**제4회 전국 대학생 나눔봉사 해커톤 기획(안)(10페이지 이내)**

| **프로그램명** | **21조 - 하루 한 톨 ( 일기 쓰고 기부에 동참하자! )ㅇㅇ** |
| --- | --- |
| **주 제** | **전국 대학생 나눔봉사 프로그램 기획** |

| **1. 프로그램 목표** | |
| --- | --- |
|  | 우울증 청년 증가 문제와 기부 경험 감소 문제를 해결한다.  청년들의 **일기 쓰기에 대한 동기를 제공**하여 청년들이 지속적인 자기 관찰을 통해 우울증을 치료 및 예방할 수 있도록 돕고, 일기 작성으로 받은 앱 내의 ‘쌀 알’ 을 이용하여 사회에 실제 쌀을 기부를 할 수 있다. 청년들은 봉사의 보람, 사회적인 측면에서는 청년들의 **기부 경험 증가 및 인식 개선**이라는 선순환구조를 구축한다. |
| **2. 추진배경 및 필요성** | |
|  | **2-1. 추진배경**  건강검사보험심사원의 2017~2021년 통계자료에 따르면, 근 4년간 우울증 환자 중 청년 환자의 비율이 약 50% 증가했다. 우울증으로 진료를 받는 환자를 기준으로 통계를 낸 것이기 때문에 정신과에 다니면 편견을 가지고 보는 사회 시선 탓에 진료를 받지 못하는 청년들을 고려하면 더욱 늘어날 것이다. 그러나 반대로 통계청 정보에 따르면 지난 10년 간 국민들의 기부경험은 갈수록 줄어들고 있다. 우리는 이러한 두 문제를 별개의 문제로 보지 않았다. 우울증 치료 및 예방에 효과적인 일기 쓰기와 기부활동을 결합해 청년 우울증 증가 문제를 해결하면서 기부 경험 감소 문제 또한 해결 할 수 있을 것이라 생각했다.  **2-2. 사업 필요성**   * 일기작성의 효과   1. 매일 기분을 기록하다보면 스스로도 우울 수준을 인지할 수 있다.   2. 우리는 매일 다양한 문제나 갈등, 감정적인 어려움 등을 마주하게 된다. 이런 상황에서 일기를 쓰면 감정을 조절하고 정리할 수 있다.   3. 일기를 통해 자신의 문제에 대해 분석하고 해결책을 찾거나, 긍정적인 면을 발견하여 스트레스를 줄일 수 있다.   4. 일기를 쓰면 소통능력과 관계능력을 개선할 수 있다.   일기를 쓰는 것이 우울증 치료, 예방에 도움이 된다는 사실은 많은 논문과 연구자료에서 찾아볼 수 있다. 일기는 모두가 별거 아니라고 생각하지만 사실 시작하는 것이 가장 힘들다. 무기력함에 빠져있는 청년들이라면 어떠한 동기가 없는 한 더욱 일기를 쓰기 힘들 것이다. 그래서 우리는 청년들에게 일기를 작성할만한 동기가 필요하다고 생각했다.    통계청 2019 사회조사 결과에 따르면, 기부를 하지 않는 이유를 조사했을 때 전년대비 가장 많이 늘어난 항목은 ‘기부단체를 신뢰하지 못해서’ 즉, 내 기부금과 기부물품이 정말로 필요한 곳에 전달되는지 의문을 품기 때문이고 가장 큰 비율을 차지하고 있는 것은 ‘돈이 없어서’ 이다. 그만큼 기부라고 하면 큰 금액을 내야할 것 같고 돈이 아깝다고 생각하는 인식 개선이 필요하다고 생각됐다.  **2-3. 추진방향**  우리는 청년들의 우울증 치료, 예방 뿐 아니라 사회 기부 경험 증가 및 인식 개선도 함께 해결하는 것이 목표이다. 기존 일기 관련 앱들은 단순히 일기를 저장하는 기능 뿐이고 기부 앱들 또한 단순 기부만 가능하다. ‘하루 한 톨’ 은 일기 작성이라는 작은 행동을 봉사활동으로 바꾸어 기부를 실행시켜주는 새로운 앱이다.  ‘하루 한 톨’은 일기 쓰기를 통해 얻은 앱의 ‘쌀 알’이 30개가 되면 모든 사용자들이 공유하는 ‘바구니’ 에 넣을 수 있다. 바구니에 일정 개수 모이면 RCY 단원들이 실제 쌀을 구매하여 불우이웃에게 전달해준다.  일기를 작성하는 행위 자체가 봉사활동이 되어 기부를 통해 봉사의 뿌듯함을 느낄 수 있도록 돕고, 쌀을 직접 불우이웃에게 전달하는 것을 인스타그램과 웹사이트에 지속적으로 업로드하며 기부단체의 대한 신뢰감을 높여 사용자들의 기부에 대한 인식을 개선할 수 있다.   1. 일기 쓰기가 봉사활동이 된다는 것을 일기쓰기의 동기로 심어줌 2. 일기를 쓰며 심리적 안정을 찾고 ‘쌀 알’ 을 얻음 3. 얻은 쌀알을 모두가 함께 쌀을 모으는 공간 바구니에 담음 4. 인스타그램과 웹사이트에 기부자 목록에 등재되어 기부의 보람을 느낌 5. 일기쓰기 습관 함양, 지속적 봉사   **2-4. 기대효과**  대학생들이 쉽게 참여할 수 있는 일기 봉사 프로그램을 기획함으로써 청년 우울증의 직접적 대상 및 잠재 대상인 대학생들의 우울증 예방 및 치료에 기여하고, 일기 쓰는 활동을 기부와 연결 함으로써 기부에 대한 인식 및 경험에 긍정적인 변화를 가져다 줄 것으로 기대한다.  개인의 영역이었던 일기 쓰기는 우리 앱을 통해 공익에 기여하는 봉사활동으로 탈바꿈 할 것이다. 사용자들은 명확한 일기 쓰기의 대한 동기를 갖게될 것이고 이는 습관화되어 꾸준히 ‘하루 한 톨’ 앱으로 봉사활동을 할 것으로 기대한다. 또한, 직간접적으로 기부를 경험한 사람들은 추후 개인적으로도 정기 후원을 할 가능성이 높다는 연구결과가 있기 때문에 이후 추가적인 기부 효과도 기대할 수 있다. |
| **3. 사업개요** | |
|  | **3-1. 사업대상** (대상, 회당 인원 및 총 인원)   | 단계 | 대상/인원 | 총 인원 | | --- | --- | --- | | 개발 마무리 | 개발자 3명 | 3명 | | 베타 테스트 | 개발자 3명, 유저 50명,  자원봉사자 3명 | 56명 | | 서비스 배포 | 개발자 2명, 유저 a명, 자원봉사자 5명 | 7명 + a |   **3-2. 사업기간** (시기 및 운영 요일 등)   | 구분 | 주요내용 | 사업 기간 | | --- | --- | --- | | 프로그램 준비 | 앱/웹 개발 | 2023-09-01~2023-12-01 | | 테스트단 모집 | 2023-12-02~2023-12-31 | | 프로그램 평가 | 베타테스트 | 2024-01-01~2024-03-01 | | 피드백 취합 및 홍보 | 2024-03-01~2024-03-06 | | 프로그램 진행 | 앱 런칭 | 2024-03-07 ~ |   **3-3. 주요내용** (주요 활동 프로그램)  [플로우 차트]    [핵심기능]    <실제 앱 화면>   1. 일기 쓰기 : 오늘 느꼈던 감정이나 있었던 일을 기록하고 쌀알 하나를 얻을 수 있다. 2. 한 달 한 숟 : 한 달 동안 느꼈던 감정들을 분석해 사용자에게 위로의 말이나 격려의 말을 보여준다. 3. 바구니 : 사람들이 공용 바구니에 모은 쌀을 확인할 수 있다. ex) 5501/10000   **3-4. 사업예산**  비즈니스 모델  광고비를 통한 수익 실현으로 쌀 구매비를 충당할 예정이다. Google의 AdMob을 활용하여 앱에 광고를 내보낸다. 구글이 광고주들과 CPM(1000번 노출이 되면 광고비를 받는 방식)으로 건당 6000원으로 계약한다고 가정할 시, 50명의 사용자가 있다고 가정하고 1달동안 하루 2번 광고를 시청한다고 가정하여 50 \* 3 \* 30 / 1000 = 27,000원의 수익이 발생한다.  그리고 27,000원으로 10kg 쌀을 구매할 수 있다. 그러므로 바구니의 달성 목표를 1500개로 잡으면 알맞게 적자없이 쌀을 구매할 수 있을 것으로 예상된다. 자세한 것은 테스트 단계 이후 직접 수익을 확인한 후 서비스 배포 전 조정할 것이다.  구글 광고는 바로 내보낼 수 있지만 수익이 많지않다. 그래서 수익으로 쌀의 값은 어느정도 충당할 수 있으나, 서버비, 인건비 등 고정 비용은 감당하기 어려운 것이 현실이다. 앱의 사용자가 많아지고 기업과 직접 광고 계약을 하거나 영리 기업의 장기 투자를 약속받을 때 까지 대한적십자사 혹은 사회적 기업에게 초기 자금을 받는 것이 필요하다. |
| **4. 프로그램 세부내용** | |
|  | **4-1. 추진절차**   1. 앱 개발 2. 테스트단 모집 3. 테스트 진행 4. 정식 런칭   **4-2. 프로그램 내용**   1. 사용자는 앱을 다운받고 일기를 작성할 수 있다. 2. 일기를 작성하면 ‘쌀 알’ 을 하루 최대 한 개 얻는다. 3. 30개의 쌀알이 모이면 바구니에 들어간다. 4. 바구니에 쌀알이 들어가면 서버에서 사용자를 기부자 목록에 추가한다. 5. 바구니에 목표 쌀알(1500개)이 달성되면 기부자들에게 알림이 도착한다. 6. 운영진이 진짜 쌀을 구매하여 불우이웃에게 전달 (대표적으로 쌀의 예시를 들었으나 이후 상응하는 값의 다른 바우처, 생필품 등도 추가) 7. 웹사이트, 인스타그램에 기부자들 목록 업로드 8. 2~7 반복   \*테스트단은 50명의 사용자로 진행하고 같은 절차를 따른다  **4-3. 세부 프로그램 운영 방안**  운영  하루 한 톨 사용자들은 일기를 써서 ‘쌀’을 모은다. 쌀이 1500개 모일 경우 RCY 단원들이 하루 한 톨 어드민 페이지를 참고하여 참여한 사용자들의 목록을 홈페이지와 인스타그램에 게시하고 쌀기부를 인증한다.  어드민 페이지는 관리자 권한을 가진 사용자만 사용 가능한 웹사이트이며 기부 현황을 관리할 수 있다. RCY 단원들이 관리자 권한을 가진다.  참여 대학생   1. 참여자들은 한 달 동안 일기를 써서 쌀을 모은다. 2. 쌀이 30개 모이면 공용 바구니로 이관된다. 3. 공용 바구니에 쌀이 1500개 모이면 기부가 진행된다.   대학생 RCY 단원   1. 각 바구니가 목표치를 채웠는지를 확인하고 기부를 진행한다. 2. 기부에 참여한 참여자 목록을 인스타그램 하루 한 톨 공식 페이지에 양식에 맞춰 업로드 한다. 3. 기부 유형(쌀, 생필품, 바우처 등)에 맞게 기부를 진행한다. 4. 관리자 페이지에 기부 영수증과 인증사진을 업로드하고 완료 처리 한다. |
| **5. 운영방안** | |
|  | 5-1. 홍보 방안  테스트 인원은 인스타그램, 에브리타임 등으로 50명을 모집한다. 첫 테스트단 인원들에겐 특별 감사증이 증정된다.  서비스 배포 이후에는 테스트 인원들의 실질적 기부 내역과 설문조사를 통해 긍정적 효과를 강조하여 홍보한다.    5-2. 기부 결과물  홈페이지에 업로드      바구니가 목표치를 달성하면 자원봉사자들이 기부를 완료하고 사진을 찍어 웹사이트에 업로드함. 사용자들은 기부 현황을 확인하고, 기부자 명단에서 자기 이름을 확인 할 수 있음.  5-3. 추후 확장성  사용자를 가능한 많이 유지하는 것이 앱의 생명선이다. 그러므로 지속적으로 인스타그램, 에브리타임 등으로 홍보를 지속할 것이고 금전적 여유가 된다면 버스정류장이나 지하철 역 광고를 이용한다.  ‘하루 한 톨’ 앱이 유명세를 타고 사용자가 많아진다면 자원 봉사자 5명으로는 부족하다. 이후 자원봉사자를 10명까지 모집을 확장하고 웹 사이트 또한 지금 처럼 모든 현황을 보여주는 것이 아닌 월별로, 항목별로 나누어 목록을 보여주는 방식으로 확장할 계획이다.  또한 앱의 다양한 기능을 확장시킬 것이며 감정 증가, 월간 목표, 등 많은 기능을 추가할 것이다. |
| **첨부** | |
|  | 예산 계획서 |

| **예산 계획서** |
| --- |

| **항 목** | **세부항목** | **산출내역** | **예산액(원)** | **비 고** |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **인건비** | 프론트엔드 개발자 | 유지보수 인건비 | 2,000,000 |  |
| 백엔드 개발자 | 유지보수 인건비 | 2,000,000 |  |
| **운영비** | 서버 대여비 | vCPU 2개, RAM 8GB, DISK 100GB 네이버 클라우드 플랫폼 서버 대여  \*테스트 후 변경 가능\* | 88,000 |  |
| 쌀 구매 비 | 채워진 바구니 수 \* 약 30,000 | 30,000 \* N | 채워진 바구니 숫자에 따라 유동적 |
| **합 계** | | | 4,880,000 +  N \* 30,000 |  |

[참고자료]

[일기 쓰는 대학생, 안 쓰는 사람보다 삶의 만족도 높아]

https://www.brainmedia.co.kr/NEW/10820

[청소년기 나눔 경험이 기부행동에 미치는 영향 : 나눔 경험 유무, 유형, 강도를 중심으로]

https://www-dbpia-co-kr.proxy.cau.ac.kr/journal/detail?nodeId=T14949402

[‘청년 우울증’이 심각하다! 4년 새 약 50% 증가] …http://www.healtip.co.kr/news/articleView.html?idxno=4693

[사랑의 온도탑 지난해보다 소폭 낮은 수치 기부 경험 의향 지속적 감소]

https://m.hankookilbo.com/News/Read/201912221551392334

[스냅타임 - 우울증 환자 5명 중 1명은 ‘20대’ … 타 연령대 압도]

http://snaptime.edaily.co.kr/2022/06/%EC%9A%B0%EC%9A%B8%EC%A6%9D-%ED%99%98%EC%9E%90-5%EB%AA%85-%EC%A4%91-1%EB%AA%85%EC%9D%80-20%EB%8C%80-%ED%83%80-%EC%97%B0%EB%A0%B9%EB%8C%80-%EC%95%95%EB%8F%84/