아름다운재단 The Beautiful Foundation 기빙코리아 Giving Korea

2018 Giving Korea 조사결과

비영리 모금조직에 대한 일반시민의 신뢰도: 신뢰할 만한 조직은 어떤 조직인가?

노연희
가톨릭대학교
사회복지학과

비영리모금조직의 신뢰도

비영리 모금조직의 신뢰도

- 기부단체의 선택기준: 투명성과 신뢰성
  (기부자의 55.6%)*
- 기부하지 않는 이유: 모금조직을 신뢰할 수 없음 (비기부자의 39.3%)*

모금조직에 대한 신뢰도와 기부행위간의 관계

- 조사결과의 비일관성
- 신뢰도의 의미의 불명확성

비영리모금조직의 신뢰도

연구문제

- 일반 시민들은 비영리 모금조직을 신뢰하는가?
- 기부자들은 비영리 모금조직을 더 신뢰하는가?
- 비영리모금조직에 대한 신뢰도는 무엇을 의미하는가?
- 비영리모금조직의 신뢰도와 모금성과간 차이는 왜 발생하는가?

연구방법 및 대상

일반시민조사

- 19세 이상 성인 2011명 무작위 추출
- 인터넷조사

모금실무자 조사

- 비영리모금조직의 모금실무자 352명 유의표집
- 이메일 조사

〈표 1〉 신뢰도 및 관련 요인 측정 문항내용

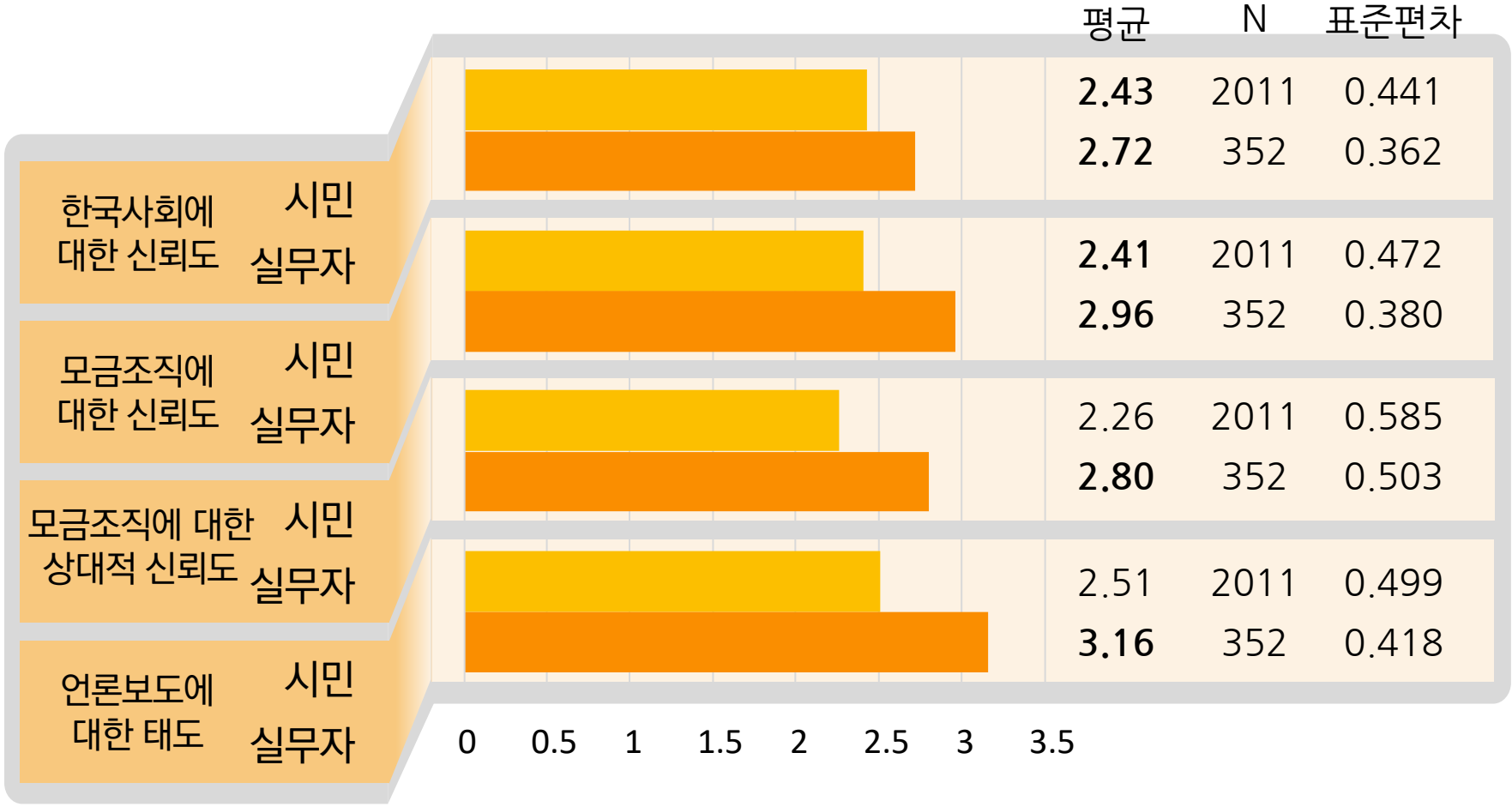
변수	세부 문항
한국사회에 대한 신뢰도	일반적으로 대부분의 사람들은 믿을 만하다
	사람들은 대체로 나에게 도움을 주려고 한다
	대부분의 사람들은 기회가 되면 나를 이용하려고 한다
	밤늦게 혼자 외출을 하는 것은 비교적 안전하다
모금조직에 대한 신뢰도	기부단체들은 믿을만하다
	기부단체들은 사회적 목표를 달성하기 위해 활동한다
	기부단체의 운영은 윤리적으로 이루어진다
	기부단체들은 기부된 돈을 적절하게 활용한다
	기부단체들은 모금을 위해 기부자를 속이기도 한다
	기부단체들은 적절한 방식으로 모금활동을 수행한다

변수	세부문항
모금조직에 대한 상대적 신뢰도	기부단체들은 정부 및 공공기관보다 더 믿을만하다
	기부단체들은 기업보다 더 믿을만하다
	기부단체들은 언론보다 더 믿을만하다
	기부단체들은 종교단체보다 더 믿을만하다
기부에 대한 태도	나는 기부를 해야 하는 의무감이 있다고 느낀다
	기부금을 필요로 하는 기부단체들이 많이 있다
	기부는 나의 신념에 맞는 행동이다
	기부는 전체 사회의 통합과 발전을 위해 필요하다
언론보도에 대한 태도	기부단체와 관련된 언론보도는 나의 기부에 영향을 미친다
	기부단체와 관련된 언론보도는 기부단체에 대한 신뢰에 영향을 미친다

한국사회와 비영리모금조직을 어느 정도 신뢰하고 있는가

- 일반시민들의 한국사회 및 비영리모금조직의 신뢰도 는 대체로 신뢰할 만하다 보다 낮은 수준 (각각 2.42, 2.41)
- 모금실무자의 신뢰도에 비해 다소 낮은 편

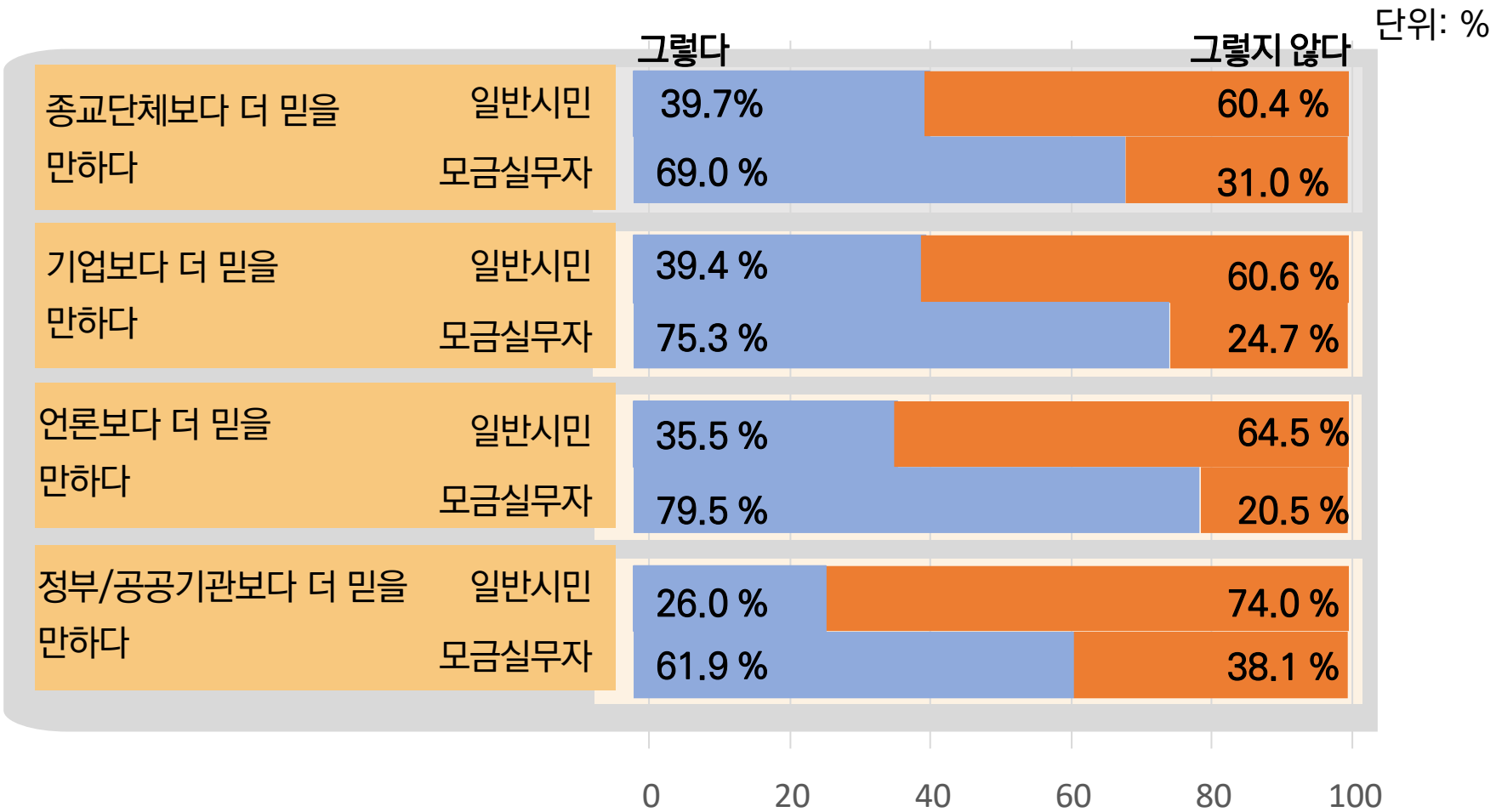
〈표 2〉 일반 시민과 모금실무자의 신뢰도 비교



다른 유형의 조직들과의 상대적 신뢰도

- 일반시민들은 종교조직, 기업, 언론 및 정부조직을 비영리모금 조직들에 비해 훨씬 더 신뢰할 만하다고 인식
- 모금실무자들의 인식과 상당한 차이

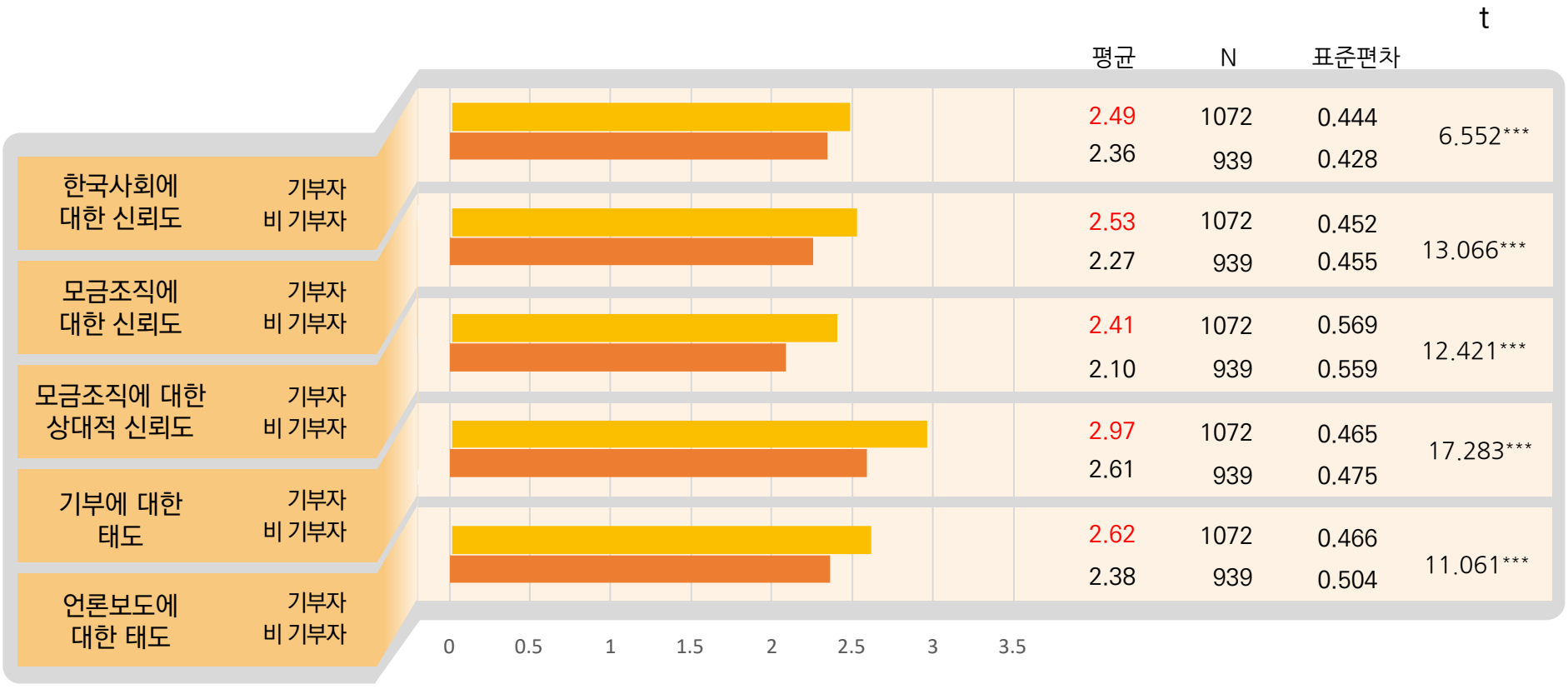
〈표 3〉 일반 시민과 모금실무자의 상대적 신뢰도 비교



기부 여부 그룹 간에 신뢰도 및 관련 요인 평균값 차이 여부

- 기부자들은 한국사회에 대한 전반적인 신뢰도뿐만 아니라, 비영리 모금조직에 대한 신뢰도가 비기부자에 비해 높음
- 기부자들은 비기부자에 비해서 기부에 대한 윤리적 태도 역시 높은 수준임

〈표 4〉 작년 1년간 기부 여부에 따른 신뢰도 및 관련요인 평균비교



2017년 한 해 동안 총기부액과 기부기간과 신뢰도와의 관계

- 한국사회나 비영리모금조직에 대한 신뢰수준이 높을수록 기부액이나 기부기간이 유의미하게 높음
- 언론보도에 대해 더 많이 고려할수록 기부액이나 기부기간 역시 높음

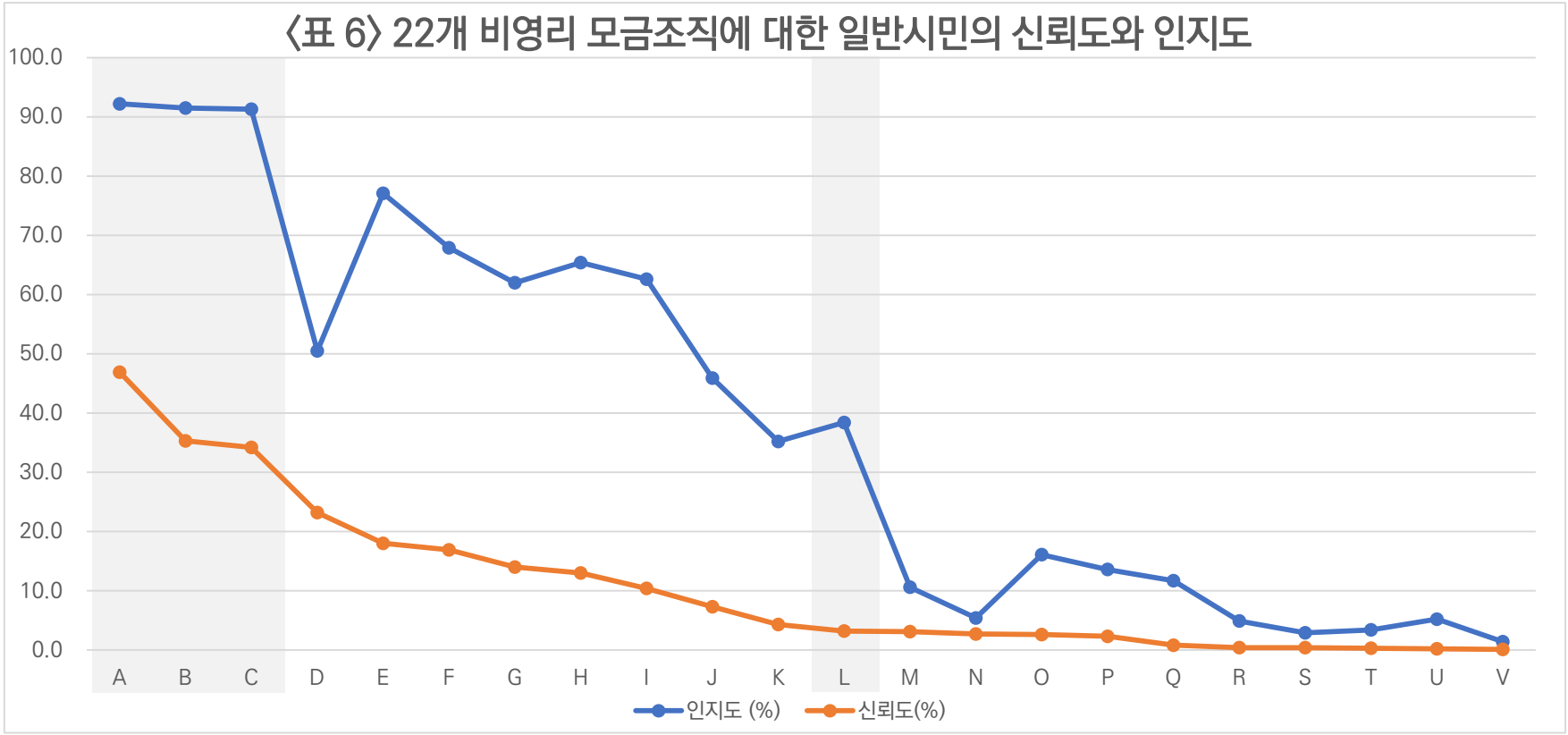
〈표 5〉 기부액과 기부기간과 신뢰도 및 관련요인간의 상관관계

	기부기간(개월)	기부금액(천원)
한국사회에 대한 신뢰도	0.108***	0.067**
모금조직에 대한 신뢰도	0.121***	0.137***
모금조직에 대한 상대적 신뢰도	0.102**	0.132***
기부에 대한 태도	0.200***	0.188***
언론보도에 대한 태도	0.117***	0.127***

***: $p<0.001$, **: $p<0.05$

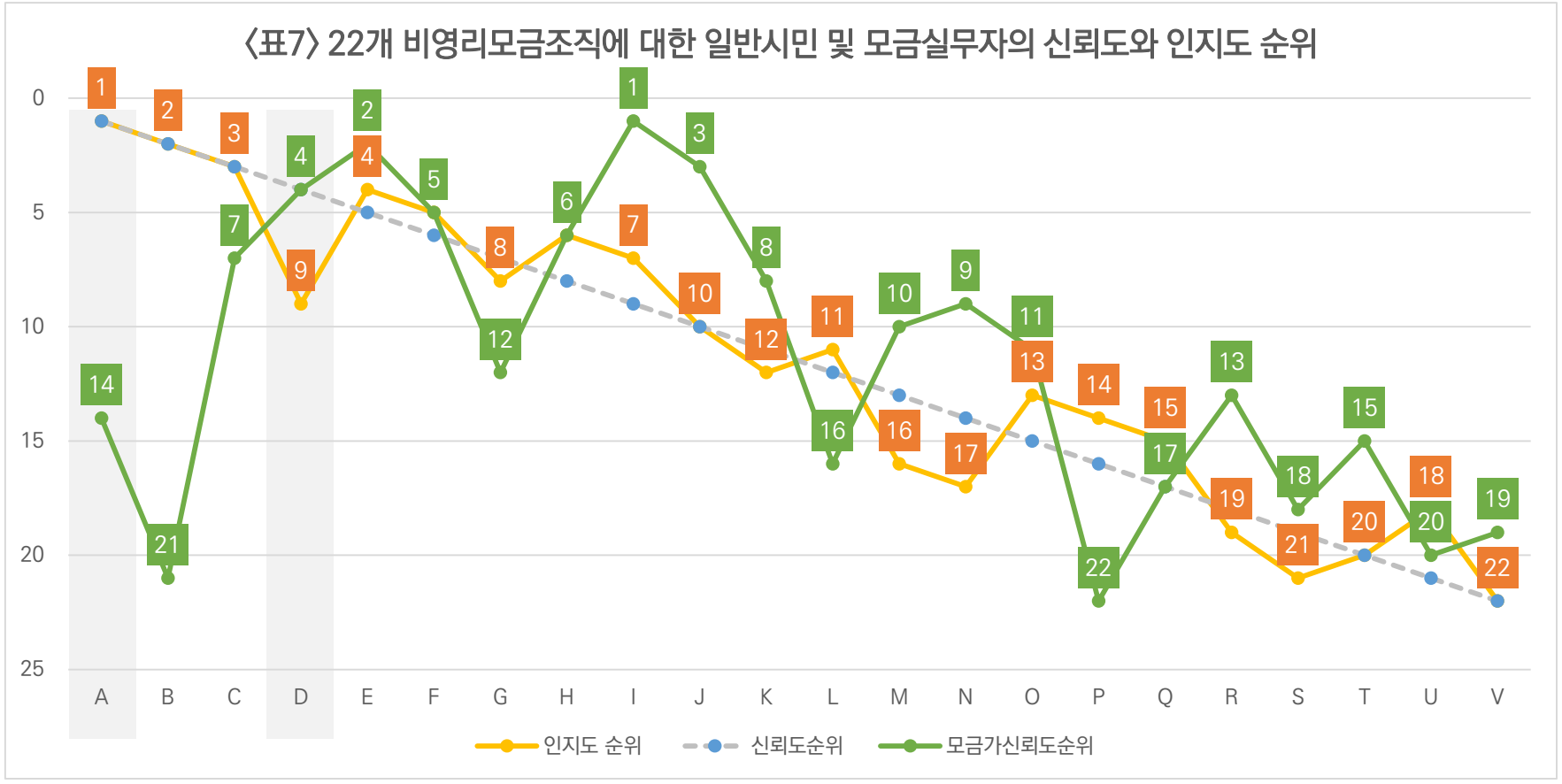
22개 조직의 신뢰도분석

- 신뢰도 순위 상위 12개 조직의 경우는 하위 10개 조직에 비해 인지도는 상당히 높은 반면에 상대적으로 신뢰도는 낮은 편



신뢰도와 인지도 응답비율 순위

- 일반시민들의 신뢰도와 인지도의 순위는 대체로 유사
- 일반시민과 모금실무자의 신뢰도는 다소 상이



신뢰도 10% 이상 상위 9개 조직의 조직특성과 신뢰도 순위

- 신뢰도와 모금활동의 성과인 기부금 및 대중모금비율간의 순위간 별다른 관계가 없는 것으로 보임

〈표 8〉 신뢰도 10% 이상인 비영리모금조직의 특성

단체명	신뢰도	인지도	운영기간	총수입	기부금/총수입	대중모금/총수입
A	1	1	7	5	10	4
B	2	2	1	1	22	22
C	3	3	13	2	9	2
D	4	9	20	19	17	8
E	5	4	2	4	14	15
F	6	5	4	3	11	5
G	7	8	3	6	21	20
H	8	6	10	10	20	21
I	9	7	15	21	12	9

신뢰도 10% 이하 비영리모금조직 신뢰도 순위와 조직특성지표 순위 비교

- 신뢰도 순위와 다른 조직특성 간 의미있는 관계를 보이지 않음

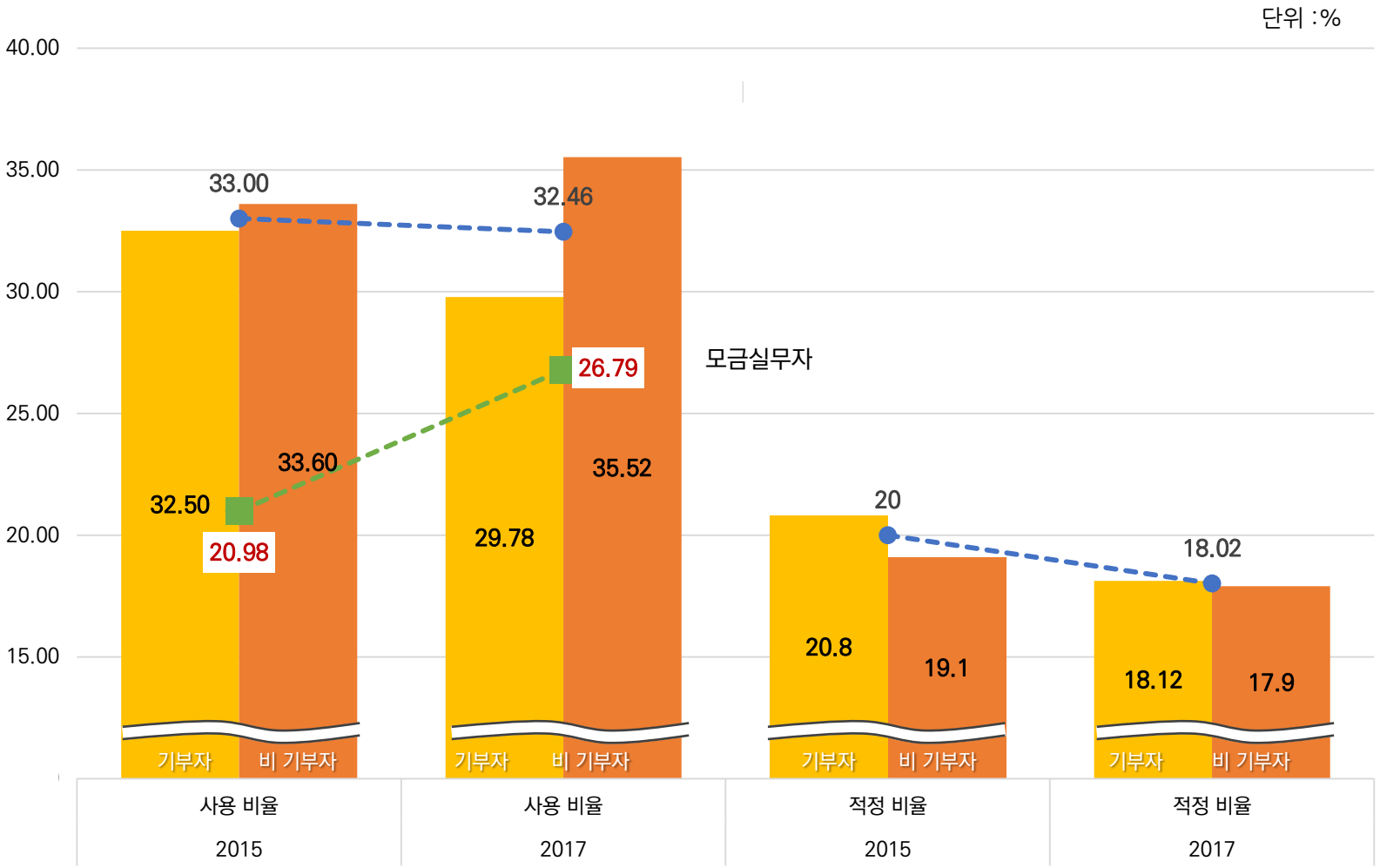
〈표 9〉 신뢰도 10% 이상인 비영리모금조직의 특성

단체명	신뢰도	인지도	운영기간	총수입	기부금/총수입	대중모금/총수입
J	10	10	5	8	13	7
K	11	12	6	9	6	10
L	12	11	7	11	15	14
M	13	16	18	7	3	3
N	14	17	19	22	4	11
O	15	13	9	16	16	17
P	16	14	10	12	18	12
Q	17	15	14	13	7	16
R	18	19	10	14	2	6
S	19	21	15	17	5	18
T	20	20	15	15	19	19
U	21	18	21	18	1	13
V	22	22	22	20	8	1

모금실무자들의 모금활동 인식과 일반시민들 경험 인식 차이

- 실제 비영리모금조직의 간접비 지출보다, 일반 시민들은 더 많이 지출 할 것이라고 인식

〈표 10〉 모금단체의 간접비 사용 및 예상 비율



기부요청방식에 대한 일반시민의 경험여부 및 호감도

- 시민들은 거리모금이나 이메일, 전화, 우편 등 모금조직의 다양한 직접 요청방식을 많이 경험하지만, 방송모금이나 온라인 모금 등 간접적 방식에 높은 호감도를 보임

〈표 11〉 기부요청방식 경험 및 호감도

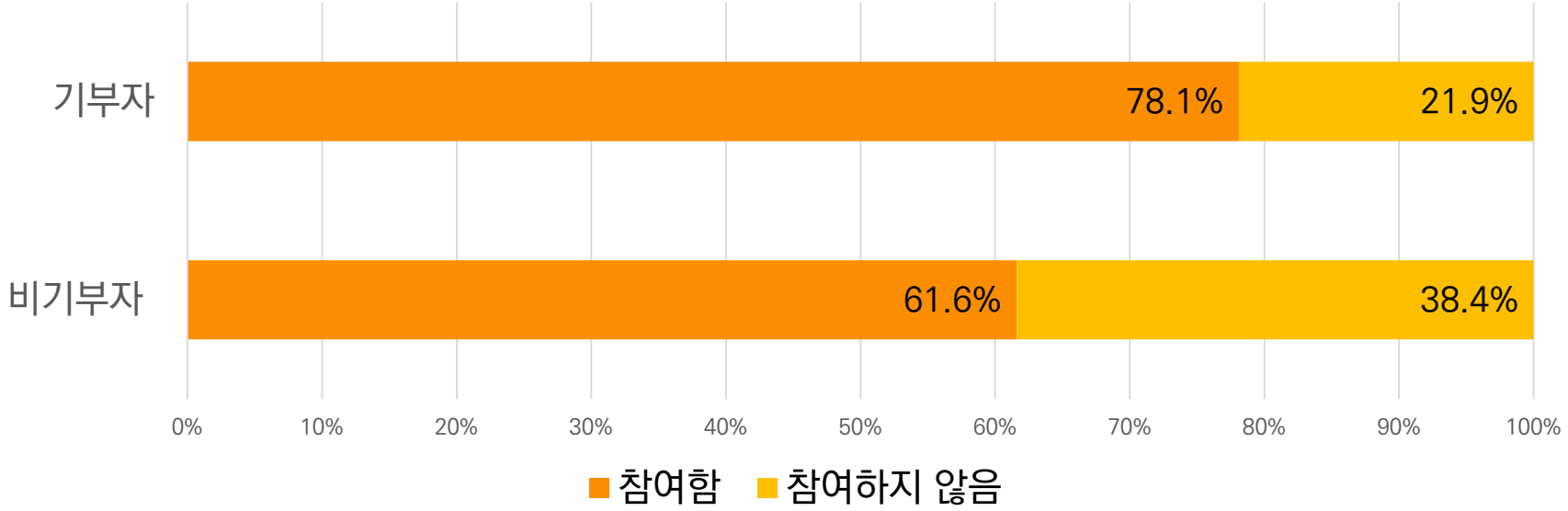
단위 : %

모금 방식	경험있음			호감도			모금가 효과성
	전체	기부자	비기부자	전체	기부자	비기부자	
거리모금 (거리회원모집)	49.2	51.4	46.6	31.3	37.2	34.5	8.8
TV등 방송광고나 캠페인	35.0	35.5	34.4	77.8	79.2	76.3	47.4
직접요청(이메일,전화,우편 등)	31.3	37.8	24.0	22.3	28.2	15.4	24.5
특별(후원)행사	21.2	25.7	16.0	68.1	72.2	63.2	51.4
온라인 모금캠페인 (인터넷 등)	19.3	21.5	16.7	61.8	67.1	55.8	44.9
직장급여공제	11.0	13.4	8.3	32.3	34.6	29.7	
공익관련 상품구매	23.5	29.2	17.0				16.5
기부요청 받은 적 없음	19.6	15.5	24.4				

기부참여가 다양한 유형의 사회참여와 관련성이 있다는 결과

- 기부자들은 다양한 사회활동에 참여하는 비율이 78.1%로 비기부자에 비해 높음

〈표 12〉 작년 1년간 기부 여부와 사회참여 여부

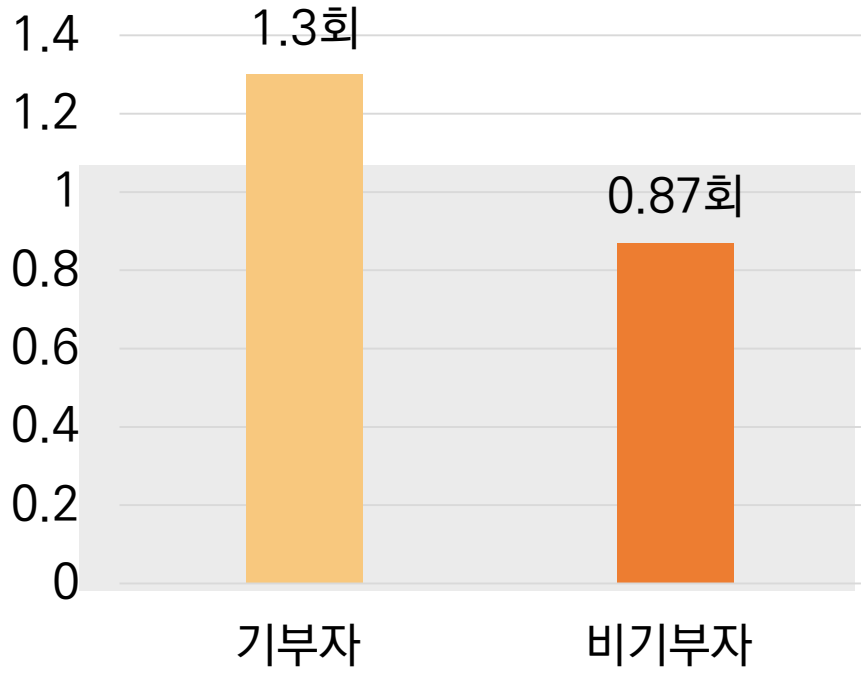


	참여함		참여하지 않음		합계	
	빈도(명)	비율(%)	빈도(명)	비율(%)	빈도(명)	비율(%)
기부자	837	78.1	235	21.9	1072	100
비기부자	578	61.6	361	38.4	939	100
합계	1415	70.4	596	29.6	2011	100

실질적인 사회참여 회수가 기부자와 비기부자간 차이

- 기부여부에 따른 사회참여여부 및 참여 정도의 차이를 고려하면 기부행위를 사회참여의 한 유형으로 인식하고 있을 가능성을 보여줌

〈표 13〉 작년 1년간 기부 여부와 사회참여 횟수 평균비교



	N	평균	표준편차	t
기부자	1,072	1.30	1.044	10.082***
비기부자	939	0.87	0.854	10.082***

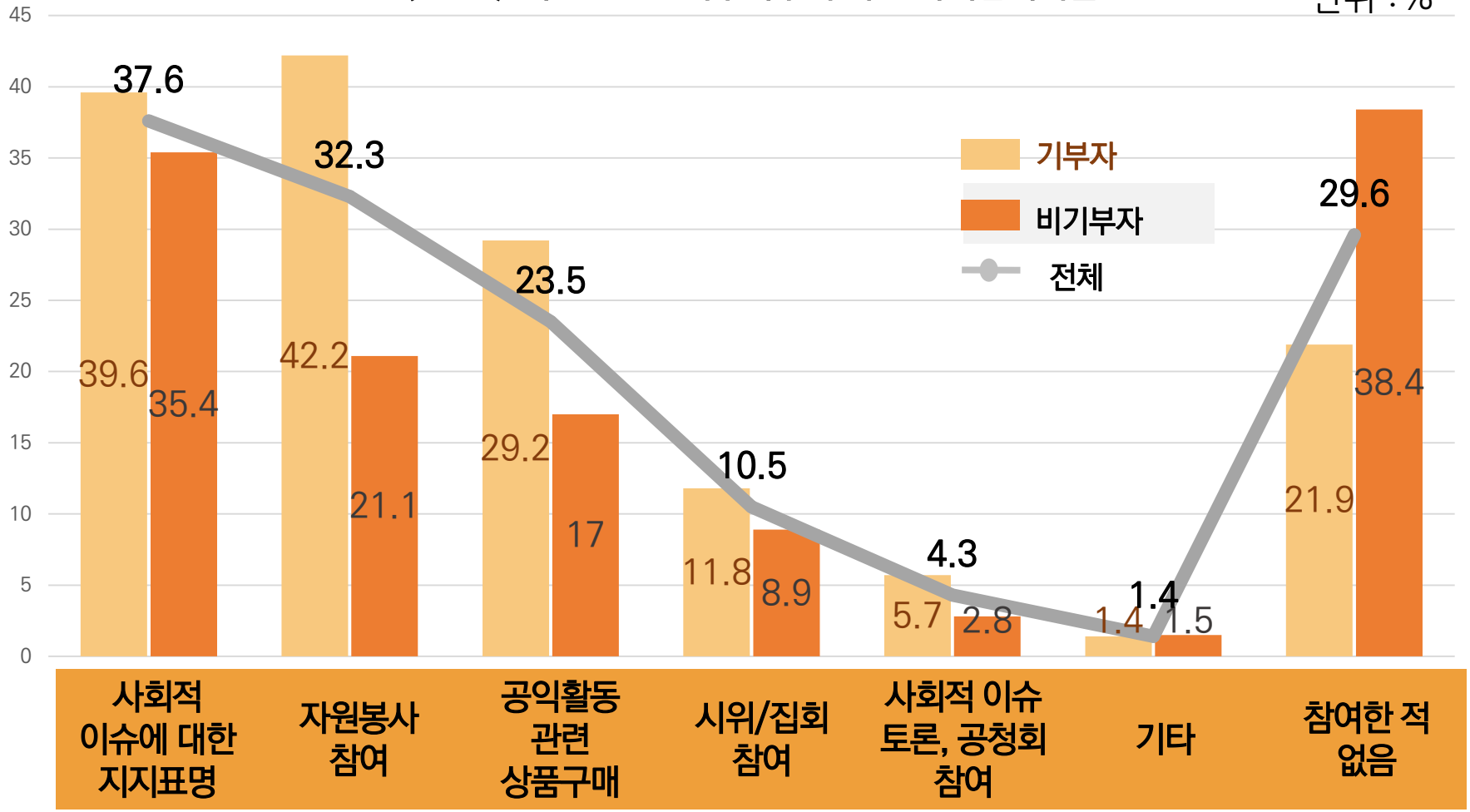
***: p<0.001

다양한 사회활동에의 참여율

- 사회적 책임의 실현이라는 기부동기의 응답비율의 증가와 기부여부에 따른 사회참여율 차이 등을 고려하면 기부를 사회참여 의 유형으로 이해할 필요가 있음

〈표 14〉 지난 1년간 기부여부에 따른 사회참여비율

단위 : %



결론

비영리모금조직에 대한 낮은 신뢰도

- ✓ 조직활동에 대해 무엇을, 어떻게, 얼마나 알릴 것인가?

신뢰도와 기부 경험의 관련성

- ✓ 기부를 어떻게 시작하게 할 것인가?
- ✓ 기부관련 교육을 어떻게 할 것인가?

신뢰도와 인지도의 관련성

- ✓ 신뢰할 만한 조직에 대한 정보는 제공되고 있는가?
- ✓ 신뢰할 만한 조직에 대한 정보를 어떻게 제공할 것인가?
- ✓ 무엇이 시민들의 신뢰도를 높일 수 있는가?

신뢰도와 모금활동의 성과

- ✓ 일반 시민과의 인식 차이를 어떻게 좁힐 것인가?
- ✓ 일반 시민의 변화를 어떻게 수용할 것인가?

이 슬라이드는 small2BIG의 배준오님의 재능기부로 제작되었습니다.