및 아동심리와 관련된 홍보를 진행했다. 홍보를 위한 홈페이지도 충남 지자체 지원 하에 구축을 완료했다.

“
바우처 지원 틀 깨고 일반고객 늘려
자생력 있는 성장 이루고 싶어요
”

경영진단 결과	전략과제 도출	과제별 실행내용
<ul style="list-style-type: none">- 지역사회 의 우수한 인적네트워크가 존재, 이를 기반으로 한 다양한 고객친화적 프로그램 존재- 수도권 사업자의 진입 가능성을 고려해 차별성을 확보 시급- 자금 및 시설, 고객확보, 인지도 제고, 협업을 위한 전략적 파트너 등의 문제 해결 필요	<ul style="list-style-type: none">- 고객 관점을 강화한 사업 모델 구체화- 수익창출을 위한 고객 확보- 홈페이지 구축 및 PR 활성화- 고객 확보에 필요한 장비 조달	<ul style="list-style-type: none">- 고객 관점의 긍정적 이미지 전달을 위한 메시지 및 홍보채널 구축- 각종 PR로 고객 편익을 홍보해 정부지원 고객 및 일반 고객확보에 노력- 고객 친화적인 홈페이지 구축 후 PR 강화 (캐릭터 개발 등)- 뉴로 피드백 시스템 구축- 노인층 고객 확보 위한 프로그램 개발





(주)보듬의 새 캐릭터

보듬이

다소 느리지만 절대 게으르지 않은 나무늘보! 나무늘보의 긴 팔로 누구나 보듬어 감싸 안아 주는 따뜻함을 표현함으로써 심리 정서적 어려움이 있거나 발달지연인 아동, 장애인, 노인 모두의 마음을 치유해주는 기업 이미지를 강조한다.

다독이

뾰족한 가시로 쉽게 다가갈 순 없지만 짧은 네 발과 통통한 몸통의 귀여운 고슴도치! 고슴도치는 연구리 털이 가시와 같은 조직 형태로 변화한 몸 구조를 지니고 있는 특징이 있을 뿐 그것이 어려움이 되지는 않는다. 고슴도치처럼 특별함을 가지고 있는 아이들을 포근히 다독여 남들과 다르지만 남들과 똑같은 포용력으로 다독여줌을 표현한다.

“

치료 아닌 성장-힐링으로
고객관점 변화시키려 노력

화투퍼즐 활용한
어르신 대상 홍보물 제작
뉴로피드백 장비 지원받아
프로그램 개발 기획중

”



“보듬으로 오세요”

또한 정부 지원 고객은 물론 일반 고객 확보에 중점 노력을 기울이며 선발 업체 벤치마킹 및 협력 가능성을 검토해 나갔다. 이 과정에서 보듬은 주관기관이었던 NGO센터와의 협약을 통해 무료 상담을 진행하는 한편 축제에 참여하는 등 활발한 활동을 펼쳤다. 그 외 청주 지역의 5만명 가량 엄마들이 활동하는 카페를 통해 심리상담의 문턱을 낮추고 잠재 고객을 발굴하기로 했다. 카페를 통해 열린 무료 상담 이벤트를 펼치는 것도 병행했다. 현재 일반적인 아동발달검사는 정부사업이라 보건소와 같은 수행기관에서 하다 보니 전문가 개입이 이뤄지지 못하고 있다. 보듬은 이러한 문제를 새로운 고객 확보 분야와 연결시켰다. 최 대표는 “구청을 통해 지역 유치원과 협약을 맺어 선별검사를 미리 하는 작업을 하려고 한다. 정부 바우처 제도에 대해 미리 알려줄 수도 있고 일반 아동을 대상으로 확보할 수 있을 거라 생각한다”고 말했다.

보듬은 주로 발달지원아동들을 대상으로 많은 활동을 하지만, 노인 분야도 이들의 지속가능한 고객 대상 중의 하나다. 노인 인지 재활 프로그램으로 화투 퍼즐 등 제작해 각 지역 보건소를

통해 의뢰가 들어온 대한노인회 등에 판매하기 시작했다. 최 대표는 “센터에서도 오전에는 어르신들 상담 프로그램 위주로 진행된다. 화투에 색칠하기, 과자로 얼굴 감정 나타내기, 푸드아트 테라피 등 다양한 치매 예방 프로그램을 한다. 바우처 대상도 있고, 복지관의 강의 요청을 통해 진행되는 경우가 있다”며 “어르신들에게 친숙한 화투를 통한 프로그램 개발을 완료해 현재는 판매 중이다. 앞으로는 화투퍼즐을 활용한 기업체 홍보물 등을 제작할 예정이다”고 말했다.

한편 재단은 고객확보에 필요한 장비 조달에 도움을 줬다. 보듬이 필요한 뉴로 피드백 시스템 구입을 위해 일부를 지원받아 현재 이를 연동하는 프로그램 개발 기획 단계에 있다.

보듬은 지금도 쉼 없이 달려 나가고 있다. 이들의 달리기를 가능하게 하는 것은 다름 아닌 명확한 목표이다. 최 대표는 “우리는 사회서비스 자체가 사회적 가치가 있다고 생각하기에 이 서비스가 마땅히 이뤄져야하는 문제라고 생각한다. 우리 고유의 성격을 담은 프로그램과 서비스 제공을 통해 지속가능한 사업을 실시, 마음이 행복한 사회를 만들어 나가겠다”고 말했다.

Local



Challie



Projieo

