

# 꿈이 자라는 이야기

한국컴패션 2010 지속가능성보고서

COMPASSION KOREA  
2010 SUSTAINABILITY REPORT





## 보고서 개요

한국컴패션은 지난 수 년 간 빠르게 성장했습니다. 이러한 성장은 많은 분들께서 한국컴패션을 사랑해 주셨기에 가능한 일이었지만, 그만큼 기대에 부응해야 한다는 책임감도 커졌습니다. 한국컴패션은 규모의 성장과 함께 더 투명하고 책임 있는 NGO가 되기 위해 하나하나 실천해 나가고 있습니다. 본 보고서는 사회적 책임 관점에서 작성한 한국컴패션의 첫 번째 지속가능성보고서입니다. 본 보고서를 통해 다양한 이해관계자들과 소통하고, 더 성숙한 NGO로 나아가기 위한 노력을 여러분과 공유하고자 합니다.

## 보고 기간

본 보고서의 보고기간은 2010년 회계연도(2010년 1월 1일 ~ 2010년 12월 31일)입니다. 그러나 첫 보고서인 만큼 중요하다고 판단되는 사항에 대해서는 2009년 활동까지 포함하였습니다. 정량적인 정보의 경우, 과거 수치와의 비교를 위해 3개년 간 (2008~2010년) 또는 그 이상 기간의 정보를 수록했습니다. 한국컴패션은 이번 최초 보고서 발간을 시작으로 향후 2년마다 지속가능성보고서를 발간할 계획입니다.

## 보고 범위

본 보고서의 내용은 한국컴패션의 국내 및 해외 활동 전반에 관한 자료를 토대로 작성했습니다. 국내 활동은 한국컴패션의 본사 건물과 국내 사업 전체가 해당되며, 해외 활동은 비전트립과 양육 프로그램 그리고 해외 거주 한인 대상 후원 활동을 포함합니다. 다만, 컴패션이 현재 운영 중인 수익사업은 그 규모가 연간 수입의 0.1%에 불과하여 보고 범위에서 제외했습니다.

## 작성 원칙

본 보고서는 GRI(Global Reporting Initiative) G3.1 가이드라인을 기준으로 하여 작성했습니다. 또한 NGO의 사회적 책임에 있어 핵심적인 근거가 되는 ISO 26000의 내용을 참고했습니다. 데이터는 GRI G3.1프로토콜에 근거하여 산출하고자 했으며, G3.1 프로토콜 적용이 어려운 경우 한국컴패션 내부의 관리 기준을 따랐습니다.

## 보고서 검토

본 보고서에 수록된 내용의 공정성과 신뢰도를 위해 지속가능경영 관련 전문가 두 분의 검토를 거쳤습니다. 고려대학교 경영대학 이장로 교수와 유엔글로벌콤팩트 주철기 사무총장께 보고서의 내용에 대해 검토를 의뢰하였으며, 검토 결과에 대한 의견서는 부록에 수록하였습니다.

## 보고서의 특징

한국컴패션의 첫 번째 지속가능성보고서는 다음과 같은 부분에 중점을 두어 작성하였습니다.

- 한국컴패션 사업이 지속가능한 발전 관점에서 가지는 의미를 다루었습니다.
- 한국컴패션과 다양한 이해관계자 간 커뮤니케이션 결과를 구체적으로 담았습니다.
- ISO 26000에서 중요하게 여기는 7대 핵심주제들을 최대한 포함하고자 노력했습니다.

## 보고서 배포

본 보고서는 한글판으로 발간하였으며 온라인과 오프라인으로 받아보실 수 있습니다.

다만, 자원절약을 위해 온라인으로 받아보실 것을 권장합니다. 영문판은 추후 발간될 예정입니다.

보고서 다운로드: <http://www.compassion.or.kr/sustainability/report>



## 보고서 문의

한국컴패션은 지속가능성보고서 내용에 대한 문의나 의견을 환영합니다. 보고서에 대한 의견은 우편, 이메일, 전화, SNS (페이스북, 트위터) 등 다양한 경로를 통해 주실 수 있습니다. 추가 정보가 필요하거나 궁금한 사항 또는 의견이 있으신 경우, 다음의 연락처로 문의해 주시기 바랍니다.

주소 | (140-894) 서울특별시 용산구 한남동 723-41 석전빌딩 경영지원실

웹사이트 | <http://www.compassion.or.kr/sustainability/>

이메일 | [info@compassion.or.kr](mailto:info@compassion.or.kr)

전화 | 02-3668-3480 팩스: 02-3668-3455

 <http://www.facebook.com/compassion.Korea>

 <http://twitter.com/CompassionKorea>





목차

1. 캠페션의 지속가능성

- 한국컴패션과 이해관계자 ..... 08
- 대표 메시지 ..... 10
- 보고서 작성 취지 ..... 12
- 한국컴패션 소개 ..... 14
- 2010 하이라이트 ..... 17
- 중요성 분석 ..... 20

2. 사업의 성과

- MDGs와 캠페션의 사업활동 ..... 26
- 한국컴패션 사업활동 성과 ..... 27
- 양육 프로그램 별 후원 현황 ..... 29

3. 이해관계자 커뮤니케이션

- 2010 캠페션과의 대화 ..... 34
- 이해관계자 설문조사 ..... 36
- 이해관계자 인터뷰 ..... 39
- 다양한 커뮤니케이션 채널 ..... 41

4. 2010 관심 아젠다

- 투명성과 윤리경영 ..... 44
- 거버넌스 ..... 46
- 일하기 좋은 직장(Great Work Place) ..... 47
- 파트너십 ..... 52
- 그린오피스 ..... 56
- 지역사회 개발과 기여 ..... 60
- [특별] 아이티를 향한 사랑 ..... 61

5. 부록

- 2010 재무현황 ..... 66
- 제3자 검토의견 ..... 68
- GRI G3.1 INDEX ..... 72
- UNGC & ISO 26000 연관표 ..... 76
- 작성에 참여한 분들 ..... 78
- 독자설문지 ..... 79



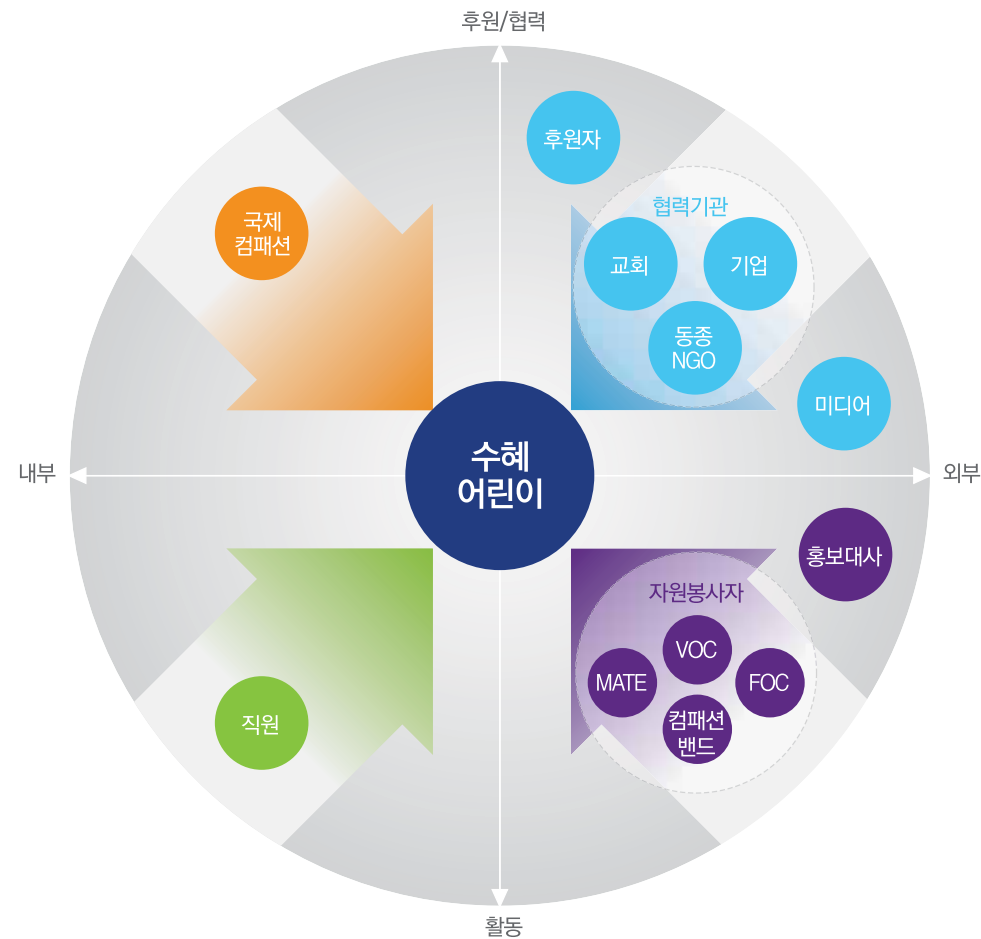
1. 캠페션의 지속가능성

- 한국컴패션과 이해관계자 ..... 08
- 대표 메시지 ..... 10
- 보고서 작성 취지 ..... 12
- 한국컴패션 소개 ..... 14
- 2010 하이라이트 ..... 17
- 중요성 분석 ..... 20



## 한국컴패션과 이해관계자

한국컴패션은 여러 이해관계자들과 다양한 관계를 맺고 있습니다. 아래의 그림을 통해 한국컴패션의 사업활동 전반에 걸쳐 어떠한 이해관계자들이 존재하는지 알아보실 수 있습니다.



### 이해관계자란 무엇인가요?

조직의 활동 과정에서 어떤 형태로든 영향을 직·간접적으로 주고 받는 대상을 의미합니다. 한국컴패션에 있어서 이해관계자는 한국컴패션과 서로 영향을 주고 받는 모든 조직 또는 개인이라 할 수 있습니다.

각 이해관계자를 구체적으로 설명하면,

### 국제컴패션

- 평등한 협력관계로 맺어진 컴패션후원국 (Global Partner Alliance; GPA)과 컴패션수혜국 (International Partner Group; IPG), 그리고 국제컴패션사무국 (Global Ministry Center; GMC)을 아우르는 말입니다.
- 한국컴패션은 국제컴패션의 모든 사업운영 방향을 따르고 있으며 동시에 국제컴패션의 사업 운영에 관한 의사결정에 참여하고 있습니다.

### 직원

- 한국컴패션에서 근무하는 모든 직원입니다.

### 수혜어린이

- 컴패션을 통해 후원자들로부터 도움을 받는 어린이들입니다.
- 어린이들은 모든 컴패션 활동의 중심이며, 단순한 도움의 대상이 아니라 후원자 및 컴패션 직원들과 영적이고 인격적인 관계를 맺는 존재입니다.

### 자원봉사자

- 자원봉사자는 시간과 재능을 통해 한국컴패션을 돕는 모든 분들입니다.
- 자원봉사자는 VOC, FOC, 컴패션밴드, MATE 등 다양한 모습으로 활동하고 있습니다.

### 홍보대사

- 대중성을 바탕으로 한국컴패션의 홍보와 결연 확대에 노력을 기울여 주시는 분들입니다.
- 신애라, 송정미, 그리고 선·정혜영 부부가 홍보대사로 활동 중입니다.

### 후원자

- 수혜 어린이들과 결연을 맺고 매달 한국컴패션에 정기적으로 재정적 후원을 해주시는 후원자와 기타 어린이 양육활동을 위해 금전적/비금전적(편지, 기도 등)으로 지원하는 모든 일반후원자입니다.

### 협력기관

- 협력기관은 한국컴패션을 통해 더 많은 어린이들이 양육될 수 있도록 다양한 방법으로 협력 하는 모든 기관들입니다.
- 협력기관은 가장 대표적으로 교회 그리고 기업이 있으며, 상호발전을 공유할 수 있는 동종 NGO, 한국컴패션의 활동과 관련 있는 국제기구 등도 여기에 포함됩니다.

### 미디어

- 한국컴패션의 활동을 알리는 방송, 인쇄물(신문, 잡지 포함)과 뉴미디어(인터넷 미디어) 등을 모두 의미합니다.

## 대표 메시지



### 2010년 한 해 한국컴패션과 함께 해 주신 모든 분들께 감사 드립니다.

한국컴패션은 1952년 수혜국으로 설립되어 2003년 후원국으로 돌아온 첫 번째 사례입니다. 대지진으로 폐허가 된 아이티에서도, 쓰레기마을과 무덤마을에서 어린이들이 자라고 있는 필리핀에서도, 오랜 가뭄에 시달리는 에티오피아와 케냐 같은 나라들에서도 한국은 그들이 닳고 싶은 희망의 나라입니다.

2010년, 지난 해를 지나며 8만 명 이상의 어린이를 1:1 결연하여 양육하게 된 한국컴패션은 후원국이 된 지 8년 만에 11개 후원국 가운데 후원규모 3위에 올라섰습니다. 후원국들은 자신들의 원조로 일어난 나라가 이렇게 성장한 것을 보고 놀랍게 여기면서도 한편으로는 자랑스러워 합니다.

하지만 이 과정 하나 하나에 증인으로 있었던 저에게 더욱 놀라운 일들은 따로 있습니다. 바로 후원자를 비롯하여 컴패션을 사랑해 주신 모든 분들의 열정적인 참여입니다. 자신의 시간과 물질을 내어 아이들 사랑을 실천하는 모습은 참으로 아름답게 느껴집니다. 그리고 무엇보다도 한국이 후원국으로 참여한 후 국제컴패션에서 볼 수 있었던 많은 축복과 열매들에 놀라고 감사하게 됩니다. 컴패션의 11개 후원국과 26개 수혜국은 지난 2009년 백만 번째 어린이를 양육하게 되는 축제를 개최했습니다. 이후 각 후원국들은 장기적인 관점에서 컴패션 활동 전반을 돌아보는 점검의 시간을 가졌으며, 한국컴패션 역시 또 한 번의 도약을 소망하게 되었습니다. 이는 단순히 수치적인 성과를 일컫는 것이 아닙니다. 컴패션이 지속적으로 추구해온 가치인 정직함과 청지기 정신 그리고 탁월성을 더욱 갈고 닦는 것, 그래서 앞으로도 어린이를 사랑하는 사람들이 더 깊이 동참할 수 있는 사역으로 나아가는 것을 소망한다는 것입니다.

이에 한국컴패션은 지난 2010년 말, 유엔 산하 기관이자 사회적 책임에 관한 세계 최대의 자발적 협약인 유엔글로벌콤팩트(UN Global Compact)에 가입하였습니다. 또한 이를 계기로 전 세계 가난과 질병 퇴치, 어린이 교육 확대 및 친환경 개발을 추구하는 유엔 새천년개발목표(MDGs) 달성에 기여하고, 한국컴패션 내부적으로는 UNGC의 10대 원칙에 기반하여 더욱 지속가능한 조직이 되기 위한 노력을 시작했습니다.

무엇보다 지속가능경영 관점에서 한국컴패션의 지난 활동들을 돌아보고 잘한 점과 부족한 점을 살펴보았습니다. 그리고 후원자, 직원, 자원봉사자, 지역사회 등 한국컴패션의 다양한 이해관계자 여러분과 더욱 투명하게 소통하기 위한 방안도 고민하기 시작했습니다. 이러한 지속가능성을 향한 노력은 조직을 더 건강하게 하며 사회적으로도 의미 있는 기여를 하는 활동이라고 생각합니다.

이러한 지속가능성 노력의 첫 열매로서 컴패션의 사업과 환경적, 사회적 측면에서의 활동을 함께 담은 지속가능성보고서를 발간하게 되었습니다. 보고서를 작성하는 과정에서, 한국컴패션을 위해 기도해주시고 항상 깊은 사랑과 관심을 주시는 이해관계자 여러분께 보다 정직한 한국컴패션의 모습을 보여드리고자 하였습니다. 본 보고서를 통해 컴패션의 가치와 활동에 대해 더 깊이 이해하실 수 있기를바라며, 나아가 세계의 어린이들을 더욱 사랑하고 섬길 수 있는 방법을 여러분 모두와 함께 고민하고 만들어가면 좋겠습니다.

한국컴패션은 후원자 뿐 아니라 컴패션을 사랑하시는 모든 분들이 주변 사람들에게 전하는 감동을 통해 '컴패션'이라는 이름이 알려지기를 소원합니다. 지속가능성의 실천을 통해 이러한 감동을 더 많은 분들과 나눌 수 있는 한국컴패션이 되겠습니다.

어린이를 가슴에 품고 나아가는 그 길에 하나님의 축복이 함께하시기를 바라며, 앞으로도 한국컴패션에 지속적인 관심과 적극적인 참여를 부탁 드립니다.

감사합니다.

한국컴패션 대표 서정인 드림

## 보고서 작성 취지

### ‘아이들이 자라날 지속가능한 세상을 꿈꾸며...’

2010년 2월, 사회적 책임 관련 프로보노(Probono; 재능기부) 모임인 ‘이웃’ 과 한국컴패션은 첫 만남을 가졌습니다. 이웃은 재능기부를 통해 한국컴패션에 지속가능경영 추진을 자문하기로 제안했으며, 이후 이웃과 한국컴패션이 1년 간 머리를 맞대어 컴패션의 지속가능성을 위해 고민해 왔습니다. 본 보고서는 이러한 고민과 노력의 열매입니다.

### ‘지속가능한 발전’이라는 세계적 흐름

21세기 국제사회의 가장 큰 주제는 바로 ‘지속가능한 발전(Sustainable Development)’이라 할 수 있을 것입니다. 지속가능한 발전은 미래 세대의 필요를 충족시킬 능력을 저해하지 않으면서 현재 세대의 필요를 충족시키는 발전이라고 정의합니다. 우리 시대의 빈곤한 사람들의 삶 그리고 다음 세대의 풍요와 행복을 위해 소외 받는 이들에게 나눔을 실천하고 생태계를 보호하자는 의미입니다.

유엔은 지난 2000년 새천년개발목표(MDGs)를 전세계에 발표하고 빈곤 감소, 교육 개선, 유아사망을 감소, 질병 퇴치 등 2015년까지 8가지 목표 달성을 위해 전세계적인 노력을 기울이고 있습니다.

또한 같은 해에 기업과 NGO 등이 사회적 책임을 다하도록 장려하는 유엔글로벌콤팩트(UN Global Compact)를 출범하였습니다. 지난 해인 2010년에는 전세계의 모든 조직이 지속가능하며 책임 있는 조직이 되도록 사회적 책임에 관한 국제표준인 ISO 26000이 제정되었습니다. 이에 따라 국제기구, 기업, NGO 등 모든 조직이 보다 투명하고 책임 있는 모습을 갖추도록 노력을 기울이고 있습니다.

### 한국컴패션과 NGO의 사회적 책임

이러한 국제사회의 지속가능성을 향한 흐름은 기독교적 관점에서 중요한 의미를 지니며, 컴패션의 사명과 맞닿아 있다고 생각합니다. 아이들의 생명을 구하고 세상에서 빛의 역할을 감당하도록 양육하는 컴패션의 사역은 유엔의 새천년개발목표(MDGs) 핵심내용들과 일치합니다. 또한 후원자의 소중한 후원금을 투명하고 윤리적으로 사용하기 위한 노력은 사회적 책임 국제 표준인 ISO 26000이 강조하는 기본 원칙입니다.

이에 한국컴패션은 사회적 책임에 대한 국제사회의 흐름에 기여하고, 세상 속에서 그리스도의 향기를 더 분명하게 전하고자 NGO의 사회적 책임을 실천해 나가기로 계획했습니다. 2010년 말, 한국컴패션은 유엔글로벌콤팩트(UN Global Compact; UNGC)에 가입하여 반부패, 인권, 노동, 환경 분야에서 사회적 책임을 위해 노력할 것을 공언했습니다. 그리고 한국컴패션의 지속가능성보고서를 최초로 작성하게 되었습니다. 또한 다양한 이해관계자의 의견을 경청하기 위해 2010년 12월에는 설문조사와 함께 일반 후원자, VOC, FOC, 자원봉사자, 미디어, 타 개발NGO에서 여러분을 모시고 ‘컴패션과의 대화’를 개최했습니다. 특히 컴패션과의 대화, 인터뷰 그리고 설문조사를 통해서 그 동안 생각하지도 못했던 다양한 건의와 개선의견을 들을 수 있었습니다.

### 한국컴패션의 지속가능성 실천 의지

몇몇 후원자 분들께서는 이러한 한국컴패션의 사회적 책임 실천 노력이 단순히 홍보를 목적으로 한 것은 아닌지, 컴패션의 본래 목적을 훼손시키는 것은 아닌지 걱정하셨습니다. 꿈을 잃은 어린이들에게 그리스도의 사랑을 전하는 컴패션의 비전은 어떤 경우에도 변함이 없습니다. 그러나 한국컴패션이 세상 속에서 선한 영향을 미치는 NGO가 되기 위해서는 여러 이해관계자 앞에 더 투명하고 책임 있는 모습을 보여드리는 것도 중요한 의무일 것입니다. 본 지속가능성보고서는 한국컴패션이 지닌 모습들을 더 투명하게 보여드리고 컴패션을 사랑하는 모든 분들의 목소리를 더 잘 경청하기 위해 작성하였습니다.

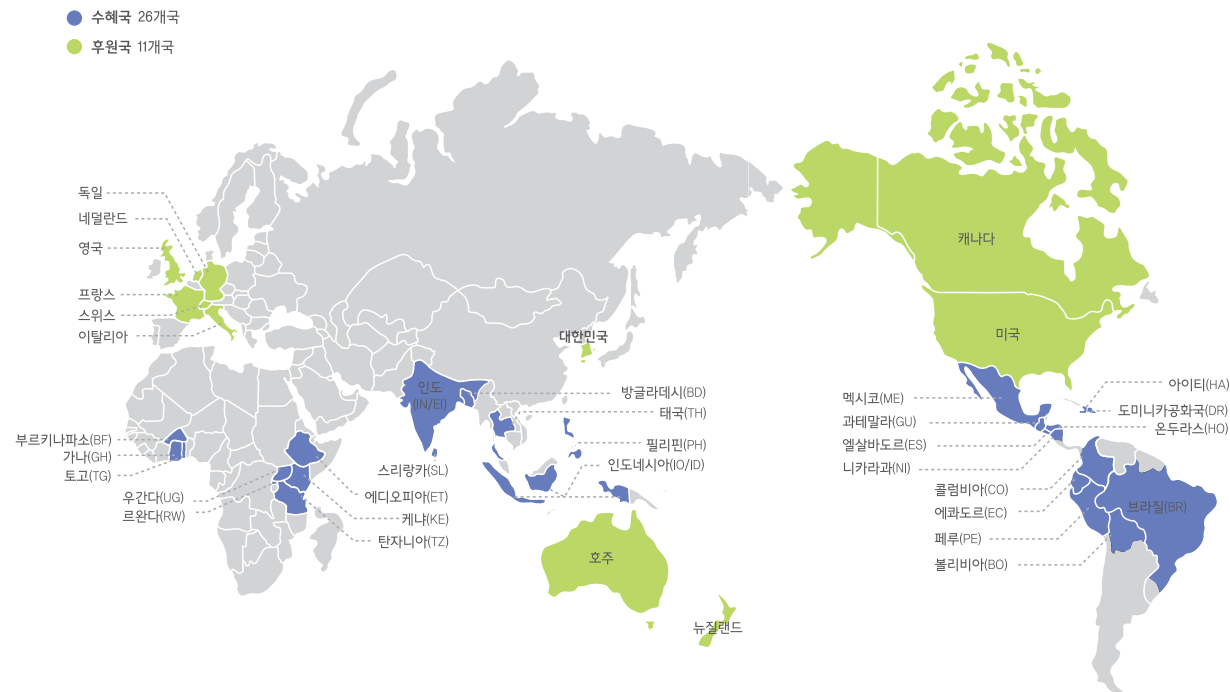
한국컴패션은 어떻게 하면 더 투명하고 윤리적인 경영을 할 수 있을지, 조직 활동에서 환경보호와 에너지 절약은 어떻게 실천할 수 있을지 또 어떻게 하면 함께 일하는 직원들이 행복할 수 있을지 그리고 컴패션 이해관계자의 의견을 어떻게 경청할 수 있을지를 ‘이웃’과 함께 고민하였습니다. 이러한 고민이 첫 번째 발간하는 지속가능성보고서에 담겨 있습니다.





## 한국컴패션 소개

### 국제컴패션과 한국컴패션



#### 설립 개요

단체명	사회복지법인 한국컴패션
대표	서정인
설립년도	2003년
소재	서울특별시 용산구 한남동 723-41 석전빌딩
후원현황	후원 아동 83,131명(2010년 12월 기준) *국제 컴패션: 1,108,198 명(2010년 12월 기준)
주요 프로그램	CSP, CDSP, LDP, CIV
후원 대상	26개국 국가의 태아~대학생
후원방법	1:1 어린이 결연

### 한국컴패션 조직도

현재 한국컴패션은 한남동 사옥에 3개 부서, 총 75명(정규직 60명, 파견직 14명, 계약직 1명)의 직원들이 동일한 비전과 가치를 공유하며 각자의 역할을 감당하고 있습니다.

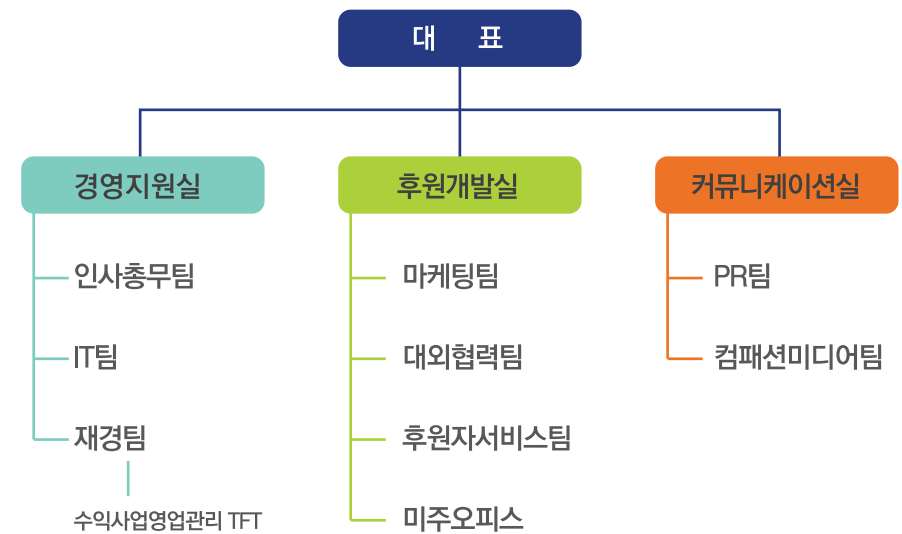
### 국제컴패션은

1952년 한국전쟁이 한창이던 겨울, 미국인 에버렛 스완슨 목사님은 밤새 굶주림과 추위에 쓰러져 트럭에 실려가는 수많은 전쟁 고아들의 시체를 목격하게 되었습니다. 그는 미국으로 돌아가 당시 세계에서 두 번째로 가난한 나라였던 한국의 어린이들을 돕기 시작했습니다. 이것이 컴패션의 시작입니다. 이후 컴패션은 40년 간 10만 명의 한국 어린이를 훌륭한 사회인으로 양육하였습니다. 컴패션은 지난 1993년 국내에서의 수혜국 활동을 마치고 철수하였으며, 오늘날에는 전세계 26개국에서 120만 명 이상의 어린이를 양육하고 있습니다.

### 한국컴패션은

한국컴패션은 한 어린이의 '삶의 변화'에 초점을 맞춰 어린이를 후원자와 1:1로 결연하여, 영적, 지적, 사회·정서적, 신체적인 가난으로부터 자유롭게 하고자 설립된 기관입니다.

수혜국으로서 활동을 마치고 철수한 지 10년만인 2003년 11월, 한국컴패션이 다른 나라를 돕는 열 번째 후원국으로 설립되어 현재까지 전세계 어린이들의 후원 사업에 맡은 바 역할을 다하기 위해 노력해 오고 있습니다.



## 컴패션의 철학과 가치

컴패션은 명확한 기독교적 가치를 기반으로 활동하고 있습니다.

### 사업철학

Christ-centered : 예수님을 중심으로 일합니다.

Child-focused : 어린이를 대상으로 합니다.

Church-based : 지역교회를 기반으로 어린이를 양육합니다.

Committed to Integrity : 재정의 투명하고 정직한 운동을 약속합니다.

### Mission

컴패션은 어린이들을 영적, 경제적, 사회정서적, 육체적 가난으로부터 자유롭게 하고, 어린이들이 세상을 변화시키는 책임감 있는 리더로 성장하도록 돕는 어린이들의 지지자입니다.

### Vision

가난의 절망 가운데 있는 어린이들을 위한 전문적인 사업 활동을 통해 어린이들을 그 지역사회와 국가에 영향력을 발휘할 수 있는 전인적인 사회인으로 배출하고, 창조적이고 효율적인 프로그램 개발 및 운영을 통해 어린이 양육 사업의 선도적인 역할을 하고자 합니다.

### Core Values

어린이와 현지 어린이센터 직원들이나 교사, 사역자들과 후원국 직원들의 실천 덕목입니다. 컴패션은 사역에 참여한 후원자를 포함한 모두의 삶이 함께 변화되기를 기대합니다.



정직 Integrity : 정직을 최우선으로 합니다.

탁월 Excellence : 항상 탁월한 성과를 향한 끊임없는 시도와 노력을 추구합니다.

청지기 정신 Stewardship : 하나님의 청지기로서 투명하고, 성실하게 일합니다.

존귀 Dignity : 어린이를 비롯한 모든 사람들을 존귀하게 여깁니다.

## 2010년 하이라이트

### UN Global Compact 가입

유엔글로벌콤팩트(UN Global Compact, 이하 UNGC)는 세계의 모든 단체 활동에서 인권, 노동, 환경, 반부패에 걸친 사회책임의 10대 원칙을 확산하고, 유엔 새천년개발목표(MDGs)등 포괄적인 유엔의 목표 달성을 지원하고 있습니다.

한국컴패션은 지난 2010년 말 UNGC에 가입했습니다. UNGC와 같이 활동하게 된 한국컴패션은 전세계의 가난과 각종 질병 퇴치, 영유아 사망률 감소와 어린이 교육 확대 및 친환경 개발을 추구하는 유엔 새천년개발목표(MDGs)를 이루는 데 기여하고, 한국컴패션 내부적으로는 더욱 지속가능한 조직이 되기 위한 노력을 시작했습니다.



[UNGC 가입 서한]

### 9년 연속 채리티 내비게이터 상위 1% 선정

채리티 내비게이터(Charity Navigator)는 미국의 대표적인 비영리기관 평가단체입니다. 약 5,500개의 대표적인 자선단체들의 운영 효율성과 조직역량을 평가하고 신뢰할 수 있는 자선단체 정보를 제공해, 사람들이 믿고 기부할 수 있도록 돕고 있습니다. 재정의 투명성을 조직운영의 최우선가치로 여기는 컴패션은 채리티 내비게이터로부터 2010년 9년 연속 별 4개의 최고 평가 점수를 받아, 5,500개 단체 중 상위 1%에 올랐습니다. 이는 컴패션 국제본부 운영에 있어 재정의 건실함, 투명성 및 조직의 탁월성을 공인 받은 것이라 할 수 있습니다. 한국컴패션을 포함한 모든 국가의 컴패션은 이 재정원칙을 철저하게 공유하며 지키고 있습니다.

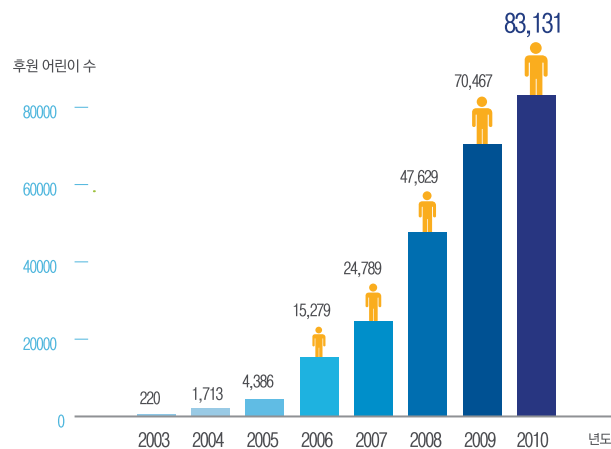


[채리티 내비게이터 평가]

## 양육 어린이 8만 명 돌파 및 후원국 규모 3위

한국컴패션이 후원하는 어린이가 2010년 5월 8만 명을 넘어, 11개 후원국 중에서 3번째 규모로 성장했습니다. 이는 한국컴패션이 그만큼 더 많은 아이들을 품고 양육할 수 있게 되었음을 의미합니다.

### 년도별 한국컴패션 후원 어린이 수



## “컴패션과의 대화” 처음으로 개최

한국컴패션은 2010년 12월 “컴패션과의 대화”라는 이름으로, 다양한 이해관계자를 초청했습니다. 컴패션과의 대화는 한국컴패션과 여러 형태로 관계를 맺고 있는 다양한 이해관계자가 한 자리에 모이는 최초의 “이해관계자와의 대화”였으며, 이해관계자들의 다양한 의견을 청취할 수 있는 기회였습니다. 한국컴패션은 컴패션과의 대화를 지속적으로 개최하여 컴패션의 활동과 나아갈 방향에 대한 많은 분들의 조언을 경청하고자 합니다. (관련내용 34쪽)



## 후원금, 7년 만에 4만 5천 원으로 인상

컴패션은 어린이들의 ‘온전한 양육’을 위해 후원 받는 어린이의 필요를 기준으로 후원금을 책정합니다. 어린이들이 단순한 생존의 싸움에서 벗어나 꿈과 희망을 가지고 자라나려면, 하나의 인격으로서 경제, 사회, 문화적으로 존중 받을 수 있는 최소 권리를 보호해주어야 하기 때문입니다. 한국컴패션은 지난 2010년 1월 4일, 수혜국 현지의 물가상승과 심각한 식량위기를 계기로, 설립 이후부터 7년 동안 유지해온 1:1 어린이 양육 프로그램 후원금 3만 5천 원을 2010년부터 4만 5천 원으로 인상했습니다. 기존 후원자 여러분의 충분한 동의 과정을 거쳐 자발적으로 동의하신 분에 한해 3월 1일부터 인상동의신청을 받았습니다.

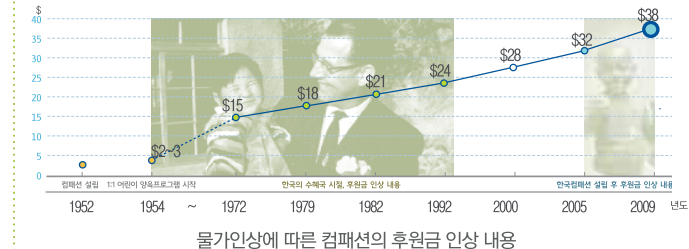
2010년 한 해 동안 31,484명의 후원자 여러분이 동의해 주셨으며, 동의율은 44%입니다. 어린이들의 양육비를 지원해주시기 위해 후원금 인상에 동의해 주시고 마음으로 동참해 주신 모든 분들께 감사 드립니다.

### 2010년 후원금 인상 동의 신청율

총 기존 후원자 수	동의	동의율	거절	무응답
70,843	31,484	44%	1,109	38,250

2010년 후원자 기준

국제컴패션 후원 인상은 약 7-8년 주기로 물가 인상에 따라 평균 6.5%가 인상되어 왔습니다. 반면에, 26개 수혜국의 물가는 연간 평균 10-18% 수준으로 상승해 왔습니다.



## 월드컵 응원 행사 “내! 네! 우리 컴패션!” & 미주/부산사진전 “사랑하기 때문에” 개최

한국컴패션은 2010년 6월 후원자 가족을 초청하여 월드컵 응원 행사를 개최하였습니다. 참석한 3천여 명의 후원자들은 월드컵 첫 번째 경기인 한국과 그리스전을 함께 응원하고 풍선 불기, 사진 찍기, 비누풍선 불기 등 즐거운 행사들을 통해 서로를 격려하는 특별한 자리를 가졌습니다. 2010년 11월에는 미국 LA와 부산 센텀시티에서 사진전을 열었습니다. 이를 통해 부산에서는 723명의 어린이가 새로 후원자를 만났고 18명이 양육 보완 프로그램을 신청해 주셨습니다. 또한 LA에서도 607명의 어린이가 후원자를 새롭게 만나고 30명이 1:1 리더십 결연 프로그램 후원자가 되어 주셨습니다. 평소 컴패션의 활동을 직접 접하기 쉽지 않은 지역을 중심으로 이 같은 행사를 점차 늘려 보다 많은 지역 후원자들과 컴패션의 활동을 나누도록 노력하겠습니다.





## 중요성 분석

컴패션은 첫 번째 지속가능성 보고서를 준비하면서 어떤 주제들을 보고서에 담을지에 대해 고민했습니다. 재무성과와 연간활동을 담은 사업성과보고서와 달리 지속가능성 보고서를 통해서는 이해관계자 여러분이 접할 수 있는 더 다양한 주제들을 담고 싶었기 때문입니다. 이를 위해, 한국컴패션은 재능기부 모임인 '이웃'의 도움으로 **중요성 분석 (Materiality Test)**을 실시하였습니다. 중요성 분석 결과 도출된 중요 이슈들은 한국컴패션의 지속가능경영에 중요한 내용들로서 보고서의 해당 페이지에 모두 담도록 노력했습니다.

### ISO26000에서는요. “중요이슈 분석”

ISO 26000은 모든 조직이 조직의 사회적 책임과 관련한 중요 이슈를 분석하고 파악해야 함을 강조하고 있습니다. 사회적 책임을 진정성 있게 실천하기 위해서는 지속가능성 관점에서 어떤 이슈들이 해당 조직과 연관된 이슈들인지, 이들 중 조직에 큰 영향을 미치는 중요 이슈들은 어떤 것들이 있는지를 먼저 알아야 하기 때문입니다.

### ‘중요성 분석’이란 무엇인가요?

중요성 분석(Materiality Test)은 한국컴패션의 내부 이해관계자(직원)와 외부 이해관계자(후원자, 수혜자, 자원봉사자, 홍보대사, 다른 NGO, 미디어 등)에 의해 파악된 경제, 사회, 환경 분야의 다양한 지속가능경영 이슈들을 이해관계자의 관심 정도와 한국컴패션에 영향을 미치는 정도의 2가지 기준으로 분석하고, 이에 따라 각 이슈들의 우선순위를 도출해내는 분석 프로세스입니다.

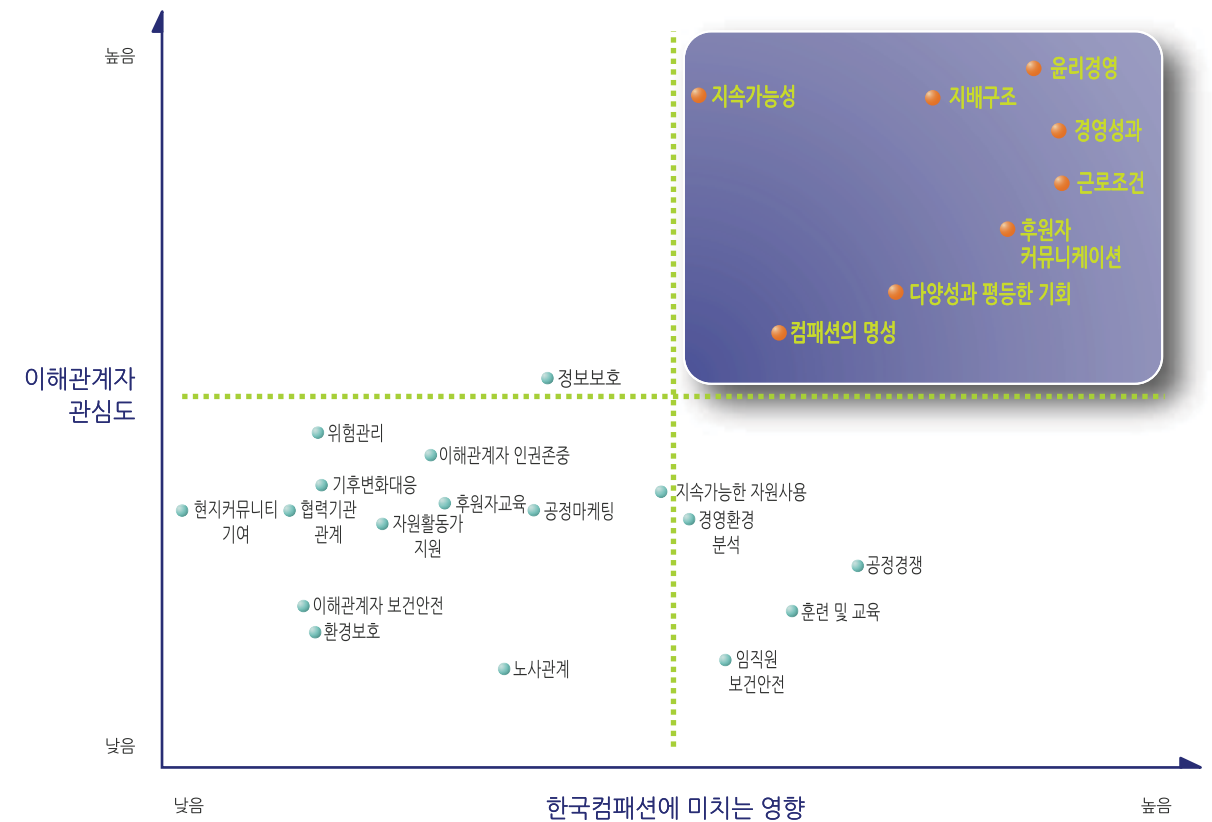
## 중요성 분석 프로세스

중요성 분석은 한국컴패션과 관련이 있는 지속가능경영 이슈들을 파악하는 것으로부터 시작했습니다. 지속가능경영 관련 국내외 가이드라인을 참고하고, 컴패션의 사업 활동을 반영하여, NGO인 컴패션의 특성에 맞는 25개 이슈로 구성된 이슈 풀(pool)을 만들었습니다. 다음으로 한국컴패션에 중요한 이슈들을 도출하기 위해 총 11개 영역의 테스트를 진행하였습니다. 특히, 처음 중요성 분석을 시행하는 만큼 가능한 다양한 관점들이 분석에 반영될 수 있도록 하였습니다. 지속가능경영 이슈에 대한 이해관계자 관심도 파악을 위해서는 미디어, \*Peer Review, VOC 웹페이지 및 소셜미디어, NGO 평가기준, 지속가능경영 관련 국내외 규범, 임직원과 이해관계자 대상 설문조사 등을 분석했으며, 한국컴패션의 경영에 미치는 영향도를 알아보기 위해서는 컴패션의 사내정책, 직간접 성과, 국내 법률, GMC 평가, 전문가 의견을 살펴보았습니다.



## 중요성 분석 결과

컴패션의 중요성 분석 결과는 아래의 그림과 같이 도출되었습니다. 윤리경영, 지배구조, 경영성과, 근로조건, 후원자 커뮤니케이션, 다양성과 평등한 기회, 컴패션의 명성 등 8가지 이슈가 이해관계자들의 관심도가 높고, 컴패션의 운영에도 큰 영향을 미치는 중요 이슈로 선정되었습니다. 환경 분야를 제외한 사회, 경제 영역의 이슈가 고루 포함되었으며, 특히 한국컴패션의 운영에 토대가 되는 직원, 후원자 관련 이슈들이 2010 한국컴패션의 지속가능경영 중요 이슈로 평가되었습니다. 중요 이슈는 본 보고서의 주요 내용으로 다루어졌으며, 중요 이슈로 도출되지 않는 잠재 이슈들 중 한국컴패션의 활동과 밀접한 일부 내용 역시 보고서에 포함하였습니다.



\*Peer Review : 동종 NGO의 사회적 책임 이슈분석

### 윤리경영 (관련내용 44~45쪽)

“윤리경영은 조직의 준법행위, 반부패, 투명하고 윤리적인 운영 등과 관련된 이슈입니다.”

컴패션의 중요성 분석에서 윤리경영은 사내정책, 직간접 성과를 제외한 대부분의 테스트 영역에서 높은 점수를 받았으며, 특히, 이해관계자의 관심이 가장 높은 이슈로 평가되었습니다. 이는 한국컴패션의 직원을 비롯하여 후원자와 자원봉사자, 그리고 다른 이해관계자 모두가 윤리적이고 투명한 조직의 운영을 가장 중요하게 여기고 있다는 것을 의미합니다. 한국컴패션도 후원자 여러분의 소중한 재정을 모아 생명을 살리는 활동을 하고 있는 만큼 투명하고 윤리적인 모습을 지키는 것이 가장 중요하다고 생각합니다.

### 후원자 커뮤니케이션 (관련내용 34~42쪽)

“후원자 커뮤니케이션이란 후원자 관계와 만족도 제고를 위한 커뮤니케이션 노력을 의미하며 책임있는 후원자 마케팅까지도 포함합니다.”

후원자와 지속적인 커뮤니케이션을 실천하는 것도 한국컴패션에 중요한 이슈로 선정되었습니다. 후원자 커뮤니케이션은 이해관계자 관심도에 비해 컴패션에 미치는 영향도 측면에서 상대적으로 더 중요하게 나타났습니다. 한국컴패션도 지속가능경영을 추진하면서 커뮤니케이션의 중요성을 보다 잘 인식하게 되었습니다. 최근 관련 내용을 사내정책에 반영하였으며, 앞으로도 더욱 적극적인 후원자와의 커뮤니케이션을 통해 보다 많은 분들의 의견에 귀를 기울이도록 하겠습니다.

### 근로조건, 다양성과 평등한 기회 (관련내용 47~51쪽)

“근로조건은 임직원의 만족도와 직결되는 고용안정, 근무환경, 보상체계 등과 관련된 이슈이며, 다양성과 평등한 기회는 고용, 승진, 업무 등에 있어서의 비차별, 평등한 기회 제공을 의미합니다.”

컴패션의 지속가능경영 중요 이슈로 도출된 이 두 가지 이슈는 모두 임직원과 관련된 이슈입니다. 특히, 근로조건 이슈는 25가지 조사대상 이슈 중 컴패션에 미치는 영향이 가장 큰 이슈로 나타났으며, 미디어를 제외한 모든 테스트 항목에서 누락되지 않고 다루어졌습니다. 다양성과 평등한 기회의 경우, 조직 내부의 성과관리나 평가에서는 중요하게 다루고 있지 않은 이슈였으나, 임직원과 관련된 이슈 중 근로조건 다음으로 그 중요성이 높게 나타났습니다. 따라서, 한국컴패션 조직의 내부 관리 측면에서 좀 더 관심을 갖고 고려해야 할 이슈로 생각됩니다.

### 지배구조 (관련내용 46쪽)

“의사결정 구조의 체계성 및 투명성과 관련된 이슈입니다.”

지배구조는 이해관계자의 관심이 2번째로 높은 이슈이자 컴패션에도 중대한 영향을 미치는 이슈로 평가되었습니다. 특히, 지속가능경영 관련 국제 규범에서는 체계적이고 투명한 지배구조를 지속가능한 조직의 핵심요건으로 제시하고 있었습니다. 한국컴패션은 아직까지는 지배구조에 관한 체계적인 정책을 보유하고 있지는 않으나 앞으로는 조직의 지배구조를 공정하고 투명하게 유지하고, 정확한 의사결정이 가능하도록 단계적으로 기틀을 갖추어 나가겠습니다.

### 경영성과 (관련내용 27~31쪽)

“컴패션의 사업성과 개선, 경영 혁신, 신규 프로그램 개발을 위한 노력을 의미합니다.”

컴패션의 경영성과는 이해관계자의 관심이 매우 높으며, 컴패션에게 미치는 영향도 매우 큰 이슈로 나타났습니다. 11개 부문의 중요성 분석 테스트에서 정도는 각기 다르나 모두 경영성과 관련 내용을 포함하고 있었습니다. 일반적인 경영성과 측면에서 한국컴패션은 지속적으로 성장해 왔습니다. 수혜국가, 결연횟수, 후원금 등이 꾸준히 증가하여 결과적으로 더 많은 어린이들에게 도움을 줄 수 있는 기회가 되었습니다. 컴패션은 단순한 결연횟수 증가를 경영목표로 삼기보다는 어떻게 하면 후원자의 재정이 더 효과적으로 수혜 어린이들의 양육에 쓰일 지 그리고 물리적인 결연관계가 영적인 나눔으로 유지될 수 있을지에 더 초점을 두고 있습니다.

### 지속가능성 추구 (관련내용 26쪽)

“컴패션의 지속가능경영 추진, 사회적 책임 이행, 지속가능한 발전에의 기여 등과 관련한 노력을 모두 포함하는 이슈입니다.”

지속가능성 추구라는 이슈 또한 중요 이슈로 도출되었습니다. 특히, \*Peer Review를 통해서는 컴패션과 비슷한 활동을 펼치고 있는 국내외 NGO들이 지속가능성 이슈를 매우 적극적으로 수용하고 있는 것을 확인하였습니다. 한국컴패션은 최근 들어서 조직과 사회의 지속가능성에 대한 고민을 시작했기 때문에, 아직은 NGO의 지속가능경영을 알아가는 중입니다. 그러나 이번 지속가능성 보고서 발간을 계기로 지속가능성 실천을 위해 보다 많은 노력을 기울일 예정입니다.

### 컴패션의 명성 (관련내용 44쪽)

“높은 평판과 브랜드 가치제고, 수상실적 등과 관련된 이슈입니다.”

컴패션의 명성 역시 중요한 이슈로 선정되었습니다. 한국컴패션의 경우에는 투명한 운영을 통한 신뢰도 제고가 높은 평판으로 이어지고 있는 것으로 판단됩니다. 그러나 내부 분석 결과 컴패션에 대한 좋은 이미지와 높은 평판이 피상적인 수준에 머물러 있다는 지적도 있었습니다. 앞으로는 이해관계자 여러분의 기대하는 바를 보다 적극적으로 실천하고, 투명한 커뮤니케이션 활동을 통해 컴패션의 활동을 구체적으로 공유하도록 노력할 예정입니다.

## ◆ 여기에도 관심을

**자원봉사자 지원** (관련내용 52-55쪽)

“컴패션 자원봉사자의 활동을 지원하기 위한 컴패션의 노력을 포함하는 이슈입니다.”

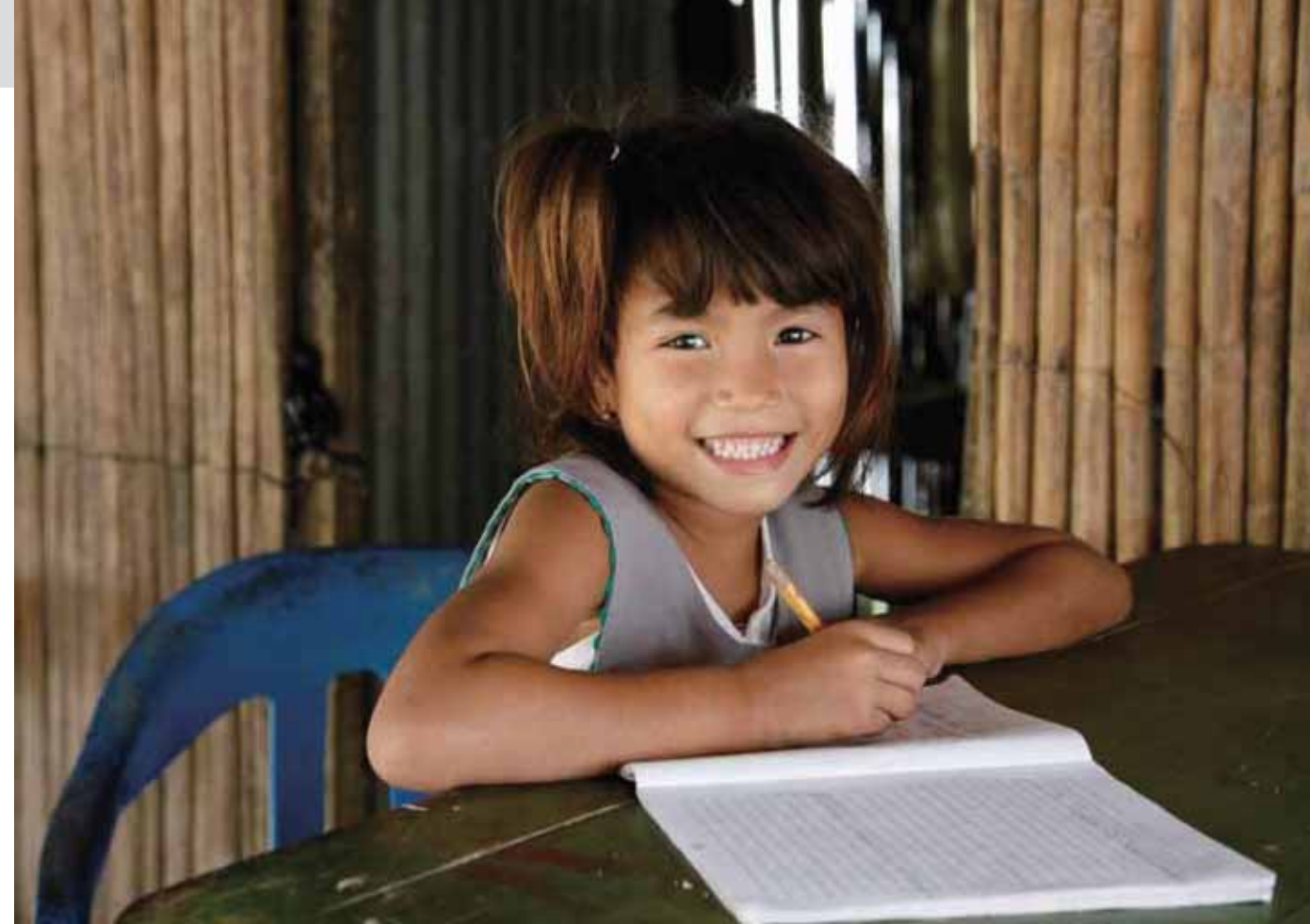
컴패션의 자원봉사자들은 더 많은 어린이들이 후원자를 만날 수 있도록, 그리고 수혜 어린이와 후원자의 결연이 영적인 교감으로 이어질 수 있도록 컴패션의 얼굴이 되고, 때로는 컴패션의 손과 발이 되어 활동하고 있습니다. 홍보대사, VOC, FOC, MATE 등 다양한 자원봉사자 여러분들의 역할 덕분에 컴패션의 활동이 더욱 풍성해질 수 있었습니다. 그러나 중요성 분석 과정에서 살펴본 컴패션의 내부 정책에는 자원봉사자의 적극적인 참여에 비해 자원봉사자의 활동을 지원하기 위한 정책적, 실질적 근거가 다소 체계적이지 않다는 지속가능경영 전문가의 지적이 있었습니다. 그리고 이 때문에 중요성 평가에 자원봉사자의 중요성이 적절하게 평가되지 못한 것으로 나타났습니다. 한국컴패션은 현재 자원봉사자의 소중한 시간과 나눔의 마음이 보다 귀하고 의미 있게 쓰일 수 있도록 자원봉사자 매뉴얼을 준비하고 있습니다. 또한 한국컴패션과 컴패션의 가족인 수혜 어린이, 후원자들을 위해 힘쓰고 있는 자원봉사자들이 더욱 보람을 느끼면서 활동할 수 있도록 다른 개선 방안도 고민하고 있습니다. 이에 대한 좋은 의견을 가지고 계신 분은 언제든지 한국컴패션에 제안해 주시기 바랍니다.

**환경보호** (관련내용 56-59쪽)

“환경보호는 컴패션이 각종 환경오염을 줄이기 위해 노력하는 모든 친환경 활동과 관련된 이슈입니다.”

한국컴패션은 이번 지속가능성보고서를 준비하면서 환경 관련 이슈에 대해 다시 생각해보고 그 중요성을 인식하게 되었습니다. 사실 그 이전까지는 공장이 없이 도심의 사무실에서 활동을 하는 컴패션과 같은 조직에게 환경 이슈는 해당사항이 없는 주제라고 생각하고 있었습니다. 하지만 보고서를 준비하고 지속가능한 발전에 대한 개념을 공부하면서, 저희 컴패션도 환경에 대한 고민이 필요하며, 또한 충분한 역할이 있다는 점을 깨달았습니다. 특히, 중요성 분석 과정 중 \*Peer Review를 통해 살펴본 국내외 NGO들이 컴패션과 비슷한 사업여건 속에서 환경 관련 이슈를 비중 있게 다루고 있다는 점은 컴패션이 지속적으로 환경 이슈에 관심을 기울여야 함을 확인시켜주었습니다. 특히, 환경보호 노력들은 모두 전기와 물 등의 비용 절감과 연결되어 있어 열심히 노력할수록 재정적으로도 도움이 되는 일석이조의 활동입니다.

\*Peer Review : 동종 NGO의 사회적 책임 이슈분석



## 2. 사업의 성과

- MDGs와 컴패션의 사업활동 ..... 26
- 한국컴패션 사업활동 성과 ..... 27
- 양육 프로그램 별 후원 현황 ..... 29



## MDGs와 컴패션의 사업활동

컴패션의 모든 사업은 기독교적 비전과 가치 아래 추진되고 있지만, 사업활동의 실행에 있어서는 인종과 지역, 문화 등을 넘어 지속가능한 발전이라는 전지구적인 목표를 공유하고 있습니다. 특히, 인류가 당면한 빈곤 및 질병 등의 문제 해결을 위해 유엔에서 전세계적으로 추진하고 있는 유엔새천년개발목표와 컴패션의 사업은 일치하는 면이 많습니다.

### 유엔새천년개발목표와 컴패션

유엔새천년개발목표(Millennium Development Goals; 이하 MDGs)는 2000년 유엔에서 전세계가 채택한 의제로 국제사회의 빈곤 퇴치 및 지속가능한 발전을 위해 2015년까지 전 인류가 함께 달성하고자 합의한 8가지 개발 목표입니다. 인류가 당면한 빈곤 및 질병 등의 문제 해결을 위한 새천년개발목표는 컴패션의 사업방향과 대부분 일치합니다. 이에 한국컴패션은 앞으로 컴패션의 사업활동에 지속가능성 관점을 연계하여 바라보고 유엔새천년개발목표 달성에 기여하기 위한 국제사회의 노력에 동참하고자 합니다.



## 한국컴패션 사업활동 성과

### 수혜국·후원국 현황

2010년 한국컴패션은 전 세계 컴패션 11개 후원국 중 미국, 호주에 이어 후원규모 3위에 올랐습니다. 2003년 10번째로 후원국이 된 한국컴패션의 이와 같은 놀라운 성장은 수혜국 시절의 한국을 도왔던 후원국들에게 감격적인 소식이며, 수혜국들에게는 희망적인 이야기가 되었습니다.

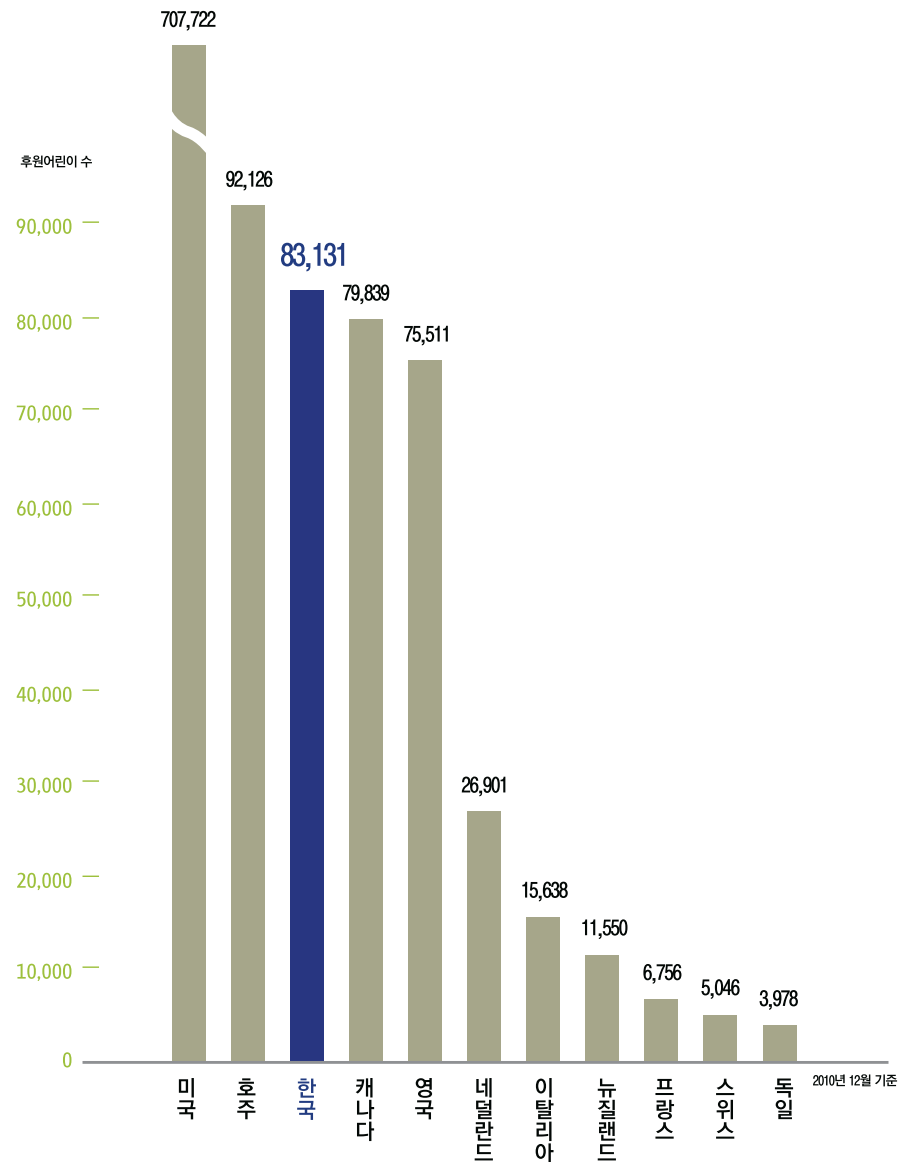
[ 한국컴패션의 수혜국별 현황 ]



## 2010년 후원규모 3위

한국컴패션이 후원규모 3위에 올라선 소식은 양적 성장만을 의미하지 않습니다. 7년 동안 한번도 올리지 않았던 후원금을 인상함으로써 어린이들에게 보다 안정적인 양육을 제공하고자 노력했으며, 그 동안 후원자분들이 어린이들을 지속적으로 양육할 수 있도록 돕기 위한 다각도의 노력도 있었습니다. 보다 투명하고 정직한 기관이 되기 위한 노력 끝에 얻은 결실이기에 더욱 뜻 깊은 성과였습니다.

[2010년 국가 별 후원 규모]



## 양육 프로그램 별 후원 현황

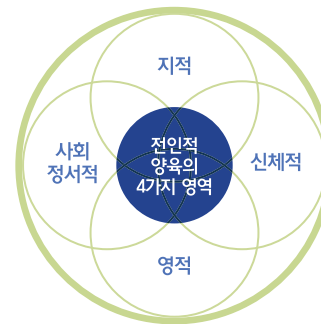
컴패션은 '온전한 양육'이라는 관점에서 4가지의 양육프로그램을 운영하고 있습니다. 한 아이가 엄마의 뱃속에서부터 대학을 졸업하고 성인이 되는 시기까지 인간으로서의 기본권을 존중 받고, 나아가 영적, 정서적으로 건전하게 성장하는 것. 이것이 컴패션의 4가지 프로그램에 담긴 바람입니다.

### ISO26000에서는요. "인권"

ISO 26000은 사회적 책임의 실천에 있어 조직과 연관된 이해관계자의 인권 존중이 매우 중요함을 강조합니다. 인권 존중은 ISO 26000이 제시하는 7가지 사회적 책임 원칙과 7대 핵심주제들에 모두 포함되어 있습니다. 이에 따라 조직은 사업활동을 영위함에 있어 모든 이해관계자의 인권을 존중하고, 이들의 기본권과 경제, 사회, 문화적 권리가 실현되도록 노력해야 합니다.

## 1:1 어린이 양육 프로그램(CDSP) 현황 (만 3세-고등학교 졸업)

1:1 어린이 양육 프로그램은 어린이를 3세부터 고등학교 졸업 때까지 영적, 경제적, 사회·정서적, 신체적으로 양육하는 프로그램입니다. 2010년 한국컴패션을 통해 새롭게 후원자를 만난 어린이 수는 12,664명이며, 이로써 83,131명의 어린이들이 한국후원자에게 사랑으로 양육 받을 수 있게 되었습니다.



### 희망을 전하는 전인적인 양육

후원자들이 보내준 후원금을 통해 어린이는 먹고 입고 배우는 것뿐 아니라, 전인적인 양육을 받습니다. 어린이를 향한 특별한 사명의식이 있는 훈련 받은 현지 교사들이 국제컴패션에서 개발한 전문적인 커리큘럼을 기초로 현지 사정에 맞춰 전인적으로 양육합니다.

한국컴패션 후원어린이 수

결연수	2009년 말	70,467명
	2010년 신규	12,664명
	2010년 말	83,131명
증가율(%)	18%	

2010년 편지 왕래 현황

후원자가 어린이에게 보낸 편지	120,319통 (2009년 103,464통)
어린이가 후원자에게 보낸 편지	323,113통 (2009년 247,445통)
총 왕래편지	443,432통

### >> 편지를 받을 때 어린이는 더욱 힘을 냅니다.

컴패션의 어떤 어린이들은 낙후된 지역에서 살면서 편지라는 말을 처음 들어보기도 합니다. 그런 어린이들이 낯선 편지를 쓰고 보내고 그리고 받을 때, 어린이들의 마음 속 세상은 더욱 커지며, 후원자와의 친밀감도 깊어집니다. 또한 편지를 받은 어린이들은 후원자들의 격려에 힘입어 어려움을 물리칠 수 있게 되고 끝까지 어린이센터에서 더욱 풍성하고 훌륭한 열매를 맺게 됩니다.



## 1:1 리더십 결연 프로그램(LDP) 현황 (대학 입학-대학 졸업)

후원학생 수		
후원 수	2009년 말	133명
	2010년 신규	50명
	2010년 말	183명
증가율(%)	37.68%	

2010년 한국컴패션은 홈페이지에서 후원학생들의 직접적인 영상 소개를 통해 결연할 수 있도록 하는 새로운 방식을 시범적으로 시도, 한국인의 손으로 그 나라의 리더를 양육하는 데 기여할 수 있게 되었습니다.

## 태아·영아 생존 프로그램 CSP현황 (0-3세)

컴패션의 태아·영아 생존 프로그램은 WHO의 태아 영아를 살리는 7가지 전략<sup>1</sup>(정기적인 양육 환경 모니터링 <sup>2</sup>설사로 인한 탈수증 예방을 위한 경구수분요법 <sup>3</sup>모유수유 <sup>4</sup>예방접종 <sup>5</sup>문맹퇴치 <sup>6</sup>영양보충 <sup>7</sup>가족계획)과 전인적인 양육을 통해 태아 및 3세까지의 영아와 엄마들을 돕습니다.

국가	태아·영아 컴패션 센터 이름	인원
스리랑카	네르왓수두와 Neluwatthuduwa CSP센터 (2010 신규)	39쌍 *
스리랑카	칼보리 라자기리야 Calvary Rajagiriya CSP센터 (2010 신규)	35쌍
아이티	까르푸 Carrefour CSP센터 (2010 신규)	48쌍
에티오피아	울리소 카일 헤이웨트 Wolisso Kale Heywet	35쌍
우간다	은삼비아 Nsambya CSP센터	35쌍
인도	폴와리 Phoolwari CSP센터	60쌍
인도네시아	엘로힘 Elohim CSP센터	50쌍
탄자니아	멘노나이트 일링가 로드 Mennonite Iringa Road CSP센터	40쌍
태국	롬프라쿤 Rom-prakun CSP센터	59쌍
필리핀	메트로 Metro CSP센터	40쌍
필리핀	엔젤스 헤븐 Angels' Haven CSP센터	34쌍
필리핀	팀버시티 Timberty CSP센터	37쌍
필리핀	솔리드락 Solid Rock CSP센터	40쌍
필리핀	IBCP 틴코 IBCP Tionko CSP센터	40쌍
필리핀	빛과 삶 Light and Life CSP센터	40쌍

\* 한 명의 태아(영아)와 한 명의 임신부(엄마)가 1쌍

## 양육 보완 프로그램 CIV현황

양육 보완 프로그램은 어린이의 양육에 필요한 재난재해 복구, 긴급구호, 의료지원, 커리큘럼 개발 등의 여러 가지 사업을 진행합니다. 수혜국 현지에서 먼저 필요에 따라 철저한 조사를 통해 지원규모와 기간을 제안합니다. 이런 양육보완 프로그램의 진행과정은 꼭 필요한 부분에 적절한 기금을 사용되도록 하는 데 효과적으로 작용합니다.

해당 지역	2010 CIV 지원 사업	시작시기
가나 6개 지역	물탱크 및 세면대 설치 사업	1월
스리랑카	태아영아 생존 CSP센터 건축 사업	2월
인도네시아	수도시설 설치	4월
아이티	My Plan for Tomorrow 사업	5월
니카라과	어린이 축구교실	5월
필리핀 (루존지역)	10대 청소년 직업 교육	6월
인도네시아	수도시설 설치	6월
우간다	어린이를 위한 말라리아 예방 프로젝트	7월
인도네시아	어린이 환경보호 대사 프로젝트	8월
부르키나파소	제르베 어린이 심장수술	10월
동인도	어린이를 위한 도서관 설립	11월
태국	어린이센터 시설 개선 프로젝트	12월
우간다	SOS 어린이 지원	12월

한국컴패션은 지난 2010년 한국사회공헌대상 특별상을 수상했습니다. 이 상은 한국언론인포럼 주관으로 사회공헌활동에 모범적인 주체를 선정해 지속가능발전을 기대할 수 있는 사회를 만들고자 제정된 상입니다. 한국컴패션은 지난 1952년 한국의 전쟁고아를 돕기 위해 설립된 이래, 한국이 수혜국과 후원국의 위상을 거처오는 동안 전세계의 가난한 어린이들을 지속적으로 양육해온 단체라 심사위원 만장일치로 선정되었습니다.





사무실 통합 이전과 후원자들에게 개방된 스완슨홀

2010년 1월 한국컴패션은 그 동안 흩어져 있던 업무공간(본사 사무실, 컴패션 하우스, 컴패션미디어)을 하나로 묶어 사무실을 통합 이전했습니다. (주)제네시스그룹 등 많은 분들의 참여로 컴패션의 사역을 잘 알릴 수 있도록 꾸며졌으며, 특히 2층 스완슨홀은 누구에게나 개방된 공간으로 어린이들의 필요를 알리는 장소로 활용되고 있습니다. 컴패션을 방문하고 싶은 후원자 여러분이나 컴패션의 활동을 더 깊이 알고 싶은 분들을 환영합니다.



3. 이해관계자 커뮤니케이션

한국컴패션은 후원자와 자원봉사자를 비롯하여 컴패션을 사랑해주시는 모든 분들의 의견을 듣기 위해 여러 가지 커뮤니케이션 채널들을 운영해 왔습니다. 그런데 이번 지속가능성보고서를 준비하면서, 사회적으로 책임 있는 조직이 되려면 보다 많은 분들과 더 적극적으로 소통해야 한다는 점을 알게 되었습니다. 사회적 책임 국제 표준인 ISO 26000에서는 이해관계자와의 직접적이고 적극적인 커뮤니케이션을 강조하고 있으며, 한국컴패션도 이에 따라 이해관계자들과 소통하는 장을 마련하고 경청하였습니다.

• 2010 컴패션과의 대화 .....	34
• 이해관계자 설문조사 .....	36
• 이해관계자 인터뷰 .....	39
• 다양한 커뮤니케이션 채널 .....	41

## 2010 컴패션과의 대화

한국컴패션은 처음으로 ‘컴패션과의 대화’ 라는 프로그램을 기획하고 개최하였습니다. 컴패션과의 대화는 한국컴패션과 어떤 면에서든 서로 관계가 있는 이해관계자들을 초청하여, 한국컴패션에 대한 그 분들의 솔직한 의견과 바람을 직접 듣고 서로 이야기를 주고 받는 시간입니다.

### 2010 컴패션과의 대화 개요

한국컴패션은 처음 개최한 ‘컴패션과의 대화’ 를 통해 다른 커뮤니케이션 방식에서는 얻기 어려운 컴패션에 대한 다양한 의견과 아이디어들을 접할 수 있었으며, 나아가 대화에 참여한 분들 서로 간에 따뜻한 나눔의 마음과 열정도 공유할 수 있었습니다.

### 대화의 주제

2010 컴패션과의 대화는 자유주제로 진행했습니다. 한국컴패션의 첫 이해관계자 대화인 만큼, 컴패션의 과거와 현재 그리고 미래의 나아갈 방향에 대해 다양한 의견들을 자유롭게 나누었고, 이를 통해 참석한 모든 이해관계자들로부터 여러 가지 영역에서 다양한 의견들을 들을 수 있었습니다.

### 대화의 운영과 진행

2010 컴패션과의 대화는 이해관계자의 자유로운 의견 개진과 진행의 공정성을 보장하는 측면에서, 재능기부 그룹인 ‘이웃’ 이 대화를 진행하였습니다.

### 대화에 참여한 이해관계자

‘2010 컴패션과의 대화’ 에는 다양한 배경을 가진 12명의 이해관계자 여러분들이 참여하셔서, 한국컴패션의 역할과 나아갈 방향에 대해 좋은 의견들을 주셨습니다.



계태화 (번역MATE)  
편지번역자

구자윤 (후원자)  
회사원

민준호 (동종NGO)  
UNICEF

박성근 (후원자)  
의사

안다영 (VOC)  
고등학생

윤정희 (VOC)  
회사원

이경도 (VOC)  
대학생

이대웅(미디어)  
크리스찬투데이

이소영 (FOC)  
주한미대사관

이은경 (국제기구)  
UNGC

이지현 (후원자)  
회사원

한송희 (교회)  
빛과 소금 편집장

#### ISO26000에서는요. “이해관계자 참여”

ISO 26000에서는 어떤 조직이 이해관계자를 파악하고 조직에 참여할 수 있도록 하는 노력을 사회적 책임의 가장 기본적인 실행사항 중 하나로 강조하고 있습니다. 특히, 조직과 연관성을 맺고 있는 모든 이해관계자들과 끊임없는 실질적 커뮤니케이션을 통해 조직을 보다 투명하고 책임 있는 모습으로 발전시켜 나갈 것을 요청하고 있습니다.

### 이해관계자의 주요 의견

대화에서는 많은 논의들이 오갔습니다. 이 중 한국컴패션이 중요하게 검토하거나 앞으로의 조직 운영에 반영해야 할 것으로 생각되는 주요 의견들은 정리하여 내부적으로 어떻게 실천할 수 있을지 고민했습니다. 대화에서 나온 주요 의견들과 컴패션의 실천 노력은 다음과 같습니다.

#### ●후원자가 된 이후에도 지속적이고 자발적인 참여를 할 수 있도록 동기부여를 해주세요!

- 웹커뮤니티 ‘I Am Compassion’ 을 개설하여 온라인 커뮤니티 형성을 도와 드릴게요.
- 후원자들이 자신의 일터에서 컴패션을 알릴 수 있도록 도와 드릴게요.

#### ●다른 NGO처럼 한국컴패션도 보다 많은 사람들이 알 수 있도록 열심히 홍보해 주세요!

- 앞으로는 신뢰성 있는 방송 프로그램에도 참여하여 컴패션을 널리 알릴게요.
- 온라인마케팅, 후원자를 통한 전파 등 후원금 사용을 최소화하면서도 다양한 마케팅 활동을 추진할게요.

#### ●후원자와 수혜어린이 간에 더 깊은 관계가 이루어지도록 좋은 방법들을 많이 고민해 주세요!

- 후원 어린이와 현지 상황 정보가 보다 잘 제공될 수 있도록 국제컴패션에 건의 했어요.
- 신속하고 편리한 편지작성을 위해 웹기반 편지 작성 및 전달시스템을 구축하고 있어요.

#### ●컴패션 활동의 가치를 더 깊이 이해할 수 있는 교회들과 더 많이 협력해 주세요!

- 컴패션선데이를 중소교회로 확대하고 기자간담회 등을 통해 컴패션선데이를 알릴게요.
- 부산과 대구 등 여러 지역에서 지역교회와의 관계를 확대하도록 노력할게요.

#### ●후원자들이 기부와 나눔에 대해 더 잘 알 수 있도록 후원자 교육기회를 마련해 주세요!

- 교육팀을 신설해 원하는 곳에서 컴패션을 자유롭게 소개할 수 있도록 지원 할게요.

#### ●이번 대화처럼 컴패션과 더 많은 대화를 주고 받을 수 있는 다양한 채널을 만들어 주세요!

- 웹커뮤니티, 핫라인운영과 같이 더 많은 분들과의 커뮤니케이션 방법을 고민하고 있어요.

2010년 ‘컴패션과의 대화’ 를 통해, 무엇보다도 이해관계자와의 대화가 매우 유익하다는 점에 한국컴패션과 참석하신 모든 이해관계자들이 공감했습니다. 한국컴패션은 앞으로 매년 ‘컴패션과의 대화’ 를 개최할 계획입니다. 그리고 이번 ‘컴패션과의 대화’ 에서 나온 의견들은 본 지속가능성보고서에 관련 내용을 구체적으로 담았으며, 단계적으로 한국컴패션의 운영 방향에도 반영해 나갈 계획입니다.

## 이해관계자 설문조사

한국컴패션은 이번 지속가능성보고서를 준비하면서 후원자와 자원봉사자를 대상으로 설문을 통해 의견과 건의사항을 조사했습니다. 설문조사에는 총 718분이 응답해 주셨습니다.

### 설문조사 방법

설문조사는 한국컴패션의 지속가능경영과 연관된 11가지 이슈들에 대해 각각의 이슈들이 ‘한국컴패션의 운영에 얼마나 중요한지?’ 그리고 ‘한국컴패션은 얼마나 잘 실천하고 있는지?’ 를 5점 척도로 조사했습니다.

### 설문조사 주요 결과

설문조사 결과를 분석하여 아래와 같이 한국컴패션 입장에서의 주요 시사점을 정리했습니다. 전체 설문결과는 39페이지, 설문 주관식 의견은 38페이지에서 확인하실 수 있습니다.

#### 1 “한국컴패션은 공정하고 윤리적인 NGO인 것 같아요. 앞으로 더 깨끗한 NGO가 되주세요.”

중요도 1위  
실천정도 1위

‘공정하고 윤리적인 조직운영’은 한국컴패션에서의 중요성과 한국컴패션의 실천 정도 모두에서 점수가 가장 높게 나타났습니다. 이는 공정성과 윤리성이 한국컴패션의 운영에 가장 중요하며, 한국컴패션이 이를 잘 실천하고 있다는 이해관계자 여러분의 시각이 반영된 결과라고 할 수 있습니다.

#### 2 “믿음직한 컴패션. 후원자에게 더욱 신뢰와 믿음을 주는 NGO가 되주세요.”

중요도 2위  
실천정도 4위

‘후원자와의 신뢰관계 유지를 위한 노력’ 역시 중요성과 실천 정도에서 매우 높은 결과를 얻었습니다. 다수의 응답자들께서는 후원자 신뢰관계가 매우 중요하며 한국컴패션이 후원자들에게 신뢰를 주고 있다고 대답했습니다. 하지만 어떻게 하면 더욱 신뢰가 가는 컴패션이 될 수 있을지, 그리고 그러한 모습을 후원자들에게 어떻게 잘 전할 수 있을지를 계속 고민하겠습니다.

#### 3 “체계적이고 투명한 의사결정 프로세스를 갖춰주세요.”

중요도 3위  
실천정도 7위

응답자 여러분들은 한국컴패션이 투명한 의사결정 프로세스를 갖추는 것에 대해 매우 중요하게 여기고 있었습니다. 그러나 한국컴패션이 이를 잘 실천하고 있는지에 대한 평가는 상대적으로 잘 모르거나 관련 정보를 접하지 못하는 것으로 나타났습니다. 앞으로 투명한 의사결정을 위한 노력과 함께 한국컴패션의 관련 활동들을 잘 공개하는 것도 필요함을 깨달을 수 있었습니다.

#### 4 “한국컴패션의 사업을 통해 여러 이해관계자의 인권을 보호해주세요.”

중요도 4위  
실천정도 2위

‘다양한 이해관계자의 인권 존중’ 역시 한국컴패션에게 가장 중요한 이슈 중 하나로 파악되었습니다. 또한 한국컴패션은 현재까지 후원자, 수혜자 등 다양한 이해관계자의 인권을 존중하기 위해 열심히 노력하고 있다고 응답해 주셨습니다. 인권의 존중과 보호는 어린이의 양육을 맡고 있는 컴패션에게 매우 중요하며, 한국컴패션은 앞으로도 이러한 노력을 게을리 하지 않을 것입니다.

#### 5 “한국컴패션이 더 많은 사람들과 대화하고 소통하기를 바랍니다.”

중요도 8위  
실천정도 10위

‘이해관계자와의 커뮤니케이션’은 상대적인 중요도는 낮은 편이지만 중요도 자체는 높은 것으로 나타났습니다. 반면에, 커뮤니케이션을 위한 노력은 중요도에 비해 다소 부족했던 것으로 나타났습니다. 대화와 소통 노력은 본 보고서를 준비하면서 관심이 높아진 부분이며, 앞으로 보다 적극적으로 노력하겠습니다.

### 앞으로의 계획

설문조사결과는 한국컴패션의 실제 모습과 다른 부분이 있을 수도 있지만, 그럼에도 이해관계자 여러분의 눈에 비치는 공통된 모습이라는 점에서 의미가 큼니다. 한국컴패션은 되도록 모든 의견을 사업과 활동에 반영하기 위해 노력하겠습니다. 특히, 컴패션이 노력하는 다양한 모습들을 여러분과 공유하는데 더 많은 힘을 쏟겠습니다. 또한, 설문조사 역시 앞으로도 주기적으로 진행하여 한국컴패션에 대한 여러분의 다양한 의견을 경청할 계획입니다.

#### [참고1] 설문 주관식 의견

- 예수님의 사랑에 약소하나마 동참할 수 있어서 감사하고 있습니다.
- 컴패션이 투명하고 예수님의 사랑을 전하는 대명사가 되기를 소망합니다. 감사합니다.
- 아이들한테 보내는 편지지나 카드는 소중한 추억으로 간직될 테니 좋은 종이질로 보내는 것에 대한 것은 문제 없다고 생각하지만, 예전에 후원자들한테 보내지는 사업보고서 같은 책자를 받았는데 너무 좋은 종이에 인쇄하셨던 것을 봤습니다. 솔직히 계속 보관할 것도 아닌 것을 너무 비용을 많이 들이신 것은 아닌지 하는 생각이 들었습니다.
- 컴패션을 알리는 것도 중요하지만 무엇보다도 후원자들에게 이 아이들을 위해 기도할 수 있는 마음과 장소를 제공하는 것도 중요하다고 생각합니다. 기도하지 않으면 아이들에게 삶을 주는 것이 아니라 돈을 주는 것 밖에 안되기 때문예요.
- 어려운 시절 받은 것의 몇 배를 되돌려주기 위해 더욱더 홍보를 잘 해주세요!



## [참고2] 한국컴패션 이해관계자 설문결과

## 한국컴패션에 중요한 이슈 순위

공정하고 윤리적인 조직 운영	4.78
후원자 신뢰관계 유지를 위한 노력	4.73
체계적이고 투명한 조직의사결정 프로세스	4.7
다양한 이해관계자들의 인권 존중	4.55
지속가능한 발전과 지속가능경영 추구	4.54 <b>평균</b>
사업방식과 성과의 지속적 개선	4.48
자원봉사자를 위한 조직의 지원과 투자	4.46
다양한 이해관계자와의 커뮤니케이션	4.44
조직의 브랜드 관리 및 브랜드 가치 제고	4.34
수혜자 자원의 효과성 향상을 위한 노력	4.31
환경을 지키고 보호하기 위한 노력	4.29

4.78

4.29

5

4

3

2

1

## 컴패션에 대한 중요성

설문응답 결과 11가지 지속가능성 이슈 모두 5점과 4점 사이에 위치한 것으로 나타났습니다. 이는 이해관계자 여러분들이 제시된 모든 이슈가 한국컴패션의 운영에 상당히 중요하다고 생각하신다는 의미입니다. 점수가 높을 수록 중요한 이슈라는 것을 가리킵니다.

## 한국컴패션이 잘 하고 있는 활동 순위

공정하고 윤리적인 조직 운영	4.15
다양한 이해관계자들의 인권 존중	4.07
수혜자 자원의 효과성 향상을 위한 노력	4.04
후원자 신뢰관계 유지를 위한 노력	4.0
조직의 브랜드 관리 및 브랜드 가치 제고	3.97
지속가능한 발전과 지속가능경영 추구	3.94
체계적이고 투명한 조직의사결정 프로세스	3.94 <b>평균</b>
사업방식과 성과의 지속적 개선	3.87
자원봉사자를 위한 조직의 지원과 투자	3.76
다양한 이해관계자와의 커뮤니케이션	3.69
환경을 지키고 보호하기 위한 노력	3.45

4.15

3.45

## 컴패션의 실행 수준

설문응답 결과 상위 4개 이슈들은 5점과 4점 사이에, 하위 7개 이슈들은 4점과 3점 사이에 위치했습니다. 이는 이해관계자 여러분들이 제시된 이슈들에 대해 한국컴패션이 상당히 잘 하고 있거나 다소 잘 하고 있다고 생각하신다는 의미입니다. 하지만 모든 이슈들이 중요성에 비해 실행수준이 상대적으로 낮게 나타나 앞으로 더 노력할 필요가 있습니다.

\* 5점 만점

## 이해관계자 인터뷰

한국컴패션은 후원자 3분과의 인터뷰를 통해 컴패션에 대한 생각과 바람을 직접 들어볼 수 있었습니다. 컴패션에 대해 칭찬을 해 주신 부분은 더욱 잘 하도록 노력하겠습니다. 또한 이야기 가운데 나온 지적과 건의사항은 본 보고서에 공개하고 개선하도록 하겠습니다.

## 컴패션밴드

## “어린이를 영적으로 성장시키고 이를 통해 그 나라가 변화되는 것이 진정한 나눔의 열매”



이상민/ 개인사업

처음에는 컴패션이라는 단체도 알지 못하고, 왜 다른 나라 아이들을 도와야 하는지에 대해서도 이해가 가지 않았습니다. 그러다 우연한 기회에 평소 친분이 있던 차인표 형님과 함께 컴패션 밴드를 결성하게 되었고, 단순히 좋은 일을 하자는 가벼운 마음으로 컴패션 자원봉사 활동을 시작했습니다. 그런데 공연을 계속하게 되고 더불어 후원아이들을 직접 만나게 되다 보니 오히려 경험을 통해 아이들을 돕는 것의 의미를 이해하게 되더라고요. 컴패션을 돕는 활동을 하면서 느낀 점은 컴패션은 철저하게 기독교적 가치관을 바탕으로 사랑을 실천한다는 점이었습니다. 인간의 노력에는 한계가 있는데, 이러한 한계를 넘어서 변하지 않는 하나님의 마음을 실천하고자 하는 모습에서 진정성을 느끼게 됩니다. 컴패션의 슬로건처럼 ‘꿈을 잃은 어린이들에게 그리스도의 사랑을’ 이 이를 가장 잘 보여주는 것 같아요. 구호품을 전달하는 것도 중요하지만, 영적으로 아이들을 성장시키는 위대함을 직접 보면 감동하게 됩니다.

컴패션의 활동에 중심적인 역할을 맡고 있는 현지 교회들이 아이들에게 교육과 영적 성장 그리고 동기부여와 삶에 대한 좋은 마인드를 갖도록 해주는 것이 중요한 것 같습니다. 이렇게 성장한 어린이들을 통해 그 사회에 도움을 주고 이를 통해 그 나라가 변화되는 것이 진정한 나눔의 열매가 아닐까 생각합니다. 컴패션이 보다 윤리적이고 사회적 책임을 잘 감당하는 조직이 되기 위한 수단으로 여러 가지 노력을 기울이는 것은 바람직한 것 같습니다. 사람들로 부터 투명하고 깨끗한 모습을 기대 받고 있는 만큼 이 보고서를 통해 후원자들과 비후원자들에게 긍정적인 동기부여가 될 수 있으면 좋겠네요. 이러한 노력이 더 많은 사람들의 나눔의 실천으로 이어졌으면 좋겠습니다.



정재윤/ 음악감독



## 중·고등 VOC (Voice of Compassion)

“제가 후원하는 아이로 인해 오히려 제 꿈도 회복되고 희망을 얻게 되요”



정민교/고등학교 3학년

고등학교 1학년 때 할머니께서 돌아가시고 학교 선생님도 가스폭발로 돌아가셨어요. 동시에 집안 사정도 어려워져서 모든 것이 마음에 안 들고 하기 싫어졌던 적이 있었어요. 그런데 평소에 좋아하던 차인표씨의 활동을 보면서 컴패션을 알게 됐고, 조금이나마 후원을 하게 되면서 제 생각을 바꾸게 되었습니다. 나는 남을 도울 수 없는 상황이라고 생각했는데 적은 돈으로 남을 도울 수 있다는 기쁨, 그리고 나로 인해 더 어려운 아이들이 희망을 품을 수 있다는 생각이 큰 위안이 되었어요. 그래서 이 아이들의 희망을 위해 나도 열심히 살아야겠다는 각오를 하게 됐는데, 그러고 나니 제 꿈도 회복되고 성적도 많이 회복되었습니다. 고3 때는 중고등 VOC라는 컴패션의 중고등학생 모임을 알게 되었는데, 이 중고등 VOC 활동에 참여하면서 좋은 친구들까지 많이 만날 수 있었어요. 또 컴패션은 중고등 VOC 명함까지 만들어주셔서 학교 친구들과 선생님들께

결연과 편지후원 등 컴패션 활동을 열심히 알리고 있답니다. 저는 니카라과에 후원하는 아이가 있는데, 편지를 주고 받을 때마다 기분이 좋아요. 공부는 잘 못해도 꿈이 많은 아이인데 문제는 꿈이 매번 바뀌죠. 지금은 축구 선수가 꿈이래요. 처음에는 편지 답장을 대충 해주는 것 같더니 제가 마음을 담아서 자세하게 편지를 써서 보내니까 이제는 그 아이도 마음을 열고 자기만의 이야기도 해주고 그래요. 저에게 이런 아이들은 엔도르핀인 것 같아요. 저에게 희망을 주기 때문입니다. 저는 컴패션이 후원자들에게 후원 뿐만 아니라 그룹별 모임을 더 잘 제공해서, 보다 많은 사람들이 저처럼 적극적으로 컴패션 활동에 참여했으면, 그래서 더 많은 희망을 발견하고 기쁨을 누렸으면 좋겠다고 생각합니다. 컴패션을 모르는 사람들에게 컴패션을 더 잘 알려주셨으면 좋겠어요.

## 다양한 커뮤니케이션 채널

한국컴패션은 2010년 처음 실시한 컴패션과의 대화와 설문조사 외에도 이해관계자들의 소중한 의견을 받을 수 있는 다양한 커뮤니케이션 채널들을 운영해 오고 있습니다.

### SNS (Social Network Service)

한국컴패션은 2010년부터 페이스북(Facebook)과 트위터(Twitter)를 운영하고 있습니다. 실시간 양방향 소통의 공간으로 활용되고 있는 소셜미디어에는 2011년 2월 현재 후원자와 비후원자를 포함하여 10,044명이 참여하고 있습니다. 특히 트위터는 후원자 분들이 자신의 후원어린이를 자랑하던 곳에서 컴패션에 대한 궁금증을 해결하기도 하고 따뜻한 감동을 나누기도 하는 공간이 되고 있습니다. 앞으로도 소셜미디어를 통해 컴패션에 관심을 가진 분들이 숨겨진 컴패션의 여러 정보를 쉽게 찾아볼 수 있도록 지원하는 한편 여러분의 삶과 생각을 나눌 수 있는 나눔의 장이 되도록 하겠습니다.



Facebook 주소: <http://www.facebook.com/compassion.Korea>

Twitter 아이디: <http://twitter.com/CompassionKorea>

### 홈페이지 컴패션 나눔 / 참여광장

컴패션 공식 웹사이트의 나눔과 참여광장을 통해 이해관계자 여러분께 컴패션의 활동과 소식을 전해 드리고 있으며 방문하시는 분들의 참여도 가능합니다. 구체적으로 공지사향과 수혜국의 소식, 컴패션의 이벤트 소개와 컴패션과 관련된 국내외 보도 기사, 그 외의 관련 자료들을 모아 둔 자료실이 있고 온라인 상담 페이지도 마련해 놓고 있습니다. 마이페이지에서는 후원자가 결연어린이 정보 및 편지확인하고 쓰기 등과 같은 다양한 후원활동 메뉴도 마련해 단순한 기부를 넘어 적극적인 참여를 하실 수 있도록 지원하고 있습니다.

### 후원자 웹커뮤니티 'I am Compassion'

'I am Compassion' (<http://www.iamcompassion.or.kr>)은 공식 홈페이지나 소셜미디어와는 차별화된 컴패션 후원자들간의 참여형 온라인 공간입니다. 후원자의 경험을 직접 소개하고 의견을 나눌 수 있습니다.

### 직접 방문

한국컴패션은 후원자 여러분과 컴패션에 관심을 가지고 계신 분들의 직접방문도 환영합니다. 언제라도 사육을 방문하시면 다양한 자료와 볼거리들을 통해 컴패션의 가치와 사업 및 활동을 더 잘 이해하실 수 있습니다.



서로 동감인 후원자와 후원어린이 / 탄자니아

어린이들은 무한한 가능성을 지닌 존재입니다. 꿈을 꿀 수 있기 때문입니다. 컴패션은 어린이들의 모든 꿈을 응원합니다. 어린이들의 꿈은 나눌수록 커지는 사랑의 기적입니다. 가난은 있고 없고의 차이가 아닐 것입니다. 희망을 가질 수 있고 없고의 차이일 것입니다. 컴패션 안에서 어린이들은 부자입니다. 자신이 받은 사랑을 다른 사람들에게 전하고 싶어하는 가슴 따뜻한 꿈 때문입니다. ‘함께 아파하는 긍휼한 마음’의 의미를 가진 컴패션(Compassion)은 가난으로 고통 받는 어린이에게 꿈과 희망을 선물합니다.



## 4. 2010 관심 아젠다

• 투명성과 윤리경영 .....	44
• 거버넌스 .....	46
• 일하기 좋은 직장(Great Work Place) .....	47
• 파트너십 .....	52
• 그린오피스 .....	56
• 지역사회 개발과 기여 .....	60
• 아이티를 향한 사랑 .....	61



## 투명성과 윤리경영

한국컴패션은 정직을 최우선 가치로 삼고 있으며 윤리경영을 통해 이를 실천하고 있습니다. 직원 채용과 인사 절차, 경영진의 의사 결정이 공정하고 윤리적인 기준에 의해 이루어지도록 힘쓰고 있으며, 특히 재정 투명성을 확보하기 위한 노력을 지속적으로 해오고 있습니다. 또한 매년 후원자분들께서 보내주신 후원금을 엄격한 기준으로 집행하고, 사용내역을 투명하게 보고하고 있습니다. 한국컴패션은 설립된 이후 매년 외부 회계법인(삼정 KPMG)으로부터 감사를 받고 있으며, 자료를 인터넷 상에 공개하여 이해관계자들이 손쉽게 보실 수 있도록 하고 있습니다. 이러한 컴패션의 투명성 원칙은 채리티 네이게이터를 비롯한 외부 비영리기관 평가에서도 그 노력을 인정받고 있습니다. 그러나 한국컴패션은 외부기관의 평가외에도, 내부 직원을 비롯한 모든 이해관계자로부터 투명하고 윤리적인 경영으로 깊은 신뢰를 얻는데 더욱 최선을 다할 것입니다.

### 재정 사용의 '80:20 원칙'

컴패션은 후원자분들의 소중한 후원금을 사용함에 있어 '80:20 원칙'을 지키고 있습니다. 후원금의 80% 이상은 반드시 어린이들을 위해 사용한다는 이 원칙을 철저히 지키기 위해 자원봉사자들의 적극적인 사역 동참을 지지하며, 운영비 사용 시 늘 효율성과 정직성을 고려하고 있습니다. 이는 단순히 절약한다는 의미를 넘어 선택과 집중을 통해 효과적으로 재정을 운용하기 위해 노력함을 의미합니다. 수혜국 아이들을 위해 전체 금액의 80% 이상을 배분하는 원칙을 한국컴패션은 설립 이후 지금까지 매년 지켜오고 있습니다.

### 최우수 평가 재정투명성

국제컴패션은 미국의 대표적인 비영리기관 부문 평가단체, 채리티 네비게이터(Charity Navigator)로부터 2002년 이래 9년 연속 별 4개의 최고 평점을 받아, 5,500여 개의 유력한 자선단체들 가운데 재정투명성 상위 1%에 올랐습니다. 이는 전 세계 컴패션에서 동일하게 지켜지고 있는 재정 투명성에 대한 원칙을 외부 평가기관으로부터 인정받고 있음을 보여주는 것으로, 한국컴패션은 앞으로도 투명한 재정으로 모든 이해관계자로부터의 신뢰를 더욱 공고히 하겠습니다.

#### ISO26000에서는요. "공정운영관행"

ISO 26000은 투명성과 윤리적인 행위를 사회적 책임의 7가지 원칙 중 2가지로 제시하고 있습니다. 또한 공정한 조직운영, 반부패 등은 ISO 26000이 다루는 7가지 사회적 책임 핵심주제 중 하나에 해당합니다. 그만큼 사회적 책임을 실천하고자 하는 조직은 무엇보다 투명성과 윤리성을 최우선적으로 갖추어야 한다는 점을 강조하고 있습니다.

## 윤리강령 제정 및 실행

ISO 26000에서는 윤리경영을 조직의 핵심 가치와 원칙으로 문서화하고 지속적으로 관리해야 함을 강조하고 있습니다. 한국컴패션은 설립 당시부터 투명하고 윤리적인 조직 활동을 핵심 가치로 추구하고 있지만, 아직은 이를 체계화하는 과정에 있습니다. 앞으로는 조직의 가치를 반영한 컴패션 현장에 따라 구체적인 윤리강령을 제정하고, 컴패션의 구성원들 스스로 이를 점검할 수 있도록 행동 기준과 지침을 마련하고자 합니다. 또한 윤리경영 주관을 정하여 직원들이 투명하고 윤리적인 조직을 만들기 위해 노력해야 할 사항이 무엇인지 점검하고, 윤리적 딜레마 상황에 대한 사례를 내부에서 공유할 예정입니다. 또한 온라인으로 윤리경영 교육을 이수하여 임직원 개개인의 윤리의식을 더욱 높여가도록 하겠습니다.

### "컴패션을 신뢰하게 된 회계장부를 보고 왔습니다."



윤정아 후원자(미국 국세청 감사 콜롬비아 비전트립 참가자)

딜란을 만나기 위해 콜롬비아 비전트립을 다녀왔습니다. 콜롬비아 컴패션 사무실에 방문한 저는, 서정인 대표님의 권유로 장부를 검토하기 시작했습니다. 장부에는 작은 액수나 단순한 기본 지출까지, 항목별로 일목요연하게 정리되어 있었어요. 그러던 중, 12월 이월금 차액을 발견했습니다. 본능적으로 직업 의식이 발동해 꼼꼼히 뒷장의 서류를 확인했더니, 차액이 발생한 정확한 설명서와 함께 보충(back-up) 영수증까지 완벽하게 갖추어져 있었습니다. 딜란과 헤어질 때, 저는 아쉬운 마음을 내려놓고 컴패션 안에서 씩씩하게 자라기를 기도로 응원해주면 되겠구나 안도했습니다. 하나님께서는 그 동안 제가 해 온 일을 통해 컴패션 사역을 더욱 확실히 확인시켜 주셨구나 싶었습니다.



## 거버넌스

한국컴패션에는 사업활동의 방향과 계획을 의결하는 단위로 이사회가 존재합니다. 이사회는 한국컴패션의 정관에 따라 구성되며 매년 2회 정기적으로 개최됩니다. 이사의 임기는 3년으로 규정에 따라 연임이 가능합니다. 이사 선임은 다음 원칙에 따라 이루어지며 추후 정관에 이사 선임 원칙으로 정리하여 포함할 예정입니다.

- 개인의 믿음과 신앙고백이 컴패션의 사역과 일치되어 함께할 수 있어야 하며,
- 예수님과 어린이들을 위한 컴패션의 사역에 함께 하여 일할 수 있어야 하고,
- 컴패션의 사역을 위해 기도와 후원으로 함께 할 수 있어야 합니다.

현재 이사회는 서정인 대표이사를 비롯하여 한국컴패션의 비전을 공유하고, 청지기로서 컴패션과 함께 하고자 하는 총 다섯 분의 사외이사와 두 분의 감사가 참여하고 있습니다. 이사직을 맡으신 분들은 모두 보수를 받지 않고 직무에 임하고 있으며, 이사회의 의결 사안 및 활동은 따로 기록하여 보관하고 있습니다. 현재 여성 이사는 선임되어 있지 않으나, 한국컴패션은 이사회 선임에 있어 성별의 구분을 두고 있지는 않습니다. 향후 이사회의 구성에 있어 다양한 관점과 생각이 컴패션의 의사결정에 반영될 수 있도록 노력하겠습니다.

직위	성명	임기	직장
대표이사	서정인	2009.06.21 ~ 2012.06.20	한국컴패션
이사장	김석산	2009.06.21 ~ 2012.06.20	대전순복음교회
이사	김명호	2009.06.21 ~ 2012.06.20	국제제자훈련원
이사	남창호	2009.06.21 ~ 2012.06.20	범창종합기술
이사	Ed Anderson	2009.06.21 ~ 2012.06.20	국제컴패션
이사	이동원	2010.03.02 ~ 2013.03.01	지구촌 교회
감사	황규찬	2009.06.22 ~ 2011.06.21	자영업
감사	김도일	2009.06.22 ~ 2011.06.21	장신대학교 교수

이사들은 의사결정에 있어 독립성을 보장받고 있으며, 서정인 대표를 비롯한 리더십과의 깊은 신뢰를 바탕으로 한국컴패션의 운영과 관련된 의사결정에 적극적으로 참여하고 있습니다. 또한 이사회의 구성원들은 비전트립을 통해 수혜국을 방문하여 한국컴패션의 가치에 공감하고 사역을 더 깊이 이해하는 기회를 가지고 있습니다.

### ISO26000에서는요. “거버넌스”

ISO 26000은 조직의 사회적 책임에서 필수적으로 다루어야 하는 7대 핵심주제 중 하나로 거버넌스를 제시하고 있습니다. 조직의 중요한 시안들을 결정하고 추진하는 유무형의 의사결정 구조가 사회적 책임의 실천에 있어 핵심적인 요소라고 보기 때문입니다.

## 일하기 좋은 직장 (Great Work Place)

컴패셔너 (Compassioner), 이 세상 가장 낮은 곳에 처한 어린이들에 대한 사랑의 마음을 가지고 양육 사업에 헌신하는 컴패션의 직원들을 일컫는 단어입니다.

컴패션은 총 75명의 컴패셔너들로 구성되어 있으며 20~30대가 약 90% 이상을 차지하는 젊고 열린 조직입니다. 각기 다른 색깔을 가진 76 명이지만, 서로를 향한 신뢰와 존중 그리고 열정을 가지고 하나되는 조직, 공동체를 꿈꾸며 만들어가고 있습니다.

NGO의 특성상 인력이동이 많고, 이직을 쉽게 실행하는 직원들의 연령대가 많음에도 불구하고, 컴패션은 지속적으로 안정적인 고용을 유지하고 일하기 좋은 직장을 만들기 위하여 노력하고 있으며, 그 결과 2010년 이직률\*은 업계대비 낮은 0.76%로 나타나고 있습니다.

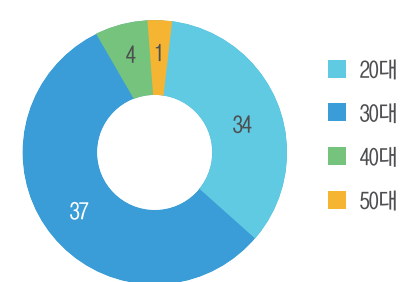
[임직원 구성현황 (명)]

구분	2008	2009	2010
정규직	39	49	60
비정규직	12	22	16
남	14	17	26
여	37	54	50
이직률 (%)	1.28	1.56	0.76

### ISO26000에서는요. “노동, 인권”

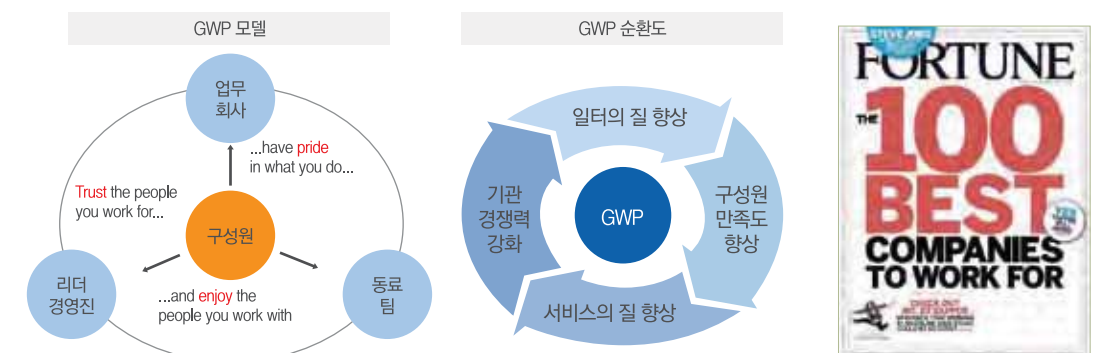
ISO 26000의 7대 핵심주제 중 하나는 바로 노동입니다. 조직에서 일하는 직원들을 얼마나 존중하고 있는지, 직원들의 근로조건이나 업무환경을 얼마나 안정적으로 제공하는지, 그리고 직원들이 원하는 바를 반영하기 위해 얼마나 노력하는지 등이 직원에 대한 사회적 책임의 중요한 지표로 제시되어 있습니다. 직장에서의 권리에 관한 내용들은 ISO 26000의 다른 핵심주제인 인권에도 포함되어 있습니다.

[연령대별 구성현황 (명)]



## 조직문화 진단

지난 2010년 12월 컴패션은 조직문화의 현 주소를 진단하고, 어떻게 하면 더 행복한 일터로 나아갈 수 있을지를 고민하고자 Fortune Magazine에서 실시하고 있는 ‘일하기 좋은 직장 (Great Workplace to Work)’ 을 토대로 자체 설문조사를 실시하였습니다.

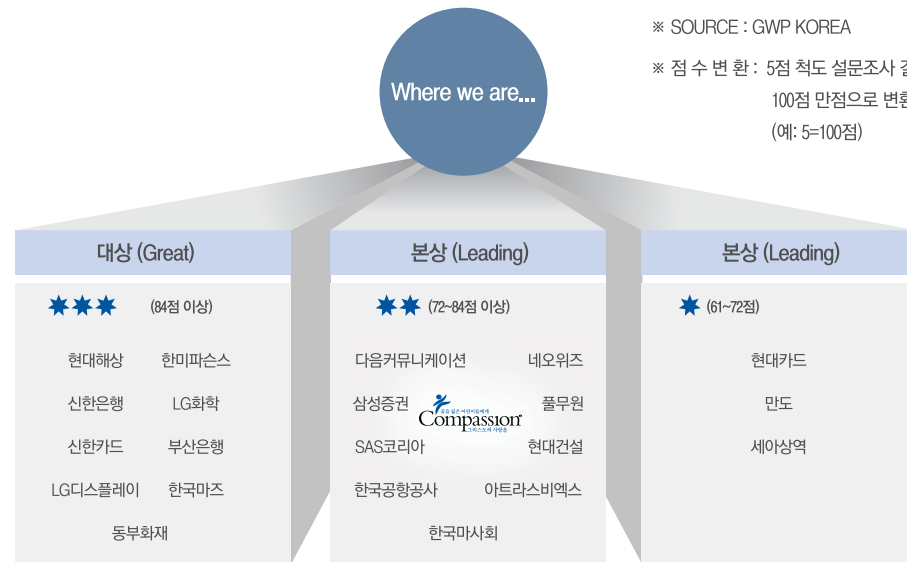


\*이직률 : (월 평균 이직자 수 / 월 평균 근로자 수) X 100%



## 일하기 좋은 직장 = 컴패션

‘일하기 좋은 직장 (Great Workplace to Work)’에 대한 설문조사 결과 한국컴패션은 100점 만점 기준의 74점으로 비교적 높은 점수를 획득하였습니다. 이는 국내 기업 중 일하기 좋은 직장으로 알려진 기업들과 유사한 수준입니다.



## 회사에 대한 자부심 (Pride) ★★★★★ 4.1점 (5점 만점)

“회사에 대한 높은 소속감과 자부심을 보유하고 있음”

설문조사 결과 가장 특징적인 부분은 직원들이 회사에 대한 높은 자부심과 소속감 그리고 수행하는 업무에 대한 긍지를 가지고 있다는 것입니다. 직원들은 컴패션이 추구하는 비전과 사업에 대하여 분명한 소명의식을 가지고 있으며, 회사와 동일한 지향점 아래 헌신과 열정을 통해 그 비전을 함께 이루어 가고 있습니다.

## 즐거워 조직 문화 (Fun) ★★★★★ 3.9점 (5점 만점)

“즐겁고 편안한 조직 분위기 안에서 하나되는 공동체”

직원들은 회사에 대한 주인의식과 더불어 동료에 대한 깊은 애정을 가지고 일하고 있습니다. “서로 하나되는 공동체”, “즐겁고 편안한 분위기”, “따뜻함으로 배려하고 축복하는 동료애” 등의 표현들은 컴패션 조직문화의 현주소를 잘 나타내는 단어들이입니다.

컴패션은 매주 5번 이상의 예배와 직원들의 크고 작은 모임들을 통해서 영성훈련과 소통의 자리를 마련하고 있습니다. 이러한 모임들을 통해 직원들은 서로를 향한 마음을 열고 동료들과 친해지는 시간을 갖고 있으며 서로를 위하여 중보 기도함으로써 동료애를 키워나가고 있습니다.

뿐만 아니라 팀 내, Peer Group(동료)간 워크숍과 자유로운 모임 및 그룹 활동을 통하여 열린 커뮤니케이션의 장을 만들어 가고 있으며, 크고 작은 일들을 함께 축하함으로써 공동체로서의 소속감과 연대의식을 강화해 나가고 있습니다.

## 신뢰 (Trust) ★★★★★ 3.5점 (5점 만점)

### 1. 개인존중 (Respect) : 업무환경

“직원들의 일과 삶의 균형 (Work & Life Balance)을 통한 삶의 질 향상도모”

컴패션은 직원들이 업무에 몰입할 수 있는 업무환경과 인프라를 갖추기 위하여 부단한 노력을 하고 있습니다. 특히, 일과 삶의 균형을 통해 삶의 질을 향상시킴으로써, 직원들이 업무에 더 큰 집중력을 발휘 할 수 있도록 지속적으로 노력을 기울이고 있습니다.



업무환경 개선

동호회 활동

보험가입 / 정기 건강검진

## 1-1. 보험 / 안전

### “건강과 안전을 최우선으로 고려”

컴패션은 직원들의 안전과 건강을 최우선으로 소중하게 생각합니다. 여타의 제조업체처럼 제품을 생산하는 공장 등이 없어 업무 중 보건/안전 관련 이슈들은 거의 발생하지 않고 있지만, 직원들의 건강과 안전을 고려하여 단체상해보험을 가입시키고 있습니다. 2010년 제설작업으로 1명의 직원이 부상을 입었으며, 컴패션은 입원비, 치료비를 전액 지원하였고 해당 직원은 현재 완쾌되어 업무로 복귀하였습니다. 컴패션은 2010년 직원들의 건강하고 안전한 환경 조성을 위해 컴패션에서 발송하는 봉투에 내용물을 삽입하는 작업장인 봉입실에 대한 환기시스템을 설치하였고, 2011년에는 보건관리 대행업체와 계약을 통해 직원대상 보건 관리를지속적으로 강화할 예정입니다.

## 1-2. 고충처리 / 직원상담

### “직원을 넘어 직원의 가족 구성원을 모두 소중하게 생각합니다.”

컴패션은 직원들의 고충과 심리적 스트레스 등을 효과적으로 해결하기 위하여 상담실을 운영하고 있습니다. 2010년에는 직원들이 약 160차례 상담실을 찾아 고충을 이야기하여 기관으로부터 직/간접적 도움을 받아 이를 해결했습니다. 컴패션은 직원들의 가족 구성원을 매우 중요하게 생각합니다. 이에 직원 가족의 재정적 문제, 재해, 질병 등으로 인한 어려움을 해결하기 위하여 금전적 지원, 가정방문과 중보기도를 실시하고 있습니다.

## 2. 공정성 (Fairness)

### 2-1. 차별대우

#### “다양성을 존중하고 차별 없는 공정한 조직문화”

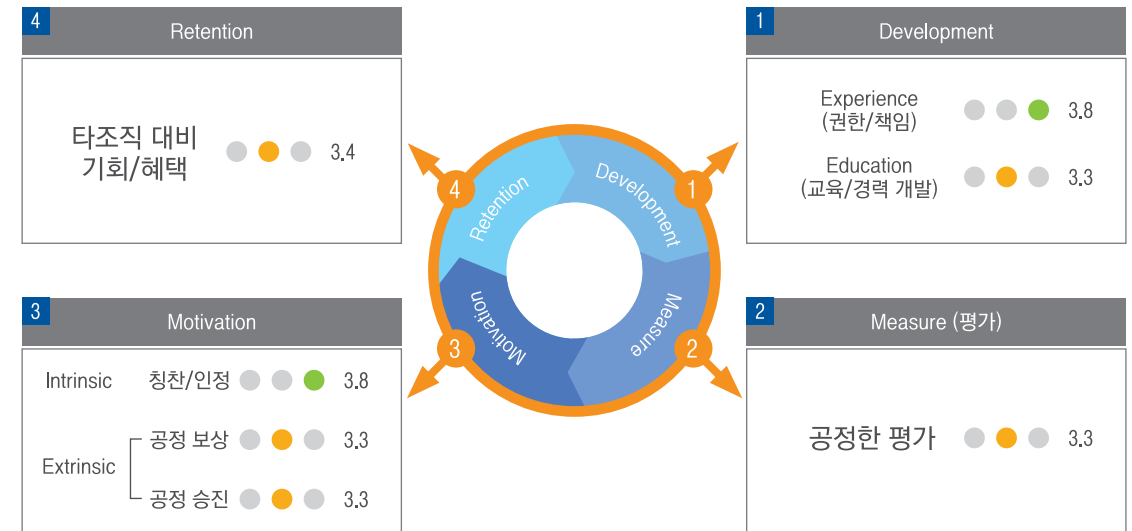
컴패션은 성별, 직급, 나이 그리고 학연이나 지연을 배제하고, 개개인의 다양성을 존중하며, 차별이 없는 공정한 조직문화를 구현하기 위해 애쓰고 있습니다. 차별대우에 관한 직원 설문조사에서도 5점 만점에 3.9점의 양호한 결과가 나와 이러한 노력이 어느 정도 결실을 맺고 있음을 알 수 있었습니다.

### 2-2. 인재육성 및 관리

#### “직원들의 체계적인 육성과 경력개발은 상대적으로 미흡한 편이며 지속적 개선이 필요 “

컴패션의 인재관리 정책은 국제컴패션의 HR정책과 시스템을 근간으로 만들어져 타 NGO 대비 상대적으로 좋은 시스템을 갖춘 것으로 나타났습니다. 그러나 직원의식조사 결과 직원들의 인재관리 부분에 대한 인식수준은 상대적으로 미흡한 것으로 분석되었습니다.

먼저, 직원 대상 전문가로의 성장에 대한 지원, 성과와 능력에 대한 객관적 평가를 통한 공정한 승진과 보상 그리고 육성 체계로의 연계는 NGO의 특성상 운영이 다소 미흡한 것으로 나타났습니다. 특히, 인재양성 측면에서 직원들 대상 적절한 권한과 책임의 부여를 통해 업무 경험을 통한 전문성 배양 부분에서는 잘 하고 있는 것으로 나타났으나, 전문가로의 성장을 위한 공식/비공식적 교육 프로그램과 경력개발 지원은 미흡한 것으로 나타났습니다. 동기부여 관점에서는 칭찬과 인정등의 내재적 보상이 잘 이루어지는 것으로 나타났습니다. 반면, 금전적 보상과 승진 등의 외재적 보상의 경우, 제도는 국제컴패션의 기준에 따라 잘 구성되어 있으나, 구성원들이 피부로 느끼는 공정성은 다소 보완이 필요한 것으로 나타났습니다.



TMS (Talent Management System :인재관리체계) 설문결과

컴패션은 이러한 현실에 대한 인식을 기반으로 지난 2009년까지 3차례에 걸쳐 지속적인 자문을 받아 HR 시스템을 업그레이드 하였으며, 2011년에는 직원들의 교육훈련체계 및 인사제도를 적극적으로 개선함으로써 직원들의 성장을 도모하고 인사제도의 공정성을 제고할 예정입니다.

### 2-3. 경영진에 대한 신뢰 (Credibility)

#### “리더십에 대해서는 높이 평가하지만 커뮤니케이션 문턱이 높음”

직원들은 경영진의 비전과 전략 그리고 경영 리더십에 대해서는 높이 평가하고 있는 반면, 회사의 변화 방향을 공유하고, 직원들의 공감대를 형성하며, 쌍방향으로 소통하는 부분에 대해서는 활성화 필요성을 이야기 하고 있습니다. 컴패션은 경영진 대상 조직진단 설문조사 결과를 지난 2011년 2월 공유하였으며, 직원들의 의견을 적극적으로 수렴하고 직원들의 눈높이에 맞춰 소통하는 방안을 마련하고 있습니다.

### 2-4. 노사위원회 구성

#### “직원과의 적극적 소통을 위한 노사위원회 구성”

컴패션은 직원들 대상 조직전반의 이슈에 대한 의견을 청취하고 이에 대한 공식적이고 실질적인 개선을 위하여 노사위원회를 구성할 예정입니다. 노사위원회는 기관측 3명과 근로자측 3명으로 구성될 예정이며 분기별 최소 1회 이상 공식모임을 개최하여 직원들의 복리후생과 근무환경 개선 및 경영전반에 관하여 직원의 참여를 도모할 예정입니다.

## 파트너십 – We are compassion

한국컴패션에게는 재정을 나누어 주시는 후원자 못지 않게 컴패션의 사업활동 전반에 큰 도움을주시는 분들이 있습니다. 바로 시간과 재능을 통해 컴패션 활동을 돕는 자원봉사자 그룹 그리고 컴패션의 활동을 지지하고 후원하는 교회와 기업 등 파트너십 기관들입니다. 특히 다른 NGO와는 달리 한국컴패션은 홍보, 편지번역, 행사 등 주요사업 분야에서 다양한 자원봉사자 그룹들이 깊이 참여하고 있습니다. 이러한 자원봉사자의 봉사 및 여러 기관들과의 협력은 단기적으로 컴패션의 사업에 큰 힘이 될 뿐만 아니라 장기적으로도 많은 열매를 맺는 견고한 신뢰관계로 발전하고 있습니다. 한국컴패션은 이렇듯 나눔과 봉사 그리고 협력의 손길로 함께하는 모든 분들께 또 하나의 가족과 같은 따뜻함과 기쁨을 드리고 싶습니다.

### 파트너십 그룹

한국컴패션과의 아래와 같이 다양한 분야의 수많은 개인 및 기관들과 협력하며 크고 작은 도움을 받고 있습니다.



그룹별로 소개하면,

### VOC (Voice of Compassion) – 컴패션의 목소리, 일반인 홍보대사



VOC는 컴패션의 일반인 홍보대사를 말합니다. VOC는 누구나 참여하실 수 있으며, 가난으로 고통 받는 어린이의 목소리를 보다 많은 사람들에게 전하고 컴패션 사업의 내용과 그 중요성을 알리는 역할을 하고 있습니다. 중고등학생의 경우 각각 중고등 VOC를 따로 구성하여, 청소년 홍보대사들의 적극적인 참여도 이끌어내고 있습니다. 2008년 1기를 시작으로 매년 기수 별로 활동하고 있으며, 지금까지 약 1,500명의 후원자들이 교육, 정기모임, 비전트립 등 다양한 VOC 활동을 통해 컴패션을 홍보해 주셨습니다. 한국컴패션은 교육자료 및 모임장소 제공, 결연행사 지원 등을 통해 VOC의 활동을 돕고 있습니다.

2010년 한 해 동안 서울 165명, 부산 75명, 총 240명의 VOC가 컴패션의 목소리가 되어주셨습니다. 매월 1~2회 정기 모임이 한국컴패션 사옥과 부산에서 진행되었고, 컴패션 사역 내용과 가치에 대한 교육을 통해 더욱 탄탄해진 VOC 활동이 되었습니다. 8월 VOC 태국 비전트립, 일일 찾집, 연극 '유츄프라카치아' 공연 초대를 통한 컴패션 소개 행사, 그리고 한국컴패션 부산 사진전 VOC 파티 등 크고 작은 행사(목소리)들을 통해 약 500명의 어린이들이 희망의 날개를 달게 되었습니다.

#### 중·고등학생 VOC, 작은 입술에 담긴 커다란 함성

2009년 중·고등학생 VOC가 출범한 이후 2010년에는 200여 명의 학생들이 참여했습니다. 한 달에 1~2회 정기모임을 통해 가난의 실상을 배우고 학교, 교회 등의 여러 모임에서 이를 알리고 있습니다. 2010년에는 월드컵 응원행사, 아이티 기금모금행사, 부모님 초청행사에 참여하고 진행하여 행사를 돋보이게 했습니다.

### FOC (Friends of Compassion) – 아이들의 꿈을 위한 자발적 헌신



FOC는 컴패션의 비전을 깊이 공유하고 컴패션을 알리기 위해 보다 자발적이고 적극적으로 홍보활동에 동참하는 분들입니다. FOC는 지난 2005년 한 후원자가 주최한 파티를 계기로 구성되었으며, 지금은 사회 전반에 폭넓은 네트워크를 갖고 있는 180여명의 FOC가 컴패션과 함께하고 있습니다. FOC는 각 구성원의 특성에 맞게 다양한 네트워크를 통해 기업과 교회에 컴패션과 컴패션의 사업을 소개하고, 또한 한국컴패션의 행사와 사업기획에 전문직 자원봉사자로 참여하고 있습니다. 이 같은 FOC의 적극적인 활동을 계기로 현재까지 약 8,000명의 새로운 후원자가 컴패션을 찾아 아이들과 사랑을 나누게 되었습니다.

2010년에도 총 4회에 걸쳐 FOC 파티를 개최하였으며, 이 파티를 통해 683명의 어린이들의 새로운 후원자를 만났습니다.



## 컴패션밴드 (Compassion BAND) – 아이들을 사랑하게 만드는 멜로디



컴패션밴드는 음악적 재능을 가진 전문가들이 아이들 후원을 돕고자 자발적으로 결성한 컴패션의 공식 밴드입니다. 2006년 5월 비전트립에서 아이들에게 받은 감동을 계기로 6명이 밴드를 시작하였으며, 2010년 3월 현재 공연연출가, 음악감독, 가수, 배우, 회사원 등 120여명이 활동 중입니다. 컴패션밴드는 컴패션 사역을 소개하는 여러 행사와 공연에 활발하게 참여하여 많은 사람들에게 감동을 전해주고 있으며 이를 통해 어린이들의 후원 결연 확대를 돕고 있습니다. 2009년에는 I am compassion 이라는 앨범을 통해 ‘사랑하기 때문에’ 라는 곡을 발표하는 등 재능기부를 통한 나눔의 좋은 사례를 만들어가고 있습니다.

## 홍보대사 – 마음이 더 아름다운 컴패션의 얼굴



한국컴패션 하면 탤런트 신애라, 차인표 부부를 떠올리는 분들이 많습니다. 일반 후원자 중 다수는 이들 부부가 컴패션의 아이들을 후원하고 나눔을 실천하는 모습에 마음이 움직여 컴패션 후원을 시작하셨습니다. 이렇게 대중적인 인지도와 나눔의 삶을 통해 컴패션의 활동을 알리고 있는 신애라씨는 한국컴패션의 홍보대사입니다. 차인표씨 또한 컴패션밴드로 활동하면서 홍보대사에 못지 않은 활동을 하고 있습니다. 이렇듯 한국컴패션의 홍보대사는 오랜 기간 교회, 기업, 미디어 등을 통해 컴패션의 가치와 사업활동을 사람들에게 전하고 더 많은 후원이 이루어지도록 알리는 역할을 하고 있습니다. 지난 2010년 10월 6일에는 가수 선(노승환)과 배우 정혜영 부부가 신애라 홍보대사에 이어 한국컴패션 홍보대사로 위촉되었습니다. 선·정혜영 부부는 2005년부터 어린이를 후원해 왔으며, 2008년 내 집 마련의 꿈을 이루고, 100명의 부모가 되기를 결심해 화제가 되었습니다. 선·정혜영 부부의 한국컴패션 홍보대사 활동은, 특별한 위촉식 없이 진행되었으며, 어린이 사랑은 물론 아름다운 선행을 베푸는 부부의 모습을 통해서 가족의 중요성을 알릴 수 있게 되었습니다.

## MATE – 컴패션의 숨은 손과 발



한국컴패션은 후원금의 80% 이상을 후원 어린이들의 양육에 사용하기 위해 그 외의 부문에서는 운영비를 최소화하고자 노력하고 있습니다. 컴패션이 이러한 원칙을 지킬 수 있는 중요한 이유 중 하나가 바로 여러 방면에 걸쳐 자원봉사로 돕는 MATE의 존재입니다. 약 5천명이 넘는 MATE 여러분들이 한국컴패션의 편지번역, 사무자원봉사, 행사자원봉사, 전문자원봉사(디자인, 사진, 영상 등)와 같은 일에 자발적으로 재능과 시간을 들여 큰 도움을 주고 있습니다. 한국컴패션과 같이 아직 규모가 작고 일손이 부족한 조직에게는 MATE처럼 업무에 참여하여 직접 도움을 주시는 분들이 큰 힘이 됩니다. 이렇게 열정을 다해 온/오프라인에서 한국컴패션의 일을 함께 감당해 주시는 MATE 여러분이 보다 안정되고 편안한 환경에서 많은 봉사활동에 집중할 수 있는 여건을 제공하려고 노력하고 있습니다.

## 교회 – 언제나 든든한 동반자



컴패션을 통해 아이들의 삶이 변화되는 것을 알게 된 많은 교회들이 한국컴패션의 활동에 참여하고 있습니다. 2010년 현재, 약 150개의 한국교회와 재미 한인교회들이 한국컴패션과 파트너십을 맺고 있으며, 각 교회의 목회자와 교인들은 컴패션 선데이, 컴패션데이, 자체 컴패션 선데이, 편지 후원, CIV 후원 등의 다양한 활동을 통해 컴패션의 활동에 큰 힘을 실어 주고 있습니다.

이 중 컴패션 선데이는 교회와 컴패션이 함께 어린이들을 위해 드리는 예배로서 많은 교회들과 컴패션의 사명에 대해 공유하고 마음을 나누는 좋은 기회가 되고 있습니다. 2010년 한 해 동안에도 24개 교회에서 컴패션 선데이를 개최했으며 5,962명의 어린이가 후원자를 만났습니다.

## 기업 및 단체 – 따뜻한 나눔 활동의 파트너



한국컴패션은 36개 기업 및 단체들과 공식적인 파트너십을 맺고 있습니다. 몇몇 기업들은 임직원이 함께 후원하는 매칭그랜트 프로그램(Matching Grant Program), 기업 내 컴패션 홍보 및 결연 행사, 기업과 컴패션이 공동으로 주최하는 바자회 그리고 컴패션 소개와 행사 후원 등으로 컴패션의 활동에 활발하게 동참하고 있습니다.

2010년에는 기아자동차, 국민은행, 기업은행, 서양네트웍스, 신세계, SK이노베이션, ELLE, G마켓 그리고 한국연예제작자 협회 등의 기업 및 단체들이 한국컴패션의 각종 행사 협찬, 1:1 리더십 결연 프로그램과 태아·영아 생존 프로그램과 양육보완 프로그램 참여, 크리스마스 선물금 기부 등으로 한국컴패션과 협력했습니다.

## NPO 단체 – 선한 일을 하는 NPO들의 공동체



한국컴패션은 2011년 2월 한국NPO공동회의에 가입하였습니다. 한국NPO공동회의는 한국의 비영리단체(NPO) 협의체로서, 우리나라 NPO 활동 및 비영리 분야를 연구하고 NPO의 지속가능한 발전을 고민하기 위해 2009년 10월에 설립된 기구입니다. 한국컴패션은 한국NPO공동회의의 가입을 계기로 비슷한 특성을 지닌 NPO들의 공동체 안에서 긴밀한 교류와 협력을 통해 지속가능한 발전에 기여할 수 있기를 바랍니다. 지속가능한 발전이 어느 한 조직의 노력만으로는 이루어지지 않는 만큼 한국컴패션은 좋은 일을 하는 다른 NPO들과 적극적인 협력을 해 나갈 예정입니다.

이번 지속가능성보고서를 발간하는 과정에서, 한국컴패션의 다양한 파트너십을 돌아보면서 컴패션이 정말 많은 분들의 도움을 받고 있다는 점을 다시 한 번 깨달을 수 있었습니다. 앞으로 한국컴패션에 힘이 되는 많은 단체와 자원봉사자 여러분의 참여가 보장되고 좋은 결실을 맺을 수 있도록 보다 많은 지원과 대화의 노력을 기울이지 않겠습니다.



## 그린오피스 (Green Office)

한국컴패션은 지속가능성 보고서를 작성하면서 ISO26000에서 제시하는 환경이슈를 내부적으로 검토하여, 조직에 적용할 수 있는 것이 무엇인지를 처음으로 고민하였습니다. 이러한 과정들을 통해 한국컴패션이 현재 실천하고 있는 친환경 활동들의 의미를 되새길 수 있었으며, 앞으로 어떻게 기후변화와 환경문제에 기여할 수 있을지에 대해서도 보다 깊이 생각해 볼 수 있었습니다.

### ISO26000에서는요. “환경”

” ISO 26000에서는 사회적 책임의 7대 핵심주제 중에서도 환경을 비중있게 다루고 있습니다. 조직의 규모와 특성을 떠나 모든 조직은 전세계적인 기후변화와 에너지, 환경오염 등의 문제들에서 책임 있는 모습을 가져야 한다는 것입니다. 이를 위해, 조직의 운영의 전반에 걸쳐 환경을 보호하고 자원과 에너지를 절약하는 구체적인 방안들을 제시하고 있습니다.

## 컴패션과 환경보호

한국컴패션은 그 동안 자발적으로 승강기 대신 계단 이용하기, 머그컵 사용하기 등 일상 생활 속에서 에너지를 절약하고 환경을 보호하는 활동을 해왔습니다. 하지만 이러한 노력들은 한국컴패션의 환경의식을 반영한 활동이었다기보다는 컴패션에서 근무하는 임직원 개개인의 자발적 실천에 따른 것이었다고 할 수 있습니다. 게다가 공장 없이 도심의 사무실에서 주로 활동을 하는 컴패션이 조직의 활동과 의사결정에서 환경을 고려하는 것은 쉽지 않은 일이었습니다.

하지만, 이번 보고서를 준비하면서 지구 온난화 및 전세계적인 환경 이슈들이 실제 컴패션의 전직원은 물론, 수혜 어린이들과도 밀접하게 연관되어 있음을 더 깊이 깨달았습니다. 더불어 지속 가능한 컴패션을 위해 환경을 생각하는 경영의 필요성을 깊이 공감하게 되었습니다.

한국컴패션은 전 지구적 공동체의 일원으로서, 후손에게 물려줄 소중한 자원을 빌려 쓰고 있음을 잊지 않고 양육 받은 아이들이 살아갈 미래가 더 나아지도록 기후변화와 자원 고갈에 대해 지속적인 관심과 책임의식을 가지고자 합니다. 또한, 이를 실천하기 위해 환경경영 활동을 지속적으로 전개할 예정입니다.

## 친환경 건물 진단

한국컴패션의 주된 에너지 소비원은 현재 본사로 사용하고 있는 한남동 사옥입니다. 한국컴패션은 우선 이 건물에 대해 친환경성 여부를 살펴보기로 하였습니다. 친환경 건물 진단은 재능기부 모임 ‘이웃’ 의 자문을 받아 국제적인 친환경건축물 인증인 LEED 의 기준을 적용하여 자체적으로 검토(Feasibility Study)하였습니다.

LEED Existing Building(EB) 2009 의 10가지 필수항목(Prerequisite)의 타당성 여부를 판단한 결과, 에너지 효율 분석이 선행되어야 하는 한가지 항목을 제외하고, 6개 항목에 대해서는 기준에 어느 정도 부합한다는 검토 의견을 받았습니다. 그리고 나머지 항목에 대해서는 아래와 같이 환경 측면의 개선을 위한 권고 사항을 전달받았습니다.

- 수자원효율을 높이기 위하여 세면대 수도꼭지를 기준 유량에 맞는 제품으로 교체할 것
- 서버실에 설치된 두 대의 에어컨을 친환경냉매 제품으로 바꿀 것
- 에너지 사용 측면에서는 ‘에너지 절약 매뉴얼’ 을 만들어 건물 운영의 친환경성을 고려할 것.

이와 함께, 현재 구비되어 있지 않은 층별 환기시설에 대해서는 상대적으로 공사의 범위가 크고 영향이 클 것으로 판단되어, 한국컴패션 내부에서 비용과 운영 측면을 고려한 설치 여부를 판단 하도록 권고 받았습니다. 한남동 사옥은 한국컴패션이 임대하여 사용하는 건물이기 때문에 진단 결과를 모두 반영하기는 어렵지만, 위의 4가지 권고사항 중 제품 교체와 매뉴얼 제작 등은 내부 논의를 거쳐 점차적으로 실천해 나갈 계획입니다.

## LEED 란?

LEED 란 미국의 녹색건축위원회 (USGBC: US Green Building Council) 에서 개발한 국제적으로 인정받는 **녹색건물인증제도**이며, Leadership in Energy and Environmental Design 의 약자입니다. LEED 는 모든 건물유형 즉 주택, 단지개발, 상업용 인테리어, 신규건축, Core and Shell, 학교 및 의료기간, 상점 등에 적용 가능하며, 또한 건물의 라이프사이클 - 설계, 시공, 운영 등의 모든 단계에서 적용 가능한 녹색건물인증제도 입니다



## 그린오피스 (Green Office) 활동

한국컴패션은 그 동안 자발적으로 실천해오던 환경보호 노력을 체계화하여 그린오피스 활동을 전개해 나가고자 합니다. 사무실 내에서 자원 절약과 재활용에 관심을 기울이고 환경보호 활동을 실천함으로써 자원고갈과 환경문제 해결에 보탬이 되는 작은 노력들을 이어갈 계획입니다. 또한 전기를 비롯한 에너지 사용을 줄이도록 노력하여 사회적인 에너지 소비 절감에도 기여하고자 합니다.

## 이면지 사용

컴패션은 지난 2010년 한 해 동안 A4 용지를 약 368,000매 가량 사용하였습니다. 이는 30년 된 원목 약 37그루를 베어내고, 1,060Kg의 이산화탄소를 발생시킨 것과 같습니다. A4 종이 사용량은 인원수에 비해 많은 편이 아니지만, 자원절약의 실천을 위해 내부적으로 이면지 사용을 적극 권장하고 있습니다. 2011년에는 전년 대비 재생지 사용량을 20% 이상 늘리고, 전체 종이 사용량 중 재생 펄프의 비율을 지속적으로 높여나갈 계획입니다.

## 물 사용량 절감

약 75여 명의 직원들이 근무하고 있는 한국컴패션 사옥의 2010년 연간 물 사용량은 961톤이었습니다. 현재 사옥은 2010년 2월에 이사를 온 건물이기 때문에 전년 대비로 비교 가능한 물사용량 데이터는 없습니다. 그러나, 상주 직원의 인원 대비 사용량은 적은 편으로 물을 아껴 쓰는 노력은 계속해 왔으며, 앞으로도 지속적인 관리를 하겠습니다.

## 자원 재활용

컴패션은 사무실 내 머그컵 사용을 일상화 함으로써 일회용품 사용량 줄이기를 실천하고 있습니다. 그리고 손님 접대용으로는 컴패션 컵을 사용하여 청결을 유지하면서도 컴패션을 홍보하는 효과적인 수단으로 활용하고 있습니다. 또한, 각 사무실마다 종이컵 수거함을 설치하였고, 폐지 수거함도 곧 설치할 예정입니다. 아울러 각종 쓰레기 처리 시에는 철저한 분리 수거를 통해 재활용률을 높이는 데 힘을 보태고 있습니다. 컴패션은 2011년에도 일회용품의 사용을 줄이고 자원 재활용률을 높이는 활동들을 꾸준히 고안하고 실천할 예정입니다.

## 에너지 절약

한국컴패션은 2010년 한 해 동안 272,763kW의 전력을 사용하였으며, 115.65tonCO<sub>2</sub>의 온실가스를 배출한 것으로 나타났습니다. 현재까지 한국컴패션은 몇 가지 에너지 절약 노력을 실천해 오고 있습니다. 계단 이용을 권장하여 엘리베이터 이용을 줄이고, 청소기 대신 비와 걸레로 사무실을 청소하는 등 사무공간에서 실행할 수 있는 여러 가지 방안들을 실천에 옮기고 있습니다. 앞으로도 한국컴패션은 에너지 사용량을 지속적으로 관리하면서 사무실 내에서 실천할 수 있는 에너지 절약 방안들을 고민하도록 하겠습니다.

### 2011년 한국컴패션의 에너지 절약 계획

- 전력기기를 교체할 때에는 고효율 기기를 적극 활용하겠습니다.
- 이용하지 않는 기기의 대기전력을 차단하여 생산적이지 못한 에너지 소비를 줄이겠습니다.
- 더운 여름철에는 넥타이 착용 자율화, 티셔츠 입기 장려 등을 통해 냉방을 적게 하면서도 쾌적한 환경에서 근무할 수 있도록 하겠습니다.

## 온실가스 감축

한국컴패션은 전화 및 화상 통신으로 컴패션 본부 및 파트너 국가의 직원들과 회의를 진행함으로써, 항공 및 기타 교통수단 이용을 최소화하고 있습니다. 이는 온실가스 배출량 감축은 물론, 조직 운영비 절감으로도 이어집니다. 2010년에는 약 40여 차례의 회의를 온라인으로 개최하였으며, 향후에도 정보통신기술을 적절히 활용하여 환경을 고려하면서 비용도 줄이는 다각적인 노력을 계속할 것입니다.

## 빅루프 (Big Loop) 프로젝트

### 어린이에게 보낸 사랑이 동물에게 이어지도록

빅루프(Big Loop) 프로젝트는 어린이들의 삶을 보호하면서 어린이가 사는 지역의 멸종위기 동물도 함께 보호하기 위해 고안되었습니다.

### 프로젝트 배경

지구를 생각하는 착한 디자이너 박규리의 재능기부로 시작된 본 프로젝트는 두 가지 문제의식에서 착안했습니다.

- 컴패션 후원국의 어린이들은 너무 가난하여 신발과 가방 없이 맨발로 책을 손에 들고 등교하는 경우도 많습니다.
- 각 대륙의 수혜국들은 대부분 열대 우림과 야생동물 서식지 보유국이나 빈곤한 생존 현실 때문에 멸종위기 동물에 대한 지식이나 돌볼 겨를이 없습니다.

이 두 가지를 고민한 빅루프 팀은 각국의 멸종위기에 처한 동물 컨셉을 개발하여 아이들에게 보내는 선물 제품군을 만들었습니다.

### 제품 개발

동물학자 김선하씨의 도움으로 과학적 사실에 기반하여 후원국 인접국가군 별 멸종위기 동물 7종의 캐릭터를 개발했습니다. 이를 어린이용 신발과 가방, 장난감 등 어린이들에게 필요한 각 제품에 적용하였습니다. 제품 제작은 질기고 가벼운 친환경 소재, 최소한의 생산비용, 최소한의 폐기물 등과 같은 원칙 하에 이루어지고 있습니다.



빅루프 프로젝트를 통해 어린이들이 공부하고 생활하는데 도움을 줄 뿐만 아니라 어린이가 동물과 친해지는 계기를 마련하고 나아가 동물보호에 대한 교육적 효과도 기대할 수 있습니다. 빅루프(Big Loop)란 이처럼 어린이에게 전해진 사랑이 다시 동물에게 전달되는 커다란 고리를 의미합니다. 어린이에게 보낼 선물을 준비하는 후원자 분들도 지구사랑을 선물하시는 것은 어떨까요?

지역사회 개발과 기여

어린이들이 온전하게 양육 받기 위해서는 이들이 자라는 지역사회의 상황을 고려한 보다 통합적인 지원이 필요합니다. 컴패션은 양육 보완 프로그램(CIV)을 통해 후원 받는 어린이들이 경제, 사회, 환경적으로 더 나은 환경 속에서 양육될 수 있도록 하고 있습니다. 어린이들의 건강과 발달 그리고 안전에 관한 노력을 기울일 뿐 아니라 어린이들이 자라는 마을과 지역사회의 개선을 위해서도 적극적으로 노력하고 있습니다.

2010년에도 한국컴패션은 CIV 프로그램을 통해 전세계 10개국에서 13개의 프로젝트를 선정하여 진행했습니다. 각 프로젝트들은 건강과 질병 예방, 안전한 어린이 양육 환경 마련, 환경보호, 지역사회 역량개발, 기초 및 기술교육 등 해당 지역의 필요에 따라 다양하게 추진되었습니다.

지역	프로젝트명	자원내용	분야				
			보건	안전	교육	환경	지역사회 역량개발
가나 6개 지역	물탱크 및 세면대 설치 사업	카소아 지역의 6개 어린이 센터에 물탱크와 세면대를 설치하여 어린이들이 깨끗한 물을 이용할 수 있게 되었고 관련 위생교육을 실시했습니다.	●	●	●		
스리랑카	태아·영아 생존 CSP센터 건축사업	태아·영아 생존 프로그램에 등록된 70명의 엄마와 아이에게 최적의 환경에서 양육을 받을 수 있도록 기존 건물에 교실을 추가로 지었습니다.		●	●		●
인도네시아	수도시설설치	IO784어린이센터의 어린이들과 지역 주민들이 수인성질환을 예방하도록 깨끗하고 안전한 물을 이용할 수 있는 수도시설을 설치했습니다.	●	●			
	수도시설설치	IO593어린이센터의 어린이들과 지역 주민들이 수인성질환을 예방하도록 깨끗하고 안전한 물을 이용할 수 있는 수도시설을 설치했습니다.	●	●			
	어린이 환경보호대사 프로젝트	나무 심기 활동을 통해 환경을 보호하고 지켜내는 새로운 경험을 하게 되었으며 그룹별로 나무를 키우면서 환경을 보호하는 법을 배웠습니다.			●	●	
아이티	My Plan for Tomorrow 사업	12세 이상의 어린이들이 삶의 꿈과 목표를 세우고 이를 이루는데 실제적인 도움과 관리할 수 있는 도구가 되는, 'My Plan for Tomorrow' 16,000권을 출판하고 어린이들의 꿈을 이루기 위한 수업을 진행했습니다			●		●
니카라과	어린이 축구교실	360명의 어린이들이 축구를 배우고 축구팀의 단원으로 활동 하면서 신체적으로 건강하고 사회정서적으로 안정적인 발달을 할 수 있었습니다.	●		●		●
필리핀 (루존지역)	10대 청소년 직업교육	사회 진출을 앞두고 있는 루존과 파라완 지역의 10대 청소년들이 2012년까지 2년 6개월 동안 좋은 직업을 가질 수 있도록 기술교육이 진행 중입니다.			●		●
우간다	어린이를 위한 말라리아 예방 프로젝트	우간다의 어린이들이 말라리아의 공포에서 벗어날 수 있도록 2,500가정에 모기장을 공급하고 있으며 말라리아 예방교육을 진행하고 있습니다.	●		●		
	SOS 어린이 지원	소년소녀가장 가정과 위탁가정에서 지내는 200명의 어린이들에게 영양 공급과 생필품 제공, 집이 없는 50 명의 어린이들에게 지역사회 내에서 머물 수 있는 위탁 가정을 제공해주었습니다.	●				
부르키나 파소	제르베 어린이 심장수술	2년 동안 심장병을 앓아온 제르베가 친구들과 신나게 뛰어 놀며 공부할 수 있도록 심장수술을 해주었습니다.	●				
동인도	어린이를 위한 도서관 설립	3,385명의 어린이에게 양질의 도서와 미디어를 제공 하고 친구들과 나눌 수 있도록 도서관을 만들었습니다.			●		●
태국	어린이센터 시설 개선	TH-641 탄프라폰 어린이센터에서 더 안전하고 건강한 환경을 만들어주기 위해 건축 프로젝트가 시작되었습니다.	●	●			●

[특별] 아이티를 향한 사랑

아이티와 컴패션

아이티는 중남미 카리브해에 위치한 작은 섬나라입니다. 아이티는 서반구에서 가장 가난한 나라 중 하나로 알려져 있는데, 전 국민의 80%가 빈곤 상태에 있으며 이 가운데 54%는 절대빈곤상태에서 놓여 있습니다. 허리케인, 지진 등의 자연재해로 농작물 재배가 힘든 탓에 식량의 90%를 수입에 의존합니다. 컴패션은 아이티에서 1968년부터 어린이 양육 활동을 시작했습니다. 2010년 현재 63,376명의 어린이들이 274개의 어린이센터를 통해 양육 받고 있습니다. 이 중 수도 포르토 프랑스에는 약 6천 명의 어린이들이 컴패션을 통해 양육되고 있습니다. 어린이센터에 등록되는 어린이들은 가난한 아이티 상황 중에서도 가장 도움이 절실한 어린이들로 지난 대지진과 같은 자연재해의 직접적이고 가장 큰 피해자이기도 합니다.

대지진의 피해

2010년 1월 13일(현지시간 1월 12일) 수도 포르토 프랑스에서 발생한 리히터 규모 7.0의 지진으로 인해 아이티 전체에 걸쳐 약 2 백만 명의 사상자가 발생했습니다. 컴패션 어린이들과 가족들도 큰 피해를 입었으며 이는 컴패션의 직원들과 후원자들에게도 큰 슬픔이었습니다.

아이티 컴패션 어린이 피해 현황					
전체 피해 어린이		한국후원자 피해 어린이	전체 피해 어린이		
어린이 부상	892명	16명	어린이 사망	62명	3명
부모님 부상	1,084명	27명	부모님 사망	88명	4명
집 파손	13,364명	373명	집 붕괴	4,355명	117명





## 기금 모금 현황

컴패션은 대지진으로 인한 피해를 돕기 위해 아이티 대지진 복구 기금으로 2,770만 달러를 모금하였습니다. 이 중 한국에서는 22억 2천 7백만 원의 모금이 이루어졌습니다. 159개의 교회가 약 9억 3천 3백만 원의 기금을 전달해 주었고, 차인표·신애라 부부, 선·정혜영 부부가 각각 1억원의 지원금을 쾌척했습니다. 해피로그를 통해 약 4천 1백만 원, 컴패션밴드로부터 약 3천 4백만 원의 기금이 모금되었고, 성주그룹, 우림건설과 같은 기업들의 지원도 이어졌습니다. 이 외에도 함께 눈물을 흘리고 아이들의 빠른 회복을 위해 기도를 해주신 후원자분들의 격려도 잊따랐습니다.

### 대지진 복구사업 기금 모금 현황

국제컴패션 아이티 복구사업 기금 총 모금액 : \$27.7백만

한국 후원자 총 모금액 : 22억 2천 7백만 원 (2010년 6월 기준)

※ 한국컴패션은 사랑으로 모아진 기금을 100% 현지 아이티 어린이와 가족들을 위해 사용합니다.

## 대지진 복구사업

컴패션은 현지 직원들의 헌신적인 노력으로 지진 발생 4개월 만에 주요 피해 지역 협력교회 내 어린이센터의 피해 정도와 생사 파악, 어린이 가족의 피해 정도 그리고 필요한 지원사항의 상세 파악까지 모두 마쳤습니다. 이와 함께, 컴패션은 긴급지원사업과 장기복구사업을 현지의 상황과 필요에 맞게 적절하게 계획해 실행해 오고 있습니다.

### 긴급지원사업

컴패션은 대지진으로 인한 피해 중 의식주 및 부상, 질병과 같이 생존과 직결되어 시급하게 해결해야 하는 분야에서 긴급지원사업을 실행했습니다. 아울러 재해 가운데서도 컴패션의 양육 프로그램이 지속될 수 있도록 지원하였습니다.

\$2,110,738.10	긴급 식량지원사업 (음식과 물, 생필품, 응급 의료품 지원)
\$252,093.00	어린이센터 재개 사업 (어린이와 엄마, 영아 심리검사, 외상후 장애 치료 워크숍, 그룹치료, 연령별 교육, 식사와 간식 제공)
\$5,000.00	의약품 배급
지속적인 지원 예상	임시 대피소 사업
\$382,000.00	단기 의료 지원 사업
\$60,000.00	컴패션어린이센터 임시 수업공간 지원 사업
\$60,000.00	1:1 리더십 결연 프로그램(LDP) 재개 사업 (피해 학생 복구 지원, 건강검진, 멘토링 훈련 등)
\$11,387.00	의료기기 공급 사업
\$595,460.00	단기 건강 보완 지원 (어린이와 가족에게 위생 키트 배분과 예방접종, 보건 시설 확충과 건강상태 재검사와 조치)
\$139,077.48	어린이센터 직원 지원

### 장기복구사업

장기복구사업은 4가지 장기 전략을 토대로 이루어지고 있습니다.

1. 컴패션 어린이센터 재활성화와 컴패션 커리큘럼 재정립을 위한 지원
2. 장기적 건강관리 - 피해를 입은 컴패션 어린이센터의 재건축 지원, 물, 위생, 청결시설 건축
3. 피해 어린이 가족 집 재건축
4. 수입창출활동 지원을 통한 장기 식량지원

위와 같은 4가지 전략에 중점을 두고 2010년 8월부터 고취약 어린이 돌보기, 어린이 인권 보호활동, 어린이보호지원 사업 등을 지속적으로 추진해오고 있습니다.

\$232,334.00

어린이 보호를 위한 장기복구사업

(지진으로 고아가 되거나 장애인이 된 어린이들을 장기적으로 보호하기 위해 전문가들이 투입, 향후 2-3년 동안 체계적으로 지원)

작년 아이티에서 발생한 대지진은 지구 반대편에서 일어났지만, 우리와 한 가족으로 결연을 맺은 어린이들의 아픔이며, 가족으로서 우리들이 겪은 슬픔입니다. 이번 대지진은 아이티에 국가적으로 심각한 피해를 입힌 사건으로, 그 피해 규모가 막대하여 아직도 많은 도움의 손길이 필요합니다. 후원자 여러분의 지속적인 관심과 지원을 부탁드립니다.







후원자 김세진<sup>14</sup>세, 남. 한국과 후원어린이 벨디 타이 미란자<sup>10</sup>세, 남. 인도네시아

어린이는 단 한 명의 후원자와 결연을 맺습니다. 캠페션은 물질적인 후원만이 아닌 1:1 결연을 통한 관계를 강조합니다. 어린이들은 후원자로부터 경제적인 자원뿐만 아니라 놀라운 메시지를 전해 듣게 됩니다. 지구 저편의 누군가가 나에게 관심을 갖고 나의 내일에 기대하고 있다는 믿음, 그리고 나는 별볼일 없는 존재가 아니라 소중한 존재라는 확신을 갖게 됩니다. 가난을 물리치고 가족과 지역을 품고 일어설 수 있게 됩니다. 작은 어린이가 품은 놀라운 꿈은 후원자의 믿음과 사랑으로 자라납니다. 후원자와 어린이가 함께 만드는 사랑의 기적입니다.



## 5. 부록

• 2010 재무현황 .....	66
• 제3자 검토의견 .....	68
• GRI G3,1 INDEX .....	72
• UNGC & ISO 26000 연관표 .....	76
• 작성에 참여한 분들 .....	78
• 독자설문지 .....	79

2010 재무 현황

재무상태표  
Statements of Financial Position

사회복지법인 한국컴패션		단위 : 천원	
과목	제 8(당)기	제 7(전)기	
<b>자산</b>			
I. 유동자산	8,243,932	6,178,076	
(1) 당좌자산	8,195,095	6,099,261	
현금및현금성자산	594,119	611,758	
단기금융상품	7,270,040	5,005,252	
매출채권	8,168	6,773	
미수금	200,135	292,355	
미수수익	98,422	68,878	
선금	14,658	101,725	
선납세금	9,553	12,520	
(2) 재고자산	48,837	78,815	
II. 비유동자산	2,848,983	2,498,346	
(1) 투자자산	500,000	500,000	
매도가능증권	500,000	500,000	
(2) 유형자산	729,391	571,441	
차량운반구	61,420	61,420	
감가상각누계액	(42,129)	(34,873)	
비품	1,062,745	518,481	
감가상각누계액	(458,477)	(246,787)	
건설중인 자산	105,832	273,200	
(3) 무형자산	427,872	323,826	323,826
소프트웨어	427,872	323,826	
(4) 기타비유동자산	1,191,720	1,103,079	
임차보증금	1,145,000	1,057,559	
기타보증금	46,720	45,520	
자산총계	11,092,915	8,676,422	
<b>부채</b>			
I. 유동부채	2,167,783	2,136,258	
매입채무	-	29,168	
미지급금	2,032,147	2,018,938	
미지급비용	84,690	44,454	
예수금	50,946	43,698	
부채총계	2,167,783	2,136,258	
<b>순자산</b>			
I. 제약이 없는 순자산	2,815,984	1,519,220	
II. 일시적 제약이 있는 순자산	5,109,148	4,020,944	
III. 영구적 제약이 있는 순자산	1,000,000	1,000,000	
순자산총계	8,925,132	6,540,164	
부채및순자산총계	11,092,915	8,676,422	

운영성과표  
Statements of Activities

사회복지법인 한국컴패션		단위 : 천원	
과목	제 8(당)기	제7(전)기	
	제약이 없는 순자산의 변동	일시적 제약이 있는 순자산의 변동	영구적 제약이 있는 순자산의 변동
	합 계	제약이 없는 순자산의 변동	일시적 제약이 있는 순자산의 변동
	영구적 제약이 있는 순자산의 변동	합 계	
<b>I. 사업수익</b>			
1. 현금기부금	-	42,733,377	-
2. 현물기부(GIK)	69,077	-	-
3. 운영후원금	232,321	-	-
4. 이자수익	97,724	-	-
5. 제약이 해제된 순자산	41,645,173	(41,645,173)	-
6. 수익사업매출	67,977	-	-
합 계	42,112,272	1,088,204	-
<b>II. 사업비용</b>			
1. 프로그램활동	35,186,963	-	-
1:1 어린이상육후원금	34,137,052	-	-
후원관리프로그램비	1,049,911	-	-
2. 보조활동	5,741,737	-	-
기금조성비	2,715,876	-	-
일반관리비	3,025,861	-	-
3. 수익사업활동	101,157	-	-
매출원가	27,526	-	-
판매비와 일반관리비	73,631	-	-
합 계	41,029,857	-	-
III. 사업이익	1,082,415	1,088,204	-
IV. 사업외수익	214,354	-	-
V. 사업외비용	5	-	-
VI. 순자산의 증가	1,296,764	1,088,204	-
VII. 기초순자산	1,519,220	4,020,944	1,000,000
VIII. 기말순자산	2,815,984	5,109,148	1,000,000

순자산의 분류

순자산은 기부자가 제시한 제약의 종류에 따라 영구적 제약이 있는 순자산, 일시적 제약이 있는 순자산 및 제약이 없는 순자산으로 분류하여 표시합니다.

- **영구적 제약이 있는 순자산** 은 기부자의 의도에 따라 일정한 목적에만 사용할 수 있는 순자산, 처분하지 못하고 보존하여야 하는 순자산 및 기부자의 의도에 따라 투자하여 영구적인 수익금이 발생하도록 되어 있는 순자산을 포함합니다.
- **일시적 제약이 있는 순자산** 은 미래의 일정시점에 또는 일정기간의 경과 후에 자산을 사용하여야 하는 시간 상의 제약, 특정용도에 자산을 사용하여야 하는 용도 상의 제약 또는 이들 두 가지 제약이 동시에 부과된 순자산을 의미합니다.
- **제약이 없는 순자산** 은 일반적으로 재화 또는 서비스를 제공하여 발생하는 수익, 제약이 없는 기부를 받음에 따라 발생하는 수익 및 수익성 자산에 투자하여 발생하는 수익에서 관련 비용을 차감한 결과의 금액입니다.

## 제3자 검토의견

한국컴패션의 2010년 지속가능보고서 발간을 축하드립니다.

이번 보고서는 국제양육 NGO로서는 처음으로 지속가능보고서를 발간한 것으로서 그 의미가 크다고 생각합니다. 한국컴패션은 2003년 한국이 종전의 수혜국에서 후원국으로 자리바꿈한 후 빠르게 성장하여 오늘 컴패션 후원국 중 3위에 달할 정도로 성장하였고, 세계어린이를 돕는 일에 많은 기여를 하고 있습니다.

2010년 말에는 유엔글로벌콤팩트에도 가입하여 유엔의 보편적 가치구현과도 궤를 같이 하고자 하는 것을 기쁘게 생각합니다. 아울러 2010년 말 출품한 ISO 26000에도 주목하며 사회책임의 이행에 앞장서고자 하는 의지를 높이 평가합니다. 한국컴패션은 핵심가치를 분명하게 설정하고 있으며, NGO로서의 사회적 책임을 분명히 인식하고 있습니다.

최근 한국컴패션은 이해관계자와의 대화를 발전시키며, 중요성 분석 테스트를 실시하여, 본 조직이 추구해야 할 지속가능추진의 기본 가치 개념을 도출하였습니다. 기금 조성, 관리라는 단체의 사업 특성상, 특히 준법과 투명성을 바탕으로 한 윤리경영이 조직운영에 가장 중요하다는 인식하에, 정기적인 회계법인 감사, 자료공개 및 기금 운영의 80:20 원칙을 준수하여, 미국 채리티 네비게이터로부터 재정투명성 최상위평가를 받을 정도로 노력한 것이 돋보입니다. 투명성과 윤리는 구호기관의 신뢰 증진에 가장 중요한 가치이므로, 현재 컴패션의 기본 가치가 잘 반영된 윤리현장을 바탕으로 보다 구체적인 윤리강령과 지침을 명문화하고 윤리교육을 더욱 강화해 나가기를 바랍니다.

또한 후원자를 포함한 여러 이해관계자와의 소통을 중요시하면서, “2010 컴패션과의 대화”, 설문조사 등을 통하여 이해관계자들의 의견을 제공 받아 지속가능 사업추진에 반영하고 있음을 환영합니다. 컴패션이 소셜 미디어를 통해 많은 후원자, 비후원자들과의 대화를 발전시키고 있는바, 앞으로도 이런 부분에 더욱 투자할 필요가 있다고 봅니다. 한국컴패션은 즐거운 조직문화, 자부심과 신뢰증진, 공정성의 견지 등을 통하여 직원 조직 문화를 밝게 발전시키고 있음이 주목됩니다. 현재 여러 이해관계자를 파트너로서 인식하고 사업에 함께 하고 있는 상황에서, 이번 지속가능보고서의 발간은 이들 파트너 그룹들과의 협력 증진에 기여할 것입니다.

환경부문에서도 개인별로 그린오피스 구현을 위하여 적극적인 활동을 벌이고 있는 것도 주목됩니다. 한국컴패션의 모든 사업은 유엔의 개발목표와 연계되는 것이며, 2010년에 최소 10개국에서 13개 프로젝트 지원사업을 수행했고, 2010 아이티 지진 장기복구사업지원을 위하여서도 능동적인 역할을 하였는바, 이러한 기여는 UN MDGs에 대한 적극적인 사례로서 지속가능보고서에 포함해 국제사회가 알도록 해야 할 것입니다. 또한 앞으로 어린이 양육을 위한 사업 추진에 있어 인권적 요소의 배려도 적절히 포함시켜 나갈 수 있을 것입니다.



UN Global Compact 한국협회  
사무총장 주철기



이번 보고서는 한국컴패션이 사회적 책임 관점에서 발간하는 한국컴패션의 첫 번째 보고서로서, 한국컴패션은 본 보고서를 통해 조직의 사회적 책임 영역에 포함되는 다양한 주제들을 최대한 광범위하게 다루고자 하였습니다. 보고서의 체계에 있어서도 ISO 26000에서 제시하는 7대 주제와 올해 부분 개정된 GRI G3.1의 지표들을 체계적으로 포괄하기 위한 노력이 엿보입니다. 비용과 자원에 제약이 있는 NGO로서 이렇듯 체계성을 갖춘 지속가능성보고서를 작성했다는 점은 향후 다른 NGO들이 사회적 책임 관점을 어떻게 조직에 통합할 수 있을지를 보여주는 모범사례가 되리라 생각합니다.

보고서에 대한 검토는,

- 조직의 지속가능성 의사결정과 활동에 있어 이해관계자들의 참여 기회를 보장하고 있는가?
- 조직 및 이해관계자들에게 중요한 이슈들을 체계적으로 파악하여 보고하고 있는가?
- 이해관계자 관심 이슈들에 대해 충분히 보고하고 있는가?

라는 세 가지 원칙을 기준으로 진행하였습니다.

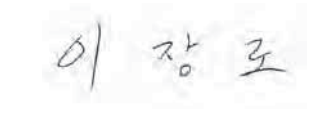
먼저 이해관계자 참여 측면에서 이번 보고서는 한국컴패션이 다양한 이해관계자들과 커뮤니케이션을 실행하고 이를 조직의 활동에 반영하고자 하는 노력이 사실적으로 잘 기술되어 있습니다. 특히, 이해관계자들과의 대화, 설문조사 및 인터뷰를 통해 다양한 의견을 수렴하고 소셜미디어와 커뮤니티 사이트와 같은 이해관계자 참여의 장을 마련하고 있다는 점, 그리고 이를 통해 나온 의견을 조직에 반영하고자 노력한다는 점이 한국컴패션의 진정성을 잘 드러내주고 있다고 판단됩니다.

중대성 측면에서는 사내 비전과 정책, 외부 지속가능성 관련 규범, 국내외 NGO 평가기준, 설문조사, Peer Review, 미디어 분석 등 여러 분석 과정을 거쳐 한국컴패션의 이해관계자들이 중요하게 생각하는 이슈를 파악하고 이에 근거하여 중요 이슈를 중심으로 보고하고 있다고 여겨집니다.

보고의 충분성에 있어서는 각 이슈 별로 기술된 내용과 관련 이미지, 도표들을 통해 컴패션의 사업 성과와 다양한 환경적, 사회적 활동을 되도록 투명하게 보고하고자 하는 한국컴패션의 의지를 읽을 수 있었습니다. 특히, 부족한 부분에 대해서는 솔직하게 보고하고 개선 계획을 함께 보여주고 있다는 점에서 한국컴패션이 지속가능성보고서의 목적을 잘 이해하고 본 보고서를 작성한 것으로 생각됩니다.



고려대학교 경영대학  
교수 이장로





다만, 조직이 빠르게 성장하고 있는 만큼 전체적으로 조직구조와 정책 및 업무프로세스의 체계성 면에서도 보다 적극적으로 내실을 기할 수 있기를 바랍니다. 이사 선임의 원칙을 비롯하여 이사회와 조직 전반에 걸친 거버넌스의 정당성을 보다 체계적으로 마련해 놓을 필요가 있다고 생각합니다. 또한 대외적인 투명성 평가에서 높은 명성을 유지하고 있는 만큼, 윤리강령이 아직 한국컴패션 조직 내에 문서화되어 공유되고 있지 못하고 있다는 점은 다소 아쉬운 부분입니다. 아울러, 한국컴패션의 조직 기여도 측면에서 일정 수준의 비중을 차지하는 자원봉사자들에 대한 정책이 아직 체계적으로 갖춰져 있지않은 점도 향후 개선되기를 바랍니다. 기준과 원칙의 문서화는 한국컴패션과 같이 급속하게 성장하는 조직이 핵심 가치와 고유의 조직문화를 유지하고 관리할 수 있게 해주는 중요한 수단이며, 동시에 지속가능성과 관련된 조직의 노력을 볼 수 있는 단면입니다.

본 보고서가 첫 번째 지속가능성보고서라는 점을 고려할 때, 전반적으로 다루는 이슈의 범위와 내용의 구성이 국제적인 가이드라인의 보고 요건들을 잘 충족하고 있습니다. 이런 점에서, 본 보고서가 사회적 책임을 고민하는 국내외 여타 NGO 들에게 큰 도움이 되리라고 보며, 한국컴패션의 이해관계자들에게도 지속가능성에 대한 컴패션의 진정성 있는 노력을 잘 전달할 수 있을 것으로 생각합니다. 앞으로도 지속가능성 가치를 한국컴패션의 전직원들이 공유하고, 더욱 책임 있는 조직의 체계를 갖출 수 있도록 노력해 주시기를 바랍니다.



## 사랑, 그 이상의 나눔

도미니카공화국의 한 작고 연약한 어린이가 쓰레기로 가득한 강, 배 위에 당당히 서 있습니다.  
가난을 바꿀 수 있는 힘은 한 사람의 꾸준하고 오래 가는 사랑입니다.  
한 어린이가 온전한 어른으로 자라게 하는 가장 큰 힘이 됩니다.

GRI G3.1 Index

주제	보고위치	보고수준/ 보충설명
1. 전략과 분석		
1.1 최고의사결정자가 조직과 지속가능성의 연관성을 밝힌 선언문	대표메시지	●
1.2 주요 영향, 위험 및 기회에 대한 기술	대표메시지	●
2. 조직 프로필		
2.1 조직 명칭	한국컴패션소개	●
2.2 대표 브랜드, 제품 및 서비스	한국컴패션소개	●
2.3 조직 구조	한국컴패션소개	●
2.4 본사/본부 소재지	한국컴패션소개	●
2.5 주요 사업장이 있는 국가의 수와 이름	한국컴패션소개	●
2.6 소유구조 특성 및 법적 형태	한국컴패션소개	●
2.7 대상 시장	한국컴패션소개	●
2.8 보고조직 규모	한국컴패션소개	●
2.9 보고기간 중 규모, 구조 또는 소유 구조상의 중대한 변화		N/A 첫 보고서이며, 중대한 변동사항 없음
2.10 보고기간 중 수상 내역	2010 하이라이트	●
3. 보고 매개변수		
3.1 보고 대상 기간	보고서개요	●
3.2 가장 최근 보고서 발간 일자		N/A 첫 번째 보고서임
3.3 보고 주기	보고서개요	●
3.4 보고서 및 관련 내용에 대한 문의처	보고서개요	●
3.5 보고서 내용 정의의 프로세스	중요성분석	●
3.6 보고경계	보고서개요	●
3.7 보고범위 또는 보고경계 상의 제한사항	보고서개요	●
3.8 합자회사, 자회사 등의 중요사안에 대한 보고 기준		N/A 해당사항 없음
3.9 데이터 측정 기법 및 계산 기준	보고서개요	●
3.10 이전 보고서에 제시된 정보의 재기술 효과 및 사유		N/A 첫번째 보고서임
3.11 보고범위 및 측정방법 상의 주요한 변화		N/A 첫번째 보고서임
3.12 보고서 내에서 표준 공시 사항의 위치를 나타내는 표	GRI G3.1 연관표	●
3.13 보고서에 대한 외부 검증 정책 및 현재 활동	제3자 검토의견	●
4. 지배구조, 책임, 참여		
4.1 조직 지배구조	거버넌스	●
4.2 이사회 의장의 임원 겸직 여부	거버넌스	● 대표이사가 이사회와장 겸임
4.3 독립적이거나 임원이 아닌 이사회 구성원의 수	거버넌스	●
4.4 이사회에 대한 주주 및 직원의 의견 제시 메커니즘		○
4.5 이사 및 임원의 보상과 조직 성과와의 관계	거버넌스	●
4.6 이사회 내의 이해상충을 방지하기 위한 절차	거버넌스	●
4.7 이사회 구성원들의 자격, 전문성을 결정하는 절차		○
4.8 경제, 환경, 사회 성과와 관련된 내부의 행동강령 및 원칙	한국컴패션소개	●
4.9 이사회가 경제, 환경, 사회 성과를 파악 및 관리하는 절차		○
4.10 이사회 자체의 경제, 환경, 사회 성과를 평가하는 절차		○
4.11 사전예방의 원칙과 접근방법 채택	거버넌스	●
4.12 경제, 환경, 사회 관련 참여 중인 외부 원칙, 이니셔티브	2010 하이라이트	● UNGC
4.13 협회 및 국가별/국제적 정책기구 멤버십 현황	파트너십	● 한국NPO공동회의
4.14 이해관계자그룹 목록	한국컴패션과 이해관계자	●
4.15 이해관계자 식별 및 선정 기준	한국컴패션과 이해관계자	●
4.16 이해관계자 참여 방식	2010 컴패션과의 대화, 이해관계자 설문조사, 다양한 커뮤니케이션 채널	●
4.17 이해관계자 참여를 통해 제기된 주제와 관심사, 대처 방식	2010 컴패션과의 대화	●

주제	보고위치	보고수준/ 보충설명
경제		
EC 1 직접적인 경제적 가치의 창출과 배분		● 2010 재무현황
EC 2 기후변화의 재무적 영향과 사업활동에의 위험, 기회요인		○ 관련 활동 없음
EC 3 연금 지원 범위		● 2010 재무현황
EC 4 정부보조금 수혜 실적		● 정부지원금 없음
EC 5 주요사업지역에서 현지 최저임금 대비 신입사원 임금 비율		○
EC 6 주요사업지역에서의 현지 구매 정책, 관행 및 비율		N/A
EC 7 현지인 우선 채용 절차 및 현지 출신 고위관리자 비율		N/A
EC 8 공익을 우선한 인프라 투자 및 지원활동과 그 효과	지역사회 개발과 기여	●
EC 9 간접적인 경제적 파급 효과	지역사회 개발과 기여	●
환경		
EN 1 중량 또는 부피 기준 원료사용량		N/A 제조업 아님
EN 2 재생 원료 사용 비율		N/A 제조업 아님
EN 3 1차 에너지원별 직접 에너지 소비량		○ 데이터 미비 (2010년 사육이전)
EN 4 1차 에너지원별 간접 에너지 소비량		○ 데이터 미비 (2010년 사육이전)
EN 5 절약과 효율성 개선으로 인해 절약된 에너지량	그린오피스	● 활동은 있으나, 정량적 결과도출 미비
EN 6 에너지 효율, 재생가능에너지 공급을 통한 에너지 감축량	그린오피스	● 활동은 있으나, 정량적 결과도출 미비
EN 7 간접 에너지 절약 사업과 성과	그린오피스	● 활동은 있으나, 정량적 결과도출 미비
EN 8 공급원별 총 취수량	그린오피스	● 직접적인 취수 활동 없음 (상수도 이용)
EN 9 취수로부터 큰 영향을 받는 용수 공급원		N/A
EN10 재사용 및 재활용된 용수 총량과 비율		N/A 직접적인 취수 활동 없음 (상수도 이용)
EN11 생태계 보호구역에 소유, 임대, 관리 중인 토지의 위치, 크기		N/A 해당사항 없음
EN12 생태계 보호구역 내에서의 사업활동으로 인해 미치는 영향		N/A 해당사항 없음
EN13 보호하거나 복원한 서식지		N/A 해당사항 없음
EN14 생물다양성을 위한 현행 조치 및 향후 계획		N/A 해당사항 없음
EN15 조직 활동의 영향을 받는 멸종위기종 수 및 위험도		N/A 해당사항 없음
EN16 직, 간접 온실가스 배출량	그린오피스	● 간접 온실가스 배출량 기재
EN17 기타 간접 온실가스 배출량		○
EN18 온실가스 배출량을 감소시키려는 노력과 성과	그린오피스	●
EN19 오존파괴물질 배출량		N/A 파악되는 배출량 없음
EN20 NOx, SOx 등 중요 대기 오염물질 배출량		N/A 파악되는 배출량 없음
EN21 최종 배출지별 총 폐수 배출량 및 수질		N/A
EN22 형태 및 처리방법별 폐기물 배출량	GRI G3.1 연관표	● 하루 평균 100L (한달 평균 100.44kg 폐기물 사용)
EN23 중대한 유해물질 유출 건수 및 유출량		N/A
EN24 바젤 협약에 규정된 폐기물의 운송, 반입, 반출, 처리 비율		N/A
EN25 폐수 배출로 인해 영향을 받는 수역 및 관련서식지		N/A
EN26 제품 및 서비스의 환경 영향 저감 활동과 성과		○
EN27 판매된 제품 및 관련 포장재의 재생 비율		○
EN28 환경규제 위반 건수, 벌금 및 비금전적 제재 건수		● 위반사항 없음
EN29 제품 및 원자재 운송과 임직원 이동의 중대한 환경 영향		N/A 직접적인 사업 범위에 포함되지 않음
EN30 환경보호 지출 및 투자 총액		○ 대응 내용 없음

주제	보고위치	보고수준/ 보충설명
사회: 노동여건 및 관행		
LA 1 고용 유형, 고용 계약 및 지역별 인력현황	일하기 좋은 직장, 한국컴패션 소개	●
LA 2 나이, 성별, 지역에 따른 직원 이직 건수 및 이직률	일하기 좋은 직장	●
LA 3 상근직 직원에게만 제공되는 혜택	일하기 좋은 직장	● 퇴직연금 제공
LA 15 성별에 따른 육아 휴직 후, 복직 비율	GRI G3.1 연관표	● 100%(2010년 1명 휴직 후, 복직)
LA 4 단체 교섭 적용 대상 직원 비율	일하기 좋은 직장	●
LA 5 중요한 사업 변동 사항에 대한 최소 통보 기간		○
LA 6 노사 공동 보건 안전 위원회가 대표하는 직원 비율	일하기 좋은 직장	●
LA 7 부상, 직업병, 손실 일수, 결근 및 업무 관련 재해 건수	일하기 좋은 직장	●
LA 8 심각한 질병에 관한 직원, 가족, 지역주민 지원 프로그램		○
LA 9 노동조합과의 정식 협약 대상인 보건 및 안전 사항	일하기 좋은 직장	●
LA10 직원 형태별 일인당 연평균 교육 시간	일하기 좋은 직장	●
LA11 지속적인 고용과 퇴직 지원을 위한 교육 및 학습 프로그램		○
LA12 정기 성과평가 및 경력 개발 심사 대상 직원의 비율		○
LA13 이사회 및 직원의 구성현황(성, 연령, 소수 계층 등)	거버넌스	●
LA14 직원 범주별 남녀 직원간 기본급 비율		○
사회: 인권		
HR 1 인권 조항을 포함하거나 인권심사를 받는 주요 투자 협약		N/A 투자계약 없음
HR 2 주요 공급업체 및 계약업체의 인권 심사 비율		○ 데이터 미비
HR 3 업무 관련 인권정책 및 절차에 대한 직원 교육 이수	일하기 좋은 직장	● 성희롱 예방 교육
HR 4 총 차별 건수 및 관련 조치	일하기 좋은 직장	● 성, 인종, 장애 등에 대한 차별 없음
HR 5 결사 및 단체 교섭이 침해될 수 있는 분야에서의 보장 조치	GRI G3.1 연관표	● 없음
HR 6 아동노동 발생 위험이 높은 분야 및 아동노동 근절 노력	GRI G3.1 연관표	● 아동노동 없음
HR 7 강제노동 발생 위험이 높은 분야 및 강제노동 근절 노력	GRI G3.1 연관표	● 강제노동 없음
HR 8 업무 관련 인권정책 및 절차교육을 이수한 보안담당자 비율		○
HR 9 원주민 권리 침해 건수 및 관련조치		N/A
HR10 인권관련 리뷰 및 영향평가를 받은 사례 횟수 및 비율		N/A 평가사례 없음
HR11 기존 고충처리체계를 통해 해결된 인권관련 고충접수 건수		●
사회: 사회		
SO 1 지역 사회 영향을 평가하고 관리하는 프로그램		○
SO 9 지역 사회에 중대한 부정적 영향을 미치는 사례		N/A 관련 사례 없음
SO10 지역 사회에 중대한 부정적 영향을 미치는 사례 예방/경감을 위한 조치		N/A 관련 사례 없음
SO 2 부패 위험이 분석된 사업 단위의 수 및 비율		○
SO 3 반부패 정책 및 절차에 대한 교육을 받은 직원 비율	GRI G3.1 연관표	● 정규교육은 없으나, 보고서 작성을 위한 준비과정에서 담당자 교육실시
SO 4 부패 사건에 대한 조치	GRI G3.1 연관표	● 없음
SO 5 공공정책에 대한 입장, 공공정책 수립 및 로비 활동참여		N/A
SO 6 정당, 정치인 및 관련 기관에 대한 기부액		N/A
SO 7 부당 경쟁행위 및 독점행위에 대한 법적 조치 건수 및 결과	GRI G3.1 연관표	● 없음
SO 8 법규 위반으로 부과된 벌금 및 비금전적 제재 건수	GRI G3.1 연관표	● 없음

주제	보고위치	보고수준/ 보충설명
사회: 제품 책임		
PR 1 제품 및 서비스 개선을 위한 건강, 안전 영향 평가		○
PR 2 제품 및 서비스의 전과정에서 고객의 건강, 안전 위반 건수	GRI G3.1 연관표	● 위반 사항 없음
PR 3 절차상 필요한 제품 및 서비스의 정보 요건 해당 비율		○
PR 4 제품 및 서비스 정보와 라벨링 관련 규제, 규칙 위반 건수	GRI G3.1 연관표	● 위반 사항 없음
PR 5 고객 만족 관련 활동		○
PR 6 마케팅 커뮤니케이션 관련 규제, 표준, 자발적 규칙 준수		○
PR 7 마케팅 커뮤니케이션 관련 규제, 표준, 자발적 규칙 위반 건수	GRI G3.1 연관표	● 위반 사항 없음
PR 8 고객 개인정보보호 위반 및 데이터 분실 관련 불만 건수	GRI G3.1 연관표	● 없음
PR 9 제품 및 서비스 공급에 관한 법규 위반으로 부과된 벌금 액수	GRI G3.1 연관표	● 위반 사항 없음
NGO: 프로그램 효과성		
NGO SS 1 조직의 정책 및 사업에 영향을 받는 이해관계자그룹의 참여	거버넌스	●
NGO SS 2 정책 및 사업 관련 피드백, 불만처리 방법, 그리고 후속조치	2010 컴패션과의 대화, GRI G3.1 연관표	● SDS(후원자서비스팀)과 각 이해관계자 담당자들이 적극적으로 feedback 반영.
NGO SS 3 사업의 효과성과 영향력에 대한 모니터링과 평가 시스템		○
NGO SS 4 사업의 기획 및 실행에서 성별과 다양성 실현을 위한 방안		○
NGO SS 5 일반인 대상 캠페인, 소통의 실행 및 변경을 위한 절차	2010년 하이라이트, 커뮤니케이션 채널	●
NGO SS 6 효과적인 사업수행을 위해 타자와 협력하는 절차	파트너십	● 한국NPO공동회의
NGO: 경제 추가 지표		
NGO SS 7 자원의 추적과 분배 기준	거버넌스	● 2010 재무현황
NGO SS 8 5건의 개별 고객 후원을 포함한 각 후원금의 출처 명시		○
NGO: 노동 추가 지표		
NGO SS 9 사내 피드백과 고충처리의 방법, 고충 접수 숫자와 해소방법	일하기 좋은 직장	●



UNGC 10대 원칙 & ISO 26000 연관표

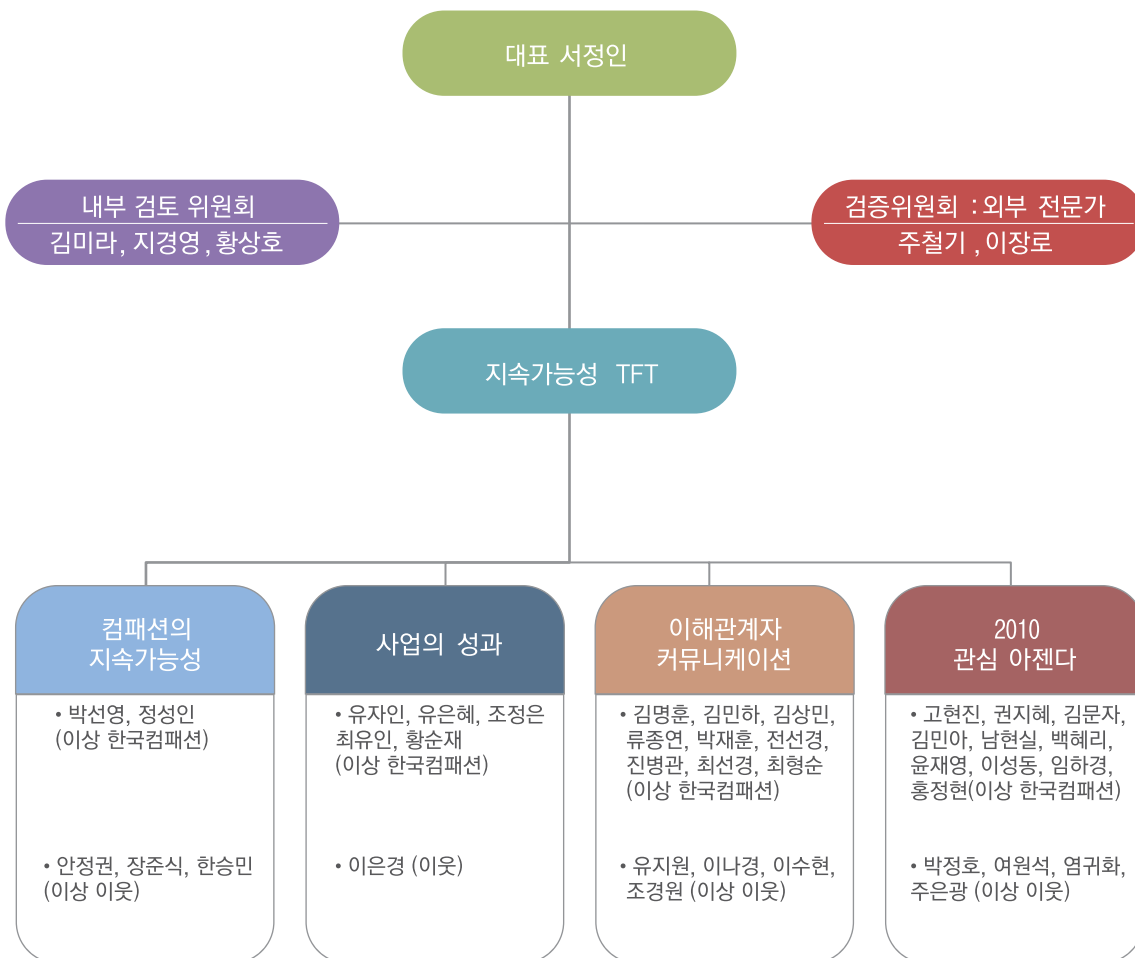
ISO 26000		한국컴패션 활동		UNGC 10대 원칙	
핵심주제	이슈	보고서 내 보고 위치	2010 활동	원칙	분야
인권	실사			1. 한국컴패션은 국제적으로 선언된 인권보호를 지지하고 존중해야 한다.	인권
	인권 위험상황	2. 사업의 성과 -주요 사업성과			
	공모회피				
	고충해결	4. 2010 관심아젠다 -일하기 좋은 직장	한국컴패션은 세계인권선언을 존중할 뿐 아니라, 아이들의 존엄성을 핵심가치(core value) 중 하나로 추구하고 있습니다. 한국 컴패션은 '온전한 양육' 을 목표로 4가지의 양육프로그램을 운영하여 수혜국의 아이들의 경제,사회, 문화적 권리가 존중받을 수 있도록 돕고 있습니다.		
	차별 및 취약집단			2. 한국컴패션은 인권침해에 연루되지 않도록 적극 노력한다.	
	시민권과 정치적 권리				
	경제, 사회, 문화적 권리	2. 사업의 성과 -주요 사업성과			
노동	직장에서의 기본권	4. 2010관심아젠다 -윤리경영, 일하기 좋은 직장			노동
	고용 및 고용관계	4. 2010관심아젠다 -일하기 좋은 직장		3. 한국컴패션은 결사의 자유와 단체교섭권이 인정되도록 노력한다.	
	근로조건 및 사회적 보호	※ HR 규정	한국컴패션은 직원들의 결사의 자유와 단체행동 및 단체교섭권을 보장하고 있으며, 강제노동과 아동노동을 금지하고 있는 국내 노동법을 준수하고 있습니다. 컴패션은 직원들의 건강과 안전을 최우선으로 고려하며 일과 삶이 조화될 수 있도록 노력하고 있습니다. 또한 업무에 있어서 직원들은 어떠한 차별도 받지 않습니다.	4. 한국컴패션은 모든 형태의 강제노동을 배제한다.	
	사회적 대화	4. 2010관심아젠다 -일하기 좋은 직장		5. 한국컴패션은 아동노동을 효과적으로 근절한다.	
	직장에서의 보건 및 안전	※ HR 규정		6. 한국컴패션은 고용 및 업무에서 차별을 배제한다.	
환경	인적 개발 및 직장 내 교육				환경
	오염방지	4. 2010관심아젠다 -그린오피스	한국컴패션은 금번 보고서를 준비하면서 기후 변화와 전세계적인 환경 이슈들이 실제 컴패션의 전 직원 및 수혜 어린이들과 밀접하게 연관되어 있음을 깨달았습니다. 조직 차원에서 환경보호와 에너지 절약을 실천하기 위해 친환경건물 진단을 받았고, 화상회의와 분리수거, 머그컵 사용 등 작은 변화들을 실행에 옮기고 있습니다.	7. 한국컴패션은 환경문제에 대한 예방적 접근을 지지한다.	
	지속 가능한 자원사용			8. 한국컴패션은 환경적 책임을 증진하는 조치를 수행한다.	
	기후변화 완화 및 적응			9. 한국컴패션은 환경친화적인 기술의 개발과 확산을 촉진한다.	
공정 운영 관행	환경보호, 생물다양성, 자연서식지 복원				반부패
	반부패	1. 컴패션의 지속가능성 -한국컴패션 소개		10. 한국컴패션은 부당취득 및 뇌물 등을 포함하는 모든 형태의 부패에 반대한다.	
	책임있는 정치 참여		한국컴패션은 정직을 조직의 최우선 가치로 삼고 있습니다. 특히 재정 투명성을 확보하기 위한 노력으로 '80대20 원칙' 을 세워 지키고 있으며, 이로 인해 외부 NGO 평가기관들로부터 좋은 평가를 받고 있습니다.		
	공정경쟁				
	가치사슬에서의 사회적 책임 활성화				
공정 운영 관행	재산권 존중				반부패

ISO 26000		한국컴패션 활동		UNGC 10대 원칙	
핵심주제	이슈	보고서 내 보고 위치	2010 활동	원칙	분야
조직 거버넌스	조직의 의사결정과정 및 구조	3. 이해관계자 커뮤니케이션 -2010 컴패션과의 대화 4. 2010 관심아젠다 -거버넌스	하이라이트, 사업성과  한국컴패션은 독립된 사외이사들로 구성된 이사회를 통해 사업활동의 방향과 계획을 결정합니다. 이사들은 수혜국을 방문하는 비전트립을 통해 한국컴패션의 가치에 공감하고 재정적, 인적 자원들이 지속가능한 발전을 위해 어떻게 사용되는지 이해하는 기회를 가집니다.		인권
	공정마케팅, 사실적이고 공정한 정보와 공정거래 관행	APPENDIX -2010 재무현황			
후원자	후원자의 보건과 안전보호				노동
	지속가능한 소비				
	후원자에 대한 서비스, 지원, 불만사항 및 갈등 해결	※ 결연서, IT 정책	한국컴패션에서 발간하는 모든 홍보책자와 보고서, 웹 상의 콘텐츠는 사실에 근거한 자료들이며, 후원자 및 수혜자에 대한 개인 정보는 철저히 보호됩니다.		
	후원자 정보보호 및 사생활				
	필수 서비스에 대한 접근				
지역사회 참여 및 개발	교육과 인지				환경
	지역사회 참여	1. 컴패션의 지속가능성 -2010년 하이라이트 2. 사업의 성과 4. 2010 관심 아젠다			
	교육과 문화		지역사회 개발과 기여		
	고용 창출과 기량 개발	2. 사업의 성과 -주요사업성과	한국컴패션은 어린이들이 속한 지역사회를 고려하는 양육 보완 프로그램(CM)을 통해 더 나은 환경 속에서 양육될 수 있도록 노력하고 있습니다. 건강과 질병 예방, 안전한 어린이 양육 환경 마련, 환경보호, 지역사회 역량개발, 기초 및 기술교육 등 CM프로그램을 통해 선정된 프로젝트들은 해당 지역의 필요에 따라 추진되었습니다.		
	기술 개발 및 접근				
	부와 소득 창출	1. 컴패션의 지속가능성 -한국컴패션 소개			
	보건				
지역사회 참여 및 개발	사회적 투자	1. 컴패션의 지속가능성 -2010년 하이라이트 2. 사업의 성과 -MDGs와 컴패션의 사업활동 4. 2010 관심 아젠다 -파트너십			반부패

\*) ISO 26000의 7대 주제 중 '소비자 이슈' 부분은 컴패션 사업의 특성에 맞게 '후원자' 로 재해석하여 적용했습니다.  
\*\*) ISO 26000의 각 이슈 중 본 보고서에 포함된 이슈는 검은색으로, 보고되지 않은 이슈는 회색으로 표기했습니다.  
※) 보고서 내에 서술하지 않으나 내부적으로 확고한 정책 또는 웹 페이지와 인쇄물로 외부에 공개된 내용입니다.

## 작성에 참여한 분들

발행일 / 2011년 6월 30일  
 발행인 / 서정인  
 편집인 / 김미라, 정성인  
 편집 / 이웃  
 디자인 / 이웃(선란, 김빛나), 이용석  
 발행처 / 사회복지법인 한국컴패션



이웃은 지속가능한 발전과 사회적 책임 분야에 전문성과 관심을 가진 이들이 모여 만든 프로젝트 기반의 프로보노(Probono) 모임입니다. 이웃의 구성원들은 '사회정의와 공동체정신이 회복된 지속가능한 사회'를 지향합니다. 그리고 이를 위해 개인과 조직들의 '투명하고 건전한 소통'에 깊은 관심을 공유하고 있습니다. 특히, 이웃은 건전한 사회가 만들어지기 위해 NGO들의 투명하고 책임 있는 활동이 매우 중요하다고 믿고 있습니다.

## 독자설문지

한국컴패션의 첫번째 지속가능성보고서 '꿈이 자라는 이야기'에 대한 의견을 보내주시기 바랍니다.

향후 더 나은 지속가능성보고서 발간에 여러분의 의견을 적극 반영하겠습니다.

이름 :                      연락처 :

소속 :                      이메일 :

\* 이름을 원하시는 분은 설문에만 응답하셔도 됩니다.

1. 귀하는 한국컴패션과 어떤 관계입니까?

☐ 후원자 ☐ 자원봉사자 ☐ 직원 ☐ NGO ☐ 정부기관 ☐ 학계 ☐ 언론인 ☐ 기타 (                      )

2. 한국컴패션의 첫번째 지속가능성 보고서에 대해 전반적으로 만족하십니까?

☐ 매우만족 ☐ 만족 ☐ 보통 ☐ 불만족 ☐ 매우불만족 ☐ 모르겠음

3. 귀하의 관심영역은 어디입니까?(중복 응답 가능)

☐ 윤리경영                      ☐ 경영성과                      ☐ 근로조건                      ☐ 지배구조  
☐ 후원자 커뮤니케이션                      ☐ 지속가능성 추구                      ☐ 컴패션의 명성                      ☐ 다양성과 평등한 기회  
☐ 정보 보호                      ☐ 훈련 및 교육                      ☐ 이해관계자 인권존중                      ☐ 지속가능한 자원사용  
☐ 공정마케팅                      ☐ 공정경쟁                      ☐ 임직원 보건 안전                      ☐ 경영 환경  
☐ 환경 보호                      ☐ 현지 커뮤니티 기여                      ☐ 기후 변화 대응                      ☐ 협력기관 관계  
☐ 후원자 교육                      ☐ 자원 활동가 지원                      ☐ 위험관리                      ☐ 이해관계자 보건 안전  
☐ 노사관계                      ☐ 기타 (                      )

4. 본 보고서 중 어느 부분이 가장 유익했다고 생각하십니까?

☐ 대표 메시지                      ☐ 보고서 발간취지                      ☐ 2010 하이라이트                      ☐ 중요성 분석  
☐ 사업성과                      ☐ 이해관계자 커뮤니케이션                      ☐ 투명성과 윤리경영                      ☐ 거버넌스  
☐ 일하기 좋은 직장                      ☐ 파트너십                      ☐ 그린오피스&에코라이프                      ☐ 기타 (                      )

5. 한국컴패션의 지속가능성보고서에 바라는 점이나 보완되었으면 하는 점이 있으시면, 자유롭게 적어주십시오.

---



---



---



◀ 우편으로 보내고자 하시는 분들은 절취선을 따라 자르신 후 보내주시기 바랍니다.

2010 지속가능성보고서  
독자 의견 설문지

## 꿈이 자라는 이야기



### 한국컴패션

우 편 140-894 서울특별시 용산구 한남동 723-41 석전빌딩  
경영지원실

이메일 info@compassion.or.kr

팩 스 02 3668 3456



국제어린이양육기구 한국컴패션

후원상담 안내 : 02 3668 3400 팩스 : 02 3668 3456 이메일 : info@compassion.or.kr

후원계좌번호 국민은행 490701 01 055540 예금주 한국컴패션

140-894 서울시 용산구 한남동 723-41 석전빌딩

COMPASSION KOREA U.S. Branch

14515 Valley View Ave. Ste. #C Santa Fe Springs, CA 90670

TEL : 562 483 4300 EMAIL : info\_us@compassion.or.kr

www.compassion.or.kr

